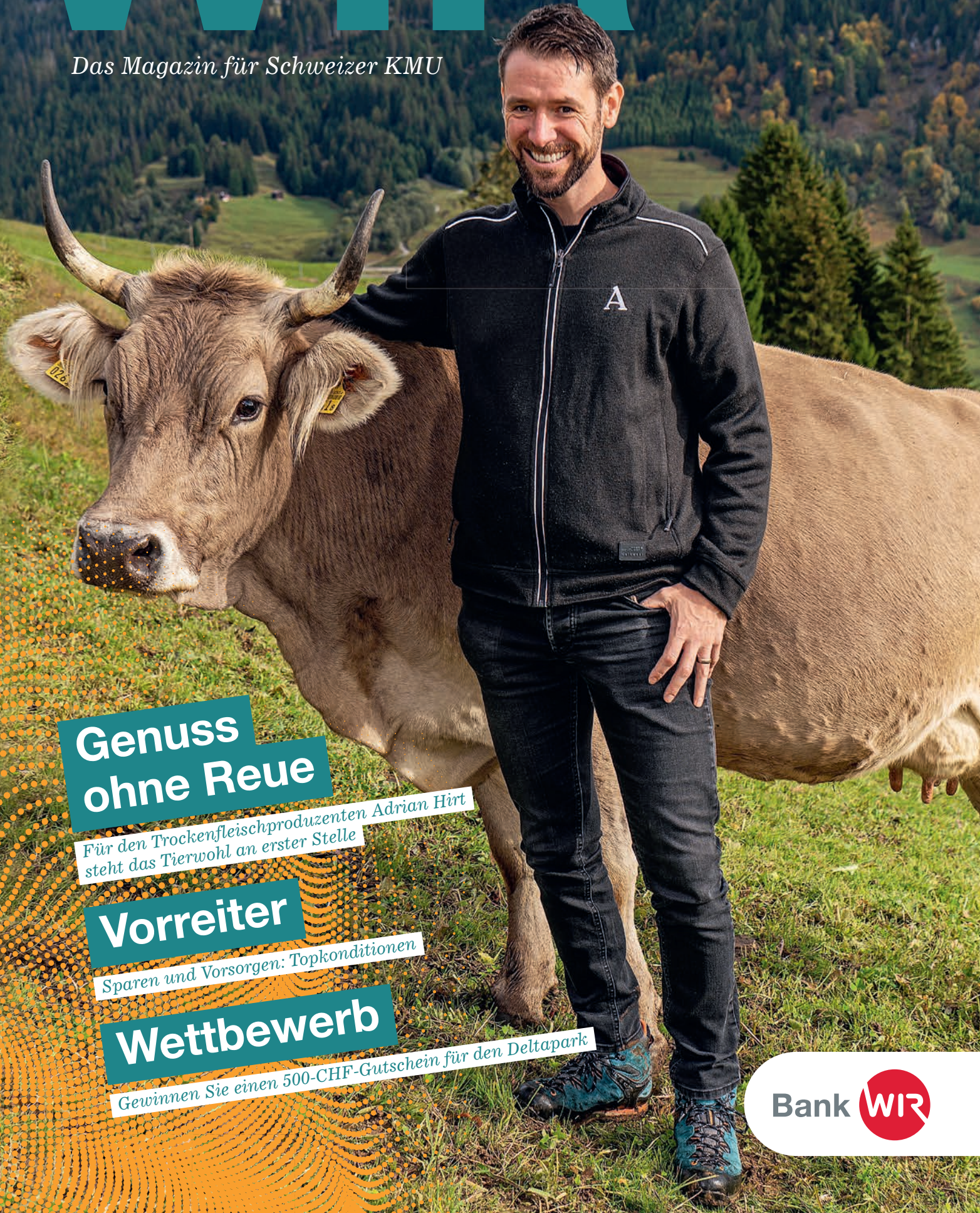


WIR info

11/2022

Das Magazin für Schweizer KMU



**Genuss
ohne Reue**

Für den Trockenfleischproduzenten Adrian Hirt
steht das Tierwohl an erster Stelle

Vorreiter

Sparen und Vorsorgen: Topkonditionen

Wettbewerb

Gewinnen Sie einen 500-CHF-Gutschein für den Deltapark

Bank **WIR**



Lucky

Editorial

Nicht nur die Reaktionsgeschwindigkeit ist bei der Bank WIR höher als bei anderen Finanzinstituten; auch bezüglich Konditionen ist sie immer zuvorderst dabei.

Am 22. September titelte finews.ch: «Die Bank, die fast schneller ›zieht‹ als die SNB». Mit «Bank» war die Bank WIR gemeint, die nur 10 Minuten nach der Erhöhung des Leitzinses auf 0,5% durch die Schweizerische Nationalbank SNB als erstes Finanzinstitut ankündigte, die Zinsen auf Sparkonti, Vorsorgekonto und Freizügigkeitskonto nach oben anzupassen. «Bereits im vergangenen Juni reagierte die Bank WIR am schnellsten auf die Zinserhöhung der Schweizerischen Nationalbank (SNB). Nun passt sie nochmals blitzartig die Konditionen auf Depositionen an», resümiert finews.ch und illustriert die Meldung mit der Cartoonfigur Lucky Luke, der bekanntlich schneller schießt als sein Schatten.

Lucky also, wer seine Spar- und Vorsorgegelder der Bank WIR anvertraut hat oder anvertrauen wird. Denn nicht nur die Reaktionsgeschwindigkeit der Bank WIR ist höher als bei anderen Banken, nein, auch die Konditionen für Spar- und Vorsorgeprodukte sind seit über zwei Jahrzehnten so ausgestaltet, dass unabhängige Vergleichsportale die Bank WIR immer in der Spitzengruppe bzw. unter den Top Drei listen können. Eine Übersicht der ab 1. Dezember geltenden Zinssätze finden Sie auf S. 20.

Bella, Fiona, Bianca, Nora, Sina, Tina, Nina, Belinda, Luna und Diana: Das ist die Top Ten der Kuh-Namen in der Schweiz. Nicht dabei ist «Lucky», was ein treffender Name für die Kühe wäre, die Adrian Hirt zu seinen Bündner Trockenfleischprodukten verarbeitet. Denn diese Kühe leben nicht nur länger auf ausgewählten Höfen – im Schnitt etwa 10 Jahre –, sie werden auch wesensgerecht gehalten und ernährt. «Natur und Gewissen – unsere einzigen Zusätze», lautet das Motto von Hirts Firma Alpahirt, die wir ab S. 6 vorstellen.

Wie immer im Herbst gibt es auch dieses Jahr etwas zu gewinnen. Beantworten Sie die Wettbewerbsfrage auf S. 40 – vielleicht sind genau Sie der «lucky winner» des 500-Franken-Gutscheins für den Deltapark!

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 12

Sie mögen es bequem? Dank der neuen Debit Mastercard WIRcard plus (DMC/WIR) wird Ihr Alltag noch einfacher, vielseitiger und sicherer: Mit der DMC/WIR können Sie online einkaufen, weltweit Waren und Dienstleistungen bezahlen und überall Bargeld beziehen. Natürlich ist die Karte auch im WIR-Netzwerk als Zahlungsmittel einsetzbar.



Seite 14

Das ultramoderne My Hotel Givisiez ist auf Geschäftsreisende und Seminargäste ausgerichtet. Direktor Fabien Rouxel ist zuversichtlich, dass es nach zwei schwierigen Pandemie-Jahren von Neuem abheben wird.

Seite 34

Während Corona haben viele Firmen gezwungenermassen ihre Prozesse digitalisiert. Jetzt werden sie verfeinert und ausgebaut, wie unsere Beispiele – Wiesner Gastronomie AG, Deltapark Vital-Resort (Foto), Engadin St. Moritz Tourismus und Hunn Gartenmöbel – zeigen.



- | | | |
|---|---|---|
| 6 Fleischgenuss ohne Reue
Adrian Hirt ist Alpahirt | 22 Planung. Papier. Pluspunkte.
Kolumne von Christoph Känel | 38 Wettbewerb |
| 12 Die neuen Debitkarten: für jeden Einsatz bereit
Debit Mastercard/WIRcard | 24 Der Unternehmergeist und der e-SUV
Kolumne von Karl Zimmermann | 40 Termine bis Ende Jahr |
| 14 Business- und Seminarhotel vor den Toren Freiburgs
My Hotel Givisiez | 26 Die Bank WIR ist auch Ausbildnerin | 41 Neue WIR-Teilnehmer |
| 18 Hausbau: fünf Tipps von der Finanzexpertin Sandra Schwenn | 30 Foire du Valais mit Besucherrekord | 45 Willkommen im WIR-Netzwerk |
| 20 Top-Konditionen: Ein Versprechen ohne Kompromisse
Sparen und Vorsorgen | 31 Digitalisierung: mit Bildung gegen den Fachkräftemangel | 78 Impressum |
| | 34 So hat Corona die Digitalisierung beflügelt | 79 Standorte der Bank WIR und Social Media |
| | | 80 Werbemöglichkeiten im WIR-Netzwerk |
| | | 82 Inseratepreise |



Adrian Hirt verfügt über ein Netzwerk von Bündner Landwirten, die ihre Tiere wesensgerecht halten und ernähren.

Fotos: Paul Haller

Fleischgenuss ohne Reue



Alpahirt produziert Bündner Trockenfleisch, bei dem das Tierwohl einen ebenso hohen Rang einnimmt wie der gute, naturbelassene Geschmack. Gründer und Inhaber Adrian Hirt greift dazu auf ein Rezept vom Urgrossvater zurück – und auf einen grossen Wissensschatz aus der Lebensmittelindustrie.



Der Baron passe hervorragend zu einem guten Glas Wein. Den Chili-Salsiz möge er am liebsten im Risotto. Und den Hanf-Salsiz in hausgemachten Ravioli. Oder zum Wandern: «Dafür liefert er Extra-Power!». Und dann wäre da noch das Bergfleisch für Heutage. «Der wird aus dem Rücken, dem Oberschenkel und der Huft der Bündner Kuh gemacht. Butterzart!» Der edle Veltliner Säumer – das Stück Trockenfleisch vom Rindsfilet – sei halt leider meist vergriffen. Ganz wie die echten Säumer einst – wertvoll beladen, aber schwer zu kriegen.

Man kauft es Adrian Hirt ab, wenn er Mühe bekundet, einen persönlichen Favoriten im Trockenfleisch- und Salsiz-Sortiment von Alphirt zu benennen. Selbst esse er nur sehr wenig Fleisch, merkt der Gründer und Inhaber dann auch sogleich an. Und konkretisiert: «Und fast nur solches von Grasfressern, die nicht den menschlichen Nahrungskreislauf konkurrenzieren.» Er, der Fleischproduzent, plädiert also für einen kleineren, bewussteren Fleischkonsum. Einen, für den kein Getreide importiert werden muss, um die Tiere zu füttern. Ein Fleischkonsum, bei dem das Tierwohl im Zentrum steht. Und der mit gutem Geschmack, frei von Zusatzstoffen oder Allergenen, auftrumpft.

Ein Bruchteil des Einkommens für die Ernährung

Adrian Hirt weiss viel Spannendes zu erzählen über Sinn und Unsinn der menschlichen Ernährungskultur, über Beschaffenheit und Nutzen von Kuhfladen, und vor allem auch über den teils fragwürdigen Einsatz von Konservierungsmitteln in Lebensmittelprodukten. Er bringt aufs Tapet, dass wir im Schnitt nur sechs Prozent des Einkommens für Lebensmittel ausgeben. Und zieht einen eindrücklichen Vergleich: «Vor 100 Jahren war es mehr als die Hälfte. Sogar für die Krankenkasse geben wir mehr aus», untermalt er das, was er eine Disbalance nennt. Schliesslich seien Übergewicht und Diabetes die beiden weltweit grössten Epidemien. Beides ist zu einem grossen Teil auf eine Über- und Fehlernährung zurückzuführen.

