

WIR *info*

10/2022

Das Magazin für Schweizer



**Innovatives aus
der Baubranche**

Die Affentranger Bau AG von Markus Affentranger
druckt Betonobjekte weltweit als erste bis 3,5 Meter hoch

Cyberkriminalität

So schützt sich die Bank WIR

Speakers Nights

Jonny Fischer: «Selbstliebe ist nicht Selbstverliebtheit»

Bank **WIR**



Vielfalt

Editorial

WIR kann mehr als Häuser bauen. Das zeigen wir an zwei Beispielen, der Confiserie Brändli – wo der Zahlterminal von wallee im Einsatz ist – und der ACB Créations.

Es trifft zu, dass die Komplementärwährung WIR im Bausektor stark vertreten ist. Ein Beispiel dafür ist die Affentranger Bau AG. Diese Firma baut nicht nur, sie erfindet auch und beweist, dass dem Bausektor Innovation und Diversifikation nicht fremd zu sein brauchen. Als weltweit erstes Unternehmen druckt es Betonpfeiler für Tiefgaragen, riesige Töpfe für den Garten oder Sofas und Tische für drinnen und draussen. Was läge als Baufirma näher, das Know-how auf das Ausdrucken von Häusern anzuwenden. Markus Affentranger winkt ab, lieber widmet er sich einer anderen, patentierten Innovation, der TWD-Fassade (S. 8).

WIR kann mehr als Häuser bauen. Das zeigen wir an zwei Beispielen auf, der Confiserie Brändli in Basel (S. 20) – wo der für das Bezahlen mit WIR und CHF ideale Zahlterminal von wallee bereits im Einsatz ist – und der ACB Créations in Apples, die das Herz jedes Bibliophilen höher schlagen lässt (S. 14). Mit der Herstellung von hochwertigen Büchern bietet die ACB Créations denjenigen eine Nische, die sich eine Auszeit von der Digitalisierung gönnen wollen. Digital detox lautet das Stichwort.

Wer Bücher liest oder darin blättert und sich an Bildern und schönen Schriftarten erfreut, ist in Sicherheit. Wenigstens vor Cyberkriminellen, die Behörden, Privaten und Firmen auflauern. Als Finanzinstitut kann auch die Bank WIR ins Visier von Hackern geraten. Wie sich die Bank vor Angriffen schützt, lesen Sie ab S. 28.

Sich Schöngestigem wie Musik, Bücher und Kunst zu widmen, heisst nicht unbedingt, den unternehmerischen Aspekt aus den Augen zu verlieren. Wie Sie aus der Betrachtung von Gemälden Schlüsse für Ihr KMU ziehen können, zeigt Jana Lucas in ihrer zweiten Kolumne «Art-grade your Business!» (S. 36).

Daniel Flury
Chefredaktor

«ISA bodywear bei
Schnyder Mode.»

Swissness & Qualität

100% WIR
10% Rabatt

wir.ch/wirpromo

Qualität hautnah erleben



Seit 1849 steht ISA für Qualität und Innovation im Bereich Bodywear. Niemand weiss besser, was Mann und Frau am liebsten darunter trägt. Das Schweizer Traditionsunternehmen verarbeitet nur ausgewählte Stoffe zu perfekten Schnitten und produziert nachhaltig.

Die Modehäuser von Schnyder sind langjährige Teilnehmer im weitverzweigten WIR-Netzwerk. Auch die Schweizer Wäschemarke ISA bodywear hat einen festen Platz im Sortiment. Deren Produkte werden den Kundinnen und Kunden wärmstens empfohlen.

Wollen auch Sie diese Qualität sprichwörtlich hautnah spüren? Dann sind Sie bei Schnyder Mode genau richtig. Hier bekommen Sie die Artikel von ISA bodywear bis zum 31.12.2022 zu diesen Top-Konditionen:



- 10% Rabatt auf das Sortiment von ISA bodywear
- ab 50 Franken Einkauf keine Versandkosten

100% WIR

Stöbern Sie im Online-Shop durch das ISA-Sortiment und lassen Sie sich inspirieren. Bezahlen können Sie Ihre Bestellung per WIR-Rechnung oder noch bequemer mit WIRpay.

ISA bodywear

- Über 170 Jahre Textilerfahrung
- Design & Stoffproduktion in Amriswil
- Fertigung in der Schweiz & Europa
- Zertifizierung STANDARD 100 by OEKO-TEX®
- Umweltgerechte Produktion & Fairtrade

Schnyder Mode

Auch Schnyder Mode ist ein Unternehmen mit Tradition und betreibt Modehäuser in Rapperswil, Hinwil und Flawil. Débora und Roland Jenny führen das Geschäft mit viel Kompetenz bereits in vierter Generation.

Schnyder Mode | Untere Bahnhofstrasse 30 | 8640 Rapperswil | T 055 210 11 82 | www.schnyder.shop/isa

Haben Sie als KMU ein interessantes Angebot, das sie hier anbieten möchten?
Dann kontaktieren Sie uns doch per E-Mail an wirmarket@wir.ch oder unter der Nummer 0800 947 944.

Inhalt

Seite 14

Im waadtländischen Apples pflegen Jean-Claude Paré und seine Tochter und Nachfolgerin Marie-Jean Paré eine selten gewordene Kunst: die Herstellung und Herausgabe von speziellen Büchern in limitierter Auflage.



Seite 20

Gegründet 1935 zählt die Confiserie Brändli zu den ältesten Confiseries in Basel. Wie die Stadt am Rhein versteht es das Basler Unternehmen, die Pflege von Traditionen mit der Lust auf Neues zu verbinden. Auch beim Bezahlen geht die Confiserie Brändli mit der Zeit: Sie setzt auf die modernen Zahlterminals von wallee.

Seite 36

Die Antwerpener Stillebenmalerin Clara Peeters zeigt, dass gute Werbung eine Kunst ist. Das gilt heute ebenso wie zu ihrer Zeit im 17. Jahrhundert.



- | | | |
|---|--|---|
| <p>6 144 Seiten
«Faszination WIR»</p> <p>7 Kurznews</p> <p>8 Familienbetrieb geht innovative Wege mit 3D-Betondruck
Affentranger Bau AG</p> <p>14 Über die Liebe zu schönen Büchern
Art, Créations et Bibliophilie SA (ACB SA)</p> <p>19 500 CHW geschenkt!
Ihre Gutschrift für Inserate und Werbung</p> <p>20 Confiserie Brändli
Eine Institution weiter über Basel hinaus</p> | <p>25 CEO-Corner
Rechnen Sie mit uns!</p> <p>26 Die Krux mit der Sprache
Christoph Känel</p> <p>28 «Die Vertraulichkeit der Kundendaten hat höchste Priorität»
Cyber Security im Fokus</p> <p>32 «Selbstliebe ist nicht Selbstverliebtheit»
Jonny Fischer an den Speakers Night in Cham und Thun</p> <p>36 Das unterschätzteste Geheimnis Ihres Erfolgs
Artgrade your business!</p> | <p>39 Inserateschlüsse</p> <p>40 Der Unternehmergeist und der Hauswart
Kolumne von Karl Zimmermann</p> <p>42 Neue WIR-Teilnehmer</p> <p>47 Willkommen im WIR-Netzwerk</p> <p>78 Impressum</p> <p>79 Standorte der Bank WIR und Social Media</p> <p>80 Werbemöglichkeiten im WIR-Netzwerk</p> <p>82 Inseratepreise</p> |
|---|--|---|

Faszination WIR

144 Seiten «Faszination WIR»

87 Jahre sind seit der Gründung der WIR Bank Genossenschaft vergangen. 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 gegen 25000 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).

KURZ NEWS

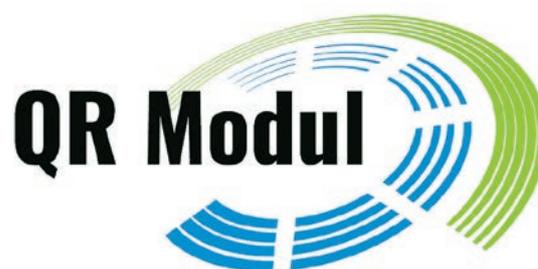
Tutorial

QR-Rechnungen in CHW

Die Firma QR Modul (WIRmarket.ch > qrmodul) bietet die Möglichkeit, komplett ausgefüllte QR-Rechnungen sowohl in WIR als auch in CHF zu erzeugen. Beni Schwarzenbach, CEO von QR Modul, zeigt in einem Tutorial auf, worauf zu achten ist.



Das Video ist in Schweizerdeutsch gesprochen und auf Französisch und Italienisch untertitelt:
<https://youtu.be/xzG1ie3yBUs>



Foire du Valais

Am 30. September geht's wieder los!

Die Foire du Valais (30. September bis 9. Oktober) ist die grösste Publikumsmesse der Westschweiz, aber auch ein Treffpunkt für die Walliser und Westschweizer Bevölkerung. Die Messe beinhaltet ein reichhaltiges Kulturangebot, thematische Ausstellungen, zahlreiche Verpflegungsmöglichkeiten, einen Vergnügungspark und vieles mehr.

Die Bank WIR wird zum zweiten Mal mit einem Stand präsent sein und ihre Produkte und Dienstleistungen den Besuchern näherbringen. Natürlich finden Sie am Stand der Bank auch wieder ein Gewinnspiel mit tollen Sofortpreisen.

Das ist die Foire du Valais

- drittgrösste Messe der Schweiz
- grösste Messe in der Romandie
- mehr als 200 000 Besucher während 10 Tagen
- mehr als 400 Aussteller aus verschiedensten Branchen
- mehr als 50 künstlerische Darbietungen (Gesang, Musik, Strassenkunst, Tanz)
- 48 000m² Ausstellungsfläche
- Spezialthema: Das Velo und der Langsamverkehr
- Bank WIR: Stand-Nr. 1135 in der Halle 11-18 (CERM 1)



Sandro Mondo und Chantal Page (Agentur Siders der Bank WIR) bedienen das beim Publikum sehr beliebte Glücksrad.

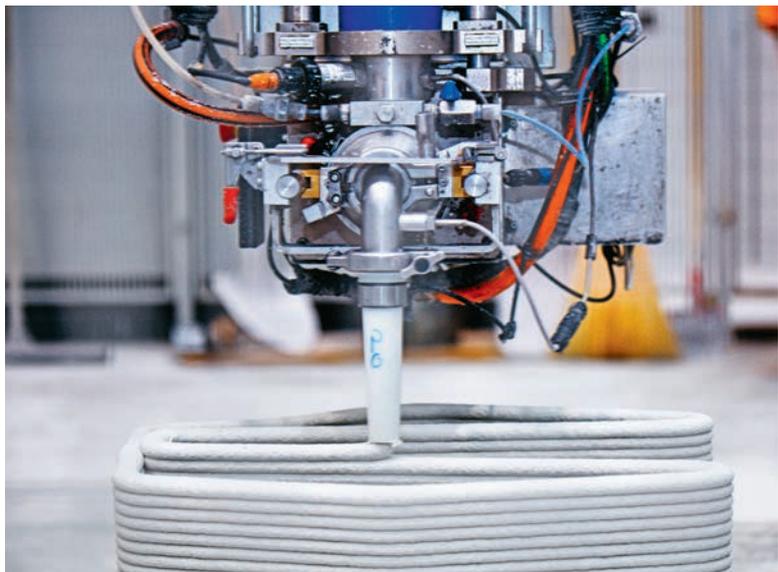
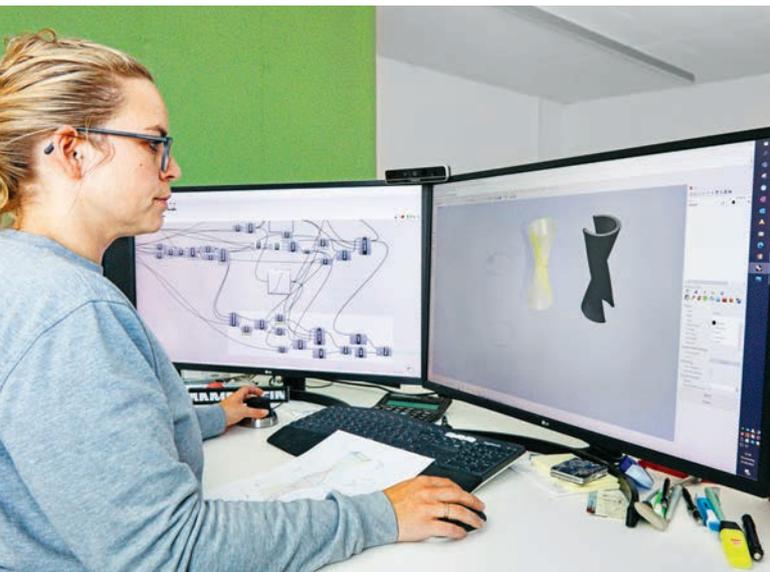


Die Foire du Valais ist ein Publikumsmagnet.

Fotos: zVg



Familienbetrieb geht innovative Wege mit 3D-Betondruck





Markus Affentranger in der öffentlich zugänglichen Ausstellungshalle in Wiedlisbach.

Unten: Lara Schneider, der Drucker in Aktion und verschiedene Säulenformen.

Fotos: Foto Frutig

Die Pionierrolle ist nichts Neues für die Affentranger Bau AG: Bereits 2014 überraschte das Unternehmen die Baubranche mit der Inbetriebnahme des weltweit ersten Baggers, der nicht mit Diesel, sondern mit Sonnenenergie angetrieben wird. Jetzt revolutioniert das Familienunternehmen den 3D-Betondruck – natürlich ebenfalls mit Strom vom Dach.

Steigende Energiepreise sorgen bei der Affentranger Bau AG nicht für schlaflose Nächte. Die Trägerin des Schweizerischen Solarpreises für Plusenergiebauten (2012), des Schweizerischen Solarpreises in der Kategorie Energieanlagen (2015) und des Europäischen Solarpreises in der Kategorie Transportsysteme (2015) setzt Solarstrom ein, wo es kann. Das führte 2014 zum ersten akkubetriebenen Bagger auf einer Affentranger-Baustelle, entwickelt in Zusammenarbeit mit der ETH Zürich, der Hochschule Nordwestschweiz und der Interstaatlichen Hochschule für Technik Buchs. Vorteil: Auf dem Bauplatz werden Baggerführer und Nachbarschaft nicht von einer Abgas- und Feinstaubwolke umnebelt, der Betrieb ist geräuschlos und die Treibstoffkosten lassen sich um mehrere Zehntausend Franken pro Jahr reduzieren. Das überzeugte auch den japanischen Baggerhersteller Takeuchi und den Baumaschinenvermittler Huppenkothen, der den Vertrieb der Solarbagger übernommen hat.

