

# WIR *info*

8/2022

Das Magazin für Schweizer KMU



«Digitaler Schweiz»  
auf den Zahn gefühlt

Studienleiter Marc K. Peter löst mit einer neuen  
Langzeitstudie mit der Bank WIR Diskussionen aus

Schönheit ohne Wahn

Die Beauty-Klinik von Danny Domanico

Artgrade your business!

Die neue Kolumne von Jana Lucas





## Fit?

*Editorial*

*Als Unternehmer trägt man nicht nur Verantwortung für seine eigene Gesundheit. Das Wohl der Mitarbeitenden darf ebenfalls nicht aus den Augen verloren werden.*

Sind Sie stolze Besitzerin oder stolzer Besitzer eines Fitness-Abos? Wann haben Sie zuletzt trainiert? Wissen Sie, wie viele Pfunde gepurzelt sind oder wie viele Kilo Muskelmasse Sie in welchem Zeitraum erworben haben? Mit der Disziplin ist es leider so eine Sache und mit der Kontrolle sowieso. Nichts dem Zufall überlässt Danny Domanico von der Beauty Health Lifestyle AG. Körpermessungen und Vorher-Nachher-Fotos erlauben zuverlässige Aussagen über den Erfolg eines Trainings oder einer Behandlung (S. 12).

Als Unternehmer trägt man nicht nur Verantwortung für seine eigene Gesundheit. Das umfassende Wohl der Mitarbeitenden darf ebenfalls nicht aus den Augen verloren werden. Die Business Schmiede vermittelt an den Speakers Nights und an (Online-)Seminaren das Rüstzeug für erfolgreiche Business- und Persönlichkeitsentwicklung. Ein wichtiges Element ist dabei nicht die Muskelmasse, sondern das, was im Kopf vor sich geht. Dort steckt das Mindset, die Kraft für das Stecken und Erreichen von Zielen. «Mindset ist die Fähigkeit, den Geist so zu steuern, dass man die Dinge erreicht, die man will», definiert Rüdiger Böhm, einer der Experten der Business Schmiede.

Er selbst musste sein Mindset im Alter von 27 Jahren neu programmieren, als er durch einen Verkehrsunfall beide Beine verlor. Heute motiviert Böhm Unternehmerinnen und Unternehmer zu neuen Anläufen. Sich auf dem Erreichten ausruhen ist nicht sein Ding: Im Kajak, auf dem Handrad oder einem Katamaran setzt er sich immer wieder widrigen Bedingungen aus und stellt die Wirksamkeit seiner Methoden auf die Probe (S. 20).

Das richtige Mindset wird dazu beitragen, Ängste im Zusammenhang mit der fortschreitenden Digitalisierung zu überwinden. Denn die neue Langzeitstudie «Digitale Schweiz – Monitor Bank WIR» hat aufgedeckt, dass wir uns in einem Spannungsfeld von Überforderung und hoffnungsvoller Erwartung bewegen (S. 6).

**Daniel Flury**  
Chefredaktor

# Inhalt

## Seite 12

Danny Domanico hat seine Karriere als Bankfachmann hinter sich gelassen und in Zürich die wohl am breitesten aufgestellte Beauty-Klinik aufgebaut.



## Seite 20

Rüdiger Böhm gehört zu den Experten der Business Schmiede. Krisen- und Veränderungsmanagement gehören zu seinen Fachgebieten, was sich aus seiner Lebensgeschichte erklärt: Als 27-jähriger Sportstudent verlor er nach einem Verkehrsunfall beide Beine.

## Seite 24

«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.



- |  |  |   |
|--|--|---|
| <p><b>6 «Digitaler Schweiz» auf den Zahn gefühlt</b><br/>Langzeitstudie der FHNW Olten</p> <p><b>11 WIR-Expo: zurück im 2023</b></p> <p><b>12 Schönheit ohne Wahn</b><br/>Die Health Beauty Lifestyle AG von Danny Domanico</p> <p><b>18 Der Unternehmergeist und das Bier</b><br/>Kolumne von Karl Zimmermann</p> <p><b>20 «Zu oft sind wir im Auto-piloten unterwegs»</b><br/>Interview mit Rüdiger Böhm</p> | <p><b>24 Artgrade your business!</b><br/>Kolumne von Jana Lucas</p> <p><b>27 Inserateschlüsse</b></p> <p><b>28 Schweizer Sportlegenden hautnah</b><br/>O-Ton, der Podcast der Bank WIR, in Solothurn</p> <p><b>30 Abschaffung Negativzins: Bank WIR war Vorreiterin</b></p> <p><b>31 CEO-Corner</b><br/>Rechnen Sie mit WIR – es lohnt sich!</p> | <p><b>38 Neue WIR-Teilnehmer</b></p> <p><b>42 Willkommen im WIR-Network</b></p> <p><b>62 Impressum</b></p> <p><b>63 Standorte der Bank WIR und Social Media</b></p> <p><b>64 Werbemöglichkeiten im WIR-Netzwerk</b></p> <p><b>66 Inseratepreise</b></p> |
|--|--|---|

# Neue Studie

## So digital ist die Schweiz



*Die neue Langzeitstudie «Digitale Schweiz – Monitor Bank WIR» trifft den Nerv der Zeit, weckt Medieninteresse und löst Diskussionen aus. Studienleiter Marc K. Peter warnt unter anderem vor einer Spaltung der Gesellschaft. Hintergründe, Erkenntnisse und Forderungen.*



*Marc K. Peter, Leiter der neuen Langzeitstudie  
«Digitale Schweiz – Monitor Bank WIR», inmitten  
der modernen Architektur an der Fachhochschule  
Nordwestschweiz (FHNW) in Olten.*

*Fotos: Raffi Falchi*

Am 22. Juni musste Marc K. Peter, Leiter Kompetenzzentrum Digitale Transformation an der FHNW Hochschule für Wirtschaft, sehr früh volle Betriebstemperatur erreichen: Um 7:17 Uhr ging er nämlich live auf Sendung – als «Morgengast» bei Schweizer Radio SRF1. Hintergrund für die Einladung war die kurz zuvor publizierte neue Langzeitstudie «Digitale Schweiz – Monitor Bank WIR».

Das Radiointerview – mit Fokus auf die ältere Generation in der digitalisierten Welt – steht stellvertretend für das Medieninteresse, das die von der FHNW Hochschule für Wirtschaft, vom Marktforschungsinstitut gfs-Zürich und der Bank WIR erstmals publizierte Studie auslöste. «Seit Pandemiebeginn: Die Digitalisierung spaltet die Schweizer Gesellschaft», titelte etwa «20 Minuten», die «Sonntagszeitung» berichtete unter dem Titel «Schattenseiten des Onlinebooms: Ärmere und weniger Gebildete verlieren den Anschluss» über die Ergebnisse – während das «Swiss IT Magazine» mit der Headline «Die digitale Schweiz fürchtet sich vor Cyberkriminalität und Überwachung» die digitale Technik ins Visier nahm.

Dass die Erkenntnisse der ersten Publikation von «Digitale Schweiz – Monitor Bank WIR» derart breit und mit unterschiedlichstem Fokus aufgefasst worden sind, spricht für das Studiendesign, das offenbar den Nerv der Zeit getroffen hat. «Die fortschreitende Digitalisierung in Alltag und Beruf der Schweizer Bevölkerung löst unterschiedliche Gefühle aus», so die Ausgangslage. Und weiter: «Prozess- und Kommunikationserleichterungen stehen Überforderungen gegenüber und Zukunftsängste wechseln sich mit hoffnungsvollen Erwartungen an eine digitale Welt ab.»

## «Digitale Themen sind in den Köpfen sehr präsent.»

Der Zeitpunkt zur Lancierung der Langzeitstudie «Digitale Schweiz – Monitor Bank» ist nicht zufällig gewählt: Nicht zuletzt ausgelöst durch die Corona-Pandemie mit Themen wie Homeoffice, Fernunterricht und Covid-Zertifikaten sind digitale Themen in den Köpfen der Schweizer Bevölkerung sehr präsent. Dies zeigen die ersten Resultate eindrücklich: Mehr als vier Fünftel der Befragten können bei einer offenen Frage ein Thema nennen, das sie für das zurzeit wichtigste im Zusammenhang mit digitalen Technologien halten. Fast ein Drittel nennt dabei Cybersicherheit, Cyberkriminalität, Datenschutz und Datensicherheit.



Fast zwei Drittel sehen in digitalen Technologien grosse bis sehr grosse Vorteile – nur fünf Prozent stehen den Technologien kritisch gegenüber. In der Befragung zeigt sich, dass einkommensstarke Gruppen mit einem hohen Bildungsniveau viele Vorteile in digitalen Technologien sehen und die Nachteile und Gefahren als geringer einschätzen. «Das birgt die Gefahr einer polarisierten Gesellschaft», warnt Studienleiter Marc K. Peter.

Ein Drittel der Schweizer Bevölkerung fürchtet sich vor Cyberkriminalität und Überwachung durch digitale Technologien – ein Trend, der sich durch alle Altersgruppen, Einkommensstufen und Bildungsklassen zieht. Von allen denkbaren Risiken fürchten sich Befragte in der höchsten Bildungsklasse am meisten davor, mithilfe digitaler Technologien überwacht zu werden. Personen mit dem tiefsten Bildungsstand sehen die grösste Gefahr in Datenklau und Cyberangriffen. «Für die Schweiz wäre es wünschenswert, die Themen zur Cybersicherheit und Cyberkriminalität stärker zu priorisieren», sagt Marc K. Peter.

Knapp die Hälfte der Befragten ist daran interessiert, digitale Technologien zu beherrschen und Kompetenzen zu erlernen. «Dabei hängt das Interesse am Erlernen neuer Kompetenzen stark mit dem Einkommensniveau und dem Alter der Befragten zusammen», heisst es in der Studie. Befragte mit Haushaltseinkommen unter 6000 Franken und tiefstem Bildungsstand haben das geringste Interesse an digitalen Technologien, obwohl sie die grösste Angst davor haben, ihren Arbeitsplatz aufgrund der Digitalisierung zu verlieren.

Deshalb warnt Marc K. Peter in der neusten Episode des «O-Ton»-Podcasts der Bank WIR (Link in der Infobox rechts) vor einer Polarisierung der Gesellschaft. Oder wie es die «SonntagsZeitung» in ihrem Artikel auf den Punkt bringt: «Zwischen Technologiemuffeln und Technologiefreundinnen tut sich zusehends ein Graben auf.»

## «Digitale Kompetenzen sind gesellschaftlich und wirtschaftlich erfolgskritisch.»

41 Prozent der Schweizer Bevölkerung schätzen die eigenen Kompetenzen im digitalen Zeitalter als hoch ein. «Die digitalen Kompetenzen in der breiten Bevölkerung sind für die Schweiz gesellschaftlich und wirtschaftlich erfolgskritisch», erklärt Marc K. Peter. Als wichtigste Kompetenzen werden von den Befragten die Bereitschaft für lebenslanges Lernen, Offenheit für Neues, technisches Verständnis und Kommunikationsstärke genannt. «Die Studienteilnehmenden nannten zudem Lernbereitschaft/Neugierde und Sozialkompetenzen als weitere wichtige Fähigkeiten im digitalen Zeitalter», heisst es weiter. Bei der Selbsteinschätzung auf einer Skala von 1 bis 6 zeigt sich, dass die digitalen Fähigkeiten von Personen mit höchstem Bildungsstand mehr als doppelt so hoch sind als jene mit dem tiefsten Bildungsstand (Einschätzung 5 bis 6).

«Je höher die Bildung, desto grösser ist das Interesse an digitalen Technologien und desto eher werden auch die Vorteile gesehen, etwa Zugang zu Wissen und die Möglichkeit zur Kommunikation und Zusammenarbeit», so Marc K. Peter. Gleichzeitig schätzen gebildete und einkommensstarke Schichten die Nachteile digitaler Mittel geringer ein – umgekehrt interessierten sich Befragte mit tiefem Haushaltseinkommen und wenig Bildung kaum für digitale Technologien, obwohl sie am meisten Angst haben, dadurch ihren Arbeitsplatz zu verlieren.

