

Das Magazin



Komplexes einfach erklären

Unterhaltsam und prägnant: die MotionPro AG von Matthias Gally produziert Erklärvideos

Hospitality im Wandel

Interview mit Claude Meier, Direktor HotellerieSuisse

TopCC deckt alles ab

Auch nach dem Wiederaufbau des «Kreuz» spielt TopCC für das Restaurant in Zuzwil eine wichtige Rolle



Schritt für Schritt

Editorial

Komplexe Vorhaben gelingen dann, wenn sie in kleine Schritte unterteilt werden – sei es die Bewältigung eines Bergpasses oder der Wiederaufbau eines Restaurants.

Sind Sie als Zuschauer dabei? Die diesjährige Tour de Suisse geht ganz schön in die Beine, was völlig im Sinn der Bank WIR ist, sponsert sie doch das Bergpreistrikot. David Loosli, Sportdirektor der Tour, rät den Fahrern, auf die eigenen Beine zu hören, «weil diese Pässe ganz schön lang sein können» (S. 20).

So, wie ein Pass mit dem Velo nur Tritt um Tritt zu meistern ist, hat Franz Gertsch seine monumentalen Kunstwerke geschaffen – im Fall der «Pestwurz» Schnitt um Schnitt, in monatelanger Arbeit. Ein Vorbild für jeden Unternehmer, wie die Kunsthistorikerin Jana Lucas in ihrer Kolumne vor Augen führt (S. 36).

Schritt für Schritt musste sich Patrick Züger wieder nach oben kämpfen. Ein Brand zerstörte sein Restaurant Kreuz in Zuzwil. Mit viel Umsicht und Beharrlichkeit gelang es, aus der Ruine wieder ein Bijou zu machen. Welche Rolle der Grossmarkt TopCC dabei gespielt hat, lesen Sie ab S. 30.

Restaurants und Hotels gehören zu den Pfeilern des WIR-Systems. Private und geschäftliche Essen sowie Anlässe, Ausflüge und Ferien lassen sich in der ganzen Schweiz und auf jedem Niveau mit der Komplementärwährung WIR bezahlen. Diese Vielfalt ist für Hotellerie-Suisse-Direktor Claude Meier ein Schatz, der gerne unterschätzt wird. Im Interview unterstreicht er, wie wichtig Investitionen und zuverlässige Partner für die Beherbergungswirtschaft und Gastronomie sind (S. 14).

Unsere Titelstory ist der Firma MotionPro gewidmet. Szene um Szene lässt sie für KMU Videos entstehen, die komplexe Sachverhalte erklären und auf den Punkt bringen. Nicht schweisstreibend wie das Erklimmen einer Passhöhe, sondern unterhaltsam, kurz und zielführend (S. 10).

Daniel Flury
Chefredaktor

«Das Werkzeug macht den Meister.»

100% WIR!
499 CHW
statt
725 CHW

Bosch 2 Tool Kit / Bohrhammer & -schrauber, Stahlux Steckschlüssel-Garnitur 55 T., Stahlux Bit-Box 10 T.



wir.ch/wirpromo

Handwerk ist eine Kunst, aber nur mit dem richtigen Werkzeug



Mit diesen Werkzeugen sind Sie perfekt ausgerüstet. Egal ob Profi oder ambitionierte Heimwerkerin oder Heimwerker. Die beiden akkubetriebenen Bosch-Geräte und die robusten Schlüssel- und Bit-Garnituren von Stahlux machen Freude bei der Arbeit.

Das WIRpromo-Angebot der Manser Handwerkercenter AG hat es dreifach in sich: Mit diesem Maschinen- und Werkzeugpaket sind Sie bestens für Ihre Projekte gerüstet.

Normaler Verkaufspreis ganzes Set:	CHW 725.95
WIRpromo-Preis ganzes Set:	CHW 499.00
Versandkosten:	CHF 20.00

WIRpromo-Partner

Die Manser Handwerkercenter AG bietet ein grosses Sortiment für Profis und Heimwerker mit WIR-Anteil. Ein erfahrenes Team von über 30 Mitarbeitenden steht mit Rat und Tat zur Seite.

Bosch Akku-Bohrhammer GBH 18V 21 & Bosch Akku-Bohrschrauber GSR 18V 28

- 2 x 18 V / 4 Ah Akku mit Coolpack 1.0
- Ladegerät AL1820 CV 18V
- 2 x robuste Standard-L-Boxxen
- **GBH 18V22:** Bohren, Hammerbohren & Meisseln, 2,0 Joule Schlagenergie, SDS-System für Schellwechsel, variable Drehzahl
- **GSR 18V28:** Bohren & Schrauben, 63 Nm Drehmoment, 13 mm Bohrfutter, EMP-Motorüberlastungsschutz, kompaktes Design

Steckschlüssel-Garnitur Stahlux 3/8"

- 55 Teile in Kunststoffbox
- Steckschlüssel, Knarre & 2 Verlängerungen, 6-24 mm
- 2 x Winkelstiftschlüsselsatz lang & kurz, 1,27-10 mm
- Ringmaulschlüssel 9-22 mm

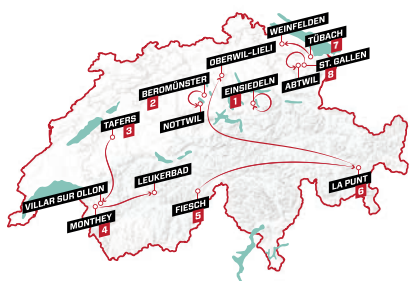
Stahlux Bit-Box 1/4"

- Philips PH 1 - PH 3
- Pozidrive PZ 1 - PZ 3
- Schlitz 4,5 / 5,5 / 6 mm

Inhalt

Seite 20

David Loosli organisiert seit zehn Jahren die Tour de Suisse. Im Gespräch spricht der Berner über die Herausforderungen bei der Streckenwahl und seine Visionen, über die Austragung in diesem Jahr und seinen Lieblingsfahrer. Und der frühere Radprofi gibt Tipps, wie man Berge als Hobbyfahrer am besten hochfährt.



Seite 24

Der Velo-Boom hält Roland Fischer und die Angestellten seiner Zweiradspport Fischer GmbH in Seon auf Trab. Dank FX Trading verbringt er weniger Zeit im Büro und kann sich besser um seine Kunden kümmern.

Seite 36

Der Schweizer Maler Franz Gertsch (1930–2022) entwickelte mit Ruhe und Kontinuität monumentale Bilder und Holzschnitte. An seinem Beispiel zeigt sich: Beharrlichkeit und Ausdauer sind Superkräfte.



- | | | |
|--|--|--|
| <p>6 Kerngesunde Bank WIR wächst auf neues Rekordniveau
Jahresergebnis 2022</p> <p>10 Komplexe Sachverhalte einfach erklären
Erklärungsvideos der MotionPro AG</p> <p>14 Hospitality im Wandel
Interview mit Claude Meier, Direktor HotellerieSuisse</p> <p>20 «Wir wollen das beste Radrennen der Welt sein»
Interview mit David Loosli, Sportchef Tour de Suisse</p> <p>24 «Ich möchte FX Trading nicht mehr missen»
Zweiradspport Fischer GmbH</p> | <p>30 TopCC deckt alles ab
Patrick Züger und sein Restaurant Kreuz, Zuzwil</p> <p>36 Schnitt für Schnitt
Artgrade your business!</p> <p>40 Lassen Sie sich keine leeren QR-Rechnungen andrehen!</p> <p>42 Der Unternehmergeist und die Banken
Kolumne von Karl Zimmermann</p> <p>44 Ein Sonntag im Zeichen von WIR
3. WIR-Messe Ostschweiz</p> <p>48 500 CHW geschenkt!
Ihre Gutschrift für Inserate und Werbung</p> | <p>49 Neue Teilnehmer</p> <p>52 Willkommen im WIR-Netzwerk</p> <p>62 144 Seiten «Faszination WIR»</p> <p>84 Inserateschlüsse</p> <p>86 Impressum</p> <p>87 Standorte der Bank WIR und Social Media</p> <p>88 Werbemöglichkeiten im WIR-Netzwerk</p> <p>90 Inseratepreise</p> |
|--|--|--|

Kerngesunde Bank WIR wächst auf neues Rekordniveau

2022 hat die Bank WIR in einem anspruchsvollen Umfeld einen Gewinn von 15,7 Millionen Franken erzielt. Unter anderem dank des starken Kreditwachstums erreicht die Bilanzsumme erstmals die Marke von 6 Milliarden Franken. Der Generalversammlung wird die Auszahlung einer unveränderten Dividende vorgeschlagen.

Gute Neuigkeiten für unsere Kapitalgebenden: Wie schon in den Vorjahren blickt die Bank WIR auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück. Unter dem Strich resultiert ein Gewinn von 15,7 Millionen Franken, der das Vorjahresergebnis von 15,0 Millionen Franken um 4,5 Prozent übertrifft. «Gerade in diesem herausfordernden Umfeld mit zahlreichen politischen und wirtschaftlichen Wirren sind wir besonders stolz, dass unsere operative Stärke einmal mehr Früchte trägt», kommentiert CEO Bruno Stiegeler das Ergebnis. Für Stiegeler ist eines klar: Die konsequente Diversifikationsstrategie zahlt sich aus: «Wir können die Resultate der Vorjahre nachhaltig bestätigen – und sind kerngesund. Der Bank WIR ist vor dem Hintergrund von Ukraine-Krieg, Inflation durch steigende Rohstoff- und Energiepreise sowie höheren Leitzinsen der Spagat zwischen bodenständig konservativ und gezieltem Eingehen kalkulierbarer Risiken einmal mehr gelungen.»

Erfolgreiches Hypothekergeschäft

Besonders zufrieden ist Stiegeler mit dem Wachstum bei den Hypothekarkrediten: Mit knapp 4,5 Milliarden Franken kann die schweizerische Genossenschaftsbank gegenüber dem Vorjahr (4,2 Milliarden Franken) um 6 Prozent zulegen. Die Bank WIR unterstreicht damit einmal mehr ihre traditionelle Stärke als Bau- und Immobilienfinanziererin. Per Ende 2022 wurden 187,5 Millionen Franken (+39,3% ggü. Vorjahr) an unwiderruflichen Zahlungsverprechen für neue Finanzierungen registriert – ein eindrücklicher Wert, der für das aktuelle Jahr sehr zuversichtlich stimmt.

Im Hypothekergeschäft ist die Bank WIR über dem Markt gewachsen. Dieses Wachstum ist weiterhin gekoppelt an eine vorsichtige und weitsichtige Risikopolitik. Der Netto-Erfolg des Zinsengeschäfts, der auch von der Auflösung von Wertberichtigungen profitiert hat, erhöht sich um 7 Prozent auf 67,8 Millionen Franken. «Dieses Ergebnis beweist, dass wir unsere Risiken im Griff haben», so Stiegeler.

Bilanzsumme auf Rekordniveau

Eine leichte Steigerung konnte bei den Kundengeldern in Schweizer Franken erreicht werden, die sich um 0,8 Prozent auf 3,8 Milliarden Franken erhöhten. Demgegenüber wurden Kredite in der Komplementärwährung WIR aufgrund der lange anhaltenden Tiefzinsphase zurückbezahlt. Eine Tatsache, die sich in den rückläufigen Kundeneinlagen in WIR niederschlägt (–10,6%). Mit dem Refinanzierungsmix zeigt sich CFO Mathias Thurneysen zufrieden: «Erneut konnten wir vermehrt Pfandbriefdarlehen zu sehr attraktiven Konditionen abschliessen.»

Da die Bank WIR auf die Zinserhöhungen der Schweizerischen Nationalbank (SNB) im September und Dezember jeweils sehr schnell reagiert hatte, war laut Stiegeler zum Jahresende hin eine verstärkte Nachfrage nach Spar- und Vorsorgeprodukten festzustellen: «Es ist unsere Ambition, unseren Kundinnen und Kunden stets bestmögliche Konditionen anzubieten.»

Vor diesem Hintergrund bezeichnet er den Brutto-Erfolg aus dem Zinsengeschäft mit 68,3 Millionen Franken (+4,3%) als «sehr erfreulich». Insbesondere auch, weil die Bank WIR im Hypothekergeschäft bei den Geldmarktprodukten, die auf dem Saron basieren, als eines der wenigen Finanzinstitute die Berechnungsmethode «Last Reset» anwendet. «Zinserhöhungen werden unseren Kundinnen und Kunden nicht rückwirkend verrechnet, was ganz klar mehr Transparenz und Fairness bedeutet», so Stiegeler.

Mit diesen Ergebnissen wächst die Bilanzsumme um 1,2 Prozent und erreicht mit 6,05 Milliarden Franken ein neues Allzeithoch in der über 88-jährigen Geschichte der Bank WIR.

Starke Kapitalbasis

Traditionell grundsoldie präsentiert sich die Kapitalbasis: Das anrechenbare Eigenkapital per 31. Dezember 2022 beträgt 564,7 Millionen Franken; die ungewichtete Eigen-



Freuen sich über das ausgezeichnete Jahresergebnis (v.l.): Mathias Thurneysen (CFO), Karin Zahnd Cadoux (Präsidentin des Verwaltungsrats) und Bruno Stiegeler (CEO). Foto: Raffi Falchi

mittelquote (Leverage Ratio) übersteigt mit 9,0 Prozent die gesetzliche Mindestanforderung von 3 Prozent um ein Mehrfaches. Gleiches gilt für die Gesamtkapitalquote: Sie übertrifft mit 16,1 Prozent die regulatorischen Anforderungen ebenfalls deutlich. «Wie schon im 1. Halbjahr ausgeführt, konnte das Kernkapital im Jahr 2022 deutlich gestärkt werden», so Thurneysen.

Top-Performance des Stammanteils

«Unsere finanzielle Sicherheit und Stabilität widerspiegeln sich im Vertrauen der Investoren», sagt Stiegeler: Der Jahresendkurs des Stammanteils von 465 Franken entspricht für das Jahr 2022 einem erneuten Kursplus von 20 Franken oder 4,5 Prozent – die zusätzliche Dividendenzahlung nicht berücksichtigt. Der Verwaltungsrat schlägt der Generalversammlung vom 5. Juni 2023 eine unveränderte Dividende von 10.75 Franken pro Beteiligungspapier vor. Die Ausschüttung soll wiederum in Form einer Wahldividende («Dividende mit Reinvestition» oder Barausschüttung) erfolgen und entspricht somit – basierend auf dem Jahresschlusskurs 2022 – einer Rendite von über 2,3 Prozent. Befinden sich die Papiere im Privatvermögen, ist die Ausschüttung für die Kapitalgebenden steuerfrei.

Zum ersten Mal wird auch eine Dividende auf die Anteilscheine – diese wurden 2022 neu geschaffen – ausbezahlt. Gemäss einer Statutenänderung – beschlossen an der Generalversammlung 2022 – können neu alle Kundinnen und Kunden der Bank WIR Genossenschafter/-in werden. Dies, indem sie einen Anteilschein käuflich erwerben. Der Anteilschein ist Ausweis der Mitgliedschaft und berechtigt zur Teilnahme an der Generalversammlung – in diesem Jahr findet sie am 5. Juni in Basel statt. Bis zum Jahresbeginn 2023 haben sich die Mitglieder der Genossenschaft bereits mehr als verdoppelt.

Bereinigung im Handelsgeschäft

Aufgrund der Verwerfungen an den weltweiten Aktien- und Bondmärkten resultiert aus dem Handelsgeschäft ein Verlust von 20,1 Millionen Franken. Bereits mit dem Halbjahresabschluss 2022 konnte dieser ausgeglichen werden, und zwar aus den zuvor umsichtig gebildeten Reserven. Per Ende 2022 konnten bereits wieder Reserven für allgemeine Bankrisiken geäuft werden.

Zudem hat die Bank WIR im zweiten Semester den sukzessiven Abbau ihrer Handelspositionen gestartet. «Damit erhalten wir im Gesamtergebnis eine bessere Bere-



Der Hauptsitz der Bank WIR in Basel.

chenbarkeit», begründet Thurneysen den strategischen Schritt. «Die Jahr für Jahr erfreulichen operativen Ergebnisse werden künftig durch volatile Marktschwankungen nicht mehr beeinflusst. Auch wenn wir auf lange Frist mit den Handelspositionen erfolgreich waren, ist dieser Ertrag gemessen an der Volatilität aus heutiger Sicht zu tief», so Thurneysen. «Wir konzentrieren uns auf das Kerngeschäft.»

Ausserordentlicher Ertrag durch Verkäufe

Die Tiefzinsphase, die sich erst zum Jahresende hin allmählich entspannt hat, beeinträchtigt nach wie vor den Umsatz mit der Komplementärwährung WIR. Daraus ergibt sich ein leicht tieferes Resultat beim Erfolg aus dem Kommissions- und Dienstleistungsgeschäft (-0,9% auf 19,3 Millionen Franken). Da im vergangenen Jahr zwei Liegenschaften veräussert wurden, hat sich der ausserordentliche Ertrag auf 9,6 Millionen Franken erhöht. Gleichzeitig haben die Verkäufe zu einem höheren Steueraufwand und aufgrund der wegfallenden Mietzeinsinnahmen zu einem reduziertem Liegenschaftserfolg geführt.

