

Das Magazin für Schweizer KMU



Innovation in der E-Mobilität

Florian Blattner ist Geschäftsführer
des Generalimporteurs KSR Swiss

Seehund als Leader

Was Führungskräfte von Alexander Calder
lernen können



Antriebe

Editorial

Batterien aufladen geht auch anders. Etwa, indem man einen Gang runterschaltet und dem hektischen Alltag in der Firma entflieht.

Rund um die Elektromobilität sind viele Fragen offen. Zur Diskussion stehen etwa der Ausbau des Stromnetzes, die Speicherkapazität und Lebensdauer von Batterien, Reichweiten und Ladezeiten, die Ladeinfrastruktur – in der EU sollen die Mitgliedsstaaten dazu verpflichtet werden, in Abständen von maximal 60 Kilometern Ladestationen zu errichten – oder der ökologische Fussabdruck elektrisch betriebener Fahrzeuge. Eine Tatsache ist hingegen, dass die Nachfrage steigt und immer mehr Hersteller Elektrofahrzeuge anbieten und aus der Verbrennermotortechnologie aussteigen wollen. Elektrifizierungspläne haben zum Beispiel Mazda, Kia oder Renault. Auf konkrete Ausstiegsdaten haben sich Bentley, Fiat, Mini und Volvo (alle ab 2030) verstiegen. Noch ambitionierter sind Jaguar (2025) und Opel (2028). Audi und VW (2035) sowie Mercedes (2039) haben es hingegen weniger eilig. Schliesslich sind an anderen Ecken der Welt auch nach 2030 Benziner noch willkommen – beispielsweise in der Schweiz.

Batterien aufladen geht auch anders. Etwa, indem man einen Gang runterschaltet und dem hektischen Alltag in der Firma entflieht. Schon nur eine bewusste einstündige

Auszeit am Mittag, die das hastig heruntergeschlungene Sandwich im Büro ersetzt, kann Wunder bewirken. Halten Sie doch Ausschau auf WIRmarket.ch nach dem nächstgelegenen Restaurant mit WIR-Annahme. Sie erledigen damit zwei Fliegen auf einen Streich: entspannen und WIR-Geld ausgeben (S. 13 und 14).

Effizienter sind das Abschalten und Durchatmen während mehrerer Tage. Im appenzellischen Gonten besteht eine solche Möglichkeit im Boutique Hotel Bären (S. 17). Oder das Engadin: Ein magischer Ort, der gestresste Geschäftsleute nicht nur zurück auf den Boden holt, sondern ihnen auch neuen Antrieb, frische Impulse und zukunftssträchtige Ideen gibt (S. 32).

Daniel Flury
Chefredaktor

«Das perfekte Zuhause
für Ihren Wein.»

Weinlagerschrank CAVA 1900 DUAL
von sonnenkoenig.ch

699 CHW
100% WIR
inkl. Lieferung
und MwSt.

wir.ch/wirpromo

Alles für den Wein!



Jederzeit wohltemperierten Wein zur Hand haben? Gästen immer den besten Wein anbieten können? Der CAVA DUAL 1900 bietet genügend Platz für Ihre Lieblinge und sorgt mit zwei verschiedenen Temperaturzonen für perfekte Genussmomente.

Mit der WIRpromo-Aktion von Sonnenkönig holen Sie sich den perfekten Weingenuss nach Hause. Egal, ob rot oder weiss – der CAVA 1900 DUAL bietet eine optimale Lagerung Ihrer Weine und hält diese das ganze Jahr über perfekt temperiert. Der CAVA 1900 DUAL ist kompressorbetrieben, äusserst geräuscharm und schützt Ihre Weinflaschen dank der Isolation vor Feuchtigkeit und UV-Strahlung.

Sichern Sie sich jetzt Ihren Weinlagerschrank für nur **699 CHW** – ein unschlagbares Angebot!

WIRpromo-Partner

Sonnenkönig wurde bereits 1957 als Hersteller von Infrarot-Heizungen gegründet. Mittlerweile umfasst das Sortiment alle denkbaren Produkte rund um die Themen Heizen, Kühlen sowie Haushalts- und Küchengeräte. Sonnenkönig steht für Schweizer Präzision und qualitativ hochwertige Güter.

CAVA 1900 DUAL im Wert von 999 CHF für nur 699 CHW inkl. MwSt. und Versand. Jetzt zuschlagen und sparen!

