

Das Magazin für Schweizer KMU



Freies Sparen

VIAC Invest: Sparen ausserhalb der Säule 3a

Mehr Flexibilität

Cash&Carry-Grossmarkt TopCC akzeptiert neu alle gängigen CHF-Zahlungsmittel

«Stärn»-Stunden

Das Restaurant SchwarzseeStärn ist Ausflugsort und Etappenziel der Tour de Suisse



Vorreiter

Editorial

Auf der 2017 lancierten und heute von über 120 000 Kunden genutzten VIAC-App sind inzwischen weitere Finanzprodukte vereint, darunter neu VIAC Invest für das freie Sparen.

Vor bald acht Jahren mischten VIAC und die Bank WIR den Vorsorgemarkt neu auf, und zwar mit der Lancierung der ersten vollständig digitalen Säule 3a. Auf dieser VIAC-App sind inzwischen noch weitere Finanzprodukte vereint, darunter neu VIAC Invest für das freie Sparen, d.h. das Sparen ausserhalb der Säule 3a. Wie viel man von seinem Ersparten in Fonds investieren will, ist jeder und jedem selbst überlassen – ab 1 CHF ist man dabei (S. 6).

Auch VIAC Invest zeichnet sich durch seine Einfachheit aus und untermauert die Vorreiterrolle von VIAC. Ein kurzer Fragebogen definiert Ihre Risikobereitschaft und eine Anlagestrategie. Das Erstellen eines Dauerauftrags schliesst das Prozedere ab – probieren Sie es aus!

Auf spielerische Weise und völlig risikolos kann man seine unternehmerische Ader in Brettspielen wie Monopoly ausleben. Das 120-jährige Spiel gibt es in vielen Varianten und vielleicht bald auch – in etwas abgewandelter Form – als «WIR'ler Gewerbe-Spiel» (S. 26). Als Kundengeschenk kann es dazu dienen, bestehende Banden zu festigen. Ein wichtiges Ziel für jede Unternehmerin und

jeden Unternehmer, denn es ist bis zu siebenmal teurer, neue Kunden zu gewinnen, als bestehende zu halten. «Treue Kunden geben im Durchschnitt mehr aus und sind weniger preissensibel, weshalb Kundenbindung eine zentrale Unternehmensstrategie sein sollte», schreibt unsere Kolumnistin Jana Lucas in ihrer Bildbetrachtung (S. 22).

WIR-Partner gehören erfahrungsgemäss in die Kategorie treue Kundschaft. WIR als verbindendes Element nutzen z. B. der Cash&Carry-Grossmarkt TopCC (S. 10) und das Restaurant SchwarzseeStärn (S. 14). Während man im «SchwarzseeStärn» seine CHF-Liquidität maximal schonen kann, kennt TopCC einen Annahmesatz von 20%. Bis vor Kurzem musste der CHF-Anteil ebenfalls mit der WIRcard bzw. WIRcard plus beglichen werden, Nun setzt TopCC auf Flexibilität: jedes gängige CHF-Zahlungsmittel ist willkommen.

Daniel Flury
Chefredaktor

«Erfrischung
auf Knopfdruck.»

Klimagerät Fresco 140 von Sonnenkönig

100% WIR!
1 111 CHW
statt
1 399 CHF

wir.ch/wirpromo

Cool bleiben mit dem Fresco 140 von Sonnenkönig!



Wenn die Temperaturen steigen, sorgt das mobile Klimagerät Fresco 140 von Sonnenkönig für angenehme Abkühlung. Ob im Büro, Schlafzimmer oder Wohnzimmer – mit seiner leistungsstarken Kühlfunktion bringt es frische, angenehme Luft genau dorthin, wo Sie sie brauchen.

Der Fresco 140 überzeugt nicht nur mit hoher Kühlleistung, sondern auch mit seinem modernen Design und seiner einfachen Handhabung. Eine praktische Fernbedienung mit Timer-Funktion sorgt für maximalen Komfort.

Das Gerät lässt sich flexibel in jedem Raum aufstellen und arbeitet energieeffizient – für ein perfektes Raumklima ohne Kompromisse. Erleben Sie jetzt die erfrischende Leichtigkeit des Fresco 140 und geniessen Sie den Sommer in vollen Zügen!

Fresco 140 im Wert von 1 399 CHF für nur 1 111 CHW inkl. MwSt. und Versand. Jetzt zuschlagen und sparen!

Produktdetails:

- 3 Ventilationsstufen
- Luftumwälzung: 400 m³/h
- Entfeuchtungsleistung: 36 l/24 h
- Raumgrösse: ca. 55 m² / 130 m³
- Energieklasse A
- Fernbedienung

Technisches:

- Leistungsaufnahme: 1,6 kW
- Kühlleistung: 14 000 BTU/h (4 kW)
- Farbe: weiss
- Masse: 44 x 71,5 x 33,5 cm
- Gewicht: 22 kg
- Garantie: 2 Jahre

WIRpromo-Partner

Sonnenkönig wurde bereits 1957 als Hersteller von Infrarot-Heizungen gegründet. Mittlerweile umfasst das Sortiment alle denkbaren Produkte rund um die Themen Heizen, Kühlen sowie Haushalts- und Küchengeräte. Sonnenkönig steht für Schweizer Präzision und qualitativ hochwertige Güter.

Inhalt

Seite 22

Menschen kaufen dort, wo sie sich wahrgenommen und verstanden fühlen. Eine bessere Kundenorientierung erhöht die Wahrscheinlichkeit für Wiederholungskäufe, Weiterempfehlungen und Umsatzsteigerung. Ein Gemälde von Konrad Witz aus dem Spätmittelalter kann Unternehmen dazu inspirieren, eine verbindende Beziehung zu ihren Kundinnen und Kunden aufzubauen.



Seite 26

Wer hat nicht schon davon geträumt, sich ein Firmen- oder Immobilienimperium aufzubauen? Die Rüegg Management GmbH macht's möglich, wenn auch nur zum Spass. Das selbst entwickelte Gewerbe-Spiel kann auf unterschiedlichste Bedürfnisse zugeschnitten werden und eignet sich als hochwertiges Kundengeschenk von KMU für KMU.

Seite 34

Pausen. Alle reden davon, aber der Unternehmergeist hielt sie lange für eine Verschwörung der Faulen. Denn, «wer was reissen will, muss brennen»: durcharbeiten, durchziehen, «Gring ache u seckle» – so dachte er zumindest. Bis er eines Tages feststellte, dass sein Hirn sich anfühlte wie ein überhitzter Laptop, nur ohne Lüfter.



- | | | |
|--|--|---|
| <p>6 Sparen leicht gemacht: Mit VIAC Invest in die Zukunft investieren</p> <p>10 TopCC: 30000 Artikel mit 20% WIR Jetzt flexibler zahlen mit allen gängigen Zahlungsmitteln</p> <p>14 Kulinarische «Stärn»-Stunden im Senseland Restaurant SchwarzseeStärn</p> <p>20 Ein Radsportfest Tour de Suisse Women 2025</p> <p>22 Artgrade your business Die Kunst der Kundenbindung</p> <p>26 Gewerbe-Spiel statt Monopoly Ein nachhaltiges Gewerbe-Spiel für WIR-Partner</p> | <p>28 «Den Ausbruch aus dem Alltag ermöglichen» Interview mit Helena Bigler, Leiterin Procap Reisen & Sport</p> <p>33 144 Seiten «Faszination WIR»</p> <p>34 Der Unternehmergeist und die Pausen Kolumne von Karl Zimmermann</p> <p>36 Generation Z am Arbeitsplatz</p> <p>38 Sophia Loren im Glockenturm Touristen entdecken bekannte Schweizer Filmdrehorte</p> | <p>42 500 CHW geschenkt! Ihre Gutschrift für Inserate und Werbung</p> <p>43 Neue WIR-Teilnehmer</p> <p>46 Willkommen im WIR-Netzwerk</p> <p>58 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> |
|--|--|---|

Sparen leicht gemacht: Mit VIAC Invest in die Zukunft investieren



Von der Vorsorge-Revolution zum freien Sparen: VIAC stellte vor nun bald 8 Jahren den Schweizer Vorsorgemarkt auf den Kopf. Mit ihrer vollständig digitalen Säule 3a war die VIAC-App Vorreiter und rüttelte

am Status quo. Wo gestern noch Vorsorgegelder bei Banken mit wenig Innovation oder bei Versicherungen mit nicht immer transparenten Angeboten landeten, gibt es heute eine grosse Auswahl an Vorsorge-Apps, die auch durch VIAC inspiriert wurden.

Neustes Kapitel in der VIAC-Geschichte: Sparen ausserhalb der Säule 3a mit VIAC Invest.





Die Gesichter hinter VIAC Invest (v.l.n.r.):
 Pascal Heydecker (Leiter Fondsadministration), Rene Ineichen (CEO VIAC Invest),
 Simon Spirig (Stv. Leiter Portfoliomanagement) und Dominik Eglin (Stv. CEO VIAC Invest).

Foto: Michel Schnyder

VIAC ist nach wie vor Marktführer. Mit der Bank WIR als starker Partner im Rücken, vertrauen bereits über 120 000 Kunden auf VIAC mit einem verwalteten Vermögen von mehr als 4,7 Milliarden Franken. Ein Erfolg, den die VIAC Gründer selbst so nicht erwartet haben.

«Unser Ziel war es, innerhalb von 10 Jahren 20 000 Kunden zu erreichen. Dieses Ziel haben wir schon nach nur 3 Jahren weit übertroffen.»

Daniel Peter (CEO VIAC AG)

Aber warum beim Sparen für die Pension aufhören?

Heute zählt weit mehr zum Angebot als nur die Säule 3a: Freizügigkeitskonten, Hypotheken und Versicherungen sind im Verlauf dazugekommen. Doch auch hier ist man noch nicht am Ende angelangt. Mit dem Ziel, alle wichtigen Finanzprodukte in einer App anzubieten, öffnet VIAC ein neues Kapitel in seiner Geschichte und lanciert VIAC Invest. Sparen ausserhalb der Vorsorge, ohne Einschränkungen, aber mit dem gleichen Erfolgsrezept wie in der Säule 3a.

Was ist VIAC Invest?

VIAC Invest ist ein digitaler Sparplan, mit dem man sein Ersparnis in Fonds investieren kann.

Wie viel man investiert, ist einem selbst überlassen; ab 1 CHF ist man dabei.

Der Fondssparplan von VIAC zeichnet sich durch seine Einfachheit aus und ermöglicht es Leuten, die keine Finanzexperten sind von den Chancen des Markts zu profitieren. Ein kurzer Fragebogen erwägt die Risikobereitschaft und empfiehlt dann eine Anlagestrategie, ganz ohne Finanzkauterwelsch.

Dann gilt es nur noch einen Dauerauftrag zu erstellen und den Rest macht die App von allein. Dass Investieren mit einem gewissen Risiko verbunden ist, ist den meisten Leuten klar, denn der Wert von Anlagen kann schwanken. Deshalb ist ein langer Anlagehorizont wichtig. Generell sollte nur Geld investiert werden, auf welches man auf absehbare Zeit nicht angewiesen ist.

Kontosparen und Fondssparpläne im Duell

Das ersparte Geld unter der Matratze verstecken ist bekannterweise wohl die schlechteste Art und Weise zu sparen. Doch auch ein Sparkonto birgt Tücken, denn der Zins ist oftmals nicht genug, um den Wertverlust der Inflation wettzumachen und so wird vor allem das langfristige Sparen zum Verlustgeschäft. Über einen Horizont von 40 Jahren kann die Inflation ungefähr die Hälfte des Vermögens wegfressen. Wenn man hinzudenkt, was in dieser Zeit an Rendite angefallen wäre, wenn man das Geld investiert hätte, kann es ganz schön schmerzen.



Vier Mythen übers Investieren

1. Investieren ist nur was für Reiche.

X Falsch. Bei VIAC Invest kann ab 1 Franken investiert werden und es gibt keinen Einzahlungszwang.

2. Bargeld ist sicher.

X Falsch. Inflation wertet Geld ab und für den gleichen Betrag kann in Zukunft weniger gekauft werden.

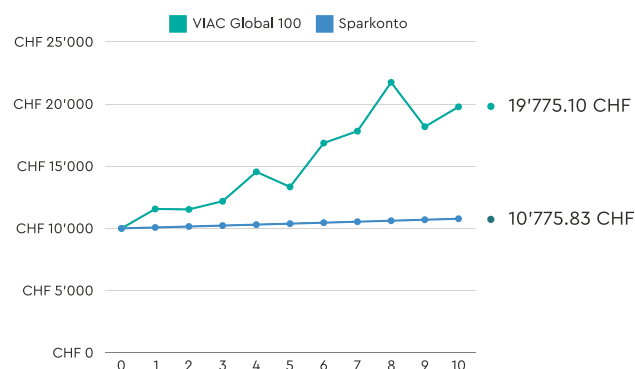
3. Investieren ist kompliziert.

X Falsch. Mit VIAC Invest müssen nur ein paar Fragen beantwortet werden, den Rest macht die App.

4. Man muss den richtigen Moment abwarten, um zu investieren

X Falsch. Den perfekten Moment zu erwischen, ist nicht wirklich möglich. Viel sicherer ist es, langfristig und regelmässig zu investieren, um vom Durchschnittskosteneffekt und Zinseszinsseffekt Gebrauch zu machen und das Risiko zu minimieren.

Ein kurzer Vergleich macht die Unterschiede deutlich: Gehen wir davon aus, dass wir im Jahr 2014 eine Summe von 10 000 Franken auf der Seite haben. Wir vergleichen ein Sparkonto mit einem eher grosszügigen Zins von 0,75% pro Jahr mit einem einmaligen Investment in die VIAC Global 100 Strategie:



Eine positive Wertentwicklung in der Vergangenheit ist keine Garantie für eine positive Wertentwicklung in der Zukunft.

Die Bilanz nach 10 Jahren ist einschneidend. Hätte man 2014 die 10 000 Franken investiert, wäre der ersparte Betrag Ende 2024 fast doppelt so hoch wie der Betrag auf dem Sparkonto.

Investieren für jede Lebensphase mit VIAC Invest an der Seite

Egal, wo man im Leben steht: Mit VIAC Invest kann man seine finanzielle Zukunft flexibel, smart und effizient planen. VIAC begleitet jede Lebensphase mit Lösungen, die perfekt zu den eigenen Bedürfnissen passen.