Deutlich verringert hat sich der Abschreibungsaufwand, weil Grossprojekte in der Vorperiode komplett abgeschrieben worden sind. Die erhöhten Sachaufwände führt der Finanzchef in erster Linie auf den Fachkräftemangel zurück. Expertise müsse vermehrt eingekauft werden.

Diversifikation als Erfolgsrezept

Die erste volldigitale Vorsorgelösung der Schweiz – lanciert im November 2017 – eilt weiter von Erfolg zu Erfolg: Ende 2022 zählt das Fintech VIAC rund 79000 Kundin-

nen und Kunden (Vorjahr: 63000). Das Anlagevolumen beträgt 2,19 Milliarden Franken (Vorjahr: 1,77 Milliarden Franken). «Das Wachstum dieses innovativen Angebots wirkt sich natürlich erfolgreich auf die Ertragslage der Bank WIR aus», so Stiegeler. Auch 2022 hat VIAC erneut in zahlreichen Kosten- und Performancevergleichen die Nase vorn gehabt und diverse Preise gewonnen.

Ein weiteres Beispiel für die konsequente Digitalisierungs- und Diversifikationsstrategie ist die enge Zusammenarbeit mit dem Fintech AMNIS Treasury Services AG im Bereich Online-Devisenhandel für KMU («FX Trading»). Das Gleiche gilt für die Produktangebote der Vermando AG, an der die Bank WIR beteiligt ist: Vermando betreibt die digitale Handelsplattform Hausheld, die Lösungen für die Vermittlung zwischen Immobilienbesitzern/-innen und KMU-Handwerksbetrieben anbietet.

Die Zukunft kann kommen

Verwaltungsrat und Geschäftsleitung blicken optimistisch in die Zukunft. Die Präsidentin des Verwaltungsrates, Karin Zahnd Cadoux, ist davon überzeugt, dass der Bank WIR spannende und intensive Zeiten bevorstehen: «Für 2023 sind diverse ehrgeizige und zukunftssträchtige Projekte lanciert worden, die den Erfolg der Genossenschaftsbank langfristig sicherstellen sollen.» Gemäss ihrer Einschätzung bedeuten diese Vorhaben zunächst mehr Aufwände, aber mittelfristig auch höhere Erträge.

Für CFO Mathias Thurneysen ist klar, dass die Bank auch künftig aus Diversifikation weitere Zusatzerträge generieren wird.

«Natürlich wollen wir auch unseren Mitarbeitenden bei der Thematik der Teuerung gerecht werden», so CEO Bruno Stiegeler, «entsprechend sind für dieses Jahr höhere Personalaufwendungen budgetiert.» Gesamthaft geht Stiegeler weiterhin von einem gesunden Wachstum aus: «Die Bank WIR will ihre starken Positionen als Spar-, Vorsorge- und Baufinanzierungsbank zementieren.»

Ausgewählte Positionen aus Bilanz und Erfolgsrechnung

Aus der Bilanz	2022 in CHF 1000	2021 in CHF 1000	Veränderung in %
Forderungen gegenüber Kunden	655 917	772 113	-15,0
- davon in CHW	100 449	142 422	-29,5
- davon in CHF	555 468	629 691	-11,8
Hypothekarforderungen	4 471 065	4 219 400	6,0
- davon in CHW	430 325	443 258	-2,9
- davon in CHF	4 040 740	3 776 142	7,0
Handelsgeschäft	90 096	147 418	-38,9
Finanzanlagen	170 788	147 807	15,5
Verpflichtungen aus Kundeneinlagen	4 247 088	4 271 306	-0,6
- davon in CHW	463 223	518 031	-10,6
- davon in CHF	3 783 866	3 753 275	0,8
Anleihen und Pfandbriefdarlehen	868 100	805 600	7,8
Eigenkapital (vor Gewinnverwendung)	571 932	493 129	16,0
Bilanzsumme	6 048 436	5 979 027	1,2

Anrechenbare Eigenmittel	2022 in CHF 1000	2021 in CHF 1000	Veränderung in %
Anrechenbare Eigenmittel	564 705	569 331	-0,8

Aus der Erfolgsrechnung	2022 in CHF 1000	2021 in CHF 1000	Veränderung in %
Netto-Erfolg Zinsengeschäft	67 845	63 433	7,0
Erfolg Kommissions- und Dienstleistungsgeschäft	19 295	19 462	-0,9
Erfolg aus dem Handelsgeschäft	-20 124	6 862	n.a.
Übriger ordentlicher Erfolg	692	2 187	-68,4
Geschäftsaufwand	-60 844	-59 466	2,3
- davon Personalaufwand	-33 439	-33 411	0,1
- Sachaufwand	-27 405	-26 055	5,2
Wertberichtigungen auf Beteiligungen sowie Abschreibungen auf Sachanlagen und immateriellen Werten	-4 356	-7 755	-43,8
Veränderungen von Rückstellungen und übrigen Wertberichtigungen sowie Verluste	-211	-2 064	-89,8
Geschäftserfolg	2 297	22 660	-89,9
Ausserordentlicher Ertrag	9 631	3 068	213,9
Ausserordentlicher Aufwand	0	-7 911	n.a.
Veränderung von Reserven für allgemeine Bankrisiken	9 500	0	n.a.
Steuern	-5 763	-2 833	103,4
Gewinn	15 665	14 985	4,5

Kurze Videos sind auf Social-Media-Plattformen sehr populär. Auf Platz 1 der Beliebtheitskala stehen dabei Erklärungsvideos. Firmen machen sich diese Tatsache zunutze und packen ihre Botschaften in unterhaltsame Videos. Ein erfahrener Produzent solcher Filme in der Schweiz ist die MotionPro AG von Matthias Gally.

Zeit ist Geld. Wer beispielsweise auf seiner Webseite seine Dienstleistungen und Produkte nicht in unter 2 Minuten klar und verständlich präsentiert, verliert unnötig potenzielle Kunden. Die MotionPro AG mit ihrem Inhaber Matthias Gally hat sich unter anderem darauf spezialisiert, für KMU die wesentlichsten Informationen herauszuschälen und in Videos zu verpacken.



Was ist der Vorteil von Erklärungsvideos?

Matthias Gally: Der Mensch denkt in Metaphern und Bildern. Die in einem Video gezeigten Szenen sind unterhaltsamer und bleiben besser haften als schriftliche oder mündliche Erklärungen. Dazu sind in der Regel nur wenige Minuten nötig, die Geduld von Unternehmen und Entscheidungsträgern wird also nicht überstrapaziert.

Was eignet sich am besten, um in einem Erklärungsvideo dargestellt zu werden?

Ein Erklärungsvideo eignet sich hervorragend, um komplexere Sachverhalte, Dienstleistungen, Angebote oder auch wichtige Informationen einfach, prägnant und gut verständlich zu vermitteln.

Worauf stützen Sie sich bei der Produktion eines Videos?

Jedes KMU verfügt über ein Sammelsurium von Informationen – Texte, Bilder, Abläufe, Funktionen und Aufgaben, Produktbeschreibungen usw. –, die in ihrer Fülle dem Besucher z.B. einer Webseite oft nichts bringen. Auch das KMU selbst ist häufig überfordert, wenn es darum geht, die wesentlichsten Elemente so auszuwählen und zu präsentieren, dass sie für beide Seiten – Kunde und Anbieter – von Nutzen sind. Unsere Aufgabe ist es, die nötigen Informationen zu erkennen, zu sammeln, zu vereinfachen und bildhaft darzustellen.

Wie gehen Sie dabei vor?

Am Anfang steht ein Fragekatalog, der für jedes Video als Grundlage beantwortet wird. Es geht darum herauszufinden, was die Wünsche und Vorgaben des Auftraggebers sind, welches Zielpublikum er ansprechen will, was für Stilelemente er möchte und welche Länge das Video haben soll. Wir sammeln Bildmaterial wie z.B. Fotos, Logos oder Farben, die zur Corporate Identity gehören.

Aufgrund der Zielvorgaben wird ein Textvorschlag entworfen und zur Begutachtung vorgelegt. Die Feedbacks des Auftraggebers fließen in die Verfeinerung der Geschichte ein, die dann von einem Grafiker in ein Storyboard, also in Bilder, umgesetzt wird. Es folgt die Vertonung des Texts durch einen professionellen Sprecher und schlussendlich die Animation passend zum gesprochenen Text. Wichtig zu erwähnen ist, dass während der Produktion der Auftraggeber bei jedem Schritt Feed-

Aktion 100% WIR

Die MotionPro AG akzeptiert auf alle Aufträge einen WIR-Annahmesatz von 70%. Im Rahmen einer Aktion erhöht sich der Satz bis Ende April auf 100%. Er gilt für ein Erklärungsvideo von 60 Sekunden Dauer zum Preis von 2900 CHF.

Richten Sie Ihre Anfrage direkt an Matthias Gally:
matthias.gally@explainnow.com

Komplexe Sachverhalte einfach erklären

Erklärungsvideos
der MotionPro AG



*Matthias Gally als Matthias Gally in einem Erklärungsvideo.
Fotos und Illustrationen: MotionPro AG*



Matthias Gally mit einigen seiner Mitarbeitenden.

back geben und seine Wünsche anbringen kann. Der Zeitbedarf dafür ist erfahrungsgemäss mit jeweils etwa 10 bis 15 Minuten sehr gering.

Greifen Sie bei der Animation auf vorgefertigte Elemente zurück?

Nein, darin unterscheiden wir uns von anderen Anbietern und von Videos, die KMU mit Standardgrafiken aus dem Internet selbst herstellen. Jedes unserer Videos ist individuell auf den jeweiligen Kunden zugeschnitten. Wir zeichnen dabei naturgetreu Personen, Gebäude, Landschaften oder Produkte nach und berücksichtigen die Corporate Identity des Auftraggebers. So erreichen wir einen hohen Wiedererkennungswert und garantieren eine 100-prozentige Zufriedenheitsgarantie.



Welche Videodauer kommt beim Betrachter am besten an?

Wir empfehlen kurze Videos von bis zu 120 Sekunden. Je nach Ort der Verwendung oder Inhalt – Webseite, Soziale Medien, Messen, Imagefilm, Schulung, Anleitung usw. – kommen auch längere Videos infrage, also z.B. 3 Minuten und mehr. Am häufigsten werden Clips von 60 bis 90 Sekunden Länge gebucht.

Können Ihre Kunden die Sprecher selbst stellen?

Das kommt hin und wieder vor, die meisten Kunden wünschen sich aber alles aus einer Hand und wählen aus unseren Sprechervorschlägen einen passenden aus. Wir verfügen über eine Vielzahl von Sprecherinnen und Sprechern in mehreren Dutzend Sprachen – die MotionPro AG ist auch international tätig. Darunter sind auch Premium-Sprecher, die man aus Radio und Fernsehen kennt.

In welchem Rahmen bewegen sich die Kosten?

Wir bieten zwei Stilarten an: Eine klassische Variante mit Hand und Stift, die sich auf einem Whiteboard bewegen, und eine 2D-Animation ohne Hand und Stift. Preisbestimmend sind jeweils der Entscheid für die Classic- oder Premium-Variante und die Länge. Ab 2900 CHF können wir ein Classic-Video von 60 Sekunden Länge produzieren. Die Premium-Variante kostet 1000 CHF zusätzlich. Weitere 30 Sekunden schlagen mit 800 bzw. 1000 CHF zu Buche.

Sind auch Zusatzwünsche wie Musik oder Untertitel möglich?

Wir gehen gerne auf spezielle Wünsche ein, sei es eine Untertitelversion, individuell komponierte Hintergrundmusik oder auch eine Expressproduktion, wenn die Zeit drängt.

Ich fürchte, dass wir die Leserinnen und Leser schon fast zu lange aufgehalten haben. Wo finden sie den Inhalt dieses Interviews in 130 Sekunden erklärt?

Zum Beispiel hier:



● Daniel Flury

WIRmarket.ch > MotionPro

Matthias Gally: Vom Nerd zum Unternehmer



Blockflöte, Piccolo, Trommel, Klavier, Kirchenorgel, Gitarre und Gesang: Dass aus dem Basler Musikrealschüler Matthias Gally ein Militärtambour und Bandleader wurde erstaunt nicht. Das Rüstzeug für den Einstieg ins Unternehmertum holte er sich aber mit dem 2009 abgeschlossenen Studium der Wirtschaftsinformatik an der Universität Zü-

rich. Und etwas Vererbung dürfte mit im Spiel sein: «Das Unternehmer-Gen habe ich wohl von meiner Urgrossmutter Irene Gally-Gruner geerbt, der Enkelin von Karl Heinrich Gruner, der 1862 in Basel die heute weltweit tätige Gruner AG gegründet hat.» Der 1983 geborene Matthias Gally hat bereits als 15-Jähriger Webseiten erstellt, eine Tätigkeit, die er während des Studiums intensiviert und ihm einen willkommenen Nebenverdienst bescherte.

Gally Websolutions GmbH

Unmittelbar nach dem Studium machte sich Matthias Gally mit der Gründung der Gally Websolutions GmbH (WIRmarket.ch > gally-websolutions) selbständig. Die Web- und Werbeagentur mit heute sieben Angestellten ist spezialisiert auf WordPress-Webseiten, LinkedIn Sichtbarkeit und E-Mail-Marketing, Suchmaschinenoptimierung und Online-Werbung (Ads auf Facebook, Instagram, YouTube und Google Ads).

Kauf von der MotionPro AG

Der Kauf der Firma MotionPro AG letztes Jahr mit 50 Mitarbeitenden ist für Matthias Gally ein Meilenstein,

zu dem sich noch weitere gesellen sollen. «Ich will unternehmerisch unterwegs sein», so Gally, der dabei in Kauf nimmt, seine Vergangenheit als eigentlicher Computer-Nerd hinter sich zu lassen und kaum noch im Tagesgeschäft tätig sein zu können. «Meine Aufgabe als Unternehmer ist es, Aufträge einzuholen und die richtigen Leute zu befähigen, die richtigen Sachen richtig zu erledigen.» Positiv denkende, kommunikative Charaktere mit schneller Auffassungsgabe und kurzer Reaktionszeit haben beim Füllen einer Vakanz die besten Chancen. Unvermeidbare Hürden – wie etwa die Abrechnung der Quellensteuer von Mitarbeitenden mit Wohnsitz im Ausland oder Krankheitsausfälle über mehrere Monate – nimmt Gally sportlich: «Ich kann mich durch Kleinigkeiten von meinem Fokus abbringen lassen und mich darüber aufregen oder ich kann darüber lachen, die Hürden überwinden und meinen Weg weitergehen – ich habe mich für Letzteres entschieden.» Und stellt sich ein Entscheid doch mal als suboptimal heraus, so sei dies eine Chance zum Wachsen – «nur eines geht gar nicht: fahrlässiges Handeln.»

Netzwerk aufbauen

Matthias Gally hat früh die Bedeutung von Netzwerken für den Aufbau von Geschäftsbeziehungen und das Akquirieren von Aufträgen erkannt. Bei Business Netzwerk BNI hat er gelernt, sich zu präsentieren, hat ein Chapter geführt und sich anschliessend dem JCI (Junior Chamber International) und dem WIR-Netzwerk zugewandt. «Auf Leute zuzugehen fällt mir leicht», sagt Gally, «es ist jedoch eine Stärke, die man nicht einschlafen lassen darf und konstant optimieren kann.»



Hospitality im Wandel

Interview mit Claude Meier, Direktor HotellerieSuisse

Die WIR Bank Genossenschaft ist seit Jahrzehnten eine starke Partnerin von Restaurants und Hotels in der ganzen Schweiz. Seit einiger Zeit unterhält sie auch eine hauseigene Fachstelle für Hotellerie und Gastronomie und ist vor Kurzem Genossenschafterin der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit geworden und eine Partnerschaft mit dem Branchenverband HotellerieSuisse eingegangen. Claude Meier, Direktor von HotellerieSuisse, haben wir in Bern zum Interview getroffen.

Wo haben Sie Ihre letzten Ferien verbracht?

Claude Meier: Ich hatte das Bedürfnis nach fünf Tagen Sonne und wurde in Südspanien fündig. Mein Buchungsverhalten war übrigens typisch für die gegenwärtige Zeit: spontan und kurzfristig. Es ist spannend zu beobachten, wie der Tourismus ausserhalb der Schweiz funktioniert. Generell kann ich sagen, dass der Tourismus nach durchgestandener Pandemie wieder eine Wachstumsbranche ist. Der Mensch nutzt seine Mobilität und hat das Bedürfnis, sich zu erholen und Neues zu erkunden.