Die Ergebnisse der Studie decken sich laut Marc K. Peter übrigens mit jenen des sogenannten «Digital Skill Frameworks» der Europäischen Union. «Wir sehen eine Übereinstimmung bei den digitalen Fähigkeiten, die wichtig sind – und die folglich forciert unterrichtet werden sollten.»

Obwohl die Schweiz gemeinhin als digitales Land wahrgenommen wird, besteht in seinen Augen Nachholbedarf:

## So tönt die «Digitale Schweiz»

Wenn sich eine wissenschaftliche Studie zu Themen der Digitalisierung sogar leicht verständlich als Podcast aufarbeiten lässt, beweist dies, dass die Autoren die notwendige Bodenständigkeit mitbringen. «Ein hörenswerter Podcast», wird denn auch auf der Social-Media-Plattform «LinkedIn» kommentiert, wo das gut 20-minütige Gespräch mit Studienleiter Marc K. Peter sehr viel positive Resonanz auslöste.

Die Episode «Schweiz muss die digitale Bildungslücke schliessen» ist Teil der Podcast-Serie «O-Ton», in der die Bank WIR seit vergangenem Dezember spannende Persönlichkeiten vors Mikrofon bittet – sie ist auf allen gängigen Podcast-Plattformen verfügbar.

Mehr Infos: [wir.ch/podcast](https://wir.ch/podcast)



«Wenn wir die Lücken in der Gesellschaft sehen, die uns die Studienergebnisse vor Augen führen, müssen wir diese schliessen», so Marc K. Peter, der damit auch einen klaren (Aus-)Bildungsauftrag verbindet.

## «Digitalisierung darf nicht vom täglichen Leben ausschliessen.»

Eine grosse Gefahr besteht natürlich darin, dass im Alltag immer mehr Dienstleistungen und Produkte nur noch digitalisiert angeboten werden. «Wird die vorhin beschriebene Lücke nicht geschlossen, schliessen wir somit einen Teil der Gesellschaft vom täglichen Leben aus», so Marc K. Peter im Podcast-Gespräch – «das darf nicht passieren.»

Unternehmen und Politik sehen sich zusammengefasst mit verschiedenen Herausforderungen konfrontiert: «Die Sicherheit muss auch im digitalen Raum gewährleistet werden, neue Datenschutzanforderungen müssen definiert und umgesetzt werden und die Entwicklung digitaler Technologien und von digitalem Know-how darf im internationalen Konkurrenzkampf nicht verschlafen werden», so die Studie «Digitale Schweiz – Monitor Bank WIR», die von Januar bis Februar 2022 mit Bewohnerinnen und Bewohnern der Deutsch- und Westschweiz ab 18 Jahren durchgeführt worden war. «Dies fordert auch von der Bevölkerung Flexibilität und ein gewisses Engagement, sich mit den angestossenen Änderungen und neuen Anforderungen auseinanderzusetzen.»

Die Studie «Digitale Schweiz – Monitor Bank WIR» erscheint künftig zwei Mal jährlich – die nächsten Studienergebnisse werden folglich Ende 2022 vorliegen. Die Befragung liefert einen wichtigen Beitrag zum Diskurs über die Interessen, Sorgen und Kompetenzen der Bevölkerung im Umgang mit digitalen Technologien und liefert der Bank WIR als bodenständige und innovative Genossenschaftsbank für den Schweizer Mittelstand natürlich wichtige Indikatoren.

Die zahlreichen Feedbacks nach der ersten Publikation zeigen, dass der Monitor einem Bedürfnis entspricht. «Eine Schlagzeile für die Ergebnisse Ende 2022 habe ich noch nicht, aber ich freue mich auf viele neue Erkenntnisse und die Themen, die die Schweiz bewegen», so Marc K. Peter im Podcast-Gespräch. «Digitale Schweiz – Monitor Bank WIR» hat die Diskussion(en) jedenfalls so richtig lanciert.

● Volker Strohm

## Starkes Duo aus Hochschule und Bank

Die Digitalisierung nimmt bei der Bank WIR einen wichtigen Stellenwert in ihrer Strategie und ihrem Geschäftsmodell ein. Als Pionierin hat sie mit ihrem Fintech VIAC den Schweizer Vorsorgemarkt digitalisiert. Auch im KMU-Bereich setzt die Bank WIR auf einfache, sichere und digitale Lösungen wie beispielsweise die Bezahl-App WIRpay im Bereich der Komplementärwährung oder die Online-Plattform FX-Trading in Zusammenarbeit mit der Amnis Treasury Services AG – ebenfalls ein Schweizer Fintech.

Mit der FHNW Hochschule für Wirtschaft verbindet die Bank WIR eine langjährige Zusammenarbeit. Die Bank hat bereits mehrere Studien im Bereich Digitale Transformation bei KMU unterstützt. Das höchste Ziel ist es, aus erster Hand zu erfahren, was Unternehmerinnen und Unternehmer bewegt – und vor welchen Herausforderungen sie in einer digitalisierten Welt stehen. Um den «digitalen Puls» der Schweizerinnen und Schweizer zu fühlen und um die Ergebnisse der Öffentlichkeit zugänglich zu machen, unterstützt die Bank das Forschungsprojekt «Digitale Schweiz – Monitor Bank WIR».

Kostenloser Download:  
[www.wir.ch/digitale-schweiz](http://www.wir.ch/digitale-schweiz)



# WIR-Expo: zurück im 2023

*Die WIR Expo AG hat beschlossen, auf die Durchführung der Expo 2022 zu verzichten. Basierend auf den letztjährigen Erfahrungen wird dafür bereits an der Expo 2023 gearbeitet. Geschäftsführer François Cochard unterstreicht, dass auch die Begeisterung der WIR-Teilnehmer als Aussteller oder Besucher zum Erfolg der Messe beiträgt.*

## Was hat Geschäftsführung und Verwaltungsrat der WIR-Expo dazu bewogen, die WIR-Expo 2022 abzusagen?

**François Cochard:** Wir haben die WIR-Expo 2021 durchgeführt, weil wir der Ansicht sind, dass die Expo im WIR-System eine wichtige Plattform für Geschäfte ist. Deshalb wollten wir diese Plattform den WIR-Mitgliedern zur Verfügung stellen – und dies trotz schwierigen Umständen und einem sehr hohen Risiko, dass die WIR Expo AG ein Defizit einführt. Zwar haben sich 2022 die durch das Coronavirus erschwerten Umstände mittlerweile etwas normalisiert, doch gibt es das Virus immer noch und es bestehen insbesondere auch auf den kommenden Winter hin weiterhin gewisse Risiken für Veranstaltungen. Zusätzlich sind grosse Veränderungen in Bezug auf die WIR-Netzwerk-Gruppen hinzugekommen, die auch das WIR Network Zürich als Haupteigentümer der WIR Expo AG betreffen. Das WIR Network Zürich ist deshalb gegenwärtig damit beschäftigt, seine Tätigkeiten und Ziele neu auszurichten. In diesem Kontext wird auch die Rolle der WIR-Expo und der für die Veranstaltung zuständigen WIR Expo AG neu angeschaut. Wir möchten die finanziellen Mittel, welche der WIR Expo AG zur Verfügung stehen, möglichst sinnvoll und effektiv im Interesse der WIR-Teilnehmer weiterhin einsetzen.

## Was sind die Pläne für 2023?

Es ist nach wie vor unser Ziel, 2023 wieder eine WIR Expo durchzuführen. Im Moment ist aber für uns alles noch offen. Wir haben bereits 2021 mit der Übernahme der Geschäftsleitung neue Ideen und neuen Wind in die Expo eingebracht. Viele Besucher und Aussteller haben uns bestätigt, dass uns das gelungen sei. Da Adrian Bill und ich die WIR Expo Geschäftsleitung jedoch relativ kurzfristig übernommen hatten, hatten wir wenig Gelegenheit, weitere Ideen zu prüfen. Dies werden wir nun an die Hand nehmen. Hilfreich dabei sind natürlich auch die ersten Erkenntnisse und Erfahrungen, die wir aus der Durchführung 2021 ziehen konnten.

## Was braucht es, damit die WIR-Expo erfolgreich weitergeführt werden kann?

Es braucht Begeisterung für das WIR-System und Vertrauen in die WIR-Währung. Es braucht aktive WIR-

Unternehmen, die das WIR-System und die Kontaktmöglichkeiten über die WIR-Expo nutzen möchten und an der Expo als Aussteller oder Besucher teilnehmen. Es braucht Kommunikationswege, um die WIR-Teilnehmer ansprechen und für einen Expo-Besuch begeistern zu können. Dabei spielen auch die WIR-Netzwerke als Botschafter eine wichtige Rolle. Schliesslich ist es auch wichtig, dass auch die Bank WIR und ihre Mitarbeitenden in diesem Sinn die WIR-Expo mit unterstützen.

## Wie können WIR-Teilnehmer mithelfen?

Unsere Türen stehen offen. Wer eine Idee hat oder die Weiterführung der WIR-Expo aktiv in irgendeiner Art unterstützen will, darf sich gerne bei uns melden. Insbesondere sollen sich auch Unternehmen, die sich eine Teilnahme als Aussteller vorstellen können, unverbindlich bei Adrian Bill melden. Je mehr potenzielle Aussteller wir haben, desto einfacher ist es, die nächste WIR-Expo zu planen. Zudem hilft es uns auch für die Planung in Bezug auf die benötigte Ausstellerfläche sowie den Durchführungsort.

Kontakt: Adrian Bill, Expoleitung, 043 818 26 36

● Interview: Daniel Flury



Adrian Bill (l.) und François Cochard.

Foto: Paul Haller

# Schönheit ohne Wahn

## Health Beauty Lifestyle AG, Zürich

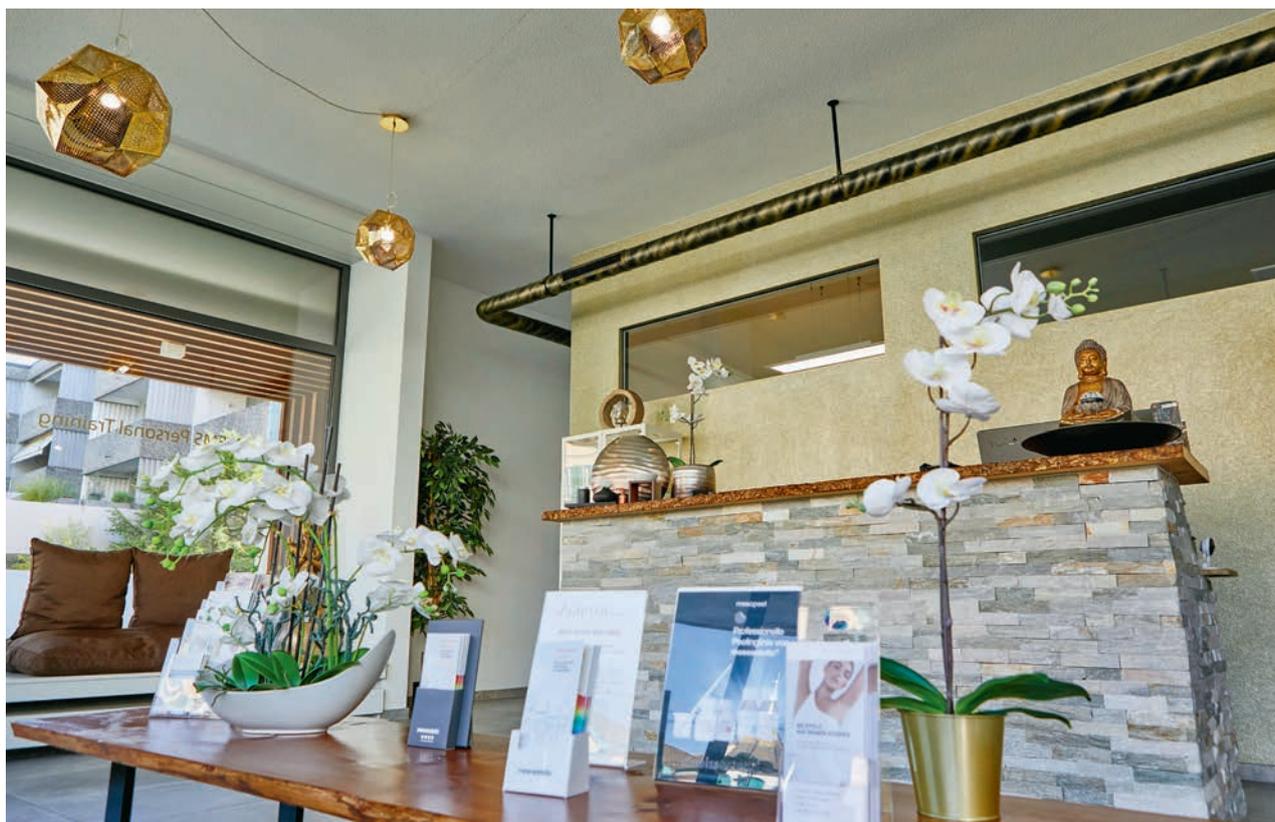
*Danny Domanico hat seine Karriere als Bankfachmann hinter sich gelassen und in Zürich die wohl am breitesten aufgestellte Beauty-Klinik aufgebaut.*

*Danny Domanico bietet Health, Beauty  
und Lifestyle unter einem Dach an.*

*Fotos: Henry Muchenberger*



HEALTH BEAUTY LIFESTYLE  
by DANNY DOMANIC



Der Empfangsbereich der Beauty-Klinik.

