

WIR info

1/2025

Das Magazin für Schweizer KMU

Vollblutbankerin

Melek Ates ist die neue Leiterin Privat- und Firmenkunden und erste Frau in der Geschäftsleitung der Bank WIR

Wunderkind

Die Business-Strategie von Angelika Kauffmann

Panzerknacker?

Wo Hannes Eltrich Türen verstärkt, beissen sich Einbrecher die Zähne aus

Bank **WIR**



Auslüften

Editorial

Schneeschuhlaufen, Ski- oder Velofahren: gemeinsam ist diesen Outdoor-Aktivitäten, dass Gelegenheit besteht, WIR auszugeben.

Unternehmerinnen und Unternehmer in KMU stehen täglich vor einer Vielzahl an Herausforderungen: sich verändernde Rahmenbedingungen, Strategie- und Personalfragen oder finanzielle Hürden, familiäre Probleme... Mentale Stärke und eingespielte operative Prozesse tragen dazu bei, dass einem das Tagesgeschäft nicht über den Kopf wächst. Ein grosser Stressfaktor ist der administrative Aufwand, der zu einem grossen Teil hausgemacht und deshalb vermeidbar ist. Wie, lesen Sie auf den Seiten 28 und 30. Ein Vorzeigebeispiel für das Vereinfachen von Prozessen ist die in Chur geborene Künstlerin Angelika Kauffmann, die im 18. Jahrhundert dank ihren Business-Strategien allgegenwärtig war (S. 24).

Wir weisen immer wieder darauf hin und geben gerne Tipps dazu: Wer stark in seiner Firma eingespannt ist, braucht Entspannung, um den Kopf auszulüften und neue Kräfte zu tanken. In diesem Heft stellen wir mit Schneeschuhlaufen eine Outdoortätigkeit vor, die keine Vorkenntnisse voraussetzt (S. 38). Bereits etwas anspruchsvoller sind die Skiferien, die das WIR-Network Zürich anbietet (S. 50). Aber bereits im Sommer kommen wieder alle auf ihre Kosten: Die zweite Veloreise der Bank

WIR führt in den Jura und das Drei-Seen-Land (S. 36). Allen Tätigkeiten ist gemeinsam, dass die Gelegenheit besteht, WIR auszugeben. Mit den Vorteilen des WIR-Systems für Sie und das ganze Land beschäftigen sich die Beiträge auf den Seiten 20 und 22.

Auch Melek Ates, die neue Leiterin des Bereichs Privat- und Firmenkunden der Bank WIR, findet in sportlichen Aktivitäten einen Ausgleich zum beruflichen Alltag, zu dem auch die Zuständigkeit für Marketing und Produktmanagement gehört (S. 6). Dies wertet Melek Ates als Vorteil, denn es erlaubt ihr, «eine gemeinsame Stossrichtung vorzugeben, den Kunden in den Mittelpunkt zu stellen und die Präsenz der Bank im Markt zu maximieren».

Sich eine Auszeit gönnen und das Haus alleine lassen – das kann man guten Gewissens, wenn man sich auf eine Alarmanlage und gut gesicherte Türen und Fenster verlassen kann. Auf Letzteres hat sich Hannes Eltrich mit seiner Spides GmbH spezialisiert (S. 14).

Daniel Flury
Chefredaktor

100% WIR
2 490 CHW
statt
2 990 CHF

«Ihr Rückzugsort für
erholsamen Schlaf.»

Bett «Le VaLITsan» von Meubles Descartes

wir.ch/wirpromo

Schlafkomfort auf höchstem Niveau



Mit dem Bett «Le VaLITsan» geniessen Sie jede Nacht unvergleichlichen Komfort und stilvolles Design. Ob minimalistisches Schlafzimmer oder gemütlicher Rückzugsort – dieses Bett passt sich Ihren Bedürfnissen an und bietet Ihnen einen erholsamen Schlaf. So wird Ihr Schlafzimmer zu einer Oase der Ruhe.

«Le vaLITsan» – entworfen und gefertigt bei Meubles Descartes – vereint regionale Handwerkskunst und Nachhaltigkeit. Das Bett besteht aus Lärchenholz, einem edlen Material aus den Wäldern des Wallis, das ihm eine robuste Struktur und natürliche Ästhetik verleiht. Mit seinem minimalistischen Design fügt es sich nahtlos in verschiedene Einrichtungsstile ein und schafft eine Atmosphäre von Wärme und Eleganz.

Das «Le vaLITsan» ist individuell anpassbar – von den Farbtönen bis zu den Massen und Details. Diese Flexibilität macht es zu einer idealen Wahl für alle, die Wert auf persönlichen Stil legen. Nachhaltig produziert aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern, steht es für Langlebigkeit und höchste Qualität.

**Bett «LE vaLITsan» von Meubles Descartes im Wert von 2 990 CHF für nur 2 490 CHW inkl. MwSt. (2 Grössen / gleicher Preis)
Versand und Montage je nach Zielort ab 200 CHW zusätzlich. Angebot gültig bis 31. März 2025.**

Produktdetails

- **Grösse:** 160 x 200 cm oder 180 x 200 cm
- **Material:** Massives Lärchenholz aus dem Wallis
- **Nachhaltigkeit:** Hergestellt aus lokalem, nachhaltig bewirtschaftetem Holz
- **Anpassbarkeit:** Individuell gestaltbar in Farbe, Dimensionen und Details
- **Design:** Zeitloses, minimalistisches Design, das Komfort und Ästhetik vereint

WIRpromo-Partner

Lassen Sie sich in den vielfältigen Welten des Showrooms von Meubles Descartes in Saxon inspirieren. Es erwarten Sie Design und renommierte Schweizer sowie internationale Marken. Erfahrene Berater und Handwerker stehen Ihnen zur Seite. Möbel, Dekorationen, Vorhänge, Jalousien, individuelle und massgeschneiderte Beratung bei Ihnen zu Hause – wir begleiten Sie dabei, Ihr Zuhause einzigartig zu gestalten.

Inhalt

Seite 22

Ab Januar 2025 senkt der Bund die Wertfreigrenze für private Einkäufe im Ausland von 300 auf 150 Franken. Diese Massnahme trifft besonders Haushalte mit begrenztem Einkommen, Familien und Rentner, die regelmässig ennet der Grenze einkaufen. Chancen bieten sich dafür den KMU in der Schweiz.



Seite 34

Wenn sich der Unternehmergeist durch den hektischen Alltag manövriert, erinnert er sich an eine seiner Katzen. Sie hat diese souveräne, selbstbewusste Art, durch die Welt zu schreiten. Ihre Augen sprechen eine eigene Sprache, und der Unternehmergeist fragt sich dann: Was könnte ich von einer Katze lernen, um als Unternehmer erfolgreicher zu werden?

Seite 38

In einem frisch verschneiten Winterwald dem Schnee zuschauen, wie er von den Ästen rieselt, durch eine weite, stille Landschaft stapfen oder mit Freunden auf einem Bergrücken die Aussicht geniessen und dann in einem heimeligen Berghaus ein Fondue geniessen – kein Wunder ist Schneeschuhlaufen immer beliebter.



- | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>6 Vollblutbankerin
Interview mit Melek Ates</p> <p>13 CEO-Corner
Neujahrsgross</p> <p>14 Panzerknacker?
Dank Hannes Eltrich müssen Einbrecher draussen bleiben</p> <p>20 Wünsche für das WIR-System</p> <p>22 Chancen für KMU
Senkung der Wertfreigrenze</p> <p>24 Wunderkind
Artgrade your Business: die Malerin Angelika Kauffmann</p> | <p>28 Zeitarbeitskräfte als strategische Massnahme</p> <p>30 Interne Bürokratie
Unterschätzter Kostenfaktor</p> <p>34 Der Unternehmergeist und die Katze
Kolumne von Karl Zimmermann</p> <p>36 Per Velo durch den Jura und das Drei-Seen-Land
Veloreise der Bank WIR 2025</p> <p>38 Schneeschuhtouren für Anfänger</p> <p>45 144 Seiten
«Faszination WIR»</p> | <p>46 500 CHW geschenkt!
Ihre Gutschrift für Inserate und Werbung</p> <p>47 Neue WIR-Teilnehmer</p> <p>49 Willkommen im WIR-Netzwerk</p> <p>54 Inserateschlüsse</p> <p>62 Impressum</p> <p>63 Standorte der Bank WIR und Social Media</p> <p>64 Werbemöglichkeiten im WIR-Netzwerk</p> <p>66 Inseratepreise</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Vollblutbankerin mit Schweizer und türkischen Wurzeln

Melek Ates, neue Leiterin Privat- und Firmenkunden

Für Melek Ates dreht sich seit ihrem 15. Lebensjahr beruflich alles ums Banking, insbesondere um das Firmenkundengeschäft. Genau für diesen Bereich ist die Vollblutbankerin seit 1. Oktober 2024 bei der Bank WIR als Leiterin und Mitglied der Geschäftsleitung verantwortlich. Doch nicht nur das: Die für die Bank WIR immer wichtiger werdenden Privatkunden fallen ebenfalls in ihren Zuständigkeitsbereich.

Als neue Leiterin Privat- und Firmenkunden hättest du eigentlich Anspruch auf 100 Tage Schonfrist – wir sind etwas ungeduldiger: Was für ein Bild hast du dir nach 50 Tagen – zum Zeitpunkt des Interviews – von der Bank WIR gemacht?

Melek Ates: Ich durfte feststellen, dass die Bank WIR ihre bodenständige, genossenschaftliche Tradition lebt und sich gleichzeitig dynamisch auf die Zukunft ausrichtet. Es ist in ihrer DNA verankert, dass sie ihren Firmenkunden – und nun auch Privatkunden – in der Summe den besten Mehrwert aus unterschiedlichen «Ökosystemen» anbieten will. Das trifft genau meine Überzeugungen von Verbundenheit, Integrität und Innovationsgeist, die ich nun schweizweit einbringen darf.

Wie erlebst du Basel als Arbeitsplatz und planst du, deinen Lebensmittelpunkt ans Rheinknie zu verlegen?

Bisher kannte ich Basel in erster Linie von Zoo- und Konzertbesuchen her. Ich freue mich darauf, noch mehr von Basel zu entdecken, aber einen Wechsel des Wohnorts plane ich nicht. Mir ist Verwurzelung sehr wichtig: Privat ist es der Aargau mit meinem Wohnort Seon, beruflich ist es das Bankgeschäft. Zudem ist Seon in gewisser Hinsicht zentraler als Basel (*lacht*) – man ist schnell in Bern, Luzern, Zürich, Zug, Solothurn oder im Baselbiet. Mit anderen Worten: Über die A1 sind alle Marktgebiete der Bank WIR, inklusive Tessin und Romandie, rasch erreichbar.

*Melek Ates ist am 1. Oktober 2024
zur Bank WIR gestossen.*

Fotos: Raffi Falchi



Du bist von der Aargauischen Kantonalbank AKB zur Bank WIR gestossen: Über 10% der WIR-KMU-Kunden befinden sich im Kanton Aargau. Wie hast du die Bank WIR während deiner AKB-Zeit wahrgenommen?

Viele Aargauer KMU, vor allem aus dem Bau- und Immobiliensektor, haben Geschäftsbeziehungen mit der Bank WIR. Ich stellte eine gewisse Dankbarkeit für das WIR-System fest, das zu zusätzlichem Geschäftsumsatz und spannenden Bauprojekten führte sowie einigen Firmeneinhabern ermöglichte, ihr Vermögen aufzubauen. Im Aargau hatte ich weniger wahrgenommen, mit welcher Dynamik die Bank WIR ein umfassendes Bankangebot für Privat- und Firmenkunden entwickelt.

Die Bank WIR sieht sich als «bodenständige Genossenschaftsbank». Was verbindest du mit diesem Missionsversprechen?

Mit dem Versprechen einer bodenständigen Genossenschaftsbank verbinde ich die Nähe zu den Menschen und KMU. Sie steht für Schweizer Werte wie Gemeinschaft, Stabilität und das Ziel, einen nachhaltigen Mehrwert für Mitglieder und die Gesellschaft zu schaffen.

«Die genossenschaftliche Identität sollten wir stärker betonen.»

Apropos Genossenschaftsbank: Etliche Schweizer Unternehmen heben ihren Status als Genossenschaft in der Werbung stark hervor. Wo siehst du die Bank WIR in dieser Beziehung, besteht Nachholbedarf?

Ich glaube schon. Es gibt zweifellos Unternehmen, die sich als Genossenschaft vermarkten, sich aber weit von dieser Gesellschaftsform entfernt haben. Bei der Bank WIR ist es eher umgekehrt: Wir leben den Genossenschaftsgedanken und unterstreichen dies zu wenig. Der Bank WIR ist es gelungen, Tradition, Vertrauen und Gemeinschaftsgefühl mit Innovation und Perspektiven für die Zukunft zu verbinden. Diese genossenschaftliche Identität sollten wir noch stärker betonen.

Vor noch nicht allzu langer Zeit hat sich das Portfolio der Bank WIR auf das WIR-Geschäft sowie auf Spar- und Vorsorgeprodukte beschränkt. Seit einigen Jahren verfolgt die Bank eine erfolgreiche Diversifikationsstrategie. Unter anderem mit dem Resultat, dass sie mit dem «Bankpaket top» praktisch zeitgleich mit deinem Stellenantritt zu einer umfassenden Anbieterin von Bankprodukten



Melek Ates: «Mir ist Verwurzelung sehr wichtig: Privat ist es der Aargau mit meinem Wohnort Seon, beruflich ist es das Bankgeschäft.»

geworden ist und heute als Haus- und Hauptbank jeder Schweizerin und jedes Schweizers und auch von KMU fungieren kann. Hat dies deinen Entscheid «pro Bank WIR» beeinflusst?

Absolut! Die Bank WIR überzeugt mit einer breiten Angebotspalette und der Fähigkeit, umfassende Lösungen sowohl für Firmen- als auch für Privatkunden bereitzustellen. Die Ausgangslage ist vielversprechend!

Weshalb ist dieser Weg der Diversifikation für die Bank WIR wichtig?

Mit unseren 20000 Firmenkunden haben wir bereits zahlreiche Berührungspunkte zu Unternehmern, die auch als Privatpersonen Bankprodukte benötigen. Durch die Kombination unseres Bankprodukteportfolios mit innovativen Finanzlösungen führender Fintech-Anbieter wie VIAC und VIAC Invest entsteht für Privatkunden das Beste aus zwei Welten: Bewährte Schweizer Bankkompetenz trifft auf zukunftsweisende Finanztechnologie. Unser Ziel ist es nun,

diesen Mehrwert schweizweit noch bekannter zu machen und damit die individuellen Bedürfnisse der Privatkunden optimal abzudecken.

Nutzen wir doch die Gelegenheit, um dich noch persönlich kennenzulernen. Dein türkischer Name Melek Ates bedeutet auf Deutsch Engel (melek) und Feuer (ateş). Finden sich auch in deinem Führungsstil «engelsgleiche» und «feurige» Elemente?

Ich habe tatsächlich beides in mir: Das feurige Element kommt in meiner engagierten und zielorientierten Herangehensweise zum Ausdruck. Gleichzeitig lege ich grossen Wert auf Empathie und Unterstützung. Das prägt meinen Führungsstil, mit einer Kultur von Vertrauen, Inspiration und Empowerment.

Du bist in der Schweiz geboren und aufgewachsen und hast deine Sporen als Bankerin bei der Hypothekarbank Lenzburg abverdient. Was hat dich dazu bewogen, danach in der Türkei die berufliche Laufbahn fortzusetzen?

Nach Abschluss der Banklehre und Berufsmatur bin ich in die Türkei gezogen, weil mein Mann dort ein Unternehmen führte. Ich fand – auch dank meiner Mehrsprachigkeit – eine Anstellung in einer türkischen Grossbank im Firmenkundengeschäft. Mit dem Näherrücken der Einschulung unseres Sohns beschlossen wir den Umzug zurück in die Schweiz.

Sind die Bedürfnisse türkischer KMU mit denjenigen von KMU in der Schweiz vergleichbar?

In der Türkei herrschen sowohl wirtschaftlich wie regulatorisch völlig andere Bedingungen. Es ist ein Umfeld, in dem sich vieles dynamisch verändert. Türkische KMU zeichnen sich folglich durch grosse Anpassungsfähigkeit aus und sind notgedrungen auch so etwas wie Überlebenskünstler. Die Notwendigkeit, sich laufend weiterzuentwickeln und zu digitalisieren, gilt natürlich auch für die Banken.

«Die Jungen wollen alles so unkompliziert wie möglich haben.»

Auch die Bank WIR verfolgt eine ausgeprägte Digitalisierungsstrategie. Sind unsere Kundinnen und Kunden genügend darauf vorbereitet?

Die Digitalisierung startet im Umgang mit den Mitarbeitenden. Alle sind betroffen, alle müssen sich bewusst sein, was digitale Transformation für das Arbeitsumfeld und die Kundenorientierung bedeutet. Die Schweizer

Bevölkerung ist sich mehrheitlich der Vorteile der Digitalisierung bewusst, dies zeigen unter anderem die Ergebnisse der Studie «Digital-Radar Schweiz – Monitor Bank WIR» der Fachhochschule Nordwestschweiz. Vor allem die Jungen wollen alles so einfach und unkompliziert wie möglich haben. Wir sind digital sehr gut aufgestellt und können diese Bedürfnisse als Bank WIR sowie mit unseren kombinierten Angeboten wie etwa VIAC sehr gut abdecken.



Nach deiner beruflichen Karriere und einem Wirtschaftsstudium in der Türkei hat es dich wieder in die Schweiz gezogen, dieses Mal zur (ehemaligen) Neuen Aargauer Bank und dann zur Aargauischen Kantonalbank. Bei der Bank WIR bist du neu nicht nur für die Firmenkunden, sondern auch für die Privatkunden zuständig. Wie unterscheiden sich diese beiden Anspruchsgruppen?