Sind Sie in der Schweiz auch inkognito und «detektivisch» unterwegs?

Das ist nicht nötig. Wer bei HotellerieSuisse Mitglied ist, gehört per se zu den innovativen und nachhaltigen Betrieben, die nichts zu verstecken haben. Inkognito unterwegs zu sein wäre im Übrigen kontraproduktiv. Die Hoteliers schätzen es, wenn sie ihre Anliegen bei mir deponieren können. Und für mich ist es wichtig, auf Tuchfühlung zu gehen, die Realität an der Front zu erfahren und die Erkenntnisse im Verband produktiv einbringen zu können.

HotellerieSuisse und die Bank WIR sind vor Kurzem eine Partnerschaft eingegangen. Welche Bedeutung hat diese Partnerschaft für Sie?

Eine extrem wichtige. Die Bank WIR ist einerseits sehr relevant im KMU-Markt, andererseits benötigen wir tragfähige Partnerschaften im Investitionssektor. Vergessen Sie nicht: Die Bedürfnisse der Gäste, Geschmack und Ästhetik wandeln sich alle acht bis zehn Jahre. Die Ausstattung von Hotels und ihren Zimmern muss entsprechend angepasst werden, was mit beträchtlichen Investitionen verbunden ist. Eine gute Zusammenarbeit mit Finanzinstituten ist essenziell.

«Eine gute Zusammenarbeit mit Finanzinstituten ist essenziell»



*Claude Meier ist seit bald sieben Jahren
Direktor von HotellerieSuisse.*

Fotos: Foto Frutig



«In der Schweiz entsteht eine weltweit einzigartige Bildungsgruppe mit 5000 Studierenden und mit HotellerieSuisse als Trägerverband.»



«Der Investitionsbedarf in unserer Branche ist hoch; Die Bedürfnisse der Gäste, Geschmack und Ästhetik wandeln sich alle acht bis zehn Jahre.»

Wie sind Ihre Mitglieder auf diesen Investitionsbedarf vorbereitet, gerade auch im Angesicht steigender Zinsen?

Die Pandemie war für unsere Branche einschneidend und wird noch lange spürbar sein: Es sind Covid-19-Kredite geflossen, die ab Zeitpunkt der Gewährung innerhalb von acht Jahren zurückbezahlt werden müssen. Um Investitionen tätigen zu können, muss man langfristig denken und ein Polster anlegen können. Darin unterscheidet sich die Beherbergungsbranche nicht von anderen KMU. Was bei uns erschwerend dazu kommt, sind die relativ tiefen Margen, was den Aufbau von Substanz nicht einfacher macht. Hinzu kommt die absolute Notwendigkeit, mit den rasanten Veränderungen in der globalen Welt – ich erwähne nur Mobilität, Digitalisierung und Energieversorgung – Schritt zu halten.

Ich kann mit Stolz behaupten, dass unsere Mitglieder erfolgreich sind: Obwohl der Gesamtmarkt schrumpft, stellen wir keinen Mitgliederschwund fest – ganz im Gegenteil: Unser Verband wächst, was zeigt, dass die innovativen und nachhaltigen Betriebe blühen und sich behaupten können.

Das Parlament will, dass die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit SGH künftig auch Investitionsvorhaben von Hotels ausserhalb der Tourismusgebiete mit nachrangigen Darlehen unterstützen kann. Wieso ist das keine Selbstverständlichkeit?

Das ist historisch zu verstehen. Der alpine Tourismus war ein Brennpunkt, den man fördern wollte. Während der Pandemie ist vor allem in den Städten der Geschäftstourismus zum Erliegen gekommen. Der Druck, den Perimeter der SGH auszudehnen, wurde grösser und HotellerieSuisse hat sich dafür mit Erfolg stark gemacht.

Es wird oft moniert, dass die Beherbergungsbranche keine Vertreter im Parlament hat. Sehen Sie Handlungsbedarf?

KMU haben kaum Ressourcen, um neben dem Tagesgeschäft noch politisch oder branchenpolitisch tätig zu sein. Dabei wäre es wichtig, die unternehmerische Sicht in die Gestaltung der Politik einzubringen, um für KMU günstige Rahmenbedingungen zu schaffen. Wir sensibilisieren unsere Mitglieder für diese Problematik und motivieren und unterstützen sie natürlich – auch auf Gemeinde- und Kantonebene.

HotellerieSuisse selbst hat einen engen Bezug zu den Parlamenten und Behörden. Der Austausch mit politischen Entscheidungsträgern gehört zu unserem daily business. Unsere Bedürfnisse beispielsweise in Sachen Arbeitsmarkt oder Tourismuspolitik diskutieren wir nicht nur mit den 60 Mitgliedern der parlamentarischen Gruppe für Tourismus in Bern, sondern mit allen Politikern auf allen Ebenen und von links bis rechts.

HotellerieSuisse repräsentiert rund 3000 Mitglieder aus Beherbergungsbetrieben und Restaurants. Überwiegen die Differenzen oder die Gemeinsamkeiten?

In der Gesellschaft ist man sich der Vielfalt der Betriebe in unserem Land zu wenig bewusst: Es gibt Ein-Stern- bis Fünf-Sterne-Hotels, historische Bauten und Schlösser, Jugendherbergen, die modernsten Häuser, die man sich vorstellen kann, und dies alles sowohl in der Stadt wie auf dem Land. Ich empfinde das als enorme Bereicherung, als einen Schatz, den es zu bewahren gilt. Der gemeinsame Nenner, den alle verbindet und fordert, ist die Frage, wie wir damit in zehn oder zwanzig Jahren umgehen. Wie meistern wir den demografischen Wandel, wie gewinnen wir die Fachkräfte, sehen wir die Digitalisierung als Chance, können wir dem Bedürfnis nach Nachhaltigkeit nachkommen?

HotellerieSuisse betreibt drei Schulhotels mit 800 Lernenden und gehört zur Trägerschaft der Hotelfachschule Thun und der Ecole Hôtelière de Lausanne. Allein dort werden nochmals gegen 4000 Fachkräfte ausgebildet. Trotzdem leidet auch die Beherbergungsbranche unter einem Fachkräftemangel. Wie ist das zu erklären und wie können Sie dem entgegenwirken?

Es gibt keine Patentrezepte. Der bereits angesprochene demografische Wandel beinhaltet, dass immer weniger

Menschen im Erwerbs- und immer mehr im Pensionsalter stehen. Jede Branche muss sich fragen, wie der abnehmende Produktionsfaktor Arbeit aufgefangen werden kann. Für uns als personalintensive Branche sind gute Antworten enorm wichtig. Zentral ist nach meinem Dafürhalten das Mindset des Arbeitgebers, die Unternehmenskultur, die Wertschätzung der Mitarbeitenden, das Überwinden der Top-down-Patronkultur. Speziell die jüngeren Arbeitnehmer verlangen nach Partizipation und wollen Verantwortung übernehmen. Das Schulungs- und Auszeichnungssystem «TOP-Ausbildungsbetrieb», das 2020 auch im Gastgewerbe national ausgerollt wurde, unterstützt Betriebe darin, die Ausbildungsqualität zu verbessern. Die Resonanz zeigt, dass wir damit auf dem richtigen Weg sind. Ebenfalls wichtig sind Fringe Benefits. Auch diesbezüglich laufen diverse Projekte.

«Zentral ist das Überwinden der Top-down-Patronkultur»



«Die Hoteliers schätzen es, wenn sie ihre Anliegen bei mir deponieren können.»



«Unsere Branche ist attraktiv für Junge und für Quereinsteiger.»

Die Grundvoraussetzungen sind ja gegeben: Die Branche ist attraktiv für Junge und für Quereinsteiger, hat internationales Flair, man hat mit Menschen zu tun und kann ihnen zu Wohlfühlerlebnissen verhelfen, die Karriere­möglichkeiten sind beachtlich – wo sonst kann mit 30 Jahren einen Direktionsposten übernehmen? – und 50 Prozent der Betriebe sind Ausbildungsbetriebe und haben es somit in der Hand, die Mitarbeitenden selbst auszubilden und weiterzuentwickeln.

Besteht nicht noch mehr Handlungsbedarf? Gemäss Lernendenbarometer 2022 wollen fast die Hälfte aller Lernenden in den Hotel- und Gastroberufen nach der Lehre nicht in der Branche bleiben.

Wir geben Gegensteuer! In der Schweiz entsteht eine weltweit einzigartige Bildungsgruppe mit 5000 Studierenden und mit HotellerieSuisse als Trägerverband. In die Gruppe integriert werden neben unseren drei Schul-

hotels in Pontresina, Interlaken und Martigny die Hotelfachschule Thun und die Ecole Hôtelière de Lausanne EHL mit ihren Standorten Lausanne, Passugg und Singapur. Ziel ist es, unter einem Dach – der EHL Group – die gesamte Ausbildungspalette anzubieten, also z.B. von der Kochlehre bis zum Bachelor. Dies ist eine Investition in den Bildungsmarkt, die ihresgleichen sucht.

Wettbewerbsfähig bleibt, wer mit neuen Ideen aufwarten kann. In der Schweiz sind die Mehrheit der Hotels Aktiengesellschaften mit einem einzigen Verwaltungsrat, in der Regel gleichzeitig der Geschäftsleiter. Sind mehrere Personen im Verwaltungsrat, sind es oft Familienmitglieder. Sind das gute Voraussetzungen für Aufsicht und frischen Wind?

Die Schweiz ist ein KMU-Land und bietet Menschen mit Unternehmergeist gute Voraussetzungen. Oft handelt es sich um Individualbetriebe, die vom Inhaber operativ geführt werden. Ich bin der Meinung, dass man nicht alles selbst können und wissen muss, dass aber gerade deshalb ein Sparringpartner, ein Coach oder Berater mit Aussenblick und ergänzenden Kompetenzen, sehr wichtig ist. Neue Ideen braucht es in einem sich rasant wandelnden Umfeld unbedingt. Seit zwei Jahren bietet HotellerieSuisse mit Unterstützung des SECO deshalb ein Coaching-Programm an. Zur Verfügung steht ein Pool von 150 Coaches und das Angebot, mit einem Coach während sechs Arbeitstagen eine themenspezifische Weiterentwicklung anzupacken. Über 200 Mitglieder haben davon schon Gebrauch gemacht. Wir sind bemüht, dass weitere Betriebe im Verlauf des Programms die Chance nutzen, um einen externen Blick auf den eigenen Betrieb zu erhalten.

Für Reisende wird Nachhaltigkeit immer mehr zu einem Auswahlkriterium. Eine Chance für die Schweiz?

Es genügt nicht mehr, lokale Produkte zu verwenden und Abfall zu vermeiden. Wir haben beobachtet, dass beispielsweise in Basel Grosskonzerne Hotels nicht mehr berücksichtigen, wenn sie nicht einen ganzen Katalog ökologischer, gesellschaftlicher und sozialer Anforderungen erfüllen. Da kann schon das Fehlen eines TOP-Ausbildungslabels dazu führen, dass ein Hotel leer ausgeht. Im «Sustainability Hotel» auf unserer Webseite geben wir den Betrieben Tipps, wo sie andocken können, um ihre Nachhaltigkeit zu verbessern.

«Die traditionelle Saisonhotellerie wird sich massiv verändern»



«Der Austausch mit politischen Entscheidungsträgern gehört zu unserem daily business.»

Dieser Winter zeigt es einmal mehr: Die Schneesicherheit ist nicht mehr gegeben, der Wintertourismus ist gefährdet. Ist der Transformationsprozess vom Skigebiet zur Sommerdestination ein Thema?

Die traditionelle Saisonhotellerie wird sich massiv verändern. Viele werden ihre Businessmodelle anpassen und die Saisonalität aufgeben müssen. Vorteil für Arbeitgeber wie Arbeitnehmende: Es sind mehr unbefristete Verträge möglich. Eine Voraussetzung für diese Entwicklung ist, dass alle Player zusammenspannen. Es führt zu nichts, wenn die Bahn in Betrieb bleibt und das Hotel schliesst. Wer richtig antizipiert, neue Produkte und Erlebniswelten schaffen und sie finanzieren kann, hat gute Chancen!

● Interview: Daniel Flury

HotellerieSuisse

Als Schweizerischer Hotelier-Verein 1882 gegründet, vertritt HotellerieSuisse als Branchenverband die Interessen der innovativen und nachhaltigen Beherbergungsbetriebe der Schweiz. Die rund 3000 Mitglieder setzen sich zusammen aus 2000 Hotels, 600 Restaurants und 400 «Zugewandten». Die 2000 Hotels repräsentieren 40% des Beherbergungsmarkts und 75% der Logiernächte. Zu den Dienstleistungen des Verbands gehört unter anderem, die Qualität und das Know-how der Mitglieder zu fördern und sie in ihrer zukunftsorientierten Betriebsführung zu unterstützen. Als Trägerin der Hotelfachschule Thun, drei Schulhotels und der Ecole Hôtelière de Lausanne EHL ist HotellerieSuisse auch massgebend in der Ausbildung von Fachkräften.

Direktor von HotellerieSuisse ist seit bald sieben Jahren der Luzerner Claude Meier (44). Der studierte Volkswirtschaftler war zunächst in der politischen Kommunikation tätig und hatte danach Führungsfunktionen in Verbänden der Gesundheits- und der kaufmännischen Branche. Er ist Stiftungsrat der Ecole Hôtelière de Lausanne Group und ist Vorstandsmitglied des Schweizerischen Tourismusverbands STV. Zu seinen Hobbys zählt Meier das Reisen.

hotelleriesuisse.ch

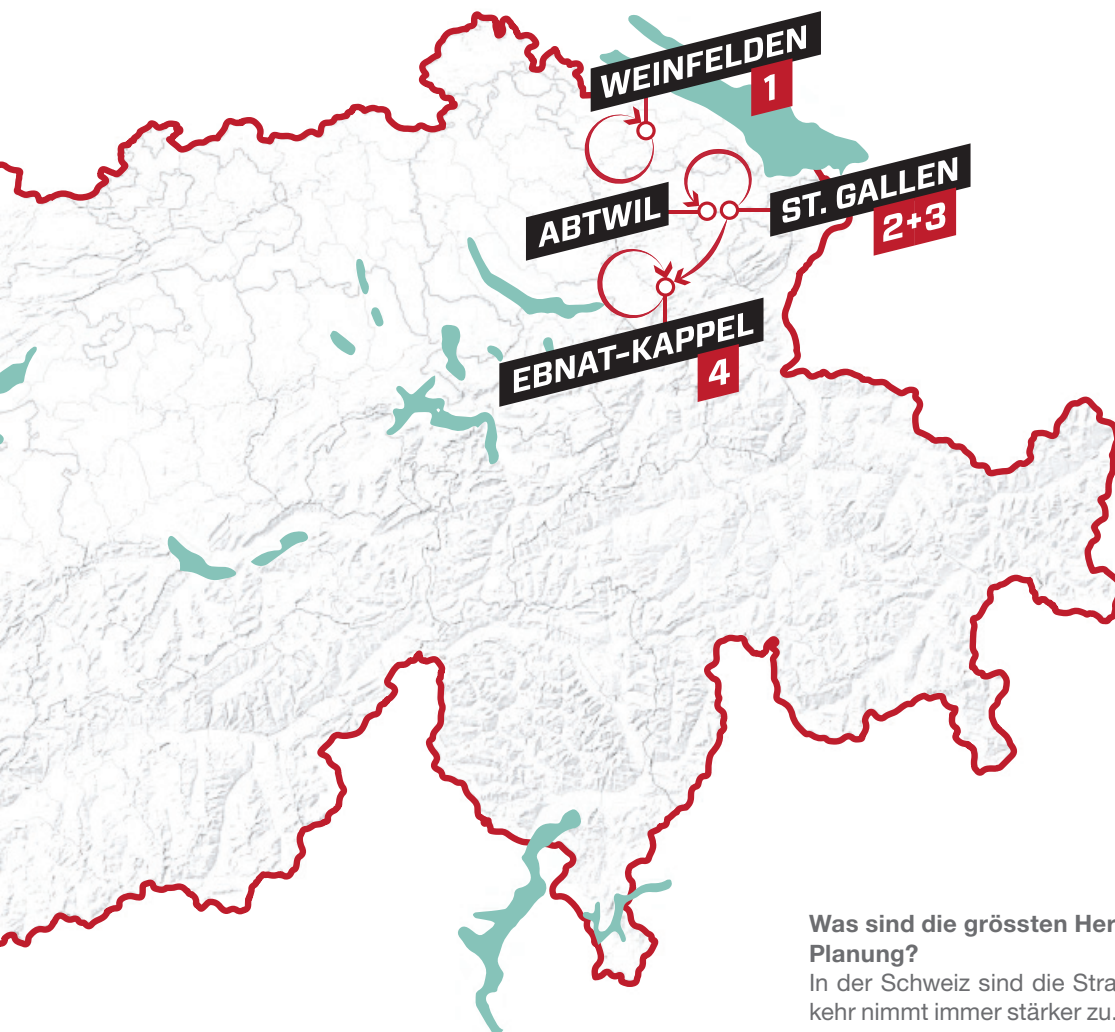
«Wir wollen das beste Radrennen der Welt sein»

David Loosli organisiert seit zehn Jahren die Tour de Suisse. Im Gespräch spricht der Berner über die Herausforderungen bei der Streckenwahl und seine Visionen, über die Austragung in diesem Jahr und seinen Lieblingsfahrer. Und der frühere Radprofi gibt Tipps, wie man Berge als Hobbyfahrer am besten hochfährt.



