

WIR info

7/2022

Das Magazin für Schweizer KMU

**Mit UV-Licht
gegen Keime**

Ernst Deiss sagt Viren und Bakterien
in der Raumluft den Kampf an

QR-Rechnungen

Mit QR-Modul generieren Sie
Ihre eigenen QR-Rechnungen

Effizient werben

Wie KMU mit Konzernen mithalten können

Bank 



Feuer, Wasser, Luft

Editorial

Mit drei der vier Elemente setzen wir uns in diesem WIRinfo auseinander: mit Luft und Wasser, deren Sauberkeit nicht garantiert ist, und mit Feuer, das der Schweizer jedes Wochenende aufs Neue bündigt.

Die Jahre 1999 und 2000 hatten es in sich: 1999, per 30. Juni, verabschiedete sich die WIR Wirtschaftsring-Genossenschaft von ihrem schwerfälligen Namen und nannte sich fortan kurz und bündig WIR Bank. Ein Jahr später, an der Generalversammlung in Suhr, beschlossen die Genossenschafter eine Statutenänderung, welche die Öffnung des CHF-Anlagebereichs für Private und damit eine Erweiterung des Kundenkreises und das Anzapfen einer neuen Refinanzierungsquelle ermöglichte. Der Erfolg liess nicht auf sich warten: 2002, das Jahr, in dem diese Öffnung erstmals voll zum Tragen kam, sah eine Zunahme der Kundengelder um 253 Mio. auf 512 Mio. CHF. Miterlebt und mitbestimmt hat diesen Kurs der damalige Verwaltungsratspräsident Hans Portmann, der Anfang dieses Jahres verstorben ist (S. 28).

Einen weiteren, und angesichts der Massnahme von 2000 nur konsequenten Öffnungsschritt beschloss die Generalversammlung letzten Mai: Eine neue Kapitalstruktur soll es künftig (d. h. ab ca. Ende 2023) jedem Kunden der Bank WIR – also auch Privaten – erlauben, Genossenschafterin oder Genossenschafter zu werden (S. 7).

Mit drei der vier Elemente setzen wir uns in diesem WIRinfo auseinander: mit Luft und Wasser, deren Sauberkeit nicht garantiert ist (S. 8 und S. 12), und mit Feuer, das der Schweizer jedes Wochenende zwecks Zubereitung feiner Grilladen aufs Neue bündigt (S. 30).

Daniel Flury
Chefredaktor

«Gartenarbeit
leicht gemacht.»

HONDA Motorsense UMS 425 LE

100% WIR!
299 CHW
+ 15 CHF Porto

wir.ch/wirpromo

Der HONDA kommt überall hin



Gärtnerinnen und Landschaftspfleger wissen: Mit dem Rasenmäher ist man limitiert. Zum Beispiel wenn das Gras mal höher steht oder das Gelände nicht einfach zugänglich ist. Die praktische Motorsense schafft Abhilfe.

Wenn eine Motorsense, auch Freischneider genannt, dann eine von Honda: Als führender Hersteller von Antriebstechnik steht HONDA in der Pflicht, sparsame und schadstoffarme Motoren zu bauen.

Der HONDA UMS 425 Freischneider zeichnet sich durch sein ausgesprochen einfaches Handling aus und ist besonders verträglich für den Rücken. Das kräftige Gerät ist mit einem halbautomatischen Nylonfadenkopf ausgestattet. Die Nachführung des Fadens erfolgt mit einem kurzen Tippen des Kopfs auf den Boden – bei laufendem Motor und ohne Zeitverlust.

Offizieller Verkaufspreis	CHF	389
WIRpromo-Preis im WIRmarket	CHW	299
Zuzüglich Porto	CHF	15

Bestellen Sie jetzt dieses praktische Gerät und machen Sie sich Ihre Gartenarbeit leichter – zu 100% in WIR.

Features:

- HONDA 4-Takt Benzinmotor, 25 ccm
- Einhandbügel mit gebogener Welle
- Halbautomatischer Nylonfadenkopf
- Abmessung LxBxH 1708x223x413 mm
- Gewicht 5.5 kg

SILENT AG

ist seit 60 Jahren Fachhändler für Motor- und Gartengeräte. Im grosszügigen Showroom in Otelfingen werden die Kunden persönlich beraten und können Maschinen im Gelände testen. Service- und Reparatur-Arbeiten werden von ausgebildeten Mechanikern ausgeführt und seit vielen Jahren bietet die SILENT AG jungen Menschen einen Ausbildungsplatz an.

SILENT AG | Mattenstrasse 2 | 8112 Otelfingen | 044 847 27 27 | info@silentag.ch | www.silentag.ch

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

Inhalt

Seite 12

Über 50000 Liter Wasser trinkt ein Mensch im Laufe eines 80-jährigen Lebens. In den seltensten Fällen ist das Wasser «leer». Filtersysteme, z. B. von der Firma One-drop Water GmbH, stellen sicher, dass unerwünschter Ballast draussen bleibt.



Seite 18

Geniessen, Erleben, Konzipieren und Ruhemitten in der Zürcher Vorortsgemeinde Regensdorf: Das Boutiquehotel Thessoni classic & home bietet Geschäftsreisenden, Event- und Tagungsteilnehmern, Touristen und Langzeitgästen komfortable, sorgfältig konzipierte Räumlichkeiten.

Seite 28

Nur Monate vor seinem 75. Geburtstag am 1. Juni ist alt Verwaltungsratspräsident der WIR Bank Genossenschaft Hans Portmann einem Krebsleiden erlegen. Während seiner Zeit als Verwaltungsrat und VR-Präsident wurden für die Bank entscheidende Weichen gestellt.



6 Kurznews

8 Mit UV-Licht gegen Keime

Ernst Deiss sagt Viren und Bakterien in der Raumluft den Kampf an

12 «Leeres» Wasser für ein volles Leben

Sauberes Wasser dank One-Drop Water GmbH

17 500 CHW geschenkt!

Ihre Gutschrift für Inserate und Werbung

18 Eine Oase mitten in Regensdorf

Boutiquehotel Thessoni classic & home

23 Inserateschlüsse

24 QR-Rechnungen mit QR-Modul selber generieren!

26 200 Chancen auf ein kostenloses Seminar

Speakers Nights der Business Schmiede: Jetzt anmelden!

28 Nachruf Hans Portmann

Alt VR-Präsident WIR Bank Genossenschaft

30 Der Unternehmergeist und das Schwert

Kolumne von Karl Zimmermann

32 Dort werben, wo es wirkt!

Der Trumpf der KMU

41 Neue WIR-Teilnehmer

47 144 Seiten «Faszination WIR»

48 Willkommen im WIR-Netzwerk

70 Impressum

71 Standorte der Bank WIR und Social Media

72 Werbemöglichkeiten im WIR-Netzwerk

74 Inseratepreise

«Digitale Schweiz»

Furcht vor Cyberkriminalität und Überwachung

Die Schweizer Bevölkerung sieht in digitalen Technologien grosse Vorteile, fürchtet sich aber auch vor den Risiken. In der neuen Schweizer Langzeitstudie «Digitale Schweiz – Monitor Bank WIR» zeigen sich Unterschiede nicht nur nach Altersgruppen, sondern auch punkto Einkommensniveau und Bildung der Befragten – beispielsweise bei der Angst vor einem Arbeitsplatzverlust durch digitale Technologien.



Nicht zuletzt ausgelöst durch die Corona-Pandemie mit Themen wie Homeoffice, Fernunterricht und Covid-Zertifikaten sind digitale Themen in den Köpfen der Schweizer Bevölkerung sehr präsent. Dies zeigt die erste Durchführung der neuen Schweizer Langzeitstudie «Digitale Schweiz – Monitor Bank WIR», eines Gemeinschaftsprojekts der FHNW Hochschule für Wirtschaft, gfs-Zürich und Bank WIR. Erleichterungen in der Kommunikation oder im Alltag stehen Überforderungen und Ängsten gegenüber. Bei der offenen Frage nach den wichtigsten Themen im digitalen Zeitalter werden Cyber- und Datensicherheit, Cyberkriminalität und Überwachung am häufigsten genannt.

Fast zwei Drittel sehen in digitalen Technologien grosse bis sehr grosse Vorteile – nur fünf Prozent stehen den Technologien kritisch gegenüber. In der Befragung zeigt sich, dass einkommensstarke Gruppen mit einem hohen Bildungsniveau viele Vorteile in digitalen Technologien sehen und die Nachteile und Gefahren als geringer einschätzen. «Das birgt die Gefahr einer polarisierten Gesellschaft», warnt Prof. Dr. Marc K. Peter, Leiter Kompetenzzentrum Digitale Transformation an der FHNW Hochschule für Wirtschaft und Leiter der Studie «Digitale Schweiz – Monitor Bank WIR».

Ein Drittel der Schweizer Bevölkerung fürchtet sich vor Cyberkriminalität und Überwachung durch digitale Technologien – ein Trend, der sich durch alle Altersgruppen, Einkommensstufen und Bildungsklassen zieht. Von allen denkbaren Risiken fürchten sich Befragte in der höchsten Bildungsklasse am meisten davon, mithilfe digitaler Technologien überwacht zu wer-

den. Personen mit dem tiefsten Bildungsstand sehen die grösste Gefahr in Datenklau und Cyberangriffen. «Für die Schweiz wäre es wünschenswert, die Themen zur Cybersicherheit und Cyberkriminalität stärker zu priorisieren», sagt Marc K. Peter.

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

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

Die Studie «Digitale Schweiz – Monitor Bank WIR» erscheint künftig zwei Mal jährlich – die nächsten Studienergebnisse werden folglich Ende 2022 vorliegen. «Wir wollen den digitalen Puls der Schweizerinnen und Schweizer spüren und diese Ergebnisse der Öffentlichkeit regelmässig zugänglich machen», erklärt Co-Autor Volker Stroh, Leiter Corporate Communication und seitens Bank WIR verantwortlich für die Forschungszusammenarbeit. «Die Befragung liefert einen wichtigen Beitrag zum Diskurs über die Interessen, Sorgen und Kompetenzen der Bevölkerung im Umgang mit digitalen Technologien und liefert uns als bodenständige und innovative Genossenschaftsbank für den Schweizer Mittelstand natürlich wichtige Indikatoren.»

Download der kompletten Studie mit allen Infografiken sowie Podcast mit Studienleiter Prof. Dr. Marc K. Peter: www.wir.ch/digitale-schweiz

KURZ NEWS

Generalversammlung

Neuer Verwaltungsrat und Dividendenerhöhung

Die Generalversammlung der Bank WIR hat der vom Verwaltungsrat vorgeschlagenen Ausschüttung einer Dividende von 10.75 Franken deutlich zugestimmt. Dies entspricht einem Plus von knapp 5 Prozent. Die aufgrund der Amtszeitbeschränkung nötig gewordene Ersatzwahl in den Verwaltungsrat entschied Philipp Berger für sich. Angenommen wurde zudem eine Statutenänderung für eine modernere Kapitalstruktur.