Mit einem Master in Banking & Finance, mit Erfahrung als Führungsperson bei einer Grossbank und als Projektleiter bei einem Hypothekenanbieter wäre Danny Domanico eine glänzende Karriere im Finanzsektor vorbestimmt gewesen. Die 15- und 18-Stunden-Arbeitstage bewogen ihn jedoch zu einer Auszeit, während der er in einem kleinen Studio EMS-Trainings absolvierte. EMS – elektrische Muskelstimulation – ist eine effiziente und gelenkschonende Art, die Muskulatur zu stimulieren und aufzubauen. Von der Methode überzeugt, kaufte sich Domanico selbst ein entsprechendes Gerät, erwarb die nötigen Trainerlizenzen und nahm zuerst einen, dann zwei Kunden an, die er trainierte.

Aus zwei wurden über Mundpropaganda und Marketingmassnahmen immer mehr Kunden. Als gegen 80 Interessenten vorstellig wurden, reifte der Gedanke, sich damit den Lebensunterhalt zu verdienen. «Der Banker in mir wurde wieder wach», schmunzelt Domanico. Ein Businessplan entstand, eine Weiterbildung fernab der Finanzwelt folgte auf den Fuss. Heute verfügt Danny Domanico über ein fundiertes Wissen in Ernährungsberatung, Naturheilpraktik und ästhetisch-medizinischen Behandlungen.

An der Schaffhauserstrasse 276 in Zürich, mit Tram, Bus und Auto leicht erreichbar, hat Danny Domanico auf 450m<sup>2</sup> sein Domizil gefunden. Gold, schwarz und weiss sowie eine asiatisch entspannte Atmosphäre herrschen vor, was leicht vergessen lässt, dass hier auch tüchtig geschwitzt wird: Das EMS-Training ist mit 25 oder 30 Minuten kurz, aber intensiv, «und viel effizienter als ein doppelt so langer Aufenthalt im Fitnessstudio», unterstreicht Domanico.

Getreu seinem ganzheitlichen – und schweizweit wohl einmaligen – Ansatz bietet Domanico in 15 Zimmern auf zwei Etagen nicht nur eine Sport-Sparte an. Beauty und Lifestyle sind im Spa-Bereich beispielsweise vertreten durch Massagen und Wickel, im Body-Bereich vor allem durch Sculpting und weitere Anwendungen zur Straffung von Körperpartien und zum Abbau von unerwünschten Fettpölsterchen. Ins medizinisch-ästhetische Gebiet gehören etwa Peelings, Mesotherapie, Fadenlifting, Ultraschall-, Laser- und Radiofrequenzbehandlungen und sogar Behandlungen mit Fillern und Botulinumtoxin A bis hin zu Gesichtsoptionen, denn Danny Domanico arbeitet zusammen mit der Hals-Nasen-Ohren-Ärztin und Gesichtschirurgin Prof. (RU) Dr. med. Monika Gericke und der Facelinic (faceclinic.ch; Diese Leistungen sind als einzige von der Bezahlung mit einem WIR-Anteil ausgeschlossen). Domanico: «Was in der Angebotspalette noch fehlt, ist Physiotherapie – aber ich arbeite daran!»

#### Wer sind Ihre Kunden?

**Danny Domanico:** Frauen und Männer jeglichen Alters aus Zürich und Umgebung. Wir haben zudem treue Kunden aus der ganzen Schweiz, z.B. aus Genf, Biel, Bern, Basel oder St. Gallen.

#### Gibt es altersmässig eine Unter- oder Obergrenze?

Wir behandeln niemanden, der nicht volljährig ist, auch nicht mit Erlaubnis der Eltern. Nach oben setzen wir uns keine Grenze.

#### Was sind die häufigsten Anliegen?

Im Bereich der Körperveränderung und Sculpting sind es bei den Frauen Verbesserungen rund um Problem-



Danny Domanico beim Vorbereiten einer Mesotherapie-Behandlung.

zonen wie Bauch, Beine – Innenschenkel und Reiterhosen – sowie Po. Die Männer beschäftigt der Bauch und die Flanken, die sogenannten Lovehandles. Bei den medizinischen Behandlungen (Facials) ist Anti-Aging – Filler, Mesotherapie, Botulinumtoxin A und ähnliches – immer eines der Hauptthemen. Diverse Therapieformen im Bereich des Hautaufbaus und der Narbenbekämpfung sind auch sehr gefragt.

#### **Gibt es Wünsche, auf die Sie nicht eingehen?**

Die Sozialen Medien beeinflussen viele unserer Patienten, vor allem die jüngeren, immer mehr auch die Generation 50+. Manche kommen zu uns mit einem Foto von sich, über das sie einen Filter gelegt haben. Wir sollen dann die Tatsachen dem Wunschbild angleichen... Unsere Aufgabe ist es, mit dem Patienten zusammen eine realistische Lösung zu finden, d.h. die Wünsche zu thematisieren und im Rahmen des Vertretbaren zu realisieren.

#### **Sie sprechen von Patienten, nicht von Kunden?**

Unser Ansatz ist branchenübergreifend: Wer beispielsweise als Alternative zum Fitnessstudio ein EMS-Training absolviert ist Kunde, wenn es mehr in Richtung ästhetisch-medizinische Behandlungen geht, sprechen wir eher von Patienten.

#### **Lehnen Sie auch Patienten bzw. Kunden ab?**

Gewicht zu verlieren, ist beispielsweise ein gesunder Gedanke, den wir gerne unterstützen – wenn der Kunde die nötige Zeit mit sich bringt. Dutzende Kilo Fett in zwei Wochen zu verlieren, mag möglich sein, unterstützen wir aber nicht, da es nicht nachhaltig ist. Es kann ein Hautlappen zurückbleiben, der operativ entfernt werden

müsste. Die Bremse ziehen wir auch bei extremen Veränderungswünschen; Was wir tun, muss immer medizinisch, aber auch aus ästhetischer Sicht vertretbar sein. Andere verdienen viel Geld mit unschönen Arbeiten, die in meinen Augen nichts mehr mit Ästhetik zu tun haben. Ich könnte das nicht verantworten – schon nur, weil es einfach nicht ehrlich ist dem Patienten gegenüber.

### *«Bei extremen Veränderungen ziehen wir die Bremse.»*

#### **Kann man einen Ihrer Personal Trainer auch zu sich nach Hause kommen lassen?**

Nein, so verlören wir an Effizienz. Mein Konzept beruht auf der Klinik hier an der Schaffhauserstrasse, wo das gesamte Angebot unter einem Dach vereint ist. Kunden mit mehreren Abos können so bequem von Raum zu Raum wechseln.

Ausserdem führen wir keine Gruppen-, sondern ausschliesslich Einzeltrainings durch. Alles findet in abgeschlossenen, nicht einsehbaren Räumen statt. Im Gegensatz zu anderen Anbietern wollen wir unsere Kunden nicht in einem Schaufenster ausstellen.

#### **Welches sind die beliebtesten Trainingszeiten?**

Die Stosszeiten sind von 11 bis 14 und von 16 bis 20 Uhr. Geöffnet haben wir von Montag bis Freitag, 8 bis 20 Uhr und am Samstag von 8 bis 17 Uhr.

Was von den Kundinnen und Kunden sehr geschätzt wird ist die Möglichkeit, online die Termine zu buchen. Wählbar sind Zeit, Art der Behandlung und die Trainerin oder der Trainer. Der Kunde kann auch selbst seine Termine verschieben oder bis 24 Stunden vorher absagen.

#### **Man beobachtet oft, dass Trainingswillige sich zwar ein Abo kaufen, dann aber kaum im Studio erscheinen. Wie gehen Sie damit um?**

Zunächst ist wichtig zu wissen, dass unsere Abos keine Laufzeit haben. Ein 50er-Abo beispielsweise ist auf diese Weise auch nach Krankheit, Ferien oder beruflich bedingter Absenz auch nach Monaten oder Jahren noch gültig. Aber die Kundschaft soll vom Abo und unserem Angebot profitieren. Deshalb rufen wir an, wenn wir jemanden vermissen.

**Die Motivation zu trainieren, ist halt nicht immer da...**

Die Motivation, die Disziplin, der Antrieb und das richtige Mindset sind wichtig. Als Motivatoren können wir das gut steuern, am besten natürlich, wenn jemand regelmässig bei uns ist. Wir suchen das Gespräch, wenn wir Rückschritte feststellen. Sonst verbrennt der Kunde kein Fett, sondern nur Geld.

*«Ohne richtiges Mindset verbrennt der Kunde kein Fett, nur Geld.»*

**Das Feststellen von Rückschritten bedingt Erfolgskontrolle?**

Das ist Teil unseres Konzepts. Wir führen keine Behandlung durch, ohne vorgängig eine Gesundheitsdeklaration des Patienten erhalten zu haben. Es ist für uns wichtig zu wissen, ob ein Patient beispielsweise einen niedrigen Blutdruck aufweist oder unter Epilepsie leidet. Nur so können wir richtig reagieren, wenn eine Komplikation eintreten sollte. Wenn wir die Krankheitsgeschichte kennen, führen wir ein Beratungsgespräch und Körpermessungen durch. Bei dieser Körperzusammensetzungsanalyse kommt das Gerät InBody770 zum Zug, das unter anderem Körperfett, Muskelmasse, intra- und extrazelluläres Wasser – kurz: die körperliche Verfassung aufgrund von über 40 Indikatoren – feststellt. Diese «medizinische Waage» setzen wir auch für eigene Studien ein, z.B. im Rahmen unseres Body-Sculpt-Angebots.

Vor Beginn einer Behandlung wird alles auch fotografisch dokumentiert. Dies erlaubt die Feststellung von Fort-



Mit Strom zu mehr Muskeln und weniger Fett: Personal Trainer Joel Hacikoglu mit seinem Kunden Carmelo Palma während eines EMS-Trainings (EMS = elektrische Muskelstimulation).

Foto: zVg

aber auch von Rückschritten. Haben sich die Erfolge eingestellt, sieht unser Konzept eine Stabilisierungs- und eine Erhaltungsphase vor.

**Das ist mit welchen Kosten verbunden?**

Die Folgekosten muss man im Kopf haben, etwa bei einer Cellulite-Behandlung. Hier kann sicher nach rund zehn Behandlungen eine Verbesserung erreicht werden, aber ein Refresh wird nötig sein. Cellulite ist eben eine Bindegewebeerkrankung, die immer wieder auftreten kann. Wichtig ist ein ganzheitliches und nachhaltiges Konzept, das eine Ernährungsumstellung beinhaltet. Die Kosten für ein Body-Sculpt-Programm – um ein Beispiel zu nennen – beginnen bei etwa 2500 CHF.



20 cm weniger Bauchumfang: Das Resultat nach vier Wochen Body-Sculpt-Programm, das von Danny Domanico konzipiert wurde.

Foto: zVg



Danny Domanico in einem der Behandlungszimmer.