Die Strecken der Tour de Suisse der Herren (I.) und der Tour de Suisse Women.

Illustration: Tour de Suisse



Sie feiern dieses Jahr das 10-Jahr-Jubiläum als Sportdirektor der Tour de Suisse. Wie sind Sie zufrieden mit der Entwicklung?

David Loosli: Jetzt sind es wirklich schon zehn Jahre (*schmunzelt*)! Generell kann ich sagen, dass es uns gelungen ist, die Tour de Suisse noch stärker in allen Landesteilen der Schweiz zu verankern. Aber die letzten Jahre waren wegen der Pandemie auch für uns eine besondere Herausforderung. Jetzt freuen wir uns auf die Austragung 2023, weil die Tour wieder ohne Restriktionen über die Bühne geht.

Sie sind Head Sports bei «Cycling Unlimited». Was heisst das genau?

Einfach ausgedrückt: Ich bin verantwortlich für alle sportlichen Bereiche. Natürlich ist die Leitung der Tour de Suisse der mit Abstand wichtigste Punkt, rund 80 Prozent meiner Arbeit beschäftige ich mich damit. Zudem leite ich auch die Planungen für die Tour de Suisse Women.

Wann beginnt die Vorbereitung auf die nächste Austragung der Tour de Suisse bei den Männern?

Oft sind das fließende Übergänge, wobei wir grundsätzlich direkt nach dem Ende einer Austragung mit der Organisation der nächsten beginnen. Etappenorte werden meistens schon vorher bestimmt.

Was sind die grössten Herausforderungen bei der Planung?

In der Schweiz sind die Strassen extrem belegt, der Verkehr nimmt immer stärker zu. Es ist deshalb jeweils mit viel Aufwand verbunden, Bewilligungen zu erhalten, um Strassen abzusperren. Es ist entscheidend, dass die Strecken sicher sind. Es gibt beispielsweise viele 30er-Zonen und Bahnübergänge, aber auch andere verkehrsberuhigende Massnahmen wie Kreisell oder Inseln können gefährlich sein. Deshalb fahre ich jeden Meter mehrmals mit dem Auto ab, damit wir die Gewissheit haben, tatsächlich eine ideale Strecke gefunden zu haben.

Nehmen wir das fiktive Beispiel einer Etappe von Basel nach Zürich: Es sind also Sie, die darüber entscheiden, auf welchem Weg die Radprofis von der einen Stadt zur anderen fahren?

Sie können sich vorstellen, dass es viele Möglichkeiten gibt, von Basel nach Zürich zu fahren. Als erstes geht es darum, alle erwähnten Stolpersteine zu eliminieren. Selbstverständlich habe ich als Direktor ein Vorschlagsrecht. Letztlich reden aber viele Parteien mit, nicht zuletzt auch die Polizei, weil die Sicherheit am wichtigsten ist.

Ist es spannend oder mühsam, eine interessante, anspruchsvolle Strecke zwischen Basel und Zürich zu finden?

Ganz ehrlich: beides! In diesem Jahr geht es einmal von Fiesch nach La Punt, das sind rund 220 Kilometer, da bleibt nicht viel Spielraum, da suchen wir den möglichst direktesten Weg. Aber es gibt Strecken mit unzähligen Möglichkeiten, das mag ich sehr. Und logischerweise ist es in unserem Interesse, die traumhafte Landschaft der Schweiz im besten Licht zu präsentieren.



David Loosli ist Sportdirektor der Tour de Suisse.

Fotos: zVg

Es sollen also schöne Bilder produziert werden können.

Genau. Viele Menschen schauen sich Radrundfahrten wie die Tour de Suisse oder die Tour de France am TV auch deshalb an. Als Organisator ist es uns zudem wichtig, dass es für alle Fahrer etwas hat, dass also die Sprinter und die Bergfahrer und die Zeitfahrtspezialisten auf ihre Kosten kommen. Im Idealfall ist eine Tour de Suisse zudem bis zum letzten Tag nicht entschieden. Auch das kann man ein wenig steuern mit einem ausgewogenen Streckenplan.

Und welches ist Ihr Lieblingsort, an den Sie mit der Tour de Suisse unbedingt noch einmal hingehen möchten?

Ich bin ja selber immer noch Hobbyradfahrer und kenne zahlreiche schöne Gegenden. Viele Kollegen empfehlen uns den Sanetschpass im Wallis.

Sie erwähnten vorher die Pandemie. Was waren für Sie die grössten Schwierigkeiten?

Das war sehr hart für uns. Einmal mussten wir die Tour de Suisse absagen, einmal gab es enorm viele Auflagen. Hinzu kam, dass die Schweiz 26 Kantone hat und es überall ein wenig andere Regelungen gab. Das war ein ziemlicher Hosenlupf, bis wir alles aufgegleist hatten. Und es war natürlich auch wirtschaftlich schwierig für uns.

Können Sie das konkretisieren?

Wie alle anderen Veranstalter hatten wir ein heftiges Defizit wegen der Pandemie. Die Unterstützung des Bundes durch die Stabilisierungsgelder hat uns in dieser Zeit gerettet. Wir sind angewiesen auf Sponsoren und Etappenorte, die uns eine Entschädigung bezahlen, weil wir mit der Tour de Suisse vorbeischaun.

Warum ist es so schwierig für einen derart populären Anlass wie die Tour de Suisse, die Finanzierung sicherzustellen?

Es geht vorwärts, die Situation hat sich verbessert. Leider wurde im Radsport vor Jahren einiges verbockt mit der ganzen Dopingthematik. Damals zogen sich viele Firmen zurück. Doch zum Glück ist das heute kein Thema mehr. Wir bieten eine sehr interessante Veranstaltung an und sind in der ganzen Schweiz präsent, die Stimmung ist friedlich, die Zuschauer müssen sich nicht vor gewaltbereiten Fans fürchten. Nachhaltigkeit ist uns ein Anliegen, zudem ist das Image wieder positiv. Und: Radfahren ist gesundheitsfördernd.

Der Besuch an der Tour de Suisse ist für das Publikum gratis. Warum verlangen Sie eigentlich keinen Eintritt?

Das ist ein interessanter Aspekt, weil uns gerade die Polizeieinsätze zur Gewährung der Sicherheit einiges kosten. Aber das lässt sich nicht umsetzen bei einer Million Zuschauern während einer Tour de Suisse. Man müsste ja die gesamte Strecke zusätzlich absperren. Und die Sponsoren sowie die Etappenorte möchten möglichst viele Besucher am Strassenrand. Aber es gibt sicher die Option, im Zielgelände exklusive Zonen zu errichten. Denn es ist schon fantastisch, wie nahe man selbst den grössten Radstars vor und nach einem Rennen kommen kann. Vergleichen Sie das einmal mit einem Fussballmatch.

Gemessen an den Zuschauerzahlen ist die Tour de Suisse der grösste Anlass der Schweiz. Das Budget beträgt rund sieben Millionen Franken – in dieser Beziehung gibt es grössere Veranstaltungen. Wo ordnen Sie die Tour de Suisse ein?

Wir dürfen schon selbstbewusst sein und sagen, dass es keinen grösseren Event in unserem Land gibt. Denken Sie an die TV-Abdeckung: Die Tour wird in über 150 Ländern übertragen. Zudem sind wir im ganzen Land unterwegs und nicht nur an einem Ort wie andere bedeutende Veranstaltungen.

Hat sich die Tour de Suisse eigentlich etabliert als viertgrösste Rundfahrt hinter der Tour de France, dem Giro d'Italia und der Vuelta a España?

Das würde ich sagen, ja. Wir haben acht Renntage und ein breites Fahrerfeld. Zudem ist die Positionierung im Kalender ideal, nach dem Giro und vor der Tour de France. Aber die Tour de France steht im Radsport weit über allem anderen, dort gibt es allein 100 Vollzeitstellen im Bereich Marketing und Umsetzung. Bei uns ist ein relativ kleines Team in die Organisation involviert, während der Tour de Suisse sind rund 200 Personen tätig. Meine Hauptarbeit ist dann abgeschlossen, und es stört mich nicht, wenn ich an einem Renntag nicht im Mittelpunkt stehe. Denn das bedeutet, dass es keine Probleme gibt.

Welches war für Sie das schlimmste Erlebnis während einer Tour?

Schwere Stürze von Fahrern sind immer unangenehm. Organisatorisch gesehen war es sehr herausfordernd, als wir einmal einen Etappenstart innerhalb weniger Stunden verschieben mussten, weil es rund um Davos in der Nacht plötzlich geschneit hat.

Die Tour de France startet oft im Ausland. Gibt es solche Überlegungen auch bei Ihnen?

Warum nicht? Im näheren Ausland, etwa in Sölden, waren wir ja schon. Aber die Tour de France ist eine Weltmarke. Mit der Tour de Suisse wollen wir in der Schweiz sein und unser Land zeigen. Zudem ist es aus ökologischer Sicht nicht ideal, wenn man sich mit dem Flugzeug verschieben muss. Wir haben aber auch Visionen.

Nämlich?

Wir wollen das beste Radrennen der Welt sein. Dabei geht es nicht um den sportlichen Aspekt, da werden wir gegen die Tour de France nie eine Chance haben. Aber wir können das am besten organisierte Radrennen sein. Wir wollen innovativ sein, da haben wir einige Ideen im Kopf. Die Formate der Etappe verändern sich mit dem Zeitgeist, da kommen neue Sachen. Warum machen wir nicht einmal ein Zeitfahren am Abend um 20 Uhr in Bern auf dem Bundesplatz vor einer halben Million Zuschauer?

Hört sich spannend an. Was dürfen wir von der Tour de Suisse 2023 erwarten?

Es ist eine ausgeglichene Tour mit zwei Zeitfahren und drei schweren Bergetappen. Das wird auch den besten Schweizern wie den Zeitfahrern Stefan Küng und Stefan Bissegger oder den Bergfahrern Marc Hirschi und Gino Mäder gefallen. Es ist wünschenswert, dass Schweizer vorne mitfahren. Die Teams sehen bald den Streckenplan und schicken dann jene Fahrer, von denen sie sich am meisten erhoffen.

Führen Sie auch die Verhandlungen mit den Teams?

Die World-Tour-Teams sind automatisch eingeladen. Wir haben Wild Cards, und weil es 2023 mit Tudor und Q36,5 endlich wieder sogar zwei Schweizer Teams gibt, war es klar, dass sie bei uns an den Start gehen werden.

Wie beurteilen Sie den Radsport in der Schweiz allgemein?

Die Entwicklung ist sehr erfreulich. Wir haben einige Weltklassefahrer, was für ein Land wie die Schweiz nicht selbstverständlich ist. Gleichzeitig beweist die Lancierung von gleich zwei Schweizer Teams, dass auch die Sponsoren wieder verstärkt in unseren Sport investieren. Das ist insbesondere für die Nachwuchsförderung zentral.

Die WIR Bank sponsert ab diesem Jahr die Bergpreiswertung. Welches sind diesbezüglich 2023 die Höhepunkte?

Wir haben wie gesagt drei wunderbare, schwere Bergetappen. Die härteste geht nach La Punt und über die Furka, den Oberalp sowie den Albula. Das wird ein Spektakel. Aber auch in Leukerbad und Villars-sur-Ollon sind wir zu Gast.

Sie wurden 2008 Zweiter im Bergpreisklassement der Tour de Suisse. Welche Tipps haben Sie für Hobbyfahrer, wenn diese über Furka, Oberalp und Albula fahren wollen?

Der beste Tipp ist, sich zeitlich kein Ziel vorzunehmen und nicht auf den Tacho zu schauen. Man darf sich nicht anstecken lassen von den Kollegen, weil diese Pässe ganz schön lang sein können. Man soll nicht auf den Computer und andere hören, sondern auf die Beine.

Dann verraten Sie uns zum Schluss Ihren Lieblingsfahrer – und wer die Tour de Suisse 2023 gewinnen wird?

Wie viele finde ich den Niederländer Mathieu van der Poel überragend. Wenn es auch an der Tour de Suisse zum Duell mit dem Belgier Wout van Aert kommt, wäre das für uns ein Highlight. Für einen Siegertipp ist es zu früh, weil das Fahrerfeld noch nicht bekannt ist.

● Interview: Fabian Ruch

Das Interview wurde Ende Februar geführt

Zur Person

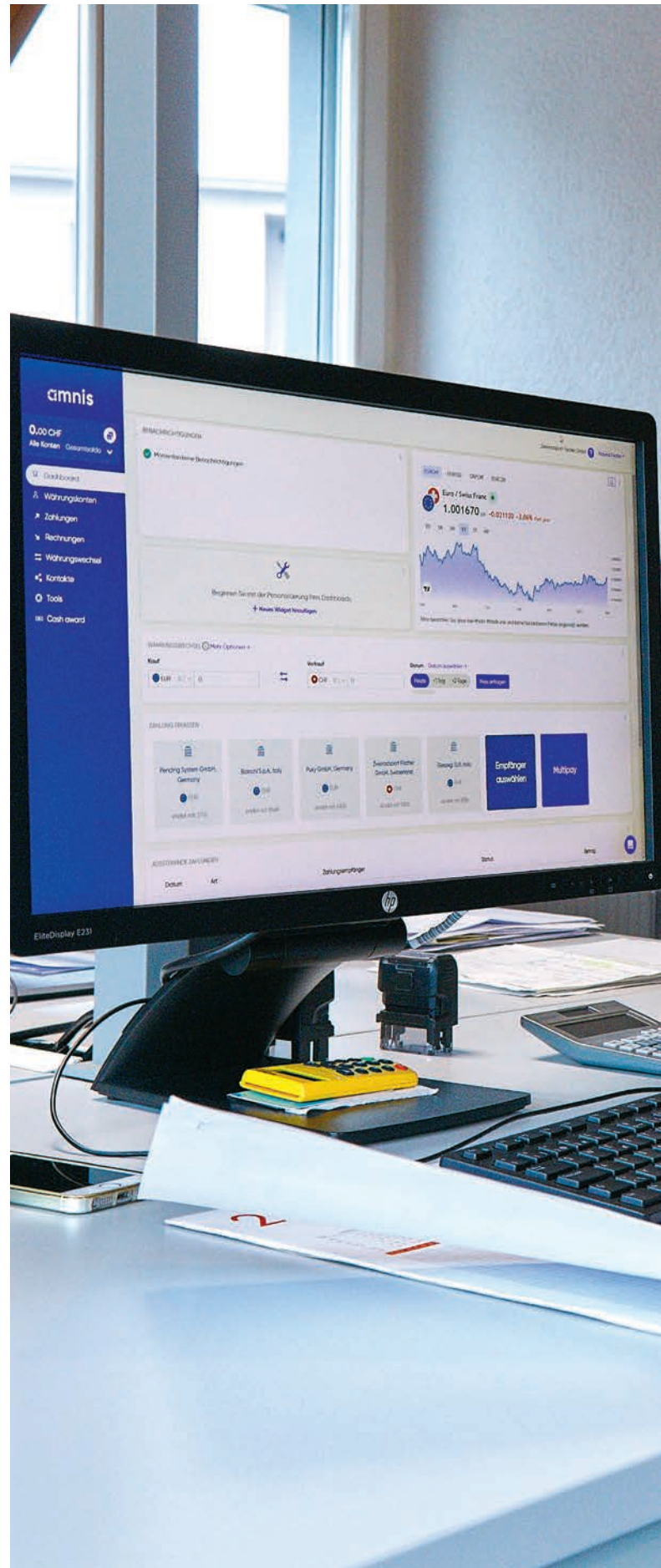


Der 42-jährige David Loosli war selbst ein guter Radprofi und ist immer noch viel mit dem Velo unterwegs. 2008 belegte er an der Tour de Suisse in der Bergwertung Rang 2. Der Berner nahm viermal an der Tour de France sowie je zweimal am Giro d'Italia und an der

Vuelta teil. Loosli organisiert die Tour de Suisse seit 2013 – und ist seit Jahren SRF-Experte an der Tour de France. Mit seiner Frau und den zwei Kindern lebt er in der Ostschweiz. Im Sommer fischt er gerne, im Winter steht er oft auf den Skiern.