Ganz neu ist die 3D-Betondruck-Technologie nicht. Im Internet kursieren zahlreiche Videos, wie Drucker ganze Häuser ausspucken. Aber auch kleinere Drucksysteme, die Objekte mit Höhen, Breiten und Längen von einem oder anderthalb Metern produzieren, werden prominent präsentiert. Solche Betondrucksysteme sind jedoch bei genauerer Betrachtung oftmals PR-Projekte, die sich aus Gründen wie Druckqualität, Materialeigenschaften oder Wirtschaftlichkeit bisher nicht nachhaltig auf dem Markt etablieren konnten. Hier unterscheidet sich die Affentranger Bau AG weltweit von allen anderen Betondruck-Anbietern. Durch industrialisierte Produktionsanlagen, einen ausgeklügelten Druckprozess und jahrelange baupraktische Erfahrung ist es der Unternehmung möglich, Betonobjekte von 5 Meter Länge, 4 Meter Breite



und 3,5 Meter Höhe effizient und in einzigartiger Qualität zu drucken. Dem Projekt entgegen kam ein Gewerbegebäude mit Hochregallager im bernischen Wiedlisbach, das der in Altbüron (LU) domizilierten Affentranger Bau AG gehört. Im ehemaligen Hochregallager sind die nötigen Luftraumreserven vorhanden, die das Silo für den Beton und der Drucker für seine Arbeit benötigen und natürlich – ganz wichtig – ein genügend grosses Dach für die Photovoltaikanlage, die den Standort mit Strom versorgt.

Einfach in den Schoss gefallen ist das 3D-Betondruckgeschäft dem inhabergeführten Familienbetrieb mit Verwaltungsratspräsident Markus Affentranger und seinen drei in der Geschäftsleitung der Firma tätigen Söhnen Lukas, Gabriel und Marius nicht. Jahrelang wurde getüftelt und Geld in die Hand genommen, bis die heutige Produktionsstabilität erreicht war. Pionierarbeit halt. Heute vertreibt die Affentranger Bau AG unter der Marke Affentranger 3DCP – wobei «3DCP» für «3D Concrete Printing» steht – im industrialisierten Stil 3D-Betondruck-Produkte. Dankbar sind die Verantwortlichen der Affentranger Bau AG ihrer Standortleiterin 3D-Betondruck Lara Schneider. Ohne ihre Geduld und ihr Durchhaltevermögen wäre man heute nicht so weit. Sie wacht über den Druckprozess und ist Hüterin von gegenwärtig über 3000 eigenständig gestalteten Druckobjekten und designt – oftmals auch nach Kundenwunsch – die Produkte mit einem CAD-Programm.

Von Bauteilen wie Stützen, Wandscheiben, Brüstungselementen und Winkelanschlüssen bis hin zu Gestaltungselementen für den Innen- und Aussenbereich wie Sichtschutzelemente, Hochbeete, Pflanzgefässe, Betonmöbel, Säulen oder Weinregale: Die Anwendungsmöglichkeiten sind uferlos, da der 3D-Betondruck Formfreiheit garantiert und jedes Objekt parametrisch skalierbar ist, d. h. in jeder beliebigen Dimension hergestellt werden kann – solange der maximale Druckbereich eingehalten wird.

Wie sind Sie auf das neue Standbein 3D-Betondruck gekommen?

Markus Affentranger: Automationsrate und Innovationsgeist sind im Bauwesen erfahrungsgemäss eher tief. Das sehen wir als Herausforderung, es besser zu machen. Zudem waren wir uns des enormen Potenzials von 3D-Betondruck für neue bautechnische Lösungen stets bewusst. Dementsprechend hat uns die Thematik schon seit Jahren beschäftigt. Nur hat es etwas gedauert, bis wir das passende Drucksystem gefunden haben, welches unseren Ansprüchen gerecht wird und wir für marktfähig halten.

Ein weiterer Aspekt ist der Anspruch der Affentranger Bau AG, umweltfreundlich und energiesparend zu produzieren. Durch das Drucken von Beton können Bauteile



Produktionsmitarbeiter Kemal Polat druckt ein Sitzelement aus.



und Formen filigraner, präziser und damit auch materialsparend hergestellt werden. Weil Verschalungen aus Holz oder Metall im Betondruck unnötig sind, fallen auch der Materialverbrauch und die zur Herstellung von Verschalungen nötige graue Energie weg.

Sie sind weltweit die einzige Firma, die im Druckbereich bis 5 Meter Länge, 4 Meter Breite und 3,5 Meter Höhe tätig ist, dies bei einer Abweichung von maximal 2 Millimeter. Ist Ihnen die Konkurrenz auf den Fersen?

Da müsste sie sich sputen (lacht)! Die Entwicklung von praxistauglichen Betondruck-Anwendungen braucht viel Pioniergeist und ist Knochenarbeit. Ein kurzfristiger Erfolg ist schlichtweg nicht möglich. Es braucht also Durchhaltewillen und langfristiges Denken, was heute in vielen Unternehmungen – insbesondere mit Geschäftsführermodell – leider immer weniger vorhanden ist. Aus diesem Grund schätzen wir insbesondere die Zusammenarbeit mit unserer Partnerunternehmung LCA Automation AG aus Küsnacht am Rigi, welche ebenfalls inhabergeführt ist und uns im Bereich Maschinenbau und Software tatkräftig unterstützt.

Weiter gibt es unseres Wissens weltweit keine Unternehmung, welche die Qualität und Effizienz, wie wir sie heute haben, bisher erreichen konnte. Wir hatten beispielsweise Kontakt mit einem Betondruck-Anbieter aus Nordamerika. Vertreter dieser Firma waren mal hier zu Besuch. Technisch könnten sie vielleicht mithalten, aber ich glaube, die Arbeitsauffassung in Nordamerika, die Einstellung zum Beispiel gegenüber Sauberkeit sowie der Ausbildungsgrad der Mitarbeitenden stehen dem anspruchsvollen Betondruck im Weg.

Aber Beton ist doch etwas sehr Handfestes, Grobes...?

Das gilt für den Beton und Mörtel, den man mit der Kelle



Oben: Sitzgelegenheiten für drinnen und draussen.

Unten: Das Silo ist eine Eigenentwicklung der Affentranger Bau AG.



anrührt oder der aus dem Betonmischer fließt. Der 3D-Betondruck spielt in einer ganz anderen Liga.

Mit welchen Herausforderungen sind Sie konfrontiert?

Die Herausforderungen sind so vielfältig und anspruchsvoll, dass wir wahrscheinlich bereits einige Jahre Vorsprung auf allfällige Konkurrenz haben. Einige Beispiele: Das von Sika stammende Betondruckmaterial wird zwar in Pulverform angeliefert, kann jedoch aufgrund einer möglichen Entmischung nicht in ein Silo eingeblasen werden. Deshalb erfolgt die Anlieferung in Big-Bags. Wir haben nun ein eigenes Silosystem entwickelt, welches die Big-Bags vollautomatisiert entleert und zum Drucker befördert. Weiter müssen alle Material-, Maschinen- und Umgebungsparameter während des Druckprozesses perfekt zusammenspielen, damit wir in der gewünschten Qualität produzieren können und die Abbindungsgeschwindigkeit genau richtig ist. Wir müssen also zahlreiche Parameter wie beispielsweise Temperatur, Viskosität und Mischverhältnis des Materials sowie Drehzahl der Mischzellen total im Griff haben. Auch Druckgeschwindigkeit und Materialfluss spielen eine zentrale Rolle: Weil der Drucker in den Kurven abbremst, muss die Materialzufuhr entsprechend gedrosselt werden. Damit die einzelnen Schichten miteinander kristallisieren und sich verbinden, darf der Beton nicht zu hart und nicht zu weich sein – eben genau richtig. Luftporen müssen vermieden werden. So erreichen wir eine Druckfestigkeit von etwa 700 kg pro Quadratzentimeter. Normaler Beton weist eine Druckfestigkeit von lediglich 300 kg/cm² auf.

Wie sieht es mit der Zugfestigkeit und der Beständigkeit aus?

Für die Biegezugfestigkeit sind die beigemischten Mikrofasern hilfreich. Die Zugfestigkeit des Betondruck-Materials ist mit etwa 100 kg/cm² rund 4-mal höher als bei normalem Beton.

Wie lange hat es gedauert, bis Sie alle Einflussfaktoren im Griff hatten?

Wir haben in den vergangenen zwei Jahren unzählige Stunden in Entwicklungsarbeit und in finanzieller Hinsicht mit allem Drum und Dran über drei Millionen Schweizer Franken aus eigenen Mitteln in den Aufbau des neuen Geschäftsbereichs investiert. Als Ergebnis der harten Arbeit haben wir eine industrialisierte Produktion von Betondruckobjekten erreicht. Trotzdem ist fast jeder Tag eine neue Herausforderung, weil der Druckprozess nach wie vor Optimierungspotenzial hat und weiter stabilisiert werden muss. Auch mussten wir feststellen, dass bereits leichte Schwankungen bei Umgebungstemperatur oder Luftfeuchtigkeit einen direkten Einfluss auf das Druckergebnis haben und die Anlage leicht nachjustiert werden muss. Auch das war ein Lernprozess. Von grösster Wichtigkeit ist auch die Sauberkeit. Pumpen, Schläuche und Mischzellen müssen nach



Flaschenregal, Grillstation und Pflanzgefässe im Wave- und Line-Design.

jedem Arbeitstag penibel gereinigt und gewartet werden. Ansonsten produzieren wir anderntags bei Druckstart für die Tonne.

Allgemein ist auch die technische Beratung bei jedem Betondruck nicht zu unterschätzen. Wir müssen noch vor der Erstellung eines 3D-Datenmodells jeweils sorgfältig überlegen, welche technischen Anforderungen die Kundschaft an ein Betondruckobjekt stellt und wie wir ein Produkt nach dem Druck verpacken, transportieren und montieren wollen. Diese Aufgabe ist genauso anspruchsvoll wie der eigentliche Druckprozess.

Was war der bisher ausgefallenste Kundenwunsch?

Ein Einzelstück, nämlich ein Beton-Kanu, das wir für ein Rennen an Studenten nach Deutschland geliefert haben.

Wo sehen Sie die häufigste Anwendung?

Die Anwendungsgebiete sind sehr breit gefächert. Im Bereich Garten gehören unsere Hochbeete und Pflanz-

gefässe – mit oder ohne Boden – zu den beliebtesten Produkten. Sie werden bereits von der Firma Giarditec vermarktet und sind in der ganzen Deutschschweiz in ausgewählten Garten-Centern erhältlich.

Im Bereich Bau und Architektur sind Trennwände, Sicht- und Lärmschutzelemente, Stützen, Brüstungselemente und Abschlusselemente jeglicher Art gefragt.

Ist es bei 3000 vorhandenen Formen möglich, noch weiter zu diversifizieren?

Ja natürlich, die Anwendungen sind praktisch grenzenlos. Ein Ziel ist es, in Zukunft Deckenelemente zu produzieren. Das ist nicht ganz einfach. Zwar können einzelne Segmente verklebt werden, um die nötigen Längen zu erreichen, aber die Zugfestigkeit bereitet noch Kopfzerbrechen; Armierungsstahl lässt sich nun mal noch nicht ausdrucken...

Auch aus der Kunstszene erreichen uns interessante Anfragen. So hat ein international bekannter Künstler für eine Stadt in Europa eine Skulptur offeriert und wollte von uns vorgängig wissen, ob das Werk von den Formen und Dimensionen her überhaupt machbar ist. So haben wir einen Prototyp ausgedruckt inklusive technischer Beratung für Verpackung, Transport und Montage. Resultat: Wir dürfen ausliefern, sofern der Künstler den Zuschlag erhält.

Ihre angestammte Geschäftstätigkeit ist der Hoch- und Tiefbau. Beabsichtigen Sie, auch Häuser zu drucken?

Wir sehen keine grosse Zukunft für den Hausbau aus dem Drucker. Ein gedrucktes Haus erschwert oder verunmöglicht sogar spätere An- und Umbauten. Ausserdem ist der Betondruck abhängig von der Aussentemperatur, es eignen sich also nur vier oder fünf Monate im Jahr für die Erstellung eines solchen Gebäudes. Zu guter Letzt entspricht es nicht unserer Philosophie, nach dem



Eine weitere, patentierte Eigenentwicklung: Die TWD-Fassade heizt bzw. kühlt Wohn- und Gewerbebauten.

Foto: zVg

Betondruck noch irgendetwas zu schleifen, zu verputzen oder zu streichen – alles Prozesse, die zur Fertigstellung eines gedruckten Rohbaus gehören. Aus unserer Sicht wird die Betondrucktechnologie deshalb den Trend in Richtung modulares Bauen mit Fertigelementen weiter verstärken. Hier kann die Technologie punktuell ideal eingesetzt werden.

Sind Ihre farbigen Produkte bemalt?

Nein, wir verwenden mineralischen Beton, der vollständig recycelt werden kann. Ein nicht-mineralischer Anstrich mit Kunststofffarben würde die problemlose Entsorgung und Wiederverwendung des Materials verunmöglichen. Die Farbe muss deshalb mineralisch sein und beige-misch werden. Auch unser Abwasser wird übrigens gefiltert und neutralisiert, sodass dieses unbelastet in die Kanalisation eingeleitet werden kann.

Sie erfüllen auch Kundenwünsche. Was muss ein Kunde vorlegen, damit Sie mit der Arbeit beginnen können?

Unsere Standortleiterin Lara Schneider ist mit einer Bleistiftskizze und den dazugehörigen Abmessungen zufrieden. Es darf aber auch ein 3D-Datenmodell sein. Dann stellen wir ein Einzelstück her oder gehen in Serie...

Sind weitere Innovationen geplant?

Wir wollen es nicht nur beim Betondruck bewenden lassen, sondern die Technologie mit weiteren Innovationen sinnvoll kombinieren. Bereits anwendungsreif ist eine weitere, patentierte Eigenentwicklung der Affentranger Bau AG, eine TWD-Fassade für Wohn- und Gewerbebauten, die ebenfalls Betondruck-Bauteile beinhaltet. Unsere transparente Wärmedämmung (TWD) basiert auf Aerogel, das in Zusammenspiel mit weiteren Baukomponenten je nach Jahreszeit für eine passive Heizung oder Kühlung eines Gebäudes über die Fassade sorgt. Und

Ausstellungshalle in Wiedlisbach

Um einen Einblick in das umfassende Angebot zu erhalten, empfiehlt sich die Betondruck-Website der Affentranger Bau AG (www.affentranger3dcp) oder ein Besuch der 900 m² grossen Ausstellungshalle an der Gartenstrasse 11 in Wiedlisbach. Die Ausstellung ist von Montag bis Freitag, 8.00 bis 16.30 Uhr, kostenlos und frei zugänglich.



das alles ohne Haustechnik oder elektrische Installationen. Fossile Brennstoffe sowie Strom für eine Wärmepumpe oder Klimaanlage sind dadurch in vielen Fällen Schnee von gestern.