Wie schon in den beiden Vorjahren fand die Generalversammlung der Bank WIR auf schriftlichem Weg statt. Bereits im Februar hatte die rein schweizerische Genossenschaftsbank für das Geschäftsjahr 2021 eine deutliche Gewinnsteigerung auf 14,98 Millionen Franken, Wachstum bei den Hypothekarkrediten, ein erfreuliches Zinsengeschäft sowie eine Bilanzsumme auf neuem Rekordniveau (5,98 Milliarden Franken) vermeldet. «Wir sind kerngesund und wirtschaften nachhaltig», sagt VR-Präsidentin Karin Zahnd Cadoux – und ergänzt: «Unsere Diversifikationsstrategie zahlt sich aus.»

Erhöhte Ausschüttung von 10.75 Franken pro Stammanteil

Basierend auf den seit Jahren soliden Ergebnissen hat die Generalversammlung der vom Verwaltungsrat beantragten Dividendenerhöhung auf 10.75 Franken (bisher: 10.25 Franken) zugestimmt. Die Ausschüttung erfolgt wie bereits in den Vorjahren in Form einer Wahldividende («Dividende mit Reinvestition» oder Bardividende) und entspricht – berechnet auf der Variante Bardividende – einer Rendite von 2,4 Prozent. Befinden sich die Stammanteile im Privatvermögen, ist die Ausschüttung zudem steuerfrei. Das Beteiligungspapier hatte im vergangenen Jahr seinen Kurswert um 11,5 Prozent steigern können.

Verwaltungsratswahlen

Aufgrund der Amtszeitbeschränkung musste im Verwaltungsrat der Sitz von Petra Müller neu besetzt werden: Als neues Mitglied wurde Philipp Berger gewählt. Der 50-jährige Nottwiler – Architekt FH und diplomierter Bauleiter – führt mit einem Partner seit über zwanzig Jahren das Architekturbüro BF architekten sursee ag. «Mit meiner Passion und unternehmerischen Erfahrung werde ich dazu beitragen, dass die Erfolgsgeschichte der Bank WIR langfristig weitergeht», so Berger.



Der neue Verwaltungsrat Philipp Berger.

Foto: zVg

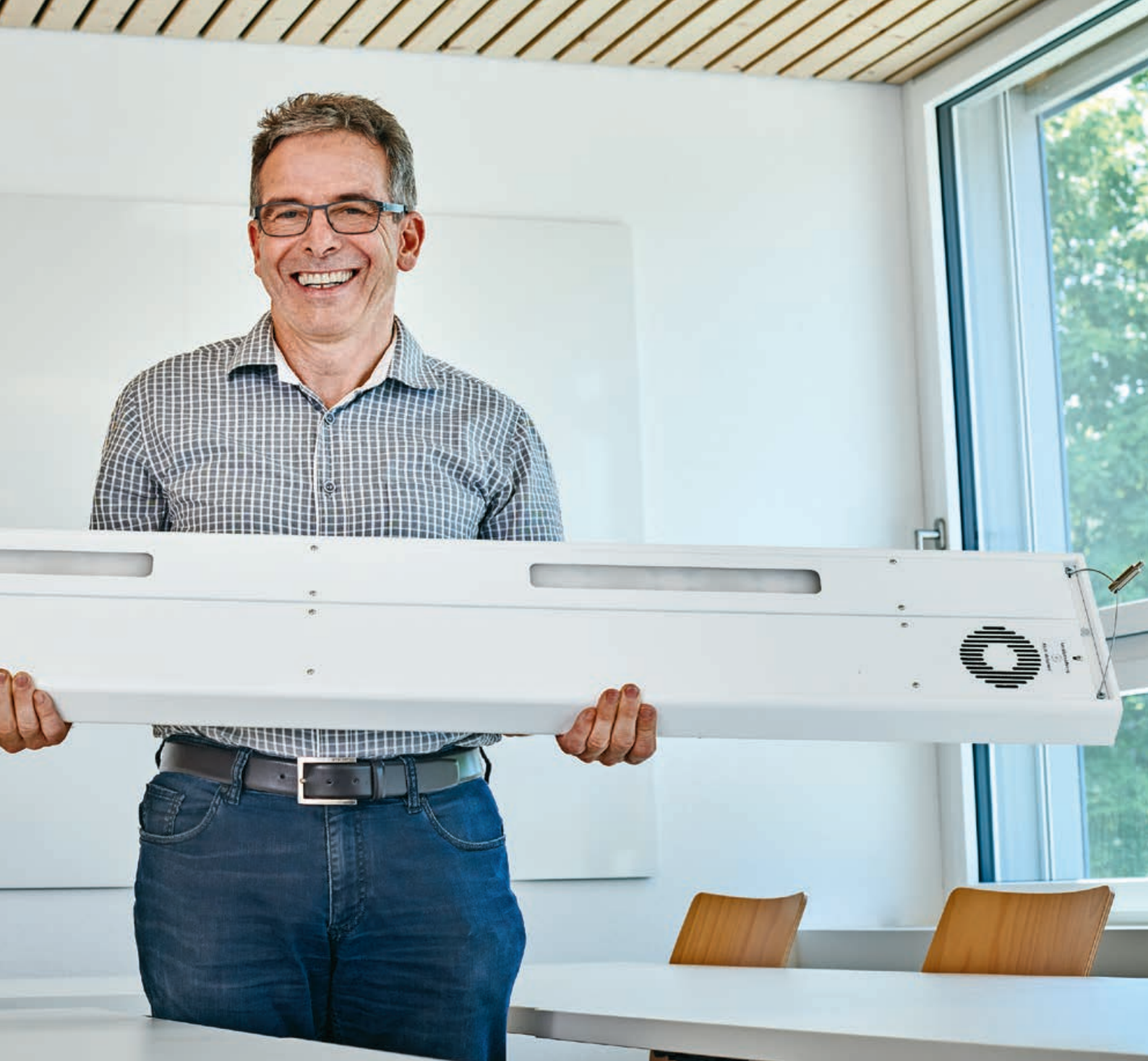
Statutenänderung genehmigt

Ferner hat die Generalversammlung einer Statutenänderung zugestimmt, die sowohl die Mitglieder- als auch die Kapitalstruktur der Genossenschaft modernisiert, vereinfacht und öffnet. Inskünftig erhalten dadurch alle Kundinnen und Kunden die Möglichkeit, Genossenschafter/-in der Bank WIR zu werden. «Dieser weitsichtige Schritt verleiht uns zusätzliche Flexibilität und soll bis Ende 2023 umgesetzt werden», erklärt CEO Bruno Stiegeler. ■



Mit UV-Licht gegen Viren

Nach dem Wasser und dem Öl die Luft: Ernst Deiss ist ein Pionier der Regenwassernutzung, vertreibt Ölfilter und will nun auch den Viren und Bakterien in der Raumluft den Garaus machen.



Ernst Deiss mit einem Gerät von Virilight. Zwischen der Ein- und Austrittsöffnung wird die Luft mit UV-Licht bestrahlt.

Fotos: Raffi Falchi

Als früherer Betreiber der Entsorgungsanlage Eiken und als Anbieter von Ölfiltern und Systemen für das Auffangen und die Nutzung von Regenwasser kennt sich Ernst Deiss mit dem Umgang von Ressourcen aus. Es überrascht deshalb nicht, dass er sich auch in der Luft, die wir atmen, ganz in seinem Element fühlt.

Es sieht zwar so aus, als ob uns das Coronavirus eine Verschnaufpause gewährte. Doch niemand weiss, ob die Lage auch im Herbst stabil bleibt oder ob eine neue Welle auf uns zukommt. Für Ernst Deiss ist klar: «Viren aller Art begleiten uns immer, und vorbeugen ist besser als heilen!» Als Sigi Dumm, einer seiner Geschäftsfreunde, letztes Jahr in Deutschland mit Virilight ein System auf den Markt brachte, das Viren in der Raumluft unschädlich macht, zögerte Deiss nicht lange und sicherte sich den Vertrieb in der Schweiz.

Einfaches Prinzip

Seit Ausbruch der Covid-Pandemie weiss jedes Kind: Seife und Alkohol ab einer Konzentration von etwa 60% (äusserlich angebracht) vertragen Viren nicht. Weniger bekannt ist, dass es auch ohne Chemie geht. Ultraviolettes Licht – genauer die Wellenlänge UV-C – schädigt die Viren in Sekundenschnelle so, dass sie keine Gefahr mehr für die Gesundheit darstellen. Diese Tatsache machen sich Systeme wie Virilight zunutze: Die virenbelastete Luft wird langsam an einer UV-C-Röhre vorbeigeführt, damit die höchstmögliche Wirkung gewährleistet ist. Ein Lüfter zieht die Luft ein, leitet diese durch den mit Lichtfallen abgeschotteten Kanal, und ein zweiter Lüfter gibt die gereinigte Luft wieder aus. Die Form folgt also der Funktion. Das UV-Licht durchdringt die Hülle des Virus und schädigt sein Erbgut. Dadurch ist das Virus nicht mehr in der Lage, sich zu reproduzieren. Das Prinzip gilt

für alle Viren (und auch für Pilze und Bakterien), die in Aerosolen in der Luft schweben, also etwa für Grippeviren oder das Coronavirus, aber auch die Viren, die für Krankheiten wie Masern, Windpocken, Mumps und Röteln verantwortlich sind. Deiss: «Wichtig ist dabei die Durchlaufgeschwindigkeit der Luft. Sie muss mindestens so lange bestrahlt werden können, dass alle Viren inaktiviert werden.» Das renommierte Fraunhofer-Institut für Verfahrenstechnik in Deutschland hat das System geprüft, ebenso der Technologiekonzern Heraeus (Berechnung der UV-Intensität im Strömungskanal) und der TÜV Süd (Gerätesicherheit mit UV-Austrittsmessung).

Sicherheit grossgeschrieben

Gerade die Austrittsmessung ist ebenso wichtig wie die Überprüfung der Wirkung auf Viren. Denn UV-Licht – besonders das für das Inaktivieren von Viren verwendete UV-C-Licht mit einer Wellenlänge 280 bis 100 Nanometer – ist auch schädlich für die Haut und das menschliche Erbgut. «Aus diesem Grund ist das Gerät so konzipiert, dass absolut keine Strahlung das Gehäuse verlässt, und wenn z.B. jemand an einer Schraube dreht, stellt sich das System automatisch ab», versichert Deiss.

Aerosole und mit ihnen bestimmte Viren verbreiten sich beim Sprechen, Husten und Niesen. Jeder ungeschützte Husten beispielsweise kontaminiert einen Umkreis von rund 1,5 Metern. Die mit Viren belasteten Aerosole kön-

nen sich aber noch viel weiter fortbewegen und stundenlang in der Atemluft schweben, bevor sie zu Boden sinken. Genügend Zeit also, von jemandem eingeatmet zu werden. «Ideal ist es», so Deiss, «ein Virilight-Gerät über den Köpfen und nicht zu nahe an der Decke aufzuhängen, also zum Beispiel 1,1 Meter über einem Schreibtisch.» In einem mit Menschen besetzten Raum mit einem Volumen von 25 Kubikmetern sind innerhalb von 40 Minuten 80% der Viren, Bakterien und Pilze unschädlich gemacht. Ist der Raum leer, sind in dieser Zeit 99% aller Keime zerstört.

