

WIR *info*

6/2022

Das Magazin für Schweizer KMU

Artgrade your Life!

... und Ihr KMU. Jana Lucas öffnet Unternehmern durch Kunstbetrachtung die Augen für Neues

Hospitality

Ernst Wyrsch: Leadership, Jan Schoch: Hotelfinanzierung, Madeleine Na: Arbeitszeitmodelle, Monika Bandi: Nachhaltigkeit

Kundengenerator

Schreinerei Fessler: Neukunden dank Hausheld.ch

Bank 



Kraftort

Editorial

Die in Gonten geplanten Massivholzbauten setzen ein Zeichen in puncto Nachhaltigkeit und gehen mit den Unternehmerwohnungen neue Wege der Wohnkultur.

Unweit von Appenzell, Hauptort des Kantons Appenzell Innerrhoden, liegt das Dörfchen Gonten, das Erholungssuchenden und Sportbegeisterten ein Begriff ist. Bereits heute können Touristen oder Seminarteilnehmer im Boutique-Hotel Bären absteigen und sich verwöhnen lassen: im Hotel- und Wellnessbereich, im Restaurant oder im Weinkeller, wo man sogar übernachten kann. Gegenwärtig lässt Besitzer Jan Schoch den gegenüberliegenden «Löwen» zum Familien- und Sporthotel umbauen. Damit nicht genug. Sein Projekt Appenzeller Huus umfasst eine Erweiterung des «Bären» und vier Häuser mit Wohnungen. Entstehen soll nichts Geringeres als ein Leuchtturm für Körper, Geist und Seele, ein Kraftort mit schweizweiter und internationaler Ausstrahlung. Die geplanten Massivholzbauten setzen ein Zeichen in puncto Nachhaltigkeit und gehen mit den Unternehmerwohnungen neue Wege der Wohnkultur. Schoch befand sich in der komfortablen Lage, sich seinen Haupt-Finanzierungspartner aussuchen zu können. Weshalb seine Wahl auf die Bank WIR fiel, lesen Sie ab S. 16.

«Wer in der Hospitality-Branche Ernst Wyrsh nicht kennt, hat etwas falsch gemacht», meinte kürzlich ein Hotelier zu mir. Wyrsh ist heute als Coach und Mentor unterwegs, die Erfolge, zu denen er das Grandhotel Belvédère in Davos geführt hatte, dürften aber für immer mit ihm verbunden bleiben. Als Hotelier hat er in Davos sein Gastgeberprinzip in der Führung entwickelt, von dem KMU-Verantwortliche aller Branchen profitieren. An den Seminaren der Business Schmiede erhalten «Vorgesetzte» das Rüstzeug, um sich zu Leadern zu entwickeln (S. 28).

Daniel Flury
Chefredaktor

Bank **WIR**

WIRpromo

«Weg mit dem Winter.»

Profi-Hochdruckreiniger
HD 5/12 C Plus

100% WIR!
900 CHW

wir.ch/wirpromo

Kärchern macht sauber und Spass



Ein Deonym ist ein Wort, das vom Eigennamen zur Bezeichnung einer ganzen Gattung wird. Das ist kein Zufall, sondern hat etwas mit Innovation und Qualität zu tun. Man kennt das von Tempo-Taschentüchern, Tupper-Behältern oder vom Googeln im Internet. Und natürlich auch von Kärcher!

Pünktlich zum Frühling überkommt viele von uns ein unaufhaltsames Verlangen nach Ordnung und Sauberkeit. Und nichts eignet sich besser für den Frühlingsputz als ein robuster Hochdruckreiniger von Kärcher von hoher Qualität und langer Lebensdauer.

Kein Wunder sind die Geräte zum Synonym für umweltschonendes Reinigen mit höchstem Qualitätsanspruch geworden. Und Spass macht es auch noch – das Resultat ist sofort sichtbar. In der aktuellen WIRpromo bekommen Sie den handlichen und vielseitigen Profi-Hochdruckreiniger Kärcher HD5/12 C Plus mit **100% WIR** zu einem Top-Preis von **900 CHW**.

| | |
|--------------------------------|---------|
| Unverbindliche Preisempfehlung | CHF 939 |
| WIRpromo-Preis im WIRmarket | CHW 900 |
| Zuzüglich Porto | CHW 15 |

Technische Daten

- Arbeits-/Maximaldruck: 115/175 bar
- Fördermenge: 500 l/h
- Leistung/Stromart: 2200 W/220 V
- Gewicht inkl. Zubehör: 24,2 kg
- Abmessungen: 380 x 360 x 930 m

Features

- Handspritzpistole mit EASY!Lock
- 10 m HD-Schlauch, 840 mm Strahlrohr
- Dreifachdüse (0°/25°/40°), manuell
- Dreckfräser
- Reinigungsmittel-Ansaugung
- Stehend und liegend einsetzbar

Bracher Services GmbH

Die Götschi Handelsbetrieb GmbH mit den Shops www.goetschi-handel.ch und www.gastrohaus.ch wurde Mitte 2021 vom langjährigen Mitarbeiter Michael Bracher übernommen. Er pflegt die gewohnte Zuverlässigkeit mit attraktiven 100%-WIR-Angeboten für Werkzeuge und Verbrauchsmaterial unverändert weiter.

Bracher Services GmbH | Schmiedenmattstr. 6 | 3180 Wangen a.d.A. | www.goetschi-handel.ch | 061 903 08 07

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

Inhalt

Seite 16

In Gonten (AI) entsteht hinter dem historischen Hotel Bären ein neues Quartier mit Hotelneubau, Alterswohnungen und «Unternehmerwohnungen». Als Haupt-Finanzierungspartnerin wählte Bauherr Jan Schoch die Bank WIR.



Seite 28

Ernst Wyrch ist nicht nur im Hospitality-Business ein Begriff. Als selbstständiger Mentor und Coach macht er – unter anderem – aus «Vorgesetzten» echte Leader. Für die Business Schmiede ist er dieses Jahr mit drei Seminaren unterwegs.

Seite 34

Die Plattform Hausheld.ch bringt Hauseigentümer und Handwerker zusammen und hat seit 2016 bereits über 100000 Aufträge vermittelt. Vom Angebot des «Kundengenerators» überzeugt ist auch die Schreinerei Fessler im solothurnischen Bettlach.



6 Artgrade your life! ...
... und Ihr KMU – Interview mit Jana Lucas

12 Ein Walliser Tausendsassa
Hervé Valette, Unternehmer und Sammler

16 Hospitality I
Das Projekt Appenzeller Huus von Jan Schoch

22 Hospitality II
«Tourismus ist per se nicht nachhaltig» – Interview mit Monika Bandi

26 Hospitality III
Madeleine Na: Pioniergeist in der Hotellerie

28 Hospitality IV
«Ein Leader kann nicht motivieren, aber ...»
Interview mit Ernst Wyrch

32 300 Chancen auf ein kostenloses Seminar
Speakers Nights der Business Schmiede: jetzt anmelden!

34 Kundengenerator
Schreinerei Fessler:
Neukunden dank Hausheld.ch

39 CEO-Corner
Wir sind eine Baufinanzierungs-Bank

40 Der Unternehmergeist und die Gleichstellung
Kolumne von Karl Zimmermann

42 Inserateschlüsse

49 144 Seiten
«Faszination WIR»

50 500 CHW geschenkt!
Ihre Gutschrift für Inserate und Werbung

52 Neue WIR-Teilnehmer

57 Willkommen im WIR-Netzwerk

86 Impressum

87 Standorte der Bank WIR und Social Media

88 Werbemöglichkeiten im WIR-Netzwerk

90 Inseratepreise

«Artgrade your Life!»

Kunst und KMU? Das ist mehr als ein Kunstdruck oder Gemälde im Sitzungszimmer. Die Kunsthistorikerin Jana Lucas lässt Unternehmerinnen und Unternehmer in einen Dialog mit Kunst treten und öffnet ihnen die Augen für Neues und Ungedachtes.

Jana Lucas (janalucas.ch) ist Deutsche, wohnt in Basel aber am genau richtigen Ort für ihre Arbeit, denn: «Basel hat das Kulturleben einer Grossstadt.» Als Kunsthistorikerin berät sie KMU, Organisationen und Verbände in Fragen der Unternehmens- und Strategieentwicklung, Kundenpflege, Innovation, Teambildung – kurz: in allem, was eine Organisation vorwärtsbringt. Jana Lucas ist auch Autorin (s. Kasten) und arbeitet zusammen mit dem Psychoanalytiker Joachim Küchenhoff an ihrem nächsten Buch, Arbeitstitel: Schule der Wahrnehmung.

Eine Ihrer Botschaften lautet «Artgrade your Life». Was ist darunter zu verstehen?

Jana Lucas: In Anlehnung an das auch im deutschen Sprachraum verbreitete «Upgrade your Life» ist es die Aufforderung, sein Leben in der Auseinandersetzung mit Kunst bewusst zu gestalten und aufzuwerten. Kunst ist ja mehr als eine schöpferische Beschäftigung. Sie ist eine Grundlage der Kultur und hat das Potenzial, die Eigenentwicklung zu fördern.

Sie zielen spezifisch auf Unternehmerinnen und Unternehmer ab. Welchen Nutzen können sie aus Kunst ziehen?

In jeder Form von Kunst geht es ums Neuzusammendenken und kreativ-geistreich Kombinieren, ums Planen der Mittel, ums Gestalten und Umsetzen, um Qualität – also genau um das, was Unternehmertum ausmacht. Durch die Betrachtung und Hinterfragung von bildender Kunst entdecken wir Neues und stellen ungewohnte Überlegungen an, die das unternehmerische Handeln beein-

flussen und beispielsweise zu innovativen Einsichten und Strategien führen können.

Als Kunsthistorikerin wissen Sie, wie man bei der Bildbetrachtung vorgeht. Wie leiten Sie den Laien an?

Wenn es einfach darum geht, sich einem Kunstwerk zu nähern und es durch genaues Anschauen besser zu verstehen, stelle ich vor einem Gemälde Fragen wie «Was fällt Ihnen zuerst auf? Wie bewegt sich Ihr Blick? Was fällt Ihnen spontan ein, wenn Sie das Bild anschauen? Welche Farben wurden gewählt, wie sind die Kontraste? Was ändert sich, wenn Sie den Standort wechseln oder das Bild aus grösserer Distanz betrachten? Was erzählt das Kunstwerk über die Zeit, in der es geschaffen wurde? Was erzählt das Werk über die Künstlerin oder den Künstler? Wie viel davon ist Ihre eigene Deutung? Wofür hat die Künstlerin eine Sprache gefunden? Welche Gefühle und Reaktionen löst das Kunstwerk in Ihnen aus? Wie klingt das Bild? Was ist Ihnen unklar? Was ist die beste Qualität des Gemäldes?» Mit dieser Art von Fragen fällt es leicht, eine Stunde oder sogar länger vor einem Bild zu verbringen und darüber angeregt zu diskutieren. Kunst zu erleben heisst, sich auf einen Dialog mit dem Werk einzulassen.

«Kunst zu erleben heisst, sich auf einen Dialog mit dem Werk einzulassen.»

*Jana Lucas vor der Plastik «Intersection»
von Richard Serra (Theaterplatz Basel).*

Fotos: Raffi Falchi



Und wie gehen Sie vor, wenn Sie mit Unternehmerinnen oder Unternehmern ins Museum gehen?

Ich fordere CEOs dann beispielsweise auf, sich ein Gemälde als Ausgangspunkt auszuwählen. Zum Beispiel eines, das die aktuelle Unternehmenssituation widerspiegelt. Weil Kunst sowohl die rationale Ebene wie auch das Unterbewusstsein anspricht, kann das gewählte Kunstwerk ein Vehikel sein, um sich in der Diskussion der eigenen inneren Haltung bewusst zu werden oder neue Ideen zu generieren. Meine Aufgabe ist es primär, Fragen in Bezug auf das Unternehmen zu stellen, die durch das Bild sichtbar werden, und die spezifischen künstlerischen Gestaltungsmittel des Werks metaphorisch auf die unternehmerischen Herausforderungen zu übertragen. Die konkreten Lösungen erarbeiten die Kundinnen und Kunden danach selbst.

Können Sie ein Beispiel geben?

Der Mitinhaber einer Firma wählte intuitiv ein Bild aus, auf dem ein Mädchen mit Blumenstrauss zu sehen war. Das Mädchen schaute den Strauss nicht an, sondern von ihm weg. Es stellte sich heraus, dass er andere Ziele verfolgte als sein Kompagnon und eigentlich aus dem Unternehmen ausscheiden wollte. Das war aber nicht vordergründig und wurde ihm erst in der Diskussion des Gemäldes bewusst. Wir haben dann die einzelnen Schritte seines Ausstiegs erarbeitet. Heute führt er zufrieden ein Hostel und eine Pizzeria.



Jana Lucas ist Kunsthistorikerin und Kommunikationswissenschaftlerin.

Macht es Sinn, wenn ein Künstler sein Werk mit «Ohne Titel» benamst? Jede und jeder sieht darin sowieso etwas anderes?

Ein Titel kann helfen, ein Werk zu interpretieren. Letztendlich sehen jedoch alle etwas anderes in einem Kunstwerk, genauso wie jeder Mensch die Wirklichkeit individuell wahrnimmt. So habe ich alle 20 Teilnehmenden eines Workshops aufgefordert, dem Gemälde «Strasse in Åsgårdstrand» von Edvard Munch einen Namen zu geben (vgl. Abbildung S. 9). Wie erwartet kamen dabei 20 verschiedene Bildtitel heraus, von «Schöner Sonntag» bis «Gemobbtes Mädchen». Sich dessen bewusst zu werden, öffnet einem die Augen für unterschiedliche Perspektiven sowie Standpunkte und ist sehr gewinnbringend für Gruppen, die Teambildung zum Ziel haben und für Unternehmen, die ihre Kunden besser verstehen wollen. Es lässt sich gut zeigen, dass man als Einzelperson nicht alles sieht, und dass erst die Vielfalt an Erfahrungen und Hintergründen alles – oder fast alles – sichtbar macht. Sogar in einem Workshop mit Ärzten erwies sich der Prozess der Bildbetrachtung als nützlich. Auch ein Arzt muss sich ja fragen, wie er sich den Patienten anschaut und ob er vielleicht wichtige Einzelheiten gar nicht wahrnimmt. Zusammengefasst könnte man mit den Worten Paul Klees sagen: Ein Gemälde zeigt nicht das Sichtbare, sondern macht sichtbar.

«Ein Gemälde zeigt nicht das Sichtbare, sondern macht sichtbar.»

Ist jede Form von Kunst für Ihre Arbeit geeignet?

Grundsätzlich schon. Vor allem im Museum wird einem schnell deutlich, dass es sich lohnt, einen eigenen Stil zu entwickeln und sich von der Masse abzuheben, wenn man ein «Meisterwerk» gestalten will. Diese Kunstschaffenden haben nach einem unverwechselbaren ästhetischen Ausdruck gesucht. Schönheit und Qualität haben Bestand. Das gilt für die Kunst genauso wie im unternehmerischen Kontext.

Künstler sind auch Unternehmer. Gilt die Umkehrung?

Unternehmer sind nicht Künstler im landläufigen Sinn, aber es gibt Parallelen in der Vorgehensweise. Management ist eine Kunst. Nehmen wir den ghanaischen Künstler El Anatsui. Er gestaltet aus wertlosem Abfall hochwertige Kunstwerke, etwa aus Flaschenverschlüssen. Wird das Kleine, Wertlose orchestriert und in einen neuen Kontext gesetzt, entsteht plötzlich etwas von grosser Sinnhaftigkeit und unschätzbarem Wert. Im Management wie in der Kunst, geht es also darum, das in einer Situation oder in einem Material liegende Potenzial voll zu ent-



Der Fundus an Kunstwerken ist unerschöpflich.



«Strasse in Åsgårdstrand» von Edvard Munch.