● Interview: Daniel Flury

WIRmarket.ch > Affentranger Bau AG



JUSTIFICATION DU TIRAGE

*Série de 1 A XIII pour les souscripteurs privilégiés
Chaque de ces albums sera accompagné :
Des bois originaux
Des illustrations authentiquement chinoises
Des originaux calligraphiques des verses utilisés
Et sera ainsi complété de toutes les illustrations
Les vers seront signés par l'auteur
Chaque album sera enrichi d'un album supplémentaire
au titre des reproductions de l'œuvre originale Liou Chi Van*

*Série de 1 A à EA en
Edition limitée d'un seul des illustrations bois sont authentiques
et signés par l'auteur et d'un album supplémentaire au titre des reproductions
de l'œuvre originale Liou Chi Van.*

*Série de 1 à 1000
Edition de 1000 exemplaires
Il sera enrichi pour les proches de l'auteur
de souscriptions authentiques*



Liou Chi Van
Liou Chi Van
Liou Chi Van

Über die Liebe zu schönen Büchern

Art, Créations et Bibliophilie SA (ACB SA)

Im Dörfchen Apples (VD) haben wir einen Termin vereinbart, um einer eher aussergewöhnlichen Leidenschaft auf die Spur zu kommen: der Bibliophilie, die Liebe zu wahrlich schönen Büchern. Wir sprechen hier nicht von Veröffentlichungen, die mit einfachen Fotos oder Wiedergaben von Bildern grosser Maler geschmückt sind, sondern von Büchern, die als wahre Kunstwerke, in limitierter Auflage und in Zusammenarbeit mit Künstlern und Handwerkern erscheinen. Diese Gegenstände – falls man ein Buch als Gegenstand bezeichnen will – zeichnen sich durch eine zusätzliche geistige Dimension aus. Man ertappt sich dabei, wie man daran denkt, weisse Handschuhe anzuziehen, um diese Bücher aufzuschlagen. Jean-Claude Paré, der Hausherr, erklärt uns mit einem Lächeln den Unterschied zwischen einem sehr alten und einem von ihm erschaffenen Buch.

*Jean-Claude Paré mit dem Buch
«Lacs de rêve, rêve de Lacs» mit
Aquarellen von Jean-Pierre Rémon.*

Fotos: Olivier Gisiger

Oft wird fälschlicherweise Bibliophilie nur mit sehr alten Büchern in Zusammenhang gebracht. «Wir beweisen, dass das nicht stimmt, indem wir durch und durch moderne Bücher produzieren – denn wir sind in der Tat Verleger des 21. Jahrhunderts, in Einklang mit jahrhundertelangen Traditionen!»

Die Liebhaber schöner Bücher sind andauernd auf der Suche nach Qualität und wissen es zu schätzen, wenn auch den kleinsten Details grösste Aufmerksamkeit ge-



«Les grands troubadours» mit Aquarellen von Analdi.

schent wird. Deshalb ist es auch erforderlich, dass man die richtigen Mitarbeiter findet: Es kann sich dabei um einen Autor, manchmal einen Übersetzer, einen Spezialisten der seltenen Papiersorten höchster Qualität, einen Drucker, einen Buchbinder oder auch einen Handwerker handeln, der mit der Herstellung einer Schatulle beauftragt wird, in welcher diese Art von Büchern verpackt wird.

Innerhalb dieser Kette an fachkundigen Spezialisten übernimmt Jean-Claude Parés Firma, mit Sitz in Apples, die Funktion eines Hirns und eines Kontrollturms. Die Druckerwerkstatt befindet sich nicht im ersten Stock, der Maler arbeitet nicht unter dem Dach, und auch das Papier wird nicht in einer Industriezone in der Nachbarschaft hergestellt: «Wir arbeiten vor allem mit einem Netzwerk an Künstlern und Handwerkern aus der Schweiz, mit der Ausnahme der Schatullen, die manchmal auch aus anderen Ländern stammen, aus Polen zum Beispiel, und der Drucker, die vor allem aus Frankreich stammen, denn diese beherrschen nach wie vor die von Gutenberg erfundenen Arbeitsweisen!»

Kürzlich erschienene Werke erlauben es uns, die Funktionsweise der Firma besser zu verstehen. «Die Neuauflage des Textes «Le Petit Prince», von Antoine de



Die kommentierte Ausgabe von «Le petit prince» mit Originalithografien von Jean-Claude Auger.



Jean-Claude Paré blättert mit Buchbinder Charles Duch in einem Exemplar von «L'art de la guerre».

Saint-Exupéry, ist eines unserer letzten Werke.» Dieses Werk, mitsamt seinen entsprechenden Illustrationen, ist natürlich schon einem sehr breiten Publikum bekannt. Wie schafft man in so einem Fall einen Mehrwert? «Wir haben ein ganz natürliches Papier ausgesucht, das aus Fernost stammt. Dessen sehr leichtes Gewicht – 30 Gramm pro m² – macht aus dem beidseitigen Druck des Papiers eine sehr heikle Angelegenheit. Bei der Typografie kann es sich um eine schon bekannte Schriftart handeln, mit Bleiletttern, die ganz spezifisch für uns gegossen wurden.» Der Verleger arbeitet nur mit spezialisierten Berufsleuten zusammen, die sich irgendwo zwischen Kunst und Handwerk einen Namen gemacht haben.

Für diese Ausgabe sind Saint-Exupérys Zeichnungen übernommen worden, doch der Verleger hat auch einen Künstler angeheuert, der die Original-Lithografien erstellt hat, was dem Leser eine neue optische Umgebung verschafft. «Wie so oft haben wir uns auch für einen Zusatz entschieden, in diesem Fall den Originalkommentar eines Experten, der den sehr esoterischen Charakter des Textes offenbart und es uns erlaubt, zu verstehen, in welchem Ausmass «Der kleine Prinz» nicht nur eine Kindergeschichte ist. Als Beispiel unterstreicht der Experte die Tatsache, dass der Held ein Schwert in der linken Hand hält, was den Willen zur Beschützung symbolisiert. «Würde er das Schwert in der rechten Hand halten, so würde das sein Wille zur Rache versinnbildlichen.»

Wurde dies von den Lesern auch geschätzt? Der Verleger sagt nur, er bereue es, dass er nicht mehr als 100 Ausgaben habe drucken lassen. Leider! Nun ist es nicht mehr möglich, eine zweite Ausgabe in Auftrag zu geben, denn jedes Buch wurde mit einem Beleg verkauft, der gewährleistet, dass das Werk nicht neu aufgelegt wird.

Unter den kürzlich erschienen Erfolgen des Verlegers verdient es der Text «Les Dames de la Bible» von André Frossard – Mitglied der Académie française – erwähnt zu werden, bebildert von Jacques Pecnard. «Das Papier wurde aus Stoffetzen hergestellt. Auf diese Weise würdigt der Schriftsteller die Frauen. Die 26 Originalbilder sind Kupferstiche. Ich habe gehört, dass verschiedene Kirchgemeinden Geld gesammelt haben, um dem ehemaligen Bischof Mamie von Freiburg ein Exemplar dieses Buches zu schenken. Dieser hat uns übrigens verraten, dass sich ihm die Haare der Arme sträuben, wenn er im Buch blättert. Sein Besuch hat uns tief berührt.»

Die Firma Art, Créations et Bibliophilie SA hat übrigens eine ganze Reihe an Büchern mit religiösen Themen oder Texten veröffentlicht. Andere Werke sind der Schweiz gewidmet: «Les Contes du Léman» oder «Les Routes du vin en Suisse Romande» waren sehr erfolgreich. Autoren wie Bernard Clavel oder Jack Rollan haben bei der Ausführung mehrerer Bücher dieser Art mitgewirkt. Die sehr enge Freundschaft, die sich bei dieser Gelegenheit zwischen einem Künstler und einem Autor ergeben hat, war ein schönes Plus, an das sich Jean-Claude Paré noch sehr gerne erinnert.

Hans Erni ist wohl der berühmteste Künstler, der mit dem Verleger zusammengearbeitet hat. Andere Maler wie Jean-Pierre Rémon, Salvador Dali und Leonor Fini wurden auch dazu gebeten. Für diese Künstler war die Bebilderung solcher Werke schon immer eine Art höhere Weihe.

Der Verlag ACB wurde 1944 in Paris gegründet. Der Schweizer Ableger existiert allerdings erst seit 1971 und pflegt heute keinen Kontakt mehr zum Mutterhaus, das inzwischen nach Übersee verkauft worden ist.



Aus dem Inhalt von «L'art de la guerre».



Marie-Jean und Jean-Claude Paré mit «Les contes du léman».

Jean-Claude Paré schätzt seine Produktion auf über 150 Ausgaben. Die Auflagen schwanken zwischen 60 und 300 Exemplaren. «Im Durchschnitt publizieren wir wohl jedes zweite Jahr ein Buch.»

Die Herausgabe eines Werks kann bis zu drei Jahre in Anspruch nehmen. Die Unternehmensführung steht in stetigem Kontakt mit ihren Partnern und treibt oft mehrere Vorhaben gleichzeitig voran.

Das wichtigste Vorhaben zur Zeit ist «L'Art de la guerre» des Chinesen Sun Tzu, ein ganz grosser Klassiker, der in der ganzen Welt als solcher angesehen und studiert wird. «Bei diesem Vorhaben habe ich den Rat meines Sohnes befolgt, der seit 20 Jahren in China lebt. «L'Art de la guerre» zählt 13 Kapitel, jedes in französischer Übersetzung des Jesuitenpaters Amiot und mit einem chinesischen Text in moderner Kalligrafie. Der französische Text beinhaltet Bilder von Holzstichen.» Um das Herz der Liebhaber schöner Bücher noch schneller schlagen zu lassen, beinhaltet jedes Exemplar zudem 13 Originalzeichnungen, die in jedem Buch verschieden sind. Das Ganze wird mit einer Auflage von 120 Exemplaren herausgegeben und stellt für den Verleger ein fünfjähriges Vorhaben dar. Der diesem Werk beiliegende Kommentar wurde von einem Fachmann der chinesischen Kriegskunst verfasst, Philippe Lamarque.

Die Wahl der Themen erfolgt nicht aufgrund von Marktstudien. Das Unternehmen lehnt es übrigens ab, Bücher über Firmen oder Persönlichkeiten zu verlegen. «Wenn wir solche Angebote annehmen würden, wäre es um unsere Unabhängigkeit geschehen; dabei ist gerade diese das Schöne an unserem Beruf.» Die Firma ACB wählt somit ihre Vorhaben, je nachdem, was ihr gerade vorschwebt.

Wie soll man nicht auch andere Werke des Verlages nennen, wie dieser kaum bekannte Text Homers mit dem Titel «Die Schlacht der Frösche und der Ratten (La Bataille des Grenouilles et des Rats)»? Auch die Zusammenarbeit mit bekannten Künstlern verdient erwähnt zu werden, genau-

so wie die spannende Welt der seltenen Papiere oder schlussendlich auch die Nebenprodukte der Firma wie die Halstücher, die Lithografien, die Skulpturen usw.?

Doch kommen wir zurück zum Wichtigsten, dem WIRinfo und damit zu den KMU! «Wir arbeiten wie ein Uhrenmacher, mit einem dichten Netz von Handwerkern», erklärt Jean-Claude Paré ganz einfach. Auch der Preis der herausgegebenen Bücher ist vergleichbar mit demjenigen einer Uhr, die mit der gleichen Logik hergestellt wird – dieser hängt sehr vom Ansehen der beteiligten Künstlern und von der Qualität der verarbeiteten Materialien ab und beträgt ungefähr 3000 CHF.

Zurzeit arbeitet die Firma mit einer kleinen Gruppe Vertreter, die sich um eine aus fachkundigen Liebhabern bestehende Kundschaft kümmern. Auch kantonale und nationale Bibliotheken gehören zu dieser Kundschaft.

«Wir müssen uns diversifizieren», fasst seine Tochter Marie-Jean Paré zusammen. Die gute Seite des Berufs sei es, dass es kein oder kaum ein Kundenstandardprofil gibt. Es gibt Liebhaber schöner Bücher wie es auch Uhrenliebhaber gibt. «Wir versuchen also mitzuteilen, dass ein schönes Buch von allen geschätzt werden kann.» WIR ist ein Puzzle-Teil des Netzwerks von Liebhabern sehr schöner Bücher, die in limitierter Anzahl herausgegeben werden.

Zum WIR-System ist die Firma ACB SA wie so oft durch einen guten Kunden gestossen, der ihr dieses Zahlungsmittel vorgeschlagen hat. Die Gemeinschaft der WIR-Teilnehmer und die Firma ACB SA haben also noch viel voneinander zu lernen. Zum Besten aller, ganz bestimmt!

● Vincent Borcard

WIRmarket.ch > acb

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



Michael Grogg und das «Basler Dybli», ein Klassiker der Confiserie Brändli.

Fotos: Raffi Falchi



Confiserie Brändli

Eine Institution weiter über Basel hinaus





«Gluschtige» Auslagen am Standort Gerbergasse/Falknerstrasse.

Süsse Zahlen und Fakten

- Die Confiserie Brändli produziert jedes Jahr rund 2 Millionen Pralines und 1 Million Schokoladenmandeln.
- In einem Jahr verbraucht sie ungefähr 20 000 Eier und über 3500 Kilogramm Butter.
- Die Schnapspralines werden mit hochwertigen Destillaten hergestellt.
- Die in einem Jahr produzierten Cornets ergeben eine Linie von etwa sechs Kilometern.
- Die Champagnertruffes werden mit «Gosset-Champagner» veredelt.
- Jährlich fliegen etwa 46 000 «Basler Dybli» um die Welt.
- Jeden Monat wird ein neues Praliné kreiert.
- Die Cafés in Basel, Arlesheim und Riehen sind sieben Tage die Woche geöffnet.
- Die meisten Rohstoffe, die Brändli verwendet, sind in Bio- resp. Natura-Qualität.
- Die Brändli-Backstube an der Lindenhofstrasse verfügt über eine eigene Stromproduktion per Photovoltaik.
- Die organischen Abfälle werden in der Biopower-Anlage in Pratteln zu Gas verarbeitet.

Gegründet 1935 zählt die Confiserie Brändli zu den ältesten Confisereien in Basel. Wie die Stadt am Rhein versteht es das Basler Unternehmen, die Pflege von Traditionen mit der Lust auf Neues zu verbinden. Auch beim Bezahlen geht die Confiserie Brändli mit der Zeit: Sie setzt auf die modernen Zahlterminals von wallee.