### **Sie bieten eine sehr breite Palette von Behandlungen an. Wie trennen Sie Spreu vom Weizen?**

Ich pflege eine dynamische Angebotsentwicklung und nehme nur Behandlungen ins Programm auf, die ich an mir selbst ausprobiert habe und die mit medizinischen Studien abgesichert sind. Auch hier sind die Sozialen Medien ein enormer Treiber, und leider wird oft mehr versprochen, als eingehalten werden kann.

### **Wie setzen Sie selbst die Sozialen Medien ein?**

In der Beauty- und Ästhetikbranche geht nichts ohne Soziale Medien. Die Kunden posten gerne ihre Vorher-Nachher-Fotos und versehen sie mit den entsprechenden Hashtags – eine Art von moderner Mundpropaganda. Auf Instagram (@healthbeautylifestyleag) postet eine Werbeagentur Beiträge für uns und generiert Leads.

### **Kann man sich bei Ihnen auch einfach nur schminken lassen?**

Nein, der Trend geht eindeutig in Richtung apparative und medizinische Behandlungen. Ein Beispiel: Gesichtereinigung mit Ultraschall ist jedem Porenausdrücken überlegen! Diese technologieorientierten Lösungen bedingen die Anschaffung modernster und zertifizierter Maschinen und Methoden.

### **Und stetige Weiterbildung?**

Allerdings, das ist ein wichtiger Punkt. Für Schulungen holen wir die entsprechenden Partner jeweils ins Haus. Es bringt nichts, extern mit 40 anderen Personen einem Kurs zu folgen. Kein Kursleiter kann auf alle individuellen Fragen eingehen.

### **Wie wählen Sie Ihre Mitarbeitenden aus?**

Zurzeit sind wir zu siebt. Ich beschäftige ausschliesslich festangestelltes Personal, das mit meiner Philosophie und meinen Konzepten vertraut ist, sich damit identifizieren kann und sensitiv unterwegs ist. Die Rekrutierung ist nicht einfach und kann sich über Monate hinziehen. Entscheidend sind die Qualifikationen, deshalb schaue ich nicht aufs Geschlecht: Das Mann-Frau-Denken ist altmodisch – was nicht heisst, dass wir nicht Rücksicht nehmen, wenn z.B. religiöse Gründe die Behandlung durch eine Frau erfordern.

● Interview: Daniel Flury

WIRmarket.ch > health beauty lifestyle  
Bezahlungen mit einem WIR-Anteil können ausschliesslich über die App WIRpay getätigt werden.



# Der Unternehmergeist und das Bier

*Liebe Leserin, lieber Leser*

*Zuerst einmal: Prost!*

*Bier ist eines der wichtigsten Import- und Exportgüter der Welt. Dieses Getränk war und ist so viel mehr als nur ein einfacher Durstlöcher. Schon bei den frühesten Hochkulturen war das Gebräu bekannt und auch beliebt, und das bleibt es bis heute.*

Auch ranken sich viele Geschichten und Legenden um das Thema Bier. Von den Ägyptern bis zum heutigen Tag gibt es immer wieder erstaunliche und interessante Geschichten, Ereignisse, Sitten und Bräuche, die das Bier, seine Verwendung und seine Inhaltsstoffe prägten. In dieser Kolumne picke ich nur einige Fakten, Anekdoten und eine philosophische Geschichte heraus.

Wusstest du,

- dass in Bayern früher die Qualität des Bieres anhand der Lederhosen der Lehrlinge überprüft wurde? Man goss eine reichliche Menge frischen Bieres auf eine

Holzbank und die Lehrlinge mussten sich zwei bis drei Stunden daraufsetzen. Blieb die Bank danach an den Hosen der Lehrlinge kleben, so hatte der Braumeister nicht an Malz gespart und ein hochwertiges Bier geschaffen.

- dass in der Schweiz jedes Jahr Tausende von Litern Bier verschwendet werden, weil es in den Bärten der Männer hängen bleibt?
- dass Bier ein guter Durstlöcher beim Sport ist, jedoch nur die alkoholfreie Variante? Denn Alkohol regt die Harnbildung an und entzieht so dem Körper Wasser. Ausserdem erhöht er den Verlust an Mineral-

stoffen, sodass es während des Sports zu einem Leistungsabfall kommen kann, und danach wird die Regeneration der Muskeln verzögert. Nach etwa einer Stunde, wenn die Systeme wieder heruntergefahren sind, spricht allerdings nichts gegen ein Glas Bier. Sportliche Erfolge gehören ja auch gefeiert!

Jetzt wird es tiefgründig. Wenn die Dinge in deinem Leben immer schwieriger werden, wenn 24 Stunden im Tag nicht genug sind, dann erinnere dich an meine Lieblings-Biergeschichte:

### Der Blumentopf und das Bier

Ein Professor stand vor seiner Philosophie-Klasse und hatte einige Gegenstände vor sich. Als der Unterricht begann, nahm er wortlos einen sehr grossen Blumentopf und begann diesen mit Golfbällen zu füllen. Er fragte die Studenten, ob der Topf nun voll sei. Sie bejahten es. Dann nahm der Professor ein Behältnis mit Kieselsteinen und schüttete diese in den Topf. Er bewegte den Topf sanft, und die Kieselsteine rollten in die Leerräume zwischen den Golfbällen. Dann fragte er die Studenten wiederum, ob der Topf nun voll sei. Sie stimmten zu. Der Professor nahm als nächstes eine Dose mit Sand und schüttete diesen in den Topf. Natürlich füllte der Sand den kleinsten verbliebenen Freiraum. Er fragte wiederum, ob der Topf nun voll sei. Die Studenten antworteten einstimmig «ja». Der Professor holte zwei Dosen Bier unter dem Tisch hervor, schüttete den ganzen Inhalt in den Topf und füllte somit den letzten Leerraum zwischen den Sandkörnern aus. Die Studenten lachten. «Nun», sagte der Professor, als das Lachen langsam nachliess, «ich möchte, dass Sie diesen Topf als die Repräsentation Ihres Lebens ansehen. Die Golfbälle sind die wichtigen Dinge in Ihrem Leben: Ihre Familie, Ihre Kinder, Ihre Gesundheit, Ihre Freunde. Die bevorzugten, ja leidenschaftlichen Aspekte Ihres Lebens, die – falls in Ihrem Leben alles verloren ginge und nur noch diese verbleiben würden – für Ihr Dasein trotzdem noch erfüllend wären.»

«Die Kieselsteine symbolisieren die anderen Dinge im Leben, etwa Ihre Arbeit, Ihr Haus, Ihr Auto. Der Sand ist alles andere, die Kleinigkeiten. Falls Sie den Sand zuerst in den Topf geben», fuhr der Professor fort, «hat es weder Platz für die Kieselsteine noch für die Golfbälle. Dasselbe gilt für Ihr Leben. Wenn Sie all Ihre Zeit und Energie in Kleinigkeiten investieren, werden Sie nie Platz haben für die wichtigen Dinge. Achten Sie auf die Dinge, die Ihr Glück gefährden. Spielen Sie mit den Kindern. Nehmen Sie sich Zeit für eine medizinische Untersuchung. Führen Sie Ihren Partner zum Essen aus. Es wird immer noch Zeit bleiben, um das Haus zu reinigen oder andere Pflichten zu erledigen.»

«Achten Sie zuerst auf die Golfbälle, die Dinge, die wirklich wichtig sind. Setzen Sie Ihre Prioritäten. Der Rest ist

nur Sand.» Einer der Studenten erhob die Hand und wollte wissen, was denn das Bier repräsentieren solle. Der Professor schmunzelte: «Ich bin froh, dass Sie das fragen. Es ist dafür da, Ihnen zu zeigen, dass, egal wie schwierig Ihr Leben auch sein mag, es immer noch Platz hat für ein oder zwei Bierchen.» (Die Quelle ist mir nicht bekannt.)

Mit einem weiteren Prosit\* verabschiede ich mich (das lateinische Verb prosit heisst übrigens so viel wie «es nütze!»).

Bis bald,

● *Dein Unternehmergeist*

## Der Unternehmergeist im Fokus



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

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

[www.kmu-nachfolgezentrum.ch](http://www.kmu-nachfolgezentrum.ch)  
oder [wirmarket.ch](http://wirmarket.ch) > Nachfolgezentrum

# «Zu oft sind wir im Autopiloten unterwegs»

*Rüdiger Böhm gehört zu den Experten der Business Schmiede. Krisen- und Veränderungsmanagement gehören zu seinen Fachgebieten, was sich aus seiner Lebensgeschichte erklärt: Als 27-jähriger Sportstudent verlor er nach einem Verkehrsunfall beide Beine.*

Nach dem verhängnisvollen Unfall – Fahrrad gegen Lastwagen – und der Amputation beider Beine kämpfte sich Rüdiger Böhm zurück ins Leben, freundete sich nicht mit einem Rollstuhl, sondern bewusst mit Beinprothesen an und verfolgte seine Karriere im Sportbereich weiter. Mit der A-Lizenz des Deutschen Fussball-Bunds im Sack trainierte er die Nachwuchsabteilung des Karlsruher Sport-Clubs. 2006 erhielt er als erster Fussballtrainer ohne Beine die UEFA-Pro-Lizenz, das höchste Trainerdiplom im Fussball. 2010 wechselte er als Trainer der U21 zum FC Thun. 2013 sah er dort keine Perspektive mehr und machte sich als Business-Coach selbstständig. Böhm gehört zum Expertenteam der Business Schmiede, deren Angebote mit einem WIR-Anteil bezahlt werden können.



## **Für welchen Fussballverein schlägt Ihr Herz heute?**

Mir liegt weniger an einem bestimmten Verein als an interessanten Spielern oder attraktiven Spielzügen. Das verfolge ich gerne am Fernseher. Wenn ich mich entscheiden müsste, dann am ehesten für den FC Liverpool oder den HSV, dessen Cheftrainer ein guter Freund von mir ist.

## **Sie waren unter Murat Yakin Nachwuchstrainer beim FC Thun. Wie haben Sie sich mit zwei Beinprothesen Respekt verschafft?**

Ein Team entwickelt man nicht nur, indem man etwas vormacht – was ich mit zwei Beinprothesen schon mal nicht kann. Respekt erhält man, wenn funktioniert, was man erzählt – ohne den Eindruck zu hinterlassen, dass man alles besser weiss. Respekt erhält man auch, wenn man das Gegenüber ernst nimmt und es wertschätzt. Daraus resultiert dann, was Respekt ausmacht: gegenseitiges Vertrauen und absolute Echtheit.



Rüdiger Böhm hilft Unternehmern und Privaten auf die Beine.

Foto: zVg

**Mindset ist für Sie ein zentrales Thema. War das schon zu Beginn Ihrer selbstständigen Tätigkeit so?**

Das Thema Mindset passt zu meiner Geschichte, d.h. zum Unfall und zu der Tätigkeit als Fußballtrainer. Im Sport ist Mindset Thema Nummer eins. Nehmen Sie ein Team, das unter Trainer A nicht funktioniert, unter Trainer B aber schon. Woran kann das liegen? Nicht an der Lizenz, die haben alle. Nicht am Plan, den hat jeder. Es liegt am Mindset, am anderen Geist, den Trainer B ins Team bringt und für maximale Performance sorgt. Was für ein Team gilt, gilt natürlich ebenso für jeden Einzelsportler, der mit einem Coach arbeitet.

**Was ist unter Mindset zu verstehen?**

Es ist die Fähigkeit, den Geist so zu steuern, dass man die Dinge erreicht, die man will. Dazu muss man wissen, wie der Geist funktioniert. Genetisch bedingte Voraussetzungen braucht es dazu nicht. Vielmehr kommt es da-

rauf an, wie jemand sozialisiert und erzogen wurde. Wer ständig nur mit Verboten oder Vermeidungszielen konfrontiert war, hat es schwerer als jemand, der die Chance erhalten hat, mal etwas auszuprobieren, ohne bei einem Misserfolg gleich in den Senkel gestellt worden zu sein. Grundsätzlich kann aber jede und jeder über die richtige Einstellung seines Mindsets zu Glück, Zufriedenheit und Erfolg gelangen.