Die erst 2021 entwickelten Virilight sind bereits mit einem Designerpreis ausgezeichnet worden, sind in drei Farben erhältlich (weiss, silbrig, schwarz) und können – wie der Name sagt – gleichzeitig auch als Leuchtkörper ausgestattet werden, mit Lichtbändern, Spots und in der Topversion auch mit indirekter Beleuchtung.

Geeignet für Büros, Schulen und zu Hause

Mit Unterhaltskosten ist laut Deiss nicht zu rechnen. Bei rund 9000 praktisch geräuschlosen Betriebsstunden (32 Dezibel) fallen über drei bis vier Jahre – dann ist ein Wechsel der UV-Röhre empfohlen – lediglich Stromkosten an. Damit sind auch schon die Voraussetzungen für die Inbetriebnahme genannt: Eine Steckdose für die Ständerversion und zusätzlich zwei Aufhängepunkte für ein hängendes Gerät. Einsatzort sind alle geschlossenen



Idealerweise hängen die Geräte ca. 1,1 m über den Köpfen.

Räume, in denen Menschen zusammenkommen, also Büros, Schaltherhallen, Bildungs- und Pflegeeinrichtungen, Hotels und Restaurants, Arztpraxen, Wohnungen oder Verkehrsmittel. Auch die Bedienung ist einfach: Ein Schalter für Lüftung und UV-Licht und ein Schalter für das Licht, wenn das Gerät auch als Leuchte genutzt wird. «Gerade wird in Österreich ein Bürohaus mit 1500 Virulights ausgerüstet, und in Oberitalien sind mehrere Altenheime in der Vorplanung. Die betreffenden Investoren sind der Überzeugung, dass diese Investition sich längerfristig mehr rechnet, als der krankheitsbedingte Ausfall von Mitarbeitenden und Pflegepersonal oder die Erkrankung von Bewohnern», weiss Ernst Deiss.

Regenwasser für die Toilette

Schon seit 20 Jahren setzt sich Ernst Deiss mit der Nutzung von Regenwasser auseinander (regenfänger.ch). Wer in der Lage ist, Regenwasser zu speichern, kann es für die Gartenbewässerung, für die Toilettenspülung und für die Waschmaschine verwenden. Damit schont man den Geldbeutel und verringert den Trinkwasserverbrauch spürbar. «Es ist doch verrückt», ruft Deiss, «ein paar Hundert Kilometer von hier leidet man unter Trockenheit und Dürre, und wir spülen mit Trinkwasser unsere Toiletten!» Oft sind es ästhetische Gründe, die dazu führen, dass von der Regenwassernutzung Abstand genommen wird. Denn ohne Filterung führen Staub, Russ und organisches Material dazu, dass das Wasser verschlammte und sich verfärbt. Abhilfe schaffen Deiss' patentierte Filteranlagen Aquatum, die mittels einer Kohle- und einer Sandschicht alle Russ- und Partikelstoffe bis zu 1 Mikrometer Durchmesser herausfiltern. So gelangt nur sauberes Wasser in die Zisterne. «Der Filter reinigt sich einmal wöchentlich von alleine, indem eine Pumpe ca. 90 Liter gesammeltes, sauberes Wasser ansaugt und in umgekehrter Richtung durch den Filter in den Kanalabfluss wegspült.» Nächster logischer Schritt: eine weitere Filterung des Zisternwassers und dessen Aufbereitung zu Trinkwasser. Deiss: «So lassen sich 95% des Trinkwassers einsparen und der Konsument lebt weitgehend autark, unabhängig von der örtlichen Wasserversorgung.»

Ölfilter für Nutzmanmaschinen

Kein Unbekannter ist Ernst Deiss bei Betreibern von Nutzmanmaschinen. Seine Ölfilter für Baumaschinen, Nutzfahrzeuge und Spezialmaschinen sowie für den Einsatz in der Industrie reduzieren Verschleiss und Störungen, senken die Wartungskosten und schonen die Umwelt. Deiss: «Ob Öl, Wasser oder Luft: Wir müssen zu unseren Ressourcen Sorge tragen. Jetzt! Und nicht erst, wenn wir mit dem Rücken zur Wand stehen.»

● Daniel Flury

WIRmarket.ch > aquatum.ch

Todesursache: schlechte Luft

Umweltverschmutzung ist für weltweit jeden sechsten vorzeitigen Todesfall verantwortlich. Im Jahr 2019 starben neun Millionen Menschen verfrüht, wie aus einer in der Fachzeitschrift «Lancet» Mai veröffentlichten Studie hervorgeht. 6,7 Millionen vorzeitige Todesfälle waren laut der Studie auf Luftverschmutzung zurückzuführen, 1,4 Millionen auf Wasserverschmutzung und 900 000 auf Bleibelastung.

Hauptverantwortlich für die Luftverschmutzung sind Abgase von Autos und Industrie, vor allem in den rasch wachsenden Städten Asiens. Über 90% der Todesfälle entfallen auf Länder mit niedrigem oder mittlerem Einkommen. Damit verbunden sind wirtschaftliche Verluste von rund 4,5 Billionen CHF oder 6% der weltweiten Wirtschaftsleistung.

Während in absoluten Zahlen Indien mit 2,4 Millionen Todesfällen und China mit 2,2 Millionen Toten die grössten Verluste tragen, weisen afrikanische Staaten wie Tschad, Niger oder die Zentralafrikanische Republik mit rund 300 Toten pro 100 000 Einwohner die höchsten Sterberaten auf. Ursache für das verfrühte Ableben ist hier meist verschmutztes Wasser, während etwa Nordkorea oder Bulgarien aufgrund intensiv genutzter Kohlekraft wegen Luftverschmutzung unter den Top Ten zu finden sind. Die niedrigsten Sterberaten verzeichnen Brunei, Katar und Island mit 15 bis 23 Toten pro 100 000 Einwohner. Der weltweite Schnitt liegt bei 117.

Nach Auffassung der Autoren der Studie sind die Auswirkungen der Umweltverschmutzung auf die Gesundheit global gesehen grösser als diejenigen von Krieg, Terrorismus, Malaria, HIV, Tuberkulose, Drogen und Alkohol. Zwar führten Umweltverschmutzung und Abfälle, die in Luft, Wasser und Boden gelangen, selten direkt zum Tod. Sie können jedoch schwere Herzerkrankungen oder Krebs verursachen.

Das Fazit der Autoren: «Das Bewusstsein für das Problem und die finanziellen Mittel zur Bekämpfung sind seit 2015 nur geringfügig gestiegen. Wenn wir es nicht schaffen, auf saubere und grüne Weise wirtschaftlich zu wachsen, machen wir etwas furchtbar falsch.» Denn: «Für jedes dieser Probleme ist die Lösung bekannt. Was fehlt, ist der politische Wille.»

«Leeres» Wasser für ein volles Leben

Über 50 000 Liter Wasser trinkt ein Mensch im Laufe eines 80-jährigen Lebens. In den seltensten Fällen ist das Wasser «leer». Filtersysteme, z. B. von der Firma One-Drop Water GmbH, stellen sicher, dass unerwünschter Ballast draussen bleibt.





René Schneider kredenzt Wasser, das ein Filtersystem der One-Drop Water GmbH durchlaufen hat.

Fotos: Raffi Falchi



René Schneider: «Trinkwasser sollte leer sein.»



Es läuft in der Ersten Welt so zuverlässig aus den Hähnen, dass wir es fast vergessen: Wasser ist nicht nur die Grundlage allen Lebens, sondern auch unser wichtigstes Lebensmittel. Von den 1,4 Milliarden Kubikkilometer Wasser auf der Erde sind allerdings nur 2,5% Süsswasser. Davon sind knapp 69% (noch) in Gletschern und in der Antarktis gebunden, 30% sind Grundwasser und 1,2% Oberflächenwasser in Seen und Flüssen. Glücklicherweise ist Wasser so gut wie unzerstörbar, da es Teil eines hydrologischen Kreislaufs ist. Allerdings beanspruchen immer mehr Menschen diese erneuerbare Ressource, der Wasserbedarf der Landwirtschaft nimmt zu, der Klimawandel führt regional immer wieder zu Wasserknappheit, und was nutzbar ist, gefährden wir durch Verschmutzung und Verschwendung: Sogar in der hochentwickelten EU gehen laut einem Bericht der EU-Kommission in der Hälfte der Mitgliedstaaten durchschnittlich 20% des Trinkwassers durch marode Leitungen verloren. Sehr viel Trinkwasser wird ineffizient zur Bewässerung von Pflanzen oder für die Spülung der Toiletten verwendet.

Im Mai dieses Jahres hat der Bundesrat einen Bericht zur Wasserversorgungssicherheit verabschiedet. Er empfiehlt darin den Kantonen, ein regionales Wassermanagement durchzuführen und den aktuellen Wasserverbrauch umfassender zu messen. So sollen die Kantone feststellen, wie viel Wasser in einer Sommertrockenphase in einer Region in Flüssen, Seen und im Grundwasser für die Nutzung noch zur Verfügung steht und wie viel Wasser Haushalte, Industrie und Landwirtschaft gleichzeitig brauchen. Sollte Wasser knapp werden, könne gute Pla-

nung helfen, weniger Wasser zu verbrauchen oder die Wasserspeicherung und -verteilung zu verbessern. Auch die Anforderungen des Gewässerschutzgesetzes sollen besser umgesetzt werden, damit die Gewässer vor übermässiger Wasserentnahme und vor Verunreinigungen durch Schadstoffe und Düngemittel geschützt werden.

Doch was, wenn Schadstoffe trotzdem ins Trinkwasser gelangen? Und überhaupt: Wie sauber ist Schweizer Hahnenwasser, das zu 80% aus Grundwasser gewonnen wird?

Vor anderthalb Jahren teilte der Kanton Solothurn mit, dass 160 000 Menschen mit Wasser versorgt werden, die den gesetzlichen Vorgaben nicht entsprechen. Grund: eine zu hohe Belastung des Grundwassers durch Rückstände des Pestizids Chlorothalonil. Bereits Ende 2019 musste der Wasserverbund Seeland vier von fünf Grundwasserfassungen wegen Pestizidrückständen schliessen. Obwohl das Pflanzenschutzmittel Chlorothalonil nun verboten ist, kann es Jahre und Jahrzehnte dauern, bis seine Abbauprodukte vollständig aus dem Grundwasser verschwunden sind. Für ähnliche Probleme sorgt der Einsatz von Kunstdünger und Gülle in der Intensivlandwirtschaft mit ausgeprägtem Ackerbau. Durch das ins Grundwasser gelangende Nitrat werden die Grenzwerte an bis zu 40% der nationalen Messstellen überschritten. Das Bundesamt für Umwelt BAFU bilanzierte im September 2020: «Im Wasserschloss Schweiz ist gutes Trinkwasser ohne aufwendige Aufbereitung nicht mehr überall selbstverständlich.»