Das klassische «Basler Dybli» gehört genauso zum Brändli-Sortiment wie innovative Schokoladekreationen – ein interessanter Mix, der weit über Basel hinaus geschätzt wird. Nicht zu vergessen die fast schon legendären Schokoladenmandeln, die man nach jedem Kauf probieren darf und Lust auf mehr machen. Für die Verbindung von Althergebrachtem und Moderne steht Michael Grogg, gelernter Confiseur, der 1990 die Geschäftsleitung der Confiserie Brändli übernahm. Basierend auf starken Wurzeln in der Vergangenheit führte er das Unternehmen mit seinen 60 Mitarbeitenden in die



Neuzeit. 2020 hat sich Grogg zwar aus dem operativen Tagesgeschäft zurückgezogen. Doch mit seiner langjährigen Erfahrung steht er der neuen Geschäftsleitung – bestehend aus Annett Willimann und Fabien Hengy – nach wie vor mit Rat und Tat zur Seite. Sein Erfolgsrezept gilt auch für die aktuelle Leitung: «Ob neue Kreationen oder traditionelle Hausspezialitäten – wir stellen alles noch immer in liebevoller Handarbeit tagesfrisch her.»

Handarbeit ist Trumpf

Zartschmelzende Truffles, handgeschöpfte Edelbitterschokolade, edle Schokolademandeln oder die berühmten Cornets – bei Brändli ist alles handgemacht. Aus erlesenen Zutaten werden jeden Tag verführerische Kreationen geschaffen – alles frisch, ohne jegliche Konservierungsmittel oder Zusatzstoffe. Das Traditionshaus bietet in seinen beiden Boutiquen in Basel über 90 Praliné- und Truffleskreationen an – ein Genuss für alle Sinne. Zum Angebot der Confiserie gehören auch «gluschtige» Patisserieprodukte, Torten, Sandwiches sowie belegte Brötchen. Diese können mitgenommen oder in den Cafés in Basel, Riehen und Arlesheim direkt in gemütlicher Atmosphäre genossen werden.

Workshops, Hochzeiten und weitere Anlässe

Für Erwachsene bietet die Confiserie Brändli Führungen durch den Betrieb, Workshops (Herstellung von Pralinés, Osterhasen giessen, Schokoladentafel selber machen



Freundliches und kompetentes Personal gehört zum Erfolgsrezept von Brändli.



Jeden Monat wird ein neues Praliné kreiert.

Modernste Terminals von wallee – Sie haben die Wahl



In den nächsten Monaten müssen ältere POS-Kartenterminals durch ein zukunftsfähiges Modell ersetzt werden. Mit dem Terminalangebot von wallee sind Sie für einen Wechsel bestens gerüstet: Sie profitieren von modernster Technologie und der beliebten Splitfunktion CHF/CHW. Und das Beste: Sie entscheiden sich für ein wallee-Terminal und können es direkt nach Erhalt bis zum **31. Dezember 2022** kostenlos (abgesehen von den Service- und Transaktionskosten) nutzen. Danach bezahlen Sie ab Januar 2023 bequem eine monatliche Rate und 12 Monate später gehört das Gerät Ihnen.

Diese beiden Geräte stehen zur Auswahl:

PAX A77: mobil, inkl. Splitfunktion

- Gewicht: 240 g, inkl. 4G SIM, WiFi, Bluetooth
- Magnet-, Chipkarten, Contactless / NFC
- Ohne Belegdruck, mit QR-Scanning
- Standalone oder Kassenintegration
- Farbdisplay mit Touch, PCI 5.x zertifiziert

Für nur **12 x 49.90 CHF** pro Monat anstatt 699 CHF (exkl. MwSt., Servicegebühr, Transaktionskosten): Sie sparen **100 CHF**.

PAX A920: stationär, inkl. Splitfunktion

- Gewicht: 458 g, inkl. 4G SIM, WiFi
- Magnet-, Chipkarten, Contactless / NFC
- Mit Belegdruck, mit QR-Scanning
- Standalone oder Kassenintegration
- Farbdisplay mit Touch, PCI 5.x zertifiziert

Für nur **12 x 89.90 CHF** pro Monat anstatt 1290 CHF (exkl. MwSt., Servicegebühr, Transaktionskosten): Sie sparen **über 200 CHF**.



Die Details zu diesen Angeboten und die Bestelloptionen finden Sie auf der Bank-WIR-Partnerseite bei wallee: wir.ch/wallee

usw.) mit anschliessendem Apéro riche in Backstubenatmosphäre an. Auch Kinder kommen mit speziell für sie organisierten Workshops auf ihre Kosten. Gesellschaften, die etwas erleben möchten, sind bei der Confiserie Brändli an der richtigen Adresse: In der Brändli-Backstube erhalten sie einen spannenden Einblick in die Welt des Schokoladengiessens gefolgt von einem Apéro riche.

Die Auswahl an einmaligen und qualitativ hochwertigen Hochzeitstorten ist gross – der Fantasie sind kaum Grenzen gesetzt.

Wer einen Apéro, zum Beispiel einen Hochzeitsapéro, plant, ist bei der Confiserie Brändli ebenfalls in guten Händen: Diverse Gugelhopfe, unterschiedlich gefüllte «Brote» (genannt «Pain Bouquet»), allerlei Apérohäppchen («Choux») ... dies sind nur einige Beispiele des reichhaltigen Sortiments.

Firmengeschenke von Brändli

Oder warum als Firma zu Weihnachten nicht einmal Köstlichkeiten von Brändli verschenken? Die Confiserie unterstützt ihre Kundinnen und Kunden bei der richtigen Wahl.

Wallee-Terminals erfolgreich im Einsatz

Auch beim Bezahlen geht die Confiserie Brändli mit der Zeit: Seit Kurzem setzt sie auf die modernen Zahlterminals von wallee. «Die Handhabung der neuen Terminals

ist sehr einfach und intuitiv. Dank der Splitfunktion CHF/WIR sparen wir viel Zeit, die wir für unsere Kundinnen und Kunden einsetzen können», so Michael Grogg. Zudem ist die Confiserie Brändli Pilotkundin für die beiden neuen Debitkarten der Bank WIR: die Debit Mastercard WIRcard plus (DMC/WIR) und die Debit Mastercard (DMC). Die DMC/WIR ersetzt die bisherige V PAY WIRcard plus. Im Gegensatz zur DMC/WIR wird die DMC den Kundinnen und Kunden abgegeben, die ausschliesslich eine CHF-Kontoverbindung mit der Bank WIR haben. Alle bisherigen Karten werden im November ersetzt.

● Patrizia Herde

Confiserie Brändli

Standorte:

Gerbergasse 59 / Falknerstrasse 36 (inkl. Café)
sowie Freie Strasse 109 in Basel
Cafés in Riehen und Arlesheim

Wirmarket.ch > Confiserie Brändli
WIR-Anteil: 30%

Rechnen Sie mit uns!

Die Bank WIR steht für attraktive Zinsen – für KMU und Private.

◀ Auch in der Tiefzinsphase haben wir in den meisten Fällen die Spar- und Vorsorgegelder unserer Kundinnen und Kunden besser als andere Banken verzinst. Zugegeben auf einem tiefen Niveau, doch bei uns gab es immer einen überdurchschnittlichen Zins. Und besonders interessant: Bei uns können nicht nur Privatpersonen, sondern auch kleine und mittlere Unternehmen sparen – das ist einzigartig in der Schweiz.

Als erstes gesamtschweizerisch operierendes Finanzinstitut hat die Bank WIR Mitte Juni – am Tag nach der Zinserhöhung der Schweizerischen Nationalbank (SNB) – die Negativzinsen komplett abgeschafft. Und auch bei weiteren Entscheidungen der Nationalbank werden wir dafür besorgt sein, dass unsere Spar- und Vorsorgekunden besonders profitieren.

Apropos Negativzinsen: Ich muss da noch etwas präzisieren. In einem Fall behalten wir den Negativzins nämlich bei. Und das ist für Sie als KMU positiv! Wie das denn? Mit unserer Mehrwert-Hypothek WIR bekommen Sie dank Negativzins über fünf Jahre Geld gutgeschrieben. Das ist echter Mehrwert und einzigartig in der Schweiz – dank WIR. Deshalb: Sprechen Sie unbedingt mit uns, wenn Sie zum Beispiel eine neue Geschäftsimmobilie benötigen oder Ihre Produktions- und Büroräumlichkeiten renoviert werden müssen.

Dieses spezielle Hypothekarmodell bringt den Zinsvorteil des WIR-Systems gegenüber CHF-Finanzierungen wieder in eine neue Dimension. So sieht die Rechnung aus: Mit einem Negativzins von 1,5% p.a. und bei einem Maximalbetrag von 1 Mio. CHF werden 15000 CHF im Jahr Ihrem WIR-Konto gutgeschrieben. Das sind 3750 CHF pro Quartal, die Sie wieder über Aufträge im stärksten KMU-Netzwerk der Schweiz ausgeben können. So lohnt sich Ihr Investitionsprojekt gleich doppelt. ▶

Herzliche Grüsse von der Heuwaage in Basel,

● Bruno Stiegeler, Vorsitzender der Geschäftsleitung



Christoph Känel.
Foto: Raffi Falchi

Die Krux mit der Sprache

*Investitionsideen für den Betrieb wecken Finanzierungsbedürfnisse.
Doch: Wie sage ich es meiner Bank?*

Sprache ist komplex. Nicht nur, wenn wir in einer Fremdsprache kommunizieren – auch «deutsch und deutlich» ist mitunter gar nicht so einfach. Sie kennen das bestimmt: Nebst inhaltlichen Unklarheiten besteht auch immer wieder die Gefahr von Fehlinterpretationen. Entsprechend ist das wissenschaftliche Feld der Kommunikation breit; Literatur dazu gibt es wie Sand am Meer.

Was aber, wenn Kommunikationsweisheiten, Duden oder modernste Übersetzungshilfen wie «deepl.com» nicht mehr weiterhelfen? Beispielsweise in Fällen, wo ein und dasselbe ausgedrückt werden will, man sich aber dennoch nicht versteht? Oder etwas konkreter: Wenn zum Beispiel Hotellerie/Gastronomie und Finanzbranche bei geplanten Investitionsvorhaben auf keinen gemeinsamen Nenner kommen, weil es am gegenseitigen Verständnis scheitert?

Dann kommt der Übersetzer ins Spiel, der idealerweise Praxiserfahrung in beiden Bereichen mitbringt. Wie ich, der Sie an dieser Stelle künftig regelmässig begrüssen und mit wertvollen Tipps versorgen wird. Nach einer gastgewerblichen Lehre, der Hotelfachschule und einem Nachdiplomstudium der Hotellerie folgte bei mir die betriebswirtschaftliche Weiterbildung mit Finanzierungsgrundlagen der Bank.

Das Resultat ist ein hybrider Fachexperte (und neuerdings Kolumnist), der sich sowohl in den gastgewerblichen Betrieb eindenken kann (Stichwort Abläufe, Produktion, Mitarbeitende) als auch die Betrachtungsweise der Finanzinstitute kennt; von der Projektbeurteilung bis zur Finanzierung. Idealerweise.

Nicht immer aber kommt es zur Finanzierung.

Das Gastgewerbe ist operativ getrieben – wir reden von einem «People Business». Gefragt ist konstante Qualität, der Gast will das Gesicht des Betriebs kennen, es regelmässig sehen, mit ihm sprechen. Zahlen sind lästig. Natürlich wird niemand deren Wichtigkeit bestreiten, aber der Fokus gilt dem Operativen.

Bei Banken ist dies – und hier liegt die Herausforderung – genau umgekehrt: Nackte Zahlen stehen im Vordergrund, Softfaktoren wie die Betriebsführung rücken deshalb in den Hintergrund. Als Übersetzer und Vermittler versuche ich, diese beiden Welten miteinander kommunikativ zu verknüpfen. Ohne Kommunikationsweisheiten. Ohne Duden. Ohne «deepl.com».

Es geht darum, dass der Bank der operative Gedanke des Betriebs vermittelt werden kann – dessen Stärken und Schwächen, aber auch die Chancen und Risiken. SWOT-Analyse, wie es im Fachjargon so schön heisst. Und gleichzeitig muss der Unternehmerin, dem Unterneh-

mer auch die Wichtigkeit von Ergebnis- und Kennzahlen und deren Wirkung auf die Bank vermittelt werden. Ein Thema übrigens, kleiner «Cliffhanger», das wir in einer der kommenden Kolumnen vertieft beleuchten werden.

Die Knackpunkte in dieser Übersetzungsrolle liegen auf der Hand: Der Gastro-Unternehmer sehnt sich nach Wertschätzung für die Arbeit im Betrieb, diejenige am Schreibtisch und das Abtauchen in Excel-Dateien ist primär ein Störfaktor. Bei der Bank lösen hingegen gut aufbereitete Unterlagen und Zahlen einen ersten positiven Reflex aus – was aber eben noch nicht bedeutet, dass das Verständnis für den operativen Betrieb und die Leistung des Hoteliers oder der Gastronomin geschaffen worden ist.

Mit diesen Tipps kommen Sie aber dem gemeinsamen Nenner näher: Achten Sie darauf, dass die übersetzende respektive vermittelnde Person «beide Welten» kennt. Zögern Sie im Rahmen einer wertschätzenden Gesprächsführung nicht, auch fachspezifische Fragen zu stellen. Hören Sie bei den Bedürfnissen seitens Finanzinstitut zu, denn nur gemeinsam lässt sich ein Konsens finden, der – vielleicht typisch schweizerisch – irgendwo in der Mitte liegt. Verschaffen Sie sich Klarheit über das weitere Vorgehen. Das Resultat ist eine gemeinsame Sprache.

● *Christoph Känel*

Zur Person

Christoph Känel (63) ist Leiter Fachstelle Hotellerie/Gastronomie bei der Bank WIR und berät in dieser Funktion Kunden und Kundenberater.

Nach einer Kochlehre absolvierte der Baselbieter die Hotelfachschule Luzern und trägt den Titel als «dipl. Hotelier SHV/VDH». Seine Karriere führte ihn nach diversen Hotelbetrieben zum Schweizerischen Bankverein, wo er für Tourismusfinanzierungen zuständig war, und zur Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredite (SGH). 2003 machte sich der verheiratete Vater von zwei erwachsenen Söhnen und zweifache Grossvater selbstständig (www.kaenel.net) und arbeitete sehr eng mit der Bank WIR zusammen (seit 2017 im Teilzeitpensum angestellt).