• Entnahmeplan: die private Rente

Pensionskassengelder können beispielsweise auf VIAC Invest übertragen werden, um einen Entsparplan einzurichten. So erhält man regelmässige Auszahlungen im Rentenalter, fast wie eine private Rente. Das Vermögen wird dabei natürlich schrittweise verzehrt, bleibt jedoch weiterhin investiert und produktiv. Gleichzeitig bleibt die Möglichkeit bestehen, Kapital flexibel zu beziehen, wenn es benötigt wird. So lassen sich Renditechancen mit finanzieller Freiheit kombinieren.

• **Kinderportfolio: für die nächste Generation vorsorgen**

Je früher, desto besser: besonders beim Investieren. Für Kinder ist der Anlagehorizont besonders lang, was das Risiko reduziert und die Ertragschancen erhöht. Mit einem Kinderportfolio lässt sich frühzeitig der Grundstein für eine starke finanzielle Zukunft legen. Ob für Ausbildung, Eigenheim oder einfach als Startkapital fürs Leben.

Was kostet VIAC Invest?

VIAC Invest bietet dir Vermögensverwaltung zum Bestpreis – günstiger als vergleichbare Angebote – bei gleichzeitig maximaler Leistung. So sind bei VIAC die Depotgebühren, Transaktionskosten, Fremdwährungszuschläge und auch ein eSteuerauszug inkludiert.

Bis zum 31.12.2025 beträgt die VIAC Invest Vermögensverwaltungsgebühr 0,00%! Und auch anschliessend sind die Vermögensverwaltungsgebühren mit 0,25% pro Jahr sehr tief.

Jetzt VIAC Invest eröffnen und von der Launch-Aktion profitieren!

- Zusätzlich lebenslanger Gebührenfreibetrag von CHF 2000²
- Bis zu CHF 100 Sign-up Bonus^{2,3}

● Michel Schnyder

1 Exkl. Kosten der eingesetzten Fonds
 2 Für die ersten 25'000 VIAC Invest Kunden
 3 Zufallsverteilung mit CHF 10, 20, 30, 50 und 100 als möglicher Betrag.



viac.ch

Drei Fragen an René Ineichen, CEO von VIAC Invest:

Was unterscheidet VIAC Invest von anderen Angeboten?

Einfachheit in der Bedienung, damit es jede Person, auch ohne Finanzwissen, nutzen kann. Mithilfe des Risikoprofils erhalten unsere Kunden eine Anlagestrategie empfohlen, die zu ihren Bedürfnissen passt und sie brauchen sich nicht um die Auswahl von einzelnen Anlagen zu kümmern. Falls es doch einmal Fragen gibt, hilft unser kompetenter Kundensupport gerne weiter.

Was waren die grössten Hürden?

Die grösste Herausforderung war es, ein Produkt zu schaffen, das gleichzeitig simpel und professionell ist. Wir sind in einigen Bereichen ganz neue Wege gegangen, die regulatorisch vorgesehen sind, aber von (fast) keinem Anbieter genutzt werden. Das erzeugte viel Erklärungsbedarf und erforderte entsprechend Zeit. Trotzdem fanden wir auch bei der Finanzmarktaufsicht FINMA die Bereitschaft, neue Wege zu beschreiten und damit auch Innovation zu ermöglichen.

Dein persönlicher Spar-Tipp?

Früh anfangen, konsequent einzahlen und der Strategie treu bleiben (ausser es ändert sich etwas an den Lebensumständen). Den richtigen Einstiegspunkt kennt niemand und es ist viel wichtiger investiert zu sein, als zu versuchen den richtigen Einstiegszeitpunkt zu erwischen – «time in the market beats timing the market».





Die elf Grossmärkte von TopCC befriedigen alle Konsumbedürfnisse – auch mit einem WIR-Anteil.

Fotos: Henry Muchenberger



TopCC und WIR-Netzwerk auf einen Blick

- WIR-Kundinnen und -Kunden können alle Artikel (ausgenommen Tabakwaren/Zigaretten und wenige weitere wie Depot/Gebinde, Gebührenmarken, Wertkarten wie z. B. iTunes-Karten) mit einem WIR-Anteil von **20%** bezahlen.
- Der WIR-Anteil bezieht sich auf den Preis ohne Mehrwertsteuer.
- Der WIR-Anteil muss mit der **WIRcard** oder der **WIR-card plus** bezahlt werden.
- Für den Einkauf bei TopCC benötigen die Kundinnen und Kunden eine **Einkaufskarte**. Diese ist in den Märkten sowie online unter www.topcc.ch/kundenbereich/kartenantrag erhältlich. Bei Fragen hilft die Gratis-Hotline unter der Nummer 0800 800 070 weiter.



TopCC: 30 000 Artikel mit 20% WIR

Im Cash&Carry-Grossmarkt TopCC mit seinen 11 Standorten können Gastrobetriebe und alle anderen Geschäftskunden mit einem WIR-Anteil von 20% einkaufen. Neu braucht der CHF-Anteil nicht mehr ausschliesslich mit der WIRcard oder WIRcard plus bezahlt zu werden.

Seit über zwei Jahren gehört TopCC zu den ersten Adressen für WIR-Kundschaft aus Gastronomie und Handel, aber auch aus dem privaten Sektor. Ob Früchte, Gemüse, Molkereiprodukte, Fleisch oder Wein: bei TopCC erhalten die Kundinnen und Kunden immer alles frisch, preiswert, in grosser Auswahl – und bezahlbar mit einem WIR-Anteil von 20%!

Zum eindrucksvollen Sortiment von rund 30 000 Artikeln gehören auch zahlreiche Artikel aus dem Non-food- und Nearfood-Bereich wie zum Beispiel Hygieneartikel, Reinigungsmittel oder Kosmetika. Produkte der Eigenmarke «TopCC Profit» runden das Angebot ab.



Als einziger Grossmarkt in der Deutschschweiz verfügt TopCC an allen Standorten über eine bediente Metzgereiabteilung.

Debit Mastercard der Bank WIR

Die Debit Mastercard der Bank WIR ist wie Twint, E- und Mobile Banking Teil des Bankpakets top der Bank WIR. Sie ist kostenlos und ...

- ... weltweit einsetzbar für den Bargeldbezug und fürs Einkaufen
- ... erlaubt das Online-Bezahlen im Internet und in App Stores
- ... erlaubt das kontaktlose Bezahlen, auch per Smartphone als Mobile Payment

Zudem sind 24 Bancomat-Bezüge im In- und Ausland kostenlos, jeder weitere Bezug kostet danach nur 2 CHF pro Transaktion – egal ob dieser in der Schweiz oder im Ausland erfolgt. Die Fremdwährungsbezüge sind kommissionsfrei und werden Ihrem Privatkonto top zum Interbankenkurs (Devisenmittelkurs) belastet – günstiger geht es nicht mehr!

Die Eröffnung des Bankpakets top ist über das Kundenportal im E-Banking möglich. Sie haben Fragen zum Paket? Dann rufen Sie uns an: 0800 047 947 (Mo–Fr, 08.00–17.00 Uhr).

Dementsprechend können Gastrobetriebe bei TopCC ihren gesamten Warenbedarf abdecken, und zwar in den für sie nötigen Grossmengen. «Normale» KMU finden ebenfalls alles, was sie z. B. für einen Event, die Cafeteria oder für den Pausenraum benötigen: Kaffee, Wein, Bier und Knabbersachen für einen Apéro, Geschirr, Besteck, Geschirrspülmittel, Toilettenpapier und vieles mehr. Selbstverständlich sind alle Produkte auch in praktischen Haushaltsgrössen – also etwa für den Privatbedarf – erhältlich. Somit ist TopCC für den normalen Wocheneinkauf ebenfalls ideal.

Ideales Geschenk für Ihre Mitarbeitenden

Auch die Geschenkkarten von TopCC können Geschäftskunden mit einem WIR-Anteil von 20 % erwerben. Damit eignen sie sich ausgezeichnet als sinnvolles Geschenk für Mitarbeitende.

TopCC legt Wert auf höchste Gastroqualität und ausgezeichnete Serviceleistungen – «für alle, die gerne essen und trinken». Bezeichnenderweise verfügt jeder Standort von TopCC als einziger Grossmarkt in der Deutschschweiz über eine bediente Metzgereiabteilung, und das erfahrene Fachpersonal gibt gerne auch Tipps zur Zubereitung.

Neu: mehr Flexibilität beim Bezahlen

Bis vor Kurzem musste auch der CHF-Anteil eines Kaufs notwendigerweise über die WIRcard oder WIR-card plus bezahlt werden. Neu sind die Konsumenten hier frei: Getreu dem Motto «Flexibler zahlen – jetzt mit allen gängigen Zahlungsmitteln» kann jede Debit- oder Kreditkarte und natürlich Barzahlung zum Einsatz kommen. Als Kundin oder Kunde der Bank WIR ist die Karte der Wahl mit Vorteil die kostenlose Debit Mastercard, die Teil des Bankpakets top ist (vgl. Kasten «Debit Mastercard»).

Wie wird man Kundin oder Kunde von TopCC?

Hier bleibt sich alles gleich: Für den Einkauf bei TopCC benötigen Gastrounernehmen, Firmen und andere Konsumenten eine Einkaufskarte. Diese ist kostenlos, und es besteht keine Mindesteinkaufssumme. Die Einkaufskarte ist online oder an einem der 11 Standorte erhältlich (vgl. Kasten «11 Standorte»).

● Daniel Flury

WIRmarket.ch > TopCC



Eine Weinabteilung, wo wie in den anderen Bereichen auf kompetentes Fachpersonal gezählt werden kann.

**TopCC:
11 Standorte in der Deutschschweiz**



Für die Öffnungszeiten konsultieren Sie bitte topcc.ch.

TopCC Buchs SG

Fuchsbühelstrasse
9470 Buchs

TopCC Rümlang

Riedmattstrasse 8
8153 Rümlang

TopCC Diessenhofen

Chli Ratihard
8253 Diessenhofen

TopCC Sihlbrugg

Sihlbruggstrasse 107
6340 Baar

TopCC Hendschiken

Industriestrasse 6
5604 Hendschiken

TopCC St. Gallen

Gaiserwaldstrasse 6
9015 St. Gallen

TopCC Kriens

Ringstrasse 17
6010 Kriens

TopCC Winterthur

Töss / In der Au 9
8406 Winterthur

TopCC Muri bei Bern

Thunstrasse 235
3074 Muri

TopCC Zuzwil SG

Herbergstrasse
9524 Zuzwil

TopCC Rothrist

Bernstrasse 30
4852 Rothrist

**NEU: Bezahlen Sie
den CHF-Anteil mit
dem Zahlungsmittel
Ihrer Wahl!**

Sofija und Hans Jungo sind
die Gastgeber im Restaurant
SchwarzseeStärn.

Fotos: Foto Frutig





Kulinarische «Stärn»-Stunden im Senseland

*Wenn am 16. Juni die Teilnehmer der Tour de Suisse zum Schluss-
spurt der zweiten Etappe ansetzen, brausen sie direkt an einem ganz
besonderen Juwel unter den WIR-Restaurants vorbei: dem
«SchwarzseeStärn» von Sofija und Hans Jungo.*



Der Baugrund für den «SchwarzseeStörn» wurde um einige Meter angehoben, um die Sicht auf den Schwarzsee zu optimieren.

Die kleine französische Bulldogge Otto ist wenig begeistert ob der Restaurantbesucherin am Ruhetag. Seinem Unmut über den ungebetenen Gast verleiht er mit einem sanften Grummeln Ausdruck – erst der Futternapf lässt ihn den Ärger vergessen. Deutlich freundlicher fällt die Begrüssung durch das Wirtepaar Sofija und Hans Jungo aus. Seit nunmehr 17 Jahren stecken sie viel Herzblut und Energie in den «SchwarzseeStörn», der, so verrät es bereits sein Name, nur wenige Meter neben dem Schwarzsee im Kanton Freiburg liegt. Dass auch dann

Arbeit anfällt, wenn das Restaurant dienstags bis donnerstags Pause macht, sind sich die Jungos gewohnt. «Wenn ich mich nicht um das Gästewohl kümmere, dann heisst es Büro, Büro, Büro», lacht Sofija Jungo. Sie verschweigt nicht, dass ein eigener Restaurantbetrieb viel Arbeit bedeutet. Vor allem, wenn man höchste Ansprüche an sich selber stellt.

Es sind Ansprüche, die sich auszahlen. Die Gästebewertungen auf Google und anderen Portalen überschlagen sich regelrecht in ihren Schwärmereien von dem aussergewöhnlich herzlichen Service und erstklassigem Essen. Von einer «kulinarischen Sternereise» ist da zu lesen, von der tollen Aussicht auf Berge und See, und vom herzlichen und sympathischen Wirtepaar und ihren professionellen Servicemitarbeitenden. Mit so einer Trouville an einem touristischen Ort hätte er nicht gerechnet, resümiert ein Rezensent. Gemeint ist das kleine Konglomerat an Sport- und Freizeitanlagen auf der anderen Strassenseite.

Die Tour de Suisse kommt im Juni

Bei unserem Besuch ist der Schnee schon etwas karg geworden, bald wird hier der Frühling einkehren, aus Schneeschuhrouten werden Wander- und Velowege, der Schwarzsee nicht mehr zum Schlittefahren, sondern zum Baden dienen. Mitte Juni wird das beliebte Naherholungsgebiet im Sensebezirk gar einen prominenten

Die Bank WIR und die Tour de Suisse

Die Bank WIR ist seit 2023 Premium Partner der Tour de Suisse und präsentiert das Bergpreistrikot. Die Tour de Suisse – sie findet 2025 vom 12. bis 22. Juni statt – ist der grösste alljährlich stattfindende Sportanlass im Land und ein Radsportfest für die breite Öffentlichkeit. Dort ist der globale Megatrend Velofahren längst angekommen, und dort befindet sich das Zielpublikum für die Spar- und Vorsorgeprodukte der Bank WIR. Im WIRinfo und auf anderen Kanälen thematisieren wir deshalb seit Februar 2023 die Tour de Suisse und das Phänomen Velo in all seinen Facetten.



Die Terrasse wird sich Mitte Juni füllen, wenn die Teilnehmer der Tour de Suisse von Aarau herkommend über die Ziellinie fahren.

Auftritt im Fernsehen haben. Dann nämlich führt eine Etappe der Tour de Suisse hierdurch, direkt vor dem SchwarzseeStärn. Das sei tolle Werbung für die Region, freut sich Hans Jungo. Gut möglich, dass auf den Bildern, die dann vom Schwarzsee in die Fernsehstuben gesendet werden, auch das Restaurant seinen Auftritt haben wird. «Wir sind nur 100 Meter von der Ziellinie entfernt», so Jungo. Das erste Mal sei es zwar nicht, dass die Tour de Suisse hier Halt mache. «Aber das letzte Mal waren wir noch im Bau!» Die prominente Lage an der Rennstrecke dürfte nicht der einzige Grund dafür sein, dass die Jungos beim diesjährigen Rennen einen offiziellen Anlass ausrichten können. Hochkarätiger Besuch ist hier ohnehin kein Novum: Schon mehrere Bundesräte und Alt-Bundesrätinnen waren im SchwarzseeStärn zu Gast.