Studium als Augenöffner

Dass er sich beruflich dem Thema widmen würde, war nicht unbedingt vorgesehen. Denn ausbilden liess sich Hirt zum Chemielaboranten, woraufhin er in der Pharmaindustrie arbeitete. «Ich habe aber schnell gemerkt, dass das nicht zu mir passt», blickt er zurück. Mit dem Beginn des Bachelorstudiums in Lebensmitteltechnologie schlug er 2007 einen neuen Weg ein. Etwa zur gleichen Zeit, zu der alt Bundesrat Hans-Rudolf Merz mit seinem legendären Lachanfall dem «Bü-Bü-Bündnerfleisch» mediale Aufmerksamkeit weit über die Landesgrenzen hinaus beschert, interessiert sich auch Hirt für die Materie. Er liest, dass rund 80 Prozent des Bündnerfleisches aus importierten Tieren besteht und fast immer Pökelfstoffe enthält. Diese würden rein der Uniformierung



Adrian Hirt zu Besuch auf dem Hof von Franz und Roswita Dietrich in Andiast.

dienen, so Hirt. «Denn der Konsument ist so erzogen, dass nur rotes Fleisch als frisch gilt. Mit Pökelsalz wird die Farbe chemisch stabilisiert. Und es gilt als Hauptverursacher von Magen- und Darmkrebs.» Da fängt er an, vieles zu hinterfragen. Findet heraus, dass die Zugabe von Zucker bei den meisten Lebensmittelprodukten rein dazu dient, aufs Belohnungszentrum zu wirken. «Damit wir mehr davon essen.»

Mit dem Grossvater im Fleischkammerli

Mit zunehmendem Wissen wächst die Empörung des jungen Mannes. «Mir wurde bewusst: Mit allem was ich weiss, möchte ich nicht meine Lebenszeit damit verschwenden, die grossen Nahrungsmittelkonzerne noch reicher zu machen.» Stattdessen, so Hirt, wollte er gescheite Alternativen lancieren. Für sich, für seine Liebsten und für jede und jeden, der oder die sich ähnliche Gedanken zur Ernährung macht. Immer im Hinterkopf: Erinnerungen aus der Bündner Kindheit. «Ich bin



Adrian Hirts Grossvater ziert das Logo der Firma Alpahirt, der die Geheimrezeptur für das Trockenfleisch lieferte.

schliesslich mit dem Wissen aus dem Fleischkammerli von meinem «Neni» aufgewachsen», blickt er zurück. Jeweils im Herbst habe der Grossvater von einem lokalen Bauern einen «Stotzen» einer Kuh gekauft. Diesen dann auf dem Küchentisch entbeint, einen Monat lang in einen Bottich mit Rotwein, Salz und Gewürzen nach dem Rezept des eigenen Vaters eingelegt, gepresst, und schliesslich in der kleinen Fleischkammer im Dachstock getrocknet. «Ab dem Frühling hatten wir als Familie darum stets wunderbares Trockenfleisch», erinnert er sich drei Jahrzehnte später.

Cowboy in Kanada, Metzger in Jamaica

Alleine anhand dieser Erinnerungen – und einem über Generationen weitervererbten Familienrezept – ein Unternehmen aufzubauen, entspricht nicht Hirts durchdachter Art. Zuerst will er die Fleischartindustrie in all ihren Facetten kennenlernen. Ein halbes Jahr arbeitet er zunächst im Heimatkanton in einer Metzgerei. «Um zu wissen, was es

braucht.» Dann zieht es ihn nach Kanada, wo er während drei Monaten auf einer Farm bei Calgary lernt, mit Kühen umzugehen. «Da gab es 400 Mutterkühe, und alles wurde vom Pferd aus gemacht». Statt zurück in die Bündner Berge zog es ihn in den Süden, nach Jamaica. In der Metzgerei «Arosa», dem Unternehmen eines Appenzellers, arbeitet er als Betriebsleiter, sammelt Erfahrungen – und nicht nur Schöne.

Brand als Zäsur

Die Erlebnisse in Jamaica, so sagt Adrian Hirt selbst, helfen ihm heute zu reflektieren. Auch jetzt, Jahre später. «Ich weiss, wie gut es uns hier in der Schweiz geht. Selbst wenn mir die ganze Hütte abbrennt.» Für einen Moment lag die Zukunft von Alpahirt nämlich in Schutt und Asche. Wortwörtlich: Ein Brand im Jahr 2019 vernichtete nicht nur die Wohnung, sondern auch das nach seiner Rückkehr aus Jamaica gegründete Unternehmen «AlpenHirt» – samt der dazugehörigen Ladenfläche. Selbst als das Haus im bündnerischen Tschierschen noch in Flammen stand, habe er gewusst: Das ist eine Chance. Eine Chance, es noch besser zu machen. Zurückblickend weiss Adrian Hirt: das damalige Unternehmen war zu verzettelt, umfasste nebst Trockenfleisch auch Lebensmittelhanf und weitere 150 Produkte von schweizweiten Kleinproduzenten. Denn nebenbei hatte er mit Freunden auch noch die AlpenPionier AG gegründet. Das Ziel: Hanfsamen als heimische Proteinlieferanten wieder zurück auf den Teller zu bringen.

Er habe zu rasch zu viel gewollt, ordnet Adrian Hirt heute ein. Und stiess, indem er regelmässig sieben Tage die Woche arbeitete, an seine eigenen Grenzen. Beim Wiederaufbau fällt er den bewussten Entscheid, sich zu fokussieren. Und zwar, wie er es nennt, auf seine «Kuh- und Fleischartkompetenz». Auf das, was er vom Grossvater im Kämmerli gelernt hat.



Landwirt Franz Dietrich gehört zu den Lieferanten von Alpahirt.

Kleinunternehmen mit Ambitionen

Adrian Hirt möchte als Fleischproduzent eine Pionierrolle in der stattfindenden Fleischrevolution einnehmen, bis 2025 gar offiziell CO₂-neutral sein. Fleischrevolution? Er produziert Salsiz und Trockenfleisch, während Grossverteiler laufend mehr vegane Fleischersatzprodukte in ihr Sortiment aufnehmen. «Da bin ich pragmatisch. Wir Menschen essen schon sehr lange Fleisch», winkt er ab. «Die Kuh ist ein Nutztier und seit Jahrhunderten bei uns in den Alpen beheimatet.» Wichtig sei die Herkunft. «Ich gehe davon aus, dass 95 Prozent der Vegetarier und Veganer aus tierethischen Gründen kein Fleisch essen.» Immer mehr Konsumentinnen und Konsumenten würden sich daher mit Ursprung und Zusammensetzung von Fleischprodukten auseinandersetzen. «Und dafür sind wir mit Alphahirt zur richtigen Zeit genau am richtigen Ort.»

Die Grundlage für die Produkte von Alphahirt ist immer ein wesensgerecht gehaltenes und natürlich ernährtes Tier. Auch werden nur Mutter-, keine Milchkühe verwendet. «Milchkühe brauchen wegen des tiefen Milchpreises in den meisten Fällen Kraftfutter, um genug zu produzieren. Dabei sind Kühe Wiederkäuer. Die brauchen kein Kraftfutter», erklärt er. Kühe, die für Alphahirt gemetzget werden, wurden nicht mit Getreide gemästet – sondern ernähren sich nur von dem, was auf dem Hof wächst. Im Schnitt sind sie zehn Jahre alt. «Der Bauer meldet sich bei uns, wenn eine seiner Kühe keine Kälber mehr kriegt.» Die kurze Reise geht dann in den Schlachthof in Trun. «Dort wird das Tier genau nach unseren Anweisungen zerlegt und danach in den Trocknungsbetrieb «Sialm» oberhalb von Disentis gebracht.»

Dem Lebensmittel seinen Wert zurückgeben

Bei Alphahirt ist man bemüht, dass von den rund 100 pro Jahr verarbeiteten Kühen auch von jenen Stücken nichts verschwendet wird, die nicht zu Trockenfleisch verarbeitet werden können. Hirt nennt ein paar Beispiele: «Aus dem Fell machen wir Pfannenuntersetzer. Sehnen, Knochen und Innereien gehen für die Weiterverarbeitung an einen lokalen Hundefutterproduzenten. Und aus dem Fett stellen wir eine heimische Alternative zu Kokosfett her. Das gibt eine wunderbare Rösti!»

● Anita Suter

WIRmarket.ch > Alphahirt



Die Produktpalette umfasst auch Salsiz mit Hanf oder Chili.

Tierwohl an erster Stelle

Eine wesensgerechte und natürliche Tierhaltung schmeckt am Ende einfach besser. So ist es zu lesen auf der Webseite von Alphahirt. Sämtliche Fleischprodukte stammen von Kühen, die zum Zeitpunkt der Schlachtung durchschnittlich zehn Jahre alt und somit deutlich älter und schwerer als üblich sind. Die Tiere der Bündner Bio-Bauernbetriebe ernähren sich ausschliesslich von saftigem Gras, Heu und Silo, Klee und Kräutern – eben dem, was auf den Alpen wächst. Die Produkte von Alphahirt sind komplett frei von künstlichen Zusatzstoffen, Pökelsalz und Zucker. Als Grundlage für das Trockenfleisch dient die aus dem Jahr 1896 stammende geheime Rezeptur von Adrian Hirts Urgrossvater – dem Kopf im Logo von Alphahirt.

Die Produkte von Alphahirt sind in schweizweit rund 150 Feinkost-, Dorf- und Quartierläden, Metzgereien, Bäckereien und den Lebensmittelabteilungen von Globus, Manor sowie über den eigenen Online-shop erhältlich.

WIR-Special

Alpahirt akzeptiert in den Monaten November und Dezember 2022 einen WIR-Annahmesatz von 75 % auf die Kategorie Geschenkkideen, ab 200 und bis zu 1000 Franken pro Bestellung.

Sie mögen es bequem? Dank der neuen Debit Mastercard WIRcard plus (DMC/WIR) wird Ihr Alltag noch einfacher, vielseitiger und sicherer: Mit der DMC/WIR können Sie online einkaufen, weltweit Waren und Dienstleistungen bezahlen und überall Bargeld beziehen. Natürlich ist die Karte auch im WIR-Netzwerk als Zahlungsmittel einsetzbar.

Die DMC/WIR ersetzt die bisherige V PAY WIRcard plus: Neben den Funktionen der bisherigen WIRcard plus bietet Ihnen die DMC/WIR viele neue Vorteile und Möglichkeiten. Sie ist weltweit ein gern gesehenes und breit akzeptiertes Zahlungsmittel. Neu zahlen Sie damit auch im Internet. Ihre Kartendaten können Sie für Reservationen (z. B. Mietwagen) und Abonnementsdienste (z. B. Netflix, Spotify, SBB-Billette) hinterlegen. Die Belastungen erfolgen direkt auf Ihrem Konto. Ihre DMC/WIR verwalten Sie

unkompliziert in der App debiX+. Sie haben zudem die Möglichkeit, Ihre DMC/WIR mit Ihrem Smartphone oder Ihrer Smartwatch zu verbinden und damit an der Kasse oder online zu bezahlen. Seit Oktober 2022 sind mobile Zahlungen mit Apple Pay möglich, im November 2022 kommen Samsung Pay und Google Pay dazu.



**Die neuen
Debitkarten
für jeden Einsatz bereit**

Mit WIR-KMU-Paket kostenlos

Kundinnen und Kunden mit einem WIR-KMU-Paket erhalten eine DMC/WIR kostenlos (Zusatzkarten: 40 CHF pro Jahr). Für die Kundschaft ohne WIR-KMU-Paket kostet die DMC/WIR ebenfalls 40 CHF pro Jahr. Das Gleiche gilt für die Debit Mastercard (DMC), die Karte für Kunden ohne WIR-Konto.

Wichtig für Sie

Die bisherige V PAY WIRcard plus wird im November 2022 für alle bisherigen Karteninhaber/-innen automatisch und kostenlos durch die neue Debit Mastercard WIRcard plus ersetzt. Der bisherige Karten-PIN gilt auch für die neue DMC/WIR.

Weitere Informationen zu den neuen Karten und ihren Möglichkeiten finden Sie unter wir.ch/wircardplus

● Patrizia Herde



Die Vorteile der DCM/WIR auf einen Blick

- Online bezahlen – im Internet und im App Store
- Weltweit einsetzen – für Bargeldbezug und als Zahlungsmittel
- Kontaktlos bezahlen – auch per Smartphone
- Im WIR-Netzwerk in WIR und CHF bezahlen
- Kartenverwaltung über die App debiX+
- Kostenlos mit WIR-KMU-Paket



Die Debit Mastercard WIRcard plus (DMC/WIR) für Kundinnen und Kunden mit WIR-Konto (türkis).
Die Debit Mastercard (DMC) für Kundinnen und Kunden ohne WIR-Konto (rot).

*Hoteldirektor Fabien Rouxel vor dem
2020 neu eröffneten My Hotel.
Fotos: Olivier Gisiger*



Réception

my hotel

on

**Business- und
Seminarhotel
vor den Toren Freiburgs**

My Hotel Givisiez

Das ultramoderne My Hotel Givisiez ist auf Geschäftsreisende und Seminargäste ausgerichtet. Nach zwei schwierigen Pandemie-Jahren soll es jetzt von Neuem abheben.