Bild: zVg



Die geheimen Pionierinnen der Wirtschaft – Jana Lucas' Erstling.

fallen. Ein Kunstwerk erfordert oft genauso wie im Management einschränkende Entscheidungen und das Fokussieren auf ein bestimmtes Gestaltungsmittel. Aus einer Vielzahl von Optionen muss sich der Künstler genauso wie die Managerin auf eine Form und damit auf eine Lösung konzentrieren. Gerade dadurch habe ich die Chance, die eigene Wirkung enorm zu steigern.

Ein anderes Beispiel ist Katharina Grosse. Sie besprüht und bemalt Häuser und Landschaften. Sie geht damit völlig neue Wege, tut etwas, was vor ihr noch niemand getan hat. Ihre Kunst sowie diejenige vieler anderer Künstler kann Unternehmer dazu inspirieren, kreativ zu werden und Überlegungen anzustellen, die völlig neu sind.

Beim Beispiel mit dem Mädchen mit Blumenstrauß hat der Kunde das Bild ausgesucht. Kommt es auch vor, dass Sie eine Auswahl treffen?

Ja, nach dem Vorgespräch mit dem Kunden und der Abklärung der Fragestellung wähle ich Bilder aus, die zu einer Problemlösung führen könnten. So suchte etwa eine Dachorganisation für nachhaltige Unternehmen nach Möglichkeiten, mehr Mitglieder zu gewinnen. Am Beispiel

von Michelangelos Jüngstem Gericht konnten die Grundlagen für ein schrittweises Vorgehen erarbeitet werden. Die rund vierhundert Personen dieses monumentalen Freskos hat Michelangelo ja auch nicht von einem Tag auf den andern gemalt, sondern eine nach der anderen auf die Wand übertragen, Schritt für Schritt. Zudem mussten grosse Vorarbeiten geleistet werden, etwa das Zumauern von Fenstern und das Setzen einer neuen Mauer, auf die Michelangelo malen konnte.

Ein anderes Gemälde – tlinko II von Victor Vasarely – zeigt eindrücklich, wie durch kleine Veränderungen eine grosse Wirkung erzielt werden kann. Hier sind viele weisse Quadrate auf schwarzem Grund zu sehen, einige hat er dabei leicht aus der Achse gedreht oder zu Rauten geformt. Dadurch entsteht ein ganz neuer Eindruck.

Basierend auf dieser Erkenntnis kam ein Kunde auf die Idee, dass es nicht viel braucht, um Innovation zu gestalten bzw. wirksamer zu handeln. Konkret fasste er den Plan, die vielen Absolventen seiner Leadershipkurse gezielt als Testimonials zu nutzen und so seine Reichweite auf einen Schlag zu vergrössern.

Andere Bilder sind geeignet, um die Kommunikation schwieriger Themen einzuüben. Nehmen wir das Gemäl-

de «Triumph des Todes» von Pieter Brueghel dem Älteren. Die schrecklichen Szenen zu beschreiben, erfordert einen kühlen Kopf und erleichtert es, Fakten sachlich und rational zu beschreiben und Unangenehmes – etwa rückläufige Geschäftszahlen – mit einer gewissen Gelassenheit zu kommunizieren.

Man lernt, auf Details zu achten und eignet sich eine visuelle Kompetenz an, die sich im Alltag anwenden lässt. Viele von uns sind konditioniert auf gewisse Dinge und übersehen alles andere. Fragt man einen Juristen, was ihm vom «Triumph des Todes» in Erinnerung blieb, wird seine Antwort anders ausfallen als die des Mediziners. Durch solche Konditionierungen läuft man Gefahr, in die falsche Richtung zu laufen und blind zu sein für andere wichtige Aspekte.

Haben Sie eine Lieblingsepoche?

Im Zentrum meiner kunsthistorischen Forschung stand das Spätmittelalter und die Renaissance, vor allem das 14. bis 16. Jahrhundert. Das Kunstschaffen ist in dieser Periode stark in das religiöse und politische Geschehen eingebunden und transportiert komplexe Botschaften.



Felix Platter, von Hans Bock 1584 in Szene gesetzt.

Bild: zVg

So erfährt man viel über die damalige Gesellschaft. Mich fasziniert aber auch die zeitgenössische Kunst.

Sollen Unternehmerinnen und Unternehmer Kunst auch in ihre Firmen holen?

Ich berate Firmen in der Nutzung bestehender Objekte oder im Aufbau einer Sammlung. Es braucht aber gar nicht eine ganze Sammlung zu sein. Schon ein Werk im Eingangsbereich oder in einem Sitzungszimmer kann eine kreative Stimmung erzeugen und Innovationen generieren. Es gilt zu beachten, dass Kunst nicht einfach Deko ist, sondern etwas, das man in ein Gespräch mit Mitarbeitenden oder Kunden einbeziehen kann, bewusst als Teil der Customer bzw. Employer Journey. Über Kunst miteinander ins Gespräch zu kommen, kann Vertrauen bilden und eine Dynamik entwickeln, die sich nicht ergeben hätte, wenn man sich einfach nur über Dokumente beugt. Bildende Kunst ist ein bedeutender emotionaler Wert, den Unternehmen häufig nicht nutzen.

Soll man bei der Auswahl auch die Mitarbeitenden einbeziehen?

Warum nicht? Natürlich ist nicht jede Organisation in der komfortablen Lage z.B. eines Kantons, wo die Mitarbeitenden aus einem ganzen Fundus wählen können. Andererseits: Wenn sich ein Unternehmen einen Designerstuhl leisten kann, warum dann nicht auch ein Kunstwerk? Sicher ist das Budget begrenzt, dann bietet sich auch ein Auftragswerk an, beispielsweise von einem lokalen Künstler. Wichtig ist, dass die Firma und ihre Werte durch die Kunstwerke spürbar werden.

«Durch Kunstwerke wird eine Firma spürbar.»

Wie kann Kunst in einem Unternehmen sonst noch zum Ausdruck kommen?

KMU sollten Kunst häufiger als Ideengeber nutzen. Nehmen wir die Porträtbilder der Vorstandsmitglieder auf der Webseite eines Unternehmens. Alle sitzen oder stehen sie da, im Kleid oder Anzug, austauschbar, vor einem monochromen Hintergrund. Man vergleiche das mit dem Porträt z. B. von Felix Platter, dem berühmten Basler Arzt, der von 1536 bis 1614 lebte (Abbildung links). Hans Bock malte ihn in selbstbewusster Fürstenpose, in der Hand seine wissenschaftliche Publikation haltend und umgeben von exotischen Früchten – Platter züchtete Pflanzen – und römischen Säulen, die auf die Römerstadt Augusta Raurica verweisen, an deren Ausgrabungen Platter sich beteiligt hatte. Wieso sollte man solches Storytelling durch Körpersprache und Accessoires nicht auch für Firmenporträts verwenden? So können Firma und Verantwortliche Aufmerksamkeit erregen und ihre Positionierung schärfen.



Isabella von Portugal (o. l.) war Forschungsgegenstand von Jana Lucas.

«Museen sind geeignete Orte, um zu netzwerken.»

Museum tönt immer auch ein wenig nach verstaubt, förmlich, flüsternden Konversationen und «nicht berühren». Wie kann man einen Museumsbesuch möglichst anregend gestalten?

Museen sind geeignete Orte, um zu netzwerken, um konventionelle Denkmuster zu verlassen, die Fantasie anzuregen und um die Problemlösungskompetenz zu erhöhen. Aber ich würde den Geschäftspartnern, Mitarbeitenden oder Familienmitgliedern nicht androhen, dass wir jetzt mal drei Stunden lang 200 Bilder anschauen gehen. Man kann sich etwa beim Sonntagsausflug mit der Familie problemlos auf einen Raum beschränken. Jeder sucht dann das Bild aus, das z. B. die eigene Stimmung widerspiegelt oder das man für das teuerste in diesem Saal hält. Dann kann man das Werk beschreiben und –

Isabella von Portugal in Basel

Jana Lucas ist Kunsthistorikerin und Kommunikationswissenschaftlerin. Bevor sie sich selbstständig machte, arbeitete sie in einer Ausstellungs- und Marketingagentur. Bei Workshops mit Kunden hatte sie dabei vornehmlich mit aus Männern zusammengesetzten Vorstandsgremien zu tun. Auf der Suche nach Frauen, die der Wirtschaftswelt in verschiedenen Epochen ihren Stempel aufgedrückt haben, wurde sie zur eigenen Überraschung schnell fündig und hielt die Geschichten von 20 Frauen im Buch «Die geheimen Pionierinnen der Wirtschaft» fest (Redline-Verlag, München, 2021).

Innovationsmanagement zum Beispiel mag ein moderner Begriff sein – was er beinhaltet, hat die Plantagenbesitzerin Eliza Lucas Pinckney schon im 18. Jahrhundert demonstriert. Unternehmensentwicklung, Handel und Finanzen, Marketing und Vertrieb, Selbstständigkeit und Leadership sind weitere Themen, die jeweils an zwei bis vier herausragenden Frauen festgemacht werden. Eine davon ist auch Isabella von Portugal, die zuvor schon Gegenstand von Jana Lucas' Doktorarbeit war. Sie heiratete 1430 Philip den Guten, Herzog von Burgund, und übernahm die Verantwortung für die Finanzen des Herzogtums. Geschichtsinteressierten in der Schweiz besser bekannt ist ihr Sohn Karl der Kühne («Karl der Kühne verlor bei Grandson das Gut, bei Murten den Mut, bei Nancy das Blut»). Auch dies ist ein Zeichen dafür, dass die (männliche) Geschichtsschreibung Frauen gerne links lässt.

Grosse Summen gab Isabella für werbewirksame Unterstützung von Klöstern und Hospizen aus. Dabei spielte immer auch politisches Kalkül mit, wie die grosse Messingtafel beweist, die sie während des Konzils von Basel (1431–1449) im dortigen Kartäuserkloster installieren liess. In die Tafel eingraviert war ein Porträt der Herzogsfamilie, die sich so der versammelten europäischen Kirchenelite als fromme Christen und weltliche Führer einer Grossmacht präsentieren konnte. Die Tafel ist erhalten geblieben und wird im Historischen Museum Basel ausgestellt (s. Foto links).

wenn Personen dargestellt sind – auch die Haltung der Figur oder Figuren einnehmen. Das mag für die anderen Museumsbesucher irritierend sein, aber es hilft, in das Bildgeschehen einzutauchen und es zu verstehen.

● Interview: Daniel Flury

A man with grey hair, wearing a blue and white striped shirt, sits behind a large, ornate wooden desk. The desk is cluttered with various objects, including a large brass telescope, a small bronze sculpture of a bird, and a small bronze figure. The background is a wall covered in African art, including several large wooden masks with unique features, a tall wooden cabinet with intricate carvings, and various smaller sculptures and vases. The lighting is warm, highlighting the textures of the wood and the colors of the art.

Ein eloquenter Walliser Tausendsassa

*Hervé Valette in seinem Büro,
umgeben von Kunst und Artefakten.*

Fotos: Olivier Gisiger

Er war Journalist. Dann stieg er ins Geschäftsleben ein, vor allem ins Immobilienbusiness. Neben dem Geldverdienen hat der Walliser Hervé Valette mindestens zwei weitere Leidenschaften: Kunst und alte Autos.

Der Journalist hatte erwartet, im Bentley Continental am Bahnhof von Sitten abgeholt zu werden. Stattdessen stand da ein schwarzer Porsche Cayenne. Er leide momentan an einer Diskushernie und habe Rückenschmerzen, erklärte Hervé Valette, und ein SUV sei einfach bequemer als ein Coupé. Der Porsche 911 und der Aston Martin, die ebenfalls zum Fuhrpark gehören, kämen momentan als Transportmittel leider ebenfalls nicht infrage.

Hervé Valette ist reich. «Ich liebe den Reichtum», wird er später sagen, «denn damit kann man eine gewisse Macht ausüben.» Er scheut sich nicht, die dazu gehörigen Attribute freimütig zur Schau zu stellen. Dazu gehört die prächtige, weisse Villa an den Hängen oberhalb von Sitten mit unverstellbarer Fernsicht, riesigem Park, Pool, einer Teichlandschaft, Palme und Olivenbaum an windgeschützter Stelle. In einem Unterstand parkt der Bentley, in der Garage zwei von Valettes rund 15 Oldtimern: ein Ferrari Testarossa aus den 1980er-Jahren und ein makellos restaurierter Aston Martin DB 6 aus den 1960ern, dazu eine abenteuerlich kriegsbemalte, mit Totenköpfen garnierte Harley-Davidson, die laut Valette einst dem Milliardär Ernesto Bertarelli gehörte.

Bücher und Interviews

Auch wie er zu seinem Vermögen gekommen ist, erzählt der 64-Jährige gern und mit der ihm eigenen Eloquenz. Schon mit 18 wurde Hervé Valette Vater einer Tochter; zehn Jahre später kam eine zweite zur Welt. Inzwischen hat er drei Grosskinder. Trotz der frühen Ehe, die bis heute hält, und der Familiengründung konnte er in Lausanne und Washington studieren und schrieb gleichzeitig zwischen 1979 und 1989 für die Walliser Tageszeitung «Le Nouvelliste». Er interviewte Politiker und Berühmtheiten (unter dem Titel «Mes Invités» 1987 als Buch publiziert). Der mächtige, ultrakonservative «Nouveliste»-Verleger André Luisier (1925–1998) war sein Mentor. Valette schrieb dessen Biografie: «André Luisier – L'histoire de ma vie». Luisier präsierte von 1981 bis 1992 auch den FC Sion, womit er sich finanziell ruinierte.

Als Journalist landete Hervé Valette einige Coups. Zum Beispiel gelangte er 1979 in die US-Botschaft in Teheran, die nach der Islamischen Revolution besetzt worden war und deren Mitarbeiter als Geiseln gehalten wurden. Oder er reiste mit dem damaligen US-Vizepräsidenten und späteren Präsidenten George Bush senior in dessen



Ein Prunkstück aus der Autosammlung, ein Aston Martin DB 6.

Regierungs-Jet. «Das letzte grosse Ereignis, über das ich berichtete, war der Sturz des rumänischen Diktators Nicolae Ceausescu 1989», erzählt er.

Die ersten Deals

Etwa gleichzeitig stieg Valette ins Geschäftsleben ein. In Conthey, einem Vorort von Sitten, kaufte er ein kleines Gebäude, so geht seine Erzählung. «Das Schicksal wollte es, dass darin ein Ingenieur wohnte, der ein revolutionäres Wasserreinigungssystem erfunden und patentiert hatte. Er hatte den Iran für den Bau seiner ersten Anlage ausgewählt. Der Sturz des Schahs und die Einführung des islamischen Regimes bedeuteten, dass er alles verlor. Ich kaufte ihm das Patent ab.»

Zusammen mit zwei Financiers gründete Valette eine Fischzuchtanstalt in Le Bouveret am Genfersee. Das Patent für die Wasseraufbereitung brachte ihm zehn Prozent der Aktien ein. Als einer der beiden Partner die Mehrheit anstrebte, bot er Valette eine Million für dessen Anteil. «Meine Karriere hatte begonnen. Ich war 37 Jahre alt und hatte meine erste Million in der Tasche.»



Kunst gehört auch in den Garten.

Doch es gab auch Rückschläge: Dass er etwa zur selben Zeit in ein Projekt verstrickt war, das ihm Millionenverluste und einen Strafprozess eintrug, erwähnt Hervé Valette erst viel später nach einem köstlichen Essen im Restaurant seines Schwiegersohns in Conthey. Ende der 1980er-Jahre stieg er, wiederum mit Geschäftspartnern, in die Produktion einer Uhr namens «Epoque Watch» ein, welche der Swatch Konkurrenz machen sollte. Das Vorhaben scheiterte laut Valette, weil die Bank den Kredit hahn zudrehte. Allerdings gab es auch Streit unter den «Epoque»-Partnern. Ein Strafverfahren gegen Valette und einige Mitstreiter endete 2000, nach vollen zwölf Jahren, mit Freisprüchen durch das Walliser Kantonsgericht. Vom Bezirksgericht Martigny waren die Angeeschuldigten ein paar Jahre zuvor noch verurteilt worden.