«Ich möchte FX Trading nicht mehr missen»

Der Velo-Boom hält Roland Fischer und die Angestellten seiner Zweiradspport Fischer GmbH in Seon auf Trab. Dank FX Trading verbringt er weniger Zeit im Büro und kann sich besser um seine Kunden kümmern.





Roland Fischer bezahlt seine Rechnungen in Fremdwährungen mit FX Trading von amnis und der Bank WIR.

Fotos: Foto Frutig



Roland Fischer mit Sohn Manuel Fischer; unter der Marke MaRo (gebildet aus den Anfangsbuchstaben der beiden Vornamen) sind Velohandschuhe und Schuhüberzüge im Angebot.

Fischer-Teams und Olympia

Roland Fischer engagiert sich seit 1997 für den Radsport und konnte 1999 in seinem damaligen Fischer-BMC-Team Petra Henzi willkommen heißen. Die Mountainbikerin gehörte bis zu ihrem Rücktritt 2010 Fischers Team an und holte sich unter anderem 2002 und 2005 die Bronzemedaille an Cross-Country-Weltmeisterschaften, den Marathon-Weltmeistertitel 2007 sowie sieben Titel an Schweizer Meisterschaften in den Disziplinen Cross-Country, Mountainbike-Marathon und Querfeldein. Diese Leistungen und der 6. Platz an den Olympischen Spielen in Peking 2008 im Cross-Country brachten Petra Henzi die Nominierung zur Wahl der Schweizer Sportlerin des Jahres 2008 ein – die Auszeichnung ging aber an Ariella Käslin.

2004 gründeten Roland Fischer und Urs Suter das Fischer-Junior-MTB-Team mit rund zehn Fahrern. Ziel ist es, den aufstrebenden Mountainbikern und -bikerinnen von Aargauer Vereinen die Gelegenheit zu bieten, nationale und internationale Rennen bestreiten zu können.

Die Zweiradsport Fischer GmbH gehört zu jenen KMU, die Produkte direkt aus dem Ausland importieren und Rechnungen in Fremdwährungen bezahlen. Mit jährlich rund 1 Mio. Euro schlagen bei Fischer die Velos der Hauptmarke Cube (Deutschland), der Marke Bianchi (Italien) und des deutschen Kinderveloherstellers Puky zu Buche. Dazu kommen einige Rechnungen, die in US-Dollar zu bezahlen sind. Roland Fischer: «Wir lassen in Pakistan Velohandschuhe und Schuhüberzüge herstellen und verkaufen sie unter der Marke MaRo – abgeleitet von den Anfangsbuchstaben meines Vornamens und demjenigen meines Sohns Manuel.»

Einsparung im fünfstelligen Bereich

Jahrelang hat Roland Fischer die Rechnungen in Fremdwährungen mittels E-Banking einer Bank bezahlt und dabei Umrechnungsgebühren und Kommissionen in Kauf genommen. «Diesen Aufwand kann ich mir heute sparen», so Fischer, «denn mit FX Trading von amnis wird lediglich eine bescheidene Marge von 0,3% fällig – Bei einem Volumen von über 1 Mio. in Euro und US-Dollar liegt mein Sparpotenzial bei einem fünfstelligen Betrag!»

Einfache Handhabung

Es ist jedoch nicht nur der finanzielle Aspekt, der Fischer überzeugt hat. Das Zahlungstool steht rund um die Uhr

zur Verfügung und ist mit minimalem Aufwand verbunden. «Es genügt, einen Rechnungssteller einmal zu erfassen. Erhalte ich von ihm eine Rechnung, brauche ich nur seinen Namen anzuklicken, den Betrag einzufügen und die Zahlung freizugeben.» Langwierige und zeitraubende Vergleiche von Wechselkursen erübrigen sich, denn mit FX Trading bin ich konditionenmässig auf der sicheren – d.h. auf der günstigen Seite.» Ein weiterer Vorteil betrifft das Liquiditätsmanagement; wer Fremdwährungen just in time und nicht in grösserer Menge auf Vorrat kauft, schont seine Liquidität.

Ideal ab 50000 Euro

Dies bestätigt auch Reto Schmid. Der Kundenberater der Filiale Basel der Bank WIR hatte das FX-Trading-Potenzial Roland Fischers erkannt, das Zahlungstool in Seon vor Ort demonstriert und auch gleich installieren dürfen: «Roland Fischer gehört zu den Kunden, auf die FX Trading zugeschnitten ist und die von den Vorteilen maximal profitieren können.» Zum Angebot zählt beispielsweise auch ein Wechselkurs-Alarm, der es erlaubt, sich regelmässig über die aktuellen Entwicklungen an der Devisenfront informieren zu lassen.

Schmid schätzt, dass bis zu sieben von zehn KMU in der Schweiz Waren aus dem Ausland beziehen und Rechnungen in Euro begleichen müssen. Wenn es sich dabei um ein jährliches Volumen von 50000 Euro und mehr handelt, dränge sich das Zahlungstool von FX Trading geradezu auf. Wohlgedenkt: «FX Trading beschränkt sich nicht auf Euro und US-Dollar – es können in über 20 Währungen Transaktionen getätigt werden.»

Von Boom zu Boom

Für Roland Fischer ist jede Entlastung von Büroarbeiten Gold wert. Das Velogeschäft betreibt der gelernte Mechaniker seit 1989 – für den damals 25-Jährigen gerade der richtige Einstieg, um vom damals einsetzenden und bis heute anhaltenden Mountainbike-Boom zu profitieren. «Ich hatte keine Berührungsängste, denn als Motocross-Sportler war ich mit der Idee des Fahrens im Gelände sehr vertraut.» Über mangelnde Arbeit können sich Fischer und seine vierzehn Mitarbeitenden, davon zwei Auszubildende, auch heute nicht beklagen. Die Verkaufszahlen der Mountainbikes werden nämlich von denjenigen der E-Bikes noch in den Schatten gestellt. In diese Kategorie gehören rund 65% der Velos, die das Hauptgeschäft in Seon oder die Werkstatt-Filiale in Buchs verlassen. Zum Teil ist dieses Phänomen auf die Pandemie zurückzuführen. Roland Fischer: «Viele entdeckten das Velofahren neu, waren aber nicht mehr in Form und sattelten auf ein E-Bike um!» Es sei aber nicht so, dass nur ältere Semester von den Vorzügen von E-Bikes profitieren wollen. So kaufen sich Junge anstatt ein Töffli lieber ein E-Bike. Oder junge Familien: «Ein E-Bike in Kombination mit einem Anhänger ist ideal.»



Allrounder: Auch die Mitarbeitenden in der Werkstatt können Verkaufsgespräche und Beratungsgespräche führen.



Alle Bedürfnisse abgedeckt: Die Kundschaft kann aus Velos von rund 10 Marken wählen.



Weniger Gewicht, weniger Rollwiderstand und weniger Pannen: Schlauchlose Reifen sind mit einer Flüssigkeit gefüllt, die Löcher sofort abdichtet.



1995 zügelte ZweiradSport Fischer in den Neubau im Zentrum von Seon.

Rund 1000 Velos verkauft ZweiradSport Fischer im Jahr. Grossgeschrieben wird die Modellvielfalt: Neben den eingangs erwähnten Marken werden auch Velos von Scott, Trek, Cresta, Flyer, BMC und Kristall geführt. Zu den Kindervelos der Marke Puky gesellen sich solche von Pyro. Ab ca. 700 CHF sind Velos bei Fischer zu haben – darunter sei die Qualität einfach ungenügend. Um

mehr Platz für die Velos zu haben, hat Roland Fischer 2011 eine Shimano-zertifizierte Werkstatt an die Verkaufsräume in Seon anbauen lassen.

Fit für die Zukunft

Roland Fischer zweifelt nicht an der Zukunft des Velos. Als nachhaltiges, «grünes» Fortbewegungsmittel ist es dem Auto in diversen Belangen überlegen. «Die Städte sind verstopft, Parkplätze werden immer rarer und teurer – mit dem Velo ist man gerade in Städten schneller und günstiger am Ziel.» Handlungsbedarf sieht Fischer in der Politik, es brauche mehr Radwege – vor allem direkte Radwege – damit das ständige Wechseln der Strassen-seite entfällt. Gegenwärtig hilft sein Sohn Manuel Fischer mit, das Geschäft in die Zukunft zu führen. Ob dieses Engagement in eine Übernahme und Nachfolge mündet, bleibt vorläufig offen: Manuel Fischer ist mit dem Radsport verbunden und wäre als ausgebildeter Polymechaniker prädestiniert, um in die Fussstapfen seines Vaters zu treten. Aber die Interessen des diplomierten Skilehrers und Wirtschaftsingenieurs mit Master-Abschluss sind breit gefächert: «Ich könnte mir auch vorstellen, beispielsweise Digitalisierungsprojekte in der Industrie zu leiten.»

● Daniel Flury

WIRmarket.ch > ZweiradSport Fischer

FX Trading

Mit der zunehmenden Globalisierung wird die Optimierung des Devisengeschäfts zunehmend auch für kleinere und mittelgrosse Unternehmen ein wichtiger Wettbewerbsfaktor. Während grossen Unternehmen eine Vielzahl an wettbewerbsfähigen Banklösungen zur Verfügung stehen, haben KMU oft Mühe, ein erschwingliches und effizientes Handels- und Zahlungstool zu finden.

Gemeinsam mit dem Schweizer Fintech AMNIS Treasury Services AG bietet die Bank WIR mit FX Trading ihren Kundinnen und Kunden eine leistungsstarke und moderne Devisenlösung. Mehr Informationen finden Sie unter wir.ch/fx-de, und die Möglichkeit, ein kostenloses Demo-Konto zu eröffnen, finden Sie hier: wir.ch/amnis.

Kundinnen und Kunden der Bank WIR profitieren bei FX Trading von AMNIS von Spezialkonditionen.



«Immer Top-Zinsen
beim Sparen &
Vorsorgen.»

Jetzt
Konto
eröffnen

Sina Ulmann,
Eventmanagerin bei der Bank WIR

«TopCC ersetzt mein Warenlager!»

16 Monate nach einem Brand hat Patrick Züger sein Restaurant Kreuz in Zuzwil am 22. März wiedereröffnet. Dank viel Improvisationsgeschick konnte der Betrieb in reduzierter Form während der Renovationsarbeiten aufrechterhalten werden. Auch dem TopCC Grossmarkt in Zuzwil kam und kommt eine Rolle zu.



Das Restaurant Kreuz, drei Wochen vor der Wiedereröffnung am 22. März.

Den Lockdown während der Pandemie nutzte Patrick Züger, um das 1995 von seinen Eltern übernommene «Kreuz» auf Vordermann zu bringen. Neue Lampen, neue Fenster, neue Böden, neue Farbe an den Wänden – alles war bereit, um nach der Zwangspause die Gäste in einem aufgefrischten Ambiente empfangen zu können. Dann kam der Morgen des 15. Novembers 2021. Ein Feuer brach aus und zerstörte das gesamte Innere des Gebäudes, obwohl der Brand schon nach einer Stunde unter Kontrolle gebracht werden konnte. Dazu musste die Feuerwehr allerdings Wände und Decken durchbrechen. Nur die als schützenswert eingestufte Fassade blieb im Grossen und Ganzen unversehrt.

Der Anordnung der Betriebsunterbrechungsversicherung, als Sofortmassnahme das gesamte Personal zu entlassen, kam Züger nicht nach. Vielmehr spannte er die zu einem grossen Teil langjährigen Mitarbeitenden ein, um Aufräumarbeiten zu erledigen und den dank einer Brandschutzmauer heil gebliebenen Bankettsaal in der angrenzenden Scheune herzurichten. «Wir konnten dort neben Plätzen für 30 Gäste ein Büro und einen Lagerraum unterbringen. Mit einer Küche und einem Buffet in einem Provisorium gelang es, den Betrieb während des Wiederaufbaus in reduzierter Form am Laufen zu halten.»

Komplizierter Wiederaufbau

Im Vergleich zu anderen Opfern von schweren Gebäudeschäden war Züger im Umgang mit Versicherungen zunächst im Vorteil: «Ich hatte bei der Übernahme des Betriebs 1995 eine Betriebsunterbrechungsversicherung abgeschlossen, die während der Pandemie zum Zug

Patrick Züger (l.) und Verkaufsberater
Andreas Sprecher in der Fleischabteilung
des TopCC Grossmarkts in Zuzwil.

Fotos: Henry Muchenberger





Aus dem Dachstock gerettetes Fachwerk dient nun als Raumteiler im Restaurant.



Das gänzlich neu aufgebaute und vergrösserte Restaurant mit neuem Fischgrätparkett.



Patrick Züger und seine Frau Svea Johansson-Züger freuten sich während des Wiederaufbaus des «Kreuz» über die Unterstützung und Solidarität der Zuzwilerinnen und Zuzwiler.

kam. Als das Unglück passierte, waren die für die Versicherungen nötigen Kennzahlen deshalb schon vorliegend.» Die besonderen Umstände des Aufbaus eines innen zerstörten Hauses mit intakter Fassade führten aber zu langwierigen Abläufen und Verhandlungen. Allein die Offertenphase für die Gebäudeversicherung habe vier Monate gedauert. «Das Gebäude wurde dann unter Beibehaltung der Aussenhülle vom Keller bis in den dritten Stock ausgehöhlt und neu aufgebaut, wozu die verschiedenen, vor allem lokalen Handwerker – Zimmermann, Elektriker, Bodenleger usw. – nach jeder Etage immer wieder neu aufgeboten werden mussten.» Die entstandenen Mehrkosten seien leider nicht durch die Gebäudeversicherung gedeckt. «Ein Beispiel: Die betonierte Treppe in den ersten Stock war noch intakt, doch aufgrund neuer Auflagen musste sie abgebrochen und verbreitert neu gebaut werden. Die Versicherung übernimmt aber nur die Kosten, die durch das Reinigen und Malen der alten Treppe entstanden wären.»

«Kein Tamtam»

Verständlich, dass Patrick Züger nun erleichtert und mit Optimismus in die Zukunft blickt: «Die Neugier im Dorf und bei den Gästen ist gross, in den ersten Wochen nach der Neueröffnung wird einiges los sein.» Besondere Anlässe plant Züger jedoch nicht: «Ich will kein Tamtam, sondern so schnell wie möglich wieder Normalbetrieb.» Im neuen Restaurant mit 70 Plätzen werden die Gäste



Kirschbaumtische und Stühle von Horgenglarus setzen Akzente.

wie gewohnt von Mittwoch bis Sonntag bedient. In den Genuss der abwechslungsreichen Mittags- und Abendmenüs kommt man auch im Garten, dem Olivenbäume und Oleander einen mediterranen Touch verleihen. Ganz besonders freut sich Patrick Züger auf den Herbst: «Das Wildbuffet ist unsere Spezialität, die man sich nicht entgehen lassen sollte!»

Sie erledigen einen Grossteil Ihrer Einkäufe für das Restaurant Kreuz im TopCC Grossmarkt in Zuzwil. Waren Sie schon Kunde von TopCC, bevor der Grossmarkt WIR-Partner wurde?

Patrick Züger: Ja, ich bin mit dem «Kreuz» seit der Übernahme des Restaurants 1995 ein regelmässiger Kunde des Grossmarkts, den TopCC im Jahr 2000 übernommen hat – und der ja nur zwei Minuten vom «Kreuz» entfernt ist! Dass ich meine Einkäufe bei TopCC neu mit einem WIR-Anteil von 20 % bezahlen kann, hat mich natürlich sehr positiv überrascht und wird unsere Kundenbeziehung weiter festigen. Und dass man als Grossabnehmer und WIR-Partner die Monatsrechnung mit der WIRcard an der Kasse von TopCC bezahlen kann, finde ich gut gelöst.

Sie erhalten Ihr Wild von Jägern aus der Region und Eier oder Fleisch von lokalen Landwirten. Was kaufen Sie im Grossmarkt ein?

TopCC und WIR-Netzwerk – das müssen Sie wissen

- WIR-Kundinnen und -Kunden können alle Artikel (ausgenommen Tabakwaren/Zigaretten und wenige weitere wie Depot/Gebinde, Gebührenmarken, Wertkarten wie z.B. i-Tunes-Karten) mit einem WIR-Anteil von **20 %** bezahlen.
- Der WIR-Anteil bezieht sich auf den Preis **ohne Mehrwertsteuer**.
- Der Teil in Schweizer Franken muss **in jedem Fall** mit der **WIRcard** oder der **WIRcard plus** bezahlt werden.
- Abgerechnet wird über das **CHF-Konto** (Kontokorrent) der Bank WIR, welches alle Kundinnen und Kunden mit einem WIR-Konto als Teil des KMU-Pakets besitzen. **Wichtig:** Vor dem Einkauf muss genügend Geld auf dem CHF-Konto vorhanden sein.
- Für den Einkauf bei TopCC benötigen die Kundinnen und Kunden eine **Einkaufskarte**. Diese ist in den Märkten sowie online unter www.topcc.ch/kundenbereich/kartenantrag erhältlich. Bei Fragen hilft die Gratis-Hotline unter der Nummer 0800 800 070 weiter.