«Ich kenne Mitarbeitende von Wasserwerken, die kein Hahnenwasser mehr trinken», so René Schneider von der One-Drop Water GmbH. Sie vertreibt in der Schweiz Geräte, die Trinkwasser filtern oder auch vitalisieren. Welche von den bis zu 4000 bekannten Schadstoffen allenfalls aus einem Wasserhahn fließen, lässt sich ohne Analyse in einem Trinkwasser- oder Biolabor nicht bestimmen. Ein erster Anhaltspunkt für die Beurteilung der Reinheit von Wasser ist aber das Vorhandensein von Metallen, Mineralien und Salzen, die dem Wasser eine messbare elektrische Leitfähigkeit verleihen. Solche Messungen z. B. auf gängige Schwermetalle kann Schneider vor Ort vornehmen. Je mehr dieser Stoffe im Wasser gelöst sind, desto höher die Leitfähigkeit. Masseinheiten sind Mikrosiemens pro Zentimeter oder TDS (Total Dissolved Solids) bzw. ppm (parts per million – gemeint sind Anzahl Teilchen pro 1 Million Wassermoleküle). Grob gesagt entspricht 1 ppm circa 2 MS/cm. Mit den entsprechenden Messgeräten nicht erfasst werden können Stoffe, die Strom nicht leiten, also z. B. Hormone, Medikamentenrückstände, Pestizide, Fungizide, Mikroplastik, Bakterien oder Viren. Hier springt dann etwa das Biolabor in Bazenheid ein.

Bezüglich elektrischer Leitfähigkeit gehört laut Schneider z. B. das Trinkwasser in der Bündner Gemeinde Rueras zu den reinsten: Gerade einmal 40 MS weist es auf, ein deutlicher Unterschied zu den 450 MS, die schweizweit im Durchschnitt gemessen werden. «Die Werte sind von Region zu Region sehr unterschiedlich. In Sissach z. B. haben wir kürzlich 800 MS gemessen, in der Stadt Basel liegen die Werte für Wasser aus den Langen Erlen bei

Der Wasserfussabdruck der Schweiz

Der Wasserfussabdruck ist ein Mass für die Wassernutzung und beinhaltet die direkte Wassernutzung (z. B. zum Trinken oder Duschen) sowie die indirekte Nutzung, d. h. Wasser, das für die Erzeugung von Waren oder Dienstleistungen erforderlich ist – und zwar unabhängig davon, ob der Verbrauch vor Ort oder z. B. in einem anderen Land oder auf einem anderen Kontinent geschieht. Diese indirekte Nutzung wird als virtuelles Wasser bezeichnet.

Das Wasser, das wir in der Schweiz verbrauchen, ist zu 82 % virtuelles Wasser, d. h. es wird im Ausland z. B. für die Produktion von Fleisch, Gemüse, Kleidern oder Autos benötigt. Nimmt man den Verbrauch eines durchschnittlichen Schweizer unter die Lupe, so zeigt sich: 162 Liter Wasser verbraucht er jeden Tag fürs Trinken, Kochen und Waschen, weitere 4000 Liter kommen virtuell und täglich für Konsumgüter hinzu.

Dabei sind in der Schweiz die privaten Haushalte mit 2 % Anteil am Wasserfussabdruck die kleinsten Verbraucher. Von den jährlich 11 Milliarden Litern (11 000 Mio. m³) Wasser entfallen 81 % auf die Produktion und den Konsum landwirtschaftlicher Erzeugnisse und 17 % auf Industriegüter.

25 Grad Celsius zwischen 380 und 420 MS.» Im Gegensatz zu anderen Ländern kennt die Schweiz keinen einheitlichen Richtwert. Die Weltgesundheitsorganisation WHO setzt ihn bei 750 MS an, Deutschland bei 2790. Für René Schneider ein Resultat der Lobbyarbeit der Mineralwasserindustrie, denn noch vor 40 Jahren lag die Schwelle in Deutschland bei 280 MS, und die EU schreibt heute eigentlich einen Grenzwert von 400 MS vor.

Schneider widerspricht der landläufigen Meinung, dass Wasser reich an Mineralien sein muss. «Wasser sollte «leer» sein, denn es dient den Körperzellen als Medium zum Abtransport von Nährstoffen und Abbauprodukten; es ist dazu da, den Körper zu entschlacken.» Ist das Wasser voll mit Calcium, Magnesium, Kalium, Natrium oder Chlorid und Sulfat, so würden zu wenig Wassermoleküle unbesetzt bleiben, die Schlackenstoffe aufnehmen könnten. Dass Mineralien und Spurenelemente für das Funktionieren wesentlich sind, stellt Schneider nicht in Abrede: «Aber diese Stoffe – vor allem das wichtige Kalium – nehmen wir in genügender Menge durch unsere Nahrung auf.»

René Schneider und René Bohne, Teilhaber der One-Drop Water GmbH, bieten in der Schweiz Filtergeräte der deutschen Firma H. Preiss International an, die auf einer Kombination von Partikel- und Mikrofiltern sowie der Membran-Technologie basieren. Letztere stammt aus der Raumfahrttechnik, die es erlaubt, Trinkwasser aus den Ausscheidungen der Astronauten zu gewinnen. Durch die Membrane passieren lediglich die Wassermoleküle, alle



René Schneider.



René Bohne.

anderen Stoffe und Verbindungen werden durch das mehrstufige Filtersystem zurückgehalten – also nicht nur (Schwer-)Metalle und Mineralien, sondern auch Hormone, Pestizide, Medikamentenrückstände, Nitrit, Chlor, Herbizide, Fungizide und Pestizide und selbstverständlich «gröberes» Material wie Rost, Asbestfasern oder Bakterien und Viren.

Das Resultat demonstriert Schneider gerne jedem, der an einer Filteranlage der One-Drop Water GmbH interessiert ist. Dazu führt er in einer blauen Flasche filtriertes Wasser mit – und in der Tat: Auch der höchstens in Wein- und Bierdegustation Geübte stellt sofort fest, dass sich dieses Wasser mit einem MS-Wert von 6 weicher, voller, samtener und feiner (als Gegensatz von hart) im Mund anfühlt als jede andere Form von Wasser.

Veranschaulichen lässt sich der Unterschied auf verschiedene Arten: In «leerem» Wasser löst sich eine Brausetablette in Windeseile auf, Schwarztee hinterlässt in ultragefiltertem Wasser weder einen Film auf der Oberfläche noch einen braunen Rand auf der Tasseninnenseite. Und ein Tropfen «leeres» Wasser hinterlässt im Gegensatz zu normalem Wasser keine Rückstände beim Verdampfen auf einer heissen Induktionsherdplatte. Auch Boiler, Waschmaschine oder Kaffeemaschine haben mit weniger (Kalk-)Rückständen zu kämpfen und leben länger – ganz ohne Chemie – wenn sie mit entsprechend gefiltertem Wasser versorgt werden.

In Sanitärsystemen lauern allerdings noch ganz andere Gefahren: Sie sind Nährboden für Legionellen. 2019 hat das Bundesamt für Gesundheit 582 Fälle von Legionärskrankheit registriert, eine Krankheit, die trotz Antibiotika-Behandlung in fünf bis zehn Prozent der Fälle tödlich verläuft. Die im Wasser vorkommende Bakterienart kann überall dort zu einer Infektion führen, wo kontaminierte Wassertröpfchen (Aerosole) eingeatmet werden: in Duschen, Dampfbädern, Whirlpools und Autowaschanlagen. Auch Klimaanlage sind als Virenschleudern bekannt. Schneider ist überzeugt: «Wie die Beispiele aus Solothurn und dem Seeland zeigen, weiss man nie, was aus dem Wasserhahn kommt. Am besten ist es, wenn die einzelnen Haushalte das Heft in die Hand nehmen und durch geeignete Filteranlagen dafür sorgen, dass ihr Wasser dem Körper keinen Schaden zufügt.»

● Daniel Flury

wirmarket.ch > One-Drop Water GmbH

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

Eine Oase mitten in Regensdorf





*Fine dining in der
Feuerlounge.*

Fotos: zVg

Geniessen, Erleben, Konzipieren und Ruhen mitten in der Zürcher Vorortsgemeinde Regensdorf: Das Boutiquehotel Thessoni classic & home bietet Geschäftsreisenden, Event- und Tagungsteilnehmern, Touristen und Langzeitgästen komfortable, sorgfältig konzipierte Räumlichkeiten.

Die grosse Wohn- und Geschäftsüberbauung in der aufstrebenden Zürcher Gemeinde Regensdorf stammt aus den 1980er-Jahren und macht einen gepflegten Eindruck. Ein Hotel würde man hier jedoch nicht unbedingt erwarten. Umso überraschender ist ein Besuch des Boutiquehotels Thessoni classic & home. Schon das Entrée deutet darauf hin, was den Gast hier erwartet: Es ist gesäumt mit künstlerisch umgestalteten, metallenen Kannen, wie sie Bauern früher benutzten, um die Milch in die Käserei zu bringen.

Das Thema Schweiz findet sich im ganzen Hotel wieder: Schweizer Handwerk, Gemütlichkeit, erlesene, natürliche Materialien, durchdachte Grundrisse, sorgfältige Gestaltung sind die Grundpfeiler des Hauses. Dieses trägt übrigens einen reinen Fantasienamen, wie Reto Schlumpf erzählt, der als Mitglied der Geschäftsleitung für das Marketing verantwortlich ist und uns durch das Haus führt.

Im Erdgeschoss neben der Rezeption fällt als Erstes die einladende, in dunklen Farben gehaltene Lounge auf, die hier wohnZIMMER genannt wird: Moderne Sofas aus Büffelleder mit schwarz-weiss gestreiften Sitz- und Rückenkissen, Tische aus dem Holz alter Weinfässer und ein brennendes Cheminée in der Wand aus Ziegelsteinen verbreiten tatsächlich eine wohnliche Atmosphäre. Originelle Elemente wie ein mehr als hundert Jahre alter Sekretär aus Rosenholz, eine Wanduhr aus recyceltem Material oder eine Kollektion von Kupferpfannen, die an der Decke über den Tischen des offenen Restaurants speiseKAMMER schweben, tragen zum Ambiente bei. Auffällig sind auch die Böden, belegt mit Eichendielen, Schiefer- und anderen Steinplatten.



Das Boutiquehotel Thessoni classic & home verbindet die Vorzüge eines Stadthotels mit jenen einer ländlichen Region.



Raffinierte Gerichte im Gourmet-Restaurant feinWERK.

Drei Restaurants

Drei Restaurants mit unterschiedlichem Konzept bietet das Thessoni. In der speiseKAMMER mit Showküche lädt ein Buffet mit lokalen und saisonalen Produkten zum Schlemmen. Steak und Hummer dominieren die Karte im tonWERK. Die Steaks brutzeln dort in einem speziellen, 800 Grad heißen Ofen. So bekommen sie krosse Krusten, während das Fleisch innen zart und rosa bleibt.

Weshalb das Restaurant mit dem grossen, gläsernen Weinschrank tonWERK heisst, erschliesst sich dem Gast sofort: An der einen Wand hängen Musikinstrumente wie Geige, Posaune oder Saxofon, die andere ist mit Orgelpfeifen dekoriert. Eine grosse Schwarz-Weiss-Fotografie eines Tonstudios aus der analogen Zeit mit Tonbandgeräten von Studer-Revox erinnert daran, dass die renommierte Firma, die heute Lautsprecher und Audiosysteme herstellt, ihren Hauptsitz in Regensdorf hatte, wo sich heute noch die Revox Schweiz AG und die Revox Holding befinden.