Immobilien in grossem Stil

Wir fahren an der Kirche von Conthey vorbei, einem 1957 eingeweihten, eher banalen Betonbau am Fuss der Rebberge. Rechts davon steht eine neuere Überbauung, die Hervé Valette realisiert hat. Zur Linken der Kirche ist eine riesige Baugrube aufgeworfen, in welcher das nächste Projekt zu stehen kommen wird. Er baut, kauft und verkauft Immobilien im Wallis, in der Waadt und im Kanton Genf in grossem Stil, vergleichbar etwa mit Christian Constantin, dem heutigen Besitzer des FC Sion. Mit seiner Holdinggesellschaft und den Firmen, die er für jedes einzelne Projekt gründet, mache er ohne einen einzigen Angestellten rund 50 Millionen Franken Umsatz im Jahr, wirft Hervé Valette beiläufig ein.

Ohne danach gefragt zu werden, kommt der Unternehmer auch auf die Bank WIR zu sprechen, über die er viele seiner Geschäfte abwickelt. «Dank WIR habe ich eine wirtschaftliche Familie rund um mich versammeln kön-



Hervé Valette auf einer seiner Baustellen.

nen», sagt er. «Ich arbeite vor allem mit Unternehmern zusammen, welche die gleichen Instrumente benutzen wie ich.» So sei eine Art Club entstanden.

Einen Club gründet Valette momentan auch in Ardon, seinem Heimatdorf etwas weiter unten im Tal Richtung Martigny: Hier entsteht, wie es im Internet heisst, ein «Tempel des Automobils», eine Halle, genannt «Carbox», für die sichere Unterbringung und Pflege von mehr als einhundert aussergewöhnlichen Autos, darunter Valettes eigenen Oldtimern. 65 Plätze seien schon vergeben, sagt Valette, noch bevor die Halle fertiggebaut ist. Die Auto-Enthusiasten können sich in dem nach nachhaltigen Kriterien erbauten Gebäude auch in einem exklusiven «Art-club» treffen.

Im Andenken an den Bruder

Dieser «Artclub» gibt das Stichwort für das andere wichtige Kapitel in Hervé Valettes Leben: Mit Immobilien ist er reich geworden, aber Kunst ist seine Leidenschaft. Das sieht man schon in seinem Haus, dessen Wände vom unterirdischen Gang bis in die oberen Geschosse vollgehängt sind mit Bildern, vollgestellt mit Statuen und Vitrinen, die von Kunstgegenständen überborden. Im Arbeitszimmer des Hausherrn findet sich zudem eine umfangreiche Sammlung afrikanischer Kunst. Rund 4000 Bilder und Kunstgegenstände besitze er, sagt Valette.

Spätestens, wenn man die uralten Steinhäuser im Dorfkern von Ardon besucht, wo Hervé Valette aufgewachsen ist, wird das volle Ausmass seiner Passion sichtbar. Er hat dort die Léonard-Valette-Stiftung installiert, und wenn er von deren Hintergrund erzählt, wird der sonst so selbstbewusst auftretende Unternehmer emotional.

Die Stiftung hat Hervé Valette 2006 im Andenken und zu Ehren seines jüngeren Bruders Léonard gegründet. Léonard Valette stürzte sich im Oktober 2005, knapp 40 Jahre alt, vom Balkon seiner Wohnung im siebten Stock eines Gebäudes in Lausanne. Erst nach seinem Tod realisierte die Familie den Umfang und die Tiefe seines künstlerischen Schaffens mit Hunderten von Bildern und

Tausenden von Skizzen und Gedichten: «Wir haben Monate gebraucht, um die Leinwände, Blätter, Bettlaken, Bierteller und sogar Teebeutel zusammenzutragen, auf denen er zeichnete, malte und schrieb. Leonardo lebte allein und einsam und hatte alles verstreut und versteckt – in Schränken, unter Betten, in Kellern und Estrichen, in Lausanne und im Wallis.»

Zweck der nicht gewinnorientierten Stiftung ist es erstens, die Werke von Léonard Valette zu sammeln und zu präsentieren. Hervé Valette hat 2018 ein Buch mit einem fiktiven Zwiegespräch mit seinem Bruder veröffentlicht («La Confidence du Soupir», deutsch «Die Vertraulichkeit des Seufzens»); in weiteren Buchpublikationen wird das Werk des Künstlers präsentiert.

Zweitens stellt die Stiftung das Atelier von Léonard Valette für Ausstellungen, Konzerte oder andere Veranstaltungen zur Verfügung. Künstlerinnen und Künstler können sich auch für längere Zeit in einem der Häuser installieren. «Bezahlen müssen sie nichts», sagt Hervé Valette. «Ich verlange nur, dass sie mir eines ihrer Werke überlassen.» So wird Valettes Sammlung in den nächsten Jahren weiterwachsen.

● Artur K. Vogel



Valettes Sammlung von Werken des 1991 verstorbenen rumänischen Künstlers Mircea Ciobanu umfasst 350 Gemälde und Skulpturen.



Jan Schoch vor dem Herzen des Projekts Appenzeller Huus, dem Boutique-Hotel Bären in Gonten.

Foto: Klaus Andorfer

Mehr als ein «Appenzeller Huus» für Gonten

In Gonten (AI) entsteht hinter dem historischen Hotel Bären ein neues Quartier mit Hotelneubau, Alterswohnungen und «Unternehmerwohnungen». Als Haupt-Finanzierungspartnerin wählte Bauherr Jan Schoch die Bank WIR.

Wer mit der Bahn nach Gonten unterwegs ist und sich von der idyllischen Landschaft ablenken lässt, riskiert, das 1450-Seelen-Örtchen zu verpassen. Denn es gilt «Halt auf Verlangen». Jedoch nicht mehr lange, wenn es nach Jan Schoch geht. Sein Projekt Appenzeller Huus soll Gonten von einem Durchgangsdorf zu einer Oase des Verweilens machen. Dies, ohne den Charakter der langgezogenen Siedlung zu verfälschen. Die fünf neuen Gebäude in traditioneller Strickbauweise – eine Erweiterung des historischen Hotels Bären um einen Hotelneubau und vier Häuser mit Wohnungen – sind alle individuell gestaltet und haben ihren eigenen Charakter. Ihre Ausrichtung und Höhenentwicklung orientieren sich an den prägenden Gebäuden des Ortes, insbesondere an der nahen Kirche, deren Firsthöhe nicht überschritten wird. Geht es nach Schoch, wird das erneuerte Dorfzentrum zu einer Entschleunigung im Ort führen, die den Kern des Projekts Appenzeller Huus trifft: eine Entwicklung der Sinne und Seele, eine Wohltat für Körper und Geist.

Sie sind in der Welt der Derivate und Fintechs zu Hause und haben sich einen Namen durch die Gründung von Leonteq gemacht. Wie kam es zum Kauf des «Bären» in Gonten?

Jan Schoch: Schon vor dem Verkauf des Derivaten-Fintech Leonteq 2017 war ich mit der Valastone AG im Im-

mobilienbusiness tätig. Dadurch bin ich übrigens erstmals mit dem WIR-System in Kontakt gekommen. 2014 habe ich von der baldigen Schliessung des «Bären» gehört und habe meine Eltern, die dort vor knapp 45 Jahren geheiratet haben, zu einer Art Abschiedsessen eingeladen. Die engagiert arbeitenden Angestellten des «Bären» taten mir ebenso leid wie der Umstand, dass auch das mit ziemlich genau 420 Jahren älteste Gebäude im Dorf – älter als die Kirche – vor einer ungewissen Zukunft stand. Alle Einwohner Gontens verbinden mit diesem Gasthaus irgendeine persönliche Geschichte. Ich fand es wichtig, den Betrieb aufrechtzuerhalten und kaufte den Erben von Ex-CS-Präsident Hans-Ulrich Dörrig den «Bären» ab, mit dem Ziel, ihn zu neuem Leben zu erwecken.

Gibt es Anknüpfungspunkte zwischen Fintech und Hotellerie?

Beide Branchen sind stark in der Digitalisierung. Allerdings musste ich feststellen, dass in der Hotellerie die verschiedenen Anbieter nicht gut oder gar nicht zusammenarbeiten. So mussten wir etwas nachhelfen, damit diverse Schnittstellen geöffnet werden konnten.

Ein Unterschied besteht darin, dass in der Fintech-Branche die abstrakten und hochtechnischen Prozesse klar dominieren, während im Gastgewerbe wesentlich mehr Herzblut investiert werden muss.



Geschäftsführer Johannes Sommer.



Küchenchef Jürgen Schmid.



Besitzer Jan Schoch auf der Wiese hinter dem «Bären», auf der ein neues Dorfquartier entstehen wird, nämlich...

Foto: Klaus Andorfer

Zu rund 50% bin ich immer noch mit der angestammten Branche verbunden: Vor einigen Jahren habe ich Anova gegründet, ein Fintech, das gerade eine enorme Entwicklung durchmacht. Während Leonteq Technologien für die Herstellung von Anlageprodukten entwickelt, nimmt Anova die Anlegerperspektive ein und bewertet solche Produkte.

In welchem Zustand haben Sie den «Bären» angetroffen?

Während das Restaurant im ersten Stock funktionierte, war das Erdgeschoss eine richtige Rumpelkammer, die 120 Mulden füllte. In enger Absprache mit dem Denkmalschutz haben wir 2015 Balken und Böden freigelegt und das Haus in den ursprünglichen Zustand zurückgeführt. Im Keller befinden sich nun der Weinkeller mit zwei Hotelzimmern, in den Stöcken über dem Restaurant sind die Hotelzimmer und im 5. Stock der Wellnessbereich untergebracht. Auch die Hotelzimmer im Anbau aus den 60er-Jahren sind im Romantik-Stil umgebaut worden.

Den Umbau des «Bären» haben Sie mit eigenen Mitteln finanziert. Mittlerweile hat das Projekt eine neue Dimension angenommen...

Gegenüber dem «Bären» steht der «Löwen», ebenfalls ein denkmalgeschützter Bau. Ich hatte die Absicht, dort Räumlichkeiten für meine Büros zu mieten, aber der Besitzer wollte verkaufen. Ich griff Anfang 2021 zu und entwickelte die Vision eines neuen Dorfteils, der den «Bären», den «Löwen», einen Hotelneubau, drei Gebäude mit Appartements bzw. Unternehmerwohnungen und ein Gebäude mit Alterswohnungen umfasst. Gegenwärtig wird der «Löwen» umgebaut, ein Anbau zurück- und neu aufgebaut. 2023 werden 24 Zimmer und ein Even-

traum für Hochzeiten, Konzerte und Lesungen zur Verfügung stehen. Der Hotelneubau und die Wohnungen werden auf einer Matte hinter dem «Bären» zu stehen kommen und sollten Mitte oder Herbst 2024 bezugsbereit sein. Das ganze Projekt läuft unter dem Namen Appenzeller Huus.

Wie hat die Dorfbevölkerung auf das Projekt Appenzeller Huus reagiert?

Die Erweiterung des Hotels Bären bedurfte eines neuen Quartierplans und Richtprojekts. Dieses war das Resultat eines Wettbewerbs, an dem vier Architekturbüros beteiligt waren und aus dem die Rüssli Architekten AG aus Luzern siegreich hervorging. Die Reaktion der Gontener war sehr positiv. Während der Umbauphase des «Bären» wurde den Einwohnern bewusst, was es bedeuten würde, wenn das Gasthaus während Jahren verlassen geblieben wäre. Jetzt haben sie nicht nur den «Bären» zurückbekommen: Das Projekt Appenzeller Huus nimmt Rücksicht auf den Charakter des Dorfs und gibt ihm ein neues, allen zugängliches Zentrum – den «Dorfplatz» – zwischen dem «Bären» und dem Roothuus. Das Roothuus beherbergt das Zentrum für Appenzeller und Toggenburger Volksmusik, die von Landammann Roland Inauen präsiert wird.

Das Projekt wird hauptsächlich von der Bank WIR finanziert. Wie kam es dazu?

Das hat zwei Gründe. Zum einen wurde mir die Bank WIR von der Avobis Group AG empfohlen, eine unabhängige Dienstleisterin in Sachen Immobilien und Hypotheken.

Damit war die Bank WIR aber erst eine Kandidatin unter vielen, denn es lagen auch Finanzierungsangebote von



... die Hotelweiterung mit Pool auf dem Dach (Mitte), Alterswohnungen (rechts) und drei Häusern mit «Unternehmerwohnungen», wovon links eines zu sehen ist.

praktisch jeder infrage kommenden Bank zwischen Zürich und Appenzell auf dem Tisch. Den Ausschlag für die Bank WIR gab die Expertise der Bank im Bereich Hotelfinanzierung und -bewertung, denn nicht nur die Finanzierung, auch die Begleitung eines sich entwickelnden Projekts durch die Bank ist wichtig. Für mich sehr wertvoll ist insbesondere die Zusammenarbeit mit Christoph Känel. Er ist jemand, der die Branche versteht und mir die kompetente, konstruktive, partnerschaftliche und längerfristige Begleitung bietet, die ich mir vorgestellt habe. Das machte den Unterschied. Ginge es einfach darum, das Hotel durch eine einmalige Überweisung zu finanzieren, wären andere Angebote interessanter gewesen.



Hotelzimmer im historischen «Bären».



Ruheraum im Spa-Bereich.

Fotos: zVg

«Nicht nur die Finanzierung, auch die Begleitung eines Projekts durch die Bank ist wichtig.»

Wie wird der Komplex mit «Bären», «Löwen», Hotelneubau und Wohnungen positioniert sein?

Das Boutique Hotel Bären beherbergt bereits heute Geniesser, Romantiker und Golfer – der 18-Loch-Golfplatz ist nur Minuten vom Hotel Bären entfernt. Der «Löwen» ist für Familien und Sportbegeisterte gedacht. Im Sommer ist die Gegend für Biker und Wanderer ideal, ausserdem hat es einen Seilpark, einen Barfussweg, eine Rodelbahn, und im fünf Minuten entfernten Appenzell Tennisplätze. Im Winter ist Schneewandern, Langlaufen und Skifahren angesagt; in der Region sind 12 Skilifte in Betrieb. Ausserdem liegt Gonten am Jakobsweg, was übrigens das Wappen Gontens mit den beiden Pilgerstäben erklärt. Der Hotelneubau bzw. die Hotelerweiterung ist unterirdisch mit dem «Bären» verbunden und mit den 32 Zimmern und Suiten auf Gäste im Wellness- und Spa-Bereich ausgelegt. Pool und Sauna befinden sich im Dachgeschoss mit toller Aussicht in die Berge. Die Wohnungen sind auf vier Häuser verteilt. In einem Haus werden 20 Wohnungen im Angebot stehen, 23 weitere Wohnungen für Unternehmer sind auf drei separate Häuser verteilt.

Was ist unter diesen Unternehmerwohnungen genau zu verstehen?

Sie sind für Unternehmer gedacht, die viel unterwegs sind und nur Teilzeit – und mit Service! – fest an einem Ort wohnen wollen. In der übrigen Zeit können ihre Wohnungen als Hotelzimmer vermietet werden. Die grösseren Wohnungen à 150 m² sind so konzipiert, dass aus ihnen drei Hotelzimmer gemacht werden können. Die Einnahmen werden zwischen Hotel und Wohnungsbesitzer geteilt. Teilzeitwohnen für Unternehmer ist ein innovativer Ansatz, der meiner Erfahrung nach einem Bedürfnis entspricht. Nicht zu vergessen ist dabei, dass der Kanton Appenzell Innerrhoden aus steuerlicher Sicht für Unternehmer sehr interessant ist.

«Teilzeitwohnen für Unternehmer ist ein innovativer Ansatz.»



Blick ins Restaurant des Hotels Bären.



Hans Rhyner ist verantwortlich für den Weinkeller.