Ich möchte vielmehr die Gemeinsamkeit von Firmen- und Privatkunden betonen: Es geht darum, die Bedürfnisse zu erkennen und mit passenden Angeboten möglichst umfassend abzudecken.

Bei den Firmenkunden bedeutet dies, das jeweilige Geschäftsmodell zu verstehen und massgeschneiderte Lösungen anzubieten. Genauso bei den Privatkunden: Wir müssen die individuellen finanziellen Umstände und Bedürfnisse ganzheitlich berücksichtigen, um personalisierte Lösungen zu entwickeln.



«Faktoren wie Kultur, Führung und Zusammenarbeit sollen genauso professionell behandelt werden wie Kundenorientierung, Zahlen und Fakten.»

Um diesem Anspruch gerecht zu werden, gilt es, uns organisatorisch weiter zu stärken und insbesondere den Privatkundenbereich gezielt auszubauen.

«Wir stellen unsere Kunden konsequent in den Mittelpunkt.»

Bei der Bank WIR umfasst der Bereich Privat- und Firmenkunden nicht nur die Kundenberatung im Beratungszentrum, in den Filialen sowie beim Grosskunden-Team, sondern auch das Produktmanagement und das Marketing mit Vermarktung, Corporate Communication und den Events. Welche Synergien ergeben sich daraus?

Diese Organisation hat mich sehr motiviert und war mitentscheidend für meinen Wechsel zur Bank WIR. Weder Marketing noch Produktmanagement sind völliges Neuland für mich – bereits bei früheren Arbeitgebern habe ich an Gesamtbankthemen und einschlägigen Projekten mitgewirkt. Durch die Zuständigkeit für die Vertriebsorganisation inklusive Marketing und Produktmanagement haben wir die Möglichkeit, eine klare, gemeinsame Stossrichtung zu definieren und umzusetzen. Unsere Kunden stellen wir dabei konsequent in den Mittelpunkt.

Deine frühere Arbeitgeberin betreut Kundinnen und Kunden aus dem Kanton Aargau. Die Bank WIR ist schweizweit tätig, auch im Tessin und der Romandie. Hilft dir deine Zugehörigkeit zu zwei Kulturen im Umgang mit den unterschiedlichen Mentalitäten in der Schweiz?

Wenn man in zwei Kulturen zu Hause ist, hilft dies bestimmt, andere Mentalitäten zu verstehen und darauf einzugehen. Ich glaube, dass auch ich über ein gutes Mass an Einfühlsamkeit im persönlichen Austausch mit anderen Menschen – egal welcher Herkunft oder kultureller Identität – verfüge.

Inwieweit ergeben die neun Filialen der Bank WIR angesichts der zunehmenden Digitalisierung – Stichwort Self-Onboarding – und rückläufiger Schalterfrequenzen auf den Filialen noch Sinn?

Die Digitalisierung ist Teil unseres Geschäftsmodells und wird auch für die Filialen weiterentwickelt. In unseren Filialen findet das klassische Firmenkundengeschäft und somit unser Kerngeschäft statt. Durch die Marktpräsenz leben wir die Nähe zum Marktgebiet. Mit dem erwähnten Self-Onboarding – nun auch für Firmenkunden – haben wir ausserdem die Chance, einfach und digital eine Firmenkundenbeziehung zu eröffnen.

Persönlich

Melek Ates ist 1975 geboren, verheiratet und Mutter eines 26-jährigen Sohns. Zwei Jahre nach Abschluss ihrer Banklehre mit Berufsmatur bei der Hypothekarbank Lenzburg war sie von 1995 bis 2004 für die türkische Akbank in der Firmenkundenberatung tätig. Nach der Rückkehr in die Schweiz arbeitete sie als Firmenkundenberaterin und Teamleiterin für die Neue Aargauer Bank und ab 2019 als Firmenkunden-Sektorleiterin und stellvertretende Regionenleiterin sowie Leiterin Firmenkunden für die Aargauische Kantonalbank. Seit 1. Oktober 2024 zeichnet sie als Mitglied der Geschäftsleitung für den Bereich Privat- und Firmenkunden der Bank WIR verantwortlich. Diese Funktion übernahm sie von Matthias Pfeifer, der seinerseits am 1. März 2025 Bruno Stiegeler als Vorsitzender der Geschäftsleitung ablöst.

Ihre Ausbildung hat Melek Ates komplementiert durch ein Wirtschaftslizenziat der Anadolu-Universität, einen Master of Advanced Studies (MAS) in Banking&Finance (FHNW Brugg) und einen Executive Master of Business Administration (EMBA) in Digital Transformation der Universität Zürich.

Zu ihren Hobbys zählt Melek Ates Tanzen, Zumba und Kitesurfen.



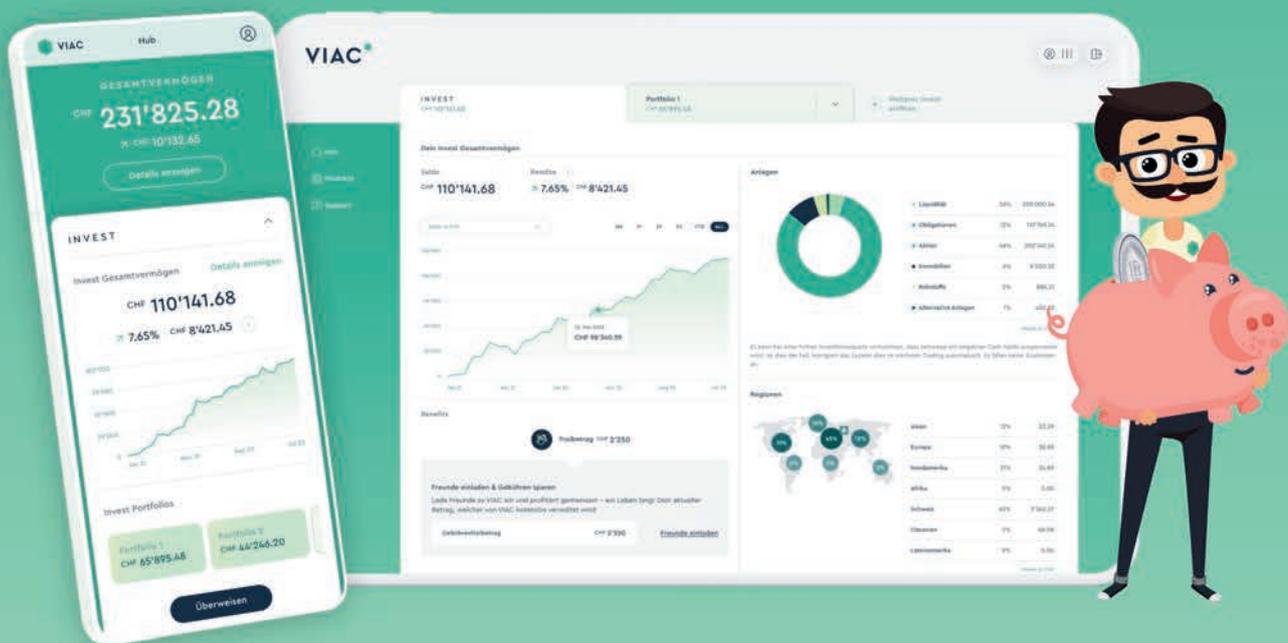
Und zum Schluss noch dies: Du bist die einzige und erste Frau in der fünfköpfigen Geschäftsleitung der Bank WIR. Würdest du dir einen höheren Frauenanteil in diesem Gremium wünschen?

Unabhängig vom Geschlecht erachte ich eine gute Mischung aus unterschiedlichen Perspektiven als klaren Vorteil. Mir ist es wichtig, dass Faktoren wie Kultur, Führung und Zusammenarbeit genauso professionell behandelt werden wie Kundenorientierung, Zahlen und Fakten. Das gelingt in unserem Gremium sehr gut.

● Interview: Daniel Flury

VIAC Invest ^{new}

Der günstigste Fondssparplan der Schweiz!



Jetzt anmelden und von der Launch-Aktion profitieren!

- 💰 0.00% Verwaltungsgebühren bis Ende 2025 danach nur 0.25% pro Jahr
- 🇨🇭 Zusätzlich lebenslanger Gebührenfreibetrag* von CHF 2'000
- 🎁 Sign-up Bonus* von bis zu CHF 100

* für die ersten 25'000 Kunden

VIAC Invest

App downloaden!



Mehr auf www.viac.ch

Neujahrsgross von der Heuwaage

Zum Beginn des neuen Jahres möchte ich Ihnen allen meine besten Wünsche für 2025 übermitteln – Gesundheit, Erfolg und Zufriedenheit sollen Sie in diesem Jahr begleiten.

◀ Wie Sie sicherlich wissen, werde ich das Amt des CEO am 28. Februar 2025 an meinen Nachfolger Matthias Pfeifer übergeben. Entsprechend werde ich am 1. März die Perspektive wechseln und die Geschicke der Bank WIR ausschliesslich als Kunde und Genossenschafter verfolgen.

Mit Stolz blicke ich auf die Jahre zurück, in denen ich Teil dieses dynamischen und innovativen Unternehmens sein durfte. Gemeinsam haben wir ausgezeichnete Produkte und Lösungen entwickelt, die nicht nur unsere Kundschaft begeistern, sondern auch in der Finanzwelt Anerkennung finden. So freue ich mich besonders, dass wir im Ranking der «Handelszeitung» den ersten Platz als Top-Bank für «Sparen und Vorsorgen» bestätigen konnten.

Die Bank WIR hat sich zu einer umfassenden Hausbank entwickelt, die Lösungen in den Bereichen Sparen, Vorsorgen, Anlegen, Zahlen und Finanzieren bietet. Unsere jüngsten Highlights sind das «Bankpaket top» mit der unbestritten besten Debitkarte der Schweiz und die Lancierung von VIAC Invest. In Bezug auf das Geschäftsergebnis für das Gesamtjahr 2024 kann ich jetzt schon ankündigen, dass ich mein Versprechen, das ich Mitte Jahr abgegeben habe, einhalten kann!

Für das Vertrauen, das Sie uns in all den Jahren entgegengebracht haben, danke ich Ihnen von Herzen. Geschäftlich wie privat wünsche ich Ihnen für die Zukunft viel Glück und Erfolg. Mein Nachfolger Matthias Pfeifer und das gesamte Team der Bank WIR werden die Erfolgsgeschichte unseres Unternehmens fortsetzen und weiterhin alles daran setzen, Ihnen als verlässliche Partner zur Seite zu stehen – davon bin ich überzeugt. ▶

Herzliche Grüsse von der Heuwaage

● Bruno Stiegeler, Vorsitzender der Geschäftsleitung





*Kein Durchkommen:
Hannes Eltrich mit einem fertig montierten
Beschlag seiner Marke Safety-Systems.*

Fotos: Foto Frutig

Einbrecher müssen draussen bleiben

Spides GmbH: Safety-Systems Schweiz

Türspione standen am Anfang der Geschäftstätigkeit von Hannes Eltrich und gaben seiner Firma den Namen: Spides, abgeleitet von Spion-Design. Seit 20 Jahren liegt der Schwerpunkt im Einbruchschutz und der Pflege und Weiterentwicklung der eigenen Marke Safety-Systems.

Einbrecher wählen regelmässig den Weg des geringsten Widerstands. Haupteinbruchstellen sind folglich offene oder nur schwach gesicherte Eingangstüren, Fenstertüren und normale Fenster. Herr und Frau Schweizer verhalten sich deshalb mehrheitlich genau richtig: 59% überprüfen beim Verlassen des Hauses oder der Wohnung mehrmals, ob die Eingangstür verriegelt ist – ein Wert, den kein anderes Land in Europa erreicht. Die Umfrage eines Anbieters von Sicherheitstechnologie hat ausserdem gezeigt, dass Schweizer selbst dann, wenn sie zu Hause sind, gewohnheitsmässig prüfen, ob Türen und Fenster geschlossen sind.

Das Problem ist nur: Was nützen verschlossene Türen und geschlossene Fenster, wenn sie innert Sekunden mit einfachstem Gerät aufgebrochen werden können? Hier kommt Hannes Eltrich ins Spiel, und zwar als Spielverderber. Seit 20 Jahren sorgt er mit seinem patentierten System – «Safety-Systems» – dafür, dass Einbrecher an Türschlössern verzweifeln und die Hausbewohner und ihr Hab und Gut sicher sind.

Schliessplanung für KMU

Eine Schliessplanung – damit beantwortet Hannes Eltrich die Frage «wer hat wo Zutritt?» – ist unerlässlich in Mehrfamilienhäusern und in Firmen, wo sie zu effizienten Betriebsabläufen beitragen. Eine Überprüfung der Schliessanlage ist insbesondere dann nötig, wenn es zu Umstrukturierungen im Betrieb oder zu Funktionsstörungen kommt, wenn Sicherheitslücken auftreten oder Neubauten bezogen werden. Eine Schliessplanung reduziert in der Regel die Anzahl Schlüssel und verhindert nicht nur ihr unerlaubtes Kopieren, sondern reduziert auch die Kosten bei einem Schlüsselverlust.

Am Beginn der Schliessplanung steht bei Safety-Systems die Bedarfsabklärung beim Kunden bzw. im Betrieb. Darauf folgt ein Schliessplanvorschlag und – unter Berücksichtigung des Budgets und des anvisierten Sicherheitsniveaus – die Auswahl des Systems (mechanisch, digital), Anpassung der Verriegelungstechnik sowie dessen Installation.

Wie schwer ist es, eine von Ihnen verstärkte Tür aufzubrechen?

Es gibt ein geflügeltes Wort, wonach jede Tür aufgebrochen werden kann. Das ist eine glatte Lüge, welche die Realität nicht abbildet. Deshalb gebe ich hier die Garantie ab, dass eine von mir verstärkte Tür in verschlosse-



Die Beschläge sind in verschiedenen Ausführungen erhältlich – auch vergoldet!

nem Zustand für einen Einbrecher unüberwindbar ist. Das ist so seit der ersten Installation eines Safety-Systems-Türbeschlags vor 20 Jahren und wird auch so bleiben.

Was beinhaltet eine Türsicherung konkret?

Herzstück ist die massive Panzergarnitur, die durchgehend von innen verschraubt ist. Zu einer effizienten Sicherung gehört die Verstärkung von schwachen Metallzargen und die wirksame Verankerung der Schliesspunkte im Mauerwerk mit Ausreisslasten von bis zu 2 Tonnen für die Verankerungen. Je nach Mauerwerk verwenden wir optimierte Schwerlastankersysteme mit Ausreisswiderständen von 300 bis 500 kg pro Schraube.

Allgemein gilt auch: je mehr Schliesspunkte, desto grösser die Sicherheit. Wir bieten Mehrpunkteschlösser mit bis zu 12 Schliesspunkten an.

Im Gegensatz dazu sind Billigbeschläge schon nur mit einem Schraubenzieher verbiegbare, und die Zylinder lassen sich einfach abdrehen. Man darf sich nicht blenden lassen: Durch tiefgezogenes Blech sieht diese Billigware zwar massiv aus, es handelt sich aber um nichts anderes als um filigrane «Barbie-Beschläge» ...



Ein robuster Beschlag ist das eine, das andere ist die feste Verankerung des Schliesspunkts im Mauerwerk: Hannes Eltrich mit Mitarbeiter Erich Gerber, einem pensionierten Polizisten.

Fenster sind schwieriger zu sichern als Türen. Was empfehlen Sie?

Zur Sicherung von Fenstern kommt beispielsweise ein Stangenverschluss infrage. Sinnvoll ist es auch, Fensterflügel, die nie geöffnet werden, zu verschrauben. Allgemein empfehle ich zusätzliche Schliesspunkte – also Zusatzschlösser, Verankerungen – und Verstärkungen. Das können auch Vergitterungen sein. Dazu gehören Lichtschachtsicherungen. Sie sind ein effizientes Mittel, um das Eindringen über Kellerräume zu verhindern.

Fenster können auch eingeschlagen werden ...

Das ist weniger beliebt, weil Einbrecher Lärm und wegen der Verletzungsgefahr – und dem damit verbundenen Hinterlassen von DNA-Spuren – auch Scherben vermeiden wollen.

Eine Empfehlung der Polizei lautet, die Nachbarn auf ungewöhnliche Aktivitäten rund ums Haus zu sensibilisieren, vor allem, wenn man selbst abwesend ist.

Dieses Vorgehen ist sinnvoll, nur funktioniert das nicht zuverlässig. Ich spreche hier aus Erfahrung: Wenn ich beispielsweise an der Wohnungstür eines Mehrfamilienhauses am Montieren bin, was mit Bohrlärm verbunden ist, fragen die Nachbarn im Schnitt erst nach 30 Minuten, was ich hier treibe. Es sollten aber 30 Sekunden sein! Dies auch deshalb, weil Einbrecher unter Stress stehen und im Schnitt nur während etwa einer Minute am Aufhebeln sind. Werden sie in diesem Zeitfenster ertappt, ergreifen sie die Flucht. Beim Einfamilienhaus ist die mögliche Aufbruchzeit länger und das Ertapptwerden oft durch Dunkelheit oder schlechtere Einsicht von aussen reduziert.

Sie stehen täglich in Kontakt mit Besitzern von Liegenschaften und könnten auch Bewegungsmelder oder Alarmanlagen verkaufen und installieren. Besteht die Absicht, die Geschäftstätigkeit auszubauen?

Nein, die Bedürfnisse von Liegenschaftsbesitzern sind sehr unterschiedlich, und ich decke einfach eines davon ab. Alarmanlagen zum Beispiel sind als Ergänzung in vielen Fällen natürlich sehr sinnvoll, und meine Geschäftsräumlichkeiten sind ebenfalls entsprechend gesichert – schliesslich muss ich Kundenwerte schützen.