Praktisch alles, auch Fleisch: Ich habe gerade ein halbes Kalb bei einem Bauern gekauft, aber ein Bäckli und die rund 20 Steaks aus dem Nierstück decken den Bedarf nicht. Hier springt die Metzgerei des TopCC Grossmarkts ein, wo ich überdies das Geflügel, das Schweinefleisch und alle übrigen Fleischwaren inklusive Aufschnitt einkaufe. Dazu kommen Milch- und Tiefkühlprodukte, Zucker, Salz, Gewürze, Essig, Öl, Ketchup – die ganze Palette! Nicht zu vergessen der ebenfalls wichtige Non-

Food-Bereich, also z.B. Waschmittel, WC-Papier oder Geschirrtücher.

Gibt es ein Angebot, das Sie vermissen?

Ich bin mit der Auswahl sehr zufrieden. Wie jedes Gastro-Unternehmen haben wir einige weitere Lieferanten, etwa für gewisse spezielle Non-Food-Produkte. Aber TopCC baut das Angebot kontinuierlich aus. Das beobachte ich auch bei vegetarischen Artikeln.

Wer kauft ein und wie oft?

Zu 80 % Prozent erledige ich die Einkäufe bei TopCC persönlich, etwa zwei bis drei Mal die Woche. Ich weiss genau, was wir benötigen und wo es zu finden ist. Deshalb dauert der Einkauf in der Regel nur 10 bis 15 Minuten. Ich studiere die Newsletter von TopCC vorgängig genau und achte auf Aktionen. Der Jahresaufstellung, die man als Grossabnehmer von TopCC erhält, kann ich entnehmen, dass hinter rund einem Drittel meiner Einkäufe Aktionspreise stehen.

Ich kann sagen, dass TopCC heute mein Warenlager ist. Mit der Renovation des «Kreuz», der Umstellung auf Erdsondenheizung und der Installation der neuen Heiz- und Lüftungssysteme wurde das frühere Warenlager zum Technikraum umfunktioniert. Wir haben nur noch ein paar Schränke für das Allernötigste.



Die langjährige Mitarbeitende Maria Gläser beim Wiederauffüllen des Weinkellers im Restaurant Kreuz.



Patrick Züger lässt sich von Andreas Sprecher das Spirituosenangebot im TopCC Grossmarkt zeigen.



Mitarbeitende der Firma Heer AG Gastronomie-Einrichtungen beim Einbau der neuen Küche.

Nutzen Sie das breite Weinangebot von TopCC?

Von TopCC beziehe ich alle Spirituosen, und bei interessanten Aktionen kaufe ich selbstverständlich auch Wein ein, wobei ich seit über 20 Jahren auch direkt bei Weinbauern einkaufe und andere Lieferanten ebenfalls berücksichtige.

TopCC legt Wert auf kompetente Beratung. Nehmen Sie diese in Anspruch?

Ja. Ich habe ein gutes Verhältnis zu den Mitarbeitenden von TopCC und immer Zeit für ein Gespräch. Ich schätze es, wenn ich auf Sonderangebote aufmerksam gemacht werde oder wenn ein gerade nicht mehr vorhandener Artikel in einer anderen Filiale organisiert werden kann.

Besonders froh war ich über den zuvorkommenden und unkomplizierten Service der TopCC Metzgerei: Ich konnte hier während des Wiederaufbaus des «Kreuz» – als wir nicht mehr Platz für alle unsere Maschinen hatten – mein Fleisch zu Hackfleisch verarbeiten und die Haxen sägen lassen!

● Daniel Flury

WIRmarket.ch > Kreuz Zuzwil

**TopCC:
11 Standorte in der Deutschschweiz**



Für die Öffnungszeiten konsultieren Sie bitte topcc.ch.

Hauptsitz TopCC AG
Schlachthofstrasse 12
9015 St. Gallen
T: 0800 800 070
F: 071 314 76 70

TopCC Rothrist
Bernstrasse 30
4852 Rothrist

TopCC Buchs SG
Fuchsbühelstrasse
9470 Buchs

TopCC Rümlang
Riedmattstrasse 8
8153 Rümlang

TopCC Diessenhofen
Chli Ratihard
8253 Diessenhofen

TopCC Sihlbrugg
Sihlbruggstrasse 107
6340 Baar

TopCC Henschiken
Industriestrasse 6
5604 Henschiken

TopCC St. Gallen
Gaiserwaldstrasse 6
9015 St. Gallen

TopCC Kriens
Ringstrasse 17
6010 Kriens

TopCC Winterthur
Töss / In der Au 9
8406 Winterthur

TopCC Muri bei Bern
Thunstrasse 235
3074 Muri

TopCC Zuzwil SG
Herbergstrasse
9524 Zuzwil

Artgrade your business!

Schnitt für Schnitt

Der Schweizer Maler Franz Gertsch (1930–2022) entwickelte mit Ruhe und Kontinuität monumentale Bilder und Holzschnitte. An seinem Beispiel zeigt sich: Beharrlichkeit und Ausdauer sind Superkräfte.

Franz Gertsch sitzt beim Arbeiten auf einem Drehstuhl auf einer Hebebühne. Jeden Tag setzt er sich dorthin und hebt unzählige kleine Punkte aus der riesigen Lindenholzplatte. Etwa ein Jahr lang arbeitet er an einem Holzschnitt. Tag für Tag und Schnitt für Schnitt. Damit veranschaulicht der Künstler, wie sich imposante Projekte erreichen und in Tagesaufgaben herunterbrechen lassen. Was es dafür braucht: Ruhe, kontinuierliche Qualität und Durchhaltevermögen.

Ein gewöhnliches Kraut wird zum Star

Der Maler und Druckgrafiker Franz Gertsch ist bekannt für seine monumentalen, scheinbar fotorealistischen Porträts und Holzschnitte wie «Pestwurz 1993». Das Faszinierende an dieser Arbeit ist die für Holzschnitte gigantische Grösse von 215 × 156 Zentimetern und die dafür benötigten unzähligen winzigen Einkerbungen, um die Zeichnung sichtbar werden zu lassen. Gertsch hat dafür zunächst einen Wiesenausschnitt hinter seinem Haus im bernischen Rüschegg fotografiert. Dann verwandelt der Künstler die Pestwurz, die feinen Grashalme sowie die propellerartig positionierten Erdbeerblätter links im Bild zeichnerisch in einen Dschungel, indem er das Motiv für die Druckplatte des Holzschnitts extrem vergrössert. Am Ende des Schneideprozesses drucken Gertsch und einige Helfer die Platte auf dünnes, speziell für den Künstler von einem japanischen Papiermeister angefertigtes Japanpapier. Erst jetzt zeigt sich das Bild des einfarbigen Holzschnitts.

Die Pestwurz erinnert mit ihren riesigen Blättern an Rhabarberpflanzen und erreicht gewöhnlich eine Wuchshöhe von bis zu 40 Zentimetern. Der Pflanzename rührt übrigens daher, dass mit dieser im Mittelalter die Pest be-

handelt wurde. Und wieso wählte Gertsch die Pestwurz als Sujet für seine Bilder? «Rings um das Haus spriesst manchmal schon im Januar die Pestwurz. Ein unbedeutendes Unkraut. Aber eines Morgens im Mai lag auf ihren Blättern goldockeriger Saharastaub. Da entdeckte ich ihre Schönheit und erkor sie zur Akteurin meiner Holzschnitte», äusserte sich der Künstler zur Motivwahl.

Aus der Vogelperspektive das eigene Unternehmen betrachten

Die Wege zum Bild liegen bei Gertsch in der totalen Vergrösserung und Überhöhung. Die Sujets an sich sind nicht spektakulär, erst durch die Transformation in das riesige Format und die malerische Interpretation entsteht ein eindrückliches Kunstwerk. «Ich mache das nicht einfach nur, damit es gross ist, damit es auffällt, sondern damit es Raum einnimmt, damit es dieses Nah- und Fern-Erlebnis zulässt», erklärt Gertsch seine Grössenwahl. Steht man direkt vor dem Holzschnitt, sind lediglich Punkte und Strukturen zu erkennen. Das vollständige Bild wird erst sichtbar, wenn man einige Meter zurücktritt. So verhält es sich auch mit dem eigenen Unternehmen. Es braucht regelmässig einen Blick mit Abstand, um beispielsweise neue Märkte, Zielgruppen oder neue Anwendungsfelder erkennen zu können, um etwa einen unberührten Markt zu kreieren, auf dem es sich konkurrenzlos agieren lässt.

Diese Aufsichts- oder Vogelperspektive erreichen Sie, indem Sie Fragen stellen. Die Wirtschaftswissenschaftler W. Chan Kim und Renée Mauborgne beschreiben das detailliert in ihrem Buch «Blue Ocean Strategy». Zu untersuchen sind in diesem Zusammenhang strategische Schlüsselemente, etwa: Wie können Sie den Wert Ihrer



Um diesen monumentalen Holzschnitt herzustellen, brauchte es viel Ausdauer: Franz Gertsch, Pestwurz 1993, Holzschnitt, 215 x 156 cm, Abzug auf Kumohadamashi-Japanpapier, Druck ea 2/6.

Foto:
Franz Gertsch AG

Angebote für Ihre Kundinnen und Kunden signifikant steigern? Welche Angebotsfaktoren, wie zum Beispiel der Preis eines Produkts, lassen sich weit unter den Branchenstandard senken? Und welche Faktoren können Sie eliminieren, die in Ihrer Branche als selbstverständlich angesehen werden, um Kosten zu senken? Denken Sie beispielsweise an die günstige Design-Hotelkette Motel One, die auf Design setzt und dafür auf das sonst übliche hoteleigene Restaurant verzichtet. Wie also sehen Ihr strategisches Profil und Ihre Kostenstruktur im Vergleich zu Ihren Wettbewerbern aus? Wo liegt Ihr blauer Ozean?

Jana Lucas im Fokus



«Artgrade your business!» heisst die Kolumne von Jana Lucas. Darin zeigt die promovierte Kunsthistorikerin, wie bildende Kunst als Ressource speziell für die Wirtschaft dienen kann. Denn wer unternehmerisch gestaltet, profitiert von künstlerischen Arbeitsweisen,

so die These von Jana Lucas. Innovationen kann nur entwickeln, wer neu denkt und eigene Positionen einnimmt. Künstlerinnen und Künstler bieten dafür Vorbilder. Die Kolumne nutzt Kunst daher als Trainingsgelände für unternehmerisches Handeln und bietet viele praktische Beispiele, um grundlegende Entscheidungen aus einer neuen Perspektive zu reflektieren, die eigenen Vorstellungen herauszufordern, den Fokus zu schärfen und konkrete Schritte für die gezielte Umsetzung abzuleiten.

In ihrem kunstbasierten Consulting mit Schwerpunkt Innovations- und Strategieentwicklung verbindet Jana Lucas unter dem Motto «Von der Kunst lernen» ihre jahrelange Erfahrung im Marketing mit Fragestellungen zu künstlerischen Gestaltungsprinzipien. Dabei spannt sie den Bogen zwischen Kreativität, Innovation sowie Wahrnehmung in der Kunst zu deren Bedeutung für Unternehmen. Darüber hinaus arbeitet Jana Lucas Unternehmens- sowie Privatsammlungen kunsthistorisch auf und erschliesst so deren Mehrwert für Unternehmen. Als Autorin veröffentlichte sie 2021 das erfolgreiche Sachbuch «Die geheimen Pionierinnen der Wirtschaft – Aussergewöhnliche Frauen, die unsere Wirtschaftswelt nachhaltig geprägt haben».

janalucas.ch

Schon zu Lebzeiten ein eigenes Museum

Der im Dezember 2022 im Alter von 92 Jahren verstorbene Franz Gertsch kommt 1930 in Möringen am Bielersee zur Welt und wächst dort sowie in Bern auf. Erst Ende der 1960er-Jahre findet Gertsch als Maler seinen Stil, und es gelingt ihm der internationale Durchbruch, als er ab 1971 Jugendliche aus der schillernden Luzerner Kunstszene porträtiert und 1972 das gigantische Gemälde «Medici» auf der documenta 5 in Kassel ausstellt. 1976 zieht der Maler mit seiner Familie nach Rüschegg im Kanton Bern in ein grosses Bauernhaus mit Land. Dort beginnt Gertsch, Landschaften zu malen. Seine Frau Maria Gertsch berät ihn bei der Motivwahl und Ausführung der Arbeiten. Im Jahr 2002 erhält der Künstler in Burgdorf i. E. von einem Mäzen sein eigenes Museum. Dies ist aussergewöhnlich für einen noch lebenden Künstler. Sein überschaubares Oeuvre bekommt hier einen idealen Ausstellungsraum.

Jede gigantische Aufgabe lässt sich in eine kleinstmögliche Aktion aufteilen

Von Franz Gertsch lässt sich einiges in Bezug auf seine Arbeitsweise abschauen. Wie bewältigte der Maler den hohen Arbeitsaufwand? Jede herausfordernde Aufgabe lässt sich auf eine kleinstmögliche Einheit herunterbrechen. Bei den mehr als drei Quadratmeter grossen Holzschnitten von Franz Gertsch ist eine winzige Einkerbung auf der Holzoberfläche die kleinstmögliche Aktion. Pro Tag nimmt sich der Künstler einige Quadratzentimeter vor und fügt so Stück für Stück über Monate, in der Regel etwa über ein Jahr, zu einer Waldlandschaft oder zu einem Wiesenausschnitt zusammen. Tagesportionen oder auch «Tageslandschaften» nennt Gertsch diese Arbeiten. Hartnäckigkeit und handwerkliches Können fallen bei dieser Art zu arbeiten zusammen. Nur wer sein Handwerk beherrscht und durch enormes Durchhaltevermögen aus vielen Details eine gestaltete Ganzheit zusammenführen kann, entwickelt am Ende Kunst. Dann ist das Ergebnis mehr als die Summe Zehntausender Schnitte. Im Umkehrschluss bedeutet das, dass jedem grossen Werk minimale Einzelschritte zugrunde liegen, die man unermüdlich wiederholt. Und der einzige Schnitt, der im Augenblick zählt, ist immer nur der nächste.

Eine grosse Vision und die Ausdauer, diese umzusetzen, bilden ebenso zentrale Faktoren, wenn ein unternehmerisches Vorhaben gelingen soll. Die US-amerikanische Unternehmerin Martha J. Coston (ca. 1826 – ca. 1905) etwa entwickelte im 19. Jahrhundert Leuchtraketen für die Schifffahrt. Nachdem sie zehn Jahre lang die Leuchtsignale zur Produktionsreife geführt hatte, musste sie wiederum mehr als zehn Jahre durch Europa und die USA reisen, um diese an Marineeinheiten und die zivile Küstenwache zu verkaufen. Unermüdlich schrieb sie Briefe, machte Termine ab, wurde vor Admirälen vorstellig, er-

klärte den Nutzen ihrer Produkte und versuchte, ihre Patente zu schützen. Schritt für Schritt.

Beharrlichkeit ist eine Superkraft

Was Martha J. Costons unternehmerisches Vorgehen genauso wie die Arbeitsweise von Franz Gertsch an seinem Holzschnitt veranschaulichen, ist, dass sich Beharrlichkeit als Superkraft erweist, wie es Rich Litvin formuliert. Der Leadership Coach zitiert in diesem Zusammenhang Winston Churchill mit den Worten: «Erfolg ist nicht endgültig, Misserfolg ist nicht fatal, es ist der Mut zum Weitermachen, der zählt.» Machen Sie weiter wie Franz Gertsch. Tag für Tag. Schnitt für Schnitt.

- Was sind Ihre «Tageslandschaften» bei Ihren grossen Zielen? Was sollten Sie jeden Tag tun?
- Wo lohnt es sich, mit Abstand auf Ihr Unternehmen zu blicken? Was erfahren Sie aus der Vogelperspektive über Ihr Unternehmen?
- Wo erkennen Sie unberührte Märkte?

Artgrade your business!

● Ihre Jana Lucas

Der Ausflugstipp zur Kolumne ins Emmental:

Was macht die fotorealistischen Werke von Franz Gertsch so besonders? Und wie kommen die Löcher in den Emmentaler Käse? Nach einem Besuch im Museum Franz Gertsch in Burgdorf – und wenn die Zeit reicht einem Abstecher ins imposante Schloss Burgdorf – lohnt sich die Weiterfahrt zur Emmentaler Schaukäserei nach Affoltern i.E., um die kulinarischen Highlights des Emmentals zu entdecken.

Adressen:

Museum Franz Gertsch
Platanenstrasse 3
3401 Burgdorf

Emmentaler Schaukäserei
Schaukäsereistrasse 6
3416 Affoltern i.E.

Lassen Sie sich keine leeren QR-Rechnungen andrehen!