Hotelgäste, Pensionierte und Unternehmer – Sie fürchten keine Konflikte zwischen den Bewohnern der einzelnen Häuser?

Im Gegenteil. Der Aufenthalt wird für alle Beteiligten nicht eintönig sein. Die verschiedenen Gruppen leben zwar separat, können aber auch problemlos zusammenkommen, z. B. im für alle zugänglichen Spa oder im Eventraum. Ich rechne damit, dass so etwas wie eine eigene Subkultur entstehen wird. Daneben ist natürlich diese Vielfalt der Angebote ein Pluspunkt für den Verkauf.

In der Hospitality-Branche ist das Personal mit 40% vom Umsatz der grösste Kostenfaktor. Haben Sie bezüglich Lohnhöhe Vorteile gegenüber der Konkurrenz, und wo nehmen Sie angesichts des Fachkräftemangels das Personal her?

Gegenwärtig beschäftigen wir 30 Angestellte, in rund zwei Jahren rechne ich mit einer Verdoppelung. Ich bin überzeugt, dass ein aussergewöhnliches Projekt wie das Appenzeller Huus grosses Interesse in der Branche hervorruft und wir wesentlich mehr Bewerbungen erhalten werden, als Stellen zu vergeben sind.

Das Hotel Bären ist jetzt schon der grösste Arbeitgeber in Gonten, das dürfte sich in Zukunft noch akzentuieren. Was das Lohnniveau anbelangt, würde ich behaupten, dass wir überdurchschnittliche Löhne bezahlen. Wir wollen gute Leute, die gerne für uns arbeiten.

Bereitet Ihnen die Verteuerung der Rohstoffe Sorgen?

Es gelten neue Spielregeln. Es gibt keinen Spielraum mehr bei Lieferfristen, keine Preis- und keine Fertigstellungsgarantien. Man könnte warten, bis sich die Situation normalisiert hat – doch wer weiss, ob nicht alles noch schlimmer wird.

Etwas abgefedert werden die Preiserhöhungen dadurch, dass wir auf Appenzeller Holz setzen. Hier ist die Preisstabilität grösser. Vorteilhaft ist weiter, dass Produzenten z. B. das Baltikum verlassen und wieder in die Schweiz zurückkehren. Um den angepeilten Standard bei den Trocknungs- und Sägeprozessen sicher erfüllen zu können, habe ich trotzdem in einen entsprechenden Maschinenpark investiert und eine Firma für Holzverarbeitung gegründet – eine relativ hohe Kapitalinvestition, die sich für das Gesamtprojekt aber rechnet.

Auch Hermann Blumer dürfte ein Garant für die fachgerechte Verwendung der Holzkonstruktionen sein ...

Es ist uns gelungen, mit Hermann Blumer einen Appenzeller und Pionier im Holzbau für das Projekt zu gewinnen. Blumer hat für Grössen wie Zumthor, Libeskind, Herzog & de Meuron oder Shigeru Ban gearbeitet und handelt nach dem Grundsatz «Es gibt nichts, was man nicht mit Holz bauen könnte».

Wie stark sind Sie im Tagesgeschäft involviert?

Auch hier verlasse ich mich auf erfahrene Fachleute. Geschäftsführer Johannes Sommer ist ein ausgewiesener Profi, vor allem auch im für uns immer wichtiger werdenden Event-Bereich, wo er zum Beispiel in Zürich im Park Hyatt und im Atlantis by Giardino Spuren hinterlassen hat. Für die Taverne und die Gourmet-Küche in der «Bärenstobe» zeichnet Jürgen Schmid verantwortlich. Er wirkte zuvor im Restaurant Aglio e Olio in Speicher, wo er mit seiner Küche 13 Gault-Millau-Punkte erreichte. Ein weiteres Highlight ist unser Weinkeller, der in den Händen der Weinkoryphäe Hans Rhyner liegt.

Involviert bleibe ich durch unsere regelmässigen Sitzungen, an denen auch Urs Grimm teilnimmt. Grimm blickt auf drei Jahrzehnte Erfahrung in der Luxus-Hotellerie zurück und berät uns mit seiner Unisono Hospitality Management AG beispielsweise in Sachen Effizienzsteigerung oder Outsourcing von Reservationen.

● Interview: Daniel Flury

WIRmarket.ch > Bären Gonten

WIRmarket.ch > Valastone

Podcast O-Ton

Die WIR Bank setzt auf Einzigartigkeit: Christoph Känel ist als «Übersetzer» zwischen Finanzwelt und Gastgewerbe Ansprechpartner von Hoteliers und Investoren wie Jan Schoch. Mehr dazu im Podcast der Bank WIR.



Alle Infos zur Podcast-Plattform Ihrer Wahl: blog.wir.ch/podcast



Safari in Südafrika oder Naturerlebnis in Pontresina? – Monika Bandi: «Wir müssen weg von diesem <immer weiter, immer öfter, immer kürzer.>»

«Tourismus ist per se nicht nachhaltig.»

Endlich: Die Pandemie flaut ab und das Reisen nimmt wieder an Fahrt auf, auch grenzübergreifend. Der Tourismus steht aber auch nach Corona vor Herausforderungen. Tourismusforscherin Monika Bandi Tanner erklärt, wo diese aktuell liegen.



Fotos: iStock, Pontresina Tourismus / Mattias Nutt

Wieso haben wir das Bedürfnis zu verreisen?

Monika Bandi: Tourismus ist ein Wohlstandsphänomen. Dabei handelt es sich um eine Suche nach dem Ausgleich zum Alltag, der in der heutigen Zeit monoton ist. Wir sind uns gewohnt: Wer Zeit und Geld hat, kann verreisen.

Ausser es herrscht eine Pandemie.

Genau. Das war eine richtiggehende Zäsur. Jahrzehntelang wurden die Hürden des internationalen Reisens abgebaut, Visabedingungen verringert. In den Köpfen herrschte die Devise: Jeder Mensch darf überall hin. Und plötzlich wurden Grenzen geschlossen. Damit kam eine neue Dimension des Reisens dazu, nämlich das Dürfen. Und gleichzeitig wurde mit Lockdowns und Homeoffice-Pflicht der Alltag für viele noch monotoner.

Nun nimmt das Reisen wieder an Fahrt auf. Ist der Tourismus ein anderer als zuvor?

Neues habe ich bis jetzt nicht entdeckt. Aber bereits zuvor bestehende Entwicklungen haben sich durch die Krise akzentuiert.

Welche sind das?

Beispielsweise wird der Einsatz der Digitalisierung viel mehr akzeptiert. Zahlungsapps sind salonfähig geworden, und Prozesse werden immer mehr von den Reisenden selbst mit der entsprechenden Technologie getätigt.

Zugespitzt hat sich ja auch der Fachkräftemangel...

Ja. Der Arbeitsmarkt war vorher schon unattraktiv. Man hat viele Leute touristisch ausgebildet, aber man hat es

«Das Reisen erhielt eine neue Dimension: das Dürfen.»

nicht geschafft, sie in die Tourismuswirtschaft zu integrieren. Der Gap zwischen Bildungs- und Arbeitsmarkt wurde akzentuierter.

Und nach der Pandemie fehlt es nun erst recht an Personal.

Viele ehemalige Mitarbeitende der Gastronomie und Hotellerie haben gemerkt, dass ihre Kenntnisse auch andernorts wertvoll und einsetzbar sind, zum Beispiel in der Logistik. Es gab sozusagen eine Verschiebung des Humankapitals. Und es fehlen die Saisoniers. Die Frage ist: Kommen sie wieder? Es mangelt nicht nur an Fachkräften, sondern auch an helfenden Händen.

Was bedeutet das für die hiesige Tourismuslandschaft?

Der Tourismus ist als dienstleistungsintensive Querschnittsbranche nochmals enorm gefordert, produktiver zu werden. Der Faktor Mensch wird in Dienstleistungsbranchen rarer werden. Denn dafür geht es uns mit unserer tiefen Arbeitslosenquote einfach zu gut. Es wird immer mehr an Menschen fehlen, die auch einfachste Arbeiten verrichten.

«Eine Küche ohne Roboter wird man in zehn Jahren kaum mehr finden.»

Menschliche Arbeitskraft als schwindendes Gut. Gibt es Lösungsansätze?

Als Unternehmen im Tourismussektor muss ich schauen: Wo habe ich Bereiche, in denen ich Menschen einsparen kann? Wo kann die Digitalisierung helfen? Ich gehe davon aus, dass bald alles, was digitalisiert sein kann, digitalisiert sein wird. Eine Küche ohne Roboter wird man in zehn Jahren kaum mehr finden.

Den Menschen durch Maschinen zu ersetzen – das hört man nicht überall gerne.

Der Tourismus muss sich den Rahmenbedingungen des Personalbestands anpassen. Es kann nicht sein, dass Restaurants und Hotels nicht in die Saison starten können, weil ihnen die Mitarbeitenden fehlen. Und in gewissen Bereichen wird es immer Menschen brauchen, sehr sogar. Hier hängt der Erfolg meiner Ansicht nach von der Führungsperson ab – und wie gut diese mit Mitarbeitenden umgehen kann.

«Der Erfolg hängt auch von der Führungsperson ab.»



Monika Bandi: «Zu glauben, man verbringe nachhaltige Ferien, ist eine egozentrische Perspektive.»

Nebst der Digitalisierung sind auch die Diskussionen um Klimawandel und Nachhaltigkeit in den Fokus gerückt. Wie kann der Tourismus seinen Beitrag leisten?

Vorneweg: Tourismus ist per se nicht nachhaltig. Er verbraucht Ressourcen, das beginnt schon bei der Anreise. Der Tourismus muss nachhaltiger und auch bewusster werden. Aber zu glauben, man verbringe nachhaltige Ferien, ist eine egozentrische Perspektive, die sich auf mein eigenes Ferienglück bezieht. Wir tun das auf Kosten der nächsten Generationen.

Die aktuellen Nachhaltigkeitsbestrebungen der Hotellerie, etwa in Form von Labels und Zertifizierungen, sind also für die Katz?

So würde ich das nicht sagen. Ich finde es unabdingbar, dass sich ein Hotelbetrieb mit der Nachhaltigkeit be-

schäftigt. Und eigentlich müssten solche Bestrebungen so schnell wie möglich zur Pflicht werden, nicht mehr nur Kür sein. So vielseitig die Nachhaltigkeit, so undurchsichtig sind allerdings auch die Labels. Denn die Umsetzung ist hochkomplex. Es kommt beispielsweise auch auf den Gästemix an. Setzt ein Hotel oder eine Destination auf ausländische Gäste, vielleicht sogar auf einen Fernmarkt, ist das angesichts derer langen Anreise wenig nachhaltig. Und sowieso: Wir als Gäste können nicht alle Verantwortung von uns streifen.

Was heisst das konkret?

So wie ich mich im Supermarkt mit den Produkten auseinsetze, muss ich das auch im Tourismus tun. Man sollte sich überlegen, aus welchen Motiven man verreist. Und auch seine eigenen Verhaltensweisen überdenken.

Am besten Ferien auf Balkonien, auf immer und ewig?

Ich plädiere nicht dafür, dass man nicht reisen soll. Reisen ist auf vielen Ebenen gewinnbringend. Auf der persönlichen Ebene sind es etliche Bedürfnisse, die wir in die Ferien verschieben. Regeneration, Erholung, aber auch Bildung. Ferien bedeuten auch einen Gegenalltag. Auf regionaler Ebene erhalten periphere Gegenden durch den Tourismus oft Anschluss ans Geschehen. Denn die touristischen Perlen sind ja oftmals nicht in den städtischen Gebieten.

«Wir müssen weg vom <Immer weiter, öfter, kürzer>.»

Reisen also ja, aber überlegt. Wie wird man zum «guten» Touristen?

Aus Nachhaltigkeitsüberlegungen macht es Sinn, länger vor Ort zu bleiben. Wir müssen weg von diesem «immer weiter, immer öfter, immer kürzer». Es gilt die Transportbilanz zu verringern und auch darauf achten, wo man sonst noch Ressourcen einsparen kann – etwa durch die Wahl der Unterkunft. Ich würde mir wünschen, dass mehr Leute ihre Emissionen kompensieren würden, etwa bei den Flugtickets. Leider ist die Zahlungsbereitschaft da immer noch klein. Und ganz grundsätzlich sollte man sich über sein Reiseziel informieren, beispielsweise in Hinblick auf die Menschenrechtslage. So kommt man manchmal zum Schluss: Es ist besser, nicht zu gehen.

Zu guter Letzt: Wo macht die Tourismusforscherin Ferien?

Mit Kleinkindern mehrheitlich in der Schweiz. Ich schätze die hiesige Vielfalt auf kleinstem Raum, die Offenheit. Man fühlt sich willkommen. Wir haben hier Top-Betriebe, die den Spagat zwischen den genannten Herausforderungen tagtäglich schaffen und zeigen: Qualität im Tourismus ist wirklich möglich.

● Interview: Anita Suter

Zur Person

Monika Bandi Tanner ist Co-Leiterin der Forschungsstelle Tourismus an der Universität Bern. Zuvor studierte sie an der Universität Bern und Bergen (Norwegen) Volkswirtschaft, Psychologie und Betriebswirtschaft. In ihrem Doktorat beschäftigte sie sich mit den Kultur- und Kongresszentren und ihrer tourismus- und regionalökonomischen Bedeutung. Sie forscht unter anderem zu den Schwerpunkten Tourismuspolitik, touristischer Strukturwandel sowie nachhaltige Entwicklung und Innovationen im Tourismus.

Pioniergeist in der Hotellerie

Am Beispiel des Gastgewerbes, das in den vergangenen zwei Jahren sehr unter der Pandemie und den damit verbundenen Massnahmen und Einschränkungen litt, lässt sich aufzeigen, wie Innovation am Arbeitsmarkt gelebt wird.

Der Fachkräftemangel ist in der schweizerischen KMU-Landschaft in aller Munde und wird je länger je mehr zu einem echten Problem. Die Betriebe sind gezwungen innovativ zu werden, um die Mitarbeitenden einerseits zu halten und andererseits neue rekrutieren zu können. Es herrscht seit sehr langer Zeit wieder ein Arbeitnehmenden-Markt. Das heisst, es gibt mehr offene Stellen als Stellensuchende. Das ist eine interessante, aber auch herausfordernde Ausgangslage. Wo die Personalsuche in den letzten Jahren noch um einiges leichter fiel, steht heute ein Wettbewerb der Arbeitgebenden an. Rund 50% der Betriebe aller Branchen bestätigen, dass es schwer bis sehr schwer fällt, qualifizierte Mitarbeitende zu finden. Die Arbeitslosenquote lag in den letzten zwanzig Jahren nicht mehr so tief wie heute.

Augenmerk auf Generation Z

Hinzu kommt ein Generationenzuwachs, der ein Umdenken und entsprechendes Handeln fordert. Die Generation Z sind jene jungen Menschen, die zwischen 1997 und 2010 geboren wurden und mit Smartphone & Co. aufwuchsen. Diese Bevölkerungsgruppe tickt anders als die vorangegangenen Generationen: Baby Boomer, Generation X und die sogenannten Millennials, die Generation Y. Die Unternehmen müssen den Spagat zwischen den verschiedenen Wertesystemen der Generationen innerhalb der Belegschaft schaffen und in der Lage sein, allen Gruppen gerecht zu werden. Ein spezielles Augenmerk sollte jedoch der Generation Z gewidmet werden, da sie doch die Zukunft der Wirtschaft darstellt.

Die Mitarbeitenden sind zweifelsohne und branchenunabhängig das zentrale Element für den Erfolg von Unternehmen. Wem das bisher noch nicht bewusst war, dem wird spätestens jetzt klar, dass gute und treue Mitarbeitende einen enorm hohen Stellenwert haben. Aber was tun, um Mitarbeitende zu halten und neue zu finden? Das

Patentrezept gibt es sicherlich nicht. Dennoch gibt es einige Faktoren, auf die Arbeitgebende achten und diese umsetzen sollten.