Anbieter gibt es auf dem Gebiet der Alarmanlagen schon genug, und ich müsste mich erst in die einschlägige Fernmeldetechnik einarbeiten. Ich ziehe es vor, diesen ständigen Bildungsaufwand in die Schliesstechnik zu investieren und in die eigenen Entwicklungen einzubringen.

Sind Ihre Kunden mehrheitlich «gebrannte Kinder», also Menschen, die gerade einen Einbruch verarbeiten mussten?

Die Motivation, zu mir zu kommen, kann sehr unterschiedlich sein, eine besonders stark vertretene Gruppe

kann ich nicht benennen. Aber eine vorbeugende Sicherung von möglichen Einstiegspunkten ist sehr empfehlenswert. Sie kommt häufig dann vor, wenn ein Generationenwechsel eintritt oder wenn das Sicherheitsbedürfnis steigt, etwa nach der Pensionierung und damit verbundenen längeren Ferienabwesenheiten, bei Stabswechseln in Betrieben, bei Neubelegung von Gebäuden oder Renovierungen.

Geschieht ein Einbruch, sind wir häufig schon unmittelbar nach dem Ereignis vor Ort, also im Rahmen der Erstintervention durch die Polizei, um ein Provisorium zu erstellen. Darauf kann dann eine Beratung folgen, die zu

«Was braucht der Kunde?»

Diese Frage steht bei Hannes Eltrich im Zentrum, seit nach einer Lehre als Gemüsegeärtner und anschliessender Tätigkeit im Sämereienhandel sein Wunsch nach Selbstständigkeit vor rund 30 Jahren in Erfüllung ging. «Anfänglich hausierte ich sieben Jahre lang mit Türspionen, die sich als ausgezeichnetes Einstiegsprodukt für noch mehr Beratung in Sicherheitsfragen entpuppten», so Eltrich. Deshalb ging es nicht lange, und Eltrich montierte neben Türspionen auch Türketten oder Rosetten über vorstehende Zylinder. In den letzten 20 Jahren lag ein Schwerpunkt bei Schliessanlagen. Um die Kundenbedürfnisse zu befriedigen, entwickelte Eltrich den patentierten Beschlag und liess die Marke Safety-Systems schützen. Eine immer älter werdende Gesellschaft benötigt auch Heimsicherheit wie Geländer, Handgriffe oder Schlüsseltresore für die Spitex und den Mahlzeitendienst.

Das Seeland erwies sich für Eltrich als Glücksfall, denn die dort verankerte Uhrenindustrie hält Zulieferbetriebe am Leben, die hochpräzise – «auf den Hundertstelmillimeter genau» – eine grosse Anzahl von Spezialwünschen erfüllen können. «Ich muss nicht weltweit suchen: 95% der Bestandteile, Verarbeitungen, Komponenten für Eigenprodukte sowie des ergänzenden Handelssortiments beziehe ich von rund 100 einheimischen Lieferanten. Viele davon sind nicht weiter als eine Stunde entfernt, und alle sind kleine oder mittelgrosse Betriebe, die härten, beschichten, fräsen, drehen etc.», freut sich Eltrich. Einziger Wermutstropfen: Lieferanten mit WIR-Annahme sind dünn gesät. «Meine WIR-Einnahmen kann jedoch problemlos einsetzen, und zwar für fast alle Marketingausgaben und für Aufwendungen im Liegenschaftsunterhalt, bei Renovationen sowie im Privatbereich.»

Robust schreckt ab

Gemäss Bundesamt für Statistik wurde 2023 schweizweit fast 41500 Mal eingebrochen, das sind durchschnittlich 114 Fälle pro Tag.

Die Schweizerische Kriminalprävention (skppsc.ch > Fokus Einbruch) erinnert daran, dass Einbrecher die Konfrontation mit Hausbewohnern scheuen und Abwesenheiten ausnützen. Ebenso wenig sind sie auf Risiko und Widerstand aus. Sie kundschaften deshalb Objekte aus, die offensichtlich zu wenig gesichert sind. Kellerfenster, Zugangsbereiche im Untergeschoss und (Terrassen-)Türen sind die beliebtesten Einstiegspunkte. Bleibt der Erfolg nach wenigen Minuten aus, gehen sie lieber ein Haus weiter als aufzufallen. Einbrecher verhalten sich unauffällig und tragen kein sperriges Werkzeug mit sich. Was einem Schraubenzieher oder kleinen Stemmeisen Widerstand bietet, wird eher in Ruhe gelassen. Auf der sicheren Seite ist deshalb, wer Fenster und Türen mit robusten Schlössern und Beschlägen gesichert hat – z. B. von Safety-Systems!

Die Kriminalprävention empfiehlt weiter, eine gute Nachbarschaft zu pflegen, bei Abwesenheit eine Anwesenheit vorzutäuschen (Lichtquellen mit Zeitschaltuhr, Anwesenheitssimulator), Bewegungsmelder und Alarmanlagen zu installieren und sich von der Polizei beraten zu lassen. Die Kriminalprävention führt für jeden Kanton die entsprechenden Anlaufstellen auf: skppsc.ch > Kontakt zur Polizei; skppsc.ch > Contact police; skppsc.ch > contatto con la polizia.

Hier sehen Sie die Einbruchshäufigkeit an jedem Ort in der Schweiz: standortcheck.mobiliar.ch

einem Auftrag führt. Menschen, die schon mehrere Einbrüche erlebt haben, sind oft auch traumatisiert oder glauben gar nicht mehr daran, dass Schutzmassnahmen durch Verstärkungen nützlich sind – ein Fehlschluss!

Einbruchschutz ist sicher das Hauptmotiv Ihrer Kunden. Sind auch Design und Ästhetik ein Anliegen?

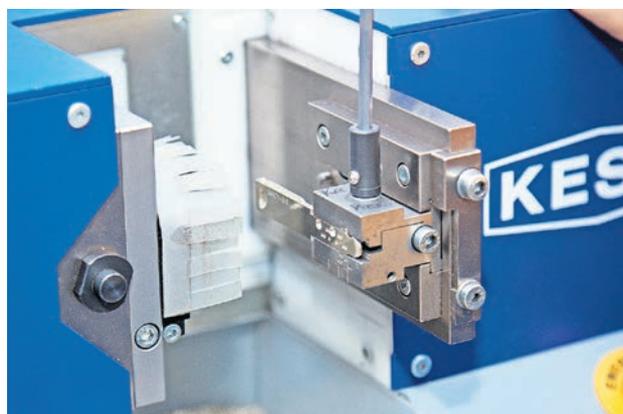
Das kann regional variieren. In der Deutschschweiz hat man es gerne so unscheinbar wie möglich und gibt sich mit der Grundausführung – unbehandelter Chromstahl – zufrieden. Immer beliebter ist ein mattes Schwarz. Die vergoldete Version montiere ich vorwiegend in der Romandie und im Tessin.



Hannes Eltrich zeigt an der Mustertür auf die Bandsicherung, die Teil einer Nachrüstung sein kann.



Mitarbeiterin Jacqueline Steiner füllt gemäss Schliessplan einen Zylinder mit Stiften ab



Ein Programm steuert die Fräsnadel und sagt ihr, wo sie wie tief in den Schlüsselrohling fräsen muss – auf den Hundertstelmillimeter genau.

In welcher Grössenordnung bewegen sich die Kosten für eine Türnachrüstung?

Eine sinnvolle mechanische Nachrüstung kommt auf 800 bis 3000 CHF zu stehen. Sinnvoll deshalb, weil das Verhältnis von Schutzwirkung zu Aufwand stimmen muss. Auch Gratistipps sind übrigens Teil meiner Beratungspalette.

Zu einem sicheren Beschlag gehört ein sicheres Schloss...

Unsere Schlüssel sind auf den Hundertstelmillimeter präzisionsgefräst und unkopierbar. Letzteres gilt insbesondere auch für unsere magnetcodierten Schlüssel. Für beson-



Erich Gerber mit Schlüsseltresoren, die stark nachgefragt werden.

ders robuste Anwendungen haben wir federlose Zylinder im Angebot. Besteht ein Schliessplan, gravieren wir z.B. eine Schlüsselnummer ein, damit der Schlüsselverwalter oder Eigentümer die Übersicht hat. Basis für einen funktions-sicheren Schliesszylinder ist die an die Bedarfs- respektive Türsituation angepasste und korrekt installierte Verriegelungstechnik, ergänzt durch Bandsicherungen.

Wie pflegt man Schlösser und Schlüssel richtig?

Fett von Einsteckschlössern kann mit der Zeit verharzen und zu Blockaden führen, Verschleiss kann zunehmend die Funktion und Sicherheit reduzieren. Nicht in jedem Fall ist Ersatz angebracht, das identische Schlossmodell gibt es nach X Jahren nirgends mehr. Regelmässige Schliessenanlagenwartung gehört deshalb zum Gebäude wie der Autoservice. Auf der sicheren Seite ist man mit einem Wartungsvertrag.

● Interview: Daniel Flury

Tatort-App

Das Sichern von Fingerabdrücken z.B. nach einem Einbruch ist anspruchsvoll und erfordert neben kriminaltechnischer Ausbildung eine umfangreiche Ausrüstung: Stativ, Fotokamera, Objektiv, Taschenlampe, Massstab, Fingerabdruckpulver, Pinsel, Gelatinefolie und Klebefilm. Dank zweier Absolventen der Hochschule Luzern geht es künftig einfacher. Jordan Suter und Josip Corkovic haben in Zusammenarbeit mit dem Forensischen Institut Zürich FOR die Spurensicherungs-Foto-App SPUFO entwickelt, die nur noch ein Smartphone voraussetzt. Dominik Hänni, Leiter Informatik und Digitalisierung des FOR: «SPUFO ist simpel. Es braucht kein Vorwissen, jede Polizistin, jeder Polizist erfasst innerhalb kürzester Zeit intuitiv, wie die App funktioniert. Das spart Zeit.» Im Kanton Zürich ist die App bereits täglich im Einsatz, und die beiden Entwickler überlegen sich, ihr Produkt zu kommerzialisieren und weiter auszubauen. Es ist beispielsweise denkbar, dass SPUFO künftig auch Schuhabdrücke oder Werkzeugspuren erfassen kann.



hub.hslu.ch/informatik/neue-tatort-app-sichert-fingerabdrucke-fuer-die-polizei/

Wünsche für das WIR-System

2024 war kein leichtes Jahr für das WIR-System. Die Wirtschaftslandschaft hat sich verändert, das Zinsniveau bleibt weiterhin niedrig, und die Auftragsbücher vieler Unternehmen sind so voll wie nie zuvor, während der Fachkräftemangel eine ständige Herausforderung darstellt. Das ist keine gute Ausgangslage für WIR. Die Umsätze sinken, und es scheint, als würde der Zusammenhalt unter den KMU zunehmend verblasen.

Gerade jetzt sind Werte wie Solidarität und Zusammenhalt besonders wichtig. Das WIR-Netzwerk steht seit 90 Jahren für die Stärke und Resilienz von KMU. Als WIR 1934 gegründet wurde, ging es darum, den KMU die Möglichkeit zu geben, gemeinsam stark zu sein und sich gegenseitig in schwierigen Zeiten zu unterstützen. Dieser Gedanke ist aktueller denn je, angesichts der Herausforderungen durch günstigere Anbieter im grenznahen Ausland, Grossunternehmen und zunehmend Billiganbieter wie Temu und Aliexpress.

Wünsche für das WIR-System im neuen Jahr

Der Beginn eines neuen Jahres ist auch immer Zeit für Wünsche und gute Vorsätze. Ich wünsche mir, dass der ursprüngliche Geist des WIR wiederbelebt und der Fokus verstärkt auf gegenseitige Unterstützung gelegt wird – so wie damals, als sich die Mitglieder gegenseitig Geschäfte zugespielt haben, die dann auch wieder durch Gegengeschäfte erwidert wurden. Gegengeschäfte sind keine Illusion – sie sind das Herzstück des Netzwerks, und es liegt an den Teilnehmern, sie aktiv zu fördern.

Ein weiterer Wunsch ist, dass die WIR-Teilnehmer den Wert der WIR-Geschäfte bewusster in den Vordergrund stellen. WIR ist mehr als eine Währung, die man akzeptiert, wenn es nicht anders geht – es ist ein Zeichen der Solidarität gegenüber den anderen Mitgliedern im Netzwerk. Wer mit WIR zahlt, denkt langfristig, sorgt für ge-

genseitige Bindung und hält das Netzwerk lebendig. Es sollte wieder ein Grund zum Stolz sein, Teil dieses einzigartigen Systems zu sein.

Wie schön wäre es, wenn alle Teilnehmer mit vollem Engagement zum WIR stehen würden und ihre Solidarität durch einen ansprechenden Annahmesatz im WIRmarket sichtbar machen könnten. Ein hoher Annahmesatz zeigt nicht nur die Unterstützung innerhalb des Netzwerks, sondern trägt auch dazu bei, das Vertrauen und die Zusammenarbeit unter den Teilnehmern zu stärken. Dadurch wird das Netzwerk insgesamt lebendiger und erfolgreicher.

Schliesslich könnten die WIR-Teilnehmer den Vorsatz fassen, die neuen Wege zu nutzen, die das WIR-System im Angebot hat und stärkt. Digitale Lösungen wie WIRpay und der WIRmarket bieten viele Möglichkeiten, Geschäfte effizienter und sichtbarer zu machen. Diese Tools sollten aktiv genutzt werden, um sich gegen Grossunternehmen und internationale Anbieter zu behaupten – genau dafür sind sie gemacht.

Ein Blick in die Zukunft

Der Jahresauftakt bietet die Gelegenheit, darüber nachzudenken, was es heisst, Teil eines starken KMU-Netzwerks zu sein. Gemeinsam den Zusammenhalt zu stär-



Nutzen Sie das WIR-System und machen Sie mehr aus dem neuen Jahr!

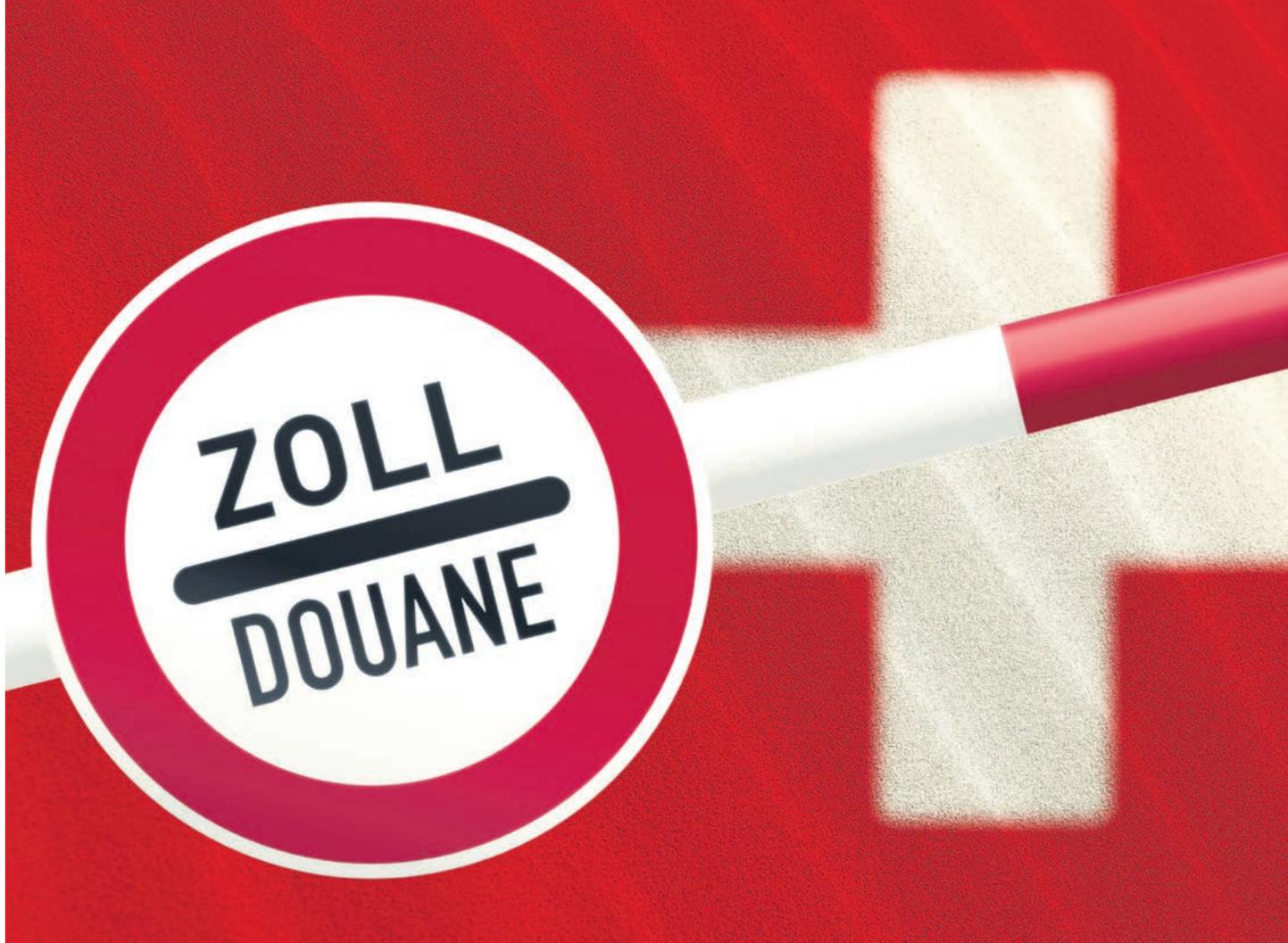
Foto: Getty Images

ken, sollte unser Ziel sein, damit WIR wieder zu dem wird, was es sein sollte: ein Symbol für gegenseitige Stärke, Loyalität und Erfolg.