Rechnungssteller müssen von Beginn weg komplette QR-Rechnungen erzeugen, denn der Swiss QR Code kann nicht verändert werden.

Über den Autor




Beni Schwarzenbach ist ehemaliger Projektleiter zur QR-Rechnung bei der SIX Group AG, heute Geschäftsleiter von QR Modul.



Vor der QR-Rechnung war es eine weitverbreitete Praxis, dass Rechnungssteller neutrale Einzahlungsscheine bei den Banken bezogen, die zwar ihre eigene Adresse und Kontonummer enthielten, aber keine Angaben zur zahlungspflichtigen Person oder zum Rechnungsbetrag. Diese Angaben haben sie dann am eigenen Drucker selber ergänzt. Diese Praxis ist mit der QR-Rechnung nicht mehr möglich, weil der Swiss QR Code nicht verändert werden kann. Es ist daher wichtig, dass Rechnungssteller von Beginn weg komplette QR-Rechnungen erzeugen.

Die QR-Rechnung, genauer gesagt der Beleg, der QR-Zahlteil heisst, besteht aus dem Swiss QR Code und einem Sichtteil, der die Rechnungsangaben als Klartext zeigt. Diese beiden Elemente müssen übereinstimmen, wenn er bei der zahlungspflichtigen Person ankommt. Das bedeutet, dass die Rechnungssteller die neutralen Belege, in denen die Adresse des Zahlungspflichtigen und der Rechnungsbetrag fehlen, nicht wie früher selber nachdrucken können. Es macht daher wenig Sinn, dass einige Banken diesen Service immer noch anbieten. Ausserdem ist dieses Vorgehen wenig kundenfreundlich, weil der Aufwand einfach an den Zahlungspflichtigen abgeschoben wird. Bei Zahlungen über die digitalen Kanäle, wie e- oder Mobile-Banking, ist dies in der Regel nur ein kleines Problem, weil die Adressdaten des Zahlers nach dem Login automatisch angereichert werden und somit nur noch der Betrag manuell eingesetzt werden muss. Dennoch ist dieser Schritt bereits eine mögliche Fehlerquelle.

<p>Empfangsschein</p> <p>Konto / Zahlbar an CH74 0839 1812 9805 1180 0 Malermeister Steiger Pinselweg 12 3000 Bern</p> <p>Zahlbar durch (Name/Adresse)</p> <p>Währung Betrag CHF 100.00</p> <p>Annahmestelle</p>	<p>Zahlteil</p>  <p>Währung Betrag CHF 100.00</p>	<p>Konto / Zahlbar an CH74 0839 1812 9805 1180 0 Malermeister Steiger Pinselweg 12 3000 Bern</p> <p>Zahlbar durch (Name/Adresse)</p>
---	---	--

Neutraler QR-Zahlteil mit fehlenden Angaben zum Zahlungspflichtigen und zum Rechnungsbetrag. Der Zahlungspflichtige muss seine Angaben innerhalb der eckigen Klammern selbst eintragen.

Etwas anders verhält es sich beim Bezahlen über die klassischen Kanäle, insbesondere am Postschalter. Bevor der Zahlungspflichtige eine solche QR-Rechnung am Postschalter bezahlen kann, muss er seine Adresse und den Rechnungsbetrag handschriftlich ergänzen. Was bei einer oder bei zwei Rechnungen pro Monat noch nicht nach viel Aufwand tönt, wird schnell einmal mühsam, wenn er zehn bis zwanzig Rechnungen im Monat bezahlt. In diesem Fall sollte er seine Gläubiger auffordern, ihm einen komplett ausgefüllten QR-Zahlteil zu senden. Zahlungen am Postschalter sind übrigens immer noch sehr beliebt: Jährlich erfolgen rund 150 Millionen Zahlungen über diesen Kanal!

Komplette QR-Zahlteile sind auch im Interesse des Rechnungsstellers

Unvollständig ausgefüllte QR-Zahlteile sind nicht nur für Zahlungspflichtige ein Ärgernis, sondern auch nachteilig für den Rechnungssteller selbst. Die Post verlangt für die manuelle Nacherfassung von Adresse und Betrag eine Gebühr von 84 Rappen pro Zahlung – zusätzlich zu den üblichen Schaltereinzahlungsgebühren. Bei 100 Rechnungen im Monat ergibt dies Mehrkosten von 84 CHF im Monat beziehungsweise von über 1000 CHF im Jahr. Damit sind die neutralen QR-Zahlteile nicht nur ein Ärgernis für Kundinnen und Kunden, sondern generieren auch für die Rechnungsstellenden unnötige Ausgaben. Die 9 CHF pro Monat, die beispielsweise für die Nutzung von QR Modul anfallen, rechnen sich somit schnell.

Die bequemste Variante: pdf-Rechnungen per E-Mail

Für Zahlungspflichtige, die gerne die digitalen Kanäle nutzen, wäre ein medienbruchfreier Prozess ohnehin am effizientesten. In diesem Fall würden sie QR-Rechnungen im pdf-Format via E-Mail empfangen. Viele Banken in der Schweiz bieten bereits heute die Option, solche pdf-Rechnungen in die eBanking-Applikation hochzuladen oder mittels Drag&Drop hineinzuziehen, wo der Swiss-QR-Code dann automatisch ausgelesen wird. Danach prüft der Zahlungspflichtige nur noch die Zahlungsdaten und gibt die Zahlung frei, wenn alles ok ist. Dieser Prozess ist sogar noch schneller und einfacher als die Bezahlung einer eBill, weil er die Rechnungsdetails in der pdf-Rechnung anschauen kann und sich hierfür nicht zuerst auf einer Dritt-Webseite einloggen muss. Ausserdem können die Rechnung problemlos auf dem eigenen Gerät archiviert oder das E-Mailsystem als Archiv genutzt werden. QR Modul bietet die Option, QR-Rechnungen direkt aus der Applikation heraus per E-Mail zu verschicken. Damit sind nicht nur die Zahlungspflichtigen optimal bedient, sondern auch die Rechnungsstellenden, die so ihren Aufwand für die Rechnungsstellung minimieren.

● Beni Schwarzenbach

Der Unternehmergeist und die Banken

Liebe Leserin, lieber Leser

Es ist wie ein Kampf zwischen David und Goliath, oder, mit Klischees ausgedrückt: Der Unternehmer ist der kleine, aber tapfere David, der sich mit allen Mitteln gegen den mächtigen Banken-Goliath stellt. Die Unternehmerin hat die Vision und den Traum, eine erfolgreiche Firma aufzubauen, während die Banken nur auf ihre eigenen Gewinne aus sind. Der KMU-ler kämpft gegen bürokratische Hürden, während die Banker sich in ihren schönen Büros zurücklehnen und ihre goldenen Uhren bewundern. Der Unternehmer schläft wenig und arbeitet hart,

während die Bankerinnen sich auf Meetings und Golfplätzen vergnügen. Und dann kommt der Tag, an dem der Unternehmer die Bank um einen Kredit bittet. Es ist, als ob der kleine David vor dem übermächtigen Goliath steht und um Gnade winselt. Der Unternehmer wird mit einer Flut von Formularen und Anforderungen überschwemmt, während die Banken ihre Macht demonstrieren und entscheiden, ob sie dem Unternehmer helfen oder nicht. Die Unternehmerin betet, dass die Bank ihre Vision teilt und ihren Traum unterstützt, während die Bank nur auf die Risiken und Renditen schaut.

Solches und ähnliches höre ich landauf, landab von vielen Gewerblern.

Ich kenne etliche Unternehmerinnen, welche die Banken nicht lieben, weil sie immer das Gefühl haben, dass diese ihnen das Leben schwer machen. Es ist wie ein klassisches «Katz' und Maus»-Spiel. Die Banken sind die Katzen und die Unternehmer die Mäuse. Die Banken jagen die Unternehmer, indem sie ihnen hohe Zinsen und Bedingungen auferlegen, und die Unternehmer versuchen, ihnen zu entkommen, indem sie sich durch alle möglichen Schlupflöcher quetschen. Es ist wie ein endloser Kampf, in dem die Unternehmer das Gefühl haben, dass die Banken sie ausnehmen wollen, während die Banken das Gefühl haben, dass die Unternehmer zu viel Risiko eingehen. Aber am Ende des Tages sind sie wie Öl und Wasser, sie brauchen sich gegenseitig, können sich aber nicht leiden.

Es gibt mehrere Gründe, warum ein Unternehmer in der Zusammenarbeit mit Banken verunsichert sein kann:

1. Unklare Anforderungen: Banken haben oft komplexe Anforderungen bei der Beantragung von Krediten und Finanzierungen, was für Unternehmer zuweilen schwer zu verstehen ist.
2. Lange Bearbeitungszeiten: Die Bearbeitung von Kreditanträgen und Finanzierungen kann sehr lange dauern, was bei vielen Unternehmern zusätzlichen Stress verursacht.
3. Kreditentscheidungen: Unternehmer sind oft besorgt darüber, dass ihre Kreditanträge abgelehnt werden, was ihre Fähigkeit beeinträchtigt, ihre Visionen umzusetzen.
4. Beziehung: Unternehmer befürchten manchmal, dass sie nicht die richtigen Leute kennen, um eine erfolgreiche Beziehung zu einer Bank aufzubauen und dadurch keine adäquate Finanzierung erhalten.

Der Unternehmergeist im Fokus



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

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

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



Foto: iStock

5. Regulierungen: Unternehmer können unsicher sein, wie sie Regulierungen umsetzen sollen, die von Banken und Finanzaufsichtsbehörden aufgestellt werden, und dadurch Angst haben, gegen Regeln zu verstossen.

Hier ein paar Tipps vom Unternehmergeist (war lange bei der Finanzexperten-Ausbildung als Dozent tätig), wie ein Bankengespräch proaktiv gestaltet werden kann:

- a. Banken als Partner und nicht als Feinde betrachten,
- b. in einem Gespräch fachlich und sachlich Klartext reden,
- c. eine krisenhafte Situation weder beschönigen noch verschleiern – und niemals emotional werden,
- d. ein Bankengespräch mit höchster Detailverliebtheit vorbereiten.
- e. Wenn nötig, Experten um Rat und Begleitung bitten – und zwar solche, die wissen, wie Banker denken.

Wenn Banken und KMU-ler eine transparente und offene Kommunikation führen, gemeinsam flexible Lösungen erarbeiten, beiderseitig Unterstützung leisten, eine Vertrauensbeziehung aufbauen, Risiken minimieren und Regulierungen einhalten, können alle dazu beitragen, die gegenseitige Akzeptanz zu steigern und eine erfolgreiche partnerschaftliche Zusammenarbeit zu ermöglichen.

Es kann manchmal schwierig sein, eine gemeinsame Sprache zu finden, aber schlussendlich sind sowohl die Unternehmen als auch die Banken wichtig für eine erfolgreiche Wirtschaft und den Fortschritt. Der Unternehmer schafft Arbeitsplätze und ermöglicht Innovationen, während die Banken die Finanzierung bereitstellen und somit das Prosperieren des Unternehmens ermöglichen. Es ist wichtig, dass beide Seiten ihre Unterschiede anerkennen und zusammenarbeiten, um gemeinsam Erfolg zu haben. Bestimmt ist dies nicht immer einfach, aber mit ein wenig Verständnis und Flexibilität kann die Zusammenarbeit zwischen Unternehmerinnen und Banken erfolgreich sein.

Denn: *«In Wirklichkeit hat Goliath bei David Kredit aufgenommen»*

(Manfred Hinrich)

Auf gute Bilanzgespräche und bis bald,

● *Dein Unternehmergeist*

Ein Sonntag im Zeichen von WIR

3. WIR-Messe Ostschweiz

Am Sonntag, 16. April, stehen im sankt-gallischen Wil alle Zeichen auf WIR: Messechef Walter Sonderer und rund 60 Aussteller aus dem WIR-System erwarten neugierige Besucherinnen und Besucher, die WIR-Guthaben ausgeben und sich mit anderen WIR-Partnern vernetzen wollen.

Die WIR-Messe Ostschweiz wurde 2020 als Tischmesse Ostschweiz geboren. Welcher Gedanke steckt hinter der Umbenennung?



Walter Sonderer: Die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf die Messebranche sind ein Grund für die Umbenennung. Viele Messen und Veranstaltungen mussten aufgrund von Gesundheits- und Sicherheitsbedenken abgesagt oder verschoben werden, was zu erheblichen Verlusten für Veranstalter und Aussteller führte. Eine Tischmesse ist ein kleineres Format, bei dem Aussteller an Tischen sitzen und ihre Produkte oder Dienstleistungen präsentieren, während Besucher von Tisch zu Tisch gehen und sich über die Angebote informieren können. Mit der Umbenennung erhalten nun auch Aussteller, bei denen eine Präsentation auf einem Tisch nicht sinnvoll ist, die Möglichkeit, ihr Warenangebot individuell auf einer Ausstellfläche nach ihrem Gusto zu zeigen.

Im Gegensatz zu traditionellen Messen in grossen Ausstellungshallen und Ständen kann eine regionale Messe einfacher organisiert und durchgeführt werden. Das ist in Zeiten von Unsicherheit und begrenzten Ressourcen vorteilhaft. Die Umbenennung von Tischmesse Ostschweiz zu WIR-Messe Ostschweiz ist für uns Veranstalter auch ein Versuch, sich an die aktuellen Herausforderungen anzupassen und ein sichereres und kosteneffizienteres Format anzubieten.

Was beinhaltet die Zusammenarbeit mit der WIR-Expo in Zürich?

Bei dieser Zusammenarbeit zwischen zwei Messeveranstaltern können wir gegenseitig Ressourcen und Kompetenzen bündeln, und so bessere Messeerfahrungen für Aussteller und Besucher schaffen.

Es ist auch in Sachen Marketing ein grosser Vorteil. Durch das Kombinieren von Marketingaktivitäten wird eine grössere Reichweite erzielt, und mehr potenzielle Besucher und Aussteller werden angesprochen. Wir als Veranstalter können unsere Termine und Standorte besser koordinieren, um uns gegenseitig zu ergänzen und Konkurrenz zu vermeiden. Auch das Teilen von Know-how und Erfahrungen ist sehr wertvoll.

Welche Branche fehlt an der Tischmesse und sollte 2024 unbedingt dabei sein?

In der Regel hängt die Entscheidung, welche Branchen an einer Messe teilnehmen sollten, von den Interessen der Messe ab. Unsere regionale WIR-Messe Ostschweiz beispielsweise ist auf kleine und mittelständische Unternehmen ausgerichtet. Gesucht sind natürlich immer Branchen, welche eine grosse Besucherschaft an die Messe ziehen. An der WIR-Messe vom 16. April vermischen wir Aussteller mit Uhren und Schmuck, Fahrräder oder Bikes. Wir werden an unserer Messe das Feedback von Ausstellern und Besuchern einholen, um festzustellen, welche Branchen bei der nächsten Tischmesse Ostschweiz vertreten sein sollen. Auf diese Weise können wir als Messeleitung sicherstellen, dass die Messe den Ansprüchen und Erwartungen der Zielgruppe entspricht und ein vielfältiges Angebot bietet.

Soll die WIR-Messe Ostschweiz wachsen oder sind rund 60 Aussteller ein für Sie passendes Format?

Das kommt immer auf die Grösse der Location an. Mit unserer WIR-Messe im Stadtsaal Wil hätten wir durchaus





Verkehrsgünstige Location: Auch die 3. WIR-Messe Ostschweiz wird im Stadtsaal von Wil ausgetragen.

Fotos: zVg

noch Möglichkeiten, zusätzliche Räume dazu zu mieten. Mit dem Zumieten des Foyers als Ausstellfläche konnten wir bereits wieder fünf Ausstellern eine zusätzliche Präsentationsmöglichkeit bieten. Je mehr Aussteller oder je besser der Branchenmix, um so grösser ist das Besucherinteresse.

Mit wie vielen Besuchern rechnen Sie?

Die 1. WIR-Tischmesse Ostschweiz im Stadtsaal Wil fand vor drei Jahren unter erschwerten Coronabestimmungen statt. Zu den strengen Vorschriften war uns der Wettergott auch nicht hold, es goss den ganzen Sonntag wie aus Kübeln. Sprichwörtlich gesagt lässt man bei solchem Wetter nicht mal den Hund nach draussen... Dieses Jahr rechnen wir mit 500 bis 700 Besuchern.

Halten Sie am Sonntag als Austragungstag für die Messe fest?

Ursprünglich war eine zweitägige Messe im Stadtsaal Wil geplant. Nach unserer Ausschreibung kamen die Anmeldungen jedoch nur schleppend herein. An unserer regionalen Messe dürfen wir vor allem kleinere KMU begrüßen, die am Samstag das Geschäft oder den Laden für ihre Kunden offenhalten. Für diese Unternehmen ist es nicht einfach, genügend Personal für zwei Standorte – Laden und Messe – zu rekrutieren. Das ist der Hauptgrund, wieso für eine Messe von zwei Tagen kein grosses Interesse vorhanden ist.