Hotellerie: Ungebrochener Pioniergeist...

Am Beispiel des Gastgewerbes, das in den vergangenen zwei Jahren sehr unter der Pandemie und den damit verbundenen Massnahmen und Einschränkungen litt, kann wunderbar aufgezeigt werden, wie Innovation am Arbeitsmarkt gelebt wird. Die Branche verlor überdurchschnittlich viele Mitarbeitende, da deren Arbeitsplatzsicherheit über längere Zeit ungewiss war – trotz allen Unterstützungen des Bundes.

So ergibt sich aus der Not eine Tugend. Die Schweizer Hoteliere und Wirte gehen das Problem an und scheuen keine Hindernisse, um Innovation zu leben. Dem Pioniergeist, der seit Mitte des 19. Jahrhunderts die Schweizer Hotellerie prägt, ist keine Hürde zu gross. So unterschiedlich die Herausforderungen seither gewesen sind, so innovativ und erfolgreich waren die Lösungen.

...jetzt auch punkto Arbeitsgestaltung

Bisher punkto Arbeitsgestaltung wohl eher konservativ und mit starren hierarchischen Organisationsstrukturen, weht in der Hotellerie nun ein völlig neuer Wind. Die ersten haben bereits neue Arbeitszeitmodelle ausgearbeitet und die Zimmerstunde abgeschafft oder die Viertagewoche beim Vollzeitpensum erfolgreich getestet. Es wurden Quereinsteigerprogramme auf die Beine gestellt und die bereits vorhandenen kostenlosen Weiterbildungsmöglichkeiten weiter gefördert. Andere leben seit Jahren schon eine möglichst flache Organisationsstruktur, in der Mitarbeitende sich einbringen und Verantwortung übernehmen können. Sie zeigen, dass sie sich für Ihre Mitarbeitenden interessieren und fördern sie, um eine möglichst hohe Mitarbeitendenzufriedenheit zu erzielen.



Die ersten Hotels haben erfolgreich die Viertagewoche beim Vollzeitpensum getestet.

Foto: Adobe Stock

«Bei der Rekrutierung kommt es auf das Gesamtpaket an.»

Doch was, wenn die Belegschaft weit entfernt von komplett ist? Bei der Rekrutierung kommt es auf das Gesamtpaket an. Angefangen bei einem ansprechenden Inserat, über den Umgang mit den Bewerbenden bis hin zum persönlichen Interview und der Einstellung. Der Rekrutierungsprozess ist allerdings viel mehr als ein isolierter Arbeitsablauf von verschiedenen Schritten. Authentische und gelebte Unternehmenswerte, das Image, die Anstellungsbedingungen und Karrieremöglichkeiten sowie ein respektvoller und wertschätzender Umgang mit bestehenden und potenziellen Mitarbeitenden bilden nur die wichtigsten einer Vielzahl an Faktoren, die den Anstellungsprozess begünstigen und mit denen Mitarbeitende gewonnen werden können.

Die Generation Z jedoch wird nicht bloss mit interessanten und gelebten Unternehmenswerten, einem guten Betriebsklima und einer coolen Uniform gewonnen und gehalten. Diese Arbeitnehmendengruppe fordert zudem grosse Flexibilität für eine hervorragende Life-Balance, eine transparente Kommunikation und Integration, Karrierechancen und last but not least den Einsatz von neuesten Technologien und Trends.

Arbeitgebende aller Branchen sind also gefordert, mit der wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und technologischen Entwicklung Schritt zu halten und innovative Strategien zugunsten ihres Personals – was schliesslich zugunsten ihrer Firma ist – zu entwickeln.

● Madeleine Na

hr-coach.ch
kmu-nachfolgezentrum.ch

«Ein Leader kann nicht motivieren, aber...»



Wir trafen Ernst Wyrsch im Hotel Vitznauerhof, Vitznau, zum Interview.

Fotos: Henry Muchenberger

Ernst Wyrsch ist nicht nur im Hospitality-Business ein Begriff. Als selbstständiger Mentor und Coach macht er – unter anderem – aus «Vorgesetzten» echte Leader. Für die Business Schmiede ist er dieses Jahr mit drei Seminaren unterwegs.

Mit einem Fünfsterne-Hotel lässt sich in Davos kein Geld verdienen, so die einhellige Meinung der Branche noch 1996. Dann kam der Hotelier Ernst Wyrsch, bewies das Gegenteil und führte das Grandhotel Belvédère zum erfolgreichsten Schweizer Ferienhotel. Zu verdanken war dies seinem Talent, auch andere zu Spitzenleistungen zu führen. Dieses Talent nutzt er seit 2011, um Unternehmerinnen, Unternehmern und Kaderleuten Werkzeuge in die Hand zu geben, die sie zu Leadern machen können. Als Speaker, Coach und Trainer ist er auch für die Business Schmiede tätig: einerseits an den Speakers Nights (siehe S. 32), andererseits an den Seminaren im Seminarhotel Hirschen in Oberkirch (vgl. Kasten auf S. 31).

Was unterscheidet die Seminare der Business Schmiede von Seminaren anderer Anbieter?

Ernst Wyrsch: Die extreme Praxisrelevanz. Alle Referierenden sind praxiserprobt und sind in der Lage, den Teilnehmenden die Lust zu geben, am nächsten Tag die neu erworbenen Werkzeuge 1:1 in ihren Unternehmen anzuwenden.

Was die Teilnehmenden nicht bemerken: Jeder Trainer und jede Trainerin spürt einen Leistungsdruck, denn zufriedene Teilnehmende sind der Business Schmiede nicht genug, *sehr* zufrieden lautet die Vorgabe.

Verfolgen Sie die Fortschritte Ihrer Seminarabsolventen und -absolventinnen?

Es gibt drei Stufen: An den Seminaren geben wir Impulse, wir nennen sie auch Ankerpunkte. Unmittelbar im Anschluss an ein Seminar haben die Teilnehmenden ein Feedback zugut: Sie erfahren, wie ich sie erlebt habe. Und schliesslich haben alle das Recht, im Nachgang an ein Seminar mit mir in Verbindung zu treten, sei es telefonisch, per E-Mail oder persönlich. Davon wird rege Gebrauch gemacht. Es sind aber immer die Teilnehmenden, die entscheiden, ob und in welcher Kadenz ein solcher Austausch stattfindet. Auch das ist ein weiterer Mehrwert, den die Seminare der Business Schmiede von Seminaren anderer Anbieter abhebt.

Zum Inhalt des Seminars «Der neue Leader» gehört der «Selbsttest Fremdbild». Was ist darunter zu verstehen?

Es geht um eine Selbsteinschätzung – wie steht es um meine Entwicklungsbereitschaft? – und um eine Einschätzung durch Dritte, d.h. durch die anderen Teilnehmenden des Seminars. Im Dialog mit den Kolleginnen

und Kollegen ist man nach zwei Tagen in der Lage, z. B. zu beurteilen, wie initiativ oder wie offen für Veränderungen jemand ist. Wenn der Teilnehmende es will, kann daraus ein Aktionsplan abgeleitet werden.

Eine solche Beurteilung durch Dritte ist nicht unbedingt jedermanns Sache und kann auch ziemlich brutal sein ...

Das Ziel jedes Seminars ist Weiterentwicklung. Das ist nicht möglich, wenn man blinde Flecken blind sein lässt. Es geht aber nicht darum, jemanden zu entblößen. Die mögliche Betroffenheit weicht der Einsicht, dass man vielleicht in einem bestimmten Bereich *verwickelt* war und nun eine Perspektive für die *Entwicklung* hat. Die Tiefe dieser persönlichen Entwicklung entscheidet wiederum der oder die Teilnehmende.

Die Seminare werden nicht von Ihnen allein, sondern z. B. zusammen mit Yannick Blättler (Seminar «Der neue Leader»), der einer jüngeren Generation angehört, geführt. Besteht nicht die Gefahr, dass verschiedene Auffassungen von Führen aufeinanderprallen?

Das Zusammenspannen von Yannick Blättler und mir erfolgt gerade in diesem Seminar ganz bewusst. Es soll ja nicht mehr vom Gleichen, sondern Ergänzendes vermittelt werden. Dabei hat jeder Trainer seinen Schwerpunkt.



Ernst Wyrsch: «Meine Aufgabe ist es, Impulse zu geben.»

Derjenige von Yannick ist das Führen von jungen Menschen, insbesondere der Generation Z, die Mitte der 90er-Jahre geboren sind.

Wichtig ist zu verstehen, dass wir Trainer nur Impulse geben. Die Teilnehmenden wären überfordert, wenn sie alles annehmen und umsetzen müssten. Ihre Aufgabe ist es vielmehr, eine Auswahl zu treffen und zu entscheiden, welche Ankerpunkte sie übernehmen und umsetzen wollen. Wir füllen den Werkzeugkasten, die Teilnehmenden entscheiden, ob und wann sie welches Werkzeug einsetzen. Wer alle Denkanstösse unreflektiert übernimmt, wird zur Kopie, zum Klon. Er verliert seine Authentizität.

Es gibt also kein Patentrezept für Führung?

Die Teilnehmenden eines Seminars sollen mich nicht als ihren Guru wahrnehmen. Sonst hätte ich etwas falsch gemacht. Ich bin nicht dazu legitimiert zu sagen, was falsch oder was richtig ist. Ich will die Leute zum Nachdenken bringen, ihnen einen Spiegel als Projektionsfläche der Reflexion vorhalten. Meine Rolle ist also die des Spiegelhalters. Und das Ziel ist, dass die Teilnehmenden ihr eigenes Spiegelbild aushalten.

Viele Menschen sehen sich als Opfer. Das Opferprogramm läuft dann ab, wenn der innere Schweinehund die Führung übernimmt. Schuld an allem sind dann immer andere: die



«Ein Leader kann nicht motivieren...

Kollegen, der Vorgesetzte, ein Kunde, der Bundesrat... Das hat durchaus auch seine Daseinsberechtigung und ist zu respektieren. Ich komme erst dann ins Spiel, wenn jemand raus will aus dieser Rolle und wenn das Täterprogramm übernimmt: Ich kann und will mehr schaffen.

Das Opferprogramm ist bequemer, nicht nur in der Selbstführung?

Es gibt heute leider immer noch mehr Vorgesetzte, als es Leader gibt. Im Begriff «Vorgesetzter» steckt der Begriff «Gesetz». Sie führen über Arbeitsanweisungen. Diesem patriarchalischen Führungsstil begegnet man oft in Spitälern, noch öfter in Unispitälern, wo alle dem Chefarzt zudienen müssen. Glücklicherweise kommt es auch dort langsam zu einem Umdenken. Führt ein «Vorgesetzter», so fehlen Verantwortlichkeiten und Eigenmotivation. Was es braucht, ist eine Umkehr: Nicht die Mitarbeitenden sind nur für den Chef da, sondern der Chef – der Leader – auch für die Mitarbeitenden. Er hat die Aufgabe, die Mitarbeitenden zum Schein zu bringen. Das ist ein anspruchsvoller Ansatz, aber er ist bereichernd.

Sie haben 1996 als Hotelier das praktisch abgeschriebene Grandhotel Belvédère in Davos übernommen, es wieder zum Schein gebracht und zur Drehscheibe des Weltwirtschaftsforums WEF gemacht. War dieser Turnaround auch Ihren Führungsgrundsätzen geschuldet?

Ich habe 150 Mitarbeitende übernommen, die wie praktisch alle ändern auch der Überzeugung waren, dass dieses hässliche, altersschwache, defizitäre Hotel nicht mehr aus den roten Zahlen herausfinden würde. Weil das Gastgewerbe ein People Business ist, in dem man Menschen gern haben und aushalten muss, wie sie sind, ging es zuallererst darum, eine Ja-Philosophie und gute Energien zu entwickeln. Dazu gehört der Grundsatz «Der Gast ist König», den ich erweitert habe durch «und der Mitarbeitende auch». Dieser Grundsatz hat durch den akuten Fachkräftemangel gerade wieder neue Aktualität gewonnen.

Können Sie einen Einblick in Ihr Gastgeberprinzip in der Führung geben?

Der Leader als Gastgeber findet die richtige Nähe bzw. Distanz zum Gast oder Kunden. Ein jovialer Gast oder Kunde will anders behandelt werden als ein in sich gekehrter. Ist die richtige Beziehungsnähe gefunden, fühlt sich der Kunde wohl. Ohne zu wissen warum. Wenn es gelingt, eine entsprechende Nähe zu schaffen, kommt es zum grössten Kompliment, das man als Gastgeber erhalten kann: «Ich habe mich wohlgeföhlt, aber ich weiss nicht warum!» Es ist die Gesamtsituation, die das ermöglicht hat. Das gilt für jede Branche, aber – um beim Bild des Hotels zu bleiben – ich spreche nicht von blitzblanken Toiletten und schön gefalteten Servietten: Das gehört in die Rubrik Selbstverständlichkeit.



... aber er kann ein eigenmotiviertes Terrain bereiten.»

Die Höhe des Wohlgefühls war dann richtig, wenn der Gast – oder der Kunde – ein schlechtes Gewissen hätte, würde er nicht mehr buchen – oder dem KMU nicht mehr treu bleiben. Man spricht von Begeisterungsbusiness. Nur dadurch lassen sich die hohen Preise in der Schweiz rechtfertigen ...

Natürlich ist die Rolle des Leaders noch viel umfassender und vielseitiger. Er kümmert sich nicht nur um Kunden und Mitarbeitende, sondern auch um die Vertretung nach aussen und knüpft Beziehungen beispielsweise zu Verbänden oder politischen Akteuren. Deshalb ist er nicht nur Coach, Mentor, Seelsorger, fürsorgliche Vertrauensperson, sondern – wenn die Situation es verlangt – auch knallharter Manager.

Und auf Seiten Mitarbeitende?

Der Gastgeber oder Leader muss das Lustprinzip aufgeben und einen gewissen Trennungsschmerz aushalten: Dinge, die er gerne macht, die aber nicht sein Job sind, muss er aufgeben. Die Arbeitszeit soll mit all jenem ausgefüllt sein, das nicht delegierbar ist. Denn: Wer loslässt, hat die Hände frei! Als Gastgeber steht man auch nicht im Weg rum. Man stärkt die Stärken seiner Mitarbeitenden und bringt sie – wie schon erwähnt – zum Scheitern. Zur Krönung kommt es, wenn jeder Mitarbeitende sich selbst als Gastgeber sieht. Dadurch entsteht eine Eigendynamik, die es eben ermöglicht hat, das Grandhotel Belvédère zum erfolgreichsten Ferienhotel der Schweiz zu machen.

Wie motiviert man die Mitarbeitenden dazu, in die Rolle eines Gastgebers zu schlüpfen?

Ein Leader kann nicht motivieren! Wer das versucht, manipuliert; das ist nicht nachhaltig. Was ein Leader tun

Leadership an der Business Schmiede

Ernst Wyrsch kann in den folgenden Leadership-Seminaren der Business Schmiede erlebt werden:

Der neue Leader

22.–23. Juni und 12.–13. September
Zwei-Tages-Seminar mit Ernst Wyrsch und Yannick Blättler

Führen als Leader

20.–23. Juli und 12.–15. September
Vier-Tages-Intensiv-Seminar mit Ernst Wyrsch, Yannick Blättler, Mireille Jaton und Andy Koch

Excellence in Leadership

14.–15. November
Zwei-Tages-Seminar mit Ernst Wyrsch und Sandra Furrer

Alle Seminare finden in Oberkirch statt. Die Details und Anmeldung (mit WIR-Anteil) finden Sie unter business-schmiede.ch > Seminare. Das Programm der von der Business Schmiede und der Bank WIR veranstalteten Speakers Nights finden Sie auf der nächsten Seite.

kann, ist, ein eigenmotiviertes Terrain zu bereiten, ein Umfeld, in dem jede und jeder seinen Handlungsspielraum hat und sich wohlfühlt. So entsteht ein Drive, ein Flow, in dem alles viel leichter fällt. Das Stichwort dazu ist werte- und motivorientierte Führung.