Der Vorort Givisiez befindet sich knapp vier Kilometer oder vier Bahnminuten vom Freiburger Stadtzentrum mit der mittelalterlichen Altstadt und der gotischen Kathedrale entfernt. Ebenso gibt es in der Nähe einen Autobahnanschluss. Das Veranstaltungs- und Messezentrum Forum Fribourg, die FKB-Arena, Heimspielstätte des Eishockeyclubs HC Fribourg-Gottéron, sowie die Universität befinden sich in Reichweite. Und in unmittelbarer Nähe des Hotels bietet das Théâtre des Osses, Centre dramatique fribourgeois, ein reichhaltiges französischsprachiges Programm.

Das Dreisternehaus My Hotel Givisiez liegt nur 900 Meter vom Bahnhof entfernt; noch näher ist eine Busstation. Verkehrsgünstig gelegen ist das Hotel also. Nur ist Givisiez keine erstrangige Feriendestination. Das ist dem Besitzer des My Hotel Givisiez, Michel Luy, und seinem Direktor Fabien Rouxel sehr bewusst. Man hat das Hotel deshalb klar für zwei Kundenkreise positioniert: erstens für Business- und Seminargäste und zweitens für Reisegruppen.

Kaum eröffnet, schon geschlossen

Das ist allerdings leichter gesagt als getan. Das bestehende, mehr als zehn Jahre alte Hotel wurde nach einem umfangreichen Umbau und dem Neubau des Restaurants Motus im September 2020 unter dem neuen Namen My

Hotel wieder eröffnet. Das Timing war aber sehr ungünstig: Es war das erste Pandemie-Jahr. «Schon im November mussten wir wieder schliessen», erzählt Rouxel. Das ganze Jahr 2021 war eines, das man am liebsten vergisst. Und auch im Januar und Februar 2022 lief nichts.

Seit April sieht die Situation für Rouxel und die zwölf Angestellten wieder besser aus. «Auf dem Stand von 2019 sind wir aber noch lange nicht», erklärt der Direktor. Vor allem die Reisegruppen, die früher aus der halben Welt kamen, aus China, Spanien, Deutschland, Italien und so weiter, bleiben noch weitgehend aus. Und auch Homeoffice und Zoom-Meetings machen My Hotel wie auch anderen Betrieben, die auf Seminare und Tagungen spezialisiert sind, weiterhin zu schaffen.

Zweckmässige Zimmer, hochstehende Küche

Immerhin hat My Hotel einige regelmässige Kunden, die hier tagen und Seminare abhalten, etwa Coop und Migros, eine Grossbank oder Michelin Suisse SA, die ihre Niederlassung in Givisiez hat. Passenderweise befindet sich die französische Pneuflirma an der Route Joe-Siffert, die nach dem vor 51 Jahren tödlich verunfallten legendären Freiburger Autorennfahrer benannt ist.

Man wäre bereit. My Hotel Givisiez bietet alles, was Geschäftsreisende und Seminargäste verlangen. Von aus-



Die vier Seminarräume sind mit modernster Technik ausgerüstet.

sen wirkt das Haus nüchtern und modern. Und auch die 40 Zimmer sind einfach, aber zweckmässig eingerichtet, ohne viel Dekoration, dafür mit Arbeitsplätzen, Kaffeemaschine und vor allem Highspeed-WLAN-Verbindungen im ganzen Haus.

Es gibt ein reichhaltiges Frühstück, worauf Geschäftsreisende laut einer vor Kurzem veröffentlichten Umfrage des französischen Hotelkonzerns Accor neben dem Gratis-WLAN besonders grossen Wert legen. Zudem «legen wir auf die Qualität des Essens grössten Wert», sagt Fabien Rouxel. Der Küchenchef im Motus, Xavier Nevoux war zuvor jahrelang im Restaurant Trois Tours in Bourguillon bei Freiburg tätig, das mit einem Michelin-Stern ausgezeichnet ist.

Im Motus wird eine mediterran inspirierte Küche mit saisonalen Gerichten gepflegt. Frische lokale Produkte warten mit Aromen aus dem Mittelmeerraum auf, die sich mit lokalen Akzenten vermengen. So weit wie möglich berücksichtigt das Restaurant regionale Produzenten. Auffällig sind auch die günstigen Preise, was Gäste aus grösseren Schweizer Städten regelmässig überrascht. Dank der knappen Kalkulation füllt sich das Restaurant, geöffnet von Montag bis Freitag, vor allem mittags mit zahlreichen externen Gästen. Sie arbeiten vorwiegend im umliegenden Industrie- und Gewerbegebiet.

Modernste Konferenztechnik

Für Seminare ist das My Hotel bestens ausgerüstet: In den vier Seminarräumen findet sich modernste Konferenztechnik. Die riesigen Bildschirme können kabellos vom PC oder Tablet aus gesteuert und bespielt werden und verfügen über Touch Screens. Es gibt günstige Forfait-Angebote für Seminare, Sitzungen und Tagungen, die alles enthalten, von der Miete der Tagungsräume über den Pausenkaffee und die Mahlzeiten bis zur Übernachtung. Und Parkieren ist gratis, wie Fabien Rouxel betont, was heutzutage bei Hotels nicht mehr selbstverständlich ist. Zudem kann man das ganze Angebot des My Hotel Givisiez mit 100 Prozent WIR begleichen.

Fabien Rouxel, der ausgebildete Hotelier aus der Bretagne, der zusätzlich über ein Englisch-Lizenziat verfügt, will die Bekanntheit und Attraktivität des Hotels vorantreiben. So ist er daran, ein Treueprogramm mit interessanten Boni für gesammelte Punkte zu entwickeln – alles Internet-basiert, ohne dass seine Kunden eine weitere Plastikkarte mit sich herumtragen müssen. Zudem will er die Auftritte auf LinkedIn und Facebook intensivieren und professionalisieren. Die Zeit der Covid-Pandemie und der damit verbundenen Unsicherheiten und Einbrüche will man in Givisiez möglichst rasch hinter sich bringen und vergessen.

● Artur K. Vogel

WIRmarket.ch > My Hotel



Alle Hotelzimmer verfügen über Highspeed-WLAN.



Hochstehende Küche: Küchenchef Xavier Nevoux (l.) mit Koch Tekin Oktay.



Bunte Akzente im Restaurant Motus.



Chef-Rezeptionist Antoine Gendre und Fernanda Henguely (r.), verantwortlich für die Saalvermietung, beraten eine Kundin.

Hausbau: Fünf Tipps von der Finanzexpertin

Wer ein Haus bauen möchte, muss die Kosten im Griff haben – sonst drohen böse Überraschungen in Form von Mehrkosten und Baumängeln. Wie können Sie sich absichern? Sandra Schwenn ist Leiterin Kreditberatung Privat- und Firmenkunden bei der Bank WIR und hat fünf Tipps.

1. Beauftragen Sie einen GU

Ein Generalunternehmer (GU) übernimmt die komplette Bauleitung Ihres neuen Eigenheims – von der Planung bis zur Schlüsselübergabe. Der GU bietet Ihnen ein Kostendach und damit finanzielle Sicherheit. Das Risiko von Kostenüberschreitungen trägt der GU. Auch müssen Sie sich weder um das Einhalten der Termine noch um die Auftragsvergabe an Handwerker kümmern – dafür ist der GU verantwortlich. Damit haben Sie die grösstmögliche Planungs- und Budgetsicherheit. Dennoch sollten Sie den Werkvertrag gut durchlesen: So kann sich der GU zum Beispiel Preisanpassungen bei steigenden Materialkosten vorbehalten.

2. Überlassen Sie das Bauen den Profis

Auch wenn Sie ohne GU bauen, setzen Sie für den Hausbau auf ein erfahrenes Architekturbüro und seriöse Handwerksbetriebe. So können Sie sicher sein, dass die Arbeiten fachgerecht und pünktlich ausgeführt werden. Selbst wenn Sie ein begnadeter Heimwerker sind: Laien unterschätzen den Aufwand oft. Und: Falsch ausgeführte Arbeiten am Haus können teure Folgekosten nach sich ziehen. Lassen Sie im Zweifelsfall einen Bautreuhänder die unabhängige Bauüberwachung vornehmen, dann können Sie sich beruhigt zurücklehnen.

3. Wählen Sie Ihre Baupartner weise

Holen Sie von verschiedenen Unternehmen Offerten und vor allem auch Referenzen ein – und entscheiden Sie sich nicht einfach für den günstigsten Anbieter. Mit einer Firma, die unter dem Marktpreis arbeitet, steigt das Risiko von Bau- und Planungsmängeln. Seriöse Firmen erkennen Sie an einer persönlichen Beratung, einer transparenten Offerte und der Angabe von Referenzobjekten. Achten Sie auch auf diese Details, wenn Ihnen ein Unter-



Sandra Schwenn.

nehmen persönlich empfohlen wird. Wichtig ist, dass Sie eine Reserve für Kostenüberschreitungen einplanen – Experten raten zu etwa 10% des Baubudgets – und die laufenden Kosten stets im Blick haben. So können Sie bei sich anbahnenden Mehrkosten schnell reagieren. Auch die Vorlage einer Betreuungsauskunft ist heute durchaus zulässig, denn nur so können Sie auch Schwarz auf Weiss sehen, ob die Bonität Ihres zukünftigen Partners gut ist.

4. Setzen Sie auf Nachhaltigkeit

Denken Sie beim Bauen an die Zukunft: Eine energetische Bauweise erscheint zunächst teuer, ist aber nachhaltig und wertet Ihr Eigenheim langfristig auf. Die Energiegesetze bzw. die Mustervorschriften der Kantone im Energiebereich (MuKE 2014) schreiben für Neubauten





Gute Voraussetzungen: ein seriöser Generalunternehmer, erfahrene Handwerker und die richtige Bank als Partner.

Foto: iStock

Mindeststandards vor, zum Beispiel punkto Wärmedämmung und Heizwärmebedarf. Darüber hinaus steht es Ihnen frei, Ihr künftiges Haus noch umweltfreundlicher zu bauen, zum Beispiel nach Minergie-P-Standard. Dabei profitieren Sie von Fördergeldern und Steuererleichterungen; auch erhöht sich der Wert Ihrer Liegenschaft und Sie senken den Heizwärmebedarf dauerhaft. Eine energieeffiziente Bauweise lohnt sich also auch aus finanzieller Sicht.

5. Planen Sie Ihre Finanzen langfristig

Viele Bauherrinnen und Bauherren unterschätzen die laufenden Kosten eines Eigenheims. Nicht nur der Hypothekenzins, auch Rücklagen für Unterhalt, Umbauten und Sanierungen stehen an. Im Neubau geht manchmal vergessen, dass Bauteile, haustechnische Anlagen und Ge-

räte vom ersten Tag an altern und irgendwann saniert oder ersetzt werden müssen. Auch die steuerlichen Aspekte eines Hausbaus sind nicht zu unterschätzen. Einzahlungen in die Säule 3a lohnen sich für fast jeden und können Ihre steuerliche Gesamtbelastung senken. Die Beratung durch einen Steuerexperten macht in den meisten Fällen Sinn. Wer baut, sollte also mit Blick in die Zukunft kalkulieren. Legen Sie Ihre Planung in vertrauensvolle Hände, damit Ihre Immobilie auch morgen noch finanzierbar ist und bei sich veränderbaren Lebenslagen bezahlbar bleibt.

Sparen und Vorsorgen

Top-Konditionen: Ein Versprechen ohne Kompromisse

Nur ein paar Minuten ging die Schweizerische Nationalbank mit ihrem Leitzinsentscheid am 22. September in Vorsprung – dann untermauerte die Bank WIR einmal mehr ihre gesamtschweizerische Vorreiterrolle für Vorsorge- und Sparangebote.

Hypo: Vorteilhafte Saron-Berechnung

Durch die SNB-Leitzinserhöhung steigt der Referenzzinssatz für Geldmarkthypotheke – und hierbei hatte sich die Bank WIR bei der Saron-Einführung vor rund zwei Jahren als eines der ganz wenigen Finanzinstitute für die Berechnungsmethode «Last Reset» («Period Shift») entschieden. «Kundinnen und Kunden kennen spätestens am Starttag einer Zinsperiode ihren für das ganze Quartal gültigen Zinssatz», erklärt Matthias Pfeifer, Leiter Privat- und Firmenkunden. «Für uns stehen Transparenz und Kundenfreundlichkeit ganz klar im Vordergrund», so Pfeifer. Bei allen anderen Berechnungsvarianten wird der höhere Leitzins nun bereits rückwirkend zu einer grösseren Zinslast für Hypothekendarlehmerinnen und -nehmer führen. «Und dies gilt auch für alle weiteren Erhöhungsschritte durch die SNB.»