Eine Möglichkeit, dies zu leben, ist die Teilnahme an der WIR-Expo am 21. und 22. November 2025 – sei es als Aussteller oder als Besucher. Die Expo bietet eine hervorragende Gelegenheit, sich zu vernetzen, Ideen auszutauschen und das gemeinsame Engagement für das WIR-System zu stärken. Und natürlich geht es auch darum, aktiv gemeinsam Geschäfte zu machen und erfolgreich zu sein.

Leider gehen nicht immer alle Wünsche und Vorsätze in Erfüllung, aber jeder Schritt in die richtige Richtung stärkt unser Netzwerk und bringt uns dem gemeinsamen Ziel näher.

● *Claudio Gisler, Leiter WIR-Beratung und Netzwerk*



Jährlich geben Schweizer Konsumenten über 8,5 Milliarden Franken für Einkäufe im Ausland aus.

Einschränkung des Einkaufstourismus: **Chancen für KMU in der Schweiz**

Ab Januar 2025 senkt der Bund die Wertfreigrenze für private Einkäufe im Ausland von 300 auf 150 Franken. Diese Massnahme trifft besonders Haushalte mit begrenztem Einkommen, Familien und Rentner, die regelmässig ennet der Grenze einkaufen.

Ab Januar 2025 senkt der Bund die Wertfreigrenze für private Einkäufe im Ausland von 300 auf 150 Franken. Diese Massnahme trifft besonders Haushalte mit begrenztem Einkommen, Familien und Rentner, die regelmässig ennet der Grenze einkaufen, um von tieferen Preisen und der Mehrwertsteuerrückerstattung zu profitieren. Jährlich geben Schweizer Konsumenten über 8,5 Milliarden Franken

für Einkäufe im Ausland aus. Für diese Konsumentinnen und Konsumenten bedeutet die Senkung der Wertfreigrenze eine Einschränkung ihrer bisherigen Einkaufsmöglichkeiten und eine deutliche Erhöhung der Lebenskosten. Gleichzeitig bietet diese Entwicklung eine grosse Chance für die lokalen KMU in der Schweiz.



Illustration: Getty Images

Auswirkungen auf KMU – Eine Chance zur Stärkung der lokalen Wirtschaft

Für KMU in der Schweiz ist die neue Regelung eine willkommene Entlastung. Seit Jahren leiden Schweizer Detailhändler unter dem Einkaufstourismus, da die günstigeren Preise im Ausland für sie ein Wettbewerbsnachteil sind. Mit der Senkung der Freigrenze werden Auslandseinkäufe unattraktiver. Viele Konsumentinnen und Konsumenten werden sich vermehrt überlegen, ob es sich noch lohnt, im benachbarten Ausland einzukaufen, und sich stattdessen nach Anbietern in der Schweiz umsehen.

KMU sollten diese Chance nutzen, um wieder eine treue Kundschaft aufzubauen – mit einem klaren Fokus auf Qualität, persönlichen Beziehungen, regionaler Verbundenheit und cleveren Preismodellen.

Alternative Strategien gegen ausländische Konkurrenz

Um langfristig konkurrenzfähig zu bleiben, müssen KMU jedoch mehr tun, als nur auf eine staatliche Regelung zu hoffen. Hier einige Strategien, um der Konkurrenz aus dem Ausland entgegenzutreten:

1. Fokus auf Regionalität und Nachhaltigkeit: Schweizer Produkte können durch eine klare Betonung von Regionalität und Nachhaltigkeit punkten. Viele Konsumentinnen und Konsumenten sind bereit, für qualitativ hochwertige und umweltfreundliche Produkte mehr zu zahlen – insbesondere dann, wenn diese die lokale Wertschöpfung unterstützen.

2. Kundenerlebnis verbessern: KMU sollten die Nähe zu ihren Kundinnen und Kunden als Vorteil nutzen. Persönliche Beratung, ein hoher Service-Level und das Schaffen einer emotionalen Bindung durch besondere Einkaufserlebnisse können oft über den Preis hinaus die Kaufentscheidung beeinflussen.

3. Digitale Präsenz ausbauen: Auch wenn der Einkauf vor Ort ein starkes Element ist, sollten KMU in der Schweiz nicht auf die Möglichkeiten des E-Commerce verzichten. Eine verstärkte Onlinepräsenz kann nicht nur für lokale Kundschaft interessant sein, sondern auch neue Märkte erschliessen.

4. Kollaboration und Kooperation: Gemeinsame Vermarktungsinitiativen oder Kooperationen zwischen KMU, zum Beispiel durch Gemeinschaftsaktionen oder den Aufbau von Netzwerken, können helfen, die Sichtbarkeit und Attraktivität zu erhöhen.

5. WIR als Erfolgsrezept gegen Einkaufstourismus

Viele KMU kennen bereits ein weiteres Erfolgsrezept: die Arbeit mit **WIR**. Die Bank WIR hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Bedürfnisse von KMU konsequent in den Mittelpunkt zu stellen. Durch die Nutzung von WIR können Schweizer KMU sicherstellen, dass die Wertschöpfung innerhalb der Schweiz – und sogar innerhalb des Netzwerks – bleibt.

Das WIR-System ermöglicht einen Kreislauf der Wertschöpfung, bei dem das Geld innerhalb des Netzwerks bleibt. Wenn ein Unternehmen WIR einnimmt, muss es dieses Geld wiederum im Netzwerk ausgeben, was zur Stabilität und Stärke des Netzwerks beiträgt.

Die Unternehmen verbessern so nicht nur ihre Resilienz, indem sie auf ein gefestigtes Netzwerk bauen, sondern behaupten sich auch gegen die Billigkonkurrenz aus dem Ausland. Denn bei WIR können nur Schweizer KMU und deren Angestellte mitmachen. Da das eingenommene WIR nicht in Schweizer Franken getauscht werden kann, wird es gezielt wieder bei anderen Schweizer Unternehmen ausgegeben.

Fazit

Die neuen Regelungen zur Einschränkung des Einkaufstourismus bieten für KMU in der Schweiz eine wertvolle Gelegenheit, ihre lokale Kundenbasis zu stärken. Doch damit dies gelingt, müssen KMU aktiv werden und alternative Strategien entwickeln, um ihre Wettbewerbsfähigkeit langfristig zu sichern. Die Arbeit mit dem WIR-System, der Fokus auf Regionalität und Nachhaltigkeit, eine starke Kundenbindung sowie eine digitale Transformation können dabei helfen, die Wertschöpfung in der Schweiz zu halten und der ausländischen Billigkonkurrenz entgegenzutreten. Jetzt gilt es, diese Chancen zu nutzen und die lokale Wirtschaft nachhaltig zu stärken.

● Claudio Gisler, Leiter WIR-Beratung und Netzwerk

Artgrade your business!

Raffinierter Markteintritt und Wettbewerbsstärke

Jana Lucas im Fokus



«Artgrade your business!» heisst die Kolumne von Jana Lucas. Darin zeigt die promovierte Kunsthistorikerin, wie bildende Kunst als Ressource speziell für die Wirtschaft dienen kann. Denn wer unternehmerisch gestaltet, profitiert von künstlerischen Arbeitsweisen, so die These von

Jana Lucas. Innovationen kann nur entwickeln, wer neu denkt und eigene Positionen einnimmt. Künstlerinnen und Künstler bieten dafür Vorbilder. Die Kolumne nutzt Kunst daher als Trainingsgelände für unternehmerisches Handeln und bietet viele praktische Beispiele, um grundlegende Entscheidungen aus einer neuen Perspektive zu reflektieren, die eigenen Vorstellungen herauszufordern, den Fokus zu schärfen und konkrete Schritte für die gezielte Umsetzung abzuleiten.

In ihrem kunstbasierten Consulting mit Schwerpunkt Innovations- und Strategieentwicklung verbindet Jana Lucas unter dem Motto «Von der Kunst lernen» ihre jahrelange Erfahrung im Marketing mit Fragestellungen zu künstlerischen Gestaltungsprinzipien. Dabei spannt sie den Bogen zwischen Kreativität, Innovation sowie Wahrnehmung in der Kunst zu deren Bedeutung für Unternehmen. Darüber hinaus arbeitet Jana Lucas Unternehmens- sowie Privatsammlungen kunsthistorisch auf und erschliesst so deren Mehrwert für Unternehmen. Als Autorin veröffentlichte sie 2021 das erfolgreiche Sachbuch «Die geheimen Pionierinnen der Wirtschaft – Aussergewöhnliche Frauen, die unsere Wirtschaftswelt nachhaltig geprägt haben». 2023 erschien ihr neuestes Buch: «Kleine Basler Kunstgeschichte».

janalucas.ch

*Wie die Geschäftsfrau,
Netzwerkerin und Malerin
Angelika Kauffmann (1741–1807)
den europäischen Kunstmarkt
eroberte.*

Die Biografie von Angelika Kauffmann liest sich, als hätte die Künstlerin einen Businessplan Schritt für Schritt umgesetzt: Die bekannteste europäische Malerin des 18. Jahrhunderts hatte sich zu einem internationalen Star entwickelt und verstand es, ihr Können in Kapital zu verwandeln. 1741 in Chur geboren, erhielt Kauffmann früh Zeichenunterricht von ihrem Vater, dem Maler Johann Joseph Kauffmann, der ihr aussergewöhnliches Talent erkannte und förderte. Als junges Mädchen wurde sie an den Höfen der Lombardei und des Bodenseeraums als Wunderkind gefeiert. Später perfektionierte sie ihre Fähigkeiten, indem sie Werke der Alten Meister in Sammlungen wie den Uffizien kopierte. Das war für Frauen ungewöhnlich, galt aber als Ausbildungsschritt für männliche Künstler.

Markterschliessung durch Aufträge von Prominenten

Angelika Kauffmann umgab sich früh mit Prominenten, insbesondere mit Grand-Tour-Reisenden und Gelehrten in Italien. Die Grand Tour war eine Bildungsreise für Adelige und wohlhabende Bürger durch Europa, vor allem Italien. Ihre ersten bedeutenden Porträtaufträge erhielt die Künstlerin, als sie 1763/64 in Neapel weilte, um die Gemälde der Galleria di Capodimonte, der königlichen Kunstsammlung, zu studieren. Dort porträtierte sie den damals bekanntesten britischen Schauspieler David Garrick (1716–1779). Einmalig fängt sie den berühmten Mimen in einer ungewöhnlichen Pose rittlings auf einem Stuhl sitzend ein (Foto S. 25): Er schaut die Betrachter an, als wolle er einen Blick auf die wahre Person hinter seinen Rollen zulassen. Viele bewunderten das Gemälde. Der Neffe des Schweizer Malers Johann Hein-

rich Füssli vermeldete 1764 seinem Vater nach Zürich: «[...] ihre Portraits sind von einer Wahrheit, Ausdruck und Zeichnung, dass sie alle itzigen welschen Bildnissen Mahler weit weit übertrifft. Ich erinnere mich kein schöneres Portrait gesehen zu haben, als das von dem Schauspieler Garrick (der itz in Neapel ist) von ihrer Hand!»

Von Neapel nach London: Strategische Standortwahl

Durch ihre zahlreichen Kontakte mit englischen Reisenden erkannte Kauffmann, dass in England lukrative Marktchancen für sie existierten. So stellte sie das Porträt des prominenten Garrick 1765 in London aus, wo es als eine Art Visitenkarte vor ihrer Ankunft in England diente. Auch lernte sie in Italien bereits Englisch. Schliesslich siedelte sich die Malerin im Jahr 1766 mit ihrem ersten festen Unternehmenssitz in London an. Dort porträtierte sie bald die Schwester des englischen Königs Georg III, Prinzessin Augusta, mit deren Sohn Karl Georg August. Nach diesem Referenzauftrag öffneten sich Kauffmann alle Türen.

Ein neue Produkterfindung

In London erweiterte die Künstlerin ihr Angebot. Neben Porträts begann Kauffmann Historienbilder zu malen, das heisst, mythologische, allegorische oder literarische Szenen. Das Besondere war, dass Kauffmann auch ihre Modelle in diese Fantasiewelten transferierte und auf diese Weise ganz neue Porträtformen kreierte. So stellte sie etwa die «Kinder von Lord Plymouth als Amor und Psyche» (1795) als mythologisches Porträt dar (Foto S. 26). Darauf sind die beiden Geschwister nicht in einem Interieur des 18. Jahrhunderts, sondern als Amor und Psyche in lebensgrossen Ganzfiguren in einer Landschaft zu sehen. Kauffmann verzichte zugunsten des Porträts darauf, eine erotische Szene aus der spätantiken Erzählung um den Liebesgott Amor und die sterbliche Königstochter Psyche darzustellen, sondern sie lässt die Kinder nebeneinander stehend sich den Betrachtenden zuwenden.

Neue Zielgruppen

Ab Ende der 1760er-Jahre begann Angelika Kauffmann, ihre Gemälde durch Druckgrafik zu verbreiten und skalierte so in gewisser Weise ihre Produkte. Während es ihre Gemälde nur einmal gab, wurden Stiche in Auflagen von etwa 200 Exemplaren oder mehr hergestellt. Von keiner anderen Künstlerin und keinem anderen Künstler ihrer Zeit wurden so viele Druckgrafiken nach Gemälden angefertigt wie von Angelika Kauffmann. Stecher und Verleger erwarben Kauffmanns Gemälde und erhielten damit das Reproduktionsrecht. Allein zwischen 1774 und 1780 wurden etwa 80 Punktierstiche nach Kauffmanns Gemälden herausgegeben, was ihre Bekanntheit in Europa und den USA erheblich steigerte. Zudem fand Kauffmann in Grafikhändlern eine zuverlässige Käufer-



In Neapel porträtierte Angelika Kauffmann den Schauspieler David Garrick. Dessen internationaler Ruhm färbte auf die Künstlerin ab.

Angelika Kauffmann: Porträt David Garrick, Öl auf Leinwand, 83,8 cm × 69,2 cm, Burghley Collection, Stamford.

Foto: alamy.com

gruppe, die bis zu ihrem Tod regelmässig Werke von ihr erwarb.

Frühe Merchandise-Artikel

Gemeinhin gilt eine um 1930 entstandene Mickey-Mouse-Schreibtafel als eines der ersten Merchandise-Artikel. Spätestens jedoch mit Star-Wars-T-Shirts, -Spielkarten und -Lichtschwertern, die dem Regisseur Georg Lucas mehr Lizenzeinnahmen als die Kinofilme einbrachten, weiss man, welches Potenzial in der Vermarktung von Fanartikeln liegt. Doch dieser Vermarktungskreislauf begann lange vor Mickey Mouse, Darth Vader und Luke Skywalker. Schon Ende der 1770er-Jahre nutzten Kunsthandwerker in ganz Europa Angelika



Eine Synthese aus Historienmalerei und Porträtbildnis als neues Produkt:

Angelika Kauffman: *Die Kinder von Lord Plymouth als Amor und Psyche*, Öl auf Leinwand, 139 × 110 cm, Bündner Kunstmuseum Chur, Chur.

Kauffmanns Bildmotive auf eine neuartige Weise. So verkaufte 1778 die englische Porzellanmanufaktur Derby Porzellanfiguren nach einer Druckgrafik von Kauffmann. Auch eine Manufaktur in Zürich griff diese Darstellung auf. Die Wiener Porzellanmanufaktur brachte Kaffee- und Tee-Services, Prunkvasen sowie Bildteller mit Kauffmann-Motiven auf den Markt. In Deutschland und der Schweiz entstanden Produkte wie Lackdosen, Tische oder Tablett mit Kauffmann-Dekor. Die Kauffmann-Bildwelten schmückten in ganz Europa Kamin- simse und Vitrinen. Selbst nach ihrem Tod blieb die Nachfrage ungebrochen, da ihre Werke Identifikation mit einer bestimmten Kultur ermöglichten. Angelika Kauffmanns internationale Bekanntheit stieg durch diesen Trend enorm, allerdings profitierte sie ökonomisch kaum davon, da die Kunsthandwerker von grafischen Vorlagen arbeiteten und diese provisionsfrei nutzten.

Die Preisgestaltung der Malerin

Als Angelika Kauffmann London nach 15 Jahren verlässt, besitzt sie ein Vermögen von 14000 Pfund, was heute einem Wert von über 1,2 Millionen Pfund entspricht. Im Jahr 1782 zieht sie nach Rom und eröffnet ein Atelier, das sich zu einem der bekanntesten Ateliers und Treffpunkte der Stadt entwickelt. Im Atelier legte Kauffmann eine Preisliste aus, aus der Kundinnen und Kunden Bilder nach Grösse, Motiven und Aufwand auswählen konnten. Ihre Geschäftsbedingungen sahen vor, dass die porträtierte Person die Hälfte des Preises nach der ersten Sitzung und die andere Hälfte nach Fertigstellung zahlte. Diese Preisliste vereinfachte den Kaufprozess durch feste Preise und Standardmasse. Die Preise waren so kalkuliert, dass die konzeptionelle Arbeit, also die Entwicklung der Bildidee, darin bereits enthalten war. Im Vergleich zu ihrer Zeit in London hatte Kauffmann ihre Preise deutlich angehoben.