Werte- und motivorientierte Führung wird häufig mit den Generationen Y und Z in Verbindung gebracht. Was unterscheidet diese Generationen von den Babyboomern der Nachkriegszeit und der Generation X, die zwischen 1965 und 1979 geboren ist?

Bereits die Generation Y – es sind Menschen, die zwischen 1980 und 1993 geboren sind – lässt sich nicht mehr über Arbeitsanweisungen führen. Und die ab 1994 Geborenen, also die Generation Z, schon gar nicht. Die Jungen wollen den Sinn und Nutzen ihrer Tätigkeit begreifen. Sie wollen in alle Abläufe involviert sein und fordern Transparenz. Das macht Sinn, denn auch ein Kochlehrling kann gewinnbringende Ideen in den Verwaltungsrat einbringen – wenn er denn weiss, was der VR diskutiert!

● Interview: Daniel Flury

WIRmarket.ch > Business Schmiede
(Lang Training Group)

300 Chancen auf ein kostenloses Seminar

Speakers Nights der Business Schmiede: jetzt anmelden!



Rüdiger Böhm.

Melden Sie sich für eine der acht Speakers Nights an und gewinnen Sie ein 45-minütiges Gratis-Seminar unmittelbar vor dem Anlass!

Die Speakers Nights der Business Schmiede stehen für Wissensvermittlung, Netzwerken und Unterhaltung.

In Kooperation mit der Bank WIR sind dieses Jahr acht Anlässe an acht verschiedenen Orten der Schweiz geplant. Wer sich über die Bank WIR für einen Anlass anmeldet, ergattert sich mit etwas Glück einen von jeweils 50 Plätzen an einem Spezialseminar, das immer unmittelbar vor einer Speakers Night durchgeführt wird.

Der Ablauf

Jede Speakers Night beginnt um 18.00 Uhr mit dem Einlass und einem Business-Networking. Die 50 glücklichen Erstanmelderinnen und Erstanmelder versammeln sich bereits um 16.45. Um 17 Uhr beginnt das exklusive 45-minütige Spezialseminar. Das Thema ist entweder **Mindset** (mit Rüdiger Böhm) – oder **Leadership** (mit Ernst Wyrsch; vgl. Kasten). In beiden Fällen profitieren Sie von den Erfahrungen des Experten und dem Austausch in der Gruppe. Danach startet die Speakers Night mit mehreren Hundert Teilnehmenden.

Die Experten und ihre Themen

Die Spezialseminare werden entweder von Rüdiger Böhm oder Ernst Wyrsch geführt. Das Thema von Rüdiger Böhm: **Mindset**. Böhm hat durch einen Unfall beide Beine verloren, meisterte diesen Schicksalsschlag aber mit starkem Willen und klaren Entscheidungen. Seine

Seminare leben von der inspirierenden und humorvollen Art und Weise, wie er seine Erfahrungen und Erkenntnisse vermittelt.

Ernst Wyrsh nimmt sich in seinen 45 Minuten dem Thema **Leadership** an. Wyrsh war während Jahrzehnten Hotelier und weiss, wie man führt und ein motivierendes Umfeld schafft. Wyrsh zeigt auf, wie sich die Rolle von Leadern gewandelt hat und was er unter «subtiler» Führung versteht (vgl. Interview auf S. 28).

Das müssen Sie tun

Wählen Sie auf business-schmiede.ch den Menüpunkt «Speakers Night» und melden Sie sich für eine der acht Speakers Nights an. Im Kasten auf dieser Seite sehen Sie, welches Spezialseminar vor welcher Speakers Night durchgeführt wird. Beachten Sie, dass Sie die Kosten der Speakers Night mit einem WIR-Anteil von 50% begleichen können.

● Daniel Flury



Ernst Wyrsh.

Fotos: Robin Kirchhofer

Speakers Nights und Spezialseminare 2022

Die Speakers Nights beginnen jeweils um 18 Uhr (Einlass und Business-Networking) und dauern bis kurz vor Mitternacht. Erfahren Sie alles über die Speakers Nights auf business-schmiede.ch oder wir.ch/business-schmiede und im Podcast O-Ton der Bank WIR mit Adrian «Adi» Lang und Volker Strohm: blog.wir.ch/podcast

10. Juni 2022 Aarau

Vorgängig: Spezialseminar «Mindset» für 50 Gewinner mit Rüdiger Böhm (Einlass 16.45 Uhr)

24. Juni 2022 Romanshorn

Vorgängig: Spezialseminar «Leadership» für 50 Gewinner mit Ernst Wyrsh (Einlass 16.45 Uhr)

18. August 2022 Landquart

Vorgängig: Spezialseminar «Leadership» für 50 Gewinner mit Ernst Wyrsh (Einlass 16.45 Uhr)

09. September 2022 Sempach

Vorgängig: Spezialseminar für 50 Gewinner (Einlass 16.45 Uhr), Referent noch offen

21. Oktober 2022 Cham

Vorgängig: Spezialseminar «Leadership» für 50 Gewinner mit Ernst Wyrsh (Einlass 16.45 Uhr)

04. November 2022 Thun

Vorgängig: Spezialseminar «Mindset» für 50 Gewinner mit Rüdiger Böhm (Einlass 16.45 Uhr)

Hausheld.ch: Kundengenerator für Handwerker

Die Plattform Hausheld.ch bringt Hauseigentümer und Handwerker zusammen und hat seit 2016 bereits über 100 000 Aufträge vermittelt. Vom Angebot des «Kundengenerators» überzeugt ist auch die Schreinerei Fessler im solothurnischen Bettlach.



Thomas Fessler zeigt Holzmuster.

Wer mit offenen Augen auf der Hauptstrasse zwischen Biel und Solothurn unterwegs ist, kann sie nicht verfehlen: Die Bettlacher Schreinerei Fessler bzw. die entlang der Strasse parkierten Lieferwagen, an denen deutlich das Fessler-Logo prangt, ein «Daumen hoch»-Symbol, eingefasst vom Umriss eines Hauses. Und dennoch: «Bettlach ist ein Dorf mit 5000 Einwohnern, und 1964 in

Selzach von meinem Vater gegründet, sind wir nächstes Jahr seit 40 Jahren hier ansässig – aber nicht einmal alle Bettlacher wissen, wo sich unsere Werkstatt befindet», meint Thomas Fessler (56), Seniorchef der Schreinerei. Realität sei eben, dass gerade die jüngere Generation die Handwerksbetriebe nicht mehr kenne. Alle Informationen würden heute aus dem Internet gezogen. Man sei sogar geneigt, so Juniorchef Raphael Fessler (29), dem World Wide Web eher Glauben zu schenken als der Expertise des Fachmanns vor Ort: «Es kommt vor, dass die Arbeit eines Handwerkers vom Kunden in Zweifel gezogen wird, weil er im Internet andere Abläufe und Handgriffe gesehen hat.»

Natürlich gibt es auch die andere Klientel. Die Hausbesitzer, die schon die Arbeit des Firmengründers Hans Fessler kennen- und schätzen gelernt hat. Die Architekten, die wissen, dass am andern Ende des Telefons der Chef den Hörer abnimmt. Die Hausverwaltungen, welche die Schreinerei selbst dann anrufen, wenn eine Storre zerrissen ist oder eine Dachrinne leckt. Einfach, weil sie wissen, dass ihr Problem von Fesslers an die richtige Stelle weitergegeben und umgehend gelöst wird.

Von FensterKaufen.ch zu Hausheld.ch

Die Chancen der Digitalisierung und des World Wide Web hat Thomas Fessler schnell erkannt. So verwundert es nicht, dass die Webseite dieschreinerei.ch zum Betrieb Fesslers führt. Als eines Tages ein Vertreter von FensterKaufen.ch in Bettlach einen Termin suchte, um die Funktionsweise dieser Webseite aufzuzeigen, war es allerdings Fesslers Sohn Raphael, der den Versuch wagen wollte. «Ich war eher skeptisch», gibt Thomas Fessler zu. Die

Thomas (r.) und Raphael Fessler treffen
alle Entscheidungen gemeinsam –
das war auch bezüglich Hausheld.ch
der Fall.

Fotos: Foto Frutig Bern



So funktioniert Hausheld.ch

Die Plattform Hausheld.ch will Eigentümer und Handwerker zusammenbringen. Auf dem Portal kann der Eigentümer die Eckdaten seines Vorhabens eingeben, das Hausheld-Service-Team setzt sich darauf mit dem Eigentümer in Kontakt und bespricht die Details. Ein «Matching-Algorithmus» wählt auf dieser Basis maximal drei von Hausheld geprüfte Betriebe aus, die genau zum Projekt passen. Die Betriebe kontaktieren den Interessenten und unterbreiten ihm kostenlos und unverbindlich ihre Offerte. Der Handwerker erhält so Zugang zu Neukunden, und zwar genau zu dem Zeitpunkt, wenn z. B. eine Renovation ansteht. Die Art und den Umfang der Anfragen kann der Handwerksbetrieb detailliert und flexibel steuern – im Fall der Schreinerei Fessler in Bettlach sind es Türen und Fenster. Der Betrieb zahlt nur für geprüfte und aktuelle Anfragen, andere Gebühren oder fixe Vertragslaufzeiten gibt es nicht.

In das Netzwerk von Hausheld werden ausschliesslich in der Schweiz niedergelassene Betriebe aufgenommen. Voraussetzung ist im Weiteren ein adäquater Marktauftritt, eine makelloser Leumund und eine positiv ausgefallene Kreditwürdigkeitsprüfung. Zur Qualitätskontrolle gehört die Bewertung der vermittelten Betriebe durch die Eigentümer, sodass allfällige schwarze Schafe aussortiert werden können. Das Netzwerk umfasst gegenwärtig 900 geprüfte Handwerkspartner.

Vorteil des Endkunden: Über die digitale Schnittstelle Hausheld.ch erspart er sich die Such- und Recherchearbeit nach passenden Handwerkern. Er darf ausserdem darauf zählen, dass die vermittelten Betriebe in der Lage sind, die anstehenden Arbeiten seriös und kompetent auszuführen.

Starterpaket und Leads mit WIR-Anteil

Hausheld.ch gehört der Vermando AG mit Sitz in Herisau. Die Firma realisiert seit 2016 digitale Angebote für Hauseigentümer und Handwerker. Geführt wird die Vermando AG von den Mitgründern und Co-CEO Claudius Habisreutinger und Paul Preiss. Sie werden im Verwaltungsrat unter anderem von Matthias Pfeifer strategisch unterstützt. Pfeifer ist Mitglied der Geschäftsleitung der Bank WIR, die sich 2020 im Rahmen einer Kapitalerhöhung als Smart Investor an der Vermando AG beteiligt hat.

Für WIR-Kunden hat Hausheld ein Starterpaket mit 100 % WIR im Angebot. Es umfasst entweder 500 oder 1000 CHW als Guthaben für geprüfte Hausheld-Leads (Preis pro Lead ab 19 CHW, je nach Branche). Ist das Guthaben aufgebraucht, können die Leads mit 20 % WIR bezahlt werden.

Hausheld.ch/wir
Vermando.ch

Skepsis verflog schnell. «Schon die Tatsache, dass jemand von einer Vermittlungsplattform sich die Zeit nahm, sich vorzustellen und den Betrieb zu besichtigen, stimmte mich positiv – das hatten wir noch nie erlebt», so Raphael Fessler. Restlos überzeugt waren Vater und Sohn, als tatsächlich qualifizierte Offertanfragen für Fenster und Türen eintrudelten. FensterKaufen.ch entwickelte sich bald weiter zur übergreifenden Plattform Hausheld.ch, die Schreinerei Fessler hält aber am Segment Fenster und Türen fest – «das stimmt so für uns».

Jede Vermittlungsplattform funktioniert anders, so Thomas Fessler, Hausheld.ch sei anderen Anbietern auf verschiedenen Gebieten jedoch klar überlegen:

- Bei Hausheld.ch werden die Angaben der Hauseigentümer, die einen Handwerker suchen, professionell abgeklärt und ergänzt. Thomas Fessler: «Wenn die Anfrage bei uns eintrifft, wissen wir genau, was der Kunde will und worauf er Wert legt, z. B. hohe Energieeffizienz oder Holz statt Kunststoff. Die Qualität der Angaben anderer Plattformen, mit denen wir schon in Kontakt gekommen waren, kann ich nur mit einem Wort umschreiben: katastrophal ...»
- Die Offertanfragen gehen nur an drei Handwerksbetriebe in der Region, die alle tatsächlich das Potenzial haben, den Auftrag fachgerecht auszuführen. Raphael Fessler: «Andere Plattformen leiten die Anfragen an die Betriebe weiter, die am meisten für eine Adresse bezahlen – oder sie versteigern sie für einen bestimmten Betrag, der immer niedriger wird, je länger sich niemand dafür interessiert. Das ist weder transparent noch seriös.»
- Die Preisgestaltung ist vernünftig. Thomas Fessler: «In der Regel bezahlen wir für eine Adresse 39 bis 89 CHF, je nach Umfang – z. B. Anzahl Fenster – des Auftrags.»
- Der Handwerksbetrieb erhält die Kontaktangaben des potenziellen Kunden und kann mit ihm in persönlichen Kontakt treten. Raphael Fessler: «Das stimmt mit unserer Firmenphilosophie überein: Der persönliche Kontakt ist eine Voraussetzung für einen Auftrag. Wir lernen die Situation vor Ort kennen und spüren den Kunden. Nur so ist eine umfassende Beratung möglich.»
- Gutes Offerten-/Auftragsverhältnis. Raphael Fessler: «Im Schnitt realisiert sich aus drei Offerten ein Auftrag. Das ist eine gute Quote und befriedigender als der ruinöse Preiskampf, dem man z. B. bei grossen Neubauprojekten ausgesetzt ist: Es kommt vor, dass wir sehr sportlich rechnen und trotzdem weit über der günstigsten – oder besser billigsten – Offerte liegen. Daran haben wir kein Interesse.»

Die Schreinerei Fessler

Die Schreinerei Fessler versteht sich als Allrounder und nimmt sich Umbauten ebenso an wie Neubauten. Neben

Fenster, Glaserarbeiten, Türen und Schliessanlagen übernimmt Fessler auch die Anfertigung von Küchen, Schränken, Vitrinen, diversen Accessoires und Möbeln – auch im Garten –, Tischen und Schlafzimmern, Böden und Firmeneinrichtungen. Als gelernter Antikschreiner führt Thomas Fessler auch Restaurationen durch, und zwar nicht nur von Möbeln (s. Kasten «Auch in der Luft zu Hause»)! Normalerweise werden im Betrieb zwei Lehrlinge ausgebildet, gegenwärtig und ausnahmsweise sind es vier: «Einen Auszubildenden haben wir von einer anderen Schreinerei übernommen, ein weiterer ist ein Flüchtling aus Eritrea und absolviert bei uns den «Schreinerpraktiker», das eidgenössische Berufsattest, das etwas weniger Theorie umfasst als die eigentliche Schreinerlehre», erklärt Raphael Fessler, seines Zeichens Schreinermeister und Prüfungsexperte. Neben dem Senior- und Juniorchef – «wir fällen alle Entscheide gemeinsam» – sind im Betrieb die Kundenschreiner Lukas Laube und Dominic Appoloni tätig. Thomas Fesslers Frau Karin Fessler ist für das Sekretariat zuständig.

Obwohl Arbeiten in der ganzen Schweiz ausgeführt werden, ist das angestammte Einzugsgebiet ziemlich klar durch Geografie und Geschichte definiert. Thomas Fessler: «Gegen Norden ist es die erste Jurakette, die noch stärker als eine Landesgrenze wirkt, gegen Süden die Aare, gegen Westen die Grenze zum Kanton Bern und die nahe Sprachgrenze, und im Osten decken andere, noch grössere Schreinereien ab Bellach den Raum Solothurn ab. Bleiben also im Wesentlichen – d.h. mit rund 80% der Aufträge – die Stadt Grenchen und die Dörfer Bettlach und Selzach. Kein Grund zum Klagen. «Als in der Region verankerter Allrounder mit ausgezeichnetem Ruf sind wir immer ausgelastet. Je spezialisierter ein Betrieb ist, desto weiter wird der Weg, um an Aufträge zu kommen», ist Thomas Fessler überzeugt.