«Die Bank, die fast schneller zieht als die SNB», konstatierte das Finanzportal «Finews» an jenem Donnerstagmorgen, kurz nach 9.30 Uhr. Kurz zuvor hatte die Schweizerische Nationalbank die Leitzinserhöhung auf 0,5 Prozent bekanntgegeben und damit die lange Phase der Negativzinsen beendet. Die Ankündigung der Bank WIR, die Zinsen auf allen Vorsorge- und Sparangeboten anzuheben, schlug medial Wellen: «Zinshammer: So spüren wir die Auswirkungen», titelte beispielsweise «20 Minuten» in gewohnt plakativer Manier.

Auch der in jenem Artikel vorkommende Marktbeobachter hatte (wie viele andere davor und danach) nicht damit gerechnet, dass auf Bankenseite alles so schnell geht. «Banken brauchen ein paar Wochen, bis sie die Veränderungen eingepreist haben», wurde er zitiert, «etwas länger dauere es, bis Zinsen aufs Sparkonto steigen.» Die Redaktion relativierte sogleich: «Die Bank WIR preschte bereits vor.» Und Sara Stalder, Geschäftsführerin der Stiftung für Konsumentenschutz, nahm in einem Inter-



Die «Sparsäuli»-Lösung erhält durch steigende Zinsen in der Schweiz wieder Konkurrenz.

Foto: iStock

view die Reaktion der Bank WIR gar als Argument, einen analogen Zinsschritt von «den Grossen» zu fordern.

Hintergrund der Zinserhöhung ist natürlich der Kampf gegen die Inflation. Dabei ist die Situation in der Schweiz im Vergleich zum Ausland noch «glimpflich». Und diese Teuerung hat primär globale Ursachen: Probleme in den Lieferketten rund um den Globus, dazu die teuren Rettungsmassnahmen im Zuge der Corona-Pandemie – und zu guter Letzt die steigenden Energiepreise. «Die Inflation in jedem Land geht nur zum Teil auf dortige Entwicklungen zurück und wird stark durch steigende Preise von importierten Produkten befeuert», erklärt Markus Diem Meier, Chefredaktor der «Handelszeitung».

Bereits nach der SNB-Zinserhöhung Mitte Juni hatte die Genossenschaftsbank vorgelegt und als erstes schweizweit tätiges Finanzinstitut den kompletten Verzicht auf Negativzinsen bekannt gegeben. Nun geht es zinsmässig wieder nach oben: «Mit diesem Schritt wollen wir unsere Vorreiterrolle untermauern und unser Versprechen, Spar- und Vorsorgelösungen zu Top-Konditionen anzubieten, ohne Kompromisse einhalten», erklärt CEO Bruno Stiegeler.

Schon vor dieser Ankündigung nimmt die Bank WIR in den Bereichen Vorsorgen und Sparen auf den Vergleichsplattformen Top-Positionen ein. «Trotzdem gehen wir nun

noch einen Schritt weiter», so Stiegeler. So wird auf dem **Terzo-Konto (Vorsorgesparen Säule 3a)** der Zins auf 0,4 Prozent verdoppelt. Beim **Freizügigkeitskonto (FZ)** steigt die Verzinsung von 0,05 auf 0,15 Prozent. Auch Kundinnen und Kunden, die mit der **digitalen Wertschriftenlösung VIAC** vorsorgen (Säule 3a und/oder Freizügigkeit), erhalten auf dem Cash-Anteil künftig eine höhere Verzinsung.

Ebenfalls deutlich ist die Veränderung auf dem **«Sparkonto 60+»**: Die bisherige Verzinsung von 0,1 Prozent erhöht sich auf 0,25 Prozent. Auch das restliche Sparangebot, das als Besonderheit nebst Privaten auch KMU-Kunden zur Verfügung steht, wird attraktiver: Auf dem klassischen **Sparkonto** steigt die Verzinsung von 0,05 auf 0,15 Prozent – beim **Bonussparkonto** wird die Basisverzinsung auf 0,2 Prozent verdoppelt, sodass mit den Bonusstufen neu eine Maximalverzinsung von 0,6 Prozent möglich wird.

Die Kundinnen und Kunden profitieren von der breiten Palette an Zinserhöhungen ab 1. Dezember 2022. «Natürlich beobachten wir die geldpolitische Entwicklung in der Schweiz und die damit einhergehenden Schritte der SNB sehr genau und schliessen, je nach Entwicklung, weitere Zinserhöhungen nicht aus», so Stiegeler.

● Volker Strohm

Christoph Känel.
Foto: Raffi Falchi

Planung. Papier. Pluspunkte.

*Investitionsideen für den Betrieb wecken Finanzierungsbedürfnisse.
Doch: Wie erhalte ich das dafür notwendige Geld?*

Welche Idee schwirrt in Ihrem Kopf herum? Der Kauf oder Zukauf einer gewerblichen Liegenschaft? Ein neues Projekt mit neuen, Erfolg versprechenden Konzepten? Sollen die Zimmer und/oder der Restaurationsbereich erneuert werden – oder planen Sie «nur» den werterhaltenden Unterhalt an der Liegenschaft? Der Finanzierungsbedarf in der Hotellerie-Branche ist gross – und eines ist den vorgenannten Ideen gemein: Sie kosten Geld.

Pluspunkte für die Finanzierung und folglich Umsetzung einer Idee werden durch eine strukturierte Herangehensweise gesammelt. Heisst konkret: erst Planung, dann Schätzung des Kostenvolumens, dann Konzept. Dabei ist die Zusammenarbeit mit diversen Fachspezialisten unabdingbar. Dazu zählen nicht nur (Innen-)Architekt, sondern auch eine Marketing-Fachperson und Finanzspezialisten wie etwa aus dem Bereich Treuhand.

In dieser Planung erhalten alle klare Aufgabengebiete: Der Architekt oder die Architektin nimmt nicht nur die Bauplanung samt Kostenschätzung und das Einholen von Handwerkerofferten vor, er oder sie muss zwingend auch auf die Arbeitsabläufe achten. Gerade hier kann viel Geld gespart oder eben – leider zu häufig der Fall – unnötig verloren werden. Innenarchitekten unterstützen beim gewünschten Ambiente durch Beratung in der Einrichtung wie beispielsweise dem Farbkonzept. Die Marktanalyse – also der Blick auf die Mitbewerbenden –, das Definieren des Gästesegments, das Werbekonzept sowie die Kommunikation sind Aufgabe der Marketing-Fachperson. Und «last but not least» erstellt die Treuhänderin das Budget nach erfolgter Investition und bereitet die Abschlusszahlen auf.

Und genau jetzt – und hiermit schlage ich die Brücke zu meiner ersten Kolumne – kommt die Bank und mit ihr ich in der Rolle als Übersetzer ins Spiel. Dabei gilt es, folgende Faustregel zu beachten: Der Gang zur finanzierenden Bank kann *ein Mal* vorgenommen werden. Genau deshalb sind die einzureichenden Unterlagen, die dem Finanzinstitut vor einem Gespräch zur Erstprüfung dienen, entscheidend. Matchentscheidend.

Heisst im Klartext – und hierfür greife ich zur Aufzählungsform im Sinne einer Checkliste:

- Jahresabschlüsse der vergangenen drei Geschäftsjahre (bei bestehendem Betrieb)
- Revisionsbericht zur Firma
- Businessplan mit Marketingkonzept sowie Budget über mindestens drei Jahre nach Fertigstellung der geplanten Investition
- Lebenslauf der operativen Leitung
- verbindliche Baupläne zum Projekt
- verbindlicher Kostenvoranschlag (KV) nach Baukostenplan (BKP) zum Projekt
- Finanzbedarf

Ihr Ziel: ein Erstgespräch mit der Bank, allenfalls – bei bereits bestehendem Betrieb – kombiniert mit einer Betriebsbesichtigung.

Als kleiner Spoiler auf eine der nächsten Kolumnen zu den wichtigsten Kennzahlen: Das finanzierende Institut stützt sich mehrheitlich auf den Unternehmenswert nach der DCF-Methode (Ertragswert) ab. Davon werden in der Regel 50 bis 60 Prozent, bestenfalls 75 Prozent finanziert. Der Gap, also die Lücke zwischen Anlagekosten und möglicher Finanzierung durch die Bank, kann nebst den erforderlichen Eigenmitteln der Bauherrschaft auch durch die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit Zürich, kurz SGH, geschlossen werden. Sie beurteilt Projekte, gewährt Finanzierungen in Form von nachrangigen Darlehen zur Bank und arbeitet dazu beispielsweise eng mit der Bank WIR zusammen.

Damit nicht genug: Auch die regionale Wirtschaftsförderung der Kantone, die Stiftung Berghilfe oder Bürgerschaftsgenossenschaften der Schweiz sind weitere potenzielle Finanzierungspartner. Denn der Finanzierungsbedarf in der Hotellerie-Branche ist gross – und eines ist allen gemein: Sie kosten Geld.

● 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».

Der Unternehmergeist und der e-SUV

Hallo, hier bin ich wieder, euer Unternehmergeist... und dieses Mal mache ich mir Gedanken zum Thema subventionierte Elektromobilität.

Wenn ich an den Lauf der Dinge um mich herum denke, dann gibt es etwas, das alle verbindet, ausgedrückt mit einer alten Weisheit: Nichts ist so konstant wie die Veränderung.

Tout passe, tout lasse, tout casse et tout se remplace, dieses französische Sprichwort kennen sicher einige – alles geht vorbei, ist vergänglich, geht kaputt und ist ersetzbar.

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 Gewerbebar der KMU-Stadt Bern.

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

Wandel

Einst waren Elektroautos winzige Plastikkabinen für Freaks, denen es nichts ausmachte, dass sie beim Fahren den Kopf einziehen und ihr schrulliges Gefährt alle paar Monate in den Service bringen mussten.

Elon Musk sei Dank sind e-Autos heute Prestigeobjekte, die gross, durchgestylt, mit sehr vielen Pferdestärken unter der Haube und alltagstauglich sind. Musk hat das Image des Freakmobils entstaubt. Es ist vor allem der Verdienst seines Unternehmergeistes, dass der Verkauf von Elektroautos letztes Jahr in der Schweiz um sagenhafte 62 Prozent zugenommen hat. Das Modell Tesla 3 war sogar schweizweit das meistverkaufte Auto.

Staatssache

Mitgeholfen hat aber auch unser Staat, der mit grosszügigen Anreizen und mit einem grossen Strauss voller direkter und indirekter Subventionen den Verkauf angekurbelt hat. So sind elektrisch angetriebene Fahrzeuge von der Automobilsteuer von 4 Prozent befreit, die bei der Einfuhr von Personenwagen normalerweise anfällt. Auch die Benutzung der Strassen wird den Haltern der zum Teil tonnenschweren SUV geschenkt: Denn deren Bau und Unterhalt finanzieren ausschliesslich die Halter von Benzin- und Dieselaautos, indem sie mit jedem Liter Treibstoff satte 73 Rappen Mineralölsteuer in den Topf für den Strassenunterhalt zahlen.

Ausserdem fallen in vielen Kantonen für Elektroautos keine oder nur eine stark reduzierte Motorfahrzeugsteuer an. Auch das ist ein Geschenk des Staates. Einige Kantone drücken Käufern umweltfreundlicher Autos gar bis zu 5000 Franken bar auf die Hand, als Dankeschön für den umweltfreundlichen Kauf.

Alle Vergünstigungen zusammengezählt, bekommt etwa ein Tesla-3-Fahrer im Kanton Zürich vom Staat während einer Haltedauer von acht Jahren rund 10000 Franken geschenkt, wenn er so viel fährt wie ein Durchschnittsschweizer. Beim Tesla S, Musks Luxusausführung, sind es sogar 15000 Franken.

Nutzer

Vom Goldregen der öffentlichen Hand profitieren allerdings vor allem Besserverdienende. Für viele Menschen der unteren Einkommensschichten und Mieter bleiben die Klimageschenke unerreichbar: Bei ihnen liegt ein Elektroauto trotz tieferer Vollkosten oft nicht drin. Zu diesem Schluss kommt eine Studie der Deutschen Bank. In der Schweiz ist das nicht anders.

Denn beim Einstellhallenplatz der Mietwohnung ist meist keine Ladestation installiert, und ohne die Möglichkeit einer nächtlichen Ladung ist ein Elektroauto nicht praxis-

tauglich. Selbst wenn eine Mieterin in Kauf nimmt, ihr Fahrzeug auswärts zu laden, hat sie einen entscheidenden Nachteil: Sie zahlt bei der öffentlichen Schnellladestation einen sehr viel höheren Strompreis.