Bubentraum Tierwärter

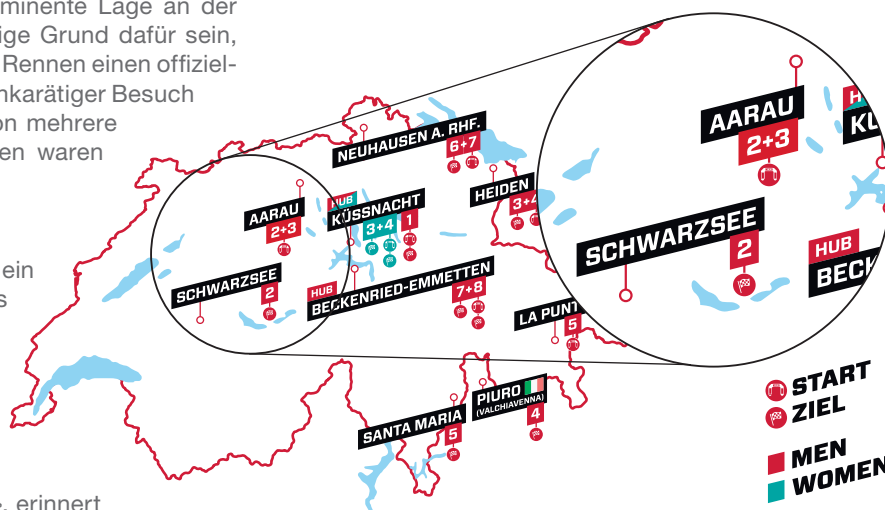
Dass Hans Jungo überhaupt einst ein Restaurant führen würde, war alles andere als klar. Eigentlich wäre er gerne Tierwärter im Basler Zoo geworden, erzählt er. «Während meiner Kindheit in Düdingen verbrachte ich viel Zeit auf dem Bauernhof der Nachbarn, die hatten allerlei Tiere», erinnert er sich an längst vergangene Tage.

Dann habe ihm der Berufsberater jedoch nahegelegt, Koch zu werden. Ganz unvoreingenommen war dieser als Freund von Jungos Vater – selbst Wirt – wohl nicht. Mit 15 Jahren ist Hans Jungo von Düdingen nach Zürich gezogen, hat im Bahnhofbuffet zuerst die zweijährige Lehre zum Kellner und dann die ebenfalls zweijährige Zusatzlehre zum Koch gemacht – wie das damals üblich war. Zwei Jahre lang arbeitet er daraufhin im Restaurant des Vaters, dem Landgasthof Garmiswil, wo heute der Bruder mit seiner Frau wirtet (WIRmarket.ch > Garmiswil; 80% WIR).

Von 1987 bis 1990 besuchte Hans Jungo die Hotelfachschule in Thun, parallel übernahm er am Schwarzsee das Restaurant Gypsera, ist Montag bis Freitag in der Schule, am Wochenende im Betrieb. «Ich konnte auch eines der beiden Praktika im eigenen Betrieb absolvieren, das war natürlich hilfreich», lacht er auf die intensive Zeit zurückblickend. Hier am Schwarzsee war es auch, wo er Sofija kennenlernte. 1991 wurde geheiratet, es folgten zwei Söhne.

Lieber ein eigenes Restaurant

Bereit hat Hans Jungo den Entscheid, Wirt zu werden, bis heute nicht. Auch nicht, als er im November 2003 wortwörtlich vor einem Haufen Asche stand. Die «Gypsera» war wegen eines technischen Defekts bis auf ihre Grundmauern niedergebrannt. Rund drei Jahre haben die Jungos daraufhin in einem Provisorium aus 26 verbundenen Containern gewirtet («sogar eine Hochzeit haben wir dort ausgerichtet!»), während der Neubau realisiert wurde. Das neue Restaurant hätten sie übernehmen können – entschieden sich aber letztendlich, ein eigenes zu eröffnen. «Wir erhielten die Gelegenheit, auf der anderen Strassenseite Land zu kaufen», blickt Hans Jungo zurück. «Die Gypsera wollten wir aber nicht konkurrieren.»



Die 2. Etappe der Tour de Suisse der Männer führt von Aarau nach Schwarzsee.



Die Wirtedynastie Jungo baut seit über einem halben Jahrhundert mit der Bank WIR.



Der gediegene Weinkeller ist Grundlage für die fast wöchentlich wechselnde Weinkarte.

Restaurant SchwarzseeStörn

Gassera 1, 1716 Schwarzsee FR
Tel 026 412 00 27

Öffnungszeiten:

Fr + Sa: 11.00–24.00

So: 09.30–24.00

Mo: 11.00–24.00

WIR Annahmesatz: 100%

Weg vom Trubel und etwas gehobener sollte das neue Lokal sein – sogar im wortwörtlichen Sinn. Der Boden wurde um drei Meter angehoben. Das verschafft den Gästen nicht nur einen formidablen Blick auf den See, sondern bewahrt das Restaurant auch vor unliebsamen Wasserschäden. Stets mit dabei: die Bank WIR, auch als sie in der Region noch wenig vertreten war. «Mein Vater war im deutschsprachigen Sensebezirk ein richtiger Pionier in der Zusammenarbeit mit der Bank WIR. Er realisierte zusammen mit Partnern diverse Projekte und Bauten», erzählt Hans Jungo von der bereits über ein halbes Jahrhundert währenden Zusammenarbeit der Wirtedynastie Jungo mit der Genossenschaftsbank.

Namensfindung auf dem Sessellift

Dass der Name des SchwarzseeStörn nicht zu hoch gegriffen war, zeigen nicht nur die guten Bewertungen im Internet. Die vielen Logos und Signete am Eingang – sie reichen von Gault Millau über den Guide Bleu bis zur Tafelgesellschaft zum Goldenen Fisch – zeugen von der Qualität von dem, was hier auf den Teller kommt und auch davon, wie mit den Gästen umgegangen wird. Dabei war das Restaurant bis kurz vor Abschluss der Bauarbeiten noch namenlos. «Du, das Dach sieht vom Sessellift aus wie ein Stern» habe ihm ein Familienfreund den essenziellen Tipp gegeben. Am 21. Dezember 2007, kurz vor Weihnachten, erstrahlte der SchwarzseeStörn schliesslich erstmals auf der kulinarischen Landkarte.

Er hinter, sie vor den Kulissen

Während Hans Jungo mit seinem Küchenchef seit nunmehr 17 Jahren Gaumenfreuden wie das Dry-Aged-Rindsfilet mit Maggia-Pfeffersauce oder ein Winterkabeljaufilet mit grillierten wilden Brokkoli auf die Teller zaubert, sorgt Sofija dafür, dass vor den Kulissen alles auf höchstem Niveau vonstatten geht. «Meine Frau ist die geborene Wirtin. Sie bringt stets Ruhe in den Saal, auch wenn 50 oder 60 Gäste da sind, lässt sie keine Hektik aufkommen», schwärmt Hans Jungo.

Langsam kürzertreten

Heute strahlt der SchwarzseeStörn weit über das schicke Naherholungsgebiet hinaus, lockt Gäste vom Berner Oberland und noch weiter. Anders gesagt: Das Herzblut der Jungos trägt Früchte. Mit 37 Jahren sei er denn auch der dienstälteste Wirt im Sensebezirk, erzählt er. Und verrät: «Ich bin langsam am Kürzertreten.» Ein paar Jahre, so der 58-Jährige, möchte er allerdings noch weiterarbeiten. Den Job des Küchenchefs hat er bereits an Sohn Christian übergeben. Dieser wiederum hat sein Handwerk beim Sternekoch Alain Bächler in Bourguillon erlernt und sich bei Alain Ducasse in London weitergebildet. Er selbst widme sich nun vor allem dem Süssen, der Patisserie, lächelt Hans Jungo. Ausserdem kümmere er sich um die Bestellungen und, ganz wichtig, um die ausschweifende Weinkarte mit ihren rund 120 Positionen.



Seit 2007 steht das Restaurant SchwarzseeStärn für Gaumenfreuden.

«Diese aktualisieren wir fast jede Woche», ergänzt der passionierte Wirt und Weinkenner. Langweilig dürfte es ihm also nicht so schnell werden. Und sowieso: Mit der Tour des Suisse steht bald ein ganz besonderes Highlight vor der Tür.

● Anita Suter

WIRmarket.ch > SchwarzseeStärn



In der Küche wirkt heute Christian Jungo, Vater Hans Jungo widmet sich noch der Patisserie und der Weinkarte.

Foto: Karl-Heinz Hug / hugphotos.com

Biken, wandern und baden am Schwarzsee

Ganz im Süden des deutschsprachigen Sensebezirks, eingebettet in die Freiburger Voralpen, verbirgt sich mit dem Schwarzsee ein wahres Freizeitparadies. Nebst dem Verbringen genussvoller Stunden bei den Jungos im «SchwarzseeStärn», lädt die umliegende Landschaft auch zum Wandern und – die Tour de Suisse macht es im Juni vor – zum Biken ein. Für Mountainbiker hält die Region mit der 22,5 km langen «Panorama Beizli Tour» einen wortwörtlichen Leckerbissen bereit, ausserdem eignet sich das Senseland bestens für gemütliche Ausfahrten auf dem E-Bike.

Auch wer gerne wandert, kommt hier nicht zu kurz. Ob gemütlicher Seerundgang (4 km, ca. 1¼ Stunden), unterhaltsamer «Häxeweg» (5,4 km, ca. 2 Stunden) oder Grosse-Brecca-Tour (14,5 km, ca. 4½ Stunden): bei einem Wandernetz von rund 200 km herrscht die Qual der Wahl. An vielen der Routen sorgen urchige kleine «Buvettes» am Wegrand für Durstlöscher und Verköstigung. Einige der Trails – zum Wandern wie zum Biken – führen direkt am Restaurant SchwarzseeStärn vorbei. Andere werden mit dem Sessellift, der von der anderen Strassenseite aus auf die Riggisalp fährt, erreicht. Auch, wer lieber unten am See bleibt, wird sich kaum langweilen: Im Sommer kann hier nämlich nicht nur gebadet, sondern auch auf dem Pedalo oder dem Stand-up-Paddleboard ausgefahren und sogar gefischt werden.

fribourg.ch/schwarzsee

Tour de Suisse Women 2025: Ein Radsportfest

Die Schweizer Radrundfahrt Tour de Suisse Women feiert in diesem Jahr ein erstes Jubiläum. Während das Rennen der Männer seit 1933 schon über 80-mal ausgetragen wurde, findet das Rennen der Frauen zum fünften Mal statt. Und lockt mit einer – hoffentlich – entscheidenden Veränderung.

Die grossen und namhaften Rundfahrten wie der Giro d'Italia, La Vuelta, die Tour de France haben alle ein Frauenrennen. Obwohl es kein Reglement gibt, das den Veranstaltern vorschreibt, ein solches durchzuführen, sind die Rennen der Frauen zum Prestige geworden.

«Es ist kein Muss. Wir wollen ein Frauenrennen organisieren.»

Olivier Senn

Das gilt auch für die Tour de Suisse: «Es ist kein Muss. Wir wollen ein Frauenrennen organisieren», sagt Tour-de-Suisse-Direktor Olivier Senn. «Die Entwicklung des Frauenradsports in den letzten zehn Jahren ist grandios. Es ist gigantisch, ein Teil davon sein zu dürfen.» Diese Einstellung hatte Senn nicht entwickeln müssen. Er war von Anfang an begeistert, als die Idee eines Frauenrennens im Rahmen des 50-Jahre-Frauenstimmrecht-Jubiläums 2021 entstanden war. «Wir wollten den Frauenradsport vorantreiben und wählten bewusst das finanzielle Risiko.»

Weiterentwicklung am Rollen

Die erste Ausgabe der Tour de Suisse Women im Jahr 2021 hatte nur zwei Etappen. Ein Jahr später waren es vier. Dieses Wachstum sei wichtig gewesen, meint Olivier Senn. In diesem Jahr geht die Entwicklung weiter. Nicht mit einer fünften Etappe, sondern mit einer Datumsänderung. Zum ersten Mal findet das viertägige Frauenrennen vor und nicht nach dem Männerrennen statt. Die Frauen starten in Gstaad und fahren vier Tage

später in Küsnacht am Rigi ins Ziel. Diese Veränderung ist sportlich und dramaturgisch wesentlich. Sportlich passt das Datum besser in den Rennkalender der Teams, denn so tangiert die Tour de Suisse Women nicht mehr die nationalen Meisterschaften, die global jeweils gleich nach der Tour stattfinden: «Wir hoffen dadurch auf mehr Topshots und mehr World-Tour-Teams bei den Frauen.» Ein Star, die Niederländerin Demi Vollering, Wahlschweizerin und Vorjahressiegerin, hat bereits zugesagt (Stand Mitte März).

Dramaturgisch scheint die Datumsänderung wesentlich, weil die Schlussetappe – also der Höhepunkt des Frauenrennens – mit dem Tourstart der Männer in Küsnacht zusammenfällt. Der Veranstalter erhofft sich dadurch ein Radsportfest mit vielen Zuschauenden und grosser Medienpräsenz – zwei Dinge, die bei Frauenrennen noch Potenzial nach oben haben.

Attraktive Streckenführung

Dabei seien die Rundfahrten der Frauen oft spannender als die der Männer, sagt David Loosli, Sportlicher Direktor der Tour de Suisse. Männerrennen seien taktisch und kontrolliert, der Sieger oft vorhersehbar. Anders bei den Frauen: «Dort sind Überraschungen eher möglich.» Entscheidend dafür sei jedoch die Streckenplanung: «Bei den Frauen mache ich mir andere Überlegungen», sagt Loosli, der seit 2013 die Etappen plant. Beispielsweise verzichtet er am Anfang von Frauen-Etappen auf viele Höhenmeter. Nicht, weil die Frauen nicht imstande wären, diese zu überwinden, sondern weil die Teams kleiner sind und das Leistungsniveau der Athletinnen unterschiedlich hoch. «Ein Berg kann früh zur Splittung des Feldes in mehrere Gruppen führen. Das Rennen würde so an Spannung verlieren.» Aber auch sonst sind die Etappen der Männer nicht kopierbar, weil das Reglement die maximale Distanz eines Etappenrennens vorgibt: Bei Frauen sind es 160, bei Männern 240 Kilometer.