Mangel an Fachkräften

Auch Schreinereien kennen das Problem Fachkräftemangel. Teilweise sei er auf die Popularität des lebenslangen Lernens zurückzuführen. Thomas Fessler: «Uns



Eine Fensterscheibe, die Kraft von fünf Schreibern bzw. Auszubildenden: Energetische Massnahmen sind «gewichtig» – und auch auf die Rosen muss Rücksicht genommen werden.

Auch in der Luft zu Hause



Thomas Fessler im oder besser auf dem restaurierten AeCS-Zögling HB-429, Baujahr 1944. Foto: zVg

Selbst mit dem Flughafen Grenchen praktisch vor der Haustür ist das Hobby von Thomas Fessler ungewöhnlich: Neben dem Segelflug widmet er sich der Erforschung der Segelfluggeschichte in der Schweiz und dem Unterhalt sowie der Restaurierung von Oldtimer-Segelflugzeugen. Die 2010 von Thomas Fessler, Daniel Steffen und Robert Mathys gegründete Stiftung Segel-Flug-Geschichte (IG SSFG) besitzt heute 24 Flugzeuge ab Baujahr 1934, wovon die Hälfte flugfähig ist. Zum Fundus gehören überdies mehr als 10 000 Artefakte und Fotos, welche die Schweizer Segelfluggeschichte dokumentieren. Die Mannschaft rund um Thomas Fessler sucht nicht aktiv nach zu restaurierenden Segelflugzeugen: «Segelflugzeuge landeten früher oft demontiert auf einem Heuboden. Dort hatte es Platz, und sie störten niemanden. Und dort sind sie grundsätzlich auch gut aufgehoben. Aber wenn ein Bauernhof verkauft oder modernisiert wird, wollen wir verhindern, dass diese Fluggeräte entsorgt werden oder ins Ausland gelangen.»

Ziel: Ein Hangar in Courtelary

Mit zwei Dutzend Segelflugzeugen in ihrer Obhut ist die Stiftung räumlich an ihre Grenzen gelangt. Weil auf dem Flughafen Grenchen kein Platz mehr ist für zusätzliche Gebäude, möchte die Stiftung auf den Flugplatz in Courtelary ausweichen und dort einen Hangar bauen. «Das hätte den zusätzlichen Vorteil, dass wir die Stiftung im französischsprachigen Landesteil besser positionieren könnten», so Fessler. Die beiden dort ansässigen Segelfluggruppen – Biel und Courtelary – sind dem Ansinnen gegenüber freundlich gestimmt. Was noch fehlt, ist das Geld. Spenden sind deshalb sehr willkommen. Auskünfte erteilt Thomas Fessler gerne: 032 645 30 30, info@dieschreinerei.ch

Segelfluggeschichte.ch

fehlen die langjährigen, erfahrenen Berufsleute. Zu viele, die eine Ausbildung zum Schreiner durchlaufen haben, wollen im Leben sofort noch etwas anderes sehen.» Und Raphael Fessler zählt auf: «Unter unseren ‹Ehemaligen› hat es jetzt unter anderem einen Grenzwächter, einen Sozialpädagogen, einen Schulhausabwart und einen Bauern. Der beste Schreiner, den wir je ausgebildet haben, hat ein Maschinenbaustudium aufgenommen.»

Teure Rohstoffe

Noch akuter sind der Mangel an Rohstoffen und die damit verbundenen Preisaufschläge. Eiche sei extrem teuer geworden, sibirische Lärche gar nicht mehr erhältlich. Dachfenster mit Solarzellen? – nicht mehr lieferbar. Viele Bauherren müssen Abstriche machen, unter denen auch die einheimischen Handwerker leiden. Raphael Fessler erzählt: «Aus einer meiner Offerten wurde die Küche gestrichen und durch ein deutsches Billigprodukt ab Stange ersetzt. Die so populären Panoramafenster wurden halbiert und die Anzahl Dachfenster von acht auf zwei reduziert.»

Will Thomas Fessler den ungünstigen Umständen etwas Positives abgewinnen, dann dies: «Es wird einem aufgezeigt, woher gewisse Rohstoffe und Produkte kommen. Dass Waren aus China importiert werden, wird uns erst dann so richtig bewusst, wenn die Transportkosten und Lieferfristen markant angepasst werden. Vinyl, die Alternative zu Parkett oder Linoleum, kommt zum Beispiel teilweise aus der Ukraine – oder eben nicht... Auch das ist eine neue Erkenntnis.»

● Daniel Flury

WIRmarket.ch > Fessler



hausheld.ch/wir

Wir sind eine Baufinanzierungs-Bank

Als Bank haben wir viele Facetten: Neben attraktiven Produkten aus den Bereichen Sparen, Vorsorgen und Finanzieren ist WIR, die grösste und älteste Komplementärwährung der Welt. Dank WIR heben wir uns von anderen Banken ab.

◀ Die WIR-Währung ist in vielen Branchen vertreten und vor allem im Bausektor stark: Sie gilt als Bauhandwerker-Währung schlechthin, die im Baugewerbe ein Gesamtvolumen in Milliardenhöhe bewegt.

Doch auch im Baubereich können wir mehr als WIR: Wir sind nämlich eine komplette und einzigartige Baufinanzierungs-Bank.

Aktuell stehen über 100 Millionen Franken an Baukrediten in unseren Büchern – dazu kommen weitere 150 Millionen Franken in Form von verbindlichen Zahlungsverprechen für weitere Finanzierungen. Als Bank profitieren auch wir von der guten Auftragslage im Baugewerbe. Unsere Konditionen sind kompetitiv und im Falle einer Gesamtfinanzierung mit WIR-Anteil sogar unschlagbar. Denn auf Neuengagements gelten für die WIR-Finanzierung situativ sogar Negativzinsen. Für uns, nicht für Sie – also die Bank zahlt Ihnen für den Kredit Zinsen und nicht umgekehrt. 1 ½ Prozent auf 5 Jahre fix, keine Kommissionen.

Dabei ist es wichtig zu wissen, dass WIR-Geld Teil Ihrer Finanzierungslösung sein kann, aber nicht sein muss. Unsere gesamtschweizerisch tätige Genossenschaftsbank ist heute vorwiegend im Schweizer-Franken-Geschäft zu Hause. So finden 90 Prozent unserer Geschäftstätigkeit exklusiv mit reinen Schweizer-Franken-Produkten und Schweizer-Franken-Finanzierungen statt. Und dennoch ist WIR kein Auslaufmodell. Unsere Komplementärwährung beweist ihre Stärken in wirtschaftlich harzigeren Zeiten und/oder bei deutlich höheren Zinsen.

In welcher Geschwindigkeit eine nachhaltige Zinswende kommt, wissen wir nicht. Deshalb rate ich Ihnen, bei Ihren Projekten die Komplementärwährung WIR und natürlich unsere Bank als Ganzes in Ihre Überlegungen miteinzubeziehen. So sind Sie mit Ihren Unternehmen in jedem Fall auf der Gewinnerseite!

Ob grosse Überbauung oder kleines Einfamilienhaus. Ob Wohnbau oder Industrie. Ob Projektfinanzierung oder massgeschneiderte Lösungen für die Endkäufererschaft – wir sind Ihre Baufinanzierungs-Bank. Kontaktieren Sie uns bei Ihren Bauvorhaben: Unsere Expertinnen und Experten unterstützen Sie gerne. ▶▶

Beste Grüsse von der Heuwaage in Basel.

● Bruno Stiegeler, Vorsitzender der Geschäftsleitung





Foto: Adobe Stock

Der Unternehmergeist und die Gleichstellung

Gleiche Chancen für Männer und Frauen, Farbige und Weisse, Alte und Junge in einem Unternehmen zu schaffen, erfordert nicht nur den bewussten Blick auf das Thema, sondern mitunter auch das Aufbrechen bestehender Denkstrukturen.

Wenn in Stellenausschreibungen vermerkt wird, «Frauen werden bei gleicher Eignung bevorzugt», dann ist dies rein logisch eine nette Umschreibung für «Männer werden bei gleicher Eignung benachteiligt». Wenn ein Mann, der aufgrund seines Geschlechtes bei einer Anstellung leer ausgeht, auf gleiche Rechte pocht, dann wird er manchmal darauf verwiesen, dass er diese wegen der Gleichstellung nicht bekommt.

Hallo, ich bin es wieder, der Unternehmergeist – und diesmal habe ich mir als Fachrichter zu Fragen des Gleichstellungsgesetzes im Kanton Bern dazu folgende Gedanken gemacht:

Begriffe

Die **Gleichstellung** richtet das Augenmerk auf die Angleichung von Gruppen, indem sie in Kauf nimmt, Ein-

zelle aufgrund ihrer Gruppenzugehörigkeit ungleich zu behandeln.

Die **Gleichberechtigung** hingegen strebt nach gleichen Rechten jedes einzelnen Menschen, ohne Ansehen seiner «Gruppenzugehörigkeit».

Wer aber ist in diesem Fall gleichstellungsberechtigt? Für eine Stelle, die nur mit einer Frau besetzt werden darf, würde also die kinderlose Unternehmertochter vom rechten Zürichseeufer gegenüber dem dreifachen Familienvater mit Migrationshintergrund aus Bern-Bethlehem bevorzugt. Man sieht, Gleichstellung ist in der Methodik das pure Gegenteil von Gleichberechtigung. Trotzdem (und das ist wohl ein «genialer» Trick?) werden Gleichberechtigung und Gleichstellung (die auch noch «gleich» klingen) oft als Synonyme verwendet.

Umdenken

Gleiche Chancen für Männer und Frauen, Farbige und Weisse, Alte und Junge in einem Unternehmen zu schaffen, erfordert nicht nur den bewussten Blick auf das Thema, sondern mitunter auch das Aufbrechen bestehender Denkstrukturen.

Dass sich die ausgeglichene Zusammenstellung eines Teams auszahlt, zeigt sich nicht nur in der Theorie, sondern vor allem während der täglichen Arbeit. So bringen die heterogenen Teams per se unterschiedliche Perspektiven auf Themen und Probleme ein. Ausserdem profitieren sie von einem reduzierten Konkurrenzdenken und einer angenehmeren Arbeitsatmosphäre. Das steigert die Effizienz und führt zu einem besseren Output. Ausserdem fällt es den Mitarbeitenden eines im Hinblick auf Alter, Herkunft, Geschlecht und Ausbildung ausgeglichenen Teams leichter, rücksichtsvoll mit den Schwächen der Gegenüber umzugehen.

Notwendigkeit

Für uns Unternehmergeister ist die gleiche Behandlung unserer Angestellten – beispielsweise gleiche Löhne zu zahlen – schlicht eine ökonomische Notwendigkeit. Diskriminierung ist ineffizient und wird vom Markt sanktioniert. Die Folgen sind hohe Fluktuationsraten und Rekrutierungskosten. In den nächsten Jahren werden mehr Arbeitskräfte den Arbeitsmarkt verlassen als neu eintreten. Die Arbeits- und insbesondere die Fachkräfteknappheit nehmen zu. Die Unternehmen sollen folglich nicht mit zusätzlichen kostentreibenden Auflagen wie Lohnvergleichsanalysen, Gendersternchen oder Anstellungsstatistiken belastet werden. Stattdessen sollten wir unser Augenmerk auf nachhaltige Aufgaben richten, wie etwa die Vereinbarkeit von Familie und Beruf weiter zu fördern und zu verbessern.

Die Corona-Pandemie hat uns gerade die vielleicht bekannteste Variante, das Homeoffice, als Chance aufgezeigt, um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf voranzutreiben. Es gibt jedoch auch andere Möglichkeiten, wie etwa flexible Arbeitszeiten, unterschiedliche Arbeits-

modelle für Mitarbeiterinnen oder geregelte Kinderbetreuung.

Verantwortung

Bei allen Forderungen und Diskussionen um die Gleichberechtigung, die Gleichstellung oder gendergerechte Formulierungen sollten wir die Gleichverantwortung nicht vergessen – hier trennt sich dann die Spreu vom Weizen, denn die volle Gleichberechtigung gibt es nur, wenn auch die Gleichverantwortung sichergestellt ist.

Gleichverantwortung: Nun erwartest du aber nicht, dass ich dir dazu Lösungen biete, nicht wahr? Ich entlasse dich voller Vertrauen darin, dass du die Verantwortung der Gleichverantwortung verantwortungsvoll umsetzt...

● *Dein Unternehmergeist*

Der Unternehmergeist im Fokus



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

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

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

Inserateschlüsse bis Dezember-Ausgabe 2022



Foto: fischerundryser, Basel

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

| WIRinfo-Ausgabe | Inserateschluss |
|-----------------|-------------------|
| Juli 2022 | 10. Juni 2022 |
| August 2022 | 8. Juli 2022 |
| September 2022 | 10. August 2022 |
| Oktober 2022 | 9. September 2022 |
| November 2022 | 10. Oktober 2022 |
| Dezember 2022 | 10. November 2022 |

 **SWISS
INDOORS**

ATP
500

SWISSINDOORSBASEL.CH



ST. JAKOBSHALLE



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

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



BANDENWERBUNG



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

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





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

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





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



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





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

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

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



Faszination WIR

144 Seiten «Faszination WIR»

87 Jahre sind seit der Gründung der WIR Bank Genossenschaft vergangen. Das Buch «Faszination WIR – Resistent gegen Krisen, Spekulationen und Profitgier» beleuchtet Aspekte einer spannenden Firmengeschichte, setzt dazu bereits beim Börsencrash von 1929 ein und zeigt die Zukunftschancen der Komplementärwährung WIR auf. Das Buch ist im Buchhandel erhältlich, kann zu einem Vorzugspreis, aber auch über die Bank WIR bezogen werden.

Das WIR-System der Bank WIR unterstützt die Schweizer Binnenwirtschaft und ist in seiner Grösse und Nachhaltigkeit weltweit einzigartig: Was 1934 als Netzwerk von 300 Firmen und Privaten begann, umfasst heute gegen 25000 KMU, die unter sich jährlich einen Mehrumsatz von mehreren Hundert Millionen CHW generieren. In seinem Buch «Faszination WIR» zeigt Hervé Dubois auf, wie diese spannende Erfolgsgeschichte möglich war, welche Hürden dabei genommen werden mussten und was auch in Zukunft der ökonomische Nutzen einer Komplementärwährung in einer von Wachstums- und Profitdenken geprägten Wirtschaftsordnung ist.

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

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

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

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

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

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

* Portokosten werden nicht verrechnet



TALON

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

Firma:

Vorname/Name:

Strasse:

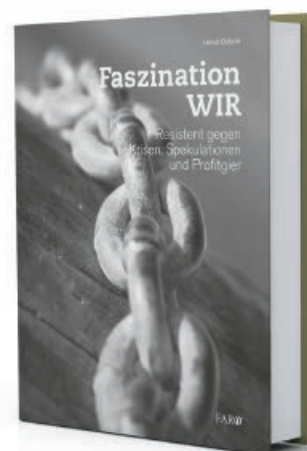
PLZ/Ort:

Unterschrift:

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

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

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



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

500 CHW geschenkt!

Ihre Gutschrift für Inserate und Werbung

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

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

Wo sehe ich die Gutschrift und den aktuellen Saldo?

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

erleichtert die Planung der nächsten Werbeschritte. Das aktuelle Guthaben kann auch im persönlichen Profil im WIRmarket eingesehen werden.

Wie setze ich die Gutschrift ein?

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

Legen Sie jetzt los!