Die Subventionierung der Elektroautos schafft deshalb eine staatliche Umverteilung von unten nach oben. Mit anderen Worten: Der Kleinunternehmer und der einfache Búezer muss mit seinen Steuern helfen, schwere, elektrisch angetriebene Luxuslimousinen von reichen Anwälten, Managern und Spitzenbeamtinnen zu finanzieren, wie sie auch in meinem Bekanntenkreis zu finden sind.

Umdenken

Frage ich diese Leute, ob sie kein schlechtes Gewissen haben, einen grossen e-SUV zu fahren und Energie zu verschwenden, werde ich mit ungläubigen Augen angestarrt. Um die einst teuren Elektroautos gesellschaftsfähig zu machen, konnte man diese unsoziale Umverteilung noch rechtfertigen. Aber jetzt, da elektrisch fahren gleich teuer ist wie mit Benzin und fast jeder heimlich von einem modernen Elektroflietzer träumt, dürfen Reiche nicht mehr bevorzugt werden.

Wenn sozial und grün positionierte Politiker glaubwürdig bleiben wollen, sollten sie die Subventionen für Elektrofahrzeugfahrer deshalb nun so schnell wie möglich abschaffen und für die Benützung der Strassen eine Gewichts- oder PS-Gebühr einführen, analog der Mineralölsteuer.

Ausserdem gilt es, als Fördermassnahme, den Kern des Problems anzugehen: dafür zu sorgen, dass genügend Strom vorhanden ist und jeder Mieter eine Ladestation für seinen Einstellhallenplatz bekommt oder die Möglichkeit hat, in der Nähe sein Fahrzeug zum Heimtarif zu laden.

Erst dann haben bald alle ein «umweltfreundliches» Elektroauto.

Πάντα χωρεῖ καὶ οὐδὲν μένει («Panta chorei kai oudèn ménei») – alles bewegt sich fort und nichts bleibt.

Bis bald,

● *Dein Unternehmergeist*



Sollen e-Autofahrer weiterhin Subventionstöpfe anzapfen dürfen?

Foto: iStock

Die Auszubildenden, die im Sommer 2022 zur Bank WIR gestossen sind (v.l.): Martina De Luca, Lorena Rifati und Jovan Oparnica.

Text und Fotos: Patrizia Herde

A photograph of three young adults standing in front of a large, 3D Bank WIR logo. The logo is a red circle with a white border and the letters 'WIR' in white. The woman on the left is wearing a brown cardigan, a white top, and tan trousers. The woman in the middle is wearing a black long-sleeved top and light blue jeans. The man on the right is wearing a blue polo shirt and dark trousers. They are all smiling and looking towards the camera. The background shows a modern building with large windows and a paved area.

**Die Bank WIR ist
auch Ausbildnerin**

Neben der traditionellen Banklehre bietet die Bank WIR auch ein 18-monatiges Praktikum für Mittelschulabsolventinnen und -absolventen an. Als Abschluss erhalten die Praktikantinnen und Praktikanten das Zertifikat «Bankeinstieg für Mittelschulabsolventen» (BEM). Hier stellen sich unsere Auszubildenden vor.

Martina De Luca

«Ich bin 16 Jahre alt und wohne in Augst, wo ich die Sekundarschule besucht habe. Ich stamme aus Italien, aus Kalabrien, und lebe seit 2017 in der Schweiz. Mein Vater wohnte bereits länger in der Schweiz und ich war immer sehr neugierig auf dieses Land. Als ich mit der restlichen Familie auch hierhergezogen bin, habe ich mich sehr gefreut und mich sehr schnell integriert.

Früher in Italien habe ich viel getanzt, auch Ballett. Heute koche und zeichne ich in meiner Freizeit sehr gerne.

Eine kaufmännische Ausbildung hat mich schon immer interessiert, denn sie ist vielfältig und ich kann meine Sprachkenntnisse anwenden. Was mich auch sehr anspricht, ist der Kundenkontakt. An der Banklehre gefällt mir besonders, dass ich während der nächsten drei Jahre verschiedene Bereiche kennenlernen werde. Auch der Unterricht im «Center for Young Professionals in Banking» (CYP) ist spannend und anspruchsvoll.

Als ich das erste Mal etwas über die WIR-Währung gelesen habe, fand ich dieses Thema sehr speziell und faszinierend. Ich habe mich gleich für die Lehrstelle bei der Bank WIR beworben und durfte «schnuppern», eine sehr positive Erfahrung. Zum Glück habe ich die Stelle dann auch bekommen.

Wie sehen meine Zukunftspläne aus? Ich möchte zuerst meine Lehre machen und dann die Berufsmatur anhängen. Danach würde ich gerne länger verreisen, arbeiten und mich anschliessend weiterbilden. In welche Richtung es gehen soll, weiss ich noch nicht. Zuerst einmal möchte ich alle Arbeitsgebiete kennenlernen, bevor ich mich entscheide.»





Lorena Rifati

«Ich bin 20 Jahre alt und wohne mit meiner Familie in Basel. Im Sommer spiele ich sehr gerne Beachvolleyball. Sonst unternehme ich am liebsten etwas Schönes mit meinen Schwestern, meiner ganzen Familie und Freundinnen und Freunden.

Im letzten Oktober habe ich mich für das Praktikum bei der Bank WIR beworben. Das Gebäude kannte ich bereits. Ehemalige Schulkollegen hatten mir empfohlen, es bei der Bank WIR zu versuchen. Besonders spannend finde ich, dass die Bank WIR mit ihrer eigenen Komplementärwährung und ihrem KMU-Netzwerk keine «normale» Bank ist.

Punkto Branche hatte ich mehrere Optionen, doch das Bankpraktikum war mein absoluter Traum. Umso mehr habe ich mich darüber gefreut, dass es geklappt hat. Bei der Bank WIR schätze ich das lockere, familiäre Umfeld. Zurzeit mache ich eine Einführung im Beratungszentrum und ich habe mich im jungen Team sofort sehr wohlfühlt.

Nach dem Praktikum würde ich gerne die Fachhochschule besuchen, werde vorher aber vermutlich noch die Arbeitswelt etwas besser kennenlernen. Ich denke, dass ich im Bankwesen bleiben werde. Während des Studiums ein Jahr im Ausland zu studieren – das würde mir sehr gefallen. Zum Beispiel in meinen Lieblingsstädten Paris oder Miami. Bei der Gelegenheit könnte ich gleichzeitig meine Sprachkenntnisse verbessern.»



Jovan Oparnica

«Ich bin 20 Jahre alt und wohne mit meiner Familie in Riehen. Mein grösstes Hobby ist Basketball. Aufgrund einer Knieoperation muss ich zurzeit leider länger pausieren. Um die Wartezeit zu überbrücken, mache ich Fitness. Ich hoffe schwer, dass ich das Basketballspielen irgendwann wieder aufnehmen kann. In meiner Freizeit treffe ich mich gerne mit meinen Kolleginnen und Kollegen, wir gehen in die Stadt oder unternehmen sonst etwas Interessantes.

Warum ich mich für das BEM-Praktikum entschieden habe? In der Berufsmittelschule war das Bankwesen mein bevorzugtes Thema. Somit ist mir die Wahl leichtgefallen. Wie Lorena nehme ich momentan an einer Einführung im Beratungszentrum teil. Produkteröffnungen dürfen wir bereits selbstständig machen, was ein kleines Erfolgserlebnis ist. Im BZ wurde ich sehr herzlich aufgenommen, ich fühlte mich gleich als Teil des Teams. Der Umgang ist familiär und offen.

Nach dem Praktikum möchte ich gerne an der Fachhochschule in Teilzeit studieren. Dies, nachdem ich herausgefunden habe, welche Richtung mich am meisten interessiert.

Ebenso würde ich gerne Asien – besonders Japan und China – bereisen. Warum? Ganz einfach: Weil diese Länder so anders sind als Europa. Eine Reise durch die USA mit Kollegen fände ich ebenfalls super.»

Rekord- Messe

Foire du Valais

Die Foire du Valais – endlich wieder ohne Covid-Restriktionen – hatte es in sich: Mit gegen 230 000 Besuchern in 10 Tagen hat sie alle früheren Rekorde hinter sich gelassen.

Die Bank WIR war heuer zum zweiten Mal mit einem Stand an der Messe vertreten. Eine ausgezeichnete Gelegenheit, sich in der Romandie einem grösseren Publikum vorzustellen. Unter den 410 Ausstellern hatte es nicht weniger als 29 WIR-Teilnehmer! Aus diesem Grund hat die in Sierre angesiedelte Agentur der Bank WIR für die WIR-Partner in einem der Messe-Restaurants einen Apéro organisiert. Es wurde ausgiebig genutzt, um zu netzwerken und neue Geschäftskontakte zu knüpfen.

Die Beliebtheit der Foire du Valais steht ausser Frage, und die Messe dürfte auch in Zukunft ein Schaufenster für die Bank WIR in der Romandie sein.

● Sandro Mondo



Digitalisierung: Mit Bildung gegen den Fachkräftemangel

Sie sind in allen Wirtschaftszweigen gesucht, aber kaum zu finden: Fachkräfte, die die Digitalisierung voranbringen. Mit einer neuen Lehre und einem breiten Angebot an Weiterbildungen wollen Unternehmen und Verwaltungen diese Lücke schliessen.

«Damit das Unternehmen dauerhaft vom digitalen Wandel profitieren kann, müssen die Beschäftigten über die entsprechenden Kenntnisse verfügen.» Diese Binsenwahrheit führt das Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO) in seinen Unterlagen «Notwendige Ressourcen für die digitale Wende» an, die Tipps für KMU für die Digitalisierung auflistet.

Das SECO erachtet die digitale Transformation als entscheidend, damit die Schweizer KMU wettbewerbsfähig bleiben. Dazu sollen die bestehenden Geschäftsmodelle weiterentwickelt werden, indem Innovationen aus der Informatik eingesetzt werden.

Doch was ist damit gemeint? Das SECO ortet drei Bereiche, in denen Innovationen aus der Informatik die Effizienz von Unternehmen optimieren:

1. Daten

Dank der Nutzung digitaler Daten wird der Austausch einfacher und schneller. Die Reaktionsfähigkeit wird verbessert.

2. Produktion

Die Digitalisierung der Produktion ermöglicht die Automatisierung von Systemen und Maschinen. Prozesse können lückenlos verfolgt werden und allfällige Probleme aus der Ferne behoben werden.

3. Kunden

Bedürfnisse und Erwartungen von Kunden können genau identifiziert werden und damit die Dienstleistungen auf die Kundenbedürfnisse angepasst werden.

Bereits diese Aufstellung zeigt: Die Digitalisierung gelingt nur, wenn man den Überblick über sämtliche Prozesse innerhalb eines Unternehmens hat, zum Beispiel Entwicklung, Produktion, Marketing und Verkauf. Je grösser das Unternehmen, desto schwieriger wird der Überblick.

Fehlende Fachkräfte

Der einfachste Weg, an diese Kenntnisse zu kommen, wäre die Anstellung entsprechend geschulter Mitarbeitender. Doch der anhaltende Fachkräftemangel bei den Informatikberufen macht diesem Ansinnen einen Strich durch die Rechnung: Im letzten 2021 von der Universität Zürich erhobenen Fachkräftemangel-Ranking lagen die Berufe der Informatik auf Platz 2 hinter den Ingenieurberufen.

Gefragt wären Mitarbeitende, die den Überblick über die Möglichkeiten der Digitalisierung haben, Bedürfnisse analysieren und bewerten und dann die Umsetzung koordinieren. Sie müssen nicht nur technisches Verständnis mitbringen, sondern auch die Prozesse im Unternehmen kennen.

Dass Fachkräfte mit diesem Hintergrund fehlen, wurde bereits anlässlich der Revision der Grundbildung Informatik EFZ im Jahr 2019 erkannt. Deshalb begann die ITC-Berufsbildung Schweiz im Jahr darauf mit Vertretern der KV- und IT-Branchen mit der Konzeption eines neuen Berufsbildes.



Steven Walsh.