**Wie motivieren Sie sich?**

Ich motiviere mich über Dinge, die ich gerne tue und über Ziele, die ich erreichen kann. Der Lohn ist ein Output, der mich motiviert. Natürlich gibt es auch Dinge, die keinen Spass machen, aber angepackt werden müssen, weil sie einen Einfluss auf die Zielerreichung haben. Ein gutes Verhältnis ist für mich 70:30, d.h. 70 % meiner Aktivitäten sollen Spass machen, 30 % gehören einfach dazu und können nicht umgangen werden. Kehrt das

Verhältnis z.B. in Richtung 40:60, stimmt es für mich nicht mehr.

#### **Wann merkt ein KMU, dass es den Rüdiger Böhm braucht?**

Das ist unterschiedlich. Es gibt KMU, bei denen es eigentlich ganz gut läuft – aber sie möchten noch besser werden: Sie sind auf der Suche nach mehr Leichtigkeit, nach mehr positiver Energie.

Dann gibt es die Firmen, die in einem Loch stecken, aus dem sie nicht mehr selbst herauskommen. Um sie aus der verkorksten Situation und dem Strudel negativer Erlebnisse herauszuholen, benötigen sie eine Aussensicht. Die kann ich geben.

#### **Halten Sie Kontakt zu Ihren Kunden?**

Ja, viele Kunden melden sich von sich aus, manchmal frage ich nach. Soziale Medien und Anlässe sind die häufigsten Kanäle. Es interessiert mich ja, ob die Anschübe, die ich gegeben habe, auch wirklich umgesetzt werden. Denn die Umsetzung ist nicht mehr meine Sache. Deshalb ist es wichtig, dass der Kunde für eine Veränderung bereit ist und in die Handlung geht. Ist das längerfristig nicht der Fall, kann auch ich nicht mehr helfen.

#### **Steht das Tagesgeschäft den angestrebten Veränderungen im Weg?**

Das kann sein. Wichtig ist, durch gezielte Übungen ein Bewusstsein für die Notwendigkeit von Veränderungen zu schaffen. Das sehe ich als meine Aufgabe. Zu oft sind wir im Autopiloten unterwegs und tun nur die Dinge, die wir immer tun und wenig Energie kosten.

#### **Macht es einen Unterschied, ob Sie zu 5, 50 oder 100 Menschen sprechen?**

Ja. Bei wenig Leuten setze ich mehr auf Interaktion, bei 100 Menschen kann ich Impulse geben, habe aber weniger Einfluss auf die Umsetzung. Je kleiner die Gruppe, desto eher kommt der Einzelne in die Handlung.

#### **Was ist der Vorteil von Online-Seminaren?**

Der grösste Vorteil ist, dass für beide Seiten allfällige Anfahrtswege wegfallen – also Zeitersparnis. Online-Seminare per Video-Call eignen sich gut für 1:1-Coaching. Eine Voraussetzung ist, dass sowohl Coach wie Kunde sich voll auf den Call konzentrieren, das Mobile auf stumm schalten und weglegen und keine E-Mails entgegennehmen – geschweige denn schreiben.

#### **Sie gehen körperlich immer wieder ans Limit, sei es, wenn Sie mit dem Kajak 1250 km von Meiringen nach Rotterdam unterwegs sind – und 1000 km auf dem Handbike retour fahren – oder wenn Sie mit dem Katamaran der europäischen Küste entlang von Gibraltar nach Palermo fahren. Wieso diese Torturen, und was ist Ihr nächstes Projekt?**

Es ist in naher Zukunft nichts Neues geplant. Mir geht es darum, neue Erfahrungen zu sammeln und durch Taten meine Überzeugungen aufzuzeigen und zu testen, ob meine Techniken funktionieren. Nehmen wir die Reise von Gibraltar nach Palermo – ein klassischer Fall von «kleinem Boot auf grossem Gewässer». Die Bootsinsassen – ich bin immer zu zweit unterwegs – sind den Elementen ausgesetzt. Wir können uns den Wellengang und die Windrichtung nicht aussuchen. Gleichzeitig müssen wir an jedem Tag mit den Gegebenheiten so umgehen, dass wir unser Ziel irgendwann erreichen können.

Häufig ist es doch so, dass wir anderen die Schuld geben, wenn etwas nicht wie gewünscht funktioniert: der dummen Politik, dem unverständigen Kunden, der unzuverlässigen Technik. Auf dem Meer geht das nicht: Du kannst dich nicht beschweren, wenn der Wind aus der falschen Richtung kommt.

Es ist spannend zu sehen, wie ich mit der täglichen mentalen und körperlichen Erschöpfung auf einer solchen Reise umgehe. Ich verstehe dann auch besser, welche Phasen meine Kunden durchmachen. Meine Kunden sollen von Erfahrungen profitieren, nicht von Theorien aus Lehrbüchern.

#### **Wie suchen Sie sich Ihren Reisepartner aus?**

Das ist ein wichtiges Thema, das mich auch beruflich beschäftigt: Wie kommt man von einer Idee in die Umsetzung? Wie gehe ich mit Widerständen um, wie durchbreche ich Barrieren, wie kann ich andere begeistern? Den richtigen Partner habe ich gefunden, wenn er spontan «in Resonanz» mit mir und dem Projekt geht. Ich reise nicht mit jemandem, den ich wochenlang überzeugen muss.

#### **Sie sind unter anderem mit dem Bewertungssiegel ProvenExpert ausgezeichnet und erreichen dort bei rund 150 Bewertungen eine Durchschnittsnote von knapp 4,9 – bei einer möglichen Höchstnote von 5. Wie schaffen Sie das?**

Die Bewertungen basieren auf verschiedenen Formaten, z. B. Coachings und Vorträge. Ich weiss von meinen Kunden, dass es mir gelingt, Menschen zu emotionalisieren und die Botschaften an die Frau und an den Mann zu bringen. Es heisst, ich könne die Menschen dazu bringen, zu handeln, sich zu bewegen. Dazu trägt sicher auch die Tatsache bei, dass ich ohne Beine unterwegs bin. Die implizite Botschaft: Was der uns erzählt, muss funktionieren, sonst stünde er bei dieser Lebensgeschichte nicht mit so viel Freude und Begeisterung hier.

**Sie sind auch in Deutschland und in Österreich unterwegs. Gibt es Unterschiede in den Reaktionen aus dem Publikum?**

Die Reaktionen – und die Themen, die beschäftigen – sind erstaunlich ähnlich, wobei die Schweizer eher die sind, die ihr Licht unter den Scheffel stellen. Die Deutschen mögen schneller davon überzeugt sein, dass sie ein Ziel erreichen, aber dafür jammern sie auch mehr.

**Gibt es Branchen, die Ihre Dienste überdurchschnittlich in Anspruch nehmen oder solche, die sie vermissen?**

Es geht kreuz und quer durch alle Branchen, vielleicht mit einem kleinen Defizit bei den handwerklichen Betrieben. Auch Private und Spitzensportler gehören zu meinen Kunden.

**Welches Thema steht zuoberst auf der Sorgenliste der Unternehmen?**

Change, der Umgang mit Veränderungen und mit jüngeren Mitarbeitenden – die Frage, wie man Junge erreicht und führt.

**Ihre wichtigste Botschaft?**

Grenzen entstehen im Kopf – lass dich nicht (be)hindern!

● Interview: Daniel Flury

**Die nächsten Seminare der Business Schmiede mit Rüdiger Böhm**



**Erfolgs-Mindset**

Halbtagesseminar (zusammen mit Adi Lang, Jonny Fischer und Ernst Wyrsh)  
16. September und 2. Dezember

**Ziele und Visionen**

2-Tagesseminar (zusammen mit Jonny Fischer)  
7.–8. September

**Mindset Update 2.0**

3-Tagesseminar (zusammen mit Nicole Brandes und Jonny Fischer)  
6.–8. September

Alle Seminare finden im Seminarhotel Hirschen in Oberkirch statt und können mit einem WIR-Anteil von 30 % bezahlt werden.

Rüdiger Böhm gehört auch zu den Referenten an der **Speakers Night** vom 4. November im Burgsaal in Thun (50% WIR) und trägt zu den 128 Modulen (über 42 Stunden Video-Content) der **Online-Seminare** der Business Schmiede bei (20% WIR-Anteil). Die Themen unter anderem: Mindset, Online-Marketing, Verkauf, Verhandlung, Leadership, Social Media, Rhetorik, Motivation und Networking.

[business-schmiede.ch](http://business-schmiede.ch)

## Artgrade your business!

# Mit entsorgten Flaschen- deckeln zum Welterfolg

*Die Arbeitsweise des preisgekrönten Künstlers El Anatsui dient als Inspiration für den Umgang mit begrenzten Ressourcen und veranschaulicht, wie eingrenzende Entscheidungen im Management zu Unternehmenswachstum führen können.*

### 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».

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».

[janalucas.ch](http://janalucas.ch)

Zehntausende minutiös mit Kupferdrähten verbundene Flaschenringe teilen den Raum wie riesige Fischernetze. Durch die farbigen, in Gelb- und Rottönen schimmernden Metallringe muten die gigantischen Aluminiumgewebe golden an. Insgesamt umfasst die Installation «Gli» des aus Ghana stammenden Künstlers El Anatsui (geb. 1944) fünf Elemente, welche bis zu neun Meter lang und über fünf Meter breit sind. Wo das Gewebe nicht mehr aus Ringen, sondern aus geplätteten Flaschenmanschetten besteht, ergiessen sich einige Teile wie die schäumende Gischt eines Wasserfalles auf den Boden. In der Sprache der Ewe, die im Süden Ghanas gesprochen wird, bedeutet «Gli» so viel wie «Mauer» und «Grenze», aber auch «Geschichte» und «etwas zerstören». Besuchende sollen zwischen den monumentalen Aluminiumschranken umherwandern, hindurchschauen und ihre Fantasie einsetzen.

El Anatsui äusserte in einem Interview, Mauern sollen entweder etwas verstecken, etwas abschirmen oder etwas schützen. In jedem Fall würden sie die Sicht versperren. Dabei neige der Mensch dazu, wenn man etwas nicht sehen könne, sich von seiner Vorstellungskraft leiten zu lassen und sich auszumalen, was auf der anderen Seite der Mauer liegt. Mauern seien, so El Anatsui, Konstruktionen, die dabei helfen zu enthüllen, anstatt zu verbergen.

Der Umgang mit Kunst bietet ein ideales Trainingsgelände, um die eigene Wahrnehmung zu schärfen und sich dazu inspirieren zu lassen, innovativ mit zunächst unvorteilhaft scheinenden wirtschaftlichen Situationen umzugehen. Der künstlerische Arbeitsprozess erfordert Vorstellungskraft und Kreativität, um zu denken, was bisher nicht möglich oder sichtbar war. Diese signifikante Kompetenz, eine Vision zu entwickeln, ist auch für das Management von Unternehmen essenziell. Dabei ist es zentral, das in einer Situation oder in einem Material liegende Potenzial zu erkennen und zur vollen Entfaltung zu bringen.



Unternehmerinnen und Unternehmer können von Künstlern wie El Anatsui lernen. Hier die Installation «Gli» (2010) auf der Art Basel. Foto: alamy

gen. Es gilt, sich auf das zu konzentrieren, was die grössten Entwicklungschancen bietet.

Bei El Anatsui sind dies weggeworfene Flaschendeckel und -manschetten, die er als Grundelement in zehntausendfacher Wiederholung präsentiert. Diese Vervielfachung bewirkt eine enorme Wertsteigerung, die zudem daraus resultiert, dass El Anatsui das steife, starre Material Metall in ein fließendes, gar sinnliches Medium verwandelt und in immense Dimensionen überführt hat. Dem vermeintlichen Abfall, der eigentlich ein Rohstoff und präzise verarbeitet ist, verleiht der Künstler poetische Ausstrahlung und Wirksamkeit. So sagt El Anatsui über den Arbeitsprozess: «Ich betrachte das, was ich mache, nicht als Recycling: Ich verwandle die Verschlüsse in etwas anderes.»