Letztes Jahr führte eine Etappe der Tour de Suisse Women von Vevey nach Champagne.

Foto: Sam Buchli

«Gerade die Start- und Zieletappen sind extrem cool.»

David Loosli

Noch sind nicht alle Details der Strecke festgelegt. Für David Loosli kristallisieren sich dennoch zwei Höhepunkte heraus: «Die Start- und die Zieletappen in Gstaad und Küssnacht sind extrem cool.» Beides sind Rundrennen. In Gstaad geht das Rennen über den Jaunpass durch die Kantone Bern, Fribourg, Waadt. Und weil es ein Rundrennen ist, kommen die Zuschauenden in den Genuss, die Fahrerinnen zweimal zu sehen – einmal beim Start und einmal bei der Zieleinfahrt. Auf die Schlussetappe freut sich Loosli ebenfalls: «Die Athletinnen fahren eine Acht, zum Michaelskreuz und zur Rigi und kommen mehrmals in der Gemeinde Küssnacht vorbei.» Auch er ist überzeugt, dass es ein Radsportfest in Küssnacht gibt.

Hoher Stellenwert bei Fahrerinnen

Sportlich hat sich die Tour de Suisse Women etabliert. Finanziell betrachtet ist sie jedoch noch mit «Stützrädli» unterwegs. Querfinanziert wird die Frauentour auch im fünften Jahr vom Männerrennen. Obwohl niemand öffentlich den Mehrwert des Frauenrennens bestreitet, geht die Begeisterung der richtig gewichtigen Sponsoren nicht über ein Lippenbekenntnis hinaus. Ein Fakt, der Olivier Senn und David Loosli etwas fragend zurücklässt, denn das Rennen hat sich stets entwickelt. Schon 2023, im dritten Durchführungsjahr, ist die Tour de Suisse Women in die oberste Rennstufe – die UCI Women's World Tour – aufgestiegen. «Wir haben immer gesagt, wir machen für die Frauen genau dasselbe wie für die Männer – und das wur-

de von den Fahrerinnen sehr geschätzt», sagt Olivier Senn. Die Tour de Suisse Women hat sich nach fünf Jahren zu einem wichtigen Rennen für die Fahrerinnen entwickelt. Aber die Fahrerinnen sind auch wichtig für die Tour – ausländische Aushängeschilder genauso wie die Schweizer Weltklasseathletinnen Marlen Reusser, Elise Chabbey, Noemi Rüegg und Linda Zanetti. Ein gut organisiertes Rennen im eigenen Land trifft auf erfolgreiche einheimische Sportlerinnen. Eigentlich ein Glücksfall für den Schweizer Radsport und Sportfans.

● Jeannine Borer

Jeannine Borer steigt täglich aufs Velo und wüsste nicht, wie sie sich sonst in der Stadt von A nach B bewegen sollte. Gummeln tut sie nicht, dafür ist sie umso lieber auf Trails in den Bergen unterwegs. Wenn sie nicht grad Velo fährt, arbeitet sie als Podcasterin. Aktuell hat sie ein Mandat für Cycling Unlimited.

Tour de Suisse Women an vier Tagen

Die Tour de Suisse Women – an der die Bank WIR als Premium Partner der Tour das Bergpreiskrikot präsentiert – findet vom 12.–15. Juni 2025 statt mit Start der ersten Etappe in Gstaad und Ziel der letzten Etappe in Küssnacht (SZ).

Weitere Details zur Strecke unter tourdesuisse.ch (> Etappen). Verfolgen kann man die Tour de Suisse Women bei SRF.

Artgrade your business!

Die Kunst der Kundenbindung

Menschen kaufen dort, wo sie sich wahrgenommen und mit ihren Bedürfnissen verstanden fühlen. Eine bessere Kundenorientierung erhöht die Wahrscheinlichkeit für Wiederholungskäufe, Weiterempfehlungen und Umsatzsteigerung. Ein Gemälde von Konrad Witz aus dem Spätmittelalter kann Unternehmen dazu inspirieren, eine verbindende Beziehung zu ihren Kundinnen und Kunden aufzubauen.

Wie begegnen Sie Ihren Kundinnen und Kunden, sowohl analog als auch digital? Welchen ersten Eindruck hinterlassen Sie? Das Tafelbild «Joachim und Anna an der Goldenen Pforte» von Konrad Witz (um 1400 bis 1445/1447) regt an, über diese Fragen nachzudenken. Es zeigt die innige Umarmung von Joachim und Anna, den Eltern der Jungfrau Maria, vor einem Stadttor. Die Szene verkörpert eine emotionale Verbindung und Vertrautheit. In Bezug auf die Geschäftswelt möchte ich die Umarmung als Metapher für die verbindende Beziehung zwischen einem Unternehmen und seiner Kundschaft verstehen.

Die Umarmung als Symbol für Kundennähe

In meinen Workshops mit Unternehmerinnen und Unternehmern nutze ich Konrad Witz' Gemälde im Kunstmuseum Basel, um über die Ansprache von Kundinnen und Kunden zu diskutieren. Eine erfolgreiche Kundenansprache beginnt mit Empathie und dem Verständnis für deren Bedürfnisse. Wie Anna und Joachim, die sich nach langer Trennung wiedersehen, sollten Unternehmen ihre Kundschaft mit offenen Armen empfangen und ihnen das Gefühl geben, geschätzt zu werden. In einer Zeit, in der die Auswahl für Verbrauchende nahezu grenzenlos ist und die Loyalität oft nur so stark wie der letzte Servicekontakt, wird es für Unternehmen zunehmend schwieriger, Kunden zu binden. Kundenorientiert zu arbeiten gelingt umso besser, je konkreter wir Begriffe wie «freundlich» oder «serviceorientiert» definieren. Ein Geschäftsführer einer Agentur für Administration und Kommunikation möchte persönlich und nahbar wirken, indem er sich mit potenziellen Kunden zunächst in einem Café trifft. Eine Musiklehrerin schickt ihren Schülerinnen und Schülern einen persönlichen musikalischen Weihnachtsgruss, um Inspiration zu kommunizieren.

Perfekter Kundenservice

Exzellenter Kundenservice bedeutet, Kundinnen und Kunden nicht nur zufriedenzustellen, sondern ihre Erwartungen zu übertreffen. So sollte der Service eines Unternehmens der Kundschaft das Gefühl geben, etwas Einzigartiges und Wertvolles zu erhalten. Der US-amerikanische Onlinemodehändler Zappos (2009 an Amazon verkauft) handelt nach dem Leitsatz «To live and deliver WOW». Von dieser Unternehmenskultur geleitet knüpfen die Mitarbeitenden bei Anrufen eine emotionale Verbindung zu ihren Kundinnen und Kunden, indem sie über Themen sprechen, die über den Verkauf hinausgehen: Zum Beispiel über den bevorstehenden Marathon, für den ein Turnschuh gekauft wurde, über Kinder oder Hunde, wenn sie diese beim Telefonieren im Hintergrund vernehmen oder den gleichen Vorname von Mitarbeiterin und Kundin. Ehrlich gemeinte, verbindende Kurzgespräche mit Kundinnen und Kunden kosten weniger als eine aufwendige Werbekampagne.

Wow-Momente bleiben in Erinnerung

Auch die 5-Sterne-Hotelkette Ritz-Carlton hat sich das Kreieren von Wow-Momenten auf die Fahnen geschrieben. Als eine Familie den Teddybären ihres Kindes im Hotel vergessen hatte, schickte das Hotel den Bären nicht einfach mit der Post zurück. Stattdessen fotografierten sie den Bären mit dem Koch in der Küche, mit dem Concierge an der Rezeption sowie an vielen anderen Orten im Hotel. Zusammen mit den Bildern und Süßigkeiten retournierte das Hotel den Teddy und beschrieb dessen «Abenteuer». Um Kunden mit einem Wow-Erlebnis zu überraschen, das ihre Erwartungen übertrifft, braucht es kreative Ideen und den Freiraum, diese umzusetzen. Dazu müssen Führungspersonen ihre Mitarbei-



Eine innige Begegnung: Konrad Witz, Joachim und Anna an der Goldenen Pforte, um 1437/40, Mischtechnik auf mit Leinwand kaschiertem Fichtenholz, 158 × 120,5 cm, Kunstmuseum Basel.

Foto: Kunstmuseum Basel

tenden ermächtigen, aus gewohnten Arbeitsabläufen auszuberechnen.

Millionenreichweite

Eine Website allein reicht heute nicht mehr aus, um Kundinnen und Kunden digital anzusprechen und zu gewinnen. Das zeigt die Geschichte des Buchantiquariats von Klaus Willbrand: Der 83-jährige Buchhändler begann, Literaturempfehlungen zu Thomas Mann, Franz Kafka und Virginia Woolf auf Instagram und TikTok zu teilen. Mit Unterstützung seiner digital versierten Geschäftspartnerin, welche die Videos bearbeitete und Themen-Bücherboxen für den Onlineverkauf entwickelte, gewann er schnell mehr als 150 000 Follower. Die Videos des «Bookfluencers» wurden zum Teil millionenfach geklickt und retteten das kurz vor der Schliessung stehende Antiquariat, das durch seine Social-Media-Aktivitäten mehr verkaufte als in den 20 Jahren zuvor.

Umsatzsteigerung

Und in der Gastronomie? Servicepersonen beeinflussen stark, welchen Umsatz ein Restaurant macht. Dieser steigt signifikant, wenn die Serviceperson die Gäste anlächelt, sich bei der Begrüssung namentlich vorstellt, regelmässig an den Tisch kommt und anstatt zu fragen, ob der Gast noch etwas möchte, konkret etwas anbietet: Suggestivfragen wie «Darf ich Ihnen unsere frisch gebackene Aprikosenwähe zum Kaffee empfehlen?» wecken Bedürfnisse bei der Klientel. Wer kann da schon widerstehen? Es gibt überall Potenzial, um mit Kundinnen und Kunden so zu kommunizieren, dass diese kaufbereiter werden.

Authentisch kommunizieren

Angesichts der Umarmung von Anna und Joachim stellt sich auch die Frage, welche Ansprache eine Kundin oder ein Kunde als passend empfindet. Joachim umarmt Anna, die ihren Blick nach unten gesenkt hat. Empfindet sie die Umarmung als angenehm? Zu viel Freundlichkeit kann aufgesetzt und vereinnahmend wirken.

Die Legende von Anna und Joachim

Was hat es kunsthistorisch mit dem Tafelbild auf sich? Vor einem goldenen Hintergrund mit Brokatmuster hat der Maler Konrad Witz ein verblüffendes Setting aufgebaut: In seinem faltenreichen, leuchtend roten Umhang umarmt Joachim die grün gewandete Anna. Die Inschriften der goldenen Heiligenscheine verraten, um wen es sich handelt: «sant anna» und «sant joachim» sind die Eltern der Gottesmutter Maria. Während Joachim seine Arme um Anna legt, hält diese ihren Blick gesenkt. Ihre Arme bleiben unter dem grünen Mantel verborgen.

Der Legende nach sind Anna und Joachim bis ins hohe Alter kinderlos geblieben. Als Joachim, ein reicher und frommer Mann, eines Tages im Tempel Opfer für die Ar-

men bringen will, weist ihn der Priester ab: Die Kinderlosigkeit seiner Frau wird als göttliche Missgunst gedeutet. Joachim zieht sich in die Wüste zurück, wo ihm nach 40 Tagen ein Engel erscheint und ihm die Geburt eines Kindes verkündet. Auch Anna wird die Geburt einer Tochter vorausgesagt. Das Paar begegnet sich vor der Goldenen Pforte wieder. Was fühlen und denken die beiden bei ihrem Aufeinandertreffen?

Innovationskraft mit verblüffendem Setting

Konrad Witz hat Details im Bild präzise artikuliert: Annas gläserne Mantelschliesse, die Schnalle am Schuh Joachims, das gemaserte Holz, die feinen, Schatten werfenden Kiesel, die Pfütze entlang der Mauer hinter Joachim, in der sich die Gräser spiegeln, oder die Risse im Putz des Torbaus. Der Torbalken scheint nachträglich eingesetzt, wobei die Spitze des Grundsteins den Sockel gesprengt hat. Der Balken ragt geradezu dramatisch aus dem Gemälde. Im Oberrheingebiet war diese realistisch anmutende Art zu malen bisher unbekannt. Den Betrachtern von damals muss die Kunst von Konrad Witz vorgekommen sein wie uns der Umstieg von einem eindimensionalen Tetris-Computerspiel zu virtuellen Gaming-Welten.

Der Unternehmer Konrad Witz

Als sich während des Konzils (1431–1449) die geistliche und politische Elite Europas in Basel versammelte, erkannte der Maler Konrad Witz die ausgezeichneten Geschäftsmöglichkeiten. Aus Schwaben stammend, siedelte er sich in Basel an, das damals von etwa 8000 Menschen bevölkert wurde und während des Konzils bis zu 400 Gäste mit Gefolge beherbergte (anfangs weit über 3000 Personen) – Kardinäle, Bischöfe und Kleriker. Im Zusammenhang mit dem Konzil ist auch die Tafel von Anna und Joachim entstanden.

Vielfältiges Angebotsspektrum

Witz baute in Basel eine Werkstatt auf, die verschiedenen Kundengruppen zahlreiche Produkte und Dienstleistungen anbot. Sie stattete städtische Immobilien mit Wandbildern aus, produzierte Altarbilder für den hohen Klerus, illuminierte Bücher, belieferte den Adel mit präziösen Spielkarten, arbeitete für Kirchen und Klöster der Region und produzierte Kunst und Gebrauchsgegenstände für den freien Markt. Konrad Witz malte, wie man es bis anhin im Oberrheingebiet nicht gesehen hatte. Das beeindruckte sogar den Konzilpapst Felix V. (1383–1451), für dessen Umkreis Witz 1444 die Altartafel mit dem «Wunderbaren Fischzug» (Genf, Musée d'art et d'histoire) schuf.

Bestehende Kundinnen und Kunden binden

Viele Unternehmen fokussieren sich darauf, neue Kundenschaft zu gewinnen, während sie vernachlässigen, ihre bestehenden Kundinnen und Kunden an sich zu binden.

Studien zeigen, dass es fünf- bis siebenmal teurer ist, neue Kunden zu gewinnen, als bestehende zu halten. Treue Kunden geben im Durchschnitt mehr aus und sind weniger preissensibel, weshalb Kundenbindung eine zentrale Unternehmensstrategie sein sollte.