Foto: zVg

Der neue Beruf Entwickler/-in Digitales Business EFZ auf einen Blick

Aufgabenbereich:

- unterstützt die digitale Entwicklung, Transformation und Innovation von Unternehmen oder Geschäftsbereichen
- erfasst und analysiert Fragestellungen im digitalen Geschäftsalltag und optimiert daraus Prozesse sowie Produkte
- nutzt Daten zur Optimierung von Abläufen sowie zur Ergänzung von Geschäftsmodellen
- agiert an der Schnittstelle von Mensch, Wirtschaft und Technik
- begleitet Projekte über etliche Schritte hinweg und übernimmt die Kommunikation zwischen Fachspezialistinnen oder -spezialisten, Entscheidungstragenden und anderen Anspruchsgruppen

Voraussetzungen:

- Abgeschlossene Volksschule oder Oberstufe (Sek A oder sehr gute Sek B)
- Interesse und sehr gute Leistungen in Deutsch und Englisch
- Interesse und Freude am Umgang mit Menschen

Berufsanforderungen:

- Affinität zu digitalen Werkzeugen und Produkten
- Interesse und Freude an Menschen, Wirtschaft und Technik
- Freude an Zahlen und Daten
- Analytische Fähigkeiten
- Organisationstalent

Weitere Informationen:

<https://www.ict-berufsbildung.ch/verband/zukunft-entwicklung/digital-business-efz>

Entwickler/-in digitales Business EFZ

Ab 2023 sollen nun die ersten Entwickler/-innen digitales Business EFZ ausgebildet werden. Sie unterscheidet sich stark von anderen Informatik-Ausbildungen, sagt **Steven Walsh**, Präsident der zuständigen Kommission für Berufsentwicklung und Qualität und Strategy Partner Manager bei der Swisscom über die neue Lehre: «Bei der Informatik-Ausbildung bildet man Informatik-Spezialisten aus. Bei der neuen Ausbildung geht es darum, Personen an der Schnittstelle zwischen Technik, Wirtschaft und den Menschen auszubilden.»

Dabei gehe es darum, die Gesamtzusammenhänge im Blick zu behalten und einzelne Arbeitsbereiche zu verbinden. Dadurch sollen benutzerfreundliche und einfache digitale Lösungen entstehen. «Im Unterschied zu Informatikern arbeiten Entwickler/-innen digitales Business an den Systemen und Prozessen und nicht in den Systemen und Prozessen», präzisiert Walsh.

Absolventinnen und Absolventen dieser Ausbildung erlangen somit die Fähigkeit, die Digitalisierung gesamtgesellschaftlich voranzutreiben, ist er überzeugt: «Dazu gehört auch, Wertschöpfungsketten mit digitalen Lösungen und Prozessen zu unterstützen. Dadurch lassen sich Ressourcen einsparen und das Kundenerlebnis verbessern.»

Das Bedürfnis nach solchen Fachkräften ortet Walsh nicht nur in den klassischen ICT-Bereichen, sondern auch im Dienstleistungssektor, zum Beispiel bei Banken und Versicherungen, in Verwaltungen und auch in Produktionsbetrieben, die stark auf die Digitalisierung setzen: «Kurzum dort, wo Benutzer oder Kundinnen von digitalen Lösungen profitieren sollen.»

Diese Aussage widerspiegelt sich auf den Lehrstellenportalen, auf denen Firmen nach Auszubildenden für das neue Berufsbild suchen. Firmen wie die Swisscom, die Zürcher Kantonalbank, der Onlinehändler brack.ch, die UBS oder die Schweizerische Post buhlen mit den Verkehrsbetrieben Zürich und der kantonalen Verwaltung Zürich um Interessentinnen und Interessenten.



Urs Grubenmann.

Foto: zVg

SUVA vorne mit dabei

Zu den Pionieren bei den Ausbildungsbetrieben gehört auch die Schweizerische Unfallversicherung SUVA. «Innovatives Denken und Handeln sind bei uns zentral», begründet **Urs Grubenmann**, Ausbildungsleiter Informatik bei der SUVA, diesen Schritt. «Zudem haben wir als einer der grössten Arbeitgeber



Ab 2023 sollen die ersten Entwickler und Entwicklerinnen digitales Business EFZ ausgebildet werden.

Foto: iStock

der Zentralschweiz eine Vorbildrolle, die wir unter anderem auch zur Förderung des Nachwuchses nutzen. Mit diesem spannenden Berufsbild geben wir jungen Talenten eine Chance, aktiv die digitale Transformation und somit die Zukunft zu gestalten.»

Bereits sind Bewerbungen auf die Lehrstelle eingegangen. Was Grubenmann besonders freut: «Die Hälfte der eingegangenen Bewerbungen sind von weiblichen Bewerberinnen. Das ist für die Informatik-Branche ein sehr hoher Anteil.» Doch ist es für einen Betrieb nicht auch aufwendig, die Ausbildung für ein gänzlich neues Berufsbild aufzugleisen? Grubenmann winkt ab. «Die Ausbildung passt sehr gut in unser Umfeld, da wir in mehreren Bereichen sehr prozessorientiert arbeiten und dort genau die gewünschten Fachkompetenzen ausbilden können.»

Die Chancen, dass die Lernenden nach der Ausbildung weiter im Ausbildungsbetrieb arbeiten, beurteilt Grubenmann als hoch. Bei der SUVA blieben mehr als 90 Prozent der Ausgebildeten nach Abschluss der Lehre im Betrieb. In einem Zusatzjahr können sie Berufserfahrung sammeln und sich eine Empfehlung für eine Festanstellung aneignen. «Wir sehen das als Win-win-Situation, die uns ermöglicht, freiwerdende Stellen mit motivierten jungen Menschen zu besetzen.»

Wirtschaftsinformatiker gefragt

Neben den neu auszubildenden Fachkräften gibt es natürlich auch heute bereits Fachkräfte, welche die Digitalisierung in Unternehmen und Verwaltungen vorantreiben. Bei der SUVA sind dies die Wirtschaftsinformatikerinnen und -informatiker – eine mögliche Weiterbildung, die Urs Grubenmann auch für die Entwickler/-in digitales Business als sinnvoll erachten würde.

Daneben nennt auch Steven Walsh eine ganze Reihe von Weiterbildungsmöglichkeiten im Fachhochschulbereich, darunter die Eidgenössischen Fachausweise «Digital Collaboration Specialist», «ICT-Applikationsentwickler/-in», die Nachdiplomstudien «Business Administration», «Chief Digital Officer», «Digital Business Management», «Head of Digital Transformation» oder die Vertiefung «Digital Business» im Bachelor Betriebsökonomie.

Allein diese Aufstellung zeigt: An Bildungsmöglichkeiten fehlt es nicht. Weil aber Spezialisten auf dem Arbeitsmarkt kaum zu finden sind, liegt es an den Arbeitgebern, ihre Beschäftigten mit den nötigen Kenntnissen auszustatten.

● Beat Rüdt

So hat Corona die Digitalisierung beflügelt

Während Corona haben viele Firmen gezwungenermassen ihre Prozesse digitalisiert. Jetzt werden sie verfeinert und ausgebaut, wie die unsere vier Beispiele zeigen.

Einkaufen im Internet statt im Laden, digitale Speisekarten und Registration via QR-Code, Covid-Zertifikate auf dem Handy: In der Coronakrise mussten Unternehmen rasch digitale Lösungen einführen, wenn sie im Geschäft bleiben wollten, und Kundinnen und Kunden mussten diese Lösungen nutzen, um den Alltag meistern zu können.

Das hat zu einem veritablen Digitalisierungsschub geführt, denn nebst der Einführung von Tools wurde auch deren Nutzung plötzlich zur Selbstverständlichkeit. Diesen Schub nutzen nun viele Firmen, um die schnell eingeführten Prozesse zu etablieren und weiter auszubauen. Wir zeigen anhand von vier Beispielen, wo die Herausforderungen liegen.

Wiesner Gastronomie AG, Dübendorf

«Digitalisierung ist eine Chance, kein Allerweltsmittel» Die Familie Wiesner Gastronomie AG führt in der Deutschschweiz 34 Gastronomiebetriebe. Darunter gehören die Restaurants Nooch Asian Kitchen, Negishi Sushi Bar, The Butcher und andere innovative Restaurant-Formate. Für den Mitinhaber und Co-Geschäftsführer Daniel Wiesner hat die Coronakrise vor allem bei jenen Gastrobetrieben einen Schub ausgelöst, die das Delivery- und Take-away-Geschäft forciert haben. «Während Take-away ein spannender Umsatztreiber ist, ist das Delivery-Geschäft meiner Meinung nach weniger geeignet, um Geld um verdienen. Wer aber damit eine nahe Beziehung zum Gast aufbaut, kann es schaffen, dass Gäste öfters vorbeikommen und individueller behandelt werden.» Voraussetzung sei aber auch ein gutes Customer-Relationship-Management (CRM) und der Wille, sich mit den digitalen Tools auseinanderzusetzen. «Die digitale Menükarte wird sich durchsetzen», ist Daniel Wiesner überzeugt, und auch das digitale Bestellen für Take-away oder an «Easy Order»-Stationen, wie man sie von Fast-Food-Ketten kennt, sei für Kundinnen und Kunden zur Normalität geworden. «Diese Tools sind wegen der Coronamassnahmen schneller vorangetrieben worden und bieten uns die Chance, dass die Mitarbeitenden der Gastronomie sich wieder mehr um den Gast kümmern können. Nicht-wertschöpfende Tätigkeiten können hingegen an die digitale Automatisierung abgegeben werden», führt Wiesner aus.

Tatsächlich steht neben dem Wohl der Gäste das Wohl der Angestellten bei der Familie Wiesner Gastronomie AG ganz oben auf der Prioritätenliste, denn es fehlt in der



Daniel Wiesner.

Gastronomie an Mitarbeitenden auf allen Stufen. «Es braucht ein starkes Umdenken, und die Arbeitsbedingungen müssen besser auf die Mitarbeitenden ausgelegt werden», ist Wiesner überzeugt. «Dazu gehören bessere Arbeitszeiten, mehr Lohn und weniger Stress.» In Sachen Lohn hat die Familie Wiesner Gastronomie AG mit einem Lohnrechner für Transparenz gesorgt: Angestellte können nicht nur ihr eigenes Gehalt einsehen, sie erfahren auch, was die anderen Mitarbeitenden verdienen.

Für die Zukunft sieht er eine anhaltende Entwicklung bei der Digitalisierung als auch bei der Robotik. So können zum Beispiel einfache, sich wiederholende Tätigkeiten eingesetzt werden und so den Koch oder das Service-Personal unterstützen. Er erwartet für die nächsten 10 Jahre hier eine starke Entwicklung, gibt aber zu bedenken: «Ich sehe die Digitalisierung als Chance, nicht als Allerweltsmittel.»



Das Deltapark Vital-Resort am Thunersee.

Fotos: Romel Janeski

Deltapark Vital-Resort, Gwatt bei Thun

Virtuelle 3D-Hotel-Tour mit persönlicher Begleitung

Das Deltapark Vital-Resort in Gwatt bei Thun (WIRmarket.ch > Deltapark) ist ein 4-Sterne-Superior-Hotel auf einem 70 000 Quadratmeter grossen Grundstück. Es verfügt über 106 Zimmer und drei luxuriös ausgebaute Seevillen im «Yachting-Stil». Neben 800 Quadratmetern Seminarflächen im Haupt- und Waldhaus gibt es eine 2000 Quadratmeter grosse Wellnesslandschaft.

Im Frühjahr 2021 – also mitten in der Coronapandemie – hat das Resort gleich mehrere grosse Digitalisierungsschritte gemacht, die nicht nur während der damals geltenden Einschränkungen eine grosse Hilfe waren, sondern nachhaltig einen Mehrwert bringen.

Realisiert wurde beispielsweise eine virtuelle Hoteltour, mit der Mitarbeitende Interessenten die gesamte Anlage zeigen können, während sie gleichzeitig via Chat oder Videoanruf mit ihnen in Verbindung sind. Eine ausführliche Panorama-Tour mit dem Tool «Treedis» dauert rund 30 Minuten. «Damit gehen wir neue Wege in der Kundeninformation und -bindung», sagt Hoteldirektor Kevin Furrer. «Der Gast kann das gesamte Areal und die Umgebung zusammen mit dem Mitarbeitenden erkunden und seine Fragen direkt stellen.» Diese virtuellen Führungen werden in Deutsch, Französisch und Englisch angeboten. Termine können unter deltapark.ch/virtualtour gebucht werden, alternativ kann man auch ohne Begleitung eine virtuelle Tour starten.

Das neue Angebot ermöglicht insbesondere Kundinnen und Kunden aus dem Veranstaltungsbereich einen ersten Eindruck zu gewinnen, ohne selbst vor Ort zu sein. Die Evaluation nach den ersten Monaten hat gezeigt, dass die neuen 3D-Touren ein grosses Bedürfnis sind.

Neben den technischen Investitionen wurden auch die Mitarbeitenden geschult, die die Kundschaft während der Führungen begleiten. Die Menge der vermittelten Informationen und auch das Tempo der Tour seien wichtige Aspekte für das Gelingen der virtuellen Tour. Es gilt, die Vorteile der Digitalisierungstools mit dem persönlichen Kontakt zu verschmelzen, sodass eine perfekte Kundenerfahrung resultiert.



Kevin Furrer.