Als Hobbys nennt Känel Velofahren, Wandern und Naturerlebnisse – und in diesem Zusammenhang natürlich die Einkehr in (Berg-)Gasthäuser.

Die Kolumne von Christoph Känel erscheint auch in der Fachzeitschrift «Hotelier».

«Die Vertraulichkeit der Kundendaten hat höchste Priorität»

Die Methoden von Cyberkriminellen werden immer ausgefeilter. Ob Private, Behörden oder Firmen: Alle können ins Visier von Hackern und Betrügern geraten. Was tut die Bank WIR, um sich und die Daten ihrer Kunden zu schützen?

Das Internet hat neue Formen von Diebstahl, Erpressung oder Sabotage entstehen lassen. Einen Überblick über die Formen der Cyberkriminalität gibt zum Beispiel die Website der schweizerischen Kriminalprävention (skppsc.ch). Das Nationale Zentrum für Cybersicherheit NCSC (ncsc.admin.ch) ist eine Anlaufstelle für Private, Firmen, Behörden und IT-Spezialisten. Das Zentrum macht auf aktuelle Bedrohungen aufmerksam, nimmt Meldungen zu Cybervorfällen entgegen und zeigt auf, wie mit Sicherheitsmassnahmen und Verhaltensregeln viele Cyber Risiken vermieden werden können.

In Zürich ist dieses Jahr in Anwesenheit von Bundesrat Ueli Maurer und Vertretern von rund 80 Banken und Versicherungen der vom NCSC konzipierte Verein Swiss Financial Sector Cyber Security Center – kurz Swiss FS-CSC – gegründet worden. Es handelt sich dabei um die erste spezifische «Branchenlösung» im Kampf gegen Cyberkriminalität. Eines der Ziele: Die Resilienz der Schweizer Finanzindustrie gegenüber Cyberkriminalität weiter zu erhöhen. In der Expertengruppe «Krisenmanagement» der Swiss FS-CSC vertreten ist Michael Ankelin, Chief Information Security Officer der Bank WIR. Als Erfahrungsschatz bringt Ankelin den erfolgreichen Schutz einiger grösserer Schweizer Banken und Versicherungen während eines massiven Angriffs bei einem Outsourcing-Unternehmen sowie Zertifizierungen im Bereich Business Continuity Management und Informationssicherheit ein. Von diesem Engagement profitieren kann natürlich auch die Bank WIR: Durch die aktive Mitarbeit von Michael Ankelin im Swiss Financial FS-CSC erhält die Bank Zugang zu Produkten und Dienstleistungen mit

spezifischem Mehrwert für den Finanzsektor, die über die Angebote des NCSC hinausgehen.

Auch das Netzwerk ist wichtiger Bestandteil. «Wir erhalten Unterstützung und Informationen bei systemischen Cyberkrisen und -vorfällen, profitieren vom Austausch und den Lernmöglichkeiten unter Banken und Versicherungen und können uns mit Cyberexpertinnen und -experten von anderen Finanzmarktakteuren und Schweizer Behörden vernetzen», erklärt Michael Ankelin, «die Eidgenössische Finanzmarktaufsicht Finma wird zudem das Swiss FS-CSC beratend unterstützen.»

Wo verorten Sie das grösste operationelle Risiko für die Bank WIR?



Michael Ankelin: Insbesondere die Bedrohungen durch Cyberangriffe, z.B. mit Ransomware, haben in den letzten Monaten massiv zugenommen, weshalb auch wir unsere vielfältigen Massnahmen zur Erhöhung der Resilienz verstärkt haben. Neben den kriminellen Akteuren, die sich immer professioneller und in richtigen Firmenstrukturen organisieren, sind jedoch auch durch den

Krieg in der Ukraine – und den damit verbundenen Beteiligungen an den wirtschaftlichen Sanktionen gegen Russland – die Gefahren durch fremdstaatliche bzw. politische Aktivisten gestiegen.



Bild: iStock

Seit Mitte Jahr besteht in der Bank WIR die Möglichkeit, je nach Aufgabenbereich bis zu 50% der Arbeitszeit im Homeoffice zu verbringen. Hat das Ihre Arbeit erschwert?

Statistiken zeigen, dass Cyberkriminelle sehr gezielt Angriffspunkte im Bereich des Homeoffice suchen. Deshalb schützen wir uns natürlich verstärkt in diesem Umfeld mit Massnahmen wie z.B. Anomalien-Erkennungen oder Virenschutz. Da für uns die Vertraulichkeit der Kundendaten die höchste Priorität hat, müssen wir selbstverständlich im Sinne des Datenschutzes auch ein noch grösseres Augenmerk auf angemessene organisatorische Massnahmen legen.

Die Mitarbeitenden jeder Firma gelten als Einfallstor z.B. für Phishing. Was tut die Bank WIR, um ihre Mitarbeitenden zu sensibilisieren?

Die Mitarbeitenden der Bank WIR werden regelmässig durch E-Learnings und praktische Übungen u.a. auch zu diesen Informationssicherheitsthemen geschult.

Wie ist die Bank WIR auf einen Ernstfall vorbereitet?

Wir verlassen uns nicht nur auf unsere sehr gut dokumentierten Notfallprozesse, sondern führen auch im Rahmen des Business Continuity Managements Simulationen von Hackerangriffen durch, in denen wir nicht nur unsere Mitarbeitenden in der IT, sondern auch den Krisenstab und das Management mit einbeziehen.

Die Bank WIR verfolgt eine Cloud-First-Strategie. Was ist darunter zu verstehen und wie sicher sind Clouds? Bei neuen IT-Infrastrukturen, Plattformen oder Anwendun-

gen prüfen wir zunächst, ob diese auch in der Cloud betrieben werden könnten. Hierzu führen wir Risikoanalysen durch, in denen wir zunächst überprüfen, ob der Cloud Anbieter prinzipiell alle Anforderungen zur Datensicherheit und zum Datenschutz erfüllen kann. Der Massstab sind hier u.a. die Anforderungen der Finanzmarktaufsicht FINMA und der geltenden Datenschutzgesetze. Sind diese erfüllt, prüfen wir den jeweiligen Service, der in die Cloud ausgelagert werden soll.

Mit einem sehr gut qualifizierten Betriebsteam, klar definierten Prozessen sowie Rollen und Verantwortlichkeiten und nicht zuletzt einem durchdachten Architekturkonzept, können Cloud-Infrastrukturen sicher betrieben werden. Die Zeiten, in denen On-Premise-Lösungen im eigenen Rechenzentrum mehr Sicherheit und einen höheren Datenschutz geboten haben, sind in vielen Bereichen bereits vorbei. Cloud-Infrastrukturen bieten heute schon sehr ausgereifte Tools zur Sicherstellung der Compliance und eine sehr hohe Betriebsstabilität. Aber es gibt auch Unternehmen, die wieder eine «back-to-earth»-Strategie verfolgen und den Schritt in die Cloud bereut haben. Oftmals sind das Cloud-Projekte, die zu wenig durchdacht und überhastet umgesetzt wurden. Die Bank WIR agiert hier eher konservativ und in wohl überlegten kleineren Schritten, um ein sicheres Fundament für unsere Zukunft zu erstellen, auf dem wir dann sehr agil neue Produkte entsprechend sicher und nachhaltig anbieten können.

Sind Sie selbst auch schon in eine Phishing-Falle getappt?

Nein, bisher zum Glück nicht. Aber auch ich muss sowohl im beruflichen als auch privaten Umfeld sehr aufmerksam

agieren; die Angriffe werden immer ausgefeilter und schwerer erkennbar.

Zum Team von Michael Ankelin gehört Umut Yilmaz. Neben seiner beruflichen Tätigkeit als Information Security Officer bei der Bank WIR engagiert er sich als Vizepräsident der Liberal-Demokratischen Partei Basel-West. In letzterer Eigenschaft gehört er zu den Autoren der Motion «Stärkung der Cybersicherheit für staatliche Verwaltungen, Firmen und Private in Basel-Stadt», die vom Basler Grossen Rat Anfang Juni angenommen wurde. Anstoss für die Motion gab einerseits die zunehmende Bedrohungslage im Cyberraum, andererseits das – nach Dafürhalten der Motionäre – unzureichende Engagement der Politik auf dem Gebiet Cybersicherheit. Eine Hauptforderung der Motion ist die Schaffung eines kantonalen Kompetenzzentrums für Cybersicherheit – wie man sie schon in Zürich, Schwyz, St.Gallen und Baselland kennt. «Das macht als Ergänzung zur NCSC gerade für Basel Sinn», sagt Umut Yilmaz, «denn Basel ist als Finanzplatz, als bedeutender Standort der Life-Sciences-Industrie und als Güterumschlagsplatz ein attraktives Ziel für Cyberkriminelle.»

Würde die Kompetenzstelle geschaffen, so diene sie als Anlaufstelle für Opfer von Cyberkriminalität und würde erste Hilfsmassnahmen anbieten sowie Sensibilisierungskampagnen durchführen. Die Sammlung und Analyse von Cyberfällen erlaubte es zudem, die jeweilige Bedrohungslage besser einzuschätzen und so den Unternehmen und der ganzen Bevölkerung eine zusätzliche Sicherheit zu bieten.

Wie beurteilen Sie die gegenwärtige Bedrohungslage?



Umut Yilmaz: Die gegenwärtige allgemeine Bedrohungslage im Cyberraum ist sehr angespannt und auch für die Schweiz erhöht. Die Professionalisierung der Hackerbanden, der Ukraine-Konflikt und das fehlende Sicherheitsbewusstsein sind hierbei zentrale Faktoren. Auch die Statistiken des Nationalen Zentrums für Cybersicherheit NCSC bestätigen die massive Zunahme von Cyberfällen.

Im Jahr 2021 konnte man gegenüber 2020 eine Verdoppelung der Fälle feststellen, und bereits jetzt zählt man für dieses Jahr mehr Vorfälle als letztes Jahr. Obwohl die Schweiz nicht das primäre Angriffsziel von Russland ist, könnte sich die Bedrohungslage durch Spill-over-Effekte, die durch die Angriffe auf die Infrastruktur von anderen europäischen Staaten auch auf die Schweiz überschwapen, weiter verschärfen.

Gibt es Branchen, die besonders gefährdet sind?

Wenn man die diversen Cyberangriffe der letzten Wochen und Monate unter die Lupe nimmt, sieht man, dass Firmen

unabhängig von ihrer Branchentätigkeit angegriffen werden. Die Opferliste erstreckt sich über kantonale Verwaltungen, Autohändler, Spitäler, Banken und Versicherungen, Hochschulen oder auch Industriefirmen. Im besonderen Fokus der Hacker stehen KMU und kritische Einrichtungen wie z.B. Spitäler, da sich deren IT-Infrastrukturen oft als grösstes Tummelfeld für die Hacker anbieten.

Spielt die Grösse eines KMU eine Rolle für die Attraktivität bei Hackern?

Natürlich sind Firmen mit einer grösseren Bilanzsumme attraktiver für Angreifer. Die Attraktivität wird jedoch noch mehr von den jeweiligen Daten bestimmt, die eine Firma verarbeitet. Dabei werden die Schwachstellen von IT-Infrastrukturen präzise geplant oder zufällig identifiziert und ausgenutzt. Wenn dann die Möglichkeit für einen Hacker besteht, eine technische oder organisatorische Schwachstelle auszunutzen und Lösegeld zu erpressen, passiert das unabhängig von der Firmengrösse, da man sich primär finanziell bereichern will.

Es wird geschätzt, dass jedes Dritte KMU in der Schweiz schon Opfer eines Hackerangriffs wurde. Täuscht der Eindruck, dass man im Vergleich dazu doch eher selten von erfolgreichen Angriffen hört?

Die Dunkelziffer ist viel höher einzustufen, da gegenwärtig – abgesehen von FINMA-regulierten Unternehmen – keine Meldepflicht von Cyberfällen besteht. Aus Angst vor Imageschaden gehen viele angegriffene Firmen nicht vor die Presse. Die Politik in Bern diskutiert zurzeit über eine Art Meldepflicht bei kritischen Infrastrukturen, die auch Bussen vorsieht.

Wie schützt man sich am besten als KMU oder als Privatperson?

Eine allgemeine Patentlösung gibt es nicht, da die Anforderungen und die IT-Infrastrukturen der Firmen sich unterscheiden. Es gibt jedoch gewisse technische Grundschutzmassnahmen, welche die Hürde für einen Cyberangriff massiv erhöhen können. Hierzu zählen Offline-Back-ups, Firewallsysteme, Anti-Malware-Schutz, Einspielung von Updates, komplexe Passwörter und insbesondere die Absicherung von exponierten (externen) Zugriffen via Multi-Faktor-Authentifizierung. Nebst den technischen Massnahmen sind wiederkehrende Sensibilisierungs- und Trainingsmassnahmen der Mitarbeitenden essenziell, da in vielen Fällen das Durchdringen in das Firmennetzwerk über eine E-Mail mit schädlichen Links oder Anhängen erfolgt. Hier empfehle ich allen – auch privaten – Benutzern, mit dem Mauszeiger über den Link zu fahren (ohne ihn anzuklicken!) und zu prüfen, wohin der Link in der E-Mail tatsächlich führt.

Wenn «es» passiert ist und man z.B. Erpressern ausgeliefert ist, wie soll man sich verhalten?

Ganz wichtig ist es, für diesen Moment vorbereitet zu sein, indem man Drehbücher skizziert und Notfallprozesse z. B. für einen Ransomware-Fall wiederkehrend trainiert. So kann man im Ernstfall bedachter handeln und weiss, welche Schritte durch wen als Erstes einzuleiten sind. Hat man die Expertise nicht im Haus, sollte man sich Unterstützung z. B. bei externen Spezialisten oder der Anlaufstelle der NCSC holen. Einer Lösegeldforderung sollte man weder als KMU noch als Privatperson nachkommen, da man keine Garantien hat, dass die Daten tatsächlich wieder freigegeben werden.

Was kann der Staat für Firmen und Privatpersonen machen?

Der Staat bzw. die kantonalen Behörden können als Erst- anlaufstelle bei einem Cyberangriff die Opfer mit ihrer Expertise unterstützen und beraten. Die Empfehlung von präventiven Schutzmassnahmen und die Darstellung der aktuellen Bedrohungslage können KMU und Privatpersonen ebenfalls unterstützen, um ihre Resilienz zu erhöhen. Im Juni dieses Jahres hat der Grosse Rat von Basel eine von mir mitverfasste Motion angenommen, welche u. a. die Schaffung eines zentralen Cybercrime-Kompetenzzentrums fordert, um primär KMU und Private mit gezielten Massnahmen stärker zu unterstützen. Der Ball liegt jetzt beim Regierungsrat.

Wieso ist es so schwierig, Cyberkriminelle zu packen?