Effiziente Atelierorganisation mit rationalisierten Arbeitsprozessen

Aufgrund der hohen Auftragslage benötigte die Künstlerin in London und Rom einen straff organisierten Atelierbetrieb mit rationalisierten Arbeitsprozessen. Sie arbeitete mit standardisierten Bildformaten und malte ohne längere Entwurfsphasen direkt mit dem Pinsel auf der Leinwand. In der Regel benötigte sie zwei bis drei Sitzungen von jeweils drei Stunden, um ein Gesicht anzulegen, während sie den Körper der porträtierten Person von einem Ersatzmodell abmalte. Bis zu drei Personen kamen täglich für Porträtsitzungen. Zudem nutzte Kauffmann gemäss der Kunsthistorikerin Bettina Baumgärtel Produkte mehrfach, indem sie Zwischenschritte zur Porträtvorbereitung, die normalerweise als Ausschussprodukte galten, überarbeitete. So verwandelte sie beispielsweise Skizzen in eigenständige Kunstwerke und aus Vorstudien zu Gruppenbildnissen entstanden Einzelbildnisse.

«The whole world is angelicamad»

Kauffmann betrachtete ihre Kunst als Unternehmung, indem sie ökonomisch «produzierte», kundenorientierte Motive auswählte und in verschiedenen Medien arbeitete. Sie erweiterte kontinuierlich ihre Produktpalette. Erstaunlicherweise entstanden nach den Werken von Kauffmann Kunsthandwerksobjekte. Diese Kommerzialisierung ihrer Kunst durch Merchandise-Artikel hatte zuvor bisher keine Künstlerin und kein Künstler erreicht. «Ein Kupferstecher hier, der fast nichts als ihre Gemähde sticht, sagte mir einmahl, the whole world is angelicamad,» schrieb 1781 der dänische Botschafter Graf Schönborn. Doch treffender wäre es zu sagen, Angelika Kauffmann hat es durch strategisches Vorgehen und mit einem immensen Arbeitspensum geschafft, dass die Welt verrückt nach ihr wurde.

Zum Jahresanfang lohnt es sich, mit dem Fokus von Angelika Kauffmann das eigene Unternehmen zu betrachten:

- Wo befindet sich Ihre Kundschaft?
- Welche berühmte Person eignet sich als Ihr Testimonial oder als Projektpartner?
- Wie klar und nachvollziehbar ist Ihre Angebots- und Preisstruktur definiert?
- Welche Preise sollten Sie erhöhen?
- Welche preisgünstigen Produktkategorien können Sie entwickeln, um das Kernsegment und Ihre Marke zu stärken?
- Wodurch können Sie Ihre Prozesse vereinfachen?

Artgrade your business!

- Ihre Jana Lucas

Mehr über die Geschäftsstrategien von Angelika Kauffmann und 19 anderen Unternehmerinnen erfahren Sie in Jana Lucas' Buch «Die geheimen Pionierinnen der Wirtschaft – Aussergewöhnliche Frauen, die unsere Wirtschaftswelt nachhaltig geprägt haben» (Redline Verlag 2021).



Zeitarbeitskräfte als strategische Massnahme

Der Einsatz von flexiblen Zeitarbeitskräften bringt Unternehmen viele Vorteile.

Angesichts des immer schnelleren technologischen Wandels und strengerer Nachhaltigkeitsstandards sind Unternehmen gezwungen, ihre Personalstrategien zu überdenken. Eine der effektivsten Möglichkeiten, flexibel zu bleiben und beispielsweise auf saisonale Spitzen zu reagieren, ist der Einsatz von Zeitarbeitskräften.

Im Jahr 2025 werden Unternehmen mit einem dynamischen Arbeitsmarkt konfrontiert sein, in dem Agilität für den Erfolg entscheidend ist. Hélène Dufresne, Recruitment Consultant beim Schweizer Personalvermittler Robert Walters und Spezialistin für die Rekrutierung von Zeitarbeitskräften, zeigt auf, warum flexible Talente die Lösung für Unternehmen sind, die auf die sich schnell verändernden Bedingungen reagieren wollen.

Flexibilität als Wettbewerbsvorteil

Zeitarbeitskräfte spielen eine entscheidende Rolle bei der Aufrechterhaltung von Flexibilität und Schnelligkeit

innerhalb eines Unternehmens. Hélène Dufresne: «Zeitarbeitskräfte ermöglichen es Unternehmen, sofort auf projektbezogene Anforderungen zu reagieren, ohne die langen Verpflichtungen einer Festanstellung. Das macht sie zu einer wertvollen Ergänzung in Zeiten des Wandels.» Unternehmen können so auf saisonale Spitzen, projektbezogene Anforderungen wie die Einführung neuer Technologien oder die Einhaltung von ESG-Vorschriften reagieren. Zeitarbeitskräfte bringen nicht nur spezifisches Fachwissen mit, sondern bieten auch sofort einsetzbare Kapazitäten ohne langfristige Verpflichtungen.



Illustration: Getty Images



Hélène Dufresne

Beschleunigung der Innovation

In einem wettbewerbsorientierten Markt ist Schnelligkeit entscheidend. Hélène Dufresne erklärt: «Durch den Einsatz von Zeitarbeitskräften können Unternehmen im Jahr 2025 neue Produkte und Dienstleistungen schneller entwickeln. Dies ist besonders wichtig in einem Umfeld, in dem sich der technologische Wandel schnell vollzieht.»

Diese Fachleute, die häufig über Fachkenntnisse in speziellen Funktionen wie Datenanalyse und Finanzoperationen verfügen, bringen sofort wertvolles Wissen mit, wodurch die Einarbeitungszeit minimiert wird und die Projekte schnell anlaufen können. Ihre Erfahrung im pro-

jektbezogenen Arbeiten gewährleistet einen direkten Beitrag zu technologischen Innovationen und Prozessoptimierungen. Ausserdem können die Unternehmen mit neuen Funktionen experimentieren und gleichzeitig interne Talente entwickeln. Die Flexibilität der Zeitarbeitskräfte ermöglicht es den Unternehmen, ihre Markteinführungszeit zu verkürzen und einen Wettbewerbsvorteil zu wahren.

Kostenkontrolle und Effizienz

Die Einstellung von Zeitarbeitskräften ist nicht nur flexibel, sondern auch kostensparend. Hélène Dufresne: «Der Einsatz von Zeitarbeitskräften für bestimmte Projekte ermöglicht gezielte Investitionen, was zu einer besseren Kostenkontrolle und einer effizienteren Nutzung der Ressourcen führt.» Unternehmen können gezielt investieren, indem sie Zeitarbeitskräfte für bestimmte Projekte einsetzen, anstatt Vollzeitstellen zu schaffen. Dies führt zu einer besseren Kostenkontrolle und einer effizienteren Nutzung der Ressourcen, da Zeitarbeitskräfte sofort dort eingesetzt werden, wo sie am meisten gebraucht werden.

In das Potenzial investieren

Um die richtigen Talente zu gewinnen, müssen sich die Unternehmen auf die Erwartungen der Fachkräfte im Jahr 2025 einstellen. Hélène Dufresne fügt hinzu: «Auch Zeitarbeitnehmer wollen die Chance haben, sich zu entwickeln. Klare Zukunftsaussichten können den entscheidenden Unterschied ausmachen, um die besten Talente zu gewinnen. Es geht nicht nur um Erfahrung, sondern auch um die Anerkennung von Potenzial und Führungsqualitäten.»

Auch Zeitarbeitnehmer wollen die Möglichkeit haben, zu wachsen und zu lernen. Zeitarbeitskräfte bieten eine einzigartige Gelegenheit für Unternehmen, flexibel zu bleiben und schnell auf Marktchancen zu reagieren. Wenn Sie Zeitarbeitskräfte strategisch einsetzen, können Sie nicht nur spezifisches Fachwissen für Projekte einbringen, sondern auch Ihre Personalkosten optimieren. Die Integration von Zeitarbeitsstrategien in Ihren Personalplan ist daher ein kluger Schritt für Unternehmen, die im Jahr 2025 führend sein wollen.

● robertwalters.ch

Unterschätzter Kostenfaktor: interne Bürokratie

Nicht nur in der Schweiz werden KMU von staatlich verordnetem Administrationsaufwand und den dadurch entstehenden Kosten gepiesackt. Eine deutsche Studie legt nun allerdings nahe, dass administrativer Aufwand auch selbst gemacht ist und ebenfalls sehr hohe – aber vermeidbare! – Kosten verursacht.



«Das allgegenwärtige Gejammere über den Dschungel der staatlichen Vorschriften täuscht darüber hinweg, dass in vielen Unternehmen betriebsintern ein ähnlicher bürokratischer Wildwuchs vorzufinden ist.» Zu dem Schluss kommt der deutsche Interim-Manager Bodo AntoniĆ. Während der Abbau der öffentlichen Bürokratie der Langatmigkeit der Politik unterworfen sei, lasse sich eine «innerbetriebliche Entschlackungskur binnen weniger Monate durchführen». Der Wille dazu müsse vom Management ausgehen und konsequent durchgeführt werden.

100 Führungskräfte befragt

AntoniĆ beruft sich auf die «Studie zur betrieblichen Bürokratie (intern) und zur gesetzlich vorgegebenen (externen) Bürokratie», wonach 62 Prozent der Führungskräfte aus der deutschen Wirtschaft sagen, dass die firmeninterne Bürokratie einen viel stärkeren Einfluss auf die Produktivität im Betrieb hat als die vom Gesetzgeber vorgeschriebene externe. Für die Studie sind 100 Vorstände, Geschäftsführer und Mitglieder der Geschäftsleitung im Mittelstand und in Grossunternehmen befragt worden. Demnach schätzen 57 Prozent der befragten Wirtschaftsexperten, dass sich umständliche und langatmige Betriebsabläufe negativ auf die Überlebensfähigkeit der Unternehmen auswirken.

Arbeiten ohne Wertschöpfung

«An der Spitze herrscht häufig ein diffuses Gefühl, dass sich Betriebsabläufe optimieren lassen, aber es ist unklar, wie und wo. Hinzu kommt das Beharrungsvermögen jeder Organisation gegenüber Veränderungen jedweder Art. Beides zusammen führt dazu, dass alles so bleibt, wie es ist – bis die wirtschaftliche Schiefelage unübersehbar ist», so AntoniĆ.

Über die Hälfte der Vorstände, Geschäftsführer und Mitglieder der Geschäftsleitung gehen davon aus, dass mehr als 30 Prozent der Arbeitszeit der Beschäftigten auf im Grunde überflüssige Tätigkeiten entfällt. Gut drei Viertel (76 Prozent) verstehen darunter Arbeiten ohne Wertschöpfung, von denen also weder das Unternehmen noch die Kunden profitieren.

Laut einer aktuellen Untersuchung des ifo Instituts* entgehen Deutschland bis zu 146 Mrd. Euro pro Jahr an Wirtschaftsleistung durch eine überbordende gesetzliche Bürokratie. «Das Einsparpotenzial durch den Abbau interner Bürokratie dürfte in einer ähnlichen Grössenordnung liegen», schätzt AntoniĆ.

Quelle: presstext

*Oliver Falck, Yuchen Mo Guo, Christian Pfaffl: Entgangene Wirtschaftsleistung durch hohen Bürokratieaufwand. ifo Institut, München, 2024; PDF-Download: [ifo.de/publikationen/2024/monographie-autorenschaft/entgangene-wirtschaftsleistung-durch-buerokratie](https://www.ifo.de/publikationen/2024/monographie-autorenschaft/entgangene-wirtschaftsleistung-durch-buerokratie)



Milliardenhohe Regulierungskosten

Der Schweizerische Gewerbeverband sgv setzt sich seit Jahren für eine massive Reduktion gesetzlicher Regulierungskosten für KMU ein. Zudem will der sgv den Anstieg neuer Regulierungskosten bremsen, denn: «Die Entlastung der Unternehmen von Regulierungskosten entspricht einem Wachstumsprogramm, weil Geld und unternehmerische Kapazitäten dadurch frei werden.»

Eine im Auftrag des sgv von KPMG durchgeführte Studie zur Messung von Regulierungskosten hat ergeben, dass alleine in den Bereichen Arbeitsrecht, Sozialversicherungen und Lebensmittelhygiene jährlich Regulierungskosten von 4 Milliarden CHF anfallen. Rechnet man diese Zahl hoch, so muss angenommen werden, dass staatliche Regulation gesamthaft Kosten in der Höhe von rund 70 Milliarden CHF verursacht (vgl. sgv-usam.ch/schwerpunkte/regulierungskosten). Diese Zahl dürfte sich verdoppeln, rechnet man die Kosten hinzu, welche durch die interne, hausgemachte Bürokratie in den KMU anfallen.

Entschlacken – aber wie?



Während das einzelne KMU kaum etwas gegen die Flut staatlicher Regulierung unternehmen kann, liegt die Reduktion des durch die Firmen selbst verursachten betrieblichen Aufwands in den Händen der Führungskräfte und Mitarbeitenden. Es gibt diverse Möglichkeiten, die innerbetrieblichen Abläufe zu optimieren und Kosten zu sparen. Nach dem Grundsatz «der Fisch stinkt

vom Kopf» geht beispielsweise **Lucie Jungi** vor und unterstützt Führungskräfte als Coach in der Tagesarbeit mit dem Ziel, deren Effizienz zu steigern. Nach ihrer Erfahrung gehen Überlastung, Stress und Fehlverhalten in einem Unternehmen von der Chefetage aus – auch, «weil Arbeitslast aus was für Gründen auch immer in Richtung Chefsessel gedrückt wird». Als Coach begleitet sie Führungskräfte im Geschäftsalltag und zeigt kostentreibende Doppelspurigkeiten, Leerläufe und Unterbrechungen auf. «Solche Zeitfresser zeigen sich bei Führungskräften durch stete Ablenkungen und den Versuch, mehrere Aufgaben gleichzeitig zu erledigen. Es werden Bagatellen und später wichtigere Dinge vergessen. Darauf folgen Abend- und Wochenendarbeiten, Terminkollisionen, Überreaktion oder Motivationsverlust.»

WIRmarket.ch > Lucie Jungi

Ein Interview mit Lucie Jungi zu diesem Thema lesen Sie hier:



Der digitale Ansatz: die Swiss Process Suite

Einen anderen Ansatz, um Zeitverlust, Frust, Konflikte und Stress zu vermeiden, verfolgt **Thomas Hardegger** von der Business-Partner AG. Sie hat mit der Swiss Process Suite ein Tool entwickelt, das Versäumnisse und Missverständnisse aus der Welt schafft. Hardegger: «Das Tool ist sozusagen der digitale Zwilling der Firma. Mit dem Unterschied, dass alle wichtigen Gestaltungselemente – Strategien, Prozesse, Aufgaben, Organigramme, Dokumente – leicht auffindbar und nicht verteilt auf verschiedene Schubladen sind.» Diese Elemente lassen sich kontinuierlich nachführen und ausbauen, wachsen also mit dem Unternehmen mit. Das Kernstück des Tools ist die Dokumentierung von Prozessen – Alltagsprozesse, die standardisiert oder digitalisiert werden sollen, oder Prozesse, die selten angewendet und deshalb oft nur lückenhaft reproduziert werden können. Hardegger: «Es geht bei selten angewendeten Prozessen um Know-how-Sicherung und bei häufig vorkommenden Prozessen darum, dass sie von allen gleich gehandhabt werden.» Das Tool, in das die Erfahrungen aus der Arbeit mit Firmen verschiedenster Branchen eingeflossen ist, ist mit einer Servicegebühr verbunden und kann auch ohne oder mit einem geringen Beratungsanteil der Business-Partner AG eingesetzt werden. «Unser Anliegen war es, ein Instrument zu schaffen, mit dem der Unternehmer ab Tag eins operativ arbeiten kann», unterstreicht Hardegger.



Entlastung der Geschäftsleitung

Eine konsequente Prozessorientierung führt gemäss Hardegger zur Umkehr der Führungspyramide. Das heisst, die Entscheidungsverantwortung gelangt auf die Ebene, wo sich das Fachwissen und die Erfahrung befinden: «Es ist eben vielerorts so, dass Themen in die Geschäftsleitung gelangen, die dort gar nichts zu suchen haben und zwei Stufen weiter unten gelöst werden können. Ein Ziel ist es, dass die Geschäftsleitung gewisse Dinge ganz bewusst nicht mehr selbst entscheidet und sich so entlastet. Das bedingt allerdings robuste Prozesse, oft strukturelle Veränderungen und einen kulturellen Wandel.»

WIRmarket.ch > Business-Partner

Ein Interview mit Thomas Hardegger zu diesem Thema lesen Sie hier:



● Daniel Flury



«0% Wechselkurs-
Zuschlag, 0% Kommission
bei Auslandzahlungen.»

Die kostenlose Debit Mastercard im Bankpaket top

Jetzt
Paket
eröffnen



Der Unternehmergeist

Liebe Leserin, lieber Leser

Manchmal, wenn ich mich durch den hektischen Alltag als Unternehmergeist manövriere, erinnere ich mich an eine meiner Katzen. Sie hat diese besondere Art, durch die Welt zu schreiten – sie wirkt souverän, selbstbewusst und vor allem begnadet mit einer tiefen Weisheit, die mich oft zum Staunen bringt. Ihre Augen sprechen eine eigene Sprache, als wüsste sie mehr über das Leben als ich. Ich frage mich dann: Was könnte ich von einer Katze lernen, um als Unternehmer erfolgreicher zu werden?

Die Parallelen zwischen der Katze und dem Unternehmergeist sind auf den ersten Blick nicht ganz offensichtlich. Eine Katze ist ein Lebewesen, ein Tier, das nach eigenen Regeln lebt, während der Unternehmergeist oft als abstraktes Konzept wahrgenommen wird. Doch wenn ich den «Unternehmer in mir» betrachte, stosse ich auf Eigenschaften, die nicht nur im Geschäftsleben entscheidend sind, sondern die mich als Mensch prägen – Eigenschaften, die ich ebenso bei meiner Katze wiedererkenne.