Im Restaurant feinWERK, in dessen Nischen sich gerne auch Paare kuscheln, sind die Gerichte noch etwas raffinierter. Hier kommen nur regionale, saisonale Nahrungsmittel und hochwertige Zutaten auf den Tisch, mit handwerklichem Können und Experimentierfreude von Spitzenköchen zubereitet. Industriell verarbeitete Produkte sind verpönt. «Die Natur ist weise, man muss nur auf sie hören», lautet die Devise.

Im Sommer können sich Gäste in der Orangerie, einer grossen, halb offenen Terrasse, kulinarisch verwöhnen lassen. Sogar ein Verdauungsspaziergang ist dort mög-

lich: Zwischen der Orangerie und den umliegenden Wohnhäusern erstreckt sich ein kleiner, lauschiger Park. Die feuerLOUNGE für Gäste, die in intemem Rahmen speisen möchten, die südamerikanisch angehauchte Buena Vista Smoker's Lounge im Untergeschoss und ein Shisha-Lokal namens pasha lounge & bar im Garten ergänzen das Angebot.

Ein Raum für jeden Anlass

Für Seminare, Workshops, private Feiern oder Unternehmensanlässe bietet das Boutiquehotel Thessoni classic zehn originelle Räumlichkeiten, die teilweise miteinander kombiniert werden können und Platz für bis zu 300 Personen bieten. Auch das gesamte Erdgeschoss kann zur Event-Location für bis zu 500 Gäste umgestaltet werden.

Jeder der Tagungs- und Eventräume hat seinen eigenen Charakter. Die lernGARAGE etwa ist im industriellen Design gehalten, mit einem riesigen Wandbild eines Amerikanerwagens aus den 1940er-Jahren. Im Meisterwerk herrscht die Atmosphäre einer Bibliothek mit dunklen Bücherwänden und Stühlen, die mit Büffelleder bezogen sind. In der seidenWELT ist eine Wand mit einer dunklen Seidentapete ausgekleidet. Allen Räumen gemein ist, dass sie alles andere als gewöhnlich sind. Ihre Eigenart, sagt Reto Schlumpf, «soll dazu animieren, die Dinge einmal anders zu betrachten und neue Ideen zu generieren».



Die lernGARAGE ist einer von 10 Räumen, die wie auch...



... die seidenWELT für Tagungen und Events zur Verfügung stehen.



Die wohnZIMMER genannte Lounge verbreitet eine wohnliche Atmosphäre.

Zwischen Industrie- und Chalet-Stil

Auch die 51 Gästezimmer und Suiten im Thessoni classic und die 44 Studios und Apartments in der Residence Thessoni home sind alles andere als gewöhnlich. Das Thessoni will die Vorzüge eines Stadthotels mit jenen einer ländlichen Region verbinden. In fünf Fussminuten ist man am Bahnhof Regensdorf-Watt und von dort mit der S-Bahn in gut zehn Minuten am Zürcher Hauptbahnhof, in zwanzig Minuten in Baden. Andererseits ist das Naturschutzgebiet Katzenssee nur einen Katzensprung entfernt.

Diese Dualität soll auch in den Zimmern erlebbar werden. Sie sind teilweise im industriellen Schick gehalten, mit Komponenten aus Metall und aus Holz und einem Industrieboden. Die Grundfarben sind Weiss, Grau und Schwarz; ein Schweizer Rot setzt einen raffinierten Kontrast. Andere Zimmer sind in einem «Swiss Chalet Style» eingerichtet. Dieser schafft mit viel Holz und Ledersesseln eine Wohlfühlatmosphäre, wirkt aber trotzdem modern und keineswegs rustikal.



Die Zimmer im «Thessoni»: zwischen Industrie- und Chalet-Stil.

Alle Zimmer haben aussergewöhnlich bequeme Betten mit tiefen Matratzen. Sie wurden in einer Manufaktur in Aubonne am Genfersee gefertigt und bestehen aus Naturmaterialien wie Bio-Baumwolle, Schweizer Wolle, Schweifhaaren von Pferden, Kaschmir, Latex und Seide. Zusammen mit den Bettbezügen aus ägyptischer Baumwolle ist ein tiefer, gesunder Schlaf garantiert.

Das Erdgeschoss wurde 2015/2016 in einem aufwendigen, umfassenden Umbau auf den heutigen Stand gebracht. Seit 2018 wurden auch die Zimmer eines nach dem anderen renoviert, um sie dem unverwechselbaren Stil des Hauses anzupassen. Nach einem durch die



Coronapandemie verursachten Unterbruch der Arbeiten wurden bis Ende März 2022 auch die zwölf noch nicht umgebauten Zimmer dieser Erneuerung unterzogen. «Damit ist die Positionierung des Thessoni als Boutiquehotel abgeschlossen», sagt Inhaber **Roger Gloor**.

Bis 100% WIR

Reto Schlumpf verhehlt nicht, dass die Pandemie nicht nur die Renovation der Zimmer verzögert, sondern dem Hotel auch sonst etwelche Probleme eingebrockt hat. Zwar ist das Boutiquehotel Thessoni classic in Bahnhofs- und Autobahnnähe verkehrsmässig sehr gut erschlossen. Da das Hotel aber den grösseren Teil seines Umsatzes mit Businessgästen generiert (Business-Tourismus oder MICE = Meetings, Incentives, Conventions, Events), war es von den Coronamassnahmen besonders hart betroffen.

«Vor Corona waren wir fast immer mehr oder weniger voll», sagt Schlumpf. «Heute gibt es noch immer starke Schwankungen. Eine Woche läuft es hervorragend; die nächste ist tote Hose.» Die Hotel-Appartements im Thessoni home hingegen sind mehr oder weniger ausgebucht. Dass man im Boutiquehotel Thessoni classic je nach Absprache bis zu 100% mit WIR bezahlen kann, hilft allerdings, vor allem auch im Seminarbereich. «Es gibt viele Firmen, bei denen dies ein wichtiger Punkt bei der Akquise ist», sagt Marketingmann Schlumpf. Der WIR-Bezug wird bei unserem Besuch eindrücklich bestätigt: Gerade findet in einem der Tagungsräume ein Meeting statt. Das Logo an der Tür informiert: Hier treffen sich Mitarbeitende der Bank WIR.

● Artur K. Vogel

WIRmarket.ch > Thessoni classic

Inserateschlüsse bis Januar-Ausgabe 2023



Foto: fischerundryser, Basel

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

WIRinfo-Ausgabe

Inserateschluss

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

Januar 2023

9. Dezember 2022

QR-Rechnungen mit QR-Modul selber generieren!

In drei Monaten ist es so weit: Am 30. September ersetzt die QR-Rechnung alle bisherigen orangen und roten Einzahlungsscheine. Dank dem Angebot von QR Modul (qrmodul.ch) können Sie einfach professionelle QR-Rechnungen mit einem WIR-Anteil in ihrem eigenen Design erstellen.

Ab 1. Oktober sind eine Rechnungsstellung und das Bezahlen von Rechnungen nur noch anhand eines QR-Zahlteils möglich. Bereits auf Ende Juni wurden auch die WIR-ESR durch den QR-Zahlteil in CHW ersetzt. Alte WIR-ESR können noch bis 30. September verwendet werden.

Anpassen von Daueraufträgen

Daueraufträge, die auf ein ESR- oder Postcheckkonto lauten, müssen bis zum 30. September auf eine IBAN oder QR-IBAN angepasst werden. Verlangen Sie von Ihren Zahlungsempfängern einen QR-Zahlteil mit den neuen Angaben, damit Sie den Dauerauftrag rechtzeitig im E-Banking anpassen können.

QR-Zahlteile in CHW können seit dem 20. Juni ebenfalls im E-Banking erfasst und verarbeitet werden. Ab Mitte August ist mit der Einführung des Bank WIR Mobile Banking auch das Scannen von sämtlichen QR-Codes möglich.

Selbst QR-Rechnungen generieren ...

QR-Rechnungen haben den grossen Vorteil, dass die Zahlungserfassung und die Verbuchung dank Scannen des QR-Codes einfach und schnell erledigt sind. Ausserdem kann jeder Rechnungssteller selbst QR-Rechnungen generieren und profitiert von erweiterten Zahlungsdetails. Anders als bei den früheren Einzahlungsscheinen kann eine QR-Rechnung auch bequem per E-Mail dem Kunden zugestellt werden. Das senkt die Portokosten und beschleunigt den Zahlungsvorgang.

Die Unterstützung der KMU liegt uns am Herzen. Um Ihnen den Umgang mit QR-Rechnungen zu erleichtern, ist die Bank WIR eine Produktpartnerschaft mit QR Modul (qrmodul.ch) eingegangen. Mit der günstigen Weblösung generieren Sie Einzelrechnungen oder auch ganze Serien für verschiedene Empfänger – natürlich in Ihrem eigenen Design – und mit separatem QR-Rechnungsteil in WIR und CHF.



QR-Rechnungen erleichtern dem Rechnungssteller und dem Rechnungsempfänger das Leben.

Foto: iStock

... und von 20 % Rabatt profitieren

Auch KMU mit eigener Buchhaltungssoftware, die QR-Rechnungen in CHW nicht anbietet, sind bei QR Modul gut aufgehoben: Die Software kann mit dem Zahlteiler-generator von QR-Modul via REST API verbunden werden. Wer den Aufwand für die Rechnungsstellung minimieren will, kann die QR-Rechnungen zudem von einer QR-Modul-Partnerdruckerei verschicken lassen oder den E-Mail-Versandservice nutzen. In jedem Fall hat der Schutz der Kundendaten höchste Priorität: QR-Modul ist «Swiss Hosting»-zertifiziert.

Als Kundin oder Kunde der Bank WIR profitieren Sie von einem Rabatt von 20 % auf die Monatsabonnemente und zusätzlich von der Möglichkeit, die Kosten mit einem WIR-Anteil (50 %) zu bezahlen. Kunden- und kostenfreundlich ist die Option, in Monaten mit höherem oder niedrigerem Rechnungsaufkommen kündigungsfrei in eine geeignetere Abolösung zu wechseln oder gar zu pausieren.

Erfahren Sie mehr über QR-Modul im WIRinfo September. Viele weitere Informationen zur QR-Rechnung finden Sie hier:



www.wir.ch/qr-rechnung

● Daniel Flury

200 Chancen auf ein kostenloses Seminar

Speakers Nights der Business Schmiede: jetzt anmelden!



Rüdiger Böhm.

Melden Sie sich für eine der vier verbleibenden 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.

Das müssen Sie tun

Wählen Sie auf business-schmiede.ch den Menüpunkt «Speakers Night» und melden Sie sich für eine der verbleibenden 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 Stroh: blog.wir.ch/podcast

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)

Nachruf

Hans Portmann

Alt VR-Präsident WIR Bank Genossenschaft

Nur Monate vor seinem 75. Geburtstag am 1. Juni ist alt Verwaltungsratspräsident der WIR Bank Genossenschaft Hans Portmann einem Krebsleiden erlegen. Während seiner Zeit als Verwaltungsrat und VR-Präsident wurden für die Bank entscheidende Weichen gestellt.