Wie hat sich die Anzahl der Nicht-WIR-Aussteller entwickelt und soll das Prinzip der Durchmischung von Ausstellern ausserhalb des WIR-Systems beibehalten werden?

Wir hatten an den vergangenen zwei Messen den einen oder andern Nicht-WIR-Teilnehmer. Sie waren an unserer Messe aber immer ein Fremdkörper. Unsere Messebesucher sind echte WIRler und wollen ihre Produkte auch mit

WIR einkaufen. Der Stadtsaal in Wil, vis-à-vis des Bahnhofs und Busterminals, ist sehr zentral gelegen. In der lokalen Presselandschaft und mit Plakaten werden wir natürlich trotzdem darauf hinweisen, dass an unserer Messe auch Nicht-WIR-Teilnehmer herzlich willkommen sind.

Kommt in Zukunft auch ein anderer Standort infrage?

Als Veranstalter der WIR-Messe Ostschweiz werden wir auch zukünftig die Messe im Frühjahr planen. Der Stadtsaal in Wil ist und bleibt für uns eine ideale Location. Er wird sämtlichen zeitgemässen Ansprüchen gerecht. Dafür sorgen insbesondere das durchdachte Raumkonzept, die moderne Infrastruktur sowie die optimale Lage: Aussteller wie Besucher erreichen den Stadtsaal ohne Probleme mit den öffentlichen Verkehrsmitteln – der Zug- und Busbahnhof befindet sich direkt vor der Haustür – oder dem Auto. Parkmöglichkeiten sind ausreichend vorhanden, denn das Parkhaus mit über 400 Plätzen liegt direkt unter dem Stadtsaal. Dazu kommt das angegliederte Messerestaurant, wo während der Messe weiter «genetzwerkt» werden kann.

● Interview: Daniel Flury



Hier geht's zu allen Infos zur WIR-Messe Ostschweiz

wsmarketing-rossrueti.ch

«Immer Top-Zinsen
beim Sparen &
Vorsorgen.»

Jetzt
Konto
eröffnen

Carmelo Palma
Kundenberater bei der Bank WIR

500 CHW geschenkt!

Ihre Gutschrift für Inserate und Werbung

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

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

Wo sehe ich die Gutschrift und den aktuellen Saldo?

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

Wie setze ich die Gutschrift ein?

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

Legen Sie jetzt los!

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

● Daniel Flury



Neue WIR-Teilnehmer

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

AG

A. Wälti AG 3%

Moosstrasse 1, 5627 Besenbüren
M 079 788 45 28
www.waelti.swiss
Vorbereitende Baustellenarbeiten

Seetal Platten GmbH 10%

Müsliacher 89, 5705 Hallwil
M 079 174 27 05
info@seetalplatten.ch, www.seetalplatten.ch
Grosshandel mit Baustoffen

AR

Sulser Waagen GmbH 3%

Industriestrasse 29, 9100 Herisau
T 071 351 71 61
Reparatur von Maschinen

BE

1A Swiss Immobilien GmbH flex

Eisenbahnstrasse 62, 3645 Gwatt (Thun)
M 079 174 27 37
Vermittlung von Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen für Dritte

BAGGER.CH AG flex

Taubenrainweg 7, 4704 Niederbipp
M 079 779 79 79
admin@bagger.ch, www.bagger.ch
Reparatur von Maschinen

Berner Marketingplanung GmbH 20%

Schürlirain 11, 3172 Niederwangen b. Bern
T 031 333 80 00
www.bmponline.ch
Werbeagenturen

Hazeraj GmbH 10%

Byfangstrasse 16, 2552 Orpund
M 078 924 55 88
www.hazeraj-gmbh.ch
Mechanische Werkstätten

BL

Swiss Immo Pool AG flex

Zelgliweg 3, 4452 Itingen
T 061 999 99 88
info@swiss-immo-pool.ag, www.swiss-immo-pool.ag
Andere Holdinggesellschaften

GR

Elektro Mehli + Bruderer AG 3%

Wiesentalstrasse 7, 7000 Chur
M 079 274 71 60
info@elektromb.ch
Elektroinstallation

NW

FG Invest Immobilien AG flex

Hirsacher 5, 6373 Ennetbürgen
M 079 748 93 10
Kauf und Verkauf von eigenen Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen

STEINHART GmbH flex

Seestrasse 15, 6052 Hergiswil NW
M 076 586 92 93
info@steinhart.app, www.steinhart.app
Herstellung von sonstigen Erzeugnissen

OW

Restaurant Turm Kerns GmbH flex

Melchtalerstrasse 1, 6064 Kerns
T 041 660 11 63
Restaurants, Imbissstuben, Tea-Rooms und Gelaterias

SO

directbau gmbh flex

Dornacherstrasse 48, 4500 Solothurn
M 079 663 98 46
info@directplan.ch
Allgemeiner Hochbau

Prisma Werbetechnik GmbH 10%

Gewerbestrasse 7, 4513 Langendorf
T 032 622 61 24, F 032 623 11 79
Grafikdesign und Visuelle Kommunikation

T&N Fenstermontage GmbH flex

Mettlenstrasse 12, 4657 Dulliken
M 079 950 88 62
t-n.fenstermontagegmbh@gmx.ch, www.tngmbh.ch
Sonstiges Drucken

TG

FANS Immobilien GmbH flex

Bahnhofstrasse 3a, 8580 Amriswil
M 078 600 03 03
fabienne@kather.ch
Kauf und Verkauf von eigenen Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen

Goldstein Ventures GmbH 10%

Haltnaustasse 1, 8597 Landschlacht
T 071 695 20 00
wir@goldstein.shop, www.goldstein.shop
Versand- und Internet-Detailhandel

Kather Sanitär Heizung GmbH flex

Weinfelderstrasse 30a, 8580 Amriswil

T 071 412 73 33

www.kather.ch

Sanitär- und Heizungsinstallation

TI

House 9.9 Sagl flex

Via Stazione 5, 6600 Muralto

house9.9sagl@gmail.com

Commercio all-ingrosso di materiali da costruzione

ZH

EBS Bauunternehmung GmbH 20%

Wydackerstrasse 5, 8152 Glattbrugg

info@ebsbau.ch, www.ebsbau.ch

Dämmung gegen Kälte, Wärme, Schall und Erschütterung



WIR-Networks

9 eigenständige WIR-Networks bilden das grösste Business-Netzwerk der Schweiz. Sie bieten spannende Referate, Besichtigungen und Reisen an – ideale Gelegenheiten, potenzielle Geschäftspartner kennenzulernen und die Geschäftstätigkeit auszuweiten!

Einen Überblick über alle Anlässe inkl. Anmeldemöglichkeit gibt es unter www.wir-network.ch

WIR-MESSE

WIR partner Ostschweiz

Sonntag,
16. April 2023

10.00 bis 18.00 Uhr

Stadtsaal
9500 Wil/SG



**Gratis Eintritt
Über 50 Aussteller**

WIR ne+work

CATERING SERVICES
MIGROS

**Die
Messe
für alle!**

WIR partner

Von 10.00 Uhr - 18.00 Uhr

WIR partner

Grillkurs & Abendessen

Wir bereiten gemeinsam ein komplettes Menü am Holzkohle-, Gas- und Elektrogrill zu. So macht geschäftliches Netzwerken noch viel mehr Spass. Die WEBER-Grillprofis der Vanoli AG vermitteln uns nicht nur die verschiedenen Grillmethoden und Rezepte, sie geben gerne auch so manchen Geheimtipp aus ihrem Erfahrungsschatz weiter. Wir freuen uns auf einen gemütlichen Abend in besonderer Atmosphäre, Inbegriffen sind alle Speisen (6-Gang-Menü), eine Urkunde, das Rezeptheft und die Grillschürze, sowie Getränke.

Es besteht an diesem Abend auch die Möglichkeit, Grill & Zubehör mit 100% WIR zu kaufen.



Essen und
Einkaufen
mit 100%
WIR

Mittwoch, 20. April 2023

Vanoli AG Thalwil

Das Programm: 18.00 h – ca 22. 00 h
Grillkurs mit 6 Gang Abendessen

Ort: Gotthardstrasse 49 Thalwil

Die Anmeldung: www.wir-netz.ch

Die Kosten: CHW/CHF 149

WORKSHOP: Erfolgreich netzwerken

mit Erfolgstrainer Francois Cochard

Netzwerk-Events sind für KMUs eine wichtige Plattform für die Kundengewinnung. Doch wie geht «netzwerken» richtig? Erfolgstrainer Francois Cochard zeigt in diesem Workshop, worauf es ankommt, und wie Sie an Veranstaltungen erfolgreich Kontakte knüpfen können. Sie lernen, wie Sie Ihre Kommunikation und Ihr Verhalten in Gruppen verändern können, um mehr zu erreichen. In praktischen Übungen haben Sie die Möglichkeit, das Gelernte anzuwenden und sich aktiv, effizient und erfolgreich zu vernetzen.

www.markenmentor.ch



Essen mit
100% WIR

Mittwoch, 24. Mai 2023

Hotel Thessoni – Regensdorf ZH

Das Programm: 17.30 h Eintreffen der Gäste
18.00 h Workshop «Erfolgreich netzwerken»
20.00 h Gemeinsames Abendessen für alle, die möchten

Ort: Eichwatt 19, 8105 Regensdorf

Die Anmeldung: www.wir-netz.ch

Die Kosten: Mitglieder kostenlos (Nichtmitglieder CHF/CHW 80)
Abendessen auf eigene Kosten

EINLADUNG ZUR 27. GENERALVERSAMMLUNG



Anträge sind schriftlich bis 10 Tage vor der Generalversammlung dem Präsidenten einzureichen.

**Freitag,
2. Juni 2023**
**Restaurant
Davos-Munts
7146 Vattiz**

Beginn: 17.00Uhr

Traktanden

1. Begrüssung
2. Wahl der Stimmenzähler
3. Genehmigung des Protokolls der 26. Generalversammlung vom 6. Mai 2022
4. Jahresbericht des Präsidenten
5. Jahresrechnung 2022
6. Bericht des Rechnungsrevisors und Décharge-Erteilung
7. Budget 2023
8. Veranstaltungskalender 2023
9. Jahresbeitrag 2023
10. Anträge
11. Diverses
12. Allgemeine Umfrage

Netzwerken in den Baumwipfeln

9122 Mogelsberg

Samstag 6. Mai 2023, 10.10 Uhr



WIR ne+work
Ostschweiz

Geführte Besichtigung des Baumwipfelpfad Neckertal und anschliessendem Referat. Mit spannenden Projekt-Einblicken aus der Entstehung und Bauzeit von der Firma Willi Roth Holzbau GmbH

Programm:

- 10:10 Eintreffen der Gäste
- 10:30 Führung Baumwipfelpfad
- 11:30 Freie Begehung Baumwipfelpfad
- 12:00 Apéro rich
- 12:45 Referat mit Willi Roth
- 14:00 Schluss

Ort: Baumwipfelpfad Neckertal, Steinwäldli 2175, 9122 Mogelsberg

Navigation/Parkplatz: Lettenstrasse 19, 9122 Mogelsberg

Anreise mit dem Auto: 10 Minuten Fussweg ab Parkplatz

Anreise mit der Bahn: 30 Minuten Fussweg

Kosten für Mitglieder:

Erwachsene 45.-

Kinder (6 bis 15 Jahre) 25.-

50% WIR

Kosten für Nicht-Mitglieder:

Erwachsene 70.-

Kinder (6 bis 15 Jahre) 40.-

50% WIR

Anmeldung:

www.wir-netzwerk.ch/anmeldung

Email: joel.wietlisbach@wir-netzwerk.ch

Tel.: +41 79 417 01 77



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 – April 2023, 90. Jahrgang, Nr. 1127

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

Illustration Titelseite: MotionPro AG

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: 27 070

Inserate: siehe letzte Seite

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

Adressänderungen und Abonnemente:

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

Standorte der Bank WIR

Hauptsitz Basel

WIR Bank Genossenschaft
Auberg 1
4002 Basel

Filiale Bern

WIR Bank Genossenschaft
Helvetiastrasse 35
3000 Bern 6

Filiale Lausanne

WIR Bank Genossenschaft
Av. Louis-Ruchonnet 16
1006 Lausanne

Filiale Lugano

WIR Bank Genossenschaft
Riva Caccia 1
6900 Lugano

Filiale Luzern

WIR Bank Genossenschaft
Obergrundstrasse 88
6005 Luzern

Filiale St. Gallen

WIR Bank Genossenschaft
Blumenbergplatz 7
9000 St. Gallen

Filiale Zürich

WIR Bank Genossenschaft
Schaffhauserplatz 3
8006 Zürich

Filiale Chur

WIR Bank Genossenschaft
Alexanderstrasse 24
Postfach 699, 7001 Chur

Filiale Siders

WIR Bank Genossenschaft
Av. du Général Guisan 4
3960 Siders

Kontakt und Social Media

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

Fax
0800 947 942

E-Mail
info@wir.ch



WIR-Expo

WIR-Expo AG

Regina-Kägi-Strasse 11
8050 Zürich

Expo-Leitung:

WIR-Expo
Adrian Bill
Mühleweg 9
5417 Untersiggenthal

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



Werbemöglichkeiten im WIR-Netzwerk

Mit dem WIRinfo, den WIRmailings und mit der Plattform WIRmarket.ch stellt die Bank WIR den WIR-Kunden drei Werbekanäle zur Verfügung. Sie sind ebenso Teil des WIR-KMU-Pakets wie die jährliche Werbegutschrift von 500 CHF. Auch über die WIR-Partner-Networks und die WIR-Expo können Sie Ihre Sichtbarkeit erhöhen.

Ihre Vorteile auf einen Blick

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

WIRmarket.ch

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

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

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

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

WIRinfo – das Schweizer KMU-Magazin

Das WIRinfo erscheint zu Beginn jedes Monats in einer Auflage von über **27000 Exemplaren**. Sie erreichen damit **alle WIR-Kunden (KMU) und deren Angestellte mit WIR-Konto**.

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

Inseratepreise im WIRinfo (WIR-Anteil 75%)

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

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



WIRmailing

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

So funktioniert's:

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

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

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

Wählbare Versandarten:

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

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

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

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

Kontakt

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

Rabatt auf Jahresumsatz

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

Das sind die Rabattstufen:

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



WIR-Expo

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

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

Mediadaten WIRinfo

Inserateaufgabe und Beratung

inserate@wir.ch

Geschäftsbedingungen
Siehe www.wir.ch/agb-de

Inserateannahmeschluss: Bitte beachten Sie den Inserateschluss für das WIRinfo Mai 2023: Dienstag, 11. April 2023, 12.00 Uhr.

Datenübernahme Druckunterlagen WIRinfo

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

Programme

QuarkXPress
InDesign
MS Word
PDF Acrobat
Illustrator
Photoshop

Mac

-
-
-
-
-
-

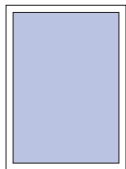
Win

-
-
-
-
-
-

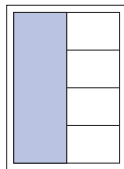
Wichtig: Bei offenen InDesign-, Illustrator- und Photoshop-Dateien müssen Schriften immer mitgeliefert werden (keine TrueType-Schriften). Die entsprechenden Zeichensatzkoffer und PostScript-Fonts bitte gezippt mitgeben. Bei PDF- und EPS-Dateien müssen Logos und Schriften eingebettet (mitgeliefert) sein.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

Datenträger: CD, DVD, Zip (100/250)

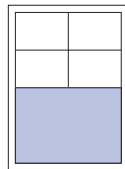
Inseratgrößen und Inseratepreise (alle Preise inkl. 7,7% MwSt., WIR-Anteil 75%)



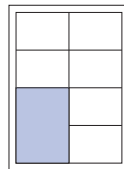
168x248 mm
1/1 Seite Inhalt



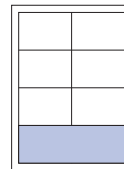
82x248 mm
1/2 Seite hoch (2-sp.)



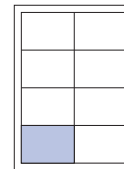
168x122 mm
1/2 Seite quer (4-sp.)



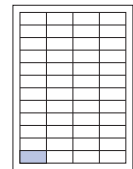
82x122 mm
1/4 Seite hoch (2-sp.)



168x59 mm
1/4 Seite quer (4-sp.)



82x59 mm
1/8 Seite quer (2-sp.)



39x17 mm
1/48 Seite

Mass für randabfallende Umschlagseiten: 210 x 297 mm + je 5 mm Beschnitt = 220 x 307 mm

Inseratepreise

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

Rabatt auf Jahresumsatz (WIRinfo, WIRmarket, WIRmailing)

4%	ab 2500.-
6%	ab 7500.-
8%	ab 15500.-
9%	ab 35000.-
10%	ab 50000.-

Chiffregebühr: 8.50