Sich auf eine spezifische Möglichkeit oder Umsetzungsvariante zu konzentrieren, zeigt sich dabei nicht als ein Verlust an Optionen, sondern vielmehr als positive Chance, das eigene Wirkungspotenzial zu steigern. Mit die-

sem Prinzip ist es El Anatsui gelungen, sich als einer der bekanntesten Künstler des afrikanischen Kontinents zu etablieren. Der geschickte Umgang mit begrenzten Ressourcen bzw. die Beschränkung auf ein Ausgangsmaterial, das transformiert und damit in seinem Wert gesteigert wird, führt in der Kunst zu herausragendem Erfolg. Bereits die US-amerikanische Kunsthistorikerin Amy E. Herman beschrieb das Vorgehen El Anatsuis in ihrem Buch «Visual Intelligence» und fragte, wie kreativ wir werden können, auch wenn nicht genügend finanzielle Ressourcen, Zeit oder Arbeitskräfte vorhanden sind.

Ähnlich wie in der Kunst verhält es sich im Unternehmen. Unternehmen arbeiten erst rentabel, wenn sie sich auf ein innovatives Produkt oder eine innovative Dienstleistung als leistungsstarker Ausgangspunkt begrenzen und auf wenige Topkunden und -kundinnen fokussieren. Der Unternehmer und Autor Mike Michalowicz schildert dies in seinem Buch «Der Pumpkin Plan: Die Strategie für Unternehmenswachstum» nicht anhand von künstlerischen Prozessen, sondern anhand der Zucht von Riesenkürbis-

sen: Analog zu einer innovativen Geschäftsidee mit Alleinstellungsfaktor braucht es einen speziellen Riesenkürbissamen. Daneben sei die Konzentration auf wenige Kürbisse, die wachsen sollen, und das Entfernen von störenden Trieben und Früchten, die der Hauptpflanze Energie rauben könnten, unabdingbar. Gehegt werden ausschliesslich wenige Kürbisfrüchte, die jedoch schliesslich wie sogenannte Topkunden hohe Umsätze generieren. Als Topkundschaft bezeichnet Michalowicz jene wenigen Kunden und Kundinnen, die achtzig Prozent des Umsatzes generieren und mit denen es zudem Freude macht, zusammenzuarbeiten. Von allen übrigen zeit- und energiefressenden Kunden solle man sich wie von Kürbistrieben minderer Qualität trennen. Die Topkunden hingegen solle man vervielfachen.

Bei der raumgreifenden Installation «Gli» sowie den anderen Installationen aus Flaschendeckeln beschränkt sich El Anatsui darauf, eine einzige Ressource zu verwenden und das Potenzial dieses vormals als Abfall gehandelten Materials voll zu entfalten. Im Jahr 1998 fand der Bildhauer einen Sack mit metallenen Deckeln und Manschetten von Alkoholflaschen. Er nahm das Fundstück mit ins Atelier, wo der Sack jedoch für mehrere Monate liegen blieb, bevor er begann, mit dem Inhalt zu experimentieren, die Deckel zu zerschneiden, zu biegen und zusammenzunähen. Letztendlich dauerte es mehr als vier Jahre, bis El Anatsui die ersten monumentalen Arbeiten daraus ausstellte. Heute arbeitet ein Team von bis zu vierzig Personen in seinem Studio, um aus den einzelnen Flaschendeckeln schillernde Gewebe zu nähen.

Die künstlerische Arbeit bewirkt eine Veredelung und Wertsteigerung des Materials. Dabei agieren Künstlerinnen und Künstler als Gestaltungs- und Umsetzungsspezialisten, deren Vorgehen sich auf unternehmerische Zusammenhänge übertragen lässt. Mit El Anatsuis Arbeitsweise im Blick lassen sich folgende Fragen stellen:

- In welchem Ihrer Produkte und Kunden liegt das grösste Potenzial, um es weiterzuentwickeln?
- Wo sollten Sie sich in Hinblick auf Ihr Angebot und Ihre Kundschaft beschränken, um schliesslich zu wachsen?
- Wie entwickeln Sie aus ähnlichen, im Einzelnen wenig spektakulären Bestandteilen ein wirkmächtiges Produkt, eine wirkmächtige Dienstleistung analog zur Vorgehensweise El Anatsuis mit Zehntausenden Flaschenverschlüssen? Auf welche Art und Weise lassen sich einzelne Elemente wirkungsvoll arrangieren und damit transformieren?

Ob Flaschendeckel oder andere durch Zufall entdeckte Materialien, es kommt darauf an, mit begrenzten Ressourcen eine Transformation herbeizuführen. Wird das Kleine, Wertlose orchestriert und in einen neuen Kontext gesetzt, entsteht plötzlich etwas von grosser Sinnhaftigkeit und unschätzbarem Wert, in der Kunst genauso wie im Unternehmen.

Artgrade your business!

● Ihre Jana Lucas

# Inserateschlüsse bis Februar-Ausgabe 2023



Foto: fischerundryser, Basel

Inserateschluss ist grundsätzlich der 10. des Vormonats. Fällt dieses Datum auf einen Feiertag, Samstag oder Sonntag, so verschiebt er sich auf den letzten Werktag VOR dem eigentlichen Abgabetermin. Die nächsten Inserateschlüsse für das WIRinfo fallen somit auf die nebenstehenden Daten.

WIRinfo-Ausgabe	Inserateschluss
September 2022	10. August 2022
Oktober 2022	9. September 2022
November 2022	10. Oktober 2022
Dezember 2022	10. November 2022
Januar 2023	9. Dezember 2022
Februar 2023	10. Januar 2023



# Schweizer Sportlegenden hautnah

*O-Ton, der Podcast der Bank WIR, ging mit Giulia Steingruber, Matthias Glarner und Beni Huggel in Solothurn erstmals live vor Publikum. Das spannende und unterhaltsame Gespräch gibt's auch als Podcast.*



Wann und wo besteht die Gelegenheit, gleichzeitig auf einen Spitzenspieler, eine Weltklasse-Kunstturnerin und einen Schwingerkönig zu treffen? Natürlich an einem Podcast-Event der Bank WIR! Beni Huggel, Giulia Steingruber und Matthias «Mätthel» Glarner gaben im Solothurner Maxilian Auskunft über ihre Karriere, die Bedeutung von Teamwork, die guten Seiten einer Reha-Phase, die Planbarkeit von Erfolg oder über das Verhältnis von Fleiss, Talent und Körpergefühl. Selbstverständlich sparte Volker «Vloggy» Strohm, Podcaster und Mediensprecher der Bank WIR, auch Themen wie den Umgang mit Niederlagen und «das Leben danach» nicht aus.

Die Antworten gewähren sowohl Privatpersonen als auch Unternehmerinnen und Unternehmern spannende und unterhaltsame Einblicke in das Leben dieser illustren Persönlichkeiten. Eine gut investierte Stunde!

● Daniel Flury



Das Setting mit Volker Strohm, Beni Huggel, Giulia Steingruber und Matthias Glarner.

Fotos: Raffi Falchi



Mehr Infos: [wir.ch/podcast](http://wir.ch/podcast)





# Bank WIR in der Vorreiterrolle

*Nach dem Zinsentscheid der Schweizerischen Nationalbank (SNB) von Mitte Juni ist die Bank WIR noch einen Schritt weitergegangen und hat als erste gesamtschweizerisch tätige Bank Negativzinsen abgeschafft.*

Die Schweizerischen Nationalbank (SNB) kommunizierte am 16. Juni 2022 unter ihrer Rubrik «Geldpolitische Lagebeurteilung», dass der Leitzins von -0,75 auf -0,25 Prozent erhöht wird. In dieser Deutlichkeit war das ein durchaus überraschender Schritt – doch das Ziel der Intervention ist klar: der steigenden Inflation in der Schweiz entgegenwirken. Und gleichzeitig schloss die SNB nicht aus, «dass in absehbarer Zukunft weitere Zinserhöhungen nötig werden, um die Inflation auf mittlere Frist zu stabilisieren.»

Nur wenige Stunden nach der SNB-Ankündigung gab die Bank WIR als erste gesamtschweizerisch tätige Bank bekannt, auf das Thema Negativzinsen komplett zu verzichten. «Mit diesem Schritt wollten wir bewusst eine Vorreiterrolle einnehmen», sagt CEO Bruno Stiegeler.

### **Keinerlei Einschränkungen**

Bereits vor der Abschaffung der Negativzinsen, die bis Ende Juni bei sehr hohen Guthaben erhoben worden waren, hatte die schweizerische Genossenschaftsbank stets sehr hohe Freigrenzen angesetzt, ab denen eine Negativverzinsung überhaupt erst stattgefunden hat. Nun gelten für Kundengelder von Firmen- und Privatkunden keine Einschränkungen mehr – unabhängig von der Betragshöhe und der Kontoart.

«Damit lösen wir ein weiteres Mal unser Leistungsversprechen ein, unseren Kundinnen und Kunden stets Top-Konditionen anzubieten», erklärt Matthias Pfeifer, Leiter Privat- und Firmenkunden. Nebst den Angeboten

im Bereich Sparen ist die Bank WIR auch mit den Konditionen auf den Vorsorgeprodukten Terzo (3. Säule) und FZ (2. Säule) schweizweit stets an der Spitze zu finden.

Nach den turbulenten und schwierigen Corona-Monaten ist die Schweiz genauso von der unsicheren Lage im Osten betroffen wie unsere Nachbarländer. Gerade in diesen Zeiten ist es auch für KMU äusserst empfehlenswert, Rücklagen zu bilden. Dadurch entsteht eine gesunde Liquidität, um im Markt flexibel agieren zu können.

Negativzinsen haben seit Anfang Juli einzig auf der Kreditseite Bestand: Bei der «Mehrwert-Hypothek WIR» zahlt die Bank WIR – in der Finanzwelt einzigartig – bei einer Finanzierungslösung mit der Komplementärwährung WIR den Kundinnen und Kunden während fünf Jahren einen fixen Zins von jährlich 1,5 Prozent aus.

● Volker Strohm

*«Gesunde Liquidität hilft  
KMU, im Markt flexibel  
zu agieren.»*

# Rechnen Sie mit WIR – es lohnt sich!

*Günstig zu Krediten kommen und gleichzeitig die eigene Attraktivität im Markt steigern – das funktioniert. Natürlich dank WIR.*

◀ Im Juni hat die Schweizerische Nationalbank (SNB) die Erhöhung des Leitzinses von  $-0,75$  auf  $-0,25$  Prozent bekanntgegeben. Investitionen werden dadurch teurer, die Betriebskosten steigen. Die Preise müssen in der Folge nach oben korrigiert werden, was die eigene Wettbewerbsposition schwächt. Zudem entsteht Planungsunsicherheit.

## **WIR-Kredite sind langfristig günstig – und das seit jeher**

Seit ihren Anfängen im Jahr 1934 verzinst die Bank WIR die WIR-Guthaben nicht und hält die Kreditzinsen sehr tief. Diesem Grundsatz sind wir treu geblieben: Auch heute sind die Zinsen für WIR-Kredite tiefer als bei Finanzierungen in Schweizer Franken. In der Tiefzinsphase war dies für uns natürlich eine grosse Herausforderung. Mit der Mehrwert-Hypothek WIR, bei der wir den Kreditnehmenden während fünf Jahren einen Zins von 1,5 Prozent auszahlen, konnten wir die Differenz zu Finanzierungen in Schweizer Franken ausgleichen.

Seit Kurzem zahlt man für 10-jährige Hypotheken in Schweizer Franken wieder über drei Prozent Zins. Wenn Sie heute bauen und auf einen möglichst hohen WIR-Anteil achten, können Sie viel Geld sparen. Dank einer Mehrwert-Hypothek WIR können Sie in den ersten fünf Jahren – um beim Beispiel der 10-jährigen Festhypothek zu bleiben – um über 4,5 Prozent günstiger finanzieren. Und das ist noch nicht alles: Dank der Zinsobergrenze von 1,75 Prozent bleibt diese WIR-Finanzierung auch langfristig günstiger als andere.

## **Steigern Sie Ihre Wettbewerbsfähigkeit**

Finanzierungen mit WIR sind günstiger und stärken gleichzeitig Ihre Wettbewerbsfähigkeit. Wie? Wenn Sie zum Beispiel Ihre Immobilie mit WIR finanzieren, können Sie sich flexibler im Markt bewegen. So haben Sie die Möglichkeit, Ihren Kundinnen und Kunden interessante Angebote mit einem höheren WIR-Anteil zu unterbreiten, was Sie zu einem attraktiven Geschäftspartner macht. Auch gegenüber Grossunternehmen und der Konkurrenz aus dem Ausland verschaffen Sie sich dank WIR Wettbewerbsvorteile.