Geboren wurde Hans Portmann 1947 in Zürich-Altstetten. Dass er die Handelsschule und das Studium der Rechtswissenschaft in Basel abschloss, ergab sich daraus, dass der Vater berufsbedingt mit seiner Familie nach Münchenstein umzog. Durch den Vater kam Hans Portmann mit dem WIR-System in Berührung, denn Fritz Portmann hatte neben seiner beruflichen Tätigkeit bei einem Tabakwarenkonzern eine Firma für Zeiterfassungssysteme aufgebaut, mit der er Teilnehmer der damaligen WIR-Wirtschaftsring-Genossenschaft wurde und für die Hans die Buchhaltung erledigte, bevor er die Firma später ganz übernahm.

Auch mit seinem eigenen Anwaltsbüro, eröffnet 1983 in Basel, wurde Hans Portmann 1986 WIR-Teilnehmer. Von 1987 bis 1993 war er Vorstandsmitglied der WIR-Gruppe Basel (später WIR-Network Nordwestschweiz) und 1989 während drei Jahren Revisor der Kontrollstelle des Wirtschaftsringes – beste Voraussetzung für eine Kandidatur für den WIR-Verwaltungsrat, als 1993 dessen Vizepräsident Hans Glanzmann wegen der Amtszeitbeschränkung aus dem Gremium ausschied. Die Kandidatur war erfolgreich; Hans Portmann hatte sich als «überzeugter Verfechter des Gewerbes und Mittelstands» positioniert, was im Einklang stand zu dem sich abzeichnenden Wandel der gewerblichen Selbsthilfeorganisation zu einem eigentlichen Bankdienstleistungsunternehmen. Selbstverständlich war die Wahl nicht, denn Akademiker waren im Verwaltungsrat der gewerblich geprägten Genossenschaft noch kaum gesehen. Besonders gefreut haben dürfte Hans Portmann der Umstand, dass seine Wahl an der 60. Generalversammlung des Wirtschaftsringes statt-

fand, eine Jubiläums-GV, für deren Durchführung der Gründungsort der Genossenschaft gewählt wurde, nämlich Zürich und damit auch der Geburtsort Portmanns.

An derselben Generalversammlung wurde mit der Annahme einer Kapitalerhöhung das Fundament für einen grösseren unternehmerischen Spielraum und für die zukunftsweisende Expansion der Tätigkeit in den Schweizer-Franken-Bereich geschaffen. Das Jahr 1997 sah die Einführung eines CHF-Kontokorrentkontos als erstes klassisches Bankprodukt, gleichzeitig wurden die umständlichen gedruckten WIR-Teilnehmerverzeichnisse von einer CD-ROM abgelöst. 1998 wurde ein mit über 3% top verzinstes Anlagekonto eingeführt und der Namenswechsel zu WIR Bank Genossenschaft vollzogen.

Als Vizepräsident des Verwaltungsrats war Hans Portmann dazu prädestiniert, 1999 das Amt des scheidenden VR-Präsidenten Hansruedi Bräm zu übernehmen. Die Wahl kann nur als bravourös bezeichnet werden: Hans Portmann wurde ohne eine einzige Gegenstimme zum Präsidenten bestimmt. Wieder stand die Bank vor einem entscheidenden Schritt. Als Krönung der Diversifikationsstrategie wurde an dieser Generalversammlung beschlossen, die CHF-Produkte der Allgemeinheit zugänglich zu machen und so den Kundenkreis von KMU auf Private auszuweiten. Ziel war es, eine weitere Refinanzierungsquelle zu erschliessen und das WIR-System zu stärken. Dieser Öffnungsschritt von der Gewerbebank zur Mittelstandsbank mit Schwerpunkt KMU erfolgte im Jahr 2000, nach der Aufschaltung der Homepage www.wirbank.ch.

Karl Baumgartner, auch während der gesamten Amtszeit von Hans Portmann Direktor des Wirtschaftsringes bzw. der WIR Bank, erinnert sich, dass die WIR Bank mit ihren konkurrenzlosen CHF-Produkten als nun ernstzunehmender Player unter den Finanzdienstleistern die Aufmerksamkeit der Eidgenössischen Bankenkommission EBK (heute Finma) auf sich gezogen hatte: «Wir mussten mehrmals bei der EBK antraben, und Hans war der Geschäftsleitung jedes Mal eine wertvolle Stütze.» Ein Kompliment, das Hans Portmann sicherlich zurückgegeben hätte, denn an der 70. Generalversammlung und als abtretender Präsident hob er 2003 das «harmonische Zusammenspiel von Verwaltungsrat und Geschäftsleitung» hervor und sagte: «Kompetenz und Engagement prägten die Arbeit der Direktion in höchstem Mass, was die Zusammenarbeit positiv und fruchtbar gestaltet hat.» Portmanns Nachfolger als VR-Präsident wurde sein Vize, der Lysser Jürg Michel.

Während der Amtszeit und zuletzt unter der Ägide Hans Portmanns wurde mit der Öffnung der Bank WIR für die Allgemeinheit eine neue Phase der Unternehmensgeschichte umgesetzt, die unter anderem in einer Verdoppelung der Kundengelder innerhalb eines einzigen Jahres auf 512 Mio. CHF per Ende 2002 resultierte. Ausserdem war es nun möglich, Gesamtfinanzierungen für Bauvorhaben in Form von Mischfinanzierungen mit WIR- und CHF-Krediten anzubieten.

Obwohl die Bank WIR heute seit über 20 Jahren im direkten Konkurrenzkampf mit den anderen Finanzdienstleistern steht, bleibt sie etwas Besonderes. Hans Portmann fasste es 2000 so zusammen: «In einer Genossenschaft nimmt die Kontaktpflege in der Regel eine andere, wichtigere Rolle ein als zum Beispiel bei grossen Aktiengesellschaften.» Er erwähnte in diesem Zusammenhang die Veranstaltungen der WIR-Gruppen, die Generalversammlungen, die Herbstgespräche und die WIR-Messen. Diese waren bei seinen drei Kindern besonders beliebt, «denn unsere Wünsche wurden hier leichter als anderswo erfüllt», wie sich Sohn Tobias Portmann erinnert. Auch im privaten Bereich liebte Hans Portmann die Geselligkeit, die er bei Musik, Kultur, gutem Essen, bei Ausflügen mit dem Veloclub Reinach sowie bei Reisen nach Asien, Südamerika, Frankreich, Spanien, Griechenland und zuletzt vor allem Norditalien pflegte. Ein offenes Haus führte er lange im Elsass, wo sein Grossvater und ein grosser Teil der Verwandtschaft lebten. Im kleinen Dorf Kiffis fanden Geburtstagsfeste, Kommunionen, Taufen und Hochzeiten statt. Im Oktober 2021 erfuhr Hans Portmann von seiner Krebserkrankung. Vier Monate später verstarb er im 75. Lebensjahr im Hildegard-Hospiz in Basel.

● Daniel Flury



Hans Portmann in seinem letzten Jahr als Verwaltungsratspräsident 2003.

Foto: Claude Giger

Der Unternehmergeist und das Schwert

Überall qualmt und brutzelt es, was das Zeug hält. Menschen sitzen an allen möglichen und unmöglichen Orten auf Decken oder Plastikstühlen; vor sich aufgebaut ein Grill, auf dem Würstchen, Koteletts und Maiskolben braten. Keine Freizeitbeschäftigung erfährt im Schweizer Sommer einen breiteren Konsens als das Grillieren. Alle haben Spass daran und können etwas zur gemeinsamen Unternehmung beisteuern. Glut, ein Rost und ein Stück Fleisch oder Gemüse genügen, um Menschen glücklich zu machen.

Der Unternehmergeist im Fokus



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

Karl Zimmermann, der Autor dieser Kolumne, startete seine berufliche Karriere 1974 mit einer Lehre als Metallbauschlosser. Nach zahlreichen Weiterbildungen war er ab 1983 Partner der Karl Zimmermann Metallbau AG, die er 2012 verkaufte. 2006 gründete er zusammen mit Hans und Andreas Weber die KMU-Nachfolgezentrum AG und ist dort seither als Verwaltungsrat und Nachfolgecoach aktiv. Ihr Kerngeschäft ist die Nachfolgeregelung von kleinen und mittleren Unternehmen. Nebst der direkten Beratung engagiert sich das KMU-Nachfolgezentrum in der Öffentlichkeit und will so die Gesellschaft für das Thema Nachfolge sensibilisieren.

Zu zahlreichen Mandaten und Mitgliedschaften gesellten sich 1998 der «Bayerische Staatspreis für besondere technische Leistungen im Handwerk» und 2005 der «Deutsche Bundespreis für hervorragende innovatorische Leistungen für das Handwerk» sowie 2006 der Gewerbebar der KMU-Stadt Bern.

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

Liebe Leserin, lieber Leser

Auch ich liebe das Grillieren (oder benutzen Sie das deutsche Wort Grillen?), stehe seit Ostern fast jedes Wochenende am Grill und freue mich auf das Lob der Gäste für meine Kochkünste und das wunderbare Essen.

Gross soll er sein

Grillieren ist ein stabiler Wachstumsmarkt. Europaweit werden jährlich für Hunderte Millionen Euro Grills verkauft, und meistens werden sie von Männern benutzt. Wir Männer können dafür Tausende ausgeben und sind fähig, mit unserem angehäuften Grillwissen die ganze Umwelt zu sedieren.

Männer haben am liebsten einen Grill, der möglichst gross ist und über viele Klappen, Hauben und Regler verfügt. Es wird ja alles immer kleiner und mobiler – nur der Grill, der soll mächtig wie eine Dampflokomotive sein. Neulich las ich einen Artikel über die Männlichkeit des Grillierens. Interessanterweise finden demnach die meisten Männer das Grillieren männlich.

Das männliche Wesen

Im Netz ist zu lesen, dass der Grillkult eine zentrale Aussage habe: Fleisch und alles, was damit verbunden ist – das Schlachten, das Stückeln, das Grillieren – sei Sache der Männer. Ergo ist der sommerliche Grillwahnsinn eines der letzten Überbleibsel des Männlichkeitsgehabes in unserer Gesellschaft.

Dabei leben wir nicht mehr in der Steinzeit. Wir müssen unser Essen nicht mehr zwingend über das offene Feuer hängen, um es zuzubereiten. Unsere Küchen sind voll mit Mikrowellen, Dampfkoch- und Niedergargeräten, Induktionsherden mit elektromagnetischem Glaskochfeld und anderen hochtechnologischen Geräten. Warum entscheiden wir uns also nach wie vor dafür, all das links liegen zu lassen und unser Essen auf dem offenen Feuer zuzubereiten? Warum setzen wir uns nicht wie bei jeder anderen normalen Mahlzeit an den Esstisch, sondern strapazieren unter freiem Himmel unseren Rücken, kauern freiwillig auf dem Boden oder balancieren in klapprigen Campingstühlen?