Weil die professionell organisierten Hackerbanden ihre Spuren in den meisten Fällen sehr gut verwischen können und meistens im Ausland sitzen. Durch technische Mittel können sie ihre Identitäten verbergen und leiten die Kommunikation durch viele verschiedene Länder um. Jedoch konnten in der jüngsten Vergangenheit durch die internationale Zusammenarbeit von verschiedenen Behörden grössere Hackerbanden zerschlagen und verhaftet werden. Einen Freischein nicht geschnappt zu werden, hat man als Cyberkrimineller also nicht.

Ist es von Nutzen, wenn Sie als Cybersecurity-Experte über Hackerwissen und -qualitäten verfügen?

Das kann enorm hilfreich sein. Um einen Dieb zu fassen, hilft es ja auch der Polizei, wenn sie wie ein Dieb denkt. Denn wenn man die Angriffsvektoren kennt, kann man auch spezifische Abwehrmassnahmen ableiten und umsetzen. Leider ist die Rekrutierung von guten Cybersicherheitsspezialisten aufgrund des Fachkräftemangels enorm schwierig. Die Schweizer Armee, das NCSC, aber auch private Sicherheitsfirmen kämpfen mit diesem Problem. Die Politik ist auch hier stark gefordert und sollte mit frühzeitigen Massnahmen intervenieren, insbesondere im Bildungswesen. So könnte dieses Problem mittelfristig entschärft werden.

● Interviews: Daniel Flury

s-u-p-e-r.ch

Cyberangriffe per E-Mail oder Messenger-Nachrichten nehmen zu. Um die Aufmerksamkeit der Bevölkerung zu fördern, haben das Nationale Zentrum für Cybersicherheit NCSC und die Schweizerische Kriminalprävention SKP gemeinsam mit den kantonalen und städtischen Polizeikörpern die nationale Sensibilisierungskampagne s-u-p-e-r.ch zum Thema Cybersicherheit gestartet.

Cyberangriffe erfolgen oftmals per E-Mail oder Nachricht über einen Messenger-Dienst. Cyberkriminelle versuchen potenzielle Opfer in die Falle zu locken, indem sie grosse Gewinne versprechen, ein Erbe eines Unbekannten in Aussicht stellen oder vorgeben, dass der Computer gehackt worden sei. Nicht immer ist der Betrug offensichtlich, denn die Angreifer werden immer geschickter. Häufig verwenden sie psychologische Tricks wie Angst und Zeitdruck oder nutzen die Hektik und Zerstreutheit der Empfängerinnen und Empfänger aus.

Schneller Klick, grosser Schaden

Eine scheinbar harmlose Aktion, wie der Klick auf einen Link oder das Öffnen eines Anhangs, kann zu grossem Schaden führen. Manchmal werden die Kreditkartendaten abgefragt und anschliessend missbraucht. Oder es wird eine Schadsoftware installiert und die Daten werden verschlüsselt und gestohlen. Sowohl für Unternehmen wie auch für Private kann dies existenzbedrohend sein. Die Ermittlungen gestalten sich oft schwierig, da die Kriminellen in der Regel aus dem Ausland operieren.

Abwehr durch Aufmerksamkeit

Mit der nötigen Aufmerksamkeit kann eine betrügerische Nachricht schnell erkannt und Schaden verhindert werden. Es gibt verschiedene Hinweise und Vorgehensarten, die auf einen Cyberangriff hindeuten. Seit Anfang September sensibilisieren das Nationale Zentrum für Cybersicherheit NCSC und die Schweizerische Kriminalprävention SKP gemeinsam mit den kantonalen und städtischen Polizeikörpern die Schweizer Bevölkerung für die Erkennung betrügerischer Nachrichten. Auf der Kampagnen-Website s-u-p-e-r.ch werden die wichtigsten Informationen vermittelt. Die Merkmale betrügerischer Nachrichten werden anhand konkreter Beispiele veranschaulicht. Mit einem Quiz lassen sich die erworbenen Fähigkeiten überprüfen. Die Sensibilisierungskampagne dauert bis am 16. Oktober 2022.

«Selbstliebe ist nicht Selbstverliebtheit»

Jonny Fischer an den Speakers Night in Cham und Thun



Von Unternehmer zu Unternehmer: Jonny Fischer an einer Speakers Night.

Mit Jonny Fischer verbindet man in erster Linie das Cabaretduo DivertiMento. Fischer hat mit dem Studio Zenmove aber auch ein Standbein im Gesundheitsbereich gefunden und tritt als Speaker und Trainer an Anlässen der Business Schmiede auf. So auch am 21. Oktober in Cham – zusammen mit Barbara Studer, Ernst Wyrsch und Florian Zimmermann – sowie am 4. November in Thun, dann mit Susanne Ruoff, Matthias Glarner und Rüdiger Böhm (business-schmiede.ch).

**business
//schmiede**

INSPIRATION.

MOTIVATION.

BUSINESS.

Im Interview verrät Jonny Fischer, was ihm Selbstliebe bedeutet und wie er mit Lampenfieber umgeht.

Wie sind Sie zur Business Schmiede gekommen?

Jonny Fischer: Ich war in einer Notsituation – sechs Wochen nach Eröffnung von Zenmove in Zürich kam der Lockdown – und suchte auf LinkedIn nach Hilfe und neuen Betätigungsfeldern. Adi Lang von der Business Schmiede meldete sich, und wie sich herausstellte, hatte er mich schon seit einiger Zeit als möglichen Speaker auf dem Radar. Das konkretisierte sich dann sehr rasch und war für beide Seiten ein Gewinn.

Wichtiger Bestandteil der Speakers Nights ist das Netzwerken. Welchen Stellenwert hat Networking für Sie?

Wenn alles rund läuft, vernachlässigt man das Netzwerken gerne, das geht auch mir so. Ein funktionierendes Netzwerk ist aber wichtig. Das merkt man spätestens dann, wenn man beispielsweise eine neue Geschäftsidee verfolgt und sich austauschen und kritischen Fragen stellen will.

Spricht man in der Schweiz jemanden an, lautet leider eine erste Reaktion häufig «Was will der von mir?» Das macht es nicht einfacher, in ein Netzwerk hineinzukommen. Meine Erfahrung ist, dass das Knüpfen von Kontakten im Ausland – und damit sogar in einer Fremdsprache – leichter fällt.

Verfolgen Sie dabei eine bestimmte Strategie?

Humor funktioniert fast immer. Selbstironie kann ein guter Einstieg sein. Dies selbst in Situationen, die unter anderen Umständen peinlich sind, etwa bei einem Fleck auf dem Hemd oder vor Aufregung nassen Händen. Man spricht es an, macht einen Scherz, und schon öffnen sich Tür und Tor.

Kennen Sie Lampenfieber vor einem Auftritt?

Ich bin vor einem Auftritt immer nervös und angespannt, egal, ob mich 5 oder 5000 Menschen erwarten. Zu Beginn meiner Karriere dachte ich, das sei unprofessionell. Heute ist diese Nervosität mein «Freund». Diese Intensität und der Adrenalin Schub sind positive Zeichen und die Bestätigung, dass das, was ich tue, mir etwas bedeutet.

Fotos: Robin Kirchhofer

Kann man sicheres Auftreten und freies Sprechen vor Publikum Ihrer Meinung nach lernen?

Man kann es bis zu einem gewissen Grad lernen. Doch es gibt Menschen, die einfach nicht dazu geboren sind. Leider wird auch in der Schule mehr Wert auf das Aufsagen von Gedichten oder das Auswendiglernen eines Vortrags gelegt als auf Improvisieren oder freies Sprechen.

Wenn dann noch mit dem Finger auf dich gezeigt wird, weil du einen roten Kopf bekommen oder einen Akkusativfehler gemacht hast, ist das nicht ermutigend. Wir sollten als Gesellschaft lernen, Menschen gewisse Eigenschaften oder das Fehlen derselben einfach zuzugestehen.

Sie bezeichnen sich selbst als extrovertiert, haben vor zehn Jahren aber unter Alleinsein gelitten – ohne Freundin, ohne die Unterstützung einer Familie – und dem Alkohol zugesprochen. Gerettet hat sie ein Klinikaufenthalt und die Entdeckung der Selbstliebe. Wie wichtig ist Selbstliebe im Unternehmertum?

Ich unterscheide zwischen Selbstliebe und Selbstverliebtheit. Letzteres grenzt an Narzissmus, während sich selbst lieben einfach heisst, sich so zu akzeptieren, wie man ist. Also z.B. mit dem dicken Bauch, den etwas schiefen Zähnen oder dem fehlenden Orientierungssinn etc. Ich empfinde den Umgang mit sich selbst liebenden Menschen als angenehm; die Sache steht dann im Vor-

dergrund und vermischt sich nicht mit der Person und ihren vermeintlichen Makeln.

Ein Aspekt der Selbstliebe dürfte Ihr morgendliches Ritual sein, sich vor dem Spiegel eine Minute lang anzulachen. Was macht das mit Ihnen?

Es geht darum, sich so zu akzeptieren, wie man ist. Ungeschminkt, ungekämmt, mit den Stellen, wo sich das Haar lichtet und den Stellen, wo sich das Fett sammelt. Der Körper merkt, wenn man ihn akzeptiert. Nach ein oder zwei Monaten stellt sich ein neues Körpergefühl ein, man bewegt sich anders, selbstbewusster. Man muss nicht mehr lamentieren, nichts mehr kaschieren, keine Fassade wahren und keinen schicken Anzug tragen, um sich als gut zu fühlen. Das registriert auch das Umfeld.

In Ihrer kürzlich erschienenen Biografie (Ich bin auch Jonathan, Wörterseh-Verlag) erzählen Sie über Ihre Jugend als «Sektebueb». Eine Folge des damals Erlebten war, dass Sie sehr selbstkritisch wurden, hart zu sich selbst und andern. Ist davon nichts mehr übriggeblieben?

Bestimmte Muster verfolgen einen ein Leben lang. Diese Selbstkritik holt mich immer wieder ein, aber die Abstände werden länger. Und es ist nicht mehr diese abgrundtiefe Selbstverachtung und nicht mehr dieselbe Strenge mit meinem Umfeld.



Jonny Fischer mit Business-Schmiede-Gründer Adi Lang.



Sie sagen, dass es im Geschäftsleben nötig sein kann, sich von einem bremsenden Umfeld zu trennen, wenn man etwas Neues anpacken will. Das kann schon auch schmerzhaft sein?

Eine Trennung finde ich dann für angebracht, wenn jemand beginnt, alles schon im Voraus immer nur negativ zu sehen. Dann resultiert eine Negativspirale. In einem solchen Fall ist die Trennung schmerzhaft, denn man hat ja vorher zusammengearbeitet und gut funktioniert. Schmerzhaft, aber auf eine andere Weise, ist auch konstruktive Kritik, die einen wunden Punkt trifft. Ich ärgere mich dann, dass ich nicht selbst darauf gekommen bin. Positiv daran ist, dass man weiterkommt. Das sind die besten Kritiker, und sie zählen zu meinen besten Freunden.

Sind Schweizer und Schweizerinnen übervorsichtig?

Nicht nur sie, das ist in unserer Welt sehr verbreitet. Man packt etwas erst an, wenn alles bis ins hinterste Detail geprüft ist. Da lauert die Angst vor dem Verdikt «Ich habs dir ja gesagt!», wenn etwas schief geht. Natürlich sollte man nicht blindlings in etwas reinlaufen, das man nicht kann oder nicht versteht. Aber wenn jemand unternehmerisch ist und erst nach einigen Misserfolgen den richtigen Dreh gefunden hat, dann sollte man genau das feiern und nicht auf den Misserfolgen herumreiten.

Während Ihrer Lehrerausbildung in Zug wohnten Sie in einem katholischen Internat. Welche Rolle spielt Religion oder Nächstenliebe heute in Ihrem Leben?

Wer sich selbst gernhat, kann auch andere lieben. Davon können zum Beispiel die Schwächsten profitieren. Ich denke da ganz konkret an Kinder in Afrika. Ich unterstütze die Wohltätigkeitsorganisation Ubungani Suisse, die mithilfe, die Lebensumstände von Kindern in den Townships in Südafrika zu verbessern. Auf diese Weise sage ich Danke für das, was mir in Kapstadt zufällt, denn dort halte ich mich gerne auf. Wenn ich in der Schweiz am Zaudern bin, gelingt es in Kapstadt. Ich treffe dort die besseren, mutigeren Entscheide.

Sie sind ausgebildeter Lehrer. Unser Bildungssystem könnte Sie gut gebrauchen. Haben Sie schon mal an einen Wiedereinstieg in den erlernten Beruf gedacht?

Den Lehrerberuf – ich habe Biologie und Sport unterrichtet – habe ich vor 22 Jahren an den Nagel gehängt. Ich möchte heute andere Dinge weitergeben als Schulstoff:

Wie lerne ich, eine eigene Meinung zu haben, mit Kritik umzugehen, mutig zu sein, mich auch mal abzugrenzen.

Im Herbst 2023 präsentieren Sie mit Manu Burkart das neue Programm von DivertiMento. Können Sie etwas über den Inhalt verraten?

Wir haben beide unabhängig voneinander während des Lockdowns viel Stoff gesammelt. Gegenwärtig spielen wir uns diese Szenen vor und sichten einen bunten Haufen von Ideen. Den ganzen Oktober über werden wir ausmisten und sortieren, erst dann ergibt sich ein roter Faden.

● Interview: Daniel Flury



Ticketverlosung für die Speakers Night in Cham vom Freitag, 21.10.2022

Machen Sie mit und gewinnen Sie 3x2 Tickets!

Programm

- 18.00 Uhr Einlass & Business-Networking
- 19.00 Uhr Barbara Studer
- Ernst Aschi Wyrsh
- 20:45 Uhr Networking-Pause
- 21.20 Uhr Florian Zimmermann
- Jonny Fischer
- 22.45 Uhr Abschluss offizieller Teil und Networking
- 23.45 Uhr Ende Veranstaltung



Im Ticket (Business) inbegriffen ist das Catering bis und mit der Networking Pause.

Artgrade your business!

Das unterschätzteste Geheimnis Ihres Erfolgs

Die Antwerpener Stilllebenmalerin Clara Peeters zeigt, dass gute Werbung eine Kunst ist.

Wie oft haben Sie heute bereits für sich geworben und selbstbewusst gesagt, hier bin ich und das sind meine Angebote? Die Antwerpener Künstlerin Clara Peeters (aktiv zwischen 1607 und 1621), die erste bekannte Stilllebenmalerin der europäischen Kunstgeschichte, demonstriert auf ihren Gemälden eindrucksvoll, wie erstklassige Selbstvermarktung funktioniert. In ihren Stillleben setzt sich die Künstlerin meisterhaft selbst in Szene, um zu unterstreichen, dass die Bilder von ihr, Clara Peeters, gemalt worden sind. Erfindungsreich baut die Malerin dazu ihre Signatur in ihre Gemälde ein, etwa als Gravur in einem auf dem Tischtuch liegenden Messer, als gebackener Buchstabe P, der auf ihren Namen Peeters verweist, oder als winzige Selbstporträts, wie auf diesem Stillleben aus dem Prado.