Besprechen Sie Ihr nächstes Projekt unbedingt mit uns – gemeinsam finden wir die richtige Lösung für Sie. ▶

● Bruno Stiegeler, Vorsitzender der Geschäftsleitung



 **SWISS  
INDOORS**

**ATP**  
500<sup>TM</sup>

**SWISSINDOORSBASEL.CH**



# ST. JAKOBSHALLE



Swiss Indoors Basel – der grösste nationale Sportanlass und das drittbedeutendste Hallenturnier der Welt. Die Swiss Indoors finden traditionell in Basel statt und stehen im Zeichen des Endspruchs an die ATP Finals in Turin. Alljährlich trifft sich die Tennis-Weltelite in der St. Jakobshalle zum Showdown der Superstars.

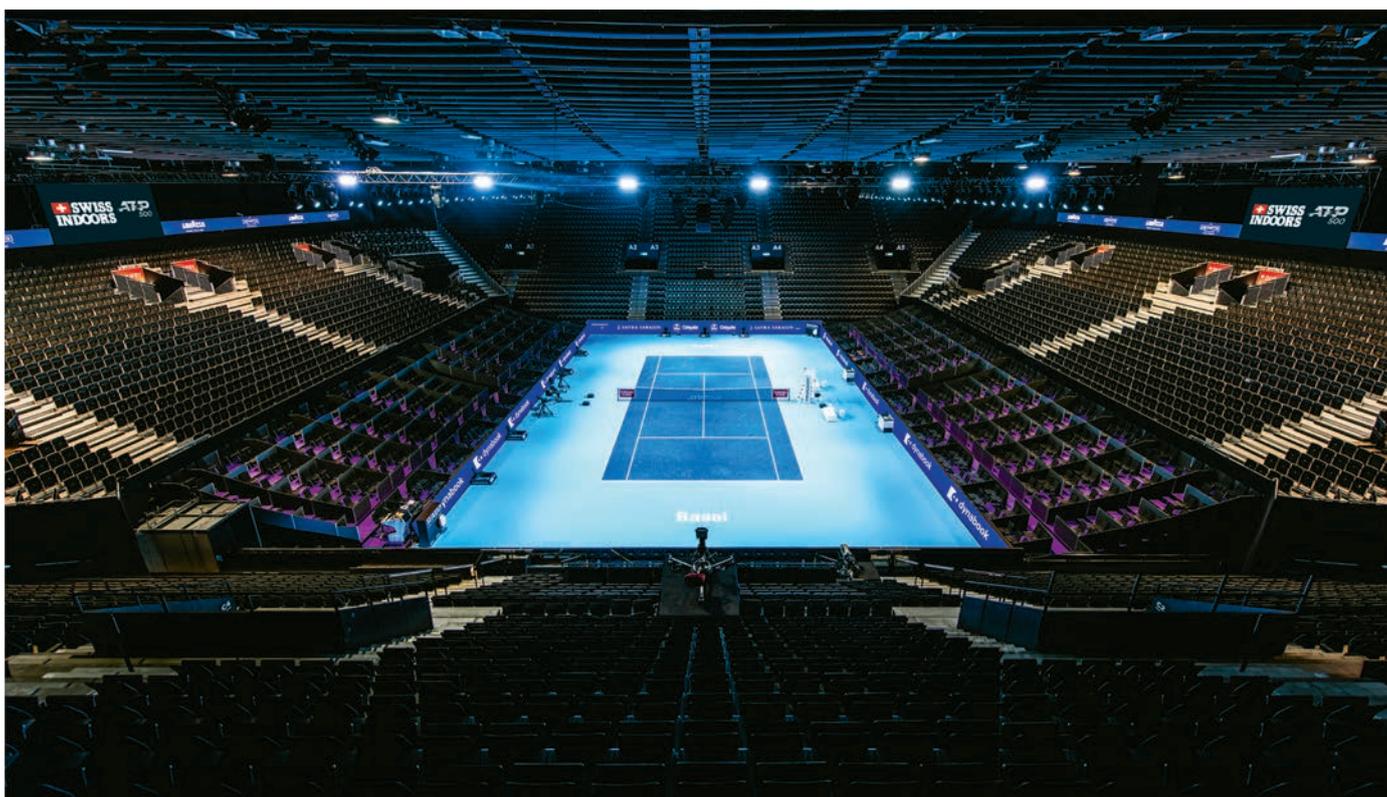
Und nicht zuletzt deshalb ist der nationale Grossanlass zum sportlichen und gesellschaftlichen Höhepunkt des Jahres geworden. Über 60'000 begeisterte Fans wollen dieses Spektakel live miterleben. Mehrere Millionen Menschen verfolgen den Event am Fernsehen.





Die Bandenwerbung auf dem Center Court erreicht ein Millionenpublikum. Das Schwergewicht der Fernsehübertragungen in 150 Ländern der Welt liegt bei SRG SSR (Schweiz), Sky (Deutschland), Tennis Channel (USA), Fox Sport (Südamerika), ESPN Sport (Indien) und Dubai Sports Channel (Emirate).

Dank dem ATP TV World Pool wird der Grossanlass während über 3'300 Stunden in die verschiedensten Regionen auf allen fünf Kontinenten ausgestrahlt. Basels Weltklassetennis kennt keine Grenzen – live oder zeitverschoben.





**Die Stande im Publikumsbereich ziehen über 60'000 Besucher in den Bann.** Aussteller dürfen sich das positiv gestimmte Umfeld an den Swiss Indoors Basel nicht entgehen lassen. Ausserhalb des Center Court wird das Foyer zum magischen Anziehungspunkt der Besucher.

Das Steigern des Bekanntheitsgrades eines Produktes oder reine Imagerwerbung sind die vordergründigen Beweggründe für eine Präsenz im Standbereich. Renommierete Firmen assoziieren sich mit den Swiss Indoors Basel. Aussteller aus allen Branchen überbringen ihre Werbebotschaft an ihr Zielpublikum.





Herzlich willkommen im Tennisdorf der Sponsoren und in der Premium Lounge. Das Tennisdorf ist eine einzigartige Einrichtung. Die Oase der Begegnung gehört mit zum Besten und Schönsten, was Europas Tennis-Schauplätze anzubieten vermögen. Mittlerweile mieten über 30 Firmen eine Wochen- oder Tageslounge im Tennisdorf und 156 Logenbesitzer finden hier gleicherorts die ideale Plattform für die Betreuung ihrer Gäste.



Auch die Premium Lounge ist ein beliebter Treffpunkt sowohl für Firmen wie auch für Privatpersonen für Entspannung und Networking.





Mit einer Anzeige im Tennis Year Book gehören Sie jetzt schon zu den grossen Gewinnern. Nutzen Sie die Chance, und erreichen Sie ein kaufkraftstarkes Publikum. Das Tennis Year Book mit Langzeitwert wird wie folgt gratis verteilt:

- 15'000 Exemplare an die Besucher der Swiss Indoors Basel
- 5'000 Exemplare an die schweizerischen und angrenzenden Tennisclubs
- 5'000 Exemplare an Firmen, Sponsoren und Leading-Hotels

Mit einer Anzeige im Tennis Year Book stossen Sie zum auserwählten Kreis der Supporter und profitieren von der Mitgliedschaft im Business Club der Swiss Indoors Basel.



# Neue WIR-Teilnehmer

Die tagesaktuellen Angaben zu allen neuen und bestehenden WIR-Teilnehmern finden Sie auf [wirmarket.ch](http://wirmarket.ch)

## AG

### A. Soltermann AG Kanaltechnik 5%

Feldmatte 4, 5726 Unterkulm  
M 079 704 58 94  
[www.kanaltechnik-soltermann.ch](http://www.kanaltechnik-soltermann.ch)  
Abwasserentsorgung

### Andres Sanitär - Heizung flex

Andres Jürg  
Hauptstrasse 17, 5506 Mägenwil  
T 056 544 36 60  
[info@sanihei.ch](mailto:info@sanihei.ch), [www.sanihei.ch](http://www.sanihei.ch)  
Sanitär- und Heizungsinstallation

### Beverly Media Ventures GmbH flex

Nordstrasse 7, 4665 Oftringen  
M 076 521 30 30  
[offer@brainjam.ch](mailto:offer@brainjam.ch)  
Public-Relations-Beratung

### Haustechnik Montagen Karan GmbH flex

Nussweg 16, 4852 Rothrist  
T 062 789 01 01  
[f.karan@haustechnik-montagen.ch](mailto:f.karan@haustechnik-montagen.ch),  
[www.haustechnik-montagen.ch](http://www.haustechnik-montagen.ch)  
Sanitär- und Heizungsinstallation

### KISS Trading GmbH 100%

Brügelgasse 5, 5734 Reinach AG  
M 079 370 36 80  
[t\\_liechti@bluewin.ch](mailto:t_liechti@bluewin.ch)  
Werbeagenturen

### Kopp & Dubler Elektro Anlagen GmbH 3%

Hofmattstrasse 5, 5622 Waltenschwil  
M 079 794 27 12  
[info@koppdublerelektro.ch](mailto:info@koppdublerelektro.ch), [www.koppdublerelektro.ch](http://www.koppdublerelektro.ch)  
Elektroinstallation

### LeCasa AG 5%

Wildeggerstrasse 5, 5702 Niederlenz  
T 044 802 60 80  
[vonmoos@mnp-group.net](mailto:vonmoos@mnp-group.net)  
Vermittlung von Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen für Dritte

## BE

### Imboden Claudia 100%

Werkstrasse 15a, 3428 Wiler b. Utzenstorf  
M 079 449 85 19  
Coiffeursalons

### Kinesiologie-Praxis Vallesi flex

Patrizia Vallesi  
Zollgasse 4, 2543 Lengnau BE  
M 079 520 45 02  
[info@kinesiologie-praxis.ch](mailto:info@kinesiologie-praxis.ch)  
Sonstige Aktivitäten der nicht-ärztlichen Medizinalberufe

### WIP Trading AG 100%

Hauptstrasse 81, 4853 Murgenthal  
T 061 206 87 70  
Grosshandel mit Bekleidung

**witschi malerei gipserei GmbH** 10%

Neuhausweg 19, 3027 Bern  
M 076 501 61 02  
*Malerei und Gipserei ohne ausgeprägten Schwerpunkt*

**BL****Auto-Imports GmbH** flex

Rüttihardstrasse 5, 4127 Birsfelden  
M 076 582 91 62  
info@autoimports.ch, www.autoimports.ch  
*Handelsvermittlung und Grosshandel mit Automobilen mit einem Gesamtgewicht von 3,5 t oder weniger*

**stadttv gmbh** 10%

Dorenbachstrasse 23, 4102 Binningen  
M 076 415 05 01  
www.regiotvplus.ch  
*Herstellung von Filmen, Videofilmen und Fernsehprogrammen*

**BS****Bertschmann AG** flex

Lyon-Str. 4, 4053 Basel  
T 061 331 20 70  
info@bertschmann.ch, www.bertschmann.ch  
*Allgemeiner Hoch- und Tiefbau ohne ausgeprägten Schwerpunkt*

**GL****Nova Hustech AG** flex

Kreuzbühlstrasse 68, 8754 Netstal  
T 055 650 10 01  
www.novahustech.ch  
*Sanitär- und Heizungsinstallation*

**Trümpi AG, Bauunternehmung** 3%

Fabrikstrasse, 8756 Mitlödi  
T 055 647 40 20  
www.truempi-ag.ch  
*Allgemeiner Hoch- und Tiefbau ohne ausgeprägten Schwerpunkt*

**GR****Bundi Bedachungen AG** 5%

Sutvitg 24 D, 7184 Curaglia  
T 081 544 50 50  
bundibedachungen@kns.ch  
*Dachdeckerei*

**Miro Immo AG** 2%

Ottostrasse 4, 7000 Chur  
T 081 286 80 60  
www.miro-immo.ch  
*Verwaltung von Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen für Dritte*