Unabhängigkeit:

Die Freiheit, meinen eigenen Weg zu gehen

Katzen sind von Natur aus unabhängige Tiere. Sie gehen ihren selbstbestimmten Weg, folgen keinem Rudel und lassen sich nur dann auf Menschen oder andere Tiere ein, wenn es ihren Bedürfnissen entspricht. Diese Unabhängigkeit ist für mich von zentraler Bedeutung. In der Geschäftswelt gibt es unzählige Ratschläge und Meinungen von aussen, die einem den Weg vorzeichnen wollen. Doch es ist meine Fähigkeit zur Selbstständigkeit, die es mir ermöglicht, innovative Ideen zu entwickeln und Entscheidungen zu treffen, die meinen eigenen Werten und meiner Vision entsprechen. Und genauso wie eine Katze es ablehnt, sich in vorgegebene Strukturen zu pressen, gehe auch ich nicht einfach mit dem Strom, nur weil es alle anderen tun. Im Gegenteil, es sind oft gerade diese Momente, in denen ich gegen den Mainstream denke, die zu den grössten Erfolgen führen. Die Fähigkeit, Entscheidungen ohne ständige Bestätigung von aussen zu treffen, ist für mich essenziell, um als Unternehmer erfolgreich zu sein.

Neugier:

Auf der Suche nach dem, was nicht offensichtlich ist

Katzen sind von Natur aus neugierig. Sie schnüffeln an je-

der Ecke, durchstreifen alle Zimmer und nehmen jedes noch so kleine Detail wahr. Diese Neugier ist mehr als nur ein flüchtiges Interesse; sie ist die treibende Kraft hinter der Entdeckung und Einordnung in ihre Welt. Neugier treibt auch mich als Unternehmer an, um neue Märkte zu entdecken, innovative Produkte zu entwickeln und möglichst viel zu verbessern, was bereits existiert. In einer Welt, die sich ständig verändert, ist es diese Neugier, die mir hilft, Chancen zu erkennen und kreative Lösungen zu finden.

Risikobereitschaft:

Die Katze springt, der Unternehmer wagt

Katzen sind vorsichtig, doch sie sind auch bemerkenswert risikobereit. Sie klettern auf hohe Bäume, springen von Möbelstück zu Möbelstück, balancieren auf schmalen Geländern und wagen es, unbekannte Territorien zu betreten. Risikobereitschaft ist ein weiteres Schlüsselement des Unternehmertums, das ich in mir wiederfinde. Wie die Katze beim Sprung von einem hohen Kratzbaum zum nächsten, so gehe auch ich als Unternehmer kalkulierte Risiken ein. Ich investiere Zeit und Ressourcen in Projekte, die ich nicht immer bis ins kleinste Detail durchblicke – aber genau in diesen Momenten entstehen oft die grössten Chancen.

Instinkt:

Das Vertrauen ins Bauchgefühl

Katzen sind Meister darin, ihrem Instinkt zu folgen. Sie wissen instinktiv, wann Gefahr droht, wann es Zeit ist, sich zurückzuziehen oder wann es einen neuen Interessenten zu begrüssen gilt. Auch ich verlasse mich oft auf mein Bauchgefühl. In der Geschäftswelt gibt es viele Daten und Statistiken, die mir helfen, Entscheidungen zu treffen – aber es sind oft die «unsichtbaren» Momente, in denen der Instinkt mir den Weg weist. Wenn Zahlen und Fakten nicht ausreichen, ist es der Instinkt, der mich in die richtige Richtung lenkt.

Alles für die Katz'

Doch es gibt auch die andere Seite: Der Spruch «Alles für die Katz'» bedeutet «alles für nichts» (vgl. Kasten). Es ist nicht nur eine Feststellung, sondern eine Einladung, den Wert von etwas scheinbar «Nutzlosem» zu erkennen. Denn oft fühlt es sich im Unternehmertum so an, als gäbe man «alles für nichts» – mit dem Unterschied, dass die Erkennt-



und die Katze

Bild: Getty Images

nisse, die man auf dem Weg gewinnt, von unschätzbarem Wert sind. Diese «Nichts»-Momente sind nicht nur unvermeidlich, sie sind essenziell. Sie erlauben es uns, zu wachsen, zu lernen und uns immer wieder neu zu erfinden. So wie eine Katze nie nachfragt, ob sie den «richtigen» Platz im Raum eingenommen hat, gehe auch ich nicht mit dem Strom. Wenn ich den Erwartungen anderer folge, verliere ich mein Ziel aus den Augen. Es sind gerade die Momente, in denen ich gegen den Mainstream denke, die zu den grössten Erfolgen führen. Die Frage, die dann bleibt, ist oft: Wird es sich lohnen? Manchmal fühlt es sich so an, als würde ich alles für die Katz' tun, so als ob ich wieder am Anfang stünde. Aber auch diese Rückschläge gehören zum Weg des Unternehmertums, und wie eine Katze nach einem gescheiterten Sprung wieder aufsteht, so finde ich als Unternehmer auch immer wieder den Mut, es erneut zu versuchen.

Fazit:

Als Unternehmergeist wie eine Katze

Am Ende des Tages ist der Unternehmergeist wie eine Katze: Er jagt nach Zielen, springt ins Ungewisse und streift durch unbekannte Territorien – und doch bleibt er immer seiner Natur treu. Es geht darum, für das, was einem wichtig ist, zu kämpfen – aus dem tiefsten Inneren heraus.

Undankbare Katze?

Die Redewendung «Alles für die Katz'» geht auf eine Erzählung des 1490 geborenen deutschen Fabeldichters Burkard Waldis zurück: Ein Schmied verlangte für seine Arbeit nur das, was die Arbeit den Kunden wert war. Resultat: Er hatte so gut wie keine Einnahmen, was nicht an der Qualität seiner Arbeit, sondern am Geiz der Kunden lag. Als Protest nahm er eine wohlgenährte Katze, band sie fest und sagte jedes Mal, wenn jemand nicht zahlte: «Katze, das geb ich dir.» Mit der Zeit wurde die Katze immer dünner und verendete schliesslich.

Der Spruch hat also nichts mit einer gewissen Undankbarkeit zu tun, wie sie Katzen manchmal angeeignet wird. Vielmehr ist die Katze hier unglückliches Opfer menschlicher Unzulänglichkeit. df

«Alles für die Katz'» bedeutet für mich: Alles für meine Vision, alles für mein Unternehmen und alles für den Erfolg, der sich aus Leidenschaft, Mut, Wieder-Aufrappeln und Instinkt speist.

Bis bald,

● dein Unternehmergeist

Der Unternehmergeist im Fokus



Der **Unternehmergeist** ist eine Kolumne von Karl Zimmermann, die auf vergnügliche und dennoch nicht minder klare Art und Weise aufzeigt, wie er, der Unternehmergeist, «funktioniert» – und weshalb ihm in seinem Handeln scheinbar keine Grenzen gesetzt sind.

Karl Zimmermann, der Autor dieser Kolumne, startete seine berufliche Karriere 1974 mit einer Lehre als Metallbauschlosser. Nach zahlreichen Weiterbildungen war er ab 1983 Partner der Karl Zimmermann Metallbau AG, die er 2012 verkaufte. 2006 gründete er zusammen mit Hans und Andreas Weber die KMU-Nachfolgezentrum AG und ist dort seither als Verwaltungsrat und Nachfolgecoach aktiv. Ihr Kerngeschäft ist die Nachfolgeregelung von kleinen und mittleren Unternehmen. Nebst der direkten Beratung engagiert sich das KMU-Nachfolgezentrum in der Öffentlichkeit und will so die Gesellschaft für das Thema Nachfolge sensibilisieren. Zu zahlreichen Mandaten und Mitgliedschaften gesellten sich 1998 der «Bayerische Staatspreis für besondere technische Leistungen im Handwerk» und 2005 der «Deutsche Bundespreis für hervorragende innovatorische Leistungen für das Handwerk» sowie 2006 der Gewerbebär der KMU-Stadt Bern.

www.kmu-nachfolgezentrum.ch
oder wirmarket.ch > Nachfolgezentrum



Wenn nicht der Neuenburgersee, dann locken der Bieler- oder Murtensee.

Fotos: zVg

Per Velo durch den Jura und das Drei-Seen-Land

Veloreise der Bank WIR 2025

Die Veloreise mit Franco Marvulli letzten Sommer durchs Engadin – mit wetterbedingtem Abstecher ins wärmere Italien – liess den Wunsch nach mehr aufkommen. Und Franco Marvulli und die Bank WIR kommen dem gerne nach. Um dem Wettergott dieses Mal ein Schnippchen zu schlagen, wird die Reise in niedrigere Gefilde verlegt.

Schneefall und Kälte begleiteten die Teilnehmenden an der ersten von der Bank WIR organisierten Veloreise letzten Sommer, verhinderten aber nicht gute Stimmung und tolle Erlebnisse. Letzteres erwartet Velobegeisterte auch in einem halben Jahr, wenn die viertägige Reise vom 29. Mai bis 1. Juni im wettersichereren Drei-Seen-Land stattfindet. Wer dieses Jahr die Tour de Suisse Women verfolgt hat, wird sich während einiger Abschnitte der Veloreise an die letzten beiden Etappen dieses Events erinnern und sich ein bisschen wie Elise Chabbey & Co fühlen dürfen.

Das «Hauptquartier» lässt keine Wünsche offen: Es ist das in WIR-Kreisen bestens bekannte 4-Sterne-Hotel Beaulac in Neuenburg. Dort wird jeweils übernachtet und das Frühstück bzw. das Abendessen eingenommen. Damit ist der bequeme Teil bereits abgehandelt, denn tagsüber heisst es strampeln – wobei erwähnt sein muss, dass nur E-Bikes zugelassen sind und damit der Schweissfaktor eine doch etwas untergeordnete Rolle einnimmt. «Aber einige längere Anstiege sind schon zu überwinden, und das Gelände abseits der Seen ist eher hügelig», betont Reto Etter, Leiter Events der Bank WIR.

An den ersten Abfahrtsort – Magglingen oberhalb Biels und des Bielersees – kommen die Teilnehmenden über die Einstiegsorte Wil, Winterthur-Wiesendangen, Basel, Arlesheim, Zürich-Flughafen, Aarau und Baden. An diesen Orten werden auch die persönlichen E-Bikes in den Anhänger des Twerenbold-Busses geladen. Wer ein E-Bike mieten will, kann dies bei der Anmeldung vermer-



Kompetenter Gastgeber und Garant für Kurzweil: der mehrfache Welt-, Europa- und Schweizermeister Franco Marvulli.

ken. Alles, was es dazu braucht, ist die Angabe der Körpergrösse und die Übernahme von 140 CHF Mietkosten. Ebenfalls einzuberechnen ist die Halbpension im Hotel Beaulac: 1490 CHF für das Einzelzimmer und 1230 CHF pro Person für ein Doppelzimmer. Der WIR-Anteil ist 50%.

Der Höhepunkt des ersten Tags ist die Fahrt durch die Areuse-Schlucht. Am zweiten Tag geht es von Le Locle aus durch das Hochtal von La Brévine. Hoffentlich kein böses Omen, schliesslich werden hier die tiefsten Temperaturen der Schweiz gemessen. Zum Glück ist der Winter noch fern – und das Vallée de Joux nah, den es steht auf dem Programm des dritten Tags, zusammen mit mittelalterlichen Orten wie Romainmôtier und Orbe. Bereits sind rund 150 Kilometer zurückgelegt, wenn die mit 60 Kilometern längste und letzte Etappe ruft: Von Yverdon aus geht es dem Neuenburgersee entlang nach Estavayer-le-Lac und nach Murten am gleichnamigen letzten der drei Seen – immer unter kundiger Führung von Franco Marvulli.

● Daniel Flury

Die detaillierten Angaben zur Reise und die Anmeldung finden Sie hier: wir.ch/veloreise



Sichern Sie sich einen der letzten freien Plätze!



Das Vier-Sterne-Hotel Beaulac in Neuenburg ist Dreh- und Angelpunkt der Veloreise 2025.



Der Chäserenholz-Schneeschuhtrail 822 ist einer der einfachsten Einstiege ins Schneeschuhlaufen in der Schweiz.

Fotos: Heinz Staffelbach



Schneeschuhtouren für Anfänger

In einem frisch verschneiten Winterwald dem Schnee zuschauen, wie er von den Ästen rieselt, durch eine weite, stille Landschaft stapfen oder mit Freunden auf einem Bergrücken die Aussicht geniessen und dann in einem heimeligen Berghaus ein Fondue geniessen – kein Wunder ist Schneeschuhlaufen immer beliebter.

Übernachten und essen mit WIR

Unweit der hier vorgestellten Schneeschuhtouren besteht die Möglichkeit, zu übernachten und sich zu verpflegen – und mit einem WIR-Anteil zu bezahlen.

Einfach WIRmarket.ch aufrufen und zum Beispiel diese Orte eingeben:

Rigi; Pontresina; Saanenmöser; Fiesch oder Bellwald oder Naters oder Brig; Glarus df

Schneeschuhlaufen ist kinderleicht zu erlernen, braucht keine teure Ausrüstung, und zudem geht das problemlos auch bei wenig Schnee und ohne den ganzen Pistenrummel. Kurz – Wandern mit Schneeschuhen ist einfach wunderbar für Körper und Seele. Hier kommen fünf ausgewählte Touren, die sich ideal für Anfängerinnen und Anfänger eignen. Sie sind eher kurz, nicht zu steil und alle markiert und in den SchweizMobil-Karten eingetragen. Also: Freunde und Bekannte anrufen, Schneeschuhe in den Rucksack und ab in die weisse Pracht!

Aber hier noch ein Tipp: In der Natur und vor allem in den Wäldern sind viele Tiere zu Hause, und die haben es nicht leicht im Winter. Wenn Sie auf den markierten Routen bleiben und möglichst still sind, dann haben auch die Tiere ihre wohlverdiente Ruhe.



Rigi SZ Alpenblick mit Sprudel-Faktor

Der Chäserenholz-Schneeschuhtrail 822 ist einer der einfachsten Einstiege ins Schneeschuhlaufen in der Schweiz – und bietet trotzdem viel Erlebnis. Mit der Zahnradbahn geht es ganz hoch auf die Rigi, die Königin der Berge, mit einer einmaligen Rundschau über das Mittelland und bis zum Jura, und natürlich in die ganze Alpenwelt der Innerschweiz. Diese hat man beim Abstieg zur Alpwirtschaft Chäserenholz durchwegs im Blickfeld. Hier stärkt man sich mit einer Käseschnitte oder einem Fondue – oder steigt gleich in den Outdoor-Whirlpool (Reservation erforderlich). Danach geht's gestärkt wieder zurück nach Rigi Kulm. Wer Lust auf etwas Längeres hat, stapft vom Rigi Klösterli via Schwändi und Chäserenholz nach Rigi Kulm; das sind dann 460m Aufstieg und etwa 2¼ Stunden.

Die Schneeschuhtour: Von der Bahnstation Rigi Kulm hinab nach Chäserenholz und zurück nach Rigi Kulm. 2 km, je 150m Auf- und Abstieg, ca. 1 Stunde

Info: rigi.ch



Pontresina GR Im idyllischen Winterwald

Was gibt es Schöneres, als auf leisen Schneeschuhen durch einen leicht gewellten, frisch verschneiten Bergwald mit kleinen Lichtungen zu stapfen? Das ist möglich auf dieser kurzen Schneeschuhtour bei Pontresina. Dabei ist man im idyllischen Stazerwald unterwegs, mitten in der Oberengadiner Bergwelt. Zudem gibt es nur geringe Auf- oder Abstiege. Je nachdem woher man anreist, beginnt man die Tour bei der Zug- oder Bushaltestelle Punt Muragl oder bei der Zughaltestelle Staz. Von hier geht es Richtung P. 1760 im Stazerwald und kurz davor erreicht man den markierten Schneeschuhtrail 564. Beim Bahnhof Pontresina kann man sich mit einer Pizza im Riccardo's stärken und dann den Zug nehmen – oder wieder zurückstapfen nach Punt Muragl.

Die Schneeschuhtour: Von Punt Muragl (oder Staz) durch den Stazerwald nach Pontresina. 3,7 km, 60 m Aufstieg, 20 m Abstieg, ca. 1 ½ Stunden.

Info: engadin.ch

Sparenmoos BE Auf der Sonnenterrasse

Das Sparenmoos ist eine ausgedehnte Terrasse hoch über Zweisimmen, leicht gewellt und durchsetzt mit kleinen Wäldchen und ebenen Hochmoorflächen. Und im Winter ist es einfach ein perfekter, idyllischer Ort für einfache Schneeschuhtouren. Das Sparenmoos ist leicht erreichbar mit einem Bus vom Bahnhof Zweisimmen aus. Nun nur noch die Schneeschuhe anschnallen und los auf den Sparenmoos Trail 190. Dies ist ein Rundweg von 3 ½ Kilometern Länge und mit gut machbaren 140 Metern Aufstieg; die Tour sollte also in 1 ½ Stunden gut zu schaffen sein; bei der Bushaltestelle gibt es zudem ein Beizli. Auf den Geschmack gekommen? Den etwas längeren Sparenmoos-Winterwanderweg 770, ein Rundweg Richtung Hundsrügg, kann man natürlich auch mit den Schneeschuhen machen.

Die Schneeschuhtour: Von der Bushaltestelle Zweisimmen, Sparenmoos auf dem Sparenmoos Trail 190 zurück zum Startpunkt. 3,4 km, je 140m Auf- und Abstieg, ca. 1 ½ Stunden.