Konrad Witz zündete in der hiesigen Malerei eine funkelnde Lebendigkeit und schuf Tiefeneffekte, welche die optischen Innovationen der altniederländischen Malerei und die oberrheinische Bildtradition verflochten. Wodurch gelingt es Ihnen, Ihre Kundinnen und Kunden so zu begeistern wie Konrad Witz sein Publikum mit seiner neuartigen Malerei?

- Wie «umarmen» Sie Ihre Kundinnen und Kunden?
- Wie begrüssen Sie diese sowohl stationär als auch digital?
- Wie übertreffen Sie die Erwartungen Ihrer Kundschaft und schaffen Vertrauen?
- Welchen Wow-Moment kreieren Sie als Nächstes?

Wenn Sie Ihre (potenziellen) Kundinnen und Kunden mit einem Gespräch begrüssen, das sich anfühlt wie eine angenehme Umarmung, haben Sie den ersten Schritt zu mehr Kundenbindung bereits gemacht.

Artgrade your business!

- Ihre Jana Lucas

Eine ausführliche Beschreibung von Konrad Witz' Gemälde «Joachim und Anna an der Goldenen Pforte» findet sich im aktuellen Buch von Jana Lucas: Kleine Basler Kunstgeschichte (Christoph Merian Verlag).

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

Gewerbe-Spiel statt Monopoly

Wer hat nicht schon davon geträumt, sich ein Firmen- oder Immobilienimperium aufzubauen? Und vielleicht den einen oder andern Konkurrenten zur Verzweiflung zu bringen? Die Rüegg Management GmbH machts möglich, wenn auch nur zum Spass. Das selbst entwickelte und auf Monopoly sowie Leiterlispiel basierende Gewerbe-Spiel kann auf unterschiedlichste Bedürfnisse zugeschnitten werden und eignet sich hervorragend als nachhaltiges Marketing-instrument und hochwertiges Kundengeschenk von KMU für KMU.

Den entscheidenden Anstoss gab der Corona-Lockdown 2020: Thomas Rüegg verbrachte die Ferien mit seinen beiden Kindern, damals 12- und 13-jährig, auf einem Campingplatz und versuchte, den beiden handyaffinen Teenagern den Reiz von Brettspielen nahezubringen. Und zwar nicht einfach durch das Vorsetzen eines bereits existierenden, sondern durch das eigenständige Ausarbeiten und Austesten eines eigenen, spannenden Spiels für zwei bis sechs Mitspielende. Und auch nicht ohne Hintergedanken, denn schon seit einiger Zeit beschäftigte sich Rüegg mit der Geschäftsidee eines kommerzialisierbaren Spiels für KMU. «Beide Kinder fanden die Idee cool und halfen aktiv mit, am Spiel-Layout zu tüfteln und zu feilen, bis die ideale Anzahl Gewerbe-, Aktions- und Funktionsfelder erreicht war.»

Während beim Monopoly die Felder entlang der vier Brettseiten angeordnet sind, lehnt sich die Variante Rüeggs auch an ein Leiterlispiel an, sodass die Mitte des Bretts ebenfalls mit Feldern belegt ist. Anstelle von Strassen und Plätzen wie beim herkömmlichen Monopoly, können auf dem Gewerbe-Spiel 27 Felder von örtlichen oder regionalen Betrieben gekauft, besessen, aber auch wieder verloren werden. Weitere 21 Aktions- und Funktionsfelder machen das Spiel zusätzlich interessant: Die Mitspieler werden auf diesen Feldern belohnt oder müssen eine Aktion ausführen, wie etwa das Abgeben ihrer besten Karte an den Mitspieler rechter Hand. Die Aktionsfelder können firmenspezifisch angepasst werden. Ziel ist es, möglichst viele Gewerbe-Felder, Firmen und Geld zu besitzen und dabei liquid zu bleiben. Die leicht verständlichen Regeln sind auf der Spielbox aufgedruckt,



Renato Vögeli (Mitte) von der Druckerei Vögeli in Langnau im Emmental ist WIR-Partner und stellt die Gewerbe-Spiele von Thomas Rüegg (l.) und Ramona Heldstab (r.) plastikfrei und klimaneutral her.

Fotos:
zVg

sodass alle innerhalb weniger Minuten spielbereit sind. Seit vier Jahren ist auch Rüeegs Partnerin Ramona Heldstab mit von der Partie, realisiert Spiele und kümmert sich um das ganze Backoffice.

Herstellung im Emmental

Eine grosse Herausforderung für Thomas Rüeegg war die Suche nach Produzenten. «Ich habe in ganz Europa über 30 Firmen kontaktiert, keine konnte die geforderte Qualität oder Quantität liefern. Und wer es konnte, wollte nicht die eigenen Produkte konkurrenzieren.» Schliesslich blieb nichts anderes übrig, als den Auftrag nach Fernost zu vergeben, «doch die Verständigung war schwierig und der Transportweg lang und beschwerlich». Seit Ende 2024 werden die Brettspiele in der Schweiz, genauer im Emmental, hergestellt. «Während der Realisierung des Spiels ›Langnau im Emmental‹ wurde Renato Vögeli von der Druckerei Vögeli AG in Langnau auf uns aufmerksam und anbot sich als Produzent künftiger Spiele.» Dank diesem Glücksfall ist es nun möglich, die Spiele vollständig plastikfrei, klimaneutral und aus nachwachsenden Rohstoffen herzustellen (WIRmarket.ch > Vögeli Langnau).

Dauerbrenner Brettspiel

Brettspiele blicken auf eine lange Tradition zurück, sind aber alles andere als aus der Zeit gefallen. Vielmehr besetzen sie eine wichtige Nische im heutigen sozialen Leben, das von allerlei Bildschirmen und elektronischen Tools dominiert wird. Ihr Reiz liegt im gemeinsamen Erlebnis, in den Gesprächen (und manchmal Disputen), in der Spannung vor jedem Würfeln und in der gemütlichen Atmosphäre, die natürlich erst geschaffen werden muss – etwa durch das Bereitstellen von Snacks und Getränken.

Brettspiele trainieren zudem Fähigkeiten, die gerade auch Unternehmerinnen und Unternehmern zugutekommen: strategisches Denken, Planung, Geduld und Konzentration. Das Merken von Regeln regt das Gedächtnis an und kann in den Brettspielen von Thomas Rüeegg spielentscheidend sein. Wer z.B. temporär im Besitz einer bestimmten Freikarte ist und dadurch von der Spielbank alle fälligen Mieten ausbezahlt erhält, verliert diesen Vorteil, wenn er oder sie in der Hitze des Gefechts vergisst, diese Summen einzufordern.

● Daniel Flury

WIRmarket.ch > Rüeegg Fischenthal

Angebot für WIR-Partner



Das «WIR'ler Gewerbe-Spiel» ist im Entstehen begriffen. Interessierte WIR-Partner können bis Ende Mai Spielfelder und -karten mit einem WIR-Anteil von 100% erwerben.

Die Rüeegg Management GmbH kann für jede Firma oder jeden Verein ein eigenes, personalisiertes Brettspiel mit individualisierten Feldern realisieren. Dabei besteht die Möglichkeit, mit bis zu 100% WIR zu bezahlen. Interessenten melden sich bitte unter verkauf@gewerbe-spiel.ch.

WIR'ler Gewerbe-Spiel

Das jüngste Projekt des innovativen Familienbetriebs ist das «WIR'ler Gewerbe-Spiel», in dem alle Gewerbefelder von WIR-Partnern besetzt sein sollen. Wer am Kauf eines Spielfelds interessiert ist, kann sich ebenfalls über verkauf@gewerbe-spiel.ch oder Tel. 079 889 40 40 bei Thomas Rüeegg melden. Verfügbar sind Felder inklusive Spielkarten, bedruckt z.B. mit Firmenlogo, QR-Code, Bildern etc., in fünf Preiskategorien zwischen 890 und 1390 Franken (100% WIR bis Ende Mai). Damit erwirbt der Kunde gleichzeitig 20 Spiele in den drei tiefsten Kategorien bzw. 30 Spiele in den beiden höchsten Kategorien (1290 und 1390 CHW). Die Auflage beträgt mindestens 700 Spiele. Der Teilnahmebetrag erhöht sich nicht, sollte die Auflage höher ausfallen. Profitieren Sie von dieser innovativen Marketinggelegenheit und verewigen Sie Ihr Unternehmen auf diesem spannenden Brettspiel, das jahrelang in den Haushalten gespielt wird!

Eine weitere Möglichkeit besteht darin, sich an einem Gewerbe-Spiel einer Ortschaft zu beteiligen. Für welche Orte (oder Regionen) gerade ein Spiel realisiert wird, kann über dieselben Kontaktdaten (s. o.) nachgefragt werden. Je nach Kategorie bewegen sich die Kosten für ein Feld zwischen 690 und 1190 CHF. Der Käufer erhält dafür 10 bis 20 Spiele – die er z.B. an Geschäftspartner weitergeben kann – und eine dauerhafte Präsenz auf einem spannenden, zeitlosen Spiel. Diese Spiele werden auch über die Webshops von Manor und Galaxus zum Preis von 29.90 CHF verkauft.

«Wir wollen den Ausbruch aus dem Alltag ermöglichen»

Interview mit Helena Bigler, Leiterin Procap Reisen & Sport

Auch Menschen mit Behinderungen haben das Bedürfnis zu verreisen. Procap, der grösste Mitgliederverband für Menschen mit Behinderungen in der Schweiz, ermöglicht ihnen Ferien im In- und Ausland, individuell und in Gruppen. Helena Bigler, Ressortleiterin Procap Reisen & Sport, im Interview.



Procap Reisen wird 30 Jahre alt – ein Grund zum Feiern?

Helena Bigler: Auf jeden Fall. Nur schon den Umstand, dass es uns noch gibt. Wer ein Reisebüro führt, weiss, was das bedeutet. Gerade im Hinblick auf die Coronakrise, die wir zum Glück überstanden haben.

Sie veranstalten Gruppen- und Individualreisen für Menschen mit physischen und psychischen Behinderungen. Welche Angebote sind besonders gefragt?

Die Interessen decken sich mit denen aller Schweizer Reisenden; Badeferien stehen stets hoch im Kurs. Bei unseren Gruppenreisen sind aber auch Wander- und Relaxferien sehr beliebt. Wir bieten auch Städte- und Fernreisen an.

Welche Destinationen schwingen obenaus?

Die Schweiz ist als Destination wohl die wichtigste, gefolgt von Mallorca. Die Insel ist gut erreichbar und günstig. Das ist wichtig, weil Reisen für Menschen mit Behinderungen ohnehin schon teuer sind. Ausserdem ist die Barrierefreiheit auf Mallorca, wie auch auf Teneriffa, bereits vielerorts gewährleistet.

... womit auch Menschen im Rollstuhl teilnehmen können.

Ein wichtiges Kriterium für uns, gerade bei den Gruppenreisen. Allerdings reduziert sich dadurch die Auswahl an Unterkünften. In der Schweiz haben wir weniger als zehn barrierefreie Hotels, die unseren Ansprüchen genügen – und in denen wir auch als Gruppe willkommen sind.

Es gibt also Hotels, die Ihre Reisegruppen zwar beherbergen könnten, aber nicht möchten?

Das ist leider so. Wohl aufgrund von Unsicherheiten oder wegen Bedenken, dass sich andere Gäste in ihrem Erlebnis gestört fühlen könnten. Etwa wenn wir Gäste dabei-



Bade- und Erlebnisferien haben eine Procap-Gruppe auch schon nach Griechenland geführt.



Auf Inseln wie Mallorca, Teneriffa oder Elba (Foto) ist die Barrierefreiheit oft gut gewährleistet.

Fotos: vVg

haben, die vielleicht vermehrt Laute von sich geben. Dafür habe ich ein Stück weit Verständnis.

Aber eben nur ein Stück weit.

Sind wir doch ehrlich, wann hat man schon eine Garantie auf Ruhe, aufs ungestörte Ferienerlebnis? Gerade war ich privat in Marokko, wo wir spätabends eine Gruppe junger Männer darum bitten mussten, weniger laut zu sein – um überhaupt schlafen zu können. Andere nerven sich ob Kleinkindern.

Sie wünschen sich also mehr Toleranz von anderen Reisenden...

Ich bin manchmal schon erstaunt, dass es Menschen gibt, die in die grosse weite Welt hinausziehen und sich dann aber sehr kleinkariert geben. Wie beispielsweise die Teilnehmerin einer Carreise, die vom Veranstalter Geld zurückverlangte, da sie die Anwesenheit unserer Gruppe auf ihrer Reise als störend empfand. Dabei sind genau solche Berührungspunkte für die Inklusion von Menschen mit Behinderungen extrem wichtig.

Wann nimmt Ihr Verständnis ein Ende?

Vor zwei Jahren strandete eine Reisegruppe auf dem Rückweg von Südafrika in München, als wegen eines Wintereinbruchs grosses Chaos im Flugverkehr herrschte. Weil sie als Letzte aus dem Flugzeug gelassen wurden, hatten wir keine Chance mehr auf freie Hotelzimmer. Die Gruppe musste am Flughafen übernachten, diejenigen im Rollstuhl haben auf dem Gepäckförderband geschlafen. Man wusste sich zu helfen.

Das hört sich ja furchtbar an...

Es herrschte kollektives Chaos, die Hotels waren voll, wir hatten Verständnis für die Situation. Die Weiterreise in die Schweiz konnten wir dann selbst mit einem Busunternehmen organisieren, mit dem wir seit Jahren zusammenarbeiten. Zum Glück, wie sich herausstellte. Denn wir wären über Paris umgeleitet worden – ein sehr komplizierter Flughafen.



Sportliche Betätigung gehört ebenfalls zu den Anliegen von Procap.

Ende gut, alles gut also?

Nicht ganz. Die Airline behandelte uns danach, als es um die Rückerstattung und die Deckung der zusätzlichen Kosten ging, wie Luft. Wir mussten sogar unseren Anwalt einschalten.

Sie haben vorhin erwähnt, Reisen mit Procap – oder für Menschen mit Behinderung generell – seien teuer. Weshalb?

Das hängt mit den barrierefreien Anforderungen und dem Betreuungsaufwand zusammen. Die Auswahl an Unterkünften ist wie besagt beschränkt, hinzu kommen beispielsweise kostspielige Spezialtransfers. Und bei den geführten Gruppenreisen mit uns kommen noch die Reisekosten für die freiwilligen Reisebegleiterinnen und -begleiter. Gäbe es für die Ferien in der Schweiz keine Subventionen, könnte sich das niemand leisten.