Engadin St. Moritz Tourismus AG

Schritt für Schritt zur digitalen Tourismusdestination

Die Engadin St. Moritz Tourismus AG (ESTM AG) ist für die touristische Vermarktung des Oberengadins und der Destination Engadin St. Moritz zuständig – insgesamt 12 Orte zwischen Maloja und S-chanf. Zu ihren Aufgaben gehört die Bündelung und Vernetzung der Kräfte zur Verbesserung des touristischen Angebotes und die Bereitstellung von Vermarktungsplattformen.

Um dieser Aufgabe gerecht zu werden, hat die ESTM AG ein umfangreiches Digitalisierungsprojekt gestartet, «eine destinationsweite, partnerübergreifende Gästeinitiative», wie es Michael Kirchner, Head of Digital Management, formuliert. Der Fokus liegt ganz auf dem Gast, der Durchgängigkeit der Angebote und Prozesse im touristischen Bewegungsraum sowie der personalisierten Gästeansprache und Angebotskommunikation.

Damit das klappt, gehen die Verantwortlichen auf drei Ebenen gleichzeitig vor: Auf der technischen Ebene wurde eine neue digitale Landschaft aufgebaut mit einem zentralen Content Hub für alle touristischen Informationen und einem Redaktionssystem für die Leistungspartner und die Tourismusinformationen. Damit wird eine gemeinsame Datenbasis geschaffen, an die auch das Customer Relationship Management (CRM), Tools zur Automatisierung des Marketings und eine digitale Gästekarte mit gästespezifischen Informationen und Angeboten angebunden sind. Parallel dazu wurden die Bergbahn- und ÖV-Tickets und die Angebote der Hotel- und Parahotellerie digitalisiert sowie auch die Prozesse der Gemeinden, wie zum Beispiel die Gästetaxenabrechnung.

Diese Neuerungen haben Auswirkungen auf die Prozesse innerhalb der Organisation. Konzepte für die Ausbildung und Schulung der Mitarbeitenden wurden aufgesetzt, und es braucht auch ein neues Konzept für die Anpassung der Organisationsstrukturen, was schlussendlich auch zu einer Anpassung des Geschäftsmodells führen wird.



Michael Kirchner.

«Wichtig ist schliesslich die Involvierung aller Leistungspartner und anhaltende Projektkommunikation», sagt Michael Kirchner zur Ebene Mensch. Mit einem eFitness-Programm werden sie an die neuen Prozesse herangeführt. «Wenn wir unsere Leistungspartner nicht mitnehmen, digitalisieren wir an ihnen vorbei und können nicht nachhaltig in den regionalen Digitalisierungsprozess investieren», ist er überzeugt.

Auf die Umsetzung dieses Grossprojekts hat sich die Coronakrise beschleunigend ausgewirkt: «Das Verständnis und insbesondere die Akzeptanz für neue digitale Lösungen ist spürbar gestiegen», sagt Michael Kirchner dazu. Noch steht viel Arbeit bevor: Auf der technischen Ebene müssen die Tools eingeführt werden. Auf Prozessebene muss die Zusammenarbeit mittels digitaler Werkzeuge weiterentwickelt werden. Es geht darum, die bereits angeschaffte Infrastruktur und die ersten gesammelten Daten mittels digitaler Werkzeuge in die Prozesse zu integrieren. Die Mitarbeitenden lernen damit zu arbeiten und entwickeln eine neue Denkweise. «Wir werden sie langsam an die digitale Entwicklung heranführen und aufzeigen, wie sie von einer datenbasierten Marketingarbeit profitieren können.»

Hunn Gartenmöbel AG, Bremgarten

«Corona hat den technologischen Wandel extrem beschleunigt»

Die Hunn Gartenmöbel AG in Bremgarten (WIRmarket.ch > Hunn Gartenmöbel) ist auf den Verkauf von qualitativ hochstehenden und wetterfesten Möbeln für Garten, Terrasse und Balkon spezialisiert. Die Kunden sind sowohl Privatpersonen wie auch Unternehmen aus den Bereichen Gastronomie, Hotellerie, Heim und Schwimmbäder. Das Unternehmen beschäftigt gut hundert Mitarbeitende. Zusammen mit dem Berner Internetdienstleister Bambit lanciert das Unternehmen eine neue E-Commerce-Plattform, die nicht einfach die bestehenden Webseiten ablösen soll, sondern für die Kundschaft, die Partner und die Mitarbeitenden entscheidende Vorteile bringt.

Vordergründig werden die Kundinnen und Kunden einen modernen und nutzerfreundlichen Auftritt sehen, der das Qualitätsbewusstsein der Marke «Hunn Gartenmöbel» widerspiegelt. Ausgeklügelte Such-, Filter- und Vergleichsfunktionen ermöglichen das schnelle Auffinden von Produkten und passenden Produkteempfehlungen. Produkte im Bereich Sonnenschirm, Gartentische und Gartenlounges können individuell konfiguriert werden.

Die Mitarbeitenden erhalten mit der neuen Lösung ein digitales Arbeitsinstrument, das sie bei der Beratung der Kundinnen und Kunden unterstützt und eine weitere Möglichkeit bietet, mit ihnen direkt in Kontakt zu treten. Das Auftragsmanagement wird einfacher, da es fast ausschliesslich via Online-Shop erfasst wird.

Das Unternehmen will sich in Zukunft dank erhöhter Reichweite, Conversion und Umsatz online als Marktführer in der Schweiz positionieren. Die Plattform wird zur digitalen Drehscheibe, die Einblick in die Bedürfnisse der Käuferschaft gibt, die nicht zuletzt auch für die individuelle Preisgestaltung genutzt werden kann.

Die neue E-Commerce-Lösung ist die logische Fortsetzung im Digitalisierungsprozess des Unternehmens, denn die Hunn Gartenmöbel AG hat schon früh in der Coronakrise auf die Herausforderungen reagiert: Bereits im März 2020 bot das Unternehmen Live-Videoberatungen via Facetime und WhatsApp an, und die Kundinnen und Kunden konnten die Ausstellung auf einem virtuellen Rundgang besuchen und dank Produkteverlinkung direkt in den Onlineshop weitergeleitet werden.

«Corona hat den technologischen Wandel extrem beschleunigt», sagt Andreja Cosic, E-Commerce Managerin bei der Hunn Gartenmöbel AG. «Entwicklungsstufen, für die man sonst zwei oder drei Jahre gebraucht hätte, wurden in einem Jahr abgeschlossen. Die Akzeptanz für solche Projekte ist sehr gross, sowohl beim Arbeitgeber, den Arbeitnehmenden wie auch bei der Kundschaft».

Der E-Commerce im Bereich Möbel habe sich sehr stark verändert. Nebst neuen Geschäftsmodellen und digita-

len Technologien seien auch neue Mitbewerber dazugekommen.

«Der Online-Shop ist aber für viele Konsumentinnen und Konsumenten ein vorbereitender Informationskanal», sagt Cosic. Deshalb brauche es nutzerbezogene Inhalte, gute Produktbilder und Videos, technische und funktionale Daten, Filtermöglichkeiten, Vertrauen und Transparenz im Bestellprozess und zuverlässige Lieferzeiten. Und trotzdem sei der stationäre Handel von zentraler Bedeutung: Das bestätige der ROPO-Effekt (Research online, Purchase offline, also «Online suchen, vor Ort kaufen») in der Möbelbranche.

● Beat Rüdt



Andreja Cosic.



Gewinnen Sie einen Gutschein im Wert von 500 CHF, einlösbar im Deltapark

Beantworten Sie einfach die folgende Frage,
und Sie haben die Chance, einen Gutschein
vom Deltapark in Gwatt bei Thun im Wert von
500 CHF zu gewinnen.

**Wie hoch ist ab 1.12.2022 die Maximal-
verzinsung des Bonusparkontos der
Bank WIR?**

Schicken Sie Ihre Antwort an wettbewerb@wir.ch
Geben Sie bitte Ihren Vornamen, Namen und Ihre
Adresse an.

Teilnahmeschluss ist der 30. November 2022.



Teilnahmebedingungen und Datenschutz

Die Teilnahme am Wettbewerb ist kostenlos und ohne Kaufzwang. Teilnahmeberechtigt sind Personen ab 18 Jahren mit Wohnsitz in der Schweiz. Von der Teilnahme ausgeschlossen sind Mitarbeitende der Bank WIR Genossenschaft. Über den Wettbewerb wird keine Korrespondenz geführt. Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Barauszahlung und Rechtsweg sind ausgeschlossen. Die Teilnahme an der Verlosung erfolgt unabhängig von einer bestehenden oder künftigen Beziehung zur Bank WIR Genossenschaft. Die erhobenen Personendaten werden nur im Zusammenhang mit dem Wettbewerb benutzt.



«Top-Konditionen
für einen schnellen
Aufstieg.»

*Abassia Rahmani,
Swiss Blade Runner
& Brückenbauerin*

Jetzt von
Zinser-
höhungen
profitieren.

Vorsorgebeiträge und Termine bis Ende Jahr

Haben Sie Ihre Vorsorgebeiträge für dieses Jahr schon voll einbezahlt? Hier finden Sie die letztmöglichen Termine für Zahlungsaufträge.

Denken Sie daran: Wenn Sie Ihre Vorsorge voll einzahlen, schöpfen Sie Ihr Steuersparpotenzial maximal aus! Überweisen Sie noch vor Jahresende den vom Gesetzgeber erlaubten Maximalbetrag auf das Terzo-Vorsorgekonto oder die VIAC-Vorsorgelösung. Achtung: Alle Ihre Einzahlungen auf ein Terzo-Konto oder VIAC werden zusammengerechnet und dürfen das gesetzliche Maximum von 6883 CHF (unselbstständig erwerbstätig) und 34416 CHF (selbstständig erwerbstätig), max. 20% vom Nettoeinkommen, nicht überschreiten.

Manueller Zahlungsverkehr

Schriftliche Aufträge (Buchungsaufträge, Vergütungsaufträge), die bis zum 27. Dezember 2022 am Hauptsitz der Bank WIR eintreffen, werden noch im laufenden Kalenderjahr verarbeitet und auf dem Auszug 2022 aufgeführt. Aufgrund des hohen Volumens an Aufträgen zwischen Weihnachten und Neujahr empfehlen wir jedoch, die Aufträge bis spätestens 19. Dezember 2022 mit A-Post aufzugeben.

Elektronischer Zahlungsverkehr (E-Banking)

Bis spätestens 30. Dezember 2022, 15.15 Uhr, können Sie Aufträge mit Ausführungsdatum 30. Dezember 2022 übermitteln. Danach gilt das Verarbeitungsdatum 3. Januar 2023.

Ein- und Auszahlungen Säule 3a

Bitte beachten Sie folgende Punkte, damit wir die Verbuchung garantiert noch im laufenden Kalenderjahr vornehmen können:

- **Eröffnung neuer Terzo-Konten für eine Einzahlung im Jahr 2022**

Ein Eröffnungsantrag für eine Terzo-Eröffnung mit Einzahlungsmöglichkeit für das Steuerjahr 2022 muss bis spätestens 16. Dezember bei uns eingetroffen sein.

- **Überweisungen auf ein bestehendes Terzo-Konto**
Diese müssen bis spätestens 16. Dezember 2022 bei uns eingetroffen sein.

- **Übertrag oder Bezug eines bestehenden Terzo- oder Freizügigkeitskontos**

Damit in allen Fällen ein Übertrag oder Bezug vor Jahresende verbucht werden kann, muss die entsprechende Erklärung des Vorsorgenehmers spätestens am 30. November 2022 eingegangen sein.

- **Einzahlungen auf die digitale Vorsorgelösung VIAC**

Diese sind ausschliesslich mittels der kostenlosen VIAC-App möglich und können bis 30. Dezember 2022 verbucht werden. Einzige Voraussetzung: Die Überweisung ist bis dahin eingetroffen und übersteigt nicht den zulässigen Maximalbetrag.

Kontoabschlussdokumente

Zins- und Kapitalausweis/Vermögensauszug

Per 31.12.2022 werden Ihre Konten abgeschlossen und der für die Steuererklärung benötigte Zins- und Kapitalausweis sowie der Vermögensauszug für Depotkunden erstellt. Nutzen Sie E-Banking, erhalten Sie diese Anfang Januar als e-Dokument.

Firmenkunden mit mehreren E-Banking-Verträgen erhalten den Zins- und Kapitalausweis als e-Dokument Anfang Januar und den Vermögensauszug Mitte Januar 2023 in Papierform.

Kunden ohne E-Banking erhalten alle Abschlussdokumente Mitte Januar 2023 in Papierform.