Glücksgefühle

Die Begeisterung für das Grillieren gründet meiner Meinung nach auf den grundlegenden positiven Erfahrungen. Was mir bei der Betrachtung einer Grillparty heute auffällt: Einerseits haben Männer und Frauen gleichermaßen Spass an dem Event, alle kommen gerne zusammen, um einen Sommerabend mit Grillieren im Garten zu verbringen. Andererseits sind es tatsächlich fast immer

die Männer, die am Rost stehen und mit Feuer und Fleisch hantieren. Wiederholt sich hier das Geschlechter-Muster? Verfallen emanzipierte, moderne Frauen einfach wieder in die Rolle der Steinzeitfrau und Männer in die des kraftstrotzenden Anführers?

Die letzte Bastion

80 Prozent der Männer in der Schweiz lassen sich die Grillzange nur ungern aus der Hand nehmen, dies ergaben verschiedene Umfragen, und das ist auch meine Wahrnehmung. Zwei Drittel der befragten Frauen sagten sogar, dass sie überhaupt kein Interesse an dem Job des Grillmeisters hätten und sich lieber um die Zubereitung der Beilagen kümmern würden. Was ist schuld an dieser eingefahrenen Rollenverteilung?

Vielleicht klammern wir Männer uns an unsere Grillzange, weil Frauen in so vielen anderen Lebensbereichen bereits das Zepter an sich gerissen haben.

Der Grill also als letzte Bastion der Männlichkeit: Der Ort, wo noch ich das Zepter schwingen und mein Schwert ziehen, um die Sippe zu verteidigen. Am Grill kann ich Feuerwehrmann, Ernährer und Entertainer in einem sein.

Wenn ich also am Rost stehe und den Rauchschwaden hinterherblicke, dann kann es schon mal passieren, dass meine Urinstinkte geweckt werden und ich in einen Tagtraum vom Jäger und Beschützer ver falle.

Doch bevor die Koteletts verbrennen, ruft mich mein moderner Timer wieder auf den Boden der Tatsachen zurück. Dort können aber schon meine Frau und unsere Gäste mich dann bitte schön ausgiebig loben.


Mit den besten Wünschen für einen schönen Sommer

● *Der Unternehmergeist*



Die Rollen sind klar verteilt und werden selbstverständlich auf die nächste Generation übertragen.

Foto: iStock



Dort werben, wo es wirkt!

Angebote, die nicht bekannt sind, werden nicht gekauft. Doch Werbung ist alles andere als billig. Beim ungleichen Kampf «David gegen Goliath» haben KMU aber einen Trumpf gegenüber Grosskonzernen.

Alle Unternehmen stehen vor der gleichen Herausforderung: Sie müssen auf ihr Angebot aufmerksam machen. Denn sonst wissen die potenziellen Kunden ja nichts über das Angebot. Und wenn sie nichts davon wissen, kaufen sie es auch nicht. Doch wie macht man auf sein Angebot aufmerksam? Klar, man schaltet Werbung – in der Tageszeitung, im Radio, Fernsehen und/oder im Internet. Ein Zeitungsinserat ist beispielsweise schnell erstellt: Grafikprogramme sind heute fast geschenkt erhältlich. Und dann kommen die neuen Kunden – in Scharen. Das KMU kann sich kaum mehr vor Aufträgen retten.

Schön wäre es. Die Realität sieht wohl für die meisten anders aus.

Kampf um Visibilität

Da alle Unternehmen – zwangsläufig? – die gleichen Kanäle für ihre Werbung benutzen, wird es eng. Die Zeitungen sind voll mit Werbung – zugegebenermassen nicht mehr in dem Ausmass wie früher, aber für die Leserschaft gefühlt immer noch «genügend». Fernsehwerbung ist teuer – und selbst als Fernsehkonsument weiss man, dass die Werbung da eher stört. Kommt hinzu: Selbst



Bilder: Adobe Stock

wenn man sich als kleineres Unternehmen teure Fernsehwerbung leistet, ist es schwierig, mit der Werbung all der grossen Konzerne mithalten und entsprechend Aufmerksamkeit zu generieren.

«Die wirklich guten Suchbegriffe auf Google kann man sich kaum mehr leisten.»

Auch im Internet ist der Verdrängungskampf brutal geworden: Werbeeinblendungen auf Google sind hart umkämpft, und der US-Gigant hat verstanden, wie man aus einer hohen Nachfrage Geld macht. Die wirklich guten

Suchbegriffe kann man sich kaum mehr leisten, wenn die Konkurrenz die gleiche Idee hat. Und das wird der Fall sein.

Der Kampf um die Visibilität – der Grundvoraussetzung, dass eine Werbung ihr Ziel erreicht – wird zu einem kostspieligen Unterfangen.

99 Prozent gehen daneben

Das Werbung viel kostet, wäre ja verkraftbar, wenn man zielgenau werben könnte. Aber gerade Werbung in den Massenmedien ist sehr ineffizient: Einen Grossteil der Leserschaft, Zuschauenden oder Zuhörenden wird das Angebot nicht interessieren.

Wenn man mit Werbung bedient wird, die einen nicht interessiert, dann ist schnell klar: Das nervt! Man darf sich fragen, ob Werbung mit so grossem Streuverlust nicht eher kontraproduktiv ist.

Aber was bleiben denn noch für Möglichkeiten, um auf mein Angebot aufmerksam zu machen?

Werben, wo sonst niemand wirbt

KMU haben oft nicht das nötige Kleingeld, um in der Masse von Werbung überhaupt noch wahrgenommen zu werden. Vermutlich findet man gerade deswegen in Lokalzeitungen viele Inserate von KMU. Denn da kann man sich Inserate noch leisten, und schliesslich kommen die Kunden ja sowieso meist aus der Umgebung.

Nur: Die Kunden aus der näheren Umgebung kennen einen vermutlich auch ohne die Werbung. Oder man wird weiterempfohlen, weil man gute Arbeit geleistet hat. «Word of Mouth», sagt dem der Marketingprofi auf Neudeutsch – Mundpropaganda der Gewerbler. Das Inserat in der Lokalzeitung wird damit oft zu einer Alibiübung, die mehr dem Erhalt der wichtigen lokalen Medien dient als dem Verkauf der eigenen Produkte und Dienstleistung.

Das Dilemma der KMU

KMU sind also zunehmend in einer schwierigen Situation. Ihre Werbebudgets sind oft zu klein, um im Kampf gegen die Grossen überhaupt einen Stich zu haben. Während die Werbung der Grosskonzerne zimal pro Tag auf die Konsumenten einprasselt, kommt ein KMU oft nur auf eine oder allenfalls ein paar wenige Impressionen pro Woche. Gar keine Werbung zu machen, ist aber auch keine Option. Schliesslich braucht jedes Unternehmen neue Kunden und neue Aufträge. Gerade für kleinere KMU ist es folglich umso wichtiger, den Werbefranken da einzusetzen, wo er am meisten bewirkt. Das ist keine einfache Aufgabe.

Werbemöglichkeiten im WIR-Netzwerk

Dass auch im WIR-Umfeld verschiedene Werbemöglichkeiten bestehen, macht es für Sie als Unternehmerin oder Unternehmer nicht einfacher. Oder vielleicht doch. Werfen wir doch zuerst einen Blick auf die verschiedenen Werbemöglichkeiten im WIR-Netzwerk.



Beim ungleichen Kampf «David gegen Goliath» haben KMU einen Trumpf gegenüber Grosskonzernen.

«Gar keine Werbung zu machen, ist auch keine Option.»

Allen voran das monatlich erscheinende WIRinfo, das Magazin für Schweizer KMU, das alle Netzwerk-Mitglieder kostenlos erhalten und in dem Sie gerade blättern. Werbung in einem gedruckten Magazin bietet einige Vorteile, die andere Werbearten nicht bieten:

- es kann nicht mit einem Klick gelöscht werden
- es erreicht mehrere Leser
- es ist langlebig

Wer es digitaler mag, wirbt auf wirmarket.ch, indem man Inserate schaltet oder mittels einer besseren Platzierung in den Suchresultaten für mehr Aufmerksamkeit sorgt. Fast wie bei den grossen Suchmaschinen und Plattformen. Auch Mailings an eine durch den Auftraggeber definierte Zielgruppe innerhalb der WIR-Teilnehmenden sind möglich.

Alle WIR-Teilnehmenden profitieren von einer jährlichen Gutschrift von 500 CHW für Werbeleistungen, die – aus der vorerwähnten Palette – von der Bank WIR angeboten werden. Zusätzlich bieten sich Werbemöglichkeiten in den Magazinen der regionalen WIR-Networks.

Alles über Werbemöglichkeiten im WIR-Netzwerk, inkl. Preise und Konditionen, finden Sie in jedem WIRinfo auf den hintersten Seiten oder hier:



Werben bei Gleichgesinnten

Aber warum sollten Sie nun – nach all dem eingangs Gesagten – von diesen Werbemöglichkeiten Gebrauch machen? Gibt es da weniger Streuverlust? Oder spielt das Budget eine kleinere Rolle?

Das Wesen des WIR-Netzwerks führt tatsächlich zu einigen Vorteilen gegenüber Werbung in anderen Medien. So gibt es im WIR-Netzwerk keine internationalen Grosskonzerne, die mit immensen Werbebudgets um Aufmerksamkeit buhlen. KMU werben unter sich – mit KMU-Werbebudgets. Deshalb werden auch kleinere Inserate wahrgenommen und stossen auf Interesse.

Aber seien wir ehrlich: Streuverlust wird es immer geben. Auch bei einem Inserat im WIRinfo oder auf wirmarket.ch. Die Frage ist, wie gross dieser Streuverlust ist.

Wer ein druckfrisches WIRinfo in den Händen hält, wird mit Bestimmtheit auch den Inserateteil studieren, um zu sehen, ob es ein spannendes Angebot oder neue, interessante Geschäftspartner gibt. Hier liegt der grosse Unterschied zur Werbung in anderen Print-Medien: Im WIRinfo liest man interessiert auch die Werbung der anderen KMU, in der Lokalzeitung blättert man so schnell wie möglich über die Werbung hinweg.

Clevere KMU nutzen die Chance, da zu werben, wo man aktiv nach Werbung sucht!

Claudio Gisler



Claudio Gisler ist Geschäftsleitungsmitglied der Bank WIR (Leiter WIR-Beratung & Netzwerk) und setzt sich intensiv mit den Trends in der Finanzindustrie und mit Komplementärwährungen auseinander. Er hält einen Master of Advanced Studies in Banking & Finance und ist seit Anfang der 1990er-

Jahre am Puls des technologischen Aufschwungs. Auch auf seinem privaten Blog (www.claudiogisler.ch) analysiert und kommentiert er regelmässig Entwicklungen im Banking, in der Digitalisierung und rund um Komplementärwährungen.