Dennoch ist die Nachfrage enorm.

Wir können sie gar nicht decken. Viele unserer Reisen aus dem aktuellen Katalog sind bereits ausgebucht, wir führen Wartelisten. Gerne würden wir weitere ins Programm aufnehmen, aber dazu fehlen uns die Ressourcen.

Woran mangelt es konkret?

Wir haben nicht genügend Freiwillige, die unsere Reisen begleiten. Bei unseren Gruppenreisen planen wir mit einem Verhältnis von einer Betreuungsperson auf vier Gäste. Zum Vergleich: Bei regulären Reisegruppen liegt es eher bei 1:20.

Was müssen Freiwillige mitbringen?

Grundsätzlich suchen wir keine Fachpersonen, sondern einfach Menschen, die offen und reisegewohnt sind. Die etwas Gutes tun möchten. Neben einem gesunden Menschenverstand sind Flexibilität und Kreativität gefragt. Wir klären zu Gästen und Destinationen zwar so viel wie möglich im Voraus ab, Überraschungen kann es aber immer geben.

Da kommen wahrscheinlich schnell Hemmungen ins Spiel. Auch bei Leuten, die sich eigentlich angesprochen fühlen...

Unsere Erfahrung zeigt, dass viele Freiwillige am Anfang sehr unsicher sind. Sie kommen aber schnell zur Erkenntnis, dass der Umgang mit unseren Gästen gar nicht so schwierig ist. Vielmehr sind solche Reisen auch für die Begleiterinnen und Begleiter eine extrem bereichernde Erfahrung.

Inwiefern?

Ich werde das Strahlen eines Gastes, der zum ersten Mal mit seinen Füßen im Meer stand, nie vergessen! Und man lernt auf solch einer Reise auch sehr viel über sich selbst.

Was macht ein gutes Reiseziel für Procap aus?

Wir betrachten die gesamte Servicekette. Das fängt schon beim Flughafentransfer an: Gibt es rollstuhlgängige Busse oder müssen wir extra ein zusätzliches Fahrzeug mieten? Fühlen wir uns als Gruppe im Hotel willkommen oder doch eher nur geduldet? Wichtig ist auch die Umgebung. Was bringt uns ein rollstuhlgängiges Hotel, wenn es auf einem Hügel steht und sich unsere Gäste mit körperlicher Behinderung nicht einmal um das Haus bewegen können?



«Gesund bewegt» in Filzbach.

Spenden in WIR willkommen

Procap ist der grösste Mitgliederverband von und für Menschen mit Behinderungen in der Schweiz mit rund 24 000 Mitgliedern in rund 40 regionalen Sektionen und 30 Sportgruppen. Das 1995 gegründete Ressort Procap Reisen ermöglicht jährlich rund 1200 Menschen barrierefreie Reisen und Ferien im In- und Ausland. Um die hohe Nachfrage zu decken, ist Procap auf motivierte und engagierte Menschen als Ferienbegleitung angewiesen.

Novum im Reisekatalog

Der Procap-Reisekatalog 2025 enthält eine Premiere: Erstmals findet sich darin eine Flussreise mit Start in der Schweiz, an der auch Menschen im Rollstuhl teilnehmen können. Die Reise mit Thurgau Travel führt an Bord der MS Antonio Bellucci ab Basel auf die Wasserwege Europas. «Uns ist es seit Jahren ein Anliegen, Flussreisen auch für Reisende im Rollstuhl zugänglich zu machen. Mit der kurzen Anfahrt im Zug oder im eigenen Auto ist dies eine ideale Reiseform für Menschen mit eingeschränkter Mobilität», sagt Helena Bigler, Leiterin Procap Reisen.

Procap ist WIR-Partnerin und nimmt Spenden gerne auch in der WIR-Währung entgegen.

WIRmarket.ch > Procap

Mit Barrierefreiheit allein ist es also längst nicht getan...

Menschen mit Behinderungen sind es sich zwar gewöhnt, sich vieles nicht aussuchen zu können. Aber auch sie möchten an attraktiven Orten Ferien machen, wo es etwas zu erleben und zu entdecken gibt. Gerade wer in einer Institution lebt, bewegt sich meistens in einem sehr kleinen Radius, mit sehr kleinem Umfeld. Umso wichtiger ist, dass auch sie die Möglichkeit erhalten, aus ihrem Alltag auszubrechen, neue Gegenden und Menschen kennenzulernen.

Wie können Sie touristische Player darin unterstützen?

Wir kriegen immer wieder zu hören, dass dies und jenes aus versicherungstechnischen Gründen nicht möglich sei. Nach meinem Empfinden wird das oftmals als Ausrede benutzt. Es ginge schon, wenn man nur wollen würde! Fluggesellschaften transportieren beispielsweise problemlos Golfausrüstungen – bei Hilfsmitteln für Menschen mit Behinderungen gibt es aber oft ein riesiges Tamtam. Gerade was mobilitätseingeschränkte Reisende angeht, muss sich der Tourismus wegen der alternden Gesellschaft ja sowieso fit machen.

Sie haben bereits Mallorca erwähnt. Gibt es weitere Destinationen, die sich wegen ihrer Infrastruktur bewährt haben?

Die Länder im Norden Europas galten lange als vorbildlich, mittlerweile hat aber auch der Süden aufgeholt. Portugal und eben Spanien zum Beispiel, aber auch Griechenland. Auf Kreta gibt es beispielsweise viele Strände mit Rampen ins Meer. Nur leider keine Hotels in der unmittelbaren Umgebung.

Und wie sieht es in der Schweiz aus?

Wir kennen die Hotels, die sich für unsere Gruppenreisen eignen, und die Anzahl ist überschaubar. Was ich nach wie vor sehr schwierig finde, ist die Situation mit den Zügen. Es sind längst nicht alle Bahnhöfe und Zugswagen barrierefrei, hinzu kommt, dass man als Rollstuhlfahrer die SBB eine Stunde im Voraus über die geplante Verbindung informieren muss.

● Interview: Anita Suter

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).



Der Unter- nehmergeist und die Pausen

«Wer was reissen will, muss brennen» – man kann es aber auch übertreiben. Foto: Getty Images

Pausen. Alle reden davon, aber ehrlich gesagt, hielt ich sie lange für eine Verschwörung der Faulen. Denn, «wer was reissen will, muss brennen»: durcharbeiten, durchziehen, «Gring ache u seckle» – so dachte ich zumindest. Bis ich eines Tages feststellte, dass mein Hirn sich anfühlte wie ein überhitzter Laptop, nur ohne Lüfter.

In der Welt des Unternehmertums wird der «24/7-Grind» glorifiziert. «Schlaf wird überbewertet» oder «Wer Pause macht, verliert» – solche Sprüche schienen das Erfolgsrezept zu sein. Und ich? Ich wollte natürlich mitspielen. Also habe ich mich in einen Arbeitsmodus katapultiert, der selbst eine Koffein-Pressen neidisch gemacht hätte. Aber rate mal? Irgendwann stand ich da, völlig ausgebrannt, mit einem Blick, der sagte: Wie war nochmal mein eigener Name?

Die Illusion der Dauerproduktivität

Ich hab's ja wirklich versucht, das Arbeiten bis zum Anschlag, nur um dann festzustellen: Produktivität heisst nicht, dauernd etwas zu tun, sondern das Richtige zu tun, und das am besten mit einem wachen Kopf. Mein Gehirn

braucht Pausen, sonst wird es zum Denk-Zombie. Statt kreativer Lösungen kommen dann nur noch lauwarme Einfälle heraus. Statt brillanter Strategien landen sonst Memos mit der geistigen Tiefe eines Kaffeeflecks auf dem Schreibtisch.

Klügere Menschen als ich haben tatsächlich herausgefunden, dass unser Denkapparat nur zu begrenzten Konzentrationsphasen fähig ist. Nach diesen kurzen Momenten gehts steil bergab.

Arbeitswissenschaftler raten: Mach eine Pause, bevor deine Konzentration nachlässt. Für die meisten von uns bedeutet das: Die ist früher notwendig, als wir denken. Denn viele Menschen nehmen ihre Ermüdung erst wahr, wenn sie unerträglich geworden ist. Sie machen ihre Pausen meist zu spät. Dabei nimmt die Ermüdung umso schneller zu, je länger man in dem Zustand weiterarbeitet. Dagegen hilft nur, sich zu erholen. Unsere Leistungsfähigkeit schwankt in einem etwa 90-minütigen Rhythmus. Nach spätestens 70 bis 80 Minuten konzentrierter Arbeit schaltet der Körper automatisch für etwa 20 Minuten auf

Erholung um. In dieser Zeit sind wir weniger aufmerksam und konzentriert. Spätestens dann solltest du eine Pause einlegen. Viele Studien belegen, dass eine kurze Pause nach etwa einer Stunde Arbeit besonders wohltut.

Und was macht unser brillantes Gehirn in der Pause? Es räumt auf! Sortiert Gedanken! Verbindet Ideen! Das heisst: Wer klug ist, gönnt sich den Reset-Knopf – Pause – bevor Genialität zu Quark mutiert.

Pausen als geheime Waffe

Ich habe gelernt, dass die Pause nicht mein Feind ist. Nein, sie ist mein geheimer Business-Partner! Das bedeutet nicht, dass ich mich jeweils auf die Couch legen und Löcher in die Decke starren muss (obwohl das manchmal auch hilft). Eine echte Pause ist wie ein gutes Date mit meinem Gehirn: ein Spaziergang, ein bisschen Bewegung, vielleicht sogar ein Gespräch mit jemandem, der nicht nur über To-do-Listen redet.

Der Effekt? Nach einer solchen Pause entdecke ich plötzlich Lösungen, die vorher im Nebel verschwunden sind. Ideen poppen auf, Probleme erscheinen überbrückbar, und mein innerer Unternehmergeist atmet auf. Also, wer klug ist, gönnt sich diese Breaks – nicht als Zeitverschwendung, sondern als cleveren Move.

Die Falle der Dauerverfügbarkeit

Und dennoch, das alte Denken lauert in fest verankerten Mustern. Die Welt erwartet, dass wir immer erreichbar sind für Meetings, E-Mails, Nachrichten – es gibt immer irgendwas zu erledigen. Ich hatte Phasen, in denen mein Handy mein schlimmster Feind war. Kaum machte ich eine Pause, vibrierte das Ding und flüsterte: «Die Arbeit wartet ... du fauler Hund!» Und ich? Ich bin selbstverständlich darauf reingefallen.

Aber jetzt weiss ich: Wer seine Energie ständig ausquetscht, hat irgendwann nichts mehr zu geben. Pausen sind wie Benzin – ohne bleibt die Karre irgendwann einfach liegen. Und mal ehrlich: Kein erfolgreicher Unternehmer will als menschliches Wrack enden, das nur noch mit leerem Blick auf den Bildschirm starrt.

Pause ist Power!

Also, liebe Mitstreitende im Business-Dschungel: Lasst uns Pausen als das sehen, was sie wirklich sind – eine Investition in unseren Erfolg! Die erfolgreichsten Geschäftsleute nehmen sich bewusst Zeit, um nachzudenken, statt sich durch hektischen Aktionismus zu ruinieren. Bill Gates hat seine «Think Weeks», Steve Jobs machte Spaziergänge, ein Freund von mir kauft sich eine SBB-Tageskarte und fährt planlos in der Gegend herum – und ich? Ich musste lernen, dass mein Unternehmen profitiert, wenn ich nicht als durchgedrehter Workaholic durch die Gegend renne.

Pause ist Power! Ein erholttes Gehirn ist schneller, kreativer und einfach ... naja, mehr auf Zack. Also gönnt euch den Luxus der strategischen Nichtstun-Phase. Der wahre Unternehmergeist weiss: Erfolg entsteht nicht durch Dauerstress, sondern durch clevere Energieeinsätze. Und dazu gehört eben auch mal: Füsse hochlegen – natürlich rein strategisch. Denn, wie schon die alten Römer wussten:

Was keine Pause kennt, ist nicht dauerhaft.

Ovid (43 v. Chr. bis 17 n. Chr.)

Bis nach der Pause,

● 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

Generation Z am Arbeitsplatz



Angehörige der Generation Z wollen gehört werden und etwas bewirken.

Foto: Getty Images



Fachkräfte der Generation Z haben einen frischen Blick, digitale Fähigkeiten und ein ausgeprägtes Gespür dafür, was sinnvoll ist. Dennoch gibt es spezifische Herausforderungen für Angehörige dieser Generation. **Mathilde Guitard**, Senior Consultant beim Schweizer Personalvermittler Robert Walters, listet die

grössten Herausforderungen auf, mit denen die Generation Z am Arbeitsplatz konfrontiert ist, und erklärt, wie man sie erfolgreich bewältigen kann.

Drang nach schnellen Ergebnissen

Das Aufwachsen in einer Welt des sofortigen Outputs – man denke an Likes, Chats, Streaming und Lieferung am selben Tag – hat die Erwartung geweckt, dass alles schnell geht. Am Arbeitsplatz ist dies jedoch oft nicht der Fall. Der Aufbau von Karrieren und die Entwicklung von Fähigkeiten erfordern Zeit, Geduld und Ausdauer.

Mathilde Guitard: «Um dem entgegenzuwirken, sollte man sich als Angehörige oder Angehöriger der Generation Z auf kleine Erfolge konzentrieren, anstatt nur auf die Endziele zu schauen. Wie man sich seinen Zielen nähern kann, bespricht man am besten mit dem Vorgesetzten, und Meilensteine darf man feiern. Ein klarer Wachstumspfad gibt Motivation und ein Gefühl der Kontrolle.»

Abhängigkeit von der Technologie

«Als Digital Native ist es ganz natürlich, Technologie in allen Bereichen zu nutzen, von der Kommunikation bis zu den Arbeitsabläufen. Dies kann jedoch zu einer Abhängigkeit führen, die manchmal den falschen Eindruck hinterlässt. Wenn jemand beispielsweise während einer Besprechung ständig auf sein Smartphone schaut, kann das den Eindruck erwecken, man sei unkonzentriert, obwohl die Absicht eigentlich positiv ist.»

Vermieden werden kann dies, indem man das Telefon in wichtigen Momenten absichtlich weglegt, Engagement zeigt, aktiv zuhört und einen Beitrag leistet. Man soll die Technologie als Hilfsmittel nutzen, um effizienter zu arbeiten, aber der menschliche Kontakt darf nicht zu kurz kommen. «Offline-Kommunikationsfähigkeiten sind für den Aufbau von Beziehungen am Arbeitsplatz unerlässlich», so Mathilde Guitard.