Neue WIR-Teilnehmer

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

AG

meierelektro ag 5%

Mühlestrasse 2, 5618 Bettwil
T 056 667 10 11
info@meierelektro.swiss, www.meierelektro.swiss
Elektroinstallation

One24 GmbH flex

Bahnhofstrasse 16, 5034 Suhr
www.one24.ch
Aktivitäten der Generalunternehmen im Baugewerbe

AI

CH Versicherungen + Finanz AG 5%

Rütistrasse 14, 9050 Appenzell
M 079 752 23 58
www.chvf.ch
Tätigkeit von Versicherungsmaklerinnen und -maklern

AR

taste immobilien GmbH flex

Schützenbergstrasse 5, 9053 Teufen AR
M 078 772 10 90
christian.ehrbar@swissonline.ch
Verwaltung von Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen für Dritte

BE

Andreas Wälti AG 3%

Rubigenstrasse 9, 3076 Worb
T 031 839 75 26, F 031 839 37 78
info@waeltiworb.ch, www.waeltiworb.ch
Bau von Strassen

CHD Business Software Delévaux 25%

Zollgasse 4, 2543 Lengnau BE
delevaux@chd.ch
Programmierungstätigkeiten

HGS24 GmbH 20%

Krautgasse 14, 3365 Grasswil
wuethrich.marc@bluewin.ch
Einbau von Fenster, Türen und Innenausbau, Einbauküchen, Einbaumöbel

Prima Gips Team GmbH flex

Industriestrasse 10D, 2555 Brügg BE
M 078 949 90 98
info@primagipsteam.ch, www.primagipsteam.ch
Malerei und Gipserei ohne ausgeprägten Schwerpunkt

Restaurant du Brésil AG flex

Bollwerk 15, 3011 Bern
T 031 311 68 03
Restaurants, Imbissstuben, Tea-Rooms und Gelaterias

Rolf Beurer Palace-Kaffee Gold 50%

Museumweg 3, 3629 Kiesen
M 079 311 07 45
Grosshandel mit Kaffee, Tee, Kakao und Gewürzen

Weinhaus Zollikofen GmbH 10%

Bernstrasse 101, 3052 Zollikofen
T 031 911 90 91, F 031 911 90 92
www.weinhauszollikofen.ch
Detailhandel mit Getränken

Wyss Peter Lohnunternehmung 20%

Länggasse 100, 3063 Ittigen
M 079 365 24 73
e.wyss@wyss-ittigen.ch
Gemischte Landwirtschaft

BS

Rapp AG 10%

Hochstrasse 100, 4053 Basel
T 058 595 77 77
www.rapp.ch
Bau-Ingenieurbüros

FR

Chardonnens Boissons SA 60%

Route de Payerne 22, 1532 Fétigny
T 026 660 55 78
info@chardonnens-boissons.ch, www.chardonnens-boissons.ch
Transports terrestres non réguliers de voyageurs

GL

PrismaClean GmbH 3%

Linth-Escherstrasse 11, 8865 Bilten
T 055 445 15 19
www.prismaclean.ch
Hausmeisterdienste, Facility Management

LU

All In Medizinische Massagen GmbH 30%

Haselmatte 10c, 6210 Sursee
T 041 558 15 20
Physiotherapie

Beorda Direktwerbung AG flex

Kantonsstrasse 101, 6234 Triengen
T 041 935 40 80
b.hoechli@beorda.ch, www.beorda.ch
Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten und Werbeflächen

Modoptic AG 3%

Pfrundmatte 11, 6023 Rothenburg
T 041 410 82 88
info@modoptic.ch, www.modoptic.ch
Detailhandel mit Brillen und anderen Sehhilfen

ZIMMERMANN Immo und Plan AG 10%

Oberreinach 8, 6028 Herlisberg
T 041 932 40 80
www.z-immoplan.ch
Architekturbüros

SG

Bischoff AG für Schule und Büro 3%

Von-Thurnstrasse 39, 9500 Wil SG
T 071 929 59 19, F 071 929 59 18
www.bischoff-ag.ch
Detailhandel mit Schreibwaren und Bürobedarf

Koller Transport AG flex

Winkel 2b, 9245 Oberbüren
T 071 951 50 23
Güterbeförderung im Strassenverkehr

Pneuhaus und Garage Gerber GmbH flex

Bischofszellerstrasse 105, 9200 Gossau SG
T 071 385 74 74
www.pneuhausgerber.ch
Instandhaltung und Reparatur von Automobilen

SH

D&L Gebäude AG flex

Neunkircherstrasse 42, 8215 Hallau
M 079 501 55 67

Kauf und Verkauf von eigenen Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen

SO

Confiserie Hofer AG 10%

Stalden 15, 4500 Solothurn
T 032 622 03 77

info@confiseriehofer.ch

Herstellung von Backwaren (ohne Dauerbackwaren)

Kocherdruck GmbH flex

Dorfstrasse 22, 2545 Selzach
T 032 641 21 93

info@kocherdruck.ch, www.kocherdruck.ch

Offsetdruck

TG

Bissegger Orthopädie und Schuhmode 30%

Fischingerstrasse 11, 8370 Sirnach
T 071 385 80 00

info@ortho-bissegger.ch, www.ortho-bissegger.ch

Herstellung von orthopädischen und prothetischen Erzeugnissen

Lambrecht Bau GmbH 3%

Langgreut 18, 9322 Egnach
T 071 477 23 76

info@lambrecht-bau.ch

Allgemeiner Hoch- und Tiefbau ohne ausgeprägten Schwerpunkt

Radsport Krapf AG flex

Fabrikstrasse 24a, 9220 Bischofszell
T 071 424 22 00

info@radsport-krapf.ch, www.radsport-krapf.ch

Detailhandel mit Fahrrädern

Stüdtli Plast AG 3%

Gaswerkstrasse 4, 8590 Romanshorn
T 071 466 70 30

office@stuedliplast.ch, www.stuedliplast.ch

Herstellung von sonstigen Kunststoffwaren

UR

Möbel Bär AG flex

Attinghauserstrasse 51, 6460 Altdorf UR
T 041 870 05 05

info@moebelbaer.ch

Grosshandel mit Möbeln, Teppichen, Lampen und Leuchten

VD

CIEL Electricité SA 3%

Av. de Sévelin 18, 1004 Lausanne
T 021 623 35 35

info@cielelectricite.com, www.cielelectricite.com

Installation électrique

Menuiserie Girard Sàrl 5%

Route de Pompaples 24b, 1321 Arnex-sur-Orbe
www.menuiserie-girard.ch

Menuiserie d'intérieur

Thevimmo Sàrl flex

ZA La Pièce 5, 1180 Rolle
T 022 552 11 50

Activités des marchands de biens immobiliers

VS

CLIME ASCENSEURS SA flex

Rue de l'Île Falcon 33, 3960 Sierre
T 027 483 28 36

www.clime.ch

Réparation de machines et équipements mécaniques

Emile Moret et fils S.A. flex

Route du Grand-Saint-Bernard 21, 1921 Martigny-Croix
M 079 624 20 34
olivier@emile-moret.ch, www.emile-moret.ch
Commerce de détail de meubles

Express blanc nettoyage et Services Sàrl 10%

Rue des Taillis 3, 1962 Pont-de-la-Morge (Sion)
M 078 665 50 10
www.expressblancnettoyages.ch
Nettoyage courant des bâtiments

Z-Facility Sàrl 10%

Chemin St-Hubert 18, 1950 Sion
T 027 346 68 02
Pose de carrelage

ZH

Brillen Bryner AG 50%

Kirchplatz 3, 8953 Dietikon
T 044 740 19 49
Detailhandel mit Brillen und anderen Sehhilfen

Gandola & Battaini AG 3%

Gipsergeschäft
Frankentalstrasse 70, 8049 Zürich
T 044 371 85 80, F 044 371 85 81
info@gaba-ag.ch, www.gaba-ag.ch
Anbringen von Stuckaturen, Gipserei und Verputzerei

Hug Performance Transporte GmbH flex

Steinacherstrasse 2, 8175 Windlach
T 044 860 13 22
roman.hug@hug-performance.ch, www.hug-performance.ch
Güterbeförderung im Strassenverkehr

Ryser Böden AG 10%

Eichstrasse 4, 8107 Buchs ZH
T 044 844 08 70
info@ryserboeden.ch, www.ryserboeden.ch
Verlegen von Fussböden



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



das grösste
Business-
Netzwerk der
Schweiz

Kontakte WIR-Partner-Networks

Network	Webseite	Präsidentin/Präsident
Aargau	www.wir-network.ch/aargau	Christian Müller
Bern	www.wir-network.ch/bern	Markus Meier
Graubünden-Südostschweiz	www.wir-network.ch/graubuenden	Stefan Gall
Nordwestschweiz	www.wir-network.ch/nwch	Rolf Stalder
Oberwallis	www.wir-network.ch/oberwallis	Frank Zurbriggen
Olten-Solothurn-Oberaargau	www.wir-network.ch/wirso	André Bühler
Ostschweiz	www.wir-network.ch/ostschweiz	Walter Sonderer
Romandie	www.wir-network.ch/romandie	Sophie Favez
Schaffhausen	www.wir-network.ch/schaffhausen	Lasse Pfenninger
Svizzera italiana	www.wir-network.ch/wirsi	Ruben Fontana
Winterthur-Frauenfeld	www.wir-network.ch/winti	Roland Müller
Zentralschweiz	www.wir-network.ch/zentralschweiz	Philipp Berger
Zürich	www.wir-network.ch/zurich	Roland Jenny



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 – November 2022, 89. Jahrgang, Nr. 1122
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: Paul Haller

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: 28 285

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 Bern

WIR Bank Genossenschaft
Helvetiastrasse 35
3000 Bern 6

Filiale Lausanne

WIR Bank Genossenschaft
Av. Louis-Ruchonnet 16
1006 Lausanne

Filiale Lugano

WIR Bank Genossenschaft
Riva Caccia 1
6900 Lugano

Filiale Luzern

WIR Bank Genossenschaft
Obergrundstrasse 88
6005 Luzern

Filiale St. Gallen

WIR Bank Genossenschaft
Blumenbergplatz 7
9000 St. Gallen

Filiale Zürich

WIR Bank Genossenschaft
Schaffhauserplatz 3
8006 Zürich

Agentur Chur

WIR Bank Genossenschaft
Alexanderstrasse 24
Postfach 699, 7001 Chur

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 CHW. Auch über die WIR-Partner-Networks und die WIR-Expo können Sie Ihre Sichtbarkeit erhöhen.

Ihre Vorteile auf einen Blick

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

WIRmarket.ch

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

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

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

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

WIRinfo – das Schweizer KMU-Magazin

Das WIRinfo erscheint zu Beginn jedes Monats in einer Auflage von rund **29000 Exemplaren**. Sie erreichen damit **alle WIR-Kunden (KMU) und deren Angestellte mit WIR-Konto**.

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

Inseratepreise im WIRinfo (WIR-Anteil 75%)

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

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



WIRmailing

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

So funktioniert's:

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

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

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

Wählbare Versandarten:

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

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

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

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

Kontakt

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

Rabatt auf Jahresumsatz

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

Das sind die Rabattstufen:

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



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 Dezember 2022: Donnerstag, 10. November 2022, 12.00 Uhr.

Datenübernahme Druckunterlagen WIRinfo

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

Programme

Mac Win

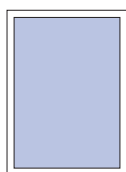
QuarkXPress
InDesign
MS Word
PDF Acrobat
Illustrator
Photoshop

-
-
-
-
-
-

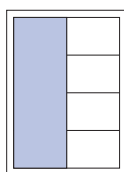
Wichtig: Bei offenen InDesign-, Illustrator- und Photoshop-Dateien müssen Schriften immer mitgeliefert werden (keine TrueType-Schriften). Die entsprechenden Zeichensatzkoffer und PostScript-Fonts bitte gezippt mitgeben. Bei PDF- und EPS-Dateien müssen Logos und Schriften eingebettet (mitgeliefert) sein.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

Datenträger: CD, DVD, Zip (100/250)

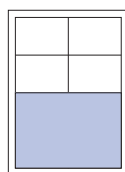
Inseratgrößen und Inseratepreise (alle Preise inkl. 7,7% MwSt., WIR-Anteil 75%)



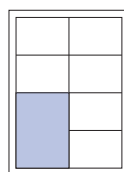
168x248 mm
1/1 Seite Inhalt



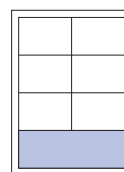
82x248 mm
1/2 Seite hoch (2-sp.)



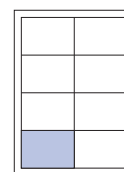
168x122 mm
1/2 Seite quer (4-sp.)



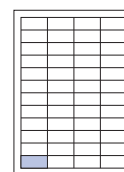
82x122 mm
1/4 Seite hoch (2-sp.)



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