**LU****ENDBAU AG** flex

Zentralstrasse 10, 6030 Ebikon  
info@endbau.ch  
*Unterhalt und Reparatur von Gebäuden*

**pebe bauplanung gmbh** flex

Buzibachstrasse 31, 6023 Rothenburg  
T 079 278 55 06  
*Architekturbüros*

**OW****Steakhouse zum roten Stier** 100%

Chännel 1, 6067 Melchtal  
T 041 211 22 22  
info@melchtal-resort.ch  
*Verwaltung von Hotels, Gasthöfen und Pensionen*

## SG

### BIGA Swiss GmbH flex

Bankstrasse 7b, 9244 Niederuzwil  
T 071 910 05 88

Verwaltung von Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen für Dritte

### Coiffure-Depot AG 30%

Bahnhofstrasse 10, 9424 Rheineck  
T 071 888 14 82

weber@coiffuredepot.ch, www.coiffuredepot.ch  
Grosshandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln

### Handwerker Reto Huber 10%

Austrasse 16, 9242 Oberuzwil  
M 078 404 88 42

Allgemeiner Hoch- und Tiefbau ohne ausgeprägten Schwerpunkt

### Josef Gemperle 5%

Elektrodienstleistungen  
Walenseestrasse 13, 8882 Unterterzen

M 079 442 55 57  
www.gedu.ch

Elektroinstallation

### Preite & Politi GmbH 3%

Industriestrasse 68, 7310 Bad Ragaz  
T 081 302 40 11

info@preite-politi.ch, www.preite-politi.ch

Anbringen von Stuckaturen, Gipserei und Verputzerei

## SH

### M.Hedinger Weingut & Kellerei flex

Hedinger Markus  
Hauptstrasse 46, 8217 Wilchingen  
M 079 464 14 88

weingut@hedinger.ch, www.hedinger.ch  
Anbau von Wein- und Tafeltrauben

## SO

### Mazzini-Grenchen GmbH 50%

Kirchstrasse 50, 2540 Grenchen  
T 032 652 93 30

stefanasch5@gmail.com, www.mazzini-grenchen.ch  
Restaurants, Imbissstuben, Tea-Rooms und Gelaterias

## SZ

### Master Zahner 5%

Roosstrasse 53, 8832 Wollerau  
M 079 264 38 27

Allgemeiner Hoch- und Tiefbau ohne ausgeprägten Schwerpunkt

## TG

### Elektro Schwegler AG 3%

Bienenstrasse 2, 8575 Istighofen  
T 071 633 11 81

info@elektro-schwegler.ch, www.elektro-schwegler.ch  
Elektroinstallation

### Blumen Iseli 70%

Weinfelderstrasse 3, 8580 Amriswil  
T 071 411 12 21

blumen@blumen-iseli.ch, www.blumen-iseli.ch  
Detailhandel mit Blumen und Pflanzen

### Malergeschäft Baumann AG 5%

Stockerstrasse 9, 8575 Bürglen TG  
T 071 634 60 80, F 071 634 60 88

info@baumann-maler.ch  
Malerei

### meinJurist GmbH flex

Klostergutstrasse 4, 8252 Schlatt TG  
M 079 408 75 31

buechler@meinjurist.ch, www.meinjurist.ch  
Advokatur-, Notariatsbüros

**Selmani Iljmi Malerei & Gipserei** 10%

Neuhofstrasse 73, 8590 Romanshorn  
 M 079 103 79 14  
 info@malerei-selmani.ch, www.malerei-selmani.ch  
 Malerei und Gipserei ohne ausgeprägten Schwerpunkt

**UR****MAR-MOR GmbH** flex

Hofgasse 7, 6467 Schattdorf  
 M 079 748 66 25  
 marmorgmbh@bluewin.ch  
 Verlegen von Fliesen und Platten

**ZG****B&S Bau 24 GmbH** 5%

Oberneuhofstrasse 5, 6340 Baar  
 M 079 192 50 86  
 burim.balaj@gmx.ch  
 Allgemeiner Hochbau

**ZH****Dolce Amaro** 15%

Stationsstrasse 81, 8623 Wetzikon ZH  
 M 079 215 74 74  
 www.dolceamaro.ch  
 Restaurants, Imbissstuben, Tea-Rooms und Gelaterias

**Health Beauty Lifestyle AG** 10%

Schaffhauserstrasse 276, 8057 Zürich  
 T 043 300 99 69  
 info@hbl-dd.com, www.hbl-dd.com  
 Erbringung von sonstigen Dienstleistungen

**Hotel Piz Tambo** 100%

Susta 3, 7435 Splügen  
 Hotels, Gasthöfe und Pensionen mit Restaurant

**KERN Garten AG** 20%

Glärnischstrasse 54, 8810 Horgen  
 T 044 728 82 82  
 www.kerngarten.ch  
 Garten- u. Landschaftsbau

**mesoneer AG** 3%

Richtstrasse 17, 8304 Wallisellen  
 info@mesoneer.io, www.mesoneer.io  
 Erbringung von Beratungsleistungen auf dem Gebiet der  
 Informationstechnologie

**QR Modul** flex

Kirchgasse 26, 8001 Zürich  
 M 076 497 46 97  
 info@qrmodul.ch, www.qrmodul.ch  
 Webportale

**SMG Swiss Marketplace Group AG** flex

Werdstrasse 21, 8004 Zürich  
 T 044 248 41 11  
 www.swissmarketplace.group  
 Webportale

**The Zurich Trading Company GmbH** 50%

Zypressenstrasse 142, 8004 Zürich  
 T 071 223 37 53  
 www.ristorantetoscana.ch  
 Restaurants, Imbissstuben, Tea-Rooms und Gelaterias



### WIR-Partner-Networks

*Die 13 WIR-Partner-Networks bilden das grösste Business-Netzwerk der Schweiz.*

*Sie bieten spannende Referate, Besichtigungen und Reisen an – ideale Gelegenheiten, potenzielle Geschäftspartner kennenzulernen und zu netzwerken!*

Einen Überblick über alle Anlässe inkl. Anmeldemöglichkeit gibt die Plattform [www.wir-network.ch](http://www.wir-network.ch)



## Syngenta, Forschung & Entwicklung, Stein

Das 'Syngenta Stein Pflanzenschutz F&E Zentrum' ist einer der drei Hauptstandorte von Syngenta für Forschung und Entwicklung im Bereich Pflanzenschutz weltweit.

Der Hauptfokus am Standort Stein liegt auf der Suche nach neuartigen chemischen und biologischen Pflanzenschutz Lösungen, die den Landwirten helfen, das Risiko für Ertragsausfälle durch Pilzkrankheiten und Schädlingen zu verringern.

Die Präsentation und Führung dauern ca. 90 Minuten. Anschliessend sind die Teilnehmer\*innen zu einem feinen Apéro eingeladen.

Freuen Sie sich auf einen interessanten Rundgang zum Thema Pflanzenschutz und Nahrungsmittelproduktion in der Schweiz.



Plätze verfügbar

**Mittwoch, 10. August 2022**

**Ort:** Schaffhauserstrasse 101, 4332 Stein AG  
**Das Programm:** Treffpunkt 15.30, um 16.00 Uhr Einführung ca. 30 Minuten  
um 16.30 Uhr Start der Führung in Gruppen ca. 1 Stunde  
ca. 17.30 Uhr Apéro

**Die Anmeldung:** [www.wir-network.ch/aargau](http://www.wir-network.ch/aargau)  
(bis 5. August 22) oder per Mail an [daniel.widmer@dwtreuhand.ch](mailto:daniel.widmer@dwtreuhand.ch)  
**Der Anlass ist kostenlos.**

# Inserateschlüsse bis Februar-Ausgabe 2023



Foto: fischerundryser, Basel

Inserateschluss ist grundsätzlich der 10. des Vormonats. Fällt dieses Datum auf einen Feiertag, Samstag oder Sonntag, so verschiebt er sich auf den letzten Werktag VOR dem eigentlichen Abgabetermin. Die nächsten Inserateschlüsse für das WIRinfo fallen somit auf die nebenstehenden Daten.

WIRinfo-Ausgabe	Inserateschluss
September 2022	10. August 2022
Oktober 2022	9. September 2022
November 2022	10. Oktober 2022
Dezember 2022	10. November 2022
Januar 2023	9. Dezember 2022
Februar 2023	10. Januar 2023



## 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 – August 2022**, 89. Jahrgang, Nr. 1119  
Das Magazin für Genossenschafter und Genossenschafterinnen der Bank WIR und Schweizer KMU  
**Herausgeberin:** WIR Bank Genossenschaft, Basel

**Redaktionsteam:** Daniel Flury (Chefredaktor), Patrizia Herde, Shirin Mogtader, Volker Strohm (Leiter Corporate Communication); info@wir.ch

**Fotografen:** siehe Bildhinweise

**Foto Titelseite:** Raffi Falchi

**Übersetzungen:** Daniel Gasser, Yvorne

**Konzeption und Gestaltung:** Schober Bonina AG, Basel

**Layout:** Vogt-Schild Druck, Derendingen

**Druck:** Cavelti AG, Gossau

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

gedruckt in der  
**schweiz**



Der Umwelt zuliebe!

**Erscheinungsweise:** monatlich auf Deutsch und Französisch

**Gesamtauflage:** 28 760

**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  
Helvetiastrasse 35  
3000 Bern 6

## Filiale Luzern

WIR Bank Genossenschaft  
Obergrundstrasse 88  
6005 Luzern

## Agentur 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  
Blumenbergplatz 7  
9000 St. Gallen

## Agentur 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-Expo

---

## WIR-Expo AG

Regina-Kägi-Strasse 11  
8050 Zürich

## Expo-Leitung:

WIR-Expo  
Adrian Bill  
Mühleweg 9  
5417 Untersiggenthal

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



# 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 Werbegutscheft von 500 CHW. Auch über die WIR-Partner-Networks und die WIR-Expo 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 **29000 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](mailto: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](mailto: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 15 500.–	8%
ab 35 000.–	9%
ab 50 000.–	10%



## WIR-Expo

Die WIR-Expo ist der publikumsstärkste Anlass innerhalb des WIR-Netzwerks.

Webseite: [wir-expo.ch](http://wir-expo.ch)  
E-Mail: [info@wir-expo.ch](mailto:info@wir-expo.ch)

# Mediadaten WIRinfo

## Inserateaufgabe und Beratung

inserate@wir.ch

### Geschäftsbedingungen

Siehe [www.wir.ch/agb-de](http://www.wir.ch/agb-de)

**Inserateannahmeschluss: Bitte beachten Sie den Inserateschluss für das WIRinfo September 2022: Mittwoch, 10. August 2022, 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

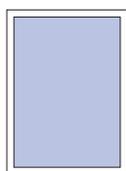
•  
•  
•  
•  
•  
•

•  
•  
•  
•  
•  
•

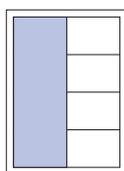
**Wichtig:** Bei offenen InDesign-, Illustrator- und Photoshop-Dateien müssen Schriften immer mitgeliefert werden (keine TrueType-Schriften). Die entsprechenden Zeichensatzkoffer und PostScript-Fonts bitte gezippt mitgeben. Bei PDF- und EPS-Dateien müssen Logos und Schriften eingebettet (mitgeliefert)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

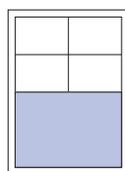
### Inseratgrößen und Inseratpreise (alle Preise inkl. 7,7% MwSt., WIR-Anteil 75%)



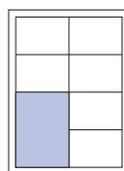
168x248 mm  
1/1 Seite Inhalt



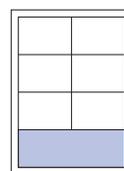
82x248 mm  
1/2 Seite hoch (2-sp.)



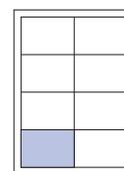
168x122 mm  
1/2 Seite quer (4-sp.)



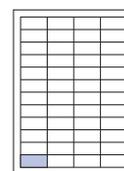
82x122 mm  
1/4 Seite hoch (2-sp.)



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

### Inseratpreise

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.-
<b>Umschlagsseiten</b>		
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