Psychische Gesundheit und Arbeitsbelastung

«Der Fokus der Generation Z auf die psychische Gesundheit ist ein grosser Fortschritt, aber es kann schwierig sein, dies mit den hohen Erwartungen, die man an sich selbst stellt, in Einklang zu bringen. Der Drang, immer verfügbar zu sein und perfekte Arbeit abzuliefern, kann Stress verursachen und sogar zu Burn-out führen», warnt Guitard.

«Klare Grenzen zu setzen, ist dabei entscheidend. Dem Vorgesetzten sollte kommuniziert werden, wenn man offline ist und sich Zeit nimmt, um sich nach der Arbeit zu entspannen. Arbeitgeber verstehen zunehmend, wie wichtig ein gutes Gleichgewicht ist. Über Herausforderungen zu sprechen, trägt zu einem gesünderen Arbeitsumfeld für alle bei.»

Herausforderungen mit Hierarchien

Die Generation Z zieht es vor, in einem Umfeld zu arbeiten, in dem Gleichberechtigung und Offenheit grossgeschrieben werden. Jüngste Untersuchungen von Robert Walters zeigen, dass einer von drei Befragten der Generation Z eine teambasierte Struktur bevorzugt. «Am Arbeitsplatz ist es wichtig, mit Menschen in verschiedenen Rollen, einschliesslich Managern, in Kontakt zu treten», rät Mathilde Guitard. Dazu gehört, proaktiv Ideen mitzuteilen und bestehende Strukturen zu akzeptieren, aber gleichzeitig zu zeigen, dass die eigene Stimme einen Mehrwert darstellt. «Das schafft Raum für Zusammenarbeit und Vertrauen, unabhängig von der Hierarchie.»

Bedürfnis nach sinnvoller Arbeit

Die Angehörigen der Generation Z wollen mehr als nur einen Gehaltsscheck. Sie wollen etwas bewirken, einen Beitrag zu einem grösseren Ganzen leisten und eine Arbeit verrichten, die einen Sinn hat. Wenn das nicht der Fall ist, kann die Motivation schnell schwinden.

Direkt an die Generation Z gerichtet rät Mathilde Guitard: «Finden Sie Wege, um Ihre Rolle mit dem grösseren Ganzen zu verbinden. Verstehen Sie, wie Ihre Arbeit zu den Zielen der Organisation beiträgt, und verbinden Sie dies mit Ihren persönlichen Werten, wie Nachhaltigkeit oder soziale Integration. Das wird Ihnen helfen, auch in den täglichen Aufgaben Erfüllung zu finden. Die Generation Z hat am Arbeitsplatz sehr viel zu bieten. Durch den bewussten Umgang mit Herausforderungen können Sie nicht nur diese Fallstricke vermeiden, sondern auch zeigen, warum Ihre Generation eine wertvolle Bereicherung für jedes Unternehmen ist. Arbeiten Sie klug, lernen Sie weiter und seien Sie vor allem authentisch – so werden Sie etwas bewirken!»

● Robert Walters Schweiz

Nicht nur Cinephile verspüren den Wunsch, den Drehort des Lieblingsfilms aufzusuchen. Dass dieser Drang, da zu stehen, wo der Filmheld stand, durchaus Geschäftspotenzial hat, entdeckt nun auch die heimische Tourismusbranche.

Doch nicht immer ist der vermeintliche Handlungsort in Natura zu finden. Wenn James Bond in Venedig eine Schweizer Bank aufsucht, dann ist ihr Name ebenso fiktiv wie die nur temporär aufgebaute Kulisse. Und wenn Jason Bourne in Zürich spioniert, dann wurde tatsächlich in Prag gedreht. In den folgenden Zeilen sind ikonische «Movie Locations» beschrieben, die nicht nur im Kino, sondern noch immer in der Schweizer Realität existieren.

Solothurn

1978 wurde die Schweiz im Kino – nicht zum ersten und wohl auch nicht letzten Mal – zur Drehscheibe internationaler Spionage. Der Polit-Thriller «Brass Target» schmückte sich nicht nur mit der schönen Sophia Loren, sondern



Das Poster zum Film «Brass Target».

auch mit Schweizer Schauspielern. Gedreht wurde auf dem Schaufelraddampfer «Schiller» auf dem Vierwaldstättersee, in der Berner Altstadt und auf Wengens Skihängen. Das Highlight war jedoch – im wahrsten Sinne – der Glockenturm der Solothurner St.-Ursen-Kathedrale, deren Geschichte ins 9. Jahrhundert zurückreicht. Wer das Gotteshaus in seinem hellen Solothurner Marmor sieht, würde nicht vermuten, dass im Beichtstuhl ein Killer steckt. Doch das Drehbuch sah vor, dass der

Held der Geschichte, John Cassavetes (bekannt aus einem Film, an dem die Kirche nicht viel Freude hatte, «Rosemarys Baby»), den Attentäter bis in den 66 Meter hohen Zwiebelturm verfolgt, von wo aus er in den Tod stürzt. Dass eine so gewalttätige Szene in einem der bedeutendsten Schweizer Bauwerke des Frühklassizismus aufgenommen werden durfte, war den Beziehungen von Stefan Zürcher zu verdanken. Der Berner Oberländer stand als Location Manager und Bindeglied zu Schweizer Behörden immer wieder im Dienst internationalen Filmschaffens. Zürcher suchte beim zuständigen Bischof des römisch-katholischen Bistums Basel, Anton Hänggi, um Erlaubnis nach – und erhielt schriftlich bestätigt: «Wir erlauben der Filmgesellschaft, eine Schiesserei in der Ka-

thedrale zu veranstalten.» Zuvor liess sich der Bischof freilich vorführen, wie aus Pappmaché nachgebildete Heiligenstatuen und eigens präparierte Kirchenbänke zerschossen werden, ohne dass die bekannten Stuckaturen von Francesco Pozzi in Mitleidenschaft gezogen werden. Erlaubt wurde sodann der Showdown im Glockenturm, wo die elf Glocken eine morbide Todesmelodie anstimmen – bis Sophia Lorens Schreckensschrei das Geläut sogar noch übertönt. Der St.-Ursen-Turm kann von April bis Oktober besichtigt werden.

Trailer:



Brienz

«Willkommen im Grandhotel Giessbach. Einem Hotel mit Geschichte», liest man auf der Website, und hier, wo der Giessbach in 14 Stufen über 500 Meter hinunterstürzt, verbindet sich die Geschichte von Hotellerie mit Filmgeschichte. Heute kaum noch vorstellbar, dass der unter Denkmalschutz stehende Prunkbau mehrmals vor der Abrissbirne gerettet werden musste. Nach dem Zweiten Weltkrieg sollte das unbewohnte Hotel einem Kraftwerk weichen – es wurde förmlich in letzter Minute übernommen und 1949 neu eröffnet. Nach jahrelangem Niedergang schloss es 1979 abermals die Pforten. Ein leerstehendes Hotel ist der Schrecken jedes Hoteliers, aber eine willkommene Gelegenheit für Location Scouts der Filmindustrie. So konnte das Grandhotel ohne Einschränkungen durch Gastfrequenzen für die Krimi-Serie «Agent in eigener Sache» genutzt werden, mit Alec Guinness in einer seiner beliebtesten Rollen, als Spion George Smiley (in Begleitung von Curd Jürgens, der bekanntlich ein Connaisseur der Schweizer Hotels war). Nach der Stippvisite der britischen Filmemacher gelang es Umweltschützern mittels einer Stiftung, die Liegenschaft zu erwerben und das Haus etappenweise zu restaurieren. Kurz nach der Neueröffnung wurde erneut gedreht: Der spätere Oscar-Preisträger Christoph Waltz fand sich in «Quicker than the Eye» (Schneller als das Auge) in der malerischen Umgebung des Grandhotels wieder, das von der ältesten Standseilbahn Europas erschlossen ist.

Eine weitere Hauptrolle spielte das Hotel im Jahr 2000 in Steven Spielbergs aufwendiger Kriegsserie «Band of Brothers». Millionen Zuschauer sahen weltweit, wie die US-Army das Gebäude als Hauptquartier für sich requirierte.

Sophia Loren im Glockenturm



Der Turm der Kathedrale
von Solothurn war 1978 mit
bischöflichem Segen Schauplatz
einer Schiesserei.

Foto: Getty Images

Weitere Szenen entstanden auf dem ehemaligen Militärflugplatz bei Interlaken und im Dorf Unterseen.

Für seine Filmauftritte passt sich das «Giessbach» mühelos den Handlungsjahren an, es scheint in jede Epoche zu passen. Spielten die «Band of Brothers» im Kriegsjahr 1944, so war der nächste Filmauftritt in den 50er-Jahren angesiedelt. «Phantom Thread» (Der seidene Faden) markierte 2017 den vorläufigen Höhepunkt in der Filmkarriere des Hotels am Brienersee. Ausnahmeschauspieler Daniel Day-Lewis ist in einer seiner letzten Rollen vor der selbstverordneten Rente zu sehen. Das «Giessbach» hingegen, nunmehr als Kulturgut von nationaler Bedeutung eingestuft, dürfte in naher Zukunft nicht in den Ruhestand treten.



Das Grandhotel Giessbach ...

Foto: giessbach.ch/media



... war Schauplatz mehrerer bekannter Filme, darunter «Phantom Thread» mit Daniel Day-Lewis und Vicky Krieps.

Foto: zVg

Courgenay



Das Hôtel de la Gare (heute «Gilberte de Courgenay») in Courgenay war im Film nur von aussen zu sehen. Die Innenaufnahmen wurden in einem Studio in Zürich gedreht. Foto: zVg

Ein weiteres historisches Hotel, das um ein Haar nur noch als filmische Erinnerung weiter existiert hätte, ist das «Gilberte de Courgenay» im Jura. Hier wurde die Namensgeberin von den Schweizer Soldaten im Ersten Weltkrieg schwärmerisch verehrt, besungen im Soldatenlied von 1917 als «petite Gilberte». Unsterblich wurde die Wirtshaustochter dann freilich mit dem gleichnamigen Film von 1941, der aus der Galionsfigur der Vaterlandsliebe des Ersten Weltkriegs die Ikone des Wehrwillens im Zweiten Weltkrieg schuf. Nebenbei machte die Rolle auch noch Anne-Marie Blanc zur helvetischen Filmlegende. Gedreht wurde am Hôtel de la Gare, wie es damals hiess, direkt am Bahnhof von Courgenay.

In Anbetracht der historischen Bedeutung verwundert es, wie oft das identitätsstiftende Haus schon vor der Schliessung stand. Wenn man um seine Zukunft bangte, wurde jeweils Anne-Marie Blanc, die schon als geistige Schutzpatronin des Hotels galt, um Beistand angefragt. Frühere Besitzer liessen es verlottern, jahrelang stand es sogar leer, wurde zum Pfand von Gläubigern. Als die Stiftung zum Kauf der Liegenschaft in Schieflage geriet, kam es 2015 zum Konkurs. Zufällig vernahm private Investoren von der Zwangsversteigerung. Und blättern 930 000 Franken auf den Tisch. Seither haben die Betreiber viel Mühe darauf verwendet, die Inneneinrichtung wieder in den originalen Zustand zu versetzen, sodass der Besucher sich auf eine Zeitreise zu Gilberte – oder eben zu Anne-Marie Blanc begeben kann.

Es scheint, dass dem jurassischen Dorf die Bedeutung nachträglich bewusst wurde. Selbst der Strassenname wurde angepasst, sodass das Wirtshaus nun an der Rue de Petite-Gilberte liegt. Besucher auf Spurensuche nach Anne-Marie Blanc erkennt man an ihrem fragenden Blick:



Anuk Steffen und Bruno Ganz bei den Dreharbeiten zu «Heidi» in Latsch.

Foto: zVg

Warum sieht der Speisesaal, wo die Publikumslieblinge Zarli Carigiet und Heinrich Gretler Wurst und Brot verdrückten, ganz anders aus? Das liegt daran, dass er für den Film im damaligen Zürcher Atelier «Rosenhof» aufgebaut war – gefilmt wurde Gilbertes Hotel nur von aussen.



Chur

Wo die Wirkungsstätte der kleinen Gilberte filmromantische Gefühle anklingen lässt, so weckt eine Adresse in Chur eher schlechte Erinnerungen: An der Oberen Plesurstrasse steht eine Jugendstilvilla, die das Zuhause eines Kindsmörders war. Natürlich nur in der Dürrenmatt-Verfilmung. In «Es geschah am hellichten Tag» war das markante Gebäude mit Turm und Erker Wohnadresse von Gert Fröbe, der Kinder mit Pralinen anlockte. Wer den Film als Kind gesehen hat, dürfte sich erschrocken haben. Die 1830 erbaute Villa Zum Unteren Brunnengarten war für diesen unheilvollen Zweck gut ausgesucht. Die prägnante Eingangspartie steht heute unter Denkmalschutz. Gejagt wird Fröbe von Ermittler Heinz Rühmann, der, als Tankwart getarnt, dem Mörder eine Falle stellt. Dafür hat die schweizerisch-deutsch-spanische Koproduktion einen Bauernhof unweit von Chur, an der Deutschen Strasse 10 in Trimmis, in eine Tankstelle verwandelt, indem Zapfsäule und Vordach angefügt wurden. Benzin getankt werden kann da also bis heute nicht – aber im Hofladen gibt's feinen Sirup.



Latsch

Wenn die Jagd nach Filmmotiven schon nach Graubünden führt, dann kann man sie gleich im Albulatal fortsetzen: Dort wirkt das urtümliche Dorf Latsch wie ein Blick in die Vergangenheit. Das erkannten schon 1952 die Schweizer Filmemacher, als sie den klassischen «Heidi»-Film in Latsch realisierten. Das wussten auch die Macher der Fortsetzung von 1954 (dem ersten Schweizer Farbspielfilm überhaupt), und 30 Jahre später fand selbst Hollywood-Regisseur Fred Zinnemann, dieses Terrassendörfchen sei der ideale Handlungsort für sein Bergsteigerdrama «Five Days One Summer» (Am Rande des Abgrunds). In Geissenpeters Fussstapfen wandelte kein geringerer als Sean Connery, der in einem am Dorfrand künstlich angelegten Friedhof melodramatisch agieren und den nahen Golfplatz von Samedan unsicher machen durfte. Nochmals 30 Jahre vorgespult, ins Jahr 2015, wurde das Dörflein abermals Schauplatz der «Heidi»-Saga: in der bisher letzten Verfilmung mimte Bruno Ganz den Alm-Öhi und Anuk Steffen die Heidi. Seit den Tagen der ersten Spyri-Verfilmung führt ein Wanderweg von Stuls zur Maiensäss-Siedlung Falein hinauf, wo sich bis heute die Heidihütte als stolzes Fotosujet anbietet. Die unterdessen verwitterten Tafeln des 8,8 km langen Themenwegs mit Bildern des Originalfilms wurden neuerdings ersetzt – und der damalige Alm-Öhi, der seinerzeit populäre Volksschauspieler Heinrich Gretler, wurde von Bruno Ganz abgelöst. Selbst Filmgeschichte geht mit der Zeit.