Werbemöglichkeiten, Kontaktdaten, Formate und Preise für Inserate im WIRinfo finden Sie in jedem Heft auf den drei letzten Seiten. Im WIRmarket müssen Sie registriert und mit Ihrer Firma verknüpft sein. Auf Youtube finden Sie ein Tutorial dazu (und zu anderen Themen) – oder kontaktieren Sie uns, wenn Fragen auftauchen: wirmarket@wir.ch oder 0800 947 944 (Mo–Fr, 7.30–18.00 Uhr).

● Daniel Flury

Neue WIR-Teilnehmer

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

AG

Baupro Shop GmbH

flex

Bahnhofstrasse 6a, 5210 Windisch

T 056 555 84 13

www.baupro-shop.ch

Sonstiger Detailhandel mit Bau- und Heimwerkerbedarf

Robert Wild AG

flex

Luzernerstrasse 19, 5630 Muri AG

M 079 704 53 07

Erbringung von sonstigen druckbezogenen Dienstleistungen

Carrosserie Spritzwerk Wuffli GmbH

3%

Moosirainweg 7, 3053 Münchenbuchsee

M 079 432 97 15

info@carrosserie-wuffli.ch, www.carrosserie-wuffli.ch

Reparatur und Lackieren von Carrosserien

Hess Motorrad AG

10%

Tägetlistrasse 16, 3072 Ostermundigen

info@hessmoto.ch, www.hessmoto.ch

Handel mit Motorrädern, Kraftradteilen und -zubehör;

Instandhaltung und Reparatur von Motorrädern

Krontal Erlebnis AG

50%

Lützelfühstrasse 39, 3415 Rüegsauschachen

T 034 461 14 28

info@krontalimmobilien.ch, www.krontalimmobilien.ch

Hotels, Gasthöfe und Pensionen mit Restaurant

AI

Zeughausgarage AG

3%

Gaiserstrasse 10, 9050 Appenzell

T 071 788 10 30

info@zeughausgarage.ch

Instandhaltung und Reparatur von Automobilen

Krontal Immobilien AG

flex

Lützelfühstrasse 39, 3415 Rüegsauschachen

T 034 461 14 28

info@krontalimmobilien.ch, www.krontalimmobilien.ch

Verwaltung von Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen für Dritte

BE

1A Swiss Gipsergeschäft AG

10%

Bethlehemstrasse 36, 3027 Bern

M 079 907 16 44

Malerei und Gipserei ohne ausgeprägten Schwerpunkt

O. Tschanz AG

flex

Gewerbestrasse 13, 3053 Lätti

www.tschanzbodenbelaege.ch

Verlegen von Fussboden

OECHSLI Wohnen + Schlafen AG

10%

Bahnhofstrasse 13, 4950 Huttwil

T 062 962 10 19, F 062 962 32 20

info@oechsli-huttwil.ch, www.oechsli-huttwil.ch

Detailhandel mit Einrichtungsgegenständen und Hausrat

BL

Brokers Union AG flex

Nenzlingerweg 5, 4153 Reinach BL
 T 061 716 95 95
 info@brokersunion.ch, www.brokersunion.ch
 Tätigkeit von Versicherungsmaklerinnen und -maklern

Dämm Plus GmbH 10%

Gartenstrasse 13, 4127 Birsfelden
 T 061 423 04 47
 www.daemmplus.ch
 Dämmung gegen Kälte, Wärme, Schall und Erschütterung

Editorial Media Group AG 20%

Hohenrainstrasse 24, 4133 Pratteln
 T 079 568 50 34
 www.editorial.ag
 Werbeagenturen

Energy Fabrik Group AG 10%

Im Albantal 9, 4147 Aesch BL
 M 076 565 99 89
 info@energyfabrikgroup.ch, www.energyfabrikgroup.ch
 Grosshandel mit sonstigen Maschinen und Ausrüstungen

Surer Transport AG 20%

Industriestrasse 38, 4415 Lausen
 T 061 926 99 00
 www.surer-transport.ch
 Güterbeförderung im Strassenverkehr

FR

Hotimétal SA flex

Route de la Broye 97, 1623 Semsales
 T 021 807 04 32
 info@hotimetal.ch, www.hotimetal.ch
 Fabrication de structures métalliques et de parties de structures

GE

Rematra SA 75%

Rue de la Cité 1, 1204 Genève
 T 076 205 65 05
 www.rematra.ch
 Vente par correspondance ou via internet

LU

GNI Bauökonomie AG flex

Langnauerstrasse 5, 6252 Dagmersellen
 T 062 721 72 72
 Architekturbüros

NERO Gastronomie AG 100%

Hauptstrasse 23a, 6280 Hochdorf
 M 076 573 25 55
 aj@hotel-du-lac.ch
 Restaurants, Imbissstuben, Tea-Rooms und Gelaterias

OW

Bänklialp Betriebs GmbH 100%

Bänklialpweg 25, 6390 Engelberg
 M 076 573 25 55
 aj@baenklialp.ch, www.baenklialp.ch
 Verwaltung von Hotels, Gasthöfen und Pensionen

SG

Elementkraft GmbH 3%

Johs. Kesslerstrasse 19, 9430 St. Margrethen SG
 M 076 475 42 53
 office@elementkraft.ch, www.elementkraft.ch
 Sonstige Bauinstallation

Roland Graf flex

Immobilien
 Boolstrasse 8, 9533 Dietschwil
 r.graf@altwerk8.ch
 Unterhalt und Reparatur von Gebäuden

SO

IMAGEWORKER AG flex

Rüesselerweg 3, 4623 Neuendorf
 T 062 398 21 38
 manfred.werner@imageworker.ch, www.imageworker.ch
 Werbeagenturen

Renda Bau AG 10%

Hauptstrasse 10, 4552 Derendingen
 T 032 682 03 01
 www.rendabau.ch
 Allgemeiner Hochbau

Synonym Gastro AG 30%

Oltnerstrasse 11, 4622 Egerkingen
 M 078 889 97 08
 toebben@synonym-gastro.ch, www.synonym-gastro.ch
 Firmensitzaktivitäten von anderen Gesellschaften

SZ

Gipsergeschäft Zürichsee AG flex

Churerstrasse 154, 8808 Pfäffikon SZ
 T 055 420 24 24
 info@gz-ag.ch, www.gz-ag.ch
 Anbringen von Stuckaturen, Gipserei und Verputzerei

TG

archisign ag flex

Lindenstrasse 22, 8370 Sirnach
 T 052 366 20 63
 info@archisign.ch, www.archisign.ch
 Allgemeiner Hochbau

art of optic gmbh 30%

Stickereistrasse 4, 9320 Arbon
 T 071 446 12 02
 www.artofoptic.ch
 Detailhandel mit Brillen und anderen Sehhilfen

FIBA Metallbau GmbH 3%

Schulweg 5, 8252 Schlatt TG
 T 052 657 35 88
 info@fibametallbau.ch, www.fibametallbau.ch
 Herstellung von Ausbauelementen aus Metall

GMW Projekte AG flex

Grünaustrasse 15, 8370 Sirnach
 T 071 931 34 63
 mauchlem@gmail.com
 Kauf und Verkauf von eigenen Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen

TI

CPS Computer Protection Systems SA 30%

Via Rubiána 18, 6863 Besazio
 T 079 700 24 42
 www.cps-ups.ch
 Commercio all'ingrosso di apparecchiature elettroniche e per telecomunicazioni e di loro componenti

Habitrust Contract SA 10%

Via Carlo Maderno 9, 6900 Lugano
 T 091 922 74 00
 info@habitrust.ch, www.habitrust.ch
 Studi di architettura

VAM Deco di Michele Scacco 10%

Via Pobbia 4, 6514 Sementina
 info@vamdeco.ch, www.vamdeco.ch
 Commercio al dettaglio di parti e accessori di autoveicoli

VD

Cave Jacques & Aurélia Joly 50%

Grand'Rue 20, 1091 Grandvaux
 T 021 799 53 25
 lavaux@cave-joly.ch, www.cave-joly.ch
 Restaurants, cafés, snack-bar, tea-rooms et salons de dégustation de glaces

Restaurant du Tennis 50%

chemin du Petit-Bois 13, 1110 Morges
 info@restaurantdutennis.ch, www.restaurantdutennis.ch
 Restaurants, cafés, snack-bar, tea-rooms et salons de dégustation
 de glaces

VS**Domaines Kreuzritter GmbH** 20%

Unterdorfstrasse 32, 3970 Salgesch
 T 027 455 19 15
 info@kruzritter.ch, www.kruzritter.ch
 Herstellung von Traubenwein

Global Energy Management SA 10%

Route du Grand-St-Bernard 14, 1933 Sembrancher
 T 027 723 56 56
 welcomeroup@groupe-gem.ch, www.groupe-gem.ch
 Construction générale de bâtiments

Gstipf AG 100%

Bahnhofstrasse 17, 3930 Visp
 T 027 946 30 21
 georg.anthamattenh@valesia.ch
 Verwaltung von Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen für Dritte

ZG**Holdener Treuhand AG** 5%

Birkenstrasse 47, 6343 Rotkreuz
 T 041 511 37 20
 info@holdener-treuhand.ch, www.holdener-treuhand.ch
 Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung, Buchführung,
 Treuhandgesellschaften

ZH**Ecoit Suisse GmbH** flex

Bahnhofstrasse 34, 8153 Rümlang
 info@ecoitsuisse.ch, www.ecoit-suisse-gmbh.business.site
 Holzbau, Zimmerei

Frick & Von Wyl GmbH flex

Fischeracherstrasse 5, 8315 Lindau
 T 062 849 76 92
 Grosshandel mit Zucker, Süswaren und Backwaren

Grüger & Partner GmbH 10%

Talacker 41, 8001 Zürich
 M 079 136 60 70
 Malerei und Gipserei ohne ausgeprägten Schwerpunkt

Heusser Touristik AG flex

Tobelstrasse 10, 8345 Adetswil
 T 044 931 12 31
 info@heusser-touristik.ch, www.heusser-touristik.ch
 Nicht-regelmässige Personenbeförderung im Landverkehr

M+S Inside AG flex

Wartstrasse 131, 8400 Winterthur
 T 052 224 60 49
 andreas.kuenzli@maurer-salzmänn.ch
 www.maurer-salzmänn.ch
 Messe-, Ausstellungs- und Kongressveranstalter

Meili Hotels AG flex

Dufourstrasse 3, 8008 Zürich
 T 044 396 99 75
 karin.zwicky@meili-unternehmungen.ch
 www.meili-unternehmungen.ch
 Hotels, Gasthöfe und Pensionen mit Restaurant

ORA Ladenbau GmbH PZ 10%

Wallisellerstrasse 172, 8152 Glattbrugg
 T 076 339 91 56
 www.ora-ladenbau.ch
 Schreinerarbeiten im Innenausbau

Wallee Group AG 10%

General-Guisan-Strasse 47, 8400 Winterthur
 T 044 505 13 60
 premium-support@wallee.com, www.wallee.com
 Programmierungstätigkeiten



WIR-Partner-Networks

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

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

Einen Überblick über alle Anlässe inkl. Anmeldemöglichkeit gibt die Plattform www.wir-network.ch

Details zu aktuellen Veranstaltungen finden Sie auf der übernächsten Seite.



*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 | Myrta Zumstein |

Höhlen- und Käseerlebnis Emmi Kaltbach

Die Höhle liegt mitten in den Hügeln des Wauwilermoos nahe Luzern. Im Jahr 1953 entdeckten Käsemacher in der Region durch Zufall die positiven Auswirkungen des Höhlenklimas auf den Käse.

Tauchen Sie ein in die Welt der Höhlenreife und lassen Sie sich die Käsereife in der Höhle Kaltbach aus erster Hand erklären. Die Führung dauert ca. 1 Stunde. Anschliessend geniessen Sie im Aufenthaltsraum der Höhle Kaltbach einen feinen Apéro.



Plätze
verfügbar

Mittwoch, 15. Juni 2022

| | |
|--|---|
| Ort: | Sandsteinhöhle 1, 6212 Kaltbach |
| Das Programm: | 14:00 Uhr Geführter Rundgang, anschliessender Käse Apéro |
| Die Anmeldung: (bis 10. Juni 22) | www.wir-network.ch/aargau oder per Mail an daniel.widmer@dwtreuhand.ch |
| Die Kosten: | CHF 25.00 / Person |

Holzworkshop

Bauen Sie unter Anleitung ein Kinderlauftrad oder einen Schaukel-Liegestuhl mit 100% WIR!

Um die außergewöhnliche Schaukel-Liege oder ein stabiles Lauftrad für Sie leicht nachbaubar zu halten, hat die Firma Weber Holzbau AG die Konstruktion der bequemen Sonnenliege oder des Lauftrads besonders simpel gehalten.

Selbst ungeübte Heimwerker können sich an das Projekt heranwagen und die Kleinen können dabei mithelfen oder selbst ihr eigenes Vogelhäuschen bauen.

Inkl. Bausatz für Kinderlauftrad oder Holzschaukel/Vogelhäuschen, anschliessend gemütliches Abendessen



Kinder
basteln ihr
Vogel-
häuschen
gratis!

Samstag, 11. Juni 2022

Weber Holzbau AG, Tellstrasse 6a, 9533 Kirchberg

| | |
|-----------------------|---|
| Das Programm: | ab 14:00h Workshop unter fachmännischer Anleitung für's Mami, da Papi und für d'Kids! ab ca. 17:30h gemütliches Nachtessen |
| Die Anmeldung: | Bis 7. Juni 2022 an: wsonderer@bluewin.ch oder Telefon 079 207 81 26 / 071 925 30 35 |
| Die Kosten: | Kinderlauftrad CHF/CHW 330.- (inkl. Nachtessen) Einfachliege (60cm) CHF/CHW 330.- (inkl. Nachtessen) Doppelliege (120cm) CHW/CHF 410.- (inkl. Nachtessen) |



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 – Juni 2022, 89. Jahrgang, Nr. 1117

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

Herausgeberin: WIR Bank Genossenschaft, Basel

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

Fotografen: siehe Bildhinweise

Foto Titelseite: Raffi Falchi

Übersetzungen: Daniel Gasser, Yvorne

Konzeption und Gestaltung: Schober Bonina AG, Basel

Layout: Vogt-Schild Druck, Derendingen

Druck: Zehnder Print AG, Wil

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: 29010

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

Ihre Vorteile auf einen Blick

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

WIRmarket.ch

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

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

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

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

WIRinfo – das Schweizer KMU-Magazin

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

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

Shirin Mogtader
T 061 277 93 68
shirin.mogtader@wir.ch

Geschäftsbedingungen

Siehe www.wir.ch/agb-de

Inserateannahmeschluss: Bitte beachten Sie den Inserateschluss für das WIRinfo Juli 2022: Freitag, 10. Juni 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

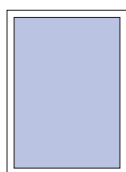
•
•
•
•
•
•

•
•
•
•
•
•

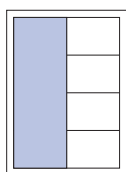
Wichtig: Bei offenen InDesign-, Illustrator- und Photoshop-Dateien müssen Schriften immer mitgeliefert werden (keine TrueType-Schriften). Die entsprechenden Zeichensatzkoffer und PostScript-Fonts bitte gezippt mitgeben. Bei PDF- und EPS-Dateien müssen Logos und Schriften eingebettet (mitgeliefert) sein.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

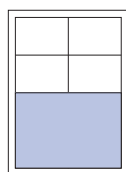
Inserategrößen und Inseratepreise (alle Preise inkl. 7,7% MwSt., WIR-Anteil 75%)



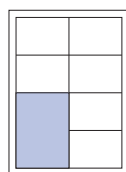
168x248 mm
1/1 Seite Inhalt



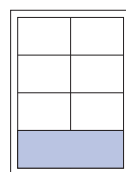
82x248 mm
1/2 Seite hoch (2-sp.)



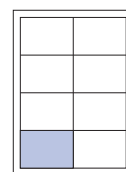
168x122 mm
1/2 Seite quer (4-sp.)



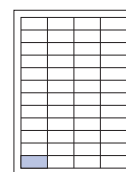
82x122 mm
1/4 Seite hoch (2-sp.)



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