Auf den ersten Blick wirkt die Szene, als hätte jemand einen Apéritif verlassen und Wein und Süßigkeiten zufällig angeordnet zurückgelassen. Doch hier ist alles minutiös inszeniert, das Bild ist völlig durchkomponiert. Auf dem Tisch liegen in einer weissen Schale sowie auf einem Zinnteller getrocknete Feigen, Rosinen, Mandeln und Zuckergebäck. Im Hintergrund steht ein Weinglas in venezianischer Art. In der reich verzierten Vase und auf dem Tisch sind kunstvoll über zwanzig verschiedene Blumen drapiert, Rosmarinzweige und andere Blätter verleihen dem Strauss eine abwechslungsreiche Fülle. Obgleich das Bouquet realistisch erscheint, handelt es sich hierbei um eine kunstvolle Illusion. Da Blumen wie Pfingstrose, Narzisse und Mohn zu unterschiedlichen Jahreszeiten blühen, muss die Malerin die einzelnen Blumen in Naturstudien festgehalten haben, um diese später zu einem fiktiven Ensemble vereinen zu können.

Die Malerin en miniature im Mittelpunkt

Die importierten Trockenfrüchte, das Weinglas nach venezianischer Art und der in Nürnberg hergestellte vergoldete Kelch zeugen von einem wohlhabenden Besitzer. Doch diese oder dieser stehen nicht im Mittelpunkt des

Bildes. Vielmehr ist es die Malerin selbst. Denn auf der reflektierenden Oberfläche der Zinnkanne spiegeln sich mehrfach die Kontur der Malerin. Ebenfalls sind auf dem vergoldeten Kelch in der Bildmitte auf den herausgetriebenen Rundungen ihre Miniaturbildnisse mit Malpalette zu erkennen.



Bitte genau hinsehen: Clara Peeters verewigte sich mit zahlreichen Selbstporträts auf ihren Stillleben, wie hier auf dem vergoldeten Kelch und der Zinnkanne.

Insgesamt hat sich Clara Peeters mit sieben Selbstporträts in dieses Kunstwerk eingeschrieben, sie bilden das eigentliche Highlight des Gemäldes. Subtil und bestimmt leuchten diese auf dem Zinnkrug und dem vergoldeten Kelch. Diese offensive Eigenwerbung macht das Stillleben zum Lehrstück für Selbstvermarktung. Peeters setzte sich in jedem ihrer Gemälde unterhaltsam selbst ein Denkmal – durch P-Buchstaben, Signaturen an Tischkanten und Messergriffen oder mit Miniaturporträts – und kreierte auf diese Weise einen wiederkehrenden Signature-Style von höchster Qualität. Es ist, als würde die



Die Malerin Clara Peeters verbindet in ihren Arbeiten höchstes technisches Können mit geschicktem Selbstmarketing. Auf diesem Stillleben mit Blumen, einem vergoldeten Kelch, Mandeln, getrockneten Früchten, Zuckerwerk, Gebäck, Wein und einem Zinnkrug (Öl auf Eichenholz, 52x73 cm, Museo Nacional del Prado, Madrid) porträtiert sie sich selbst auf den spiegelnden Oberflächen der Gefäße.

Malerin den Betrachtenden zurufen «Hier bin ich, Clara Peeters. Ich verstehe mein Können wie keine andere». Mit diesen Stillleben hat sich Peeters zu einer wiedererkennbaren Marke entwickelt. Diese Art der kunstfertigen Werbung steigerte den Wert ihrer Gemälde und damit ihren Marktwert. Schon der Schriftsteller Henry David Thoreau (1817–1862) schrieb in seinem Buch «Walden», was ein Mensch über sich selbst denke, bestimme sein Schicksal mehr, als dass es über sein Schicksal Auskunft gäbe.

Kraftvolle Selbstvermarktung

Besonders am Beginn ihrer Selbstständigkeit fehlt Unternehmerinnen und Unternehmern oft das Selbstvertrauen, um sich ausreichend zu vermarkten und angemessene Preise für die eigene Leistung einzufordern. Ein innovatives Produkt, ein ausgeklügeltes Geschäftsmodell oder ein klares Alleinstellungsmerkmal, all das ist nutzlos, wenn man nicht mit einer starken inneren Haltung auftritt

und die eigenen Kompetenzen souverän anbietet. Doch viele Menschen, besonders Frauen, haben damit ein Problem. Sie feilen lieber monatelang an Konzepten und Produkten, anstatt das Telefon in die Hand zu nehmen, Vorträge zu halten oder durch andere kommunikative Aktionen für sich zu werben und selbstsicher zu vermitteln: «Hier bin ich. Ich habe ein tolles Produkt, möchten Sie eine/r der Ersten sein, die davon profitieren?»

Alan Weiss, ein US-amerikanischer Business Coach, stellt folgerichtig fest: «If you don't blow your own horn, there is no music.» Als Unternehmerin und Unternehmer gilt es, sich kraftvoll zu vermarkten, um aufzufallen und adäquate Einnahmen zu erwirtschaften. Dies gelingt leichter, wenn man sich aus der Menge abhebt, niemanden kopiert, sondern Dinge anders und qualitativ hochwertiger macht als andere, sich als Meinungsführer und Vordenker etabliert oder regelmässig in den Medien erscheint.

Clara Peeters scheint diese Strategie bereits vor 400 Jahren umgesetzt zu haben. Sie entwickelte eine aussergewöhnliche Präsenz, ganz buchstäblich auf ihren Gemälden. Zwar malten Künstlerinnen im 16. und beginnenden 17. Jahrhundert häufig Selbstporträts für potenzielle Kunden, um die eigene Kunstfertigkeit zu demonstrieren. Doch keine Malerin zeigte ihr Abbild auf eine so spielerische, fantasievolle und technisch anspruchsvolle Art und Weise wie Clara Peeters. Sie hat nicht nur gemalt, sondern sich auch als Künstlerpersönlichkeit mithilfe der Selbstporträts als Marke erfunden. Und gleichzeitig hat sie ihre Arbeiten mit ihren Signaturen und Miniaturporträts kunstvoll markiert.

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

Erfinderin des Fischstilllebens

Mit der Fülle an Selbstporträts verleiht Clara Peeters ihren Stillleben eine emotionale Anziehungskraft und ein besonderes Alleinstellungsmerkmal. Die Miniaturbildnisse offenbaren ihre Kühnheit und ihren Mut, den es wohl brauchte, um als Frau im 17. Jahrhundert als Künstlerin tätig zu sein und sich in einem Umfeld voller Konkurrenz zu behaupten. Der Antwerpener Kunstmarkt boomte zu Lebzeiten von Clara Peeters. Dort arbeiteten etwa zeitgleich Maler wie Peter Paul Rubens, Anthonis van Dyck, Jan Breughel d. Ältere oder Jacob van Hulstondck. In diesem Umfeld konnte sich Clara Peeters etablieren. Als erste Malerin erfand sie zudem das Sujet des Fischstilllebens. Mit ihrer malerischen Qualität sowie dem ihren Bildern innewohnenden neuartigen Realismus hat sich Clara Peeters nicht nur auf ihren Gemälden eine visuelle Präsenz verschafft, sondern auch auf dem Kunstmarkt. So gelang es ihr, Kunden in ganz Europa zu gewinnen. Zwei ihrer Stillleben erwarb einer der berühmtesten Kunstsammler ihrer Zeit, der Spanier Diego Mexía Felípez de Guzmán (ca. 1580–1655).

Clara Peeters als Vorbild für KMU

KMU können von den Strategien, die Künstlerinnen und Künstler anwenden, um sich aus der Menge anderer Kunstschaffender abzuheben, lernen. Wer sein Unternehmen mit dem verblüffend-humervollen Selbstbewusstsein und dem aussergewöhnlichen Können einer Clara Peeters führt und auf diese Weise ein sehr spezifisches Produkt oder eine Dienstleistung gestaltet, kann nur gewinnen.

- Wozu regt Sie die Selbstbranding-Strategie der Malerin Clara Peeters an?
- Wodurch stärken Sie Ihr professionelles Selbstbewusstsein?
- Wie machen Sie selbstbewusst, humorvoll und nachhaltig Werbung für sich?
- Wem sollten Sie sich und Ihre Produkte bzw. Dienstleistungen selbstbewusst präsentieren?
- Durch welche Schritte gestalten Sie sich selbst bzw. Ihre Firma zu einer Marke?

Artgrade your business!

● Ihre Jana Lucas

Inserateschlüsse bis April-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

November 2022

Dezember 2022

Januar 2023

Februar 2023

März 2023

April 2023

Inserateschluss

10. Oktober 2022

10. November 2022

9. Dezember 2022

10. Januar 2023

10. Februar 2023

10. März 2023

Der Unternehmergeist und der Hauswart

Viele Hauswarte bezeichnen sich gerne als Facility Manager. Nicht jeder Hauswart ist Facility Manager und nicht jeder Facility Manager ist Hauswart. Gerne werden beide Begriffe in einen Topf geworfen, aber Facility Management ist mittlerweile ein eigene Studienrichtung mit Bachelor- bzw. Masterabschluss.

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

Der Unternehmergeist hat sich als Hüttenwart im Matte-Lab und ehemaliger Dozent in der höheren Hauswartausbildung zum Thema Facility Management bzw. der Hauswartung ein paar Gedanken gemacht.

Liebe Leserin, lieber Leser

Als Kind hatte ich vor dem berüchtigten bösen Blick des Schulhauswarts grosse Angst. Schulhausabwarte waren unter uns Kindern gefürchtet, vor allen wenn wir Buben an unpassenden Orten Fussball spielten oder Kaugummi auf den Boden spuckten.

Sieht man sich alte Fotos an, so ist das Hauptwerkzeug eines Hausmeisters im 19. Jahrhundert und bis ca. 1960 ein Besen und natürlich ein Hammer. Später erst kamen Laubbläser, Minitraktoren, Tablets, Schneeräumgeräte und ähnliche Apparate hinzu.

Keine Schulleitung oder Gemeinde hätte dem Abwart 1960 den folgenden Satz um die Ohren hauen können: «Sie sind zuständig für die Werterhaltung der Immobilie und der technischen Anlagen sowie deren uneingeschränkte Nutzung!»

Die Abwarte meiner Kindertage hätten sich sicherlich zuerst einmal am Kopf gekratzt und über den Satz länger nachdenken müssen. Aber genau diese Aussage ist die aktuelle Formulierung für einen Facility Manager.

Grundsätzlich verfügt ein Hauswart meist über eine Ausbildung und Lehrabschluss in einem Handwerkerberuf, denn zu seinen Aufgaben gehören auch Reparaturarbeiten und das Instandhalten der Gebäude. In den meisten Fällen übertragen die Wohnungs- und Hauseigentümer dem Hauswart weitere Aufgaben wie das Anfertigen von Übergabeprotokollen bei Mieterwechsel, Zählerablesungen von Verbrauchertableaus oder das Überwachen von Handwerkern.

Damit nicht genug – Hauswarte bilden sich auch weiter und spezialisieren sich. Hier ein paar Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten zu diesem spannenden Beruf:



Wer hält eine Immobilie besser im Schuss: Akademiker oder Praktiker?

Foto: iStock

Fachleute Betriebsunterhalt EFZ

Fachleute Betriebsunterhalt EFZ pflegen und reinigen Gebäude und deren Umgebung. Sie überwachen die Haustechnik, führen Reparaturen aus, kümmern sich um Grünanlagen, halten Maschinen instand, entsorgen Abfälle und übernehmen Verwaltungsaufgaben.

Dipl. Hauswart/in BP

Seit 2005 gibt es in der Schweiz die Ausbildung zum eidgenössisch diplomierten Hauswart. Ein Hauswart ist Vorgesetzter der im Hausdienst tätigen Fachleute. Er ist verantwortlich für Gebäudekomplexe, Überbauungen, Liegenschaften und Schulen. Voraussetzung für eine Hauswartweiterbildung BP ist eine Lehre im Bereich Fachmann/-frau Betriebsunterhalt EFZ oder ein EFZ-Abschluss mit entsprechender Berufspraxis.

Hausmeister HFP

Hausmeister/in ist in der Schweiz ein geschützter Titel mit einem Eidgenössischen HFP-Diplom. Die Tätigkeiten bewegen sich mehr oder weniger im gleichen Berufsfeld wie die Hauswarte.

Facility Manager

Leiter/in Facility Management ist eine HFP-Ausbildung mit eidg. Diplom. Hinzu können noch akademische Hochschulabschlüsse bis zum MSc Real Estate & Facility Management kommen.

Moderne Hauswarte/Hausmeister sind also tatsächlich Facility Manager und machen alles, was zum Wohle der Immobilie und der Mieter getan werden muss.

Aus meiner Sicht ist jedoch das «Learning by doing» eine viel effizientere und auch qualitativ bessere Form der Ausbildung als ein Studium an einer Bildungsinstitution. Die zunehmende Komplexität vieler Tätigkeiten erfordert Praktiker, die wissen, wie man für die Werterhaltung der Immobilie und der technischen Anlagen sowie deren uneingeschränkte Nutzung anpackt. Es braucht meiner Erfahrung nach keine Pseudoakademiker, die wissen, wie man Masterarbeiten mit aus dem Internet übernommenen Inhalten zusammenschustert oder wie man intelligent über Themen referiert, die man nicht versteht. Nichts gegen akademische Berufe, aber hier sind Leute gefragt, die intelligent praktische Lösungen finden und anpacken können.

Nur eines macht der moderne Hauswart nicht mehr, und er soll es auch nicht tun: Kinder erschrecken!

Bis bald,

● Der Unternehmergeist

Neue WIR-Teilnehmer

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

AI

Fabian Dörig AG

flex

Heizsysteme

Sägehüslistrasse 16, 9050 Appenzell

T 071 787 89 18

www.doerig-heizsysteme.ch

Installation von Heizungs-, Lüftungs- und Klimaanlage

BE

Andy Anlagenbau AG

flex

Mühlestrasse 5, 3177 Laupen BE

T 031 741 46 92

www.andy-anlagenbau.ch

Herstellung von Stahlrohren usw.