● Claudio Gisler

 **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.



Neue WIR-Teilnehmer

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

AG

Hobes AG

flex

Marktgasse 54, 4310 Rheinfelden

T 061 263 19 49

andreas.mueller@hobes.ch

Verwaltung von Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen für Dritte

Neue Brille Wittig

10%

Markus Wittig

Güterstrasse 1a, 5745 Safenwil

T 062 558 68 71

info@neuebrille.ch, www.neuebrille.ch/kontakt/

Sonstiger Fachdetailhandel (in Verkaufsräumen)

Sanität24 AG

10%

Breitackerstrasse 10, 5505 Brunegg

T 056 611 99 88

www.sanitaet24.ch

Aktivitäten der Krankenschwestern, Hauspflege

BE

Auto Emme GmbH

50%

Schachen 14, 3400 Burgdorf

T 034 411 20 22

www.autoemme.ch

Instandhaltung und Reparatur von Automobilen

bt management group gmbh

30%

Aegertenstrasse 40, 4923 Wynau

T 079 843 91 71

www.btma-group.com

Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung, Buchführung, Treuhandgesellschaften

EPRO ENGINEERING AG

3%

Bahnhofstrasse 4, 3073 Gümligen

T 058 502 73 50

info@eproengineering.ch, www.euproengineering.ch

Sonstige Ingenieurbüros

Gygax Architektur und Bauplanung

3%

Astrastrasse 7, 3612 Steffisburg

M 079 825 77 18

Architekturbüros

Hotel Brienz

flex

Restaurant – Brienz am See

Hauptstrasse 254, 3855 Brienz BE

T 033 951 35 51, F 033 951 41 90

info@hotel-brienz.ch, www.hotel-brienz.ch

Hotels, Gasthöfe und Pensionen mit Restaurant

Landschaften der Natur Noël Bernet

20%

Worbstrasse 1, 3067 Boll

T 078 694 78 69

www.landschaftendernatur.com

Garten- und Landschaftsbau

Löwen Auto Center AG 50%

Bernstrasse 13, 3114 Wichtrach
T 031 312 77 77
www.auto-invest.ch
Instandhaltung und Reparatur von Automobilen

Rüfenacht Bau GmbH flex

Feldernstrasse 61, 3113 Rubigen
M 079 434 12 44
info@ruefenacht-bau.ch
Innenarchitektur und Raumgestaltung

Sadmin GmbH flex

Bahnhofstrasse 2, 3629 Kiesen
M 079 864 16 29
Allgemeiner Hochbau

THUNDERBIRD PROJECTS AG 20%

Kirchbühlstrasse 20, 3818 Grindelwald
T 033 853 80 80
www.berufs-kleider.com
Grosshandel mit Bekleidung

Tiefbohr GmbH 10%

Gummenweg 23, 2543 Lengnau BE
T 032 358 13 75
www.tiefbohr.ch
Test- und Suchbohrung

BS

Arcuba Partner AG 10%

Elisabethenanlage 11, 4051 Basel
T 061 731 36 86
info@arcuba.com, www.arcuba.com
Unternehmensberatung

DRIM GmbH flex

Gotthardstrasse 37, 4054 Basel
M 076 803 39 99
info@drim-gmbh.ch, www.drim-gmbh.ch
Installation von Heizungs-, Lüftungs- und Klimaanlage

John Doe - Fitness Lounge GmbH flex

Bachlettenstrasse 15, 4054 Basel
T 061 228 79 68
john-doe-fitness@mail.ch, www.john-doe-fitness.ch
Gymnastik- und Fitnesszentren

GL

Lacertas GmbH 15%

Alte Gasse 1, 8867 Niederurnen
M 078 600 14 12
www.lacertas.ch
Unternehmensberatung

LU

Crea Brush Blum GmbH 10%

Buzibachstrasse 39, 6023 Rothenburg
T 041 280 32 45
info@crea-brush.ch, www.crea-brush.ch
Reparatur und Lackieren von Carrosserien

Harald Steiner Dipl. Architekt FH SIA 20%

Sälihügel 1, 6000 Luzern
T 041 242 03 03
www.steinerarchitekt.ch
Architekturbüros

Hildisrieder Sportverein flex

Luzernstrasse, 6024 Hildisrieden
info@hildisriedersv.ch
Sportvereine

TSS, Türen-Service-Schötz AG flex

Luzernerstrasse 54, 6247 Schötz
T 041 984 00 90
info@schoetz.portas.ch, www.schoetz.portas.ch
Reparatur von Möbeln und Einrichtungsgegenständen

Valido AG flex

Wassergrabe 6, 6210 Sursee
T 041 921 04 42
mail@wagrino.ch
Unternehmensberatung

NW

Pascal Odermatt flex

Filter- und Absauganlagen
 Obere Allmend 12, 6375 Beckenried
 T 041 620 77 41
 odermatt.staubfrei@gmail.com, www.odermatt-staubfrei.ch
 Grosshandel mit sonstigen Maschinen und Ausrüstungen

SG

Carrosserie Plankl AG 3%

Arbonerstrasse 43, 9300 Wittenbach
 T 071 290 22 02
 info@plankl.ch, www.plankl.ch
 Reparatur und Lackieren von Carrosserien

Valerias TM Marketing AG 10%

Flawilerstrasse 100, 9604 Lütisburg
 M 079 696 19 83
 Handelsvermittlung von Waren ohne ausgeprägten Schwerpunkt

SH

Max Müller, Inh. Matthias Müller 10%

Neustadt 15, 8200 Schaffhausen
 T 052 625 42 07
 info@max-müller.ch, www.max-mueller.ch
 Sanitärinstallation

TG

Bütikofer Gastro AG flex

In der Au 8, 8547 Gachnang
 T 052 369 03 69
 Diskotheken, Dancings, Night Clubs

Koch Kommunikation AG flex

Militärstrasse 4, 8500 Frauenfeld
 T 052 728 90 10
 www.agenturkoch.ch
 Werbeagenturen

MA-Boden AG 5%

Bahnhofstrasse 26, 8580 Amriswil
 T 071 311 33 23
 www.ma-boden.com
 Verlegen von Fussboden

Memeti GmbH flex

Kreuzlingerstrasse 50a, 8580 Amriswil
 M 079 395 22 69
 info@memeti.ch, www.memeti.ch
 Sanitär- und Heizungsinstallation

Nowagate Transportlogistik 10%

Norbert Walter
 Romanshornerstrasse 62 b, 8280 Kreuzlingen
 T 071 680 01 60
 info@nowagate.ch, www.nowagate.ch
 Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für den Verkehr

VS

Restaurant La Nonna 100%

Place Centrale 5-7, 1920 Martigny
 T 027 722 11 89
 www.lanonnamartigny.ch
 Restaurants, cafés, snack-bar, tea-rooms et salons de dégustation de glaces

Salaisons d'Anniviers SA 30%

Route des Landoux 35, 3961 Vissoie
 T 027 475 21 21
 info@salaisons-anniviers.ch, www.salaisons-anniviers.ch
 Préparation de produits à base de viande

Simplon-Optik GmbH flex

Balfrinstrasse 5, 3930 Visp
 T 027 946 04 11
 optik@simplon-optik.ch
 Detailhandel mit Brillen und anderen Sehhilfen

ZG

K. K. Strittmatter 20%

Im Moos 1, 6340 Baar
M 079 787 57 21
www.konrads.villas.ch
Vermittlung von Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen für Dritte

TK Media AG flex

Rosenweg 3, 6340 Baar
T 041 767 36 36
www.ulrich-advokatur.ch
Verlegen von Zeitschriften

Winergo AG 5%

Chamerstrasse 172, 6300 Zug
M 079 569 07 33
www.winergo.ch
Grosshandel ohne ausgeprägten Schwerpunkt

ZH

Hedilog AG 20%

Maienbrunnenstrasse 14, 8908 Hedingen
T 041 756 00 38
info@hedilog.ch
Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für den Verkehr

i & i Plattenleger GmbH 10%

Alte Winterthurerstrasse 88, 8309 Nürensdorf
M 076 564 45 47
info@iundi.gmbh, www.iundi.gmbh
Unterhalt und Reparatur von Gebäuden

naimmo AG 10%

Gewerbestrasse 1, 8404 Winterthur
T 044 821 20 20
www.naimmo.ch
Anbringen von Stuckaturen, Gipserei und Verputzerei

Supertext AG 5%

Hardturmstrasse 253, 8005 Zürich
T 043 500 33 80
info@supertext.ch, www.supertext.ch
Übersetzen und Dolmetschen

Werbax GmbH flex

Wehntalerstrasse 29, 8165 Oberweningen
T 044 511 30 41
Detailhandel mit Geschenkartikeln und Souvenirs

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).



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



*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



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 – Juli 2022, 89. Jahrgang, Nr. 1118

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

Herausgeberin: WIR Bank Genossenschaft, Basel

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

Fotografen: siehe Bildhinweise

Foto Titelseite: Raffi Falchi

Übersetzungen: Daniel Gasser, Yvorne

Konzeption und Gestaltung: Schober Bonina AG, Basel

Layout: Vogt-Schild Druck, Derendingen

Druck: Cavelti AG, Gossau

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

gedruckt in der
schweiz



Der Umwelt zuliebe!

Erscheinungsweise: monatlich auf Deutsch und Französisch

Gesamtauflage: 28 910

Inserate: siehe letzte Seite

Abo-Preis: 20.40 CHF (inkl. MwSt.)

Adressänderungen und Abonnemente:

Bank WIR, Beratungszentrum, Postfach, 4002 Basel oder T 0800 947 947

Standorte der Bank WIR

Hauptsitz Basel

WIR Bank Genossenschaft
Auberg 1
4002 Basel

Filiale Lugano

WIR Bank Genossenschaft
Riva Caccia 1
6900 Lugano

Filiale Zürich

WIR Bank Genossenschaft
Schaffhauserplatz 3
8006 Zürich

Filiale Bern

WIR Bank Genossenschaft
Helvetiastrasse 35
3000 Bern 6

Filiale Luzern

WIR Bank Genossenschaft
Obergrundstrasse 88
6005 Luzern

Agentur Chur

WIR Bank Genossenschaft
Alexanderstrasse 24
Postfach 699, 7001 Chur

Filiale Lausanne

WIR Bank Genossenschaft
Av. Louis-Ruchonnet 16
1006 Lausanne

Filiale St. Gallen

WIR Bank Genossenschaft
Blumenbergplatz 7
9000 St. Gallen

Agentur Siders

WIR Bank Genossenschaft
Av. du Général Guisan 4
3960 Siders

Kontakt und Social Media

Telefon (Mo–Fr, 07.30–18.00)
0800 947 947

Fax
0800 947 942

E-Mail
info@wir.ch



WIR-Expo

WIR-Expo AG

Regina-Kägi-Strasse 11
8050 Zürich

Expo-Leitung:

WIR-Expo
Adrian Bill
Mühleweg 9
5417 Untersiggenthal

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



Werbemöglichkeiten im WIR-Netzwerk

Mit dem WIRinfo, den WIRmailings und mit der Plattform WIRmarket.ch stellt die Bank WIR den WIR-Kunden drei Werbekanäle zur Verfügung. Sie sind ebenso Teil des WIR-KMU-Pakets wie die jährliche Werbegutschrift von 500 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 August 2022: Freitag, 8. Juli 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	82 x 248 mm	168x 122 mm	82 x 122 mm	168x59 mm	82x59 mm	39x17 mm
1/1 Seite Inhalt	1/2 Seite hoch (2-sp.)	1/2 Seite quer (4-sp.)	1/4 Seite hoch (2-sp.)	1/4 Seite quer (4-sp.)	1/8 Seite quer (2-sp.)	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	Schwarzweiss	Farbig
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