Info: gstaad.ch und sparenmoos-aktiv.ch





Bettmeralp VS Die mit den zehn 4000-ern im Blick

Geht das wirklich? Eine kurze, einfache Schneeschuhtour, mit direktem Luftseilbahnanschluss, und dabei mit Blick auf fast ein Dutzend 4000-er? Ja, das geht, und zwar auf der Bettmeralp im Oberwallis. Kaum aus der Gondel gestiegen, steht man auf dem markierten Schneeschuh Trail 331. Auf diesem geht es 120 Meter hoch auf die Scheeboduegg und dann hinab zum Ortsrand der Riederalp. Der Rückweg zurück zur Bettmeralp verläuft etwas tiefer und führt durch den verträumten Weiler Flesch sowie durch eine idyllische, offene Waldlandschaft. Restaurants für einen Glühwein zum Anstossen oder gleich eine Käseschnitte gibt's auf der Riederalp und auf der Bettmeralp. Eine runde Sache!

Foto: Webcam Bettmeralp

Die Schneeschuhtour: Von der Bergstation Bettmeralp auf dem Schneeschuh Trail 331 auf einem Rundweg zur Riederalp und zurück. 3.9km, je 250m Auf- und Abstieg, ca. 2 Stunden

Info: aletscharena.ch



Weissenberge GL Die Glarner Genuss-Tour

Es müssen nicht immer Touren an Orten mit grossen Namen sein, und diese Rundwanderung im Glarnerland beweist das aufs Schönste. Von Matt, ein paar Kilometer vor Elm gelegen, geht's mit der kleinen Luftseilbahn auf die Weissenberge. Hier oben gibt es ausgedehnte, angenehm leicht geneigte Hänge, die sich bestens für eine einfache Schneeschuhtour eignen. Mit den kleinen Waldstücken hier und dort und dem Vorab und dem Vrenelisgärtli im Hintergrund hat man zugleich die schönsten Fotomotive. Die Rundwanderung ist mit etwa 500m Aufstieg aber doch schon eine richtige Tour. Dafür wartet für alle, die im Uhrzeigersinn unterwegs sind, kurz vor dem Ende das Berggasthaus Edelwyss mit schöner Sonnenterrasse und wärschaften Speisen.

Die Schneeschuhtour: Von der Bergstation Weissenberge auf dem Stäfeli Trail 991 via Engisböden und Fitterenstäfeli zurück zum Startpunkt. 5,6 km, je 520 m Auf- und Abstieg, ca. 3½ Stunden

Info: glarnerland.ch und weissenberge.ch

● Heinz Staffelbach

Schneeschuhlaufen – so gelingt der Einstieg



Mit einem regelmässigen «Bfft bfft bfft» geht es genüsslich durch den tief verschneiten Winterwald, die Sonne blinzelt durch die Bäume, und hie und da rieselt eine Ladung Schnee von den Ästen. Eine wunderbare Stille liegt über der kalten Winterlandschaft, nur hie und da ist das Fiepen einer Meise zu hören oder das tiefe «Grraaa» eines fernen Raben.

In solchen Momenten weiss man, warum Schneeschuhlaufen in den letzten Jahren so beliebt geworden ist. Man ist weit weg von der lauten Hektik des Skigebietes, man geniesst die Natur und die leichte Bewegung, und am Abend ist man einfach glücklich und wieder voller Energie. Und den hohen Kosten und der Unfallgefahr des Pistenfahrens kann man auch gleich Tschüss sagen.

Doch was braucht es zum Schneeschuhlaufen? Im Prinzip ist man mit einem Paar Schneeschuhe, Wanderschuhen und Wanderstöcken bereits dabei. Damit es aber richtig Spass macht, sollte man doch darauf achten, die optimale Ausrüstung dabei zu haben, ob nun gekauft oder gemietet.

Die Schneeschuhe

Inzwischen gibt es Dutzende von Modellen. Es gibt dabei zwei grundsätzliche Typen. Ein erster Typ besteht aus einem Metallrahmen (eine Leiste oder ein Rohr), in den ein plastifiziertes Textil eingespannt ist. Der zweite Typ hat keinen äusseren Rahmen, sondern besteht aus einer durchgehenden Kunststoffform.

Für die passende Wahl können Sie sich einfach an die folgenden Tipps halten.

1. Typ «Leicht und easy»: Sind Sie Anfänger:in, gehen Sie nur in leichtes Gelände und ziehen Sie auch eine bestehende Spur vor? Dann tut es praktisch jeder Schneeschuh, ob nun mit oder ohne Rahmen.
2. Typ «Pulver bitte»: Möchten Sie auch dafür gerüstet sein, der Erste zu sein und durch den Pulverschnee zu stapfen? Dann braucht es einen Schneeschuh, mit dem Sie möglichst wenig versinken, der also genügend Auftrieb hat. Je schwerer Sie sind, desto grösser muss also die Fläche des Schneeschuhs sein. Bei den rahmenlosen Schneeschuhen lässt sich bei gewissen

Modellen hinten eine Verlängerung anbringen, mit der die Fläche vergrössert werden kann.

3. Typ «Alpin mit allem»: Sind Sie schon fortgeschritten und möchten für jedes Gelände und auch für alle Schneearten vorbereitet sein? Dann sind die Anforderungen an den Schneeschuh am höchsten. Für Pulverschnee darf er also nicht zu klein sein, für Traversen auf Harschschnee oder gar Eis muss er lange Zackenreihen in Längsrichtung haben, und für steilere Aufstiege genügend Zacken unter den Ballen. Und schliesslich sollte er auch eine Steighilfe haben, die die Wadenmuskeln entlastet. Für diese Ansprüche greift man am besten zu einem Kunststoffschneeschuh mit vielen Zacken, allenfalls auch zu einem Schneeschuh mit Leistenrahmen (da bei diesem die Leisten auch als Zacken dienen).



Die Bindung

Es gibt beinahe so viele Bindungen wie Schneeschuhe; bei den einfacheren zieht man einige Riemen über den Schuh und hinten durch, bei den aufwendigeren und komfortableren hat man diverse Ratschen oder Drehknöpfe, um wie bei einem Skischuh einen festen Halt hinzubringen.

Ausrüstung mieten

Falls Sie die Schneeschuhe mieten, achten Sie auf ein Modell, das Sie leicht bedienen können und in dem Ihr Schuh einen guten Halt hat. Sportgeschäfte, die Schneeschuhe mit WIR-Anteil verkaufen oder vermieten, finden Sie auf WIRmarket.ch. Ein Beispiel aus Beromünster: huwylersport.ch/miete

Ausrüstung kaufen

Nehmen Sie auch hier den Wanderschuh in den Laden mit, den Sie schlussendlich auch tragen werden. Kommen Sie mit der Bedienung zurecht? Hat der Schuh einen guten Halt, ohne beispielsweise hinten auf die Seite rutschen zu können? Möchten Sie die Bindung auch mit Handschuhen bedienen können? Achten Sie auch darauf, dass der Drehpunkt möglichst unter den Ballen liegt und nicht zu weit vorne, also unter den Zehen.

Die weitere Ausrüstung

Schuhe: Sie müssen keine teuren Winterwander- oder Schneeschuhe kaufen. Ein guter Sommerwanderschuh, der gut imprägniert ist, tut es ebenso. Nur für ganz kalte Bedingungen empfiehlt sich ein gefütterter Winterwanderschuh. Bei Touren im tiefen Pulverschnee sollte man darauf achten, Gamaschen oder abschliessende Hosen zu tragen, damit der Schnee nicht in den Schuh gerät.

Kleider: Hosen und Jacken wählen Sie wie bei einer Sommerwanderung, einfach den tieferen Temperaturen angepasst. Besonders bei den Hosen sollte man auf Baumwolle verzichten, da diese Wasser saugt und dann gefrieren kann.

Stöcke: Hier sind Teleskopstöcke am besten, da man sie in der Länge den persönlichen Vorlieben anpassen kann. Falls Sie Ihre Sommerwanderstöcke verwenden möchten, tauschen Sie den Teller unten aber besser gegen einen grösseren Winterteller aus, um ein Einsinken zu verhindern. Zur Not können Sie auch mal mit einem Pistenstock, den Sie haben, auf die Tour gehen.

Weiteres: Wie für Sommerwanderungen packen Sie alles Notwendige in den Rucksack. Wechselkleider, falls Sie leicht schwitzen, eine wärmende und eine Windschutzjacke, und natürlich Kappe, Handschuhe, Sonnenbrille und Sonnencreme. Sind Sie ausserhalb von markierten und überwachten Routen unterwegs, müssen Sie natürlich auch das Lawinenrisiko im Auge behalten, etwa mit der White-Risk-App, und eine entsprechende Ausrüstung mitnehmen.

Tourenplanung

Im Internet findet man eine grosse Fülle von Schneeschuhrouten, beispielsweise auf den Seiten der Tourismusdestinationen oder auf einer App für Outdoor-Touren wie etwa outdooractive. Sehr komfortabel ist auch die Seite map.wanderland.ch – hier gibt es mehr als 200 Routen in der ganzen Schweiz.

Achtung Wildtiere

Für viele Tiere ist der Winter eine kritische Zeit – eine Zeit, die nicht alle überleben. Leider sind nicht alle Schneeschuhläufer:innen verantwortungsvoll unterwegs und laufen kreuz und quer durch die Wälder und durch kritische Gebiete. Das kann Tiere in die Flucht schlagen und sie überlebenswichtige Energie kosten.

Halten Sie sich deshalb an offizielle Schneeschuhrouten und verhalten Sie sich ruhig. Hunde hält man am besten an einer Flexi-Leine, die man am Rucksackgurt einhängt. Zu wissen, dass man keine Belastung für Wildtiere ist, macht eine Schneeschuh tour einfach viel schöner.

Weitere Informationen gibt es auf www.respektiere-deine-grenzen.ch

● Heinz Staffelbach

Faszination WIR

144 Seiten «Faszination WIR»

Am 16. Oktober 2024 feierte die WIR Bank Genossenschaft ihren 90. Geburtstag. Das Buch «Faszination WIR – Resistent gegen Krisen, Spekulationen und Profitgier» beleuchtet Aspekte einer spannenden Firmengeschichte, setzt dazu bereits beim Börsencrash von 1929 ein und zeigt die Zukunftschancen der Komplementärwährung WIR auf. Das Buch ist im Buchhandel erhältlich, kann zu einem Vorzugspreis, aber auch über die Bank WIR bezogen werden.

Das WIR-System der Bank WIR unterstützt die Schweizer Binnenwirtschaft und ist in seiner Grösse und Nachhaltigkeit weltweit einzigartig: Was 1934 als Netzwerk von 300 Firmen und Privaten begann, umfasst heute über 20000 KMU, die unter sich jährlich einen Mehrumsatz von mehreren Hundert Millionen CHW generieren. In seinem Buch «Faszination WIR» zeigt Hervé Dubois auf, wie diese spannende Erfolgsgeschichte möglich war, welche Hürden dabei genommen werden mussten und was auch in Zukunft der ökonomische Nutzen einer Komplementärwährung in einer von Wachstums- und Profitdenken geprägten Wirtschaftsordnung ist.

Hervé Dubois wurde in La Chaux-de-Fonds geboren und wuchs in Zürich auf. Nach der Matur studierte er Wirtschaftswissenschaften und Publizistik an der Hochschule St. Gallen. Während 20 Jahren war Dubois in der Region Basel als Redaktor bei Tageszeitungen, bei der Schweizerischen Depeschagentur und als Radiojournalist tätig.

1995 wechselte er zur WIR Bank Genossenschaft, wo er bis zu seiner Pensionierung 2014 als Kommunikationsleiter tätig war. Heute lebt Hervé Dubois im Wallis.

Faszination WIR – Resistent gegen Krisen, Spekulationen und Profitgier. 144 Seiten, Hardcover, Leinenstruktur mit Prägung

Erhältlich ist das Buch in allen Buchhandlungen (ISBN 978-3-03781-075-0) zum Preis von 34 CHF (Richtpreis).

Das Buch kann – solange der Vorrat reicht – auch über die Bank WIR zum Vorzugspreis von 20 CHF oder 20 CHW bezogen werden, und zwar

- per Post mit dem unten stehenden Talon*
- per E-Mail (s. Talon)*
- in den Filialen und Agenturen der WIR Bank

* Portokosten werden nicht verrechnet



TALON

Bitte senden Sie mir Exemplar(e) des Buchs «Faszination WIR» zum Preis von 20.–/Exemplar an diese Adresse:

Firma:

Vorname/Name:

Strasse:

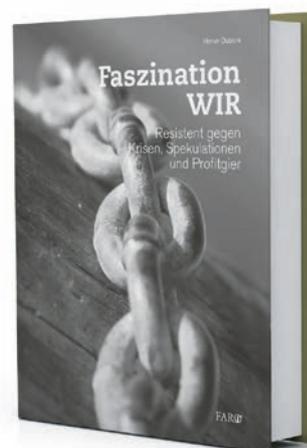
PLZ/Ort:

Unterschrift:

Ich bezahle mit WIR. Bitte belasten Sie mein WIR-Konto Nr.

Ich bezahle mit CHF. Bitte belasten Sie mein
Kontokorrentkonto Nr. Sparkonto Nr.

Ich bezahle mit CHF nach Erhalt einer Rechnung (Lieferung nach Zahlungseingang)



Talon einsenden an **Bank WIR, Marketing, Auberg 1, 4002 Basel**. Oder bestellen Sie das Buch per E-Mail: faszination@wir.ch (bitte gewünschte Anzahl Bücher, Adresse und Zahlart mit Kontonummer angeben).

500 CHW geschenkt!

Ihre Gutschrift für Inserate und Werbung

Bringen Sie Bewegung in Ihren WIR-Umsatz und machen Sie sich im WIRmarket und im WIRinfo bekannt! Wir erleichtern Ihnen die ersten Schritte: Im KMU-Paket der Bank WIR ist eine Werbegutschrift von 500 CHW enthalten. Das Beste daran: Dieses Geschenk erneuert sich automatisch jedes Jahr. Ausserdem sind Toplistings im WIRmarket zu 100% in WIR bezahlbar – und WIRmarket-Inserate sind sogar gratis!

Kaum ein KMU kommt ohne Werbung und Inserate aus. Dabei geht es nicht nur darum, ein Image oder eine Marke aufzubauen: Werbung soll vor allem verkaufen. Im WIR-Bereich zeigt man sich mit Vorteil auf wirmarket.ch und im WIRinfo, dessen Inserateteil auch digital einsehbar ist (wir.ch/wirinfo-de). Der Streuverlust ist in beiden Medien sehr niedrig, da das gesamte Zielpublikum über WIR-Guthaben verfügt, das ausgegeben sein will. Jeder WIR-Kunde verfügt jeweils ab Anfang Januar automatisch über eine Gutschrift von 500 CHW. Sie kann bis Dezember des betreffenden Jahres eingesetzt werden. Wird sie nicht benutzt, verfällt sie und wird im Folgejahr erneuert.

Wo sehe ich die Gutschrift und den aktuellen Saldo?

Die Gutschrift erfolgt für jeden WIR-Kunden im Inseratesystem der Bank WIR, da sie ausschliesslich für Werbung und Inserate verwendet werden kann. Das Restguthaben wird für den Kunden dann ersichtlich, wenn er nach Aufgabe eines Inserats oder einer Werbung die Belastungsanzeige per Post erhält. In der Belastungsanzeige wird der aktuell verfügbare Betrag aufgeführt. Dies erleichtert die Planung der nächsten Werbeschritte. Das aktuelle Guthaben kann auch im persönlichen Profil im WIRmarket eingesehen werden.

Wie setze ich die Gutschrift ein?

Da die WIRmarket-Inserate gratis sind, kann das Guthaben von 500 CHW vollumfänglich für Inserate im WIRinfo (75% WIR) und für Toplistings im WIRmarket (100% WIR) eingesetzt werden. Mit Toplistings bewerben Sie z. B. Ihre Firma, Ihren Shop oder Ihr Inserat im WIRmarket.

Legen Sie jetzt los!

Werbemöglichkeiten, Kontaktdaten, Formate und Preise für Inserate im WIRinfo finden Sie in jedem Heft auf den drei letzten Seiten. Im WIRmarket müssen Sie registriert und mit Ihrer Firma verknüpft sein. Auf Youtube finden Sie



ein Tutorial dazu (und zu anderen Themen) – oder kontaktieren Sie uns, wenn Fragen auftauchen: wirmarket@wir.ch oder 0800 947 944 (Mo–Fr, 7.30–18.00 Uhr).