ARLIMONT GmbH

30%

Alte Bernstrasse 164, 3613 Steffisburg

M 076 214 37 17

www.arlimont.ch

Sonstige Bauinstallation

Holzers Läder & Gschänk Stübli

flex

Barbara Holzer

Dorfstrasse 9, 3176 Neuenegg

T 058 477 72 88

www.leder-geschenke.ch

Detailhandel mit Lederwaren und Reiseartikeln

Schlosser AG

3%

Bözingenstrasse 155, 2504 Biel/Bienne

T 032 356 00 56

Elektroinstallation

BL

ARS Nothilfe

100%

Helsinki-Strasse 7, 4142 Münchenstein

T 061 411 00 88, F 061 411 26 20

Sonstige Interessenvertretungen und Vereinigungen

NDM Beteiligung GmbH

30%

Weierweg 7, 4410 Liestal

M 078 944 03 64

www.ndm.ch

Unternehmensberatung

BS

Restaurant Steinbock

50%

Centralbahnstrasse 19, 4051 Basel

T 061 272 73 05

info@restaurantsteinbock.ch, www.restaurantsteinbock.ch

Restaurants, Imbissstuben, Tea-Rooms und Gelaterias

immo.space AG 30%

Peter Merian-Str. 45, 4052 Basel
 T 061 515 31 00
 info@immo.space, www.immo.space
 Verwaltung von Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen für Dritte

Vanta AG 30%

Peter Merian-Str. 45, 4052 Basel
 T 061 391 01 59
 www.vanta.ch
 Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung, Buchführung,
 Treuhandgesellschaften

GR

J. Rizzi AG flex

Bahnhofstrasse 22, 7408 Cazis
 T 081 650 09 09
 www.rizzi.ch
 Allgemeiner Hoch- und Tiefbau ohne ausgeprägten Schwerpunkt

LU

Carrosserie Sempach Station AG 25%

Eichweid 12, 6203 Sempach Station
 T 041 811 99 99
 www.carrosserie-sempach.ch
 Reparatur und Lackieren von Carrosserien

Elektro Zimmerli Reiden AG flex

Hauptstrasse 80, 6260 Reiden
 T 062 758 15 57
 walter.zimmerli@bluewin.ch
 Elektroinstallation

haar-shop.ch Marketing AG flex

Schönwil 2, 6045 Meggen
 T 033 552 30 69
 riger.waefler@haar-shop.ch, www.haar-shop.ch
 Versand- und Internet-Detailhandel

SG

Auto Ehrbar Classic AG 3%

Industriestrasse 20a, 9630 Wattwil
 M 079 404 51 51
 info@auto-ehrbar-classic.ch, www.auto-ehrbar-classic.ch
 Instandhaltung und Reparatur von Automobilen

Creative Immobilien AG 5%

Zinggenstrasse 15, 9434 Au SG
 M 076 680 41 30
 latif@creativeimmobilien.ch, www.creativeimmobilien.ch
 Allgemeiner Hoch- und Tiefbau ohne ausgeprägten Schwerpunkt

Ro-Co Platten und Parkettleger GmbH flex

Tonhallestrasse 37, 9500 Wil SG
 M 079 430 47 47
 Verlegen von Fliesen und Platten

Stöckl Gartenbau GmbH 20%

Braunauerstrasse 970, 9512 Rossrüti
 T 071 910 21 11
 www.stoecklgartenbau.ch
 Garten- u. Landschaftsbau

SH

Hohberg Hotel & Restaurant 100%

Schweizersbildstrasse 20, 8207 Schaffhausen
 T 052 643 42 49, F 052 643 14 00
 welcome@hotel-hohberg.ch, www.hotel-hohberg.ch
 Restaurants, Imbissstuben, Tea-Room und Gelaterias

SO

directplan gmbh 30%

Ahornweg 7, 4524 Günsberg
M 079 663 98 46
Architekturbüros

G G Immo AG flex

Rainackerstrasse 7, 4625 Oberbuchsitzen
M 078 720 97 77
Kauf und Verkauf von eigenen Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen

Inamo GmbH flex

Gerlafingerstrasse 47, 4565 Rechterswil
saschacurti@gmail.com
Firmensitzaktivitäten von anderen Gesellschaften

TG

M. Lo Russo Zäune 10%

Michael Lo Russo
Fichtenstrasse 3, 9535 Wilen b. Wil
M 079 220 34 73
Sonstige Bauinstallation

Tscharner Bautech GmbH flex

Hauptstrasse 47, 9213 Hauptwil
T 071 422 61 71
info@tscharner.net, www.tscharner.net
Malerei und Gipserei ohne ausgeprägten Schwerpunkt

TI

TI - Immo SA 0%

Via Ramogna 12, 6600 Locarno
T 091 752 01 88
info@tiimmo.ch
Verwaltung von Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen für Dritte

VD

Anne-Noëlle Jubelin 3%

Village empowering humans
Rue des 2 Gares 6b, 1800 Vevey
M 078 228 42 78
annenoelle@village-project.org, www.village-project.org
Enseignement de disciplines sportives et d'activités de loisirs

MAISON de VILLE Sàrl 100%

Route d'Arzier 2, 1264 St-Cergue
T 022 360 01 10
www.themdv.ch
Restaurants, cafés, snack-bar, tea-rooms et salons de dégustation de glaces

STEINER PROMO & PARTICIPATIONS SA flex

Route de Lully 5, 1131 Tolochenaz
T 022 732 57 45
Investmentgesellschaften

Virtual Switches SA 10%

La Perraudettaz 1, 1422 Grandson
T 024 445 67 30
info@virtual-switches.ch, www.virtual-switches.ch
Autres études et conseils techniques

VS

Bender Emmanuel SA flex

Avenue des Grandes Maresc 110, 1920 Martigny
T 027 722 67 82
www.bendersa.ch
Services d'aménagement paysager

Hildbrand Robert AG 3%

Kreuzstrasse 5, 3945 Gampel
T 027 932 12 30, F 027 932 42 72
hildbrand.robert@rhone.ch, www.hildbrand.ch
Malerei und Gipserei ohne ausgeprägten Schwerpunkt

Saniduo Sàrl flex

Gemmistrasse 105, 3970 Salgesch
M 078 707 39 67
www.saniduo.ch
Installation d'équipements sanitaires et de chauffage

ZG

Evo Gipsergeschäft GmbH flex

Neuhofstrasse 3D, 6340 Baar
M 076 360 10 04

Anbringen von Stuckaturen, Gipserei und Verputzerei

Surrex Management AG 10%

Rosenweg 8B, 6340 Baar
M 076 380 99 06

Unternehmensberatung

milliPay Systems AG flex

Europa-Strasse 4, 8152 Glattbrugg

T 044 500 27 08

www.millipay.ch

Programmierungstätigkeiten

RBG AG flex

Europastrasse 4, 8152 Glattbrugg

T 044 809 62 12

www.wibobau.ch

Verwaltung von Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen für Dritte

ZH

Bahamterra AG flex

Europastrasse 4, 8152 Glattbrugg

T 044 809 62 12

www.wibobau.ch

Verwaltung von Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen für Dritte

Calamia Carrosserie & Autospritzwerk AG 3%

Mürtschenstrasse 2, 8637 Laupen ZH

T 055 246 37 07

www.calamia.ch

Reparatur und Lackieren von Carrosserien

CLAUDIO UMBAU GARTENBAU GHINEA 10%

Seerenstrasse 14, 8187 Weiach

M 078 301 79 45

Unterhalt und Reparatur von Gebäuden

Frei Bahnhof-Garage AG 3%

Schlosstalstrasse 211, 8408 Winterthur

T 052 224 01 01

www.freibahnhofgarage.ch

Instandhaltung und Reparatur von Automobilen

Kertész Kabel AG flex

Wibachstrasse 8, 8153 Rümlang

T 044 818 83 83

www.kerteszkabel.ch

Grosshandel mit sonstigen Maschinen und Ausrüstungen

«Die Zukunft
spielerisch gestalten.»

Enrico Lenzin,
Musiker & Weltenverbinder

Banking
für KMU
und Private

Gemeinschaft. Mehrwert. Schweiz.



WIR-Networks

12 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

WIR ne+work
Ostschweiz

Herbst-Wintermode persönlich erleben

Mode-Shopping-Party mit 100% WIR!

Das Team von Bossart Mode Flawil, freut sich, Ihnen am Freitag, 7. Oktober die neue Herbst-Wintermode 2022/23 zu präsentieren. Wir laden Sie ein, an diesem Abend unser grosses Sortiment an Damen- und Herrenmode zu erkunden und sich für die kommende Saison einzukleiden. Wählen Sie aus einem attraktiven Modemix internationaler Marken wie NILE, Opus, Street One, Drykorn, G-Star, Alberto, Olymp und vielen andern mehr, Ihre Lieblingsteile aus. Das Mode Team steht Ihnen für Beratung und Ideen gerne zur Verfügung. Der Apéro riche ist offeriert. Nutzen Sie die Gelegenheit und bezahlen Sie Ihren Einkauf mit 100% WIR. Wir freuen uns auf einen tollen Abend und interessante Begegnungen. www.bossartmode.ch



bossart
women. men. trend.

Freitag, 7. Oktober 2022

Bossart Modehaus, Wilerstr. 11, 9230 Flawil

Das Programm:	18,45 Uhr	Eintreffen der Gäste
	19.00 Uhr	Einführung in die Modetrends Herbst-Winter 2022/2023
		Apéro riche & Shopping-Party

FREIER EINKAUF MIT 100% WIR!

Der Anlass ist kostenlos

Anmeldung bis 3. Oktober 2022 über www.wir-network.ch/ostschweiz

«Wer clever einkauft,
spart schon beim
Wechselkurs.»

In 2 Min.
Demokonto
eröffnen

Einkaufsbummel mit Bowlingabend

Während des ganzen Tages können Sie bei Degiacomi Schuhe an der Grabenstrasse 44 und im Cecile-Modeshop im City West mit 100% WIR einkaufen. Ab 17.00 Uhr trifft sich das WIR Ne+work-Graubünden-Südostschweiz bei Cecil-Mode im City-West zum Apéro. Anschliessend begeben wir uns 2 Stockwerke tiefer zur Bowlinghalle. Nach dem Schuhwechselln und Gruppeneinteilung beginnen wir um 18.30 Uhr mit Bowling. (viel Spass). Für das Nachtessen dislozieren wir vom City West zum Café Express an der Raschärenstrasse 3 in Chur. Wir freuen uns auf einen gemütlichen Abend mit Ihnen.

CECIL
EST. 1989



Donnerstag
17. November 2022

City West
Comercialstrasse 32, Chur

Das Programm

17.00 Uhr Empfang bei CECIL-Mode mit Apéro

18.00 Uhr Bowling Center Chur

20.00 Uhr Nachtessen im Café Express, in Chur

22.00 Uhr Ende der Veranstaltung

Anmeldung

Bis 13. November 2022 unter www.wir-network.ch/graubuenden

Die Kosten

Pro Person 50.- CHW
inkl. Apéro, Bowling, Nachtessen
inkl. Getränke

Jetzt Mitglied
werden!
www.wir-netz.ch

NETWORK-EVENT - CASINO LASVEGAS

Spiel, Spass und Tanz in exklusiver Atmosphäre weit über Zürich.

An vier verschiedenen Spieltischen kann gezockt werden, während Live Musik zum Tanz einlädt. Die ideale Gelegenheit zum Netzwerken. Für das leibliche Wohl wird ein festliches 4 Gang Gala Menü serviert.



Freitag,
09. Dezember 2022

Uto Kulm
Uetliberg 652
8143 Uetliberg

Programm:

17:30 Aperó und Eintreffen der Gäste

18:00 Begrüssung

18:15 Casino wird eröffnet

19:00 Gala Menü

Nach dem Essen Tanzmusik und Casino

23:00 Rangverkündigung

Hotelzimmer:

vorhanden, müssen selber gebucht werden

Kleider Ordnung:

Festlich-Elegant

Kosten:

Mitglieder:

100.- CHW pro Person inkl. Getränke

Nicht Mitglieder :

200.- CHW pro Person inkl. Getränke

Anmeldung:

www.wir-netz.ch/anmeldung oder per
Mail: support@wir-netz.ch

«Weil wir
gerne ernten.»

Philippe Dorsaz, Philfruits,
Riddes, WIR-Netzwerker

Nachhaltig
Wachstum
finanzieren

Inserateschlüsse bis April-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
November 2022	10. Oktober 2022
Dezember 2022	10. November 2022
Januar 2023	9. Dezember 2022
Februar 2023	10. Januar 2023
März 2023	10. Februar 2023
April 2023	10. März 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 – Oktober 2022, 89. Jahrgang, Nr. 1121
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: Foto Frutig

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: 28 385

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 Werbegutschrift von 500 CHF. Auch über die WIR-Partner-Networks und die WIR-Expo können Sie Ihre Sichtbarkeit erhöhen.

Ihre Vorteile auf einen Blick

- Die ersten 500 CHF 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 CHF/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 CHF/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

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 CHF/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%



WIR-Expo

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

Webseite: wir-expo.ch
E-Mail: info@wir-expo.ch

Mediadaten WIRinfo

Inserateaufgabe und Beratung

inserate@wir.ch

Geschäftsbedingungen
Siehe www.wir.ch/agb-de

Inserateannahmeschluss: Bitte beachten Sie den Inserateschluss für das WIRinfo November 2022: Montag, 10. Oktober 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

QuarkXPress
InDesign
MS Word
PDF Acrobat
Illustrator
Photoshop

Mac

-
-
-
-
-
-

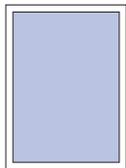
Win

-
-
-
-
-
-

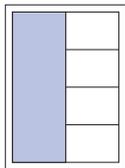
Wichtig: Bei offenen InDesign-, Illustrator- und Photoshop-Dateien müssen Schriften immer mitgeliefert werden (keine TrueType-Schriften). Die entsprechenden Zeichensatzkoffer und PostScript-Fonts bitte gezippt mitgeben. Bei PDF- und EPS-Dateien müssen Logos und Schriften eingebettet (mitgeliefert) sein.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

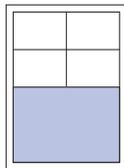
Inseratgrößen und Inseratepreise (alle Preise inkl. 7,7% MwSt., WIR-Anteil 75%)



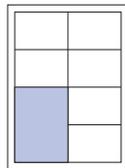
168x248 mm
1/1 Seite Inhalt



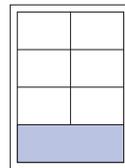
82x248 mm
1/2 Seite hoch (2-sp.)



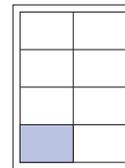
168x122 mm
1/2 Seite quer (4-sp.)



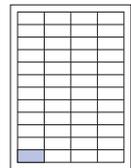
82x122 mm
1/4 Seite hoch (2-sp.)



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

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