● Roland Schäfli*

*Roland Schäfli ist Autor des Reiseführers «Location Tour – die schönsten Drehorte Europas» und der Filmbiografie «Im Geheimdienst von James Bond».

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

Omnitrade Handels AG

flex

Bremgartenstrasse 9, 8966 Oberwil-Lieli
T 056 631 50 50
info@omnitrade.ch, www.omnitrade.de
Grosshandel mit sonstigen Nahrungs- und Genussmitteln

AR

Nata AG

flex

Platz 245, 9428 Walzenhausen
T 071 952 10 29
info@nata-ag.ch, www.nata-ag.ch
Verwaltung von Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen für Dritte

BE

Aeschipark Property Group AG

flex

Harderstrasse 15, 3800 Interlaken
marc.hutter@hutterconseils.ch, www.aeschipark.ch
Andere Holdinggesellschaften

Fragnoli Bruno FB Sàrl

flex

Grand-Rue 3, 2710 Tavannes
M 079 859 51 71
Peinture et gypserie sans prédominance

M. Jäggli Sanitär GmbH

flex

Kerzersstrasse 20, 3225 Müntschemier
martin.jaeggli@gmail.com, www.sanitaer-jaeggli.ch
Sanitär- und Heizungsinstallation

Prime Concept AG

20%

Burgstrasse 20, 3600 Thun
M 079 425 77 73
mz@primeconcept.ch, www.primeconcept.ch
Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten und Werbeflächen

BL

Inova Baumanagement GmbH

flex

Bruderholzstrasse 49, 4142 Münchenstein
M 079 666 68 37
info@inova-baumanagement.ch
Architekturbüros

BS

Silo2.ch GmbH

flex

Westquaistr. 38, 4057 Basel
M 076 392 03 92
welcome@silos2.ch, www.silos2.ch
Event-Caterer

GR

RSS Consulting GmbH flex

Via Alpsu 107, 7188 Sedrun
T 081 936 55 55

Kollektivunterkünfte

LU

GASTRO-CARD S. SCHURTENBERGER flex

Simona Schurtenberger
Hellbühlstrasse 40, 6102 Malters
M 079 279 79 24

Werbeagenturen

Hotel Rischli AG flex

Rischli, 6174 Sörenberg
T 041 488 12 40

www.hotel-rischli.ch

Hotels, Gasthöfe und Pensionen mit Restaurant

Rietpark Immobilien AG flex

Am Mattenhof 12, 6010 Kriens
T 044 438 28 28

mail@halter.ch, www.halter.ch

Verwaltung von Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen für Dritte

SG

Einrichtungshaus GAMMA AG flex

St. Gallerstrasse 45, 9500 Wil SG
www.gamma.ch

Detailhandel mit Möbeln

Fabrik12 GmbH flex

Grünaustrasse 28, 9536 Schwarzenbach SG
www.fabrik12.com

Werbeagenturen

TG

BARIDA Invest GmbH flex

Zelglistrasse 32, 8266 Steckborn
M 078 879 39 91

d.mora@barida.ch

Allgemeiner Hochbau

TI

Alpim SA flex

Via viganò 5, 6917 Barbengo
T 091 980 14 81

www.alpim.ch

Costruzione generale di edifici

VD

Barichet SA 50%

Chemin de Champ Belluet 4, 1807 Blonay
www.domainebarichet.ch

Culture de la vigne

SW Agency Sàrl flex

Grand-Rue 42, 1820 Montreux
T 022 989 15 15

www.swagency.ch

Design graphique et communication visuelle

VS

Schweizerischer KMU Verein (SKV) flex

Dammweg 11d, 3904 Naters
T 044 797 89 24

info@kmu-verein.ch, www.kmu-verein.ch

Wirtschafts- und Arbeitgeberverbände

ZH

Herminghaus Reinigungstechnik 10%

Lättenstrasse 18, 8953 Dietikon

T 044 742 30 00

info@herminghaus-reinigungstechnik.ch

www.herminghaus-reinigungstechnik.ch

Grosshandel mit sonstigen Maschinen und Ausrüstungen

Spühler Multimedia+ IT Service GmbH 30%

Märktgass 9, 8197 Rafz

T 044 886 86 86

info@spuehler-multimedia.ch, www.spuehler-multimedia.ch

Erbringung von Beratungsleistungen auf dem Gebiet der Informationstechnologie

Bank **WIR**

«Mehr als
die Summe
der Teile.»

Hier
finanzieren
KMU ihr
Wachstum

Marcus Bardill, Garage Bardill,
Landquart, WIR-Netzwerker



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.

business³
WIR NETZWERKEN plus

Einladung zum WIR-Netzwerk-Anlass

Für alle WIR-Teilnehmende und Nicht-WIR-Teilnehmende



Meyer AG, Werkzeug und Haushaltcenter
Friedmattstrasse 24, 6260 Reiden
Samstag, 26. April 2025



Ein grosses Sortiment an Qualitäts-Werkzeugen und Haushaltsartikel stehen im Angebot.

Informieren und beraten lassen, Netzwerken und geniessen.



Anmeldung:

QR – Code oder
www.business3.plus/wir-netzwerk-anlass



Programm

Eintreffen ab 16.00 Uhr

- Besichtigung der Produkte im ganzen Laden
- Einkauf mit 100% WIR
- Apéro und Verkostung im Zelt
- Gemütliches Beisammensein

Kosten und Teilnehmerzahl

- Kostenlos
- Maximal 50 Teilnehmende

Informationen zum Sortiment finden sie unter www.handwerkerladen.ch







WIR ne+work

Ostschweiz

Einladung zur 68. Generalversammlung

Liebe Mitglieder des WIR-Network Ostschweiz,

wir laden euch herzlich ein, im Restaurant Nollen gemeinsam auf das vergangene Jahr zurückzublicken und wichtige Entscheidungen für die Zukunft zu treffen. Nach dem offiziellen Teil geniessen wir ein gemütliches Abendessen und lassen den Abend in entspannter Atmosphäre ausklingen.

Wir freuen uns auf eure Teilnahme und eure wertvollen Beiträge!



Mittwoch, 30. April 2025



Hotel & Restaurant Nollen
Am Nollen 1, 9515 Hosenruck



18.00 bis 22.00 Uhr



Anmeldung:
<https://wir-netzwerk.ch/gv25>
Anmeldeschluss 20. April 2025







Einladung zum Business-Netzwerk-Anlass



**Hotel Restaurant
Sternen**
Hauptstrasse 61
4566 Kriegstetten

Montag, 05. Mai 2025

Programm

Eintreffen ab 16.00 Uhr

- ab 18.00 Registration und Welcome-Drink
- ab 18.30 Begrüssung und Talk
- ab 19.30 Apéro riche und Netzwerken

Kosten und Teilnehmerzahl

- Mitglieder kostenlos,
- Begleitperson 25.—
- Nichtmitglieder 90.—
- Maximal 50 Teilnehmende
- No-Shows werden in Rechnung gestellt (Mitglieder und Begleitpersonen 50.—, Nichtmitglieder 90.—)

Anmeldung:

QR – Code oder
www.business3.plus/events/



Heinz Frei im Talk

der Schweizer Spitzensportler mit
3 Weltrekorden im Rollstuhlsport

Heinz Frei musste sich mit 20 Jahren eingestehen, dass er nie mehr auf seinen Beinen stehen kann. Er hat entschieden, das Leben in seine eigenen Hände zu nehmen. Seine positive Einstellung gegenüber dem Leben und sein Ehrgeiz haben ihm grossen sportlichen Erfolg gebracht. 3 Weltrekorde, 14x Weltmeister, 15 paralympische Goldmedaillen und vieles mehr!

Sei dabei mit Heinz Frei im Interview mit Raphi Galliker



Besuch bei Gate Gourmet Flughafen Zürich

Gate Gourmet sorgt dafür, dass tausende von Fluggästen auf der ganzen Welt kulinarisch verwöhnt werden. Das Unternehmen gehört weltweit zu den führenden Anbietern von Flug-Catering-Dienstleistungen. Wir werfen einen Blick hinter die Kulissen der Produktion im Hauptsitz auf dem Flughafen Zürich. Der Rundgang dauert ca. 90 Minuten. Anschliessend werden wir mit einem Apero und Köstlichkeiten verwöhnt.



Donnerstag, 26. Juni 2025

Hotel Uto Kulm – Üetliberg

Das Programm: 14.00 h Eintreffen der Gäste + Führung

15.30 h Ende der Führung

anschliessend gemeinsamer Apéro

Ort: Flughafen Zürich

Die Anmeldung: www.wir-netz.ch

Die Kosten: CHW 50 für Mitglieder, CHW/CHF 70 für Externe

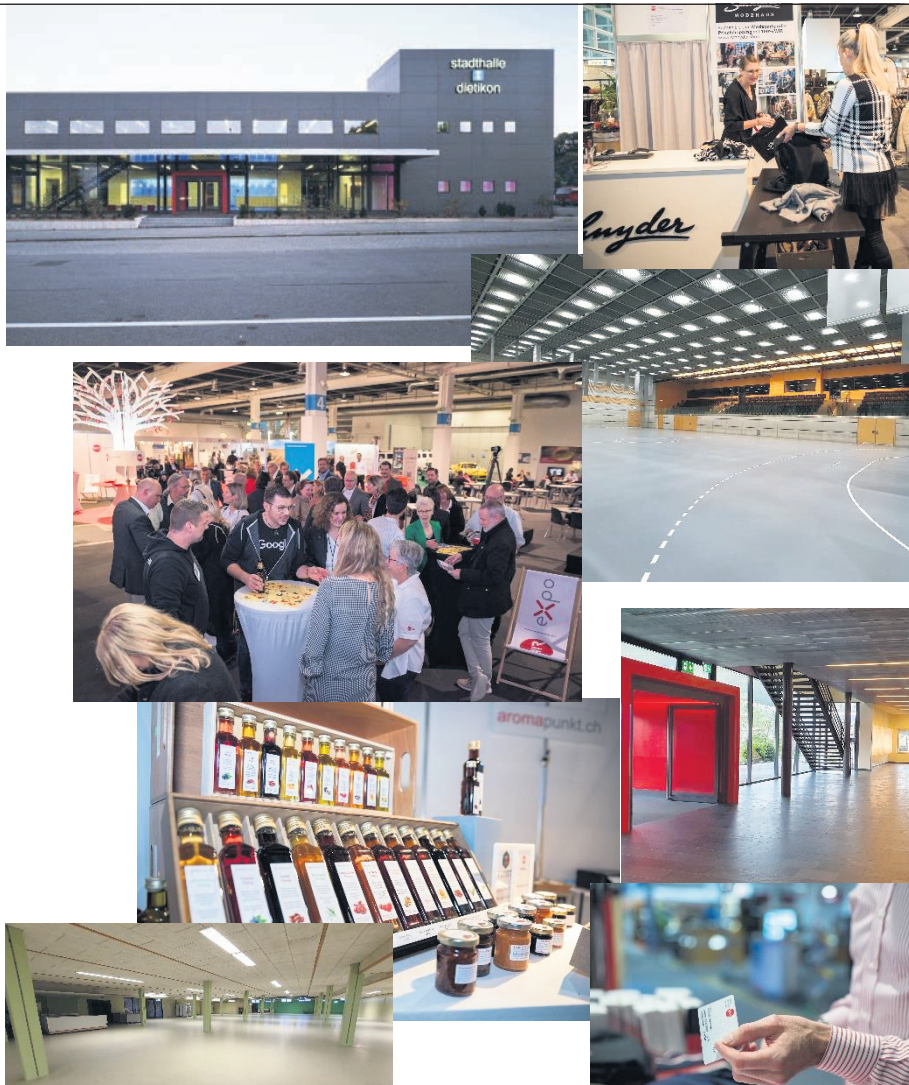
WIR EXPO ZÜRICH Fr 21.11. – So 23.11.25

Es gibt sie wieder, die WIR Expo in Zürich! Diesmal in der Stadthalle Dietikon.

Das Interesse von Ausstellern ist schon sehr gross. Wir freuen uns auf ein spannendes Angebot.

Möchten Sie auch dabei sein?
Buchen Sie jetzt Ihren Stand.

www.wir-expo.ch





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 – April 2025, 92. Jahrgang, Nr. 1151

Das Magazin für Genossenschafter und Genossenschafterinnen der Bank WIR und Schweizer KMU

Herausgeberin: WIR Bank Genossenschaft, Basel

Redaktionsteam: Daniel Flury (Chefredaktor), Shirin Mogtader, Sabina Segovia; wir.ch/kontakt

Fotografen: siehe Bildhinweise

Foto Titelseite: VIAC Invest

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: 23 960

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 Mai 2025: Donnerstag, 10. April 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

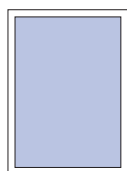
•
•
•
•
•
•

•
•
•
•
•
•

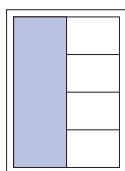
Wichtig: Bei offenen InDesign-, Illustrator- und Photoshop-Dateien müssen Schriften immer mitgeliefert werden (keine TrueType-Schriften). Die entsprechenden Zeichensatzkoffer und PostScript-Fonts bitte gezippt mitgeben. Bei PDF- und EPS-Dateien müssen Logos und Schriften eingebettet (mitgeliefert) sein. 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)

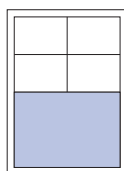
Inseratgrößen und Inseratepreise (alle Preise inkl. 8,1% MwSt., WIR-Anteil 75%)



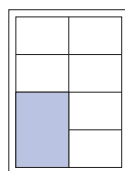
168x248 mm
1/1 Seite Inhalt



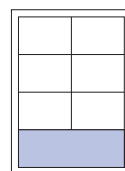
82x248 mm
1/2 Seite hoch (2-sp.)



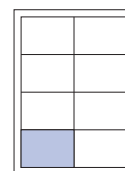
168x122 mm
1/2 Seite quer (4-sp.)



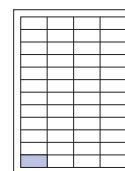
82x122 mm
1/4 Seite hoch (2-sp.)



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