● Daniel Flury

Neue WIR-Teilnehmer

Die tagesaktuellen Angaben zu allen neuen und bestehenden WIR-Teilnehmern finden Sie auf wirmarket.ch

AG

Baisol Baustoffe AG flex

Ackerstrasse 7, 5074 Eiken
T 062 873 49 00
info@baisol.ch, www.baisol.ch
Grosshandel mit Holz und Bauelementen aus Holz

GIPSGROUP Creativ Design AG flex

Teuftelstrasse 5, 5600 Ammerswil AG
diane.carstensen@gipsgroup.ch, www.gipsgroup.ch
Anbringen von Stuckaturen, Gipserei und Verputzerei

Haller Automobile AG flex

Untere Brühlstrasse 33, 4800 Zofingen
T 062 751 99 11
garage.haller@bluewin.ch, www.haller-automobile.ch
Instandhaltung und Reparatur von Automobilen

Velo + Sport Rast GmbH 30%

Langenthalerstrasse 17, 4803 Vorderwald
T 062 751 36 46
info@velosportrast.com, www.velosportrast.com
Detailhandel mit Fahrrädern

BE

Schreinerei und Fensterbau Wüthrich GmbH 3%

Holz matt 656b, 3537 Eggiwil
T 034 491 13 22
info@fensterbau-wuethrich.ch, www.fensterbau-wuethrich.ch
Schreinerarbeiten im Innenausbau

BL

MAVIAN AG flex

Helsinki-Strasse 7, 4142 Münchenstein
T 061 411 00 88
Kauf und Verkauf von eigenen Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen

NE

Groupe E Arc SA flex

route de la Gare 64, 2017 Boudry
T 032 725 17 12
info@groupe-e.ch, www.groupe-e.ch
Installation électrique

NW

Arnet Flachdach AG flex

Dorfplatz 3, 6052 Hergiswil NW
T 041 450 29 53
info@arnet-flachdach.ch, www.arnet-dach.ch
Entwicklung von Bauprojekten

SG

allesimmo ag flex

Sonnenstrasse 12a, 9200 Gossau SG
info@allesimmo.ch
Verwaltung von Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen für Dritte

Breu AG, Widnau flex

Rütistrasse 6, 9443 Widnau
T 071 723 18 31
brimar6@bluewin.ch
Verlegen von Fussboden

SO

Knubel Immobilien AG flex

Industriestrasse 13, 4703 Kestenholz
T 062 336 34 00
info@knubel-bauspenglerei.ch, www.knubel-bauspenglerei.ch
Vermittlung von Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen für Dritte

TG

Bartholdi Holding GmbH flex

Schmidshof 25, 9565 Schmidshof
T 071 651 13 38
Finanzholdinggesellschaften

mywshop.ch gmbh 30%

Weinfelderstrasse 12, 8576 Mauren TG
T 071 633 22 22
info@mywshop.ch, www.mywshop.ch
Grosshandel mit Bekleidung

Unterhaltsreinigung Kast GmbH 10%

Bälisteigstrasse 2, 8264 Eschenz
M 079 431 01 77
info@kastag.ch, www.kastag.ch
Allgemeine Gebäudereinigung

ZH

Neuhof Garage Rüti AG flex

Neuhofstrasse 16, 8630 Rüti ZH
www.suzukiauto.ch
Instandhaltung und Reparatur von Automobilen



WIR-Networks

9 eigenständige WIR-Networks bilden das grösste Business-Netzwerk der Schweiz. Sie bieten spannende Referate, Besichtigungen und Reisen an – ideale Gelegenheiten, potenzielle Geschäftspartner kennenzulernen und die Geschäftstätigkeit auszuweiten!

Einen Überblick über alle Anlässe inkl. Anmeldemöglichkeit gibt es unter www.wir-network.ch oder den nachfolgend aufgeführten direkten Links auf die regionalen Networks.

Kontakte

WIR-Networks	Webseite	Präsidentin/Präsident
Aargau	www.wir-network-aargau.ch	Christian Müller
business3plus	www.business3.plus	André Bühler
Graubünden-Südostschweiz	www.wirnetwork-gr.ch	Stefan Gall
Nordwestschweiz	www.wirnw.ch	Ralph Götschi
Oberwallis	www.wir-network.ch/oberwallis	Frank Zurbriggen
Ostschweiz	www.wir-netzwerk.ch/	Ralph Saurer
Schaffhausen	www.wir-netz-sh.ch	Lasse Pfenninger
Svizzera italiana	www.wir-network.ch/wirsi	David Camponovo
Zürich	www.wir-netz.ch	Roland Jenny

WIR EXPO 2025

Fr 21. - So 23. November 2025

Stadhalle Dietikon/Zürich

Mehr Info: www.wir-expo.ch

WIRexpo

WIR ne+work
Zürich

Skiferien Arosa

**** Waldhotel Arosa

Freuen Sie sich auf 8 Tage herrlichen Winterzauber in Arosa.

Im Preis inbegriffen:

- 1x Skifahren mit Skilehrer an einem Morgen in einer Gruppe.
- 1xEisstockschiessen an einem Vorabend
- 1x Kutschenfahrt
- 1x Fondue- oder Raclette-Abend
- Willkommensapéro
- 7 Übernachtungen/Halbpension
- Frühstück-Buffer
- 5 Gang Abendessen
- Benützung Spa Bereich auf 1100m2

Es können auch einzelne Übernachtungen gebucht werden.



Jetzt
anmelden
& Ferien
machen

1. - 8. Februar 2025

**** Waldhotel – Arosa

Angebot , Details siehe linke Spalte

- Doppelzimmer mit Halbpension bei 2 Personen, je ca. CHW 1900.-
- Doppelzimmer zur Einzelbenutzung mit Halbpension ca. CHW 2165.-

Die Anmeldung: www.wir-netz.ch

Eine Mitgliedschaft beim WIR-Network-Zürich ist erforderlich



Disclaimer – Rechtliche Hinweise

Keine Gewähr

Alle Berichte, Kommentare, Hinweise, Berechnungen oder sonstigen Angaben («Inhalte») des WIRinfo dienen der Information und der Meinungsbildung des Lesers. Die Bank WIR übernimmt keine Gewähr für Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der bereitgestellten Inhalte. Der Leser nimmt im Weiteren zur Kenntnis, dass Kommentare externer Autoren nicht unbedingt die Meinung der Bank WIR wiedergeben. Hinweise auf vergangene Entwicklungen oder Performances sind keine Garantie für zukünftige Entwicklungen.

Keine Handlungsanweisungen

Die Inhalte des WIRinfo stellen teilweise Werbung dar, sind aber weder als Empfehlungen bzw. Handlungsanweisungen noch als Entscheidungshilfen für Anlageentscheide, Rechtsfragen, Steuerfragen oder dergleichen aufzufassen. Die Inhalte sind auch nicht als Aufforderung zum Kauf von Produkten oder zur Inanspruchnahme bestimmter Dienstleistungen der Bank WIR oder Dritter zu verstehen.

Inserate

Es werden nur Inserate veröffentlicht, die den einschlägigen Inseratebedingungen der Bank entsprechen. Für den Inhalt der Inserate und die angebotenen Produkte und Dienstleistungen ist allein der Inserent verantwortlich, und allein der Inserent hat für allfällige Ansprüche einzustehen.

Konditionen

Die genannten Konditionen und Tarife beziehen sich auf den Stand bei Redaktionsschluss und können jederzeit und ohne Vorankündigung geändert werden.

Nachdruck

Der Nachdruck von Beiträgen aus dem WIRinfo ist nur mit ausdrücklicher Zustimmung der Bank und unter Angabe der Quelle gestattet.

Haftungsausschluss

Jegliche Haftung der Bank WIR (Fahrlässigkeit eingeschlossen) für Schäden irgendwelcher Art, die sich aus der Nutzung oder Nichtnutzung der im WIRinfo enthaltenen Inhalte bzw. durch die Nutzung fehlerhafter und unvollständiger Inhalte ergeben können, ist ausgeschlossen.

Impressum

WIRinfo – Januar 2025, 92. Jahrgang, Nr. 1148
Das Magazin für Genossenschafter und Genossenschafterinnen der Bank WIR und Schweizer KMU
Herausgeberin: WIR Bank Genossenschaft, Basel

Redaktionsteam: Daniel Flury (Chefredaktor), Patrizia Herde, Sabina Segovia, Volker Strohm (Leiter Corporate Communication); wir.ch/kontakt

Fotografen: siehe Bildhinweise

Foto Titelseite: Raffi Falchi

Übersetzungen: Daniel Gasser, Yvorne

Konzeption und Gestaltung: Schober Bonina AG, Basel

Layout: Vogt-Schild Druck, Derendingen

Druck: Cavelti AG, Gossau

Gedruckt auf Schweizer Recyclingpapier mit Ecolabel. eu. Gekennzeichnet werden Konsumgüter, die sich durch besondere Umweltverträglichkeit und vergleichsweise geringe Gesundheitsbelastung auszeichnen.

gedruckt in der
schweiz



Der Umwelt zuliebe!

Erscheinungsweise: monatlich auf Deutsch und Französisch

Gesamtauflage: 24 985

Inserate: siehe letzte Seite

Abo-Preis: 20.40 CHF (inkl. MwSt.)

Adressänderungen und Abonnemente:

Bank WIR, Beratungszentrum, Postfach, 4002 Basel oder T 0800 947 947

Standorte der Bank WIR

Hauptsitz Basel

WIR Bank Genossenschaft
Auberg 1
4002 Basel

Filiale Lugano

WIR Bank Genossenschaft
Riva Caccia 1
6900 Lugano

Filiale Zürich

WIR Bank Genossenschaft
Schaffhauserplatz 3
8006 Zürich

Filiale Bern

WIR Bank Genossenschaft
Hilfikerstrasse 4
3014 Bern

Filiale Luzern

WIR Bank Genossenschaft
Obergrundstrasse 88
6005 Luzern

Filiale Chur

WIR Bank Genossenschaft
Alexanderstrasse 24
Postfach 699, 7001 Chur

Filiale Lausanne

WIR Bank Genossenschaft
Av. Louis-Ruchonnet 16
1006 Lausanne

Filiale St. Gallen

WIR Bank Genossenschaft
Zwinglistrasse 2
9000 St. Gallen

Filiale Siders

WIR Bank Genossenschaft
Av. du Général Guisan 4
3960 Siders

Kontakt und Social Media

Telefon (Mo–Fr, 07.30–18.00)
0800 947 947

Fax
0800 947 942

E-Mail
info@wir.ch



WIR-Messen

WIR-Expo Zürich

François Cochard
Regina-Kägi-Strasse 11
8050 Zürich

T 043 818 26 36
info@wir-expo.ch
wirexpo.ch

WIR-Messe Rothrist

Andy Bühler
Weidweg 1
4852 Rothrist

T 079 224 27 08
info@gaertneri-buehler.ch
triibhuus.events



Werbemöglichkeiten im WIR-Netzwerk

Mit dem WIRinfo, den WIRmailings und mit der Plattform WIRmarket.ch stellt die Bank WIR den WIR-Kunden drei Werbekanäle zur Verfügung. Sie sind ebenso Teil des WIR-KMU-Pakets wie die jährliche Werbegutschrift von 500 CHW. Auch über die WIR-Partner-Networks und an WIR-Messen können Sie Ihre Sichtbarkeit erhöhen.

Ihre Vorteile auf einen Blick

- Die ersten 500 CHW schenken wir Ihnen
- Hoher WIR-Anteil im WIRinfo
- Gezielte Ansprache mit WIRmailings (Direct Mailings an WIR-Teilnehmer)
- Geringer Streuverlust
- Jahresrabatt ab einem Werbeumsatz von 2500 CHW/CHF
- Unkomplizierte Verrechnung und detaillierte Belastungsanzeige

WIRmarket.ch

Auf WIRmarket.ch können Sie unbeschränkt gratis **Inserate** schalten (Pinnwand), Ihre Produkte im **Shop** anbieten und **Ausschreibungen** publizieren.

Zudem haben Sie die Möglichkeit, Ihre Firma, Inserate, Shopartikel und Ihre Ausschreibungen mit **Toplistings** zu bewerben. Die Anzahl Views und Klicks können Sie jederzeit unter «Profile» überprüfen. Preis Toplistings: 10 CHW/Tag

Ihr erster Schritt auf wirmarket.ch sollte aber die Aktualisierung und Vervollständigung Ihres Firmeneintrags sein. Nutzen Sie dazu aussagekräftige Fotos und Texte. Auch mit den folgenden Gratis-Instrumenten erhöhen Sie im WIRmarket die Aufmerksamkeit:

- **Zusätzliche WIR-Annahmesätze** z.B. für spezielle Angebote
- **Aktionen:** temporäre Erhöhung des WIR-Annahmesatzes

WIRinfo – das Schweizer KMU-Magazin

Das WIRinfo erscheint zu Beginn jedes Monats in einer Auflage von rund **25000 Exemplaren**. Sie erreichen damit **alle WIR-Kunden (KMU) und deren Angestellte mit WIR-Konto**.

Inserateschluss: i.d.R. der 10. des Vormonats, bei Sonn- und Feiertagen der letzte Werktag davor. Richten Sie Ihre Inserate oder Fragen an: inserate@wir.ch

Inseratepreise im WIRinfo (WIR-Anteil 75%)

Grösse	Schwarzweiss	Farbig
2. U-Seite	4090.–	4700.–
3. U-Seite	3890.–	4470.–
4. U-Seite	4290.–	4930.–
Inhalt	Schwarzweiss	Farbig
1/1 Seite	2980.–	3460.–
1/2 Seite	1490.–	1730.–
1/4 Seite	745.–	865.–
1/8 Seite	370.–	430.–
pro 1/48 Seite	62.–	72.–

Im WIRinfo sind Chiffre-Inserate möglich; Gebühr: 8.50 CHW/CHF



WIRmailing

Mit einem WIRmailing gelangen Sie ohne Streuverlust an die WIR-Teilnehmer Ihrer Wahl und erweitern Ihren Kundenstamm.

So funktioniert's:

Sie liefern uns Ihre verpackte oder unverpackte Werbesendung zur Adressierung und informieren uns, wen Sie anschreiben möchten:

- Ausgewählte Postleitzahlen (max. 20 Stück)
- Ausgewählte Kantone
- Ausgewählte Branchenteilnehmer
- Ausgewählte Sprache der Teilnehmer
- Alle WIR-Teilnehmer
- Selbstgewählte Kombination von Auswahlmöglichkeiten

Geben Sie auf der Drucksache einen WIR-Annahmesatz an, der nicht tiefer als Ihr im WIRmarket publizierter Satz ist.

Wählbare Versandarten:

- A-Post (1 Tag)
- B-Post (2 Tage)
- B2-Post (3–6 Tage)

Die Kosten werden Ihrem CHW- bzw. Ihrem CHF-Konto belastet:

- 0.22 CHW inklusive MwSt. in CHW (pro Adresse)
- Portotaxe inklusive MwSt. in CHF

Vorab benötigen wir 1 Musterexemplar zur internen Prüfung. Ihr Material (inkl. 20 Zusatzexemplare für den Probedruck) müssen Sie uns 14 Tage vor Versand anliefern.

Kontakt

Wollen Sie eine Offerte für ein WIRmailing einholen? Wir beraten Sie gerne. Kontaktieren Sie uns via E-Mail: wirmailing@wir.ch

Rabatt auf Jahresumsatz

Ihre Werbe-Umsätze auf dem WIRmarket, im WIRinfo und mit WIRmailings werden im Inratesystem der Bank WIR laufend addiert und berechtigen ab einer Höhe von 2500 CHW/CHF zu einem Jahresrabatt, der Ihnen Ende Jahr gutgeschrieben wird.

Das sind die Rabattstufen:

Umsatz	Rabatt
ab 2500.–	4%
ab 7500.–	6%
ab 15500.–	8%
ab 35000.–	9%
ab 50000.–	10%



Impression von der WIR-Messe Rothrist.

Mediadaten WIRinfo

Inserateaufgabe und Beratung

inserate@wir.ch

Geschäftsbedingungen

Siehe www.wir.ch/agb-de

Inserateannahmeschluss: Bitte beachten Sie den Inserateschluss für das WIRinfo Februar 2025: Freitag, 10. Januar 2025, 12.00 Uhr.

Datenübernahme Druckunterlagen WIRinfo

Beim Erstellen der PDF-Datei bitte in den Farbeinstellungen das Profil «ISOnewspaper» auswählen und exportieren. Handschriftlich verfasste oder gefaxte Textinserate können nicht entgegengenommen werden.

Programme

Mac

Win

QuarkXPress
InDesign
MS Word
PDF Acrobat
Illustrator
Photoshop

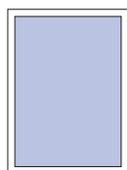
•
•
•
•
•
•

•
•
•
•
•
•

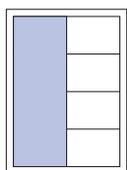
Wichtig: Bei offenen InDesign-, Illustrator- und Photoshop-Dateien müssen Schriften immer mitgeliefert werden (keine TrueType-Schriften). Die entsprechenden Zeichensatzkoffer und PostScript-Fonts bitte gezippt mitgeben. Bei PDF- und EPS-Dateien müssen Logos und Schriften eingebettet (mitgeliefert) sein. Die Datei muss mit den Originalbilddaten (Tiff oder EPS) geschrieben sein. Keine Layout-Bilddaten verwenden. Die PDF-Datei muss Acrobat-4-kompatibel sein (Version 1.3) und mit einer Auflösung von 240 dpi erstellt werden.

Datenträger: CD, DVD, Zip (100/250)

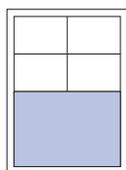
Inseratgrößen und Inseratepreise (alle Preise inkl. 8,1% MwSt., WIR-Anteil 75%)



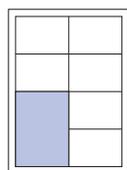
168x248 mm
1/1 Seite Inhalt



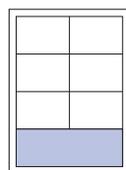
82x248 mm
1/2 Seite hoch (2-sp.)



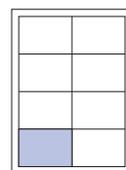
168x122 mm
1/2 Seite quer (4-sp.)



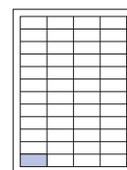
82x122 mm
1/4 Seite hoch (2-sp.)



168x59 mm
1/4 Seite quer (4-sp.)



82x59 mm
1/8 Seite quer (2-sp.)



39x17 mm
1/48 Seite

Mass für randabfallende Umschlagseiten: 210 x 297 mm + je 5 mm Beschnitt = 220 x 307 mm

Inseratepreise

Inhaltsseiten	Schwarzweiss	Farbig
pro 1/48-Seite	62.-	72.-
1/8-Seite	370.-	430.-
1/4-Seite	745.-	865.-
1/2-Seite	1490.-	1730.-
1/1-Seite	2980.-	3460.-
Umschlagsseiten		
2. U.-Seite	4090.-	4700.-
3. U.-Seite	3890.-	4470.-
4. U.-Seite	4290.-	4930.-

Rabatt auf Jahresumsatz (WIRinfo, WIRmarket, WIRmailing)

4%	ab 2500.-
6%	ab 7500.-
8%	ab 15500.-
9%	ab 35000.-
10%	ab 50000.-

Chiffregebühr: 8.50