Produkt-Highlights

- Platz für 19 Flaschen
- Zwei Temperaturstufen: 5°-18° C / 10°-18° C
- Touch-Steuerung & Innenbeleuchtung

Produktdetails

- Rostfreier Edelstahl
- Geräuscharmer und effizienter Kompressor: 41 db(A)
- Abschiessbar
- Glas mit UV-Schutz
- Automatische Abtauung
- Buchenholzregale

Technische Daten

- Leistung: 90 W
- Farbe: schwarz-silber
- Masse: 29,5 x 88 x 57 cm
- Gewicht: 32 kg
- 1,7 m Kabellänge



Inhalt

Seite 13

Die besten Pastagerichte der Schweiz gibt es in der Basler Osteria Little Italy von Biagio Malagrino – so lautet das Urteil der «Blick»-Leserschaft.



Seite 22

Die Autobahn-Garage in Lyss BE hat im April einen Erweiterungsbau eröffnet und dabei modernste Technologie für eine optimale Energieeffizienz verbaut. Zudem ist neu das Velohaus ProBike angegliedert. So kann das Unternehmen mehr Mobilitätsbedürfnisse abdecken als bisher.

Seite 32

Zu viel Hektik bei der Arbeit und im Privatleben? Wer seinen Akku wieder aufladen und dazu richtig herunterfahren möchte, findet im Engadin eine Vielzahl an Plätzen mit besonderer Energie, die beruhigend und stärkend wirken.



- | | | |
|--|--|--|
| <p>6 Innovator in der Elektromobilität
Interview von Florian Blattner, KSR Swiss</p> | <p>22 Ein Zentrum für integrierte Mobilität
Autobahn-Garage Lyss</p> | <p>38 500 CHW geschenkt!
Ihre Gutschrift für Inserate und Werbung</p> |
| <p>12 144 Seiten
«Faszination WIR»</p> | <p>27 Foire du Valais wieder mit der Bank WIR</p> | <p>40 Neue WIR-Teilnehmer</p> |
| <p>13 Hier gibt es die besten Pastagerichte der Schweiz
Osteria Little Italy, Basel</p> | <p>28 Seehund als Leader
Das Mobile «Le Phoque» von Alexander Calder</p> | <p>43 Willkommen im WIR-Network</p> |
| <p>14 WIR ausgeben – nichts leichter als das</p> | <p>31 Wettbewerb</p> | <p>50 Inserateschlüsse</p> |
| <p>18 Gonten wird Lifestyle- und Wellnessdestination
Jan Schoch und sein Projekt «Appenzeller Huus»</p> | <p>32 Magische Steine und mystische Orte
Kraftorte im Engadin</p> | <p>70 Impressum</p> |
| | <p>36 Der Unternehmergeist und die Nationalratswahlen
Kolumne von Karl Zimmermann</p> | <p>71 Standorte der Bank WIR und Social Media</p> |
| | | <p>72 Werbemöglichkeiten im WIR-Netzwerk</p> |
| | | <p>74 Inseratepreise</p> |

Innovator in der Elektromobilität

KSR Swiss, Happerswil

In der Schweiz ist das Potenzial für elektrisch betriebene Kleinfahrzeuge wie Scooter und E-Bikes nach wie vor gross. Diesem Segment – aber auch Quads und Motorrädern ab 125 und bis 1200 ccm Hubraum – hat sich der Importeur KSR Swiss verschrieben.

Mit dem E-Moped die erste Meile des Arbeitswegs vom Haus zum Bahnhof zurücklegen, die letzte Meile bis zum Arbeitsplatz mit dem E-Scooter bewältigen und abends mit dem Velo noch den vergessenen halben Liter Rahm einkaufen: Mikromobilität – die Fortbewegung mit nicht oder elektrisch motorisierten Kleinfahrzeugen – war Gegenstand einer Studie des Instituts für Mobilität der Universität vom letzten Herbst. Jeweils über 1000 Personen in sieben europäischen Ländern sowie in den USA, in Japan und in China wurden befragt, wie sie das konventionelle Velo, das E-Bike, E-Scooter und E-Moped im Alltag einsetzen. Obwohl die ökologische Nachhaltigkeit in der Mikromobilität bei 60% der Schweizer Bevölkerung hoch im Kurs steht, hinkt unser Land im Vergleich etwa zu Deutschland, Frankreich oder den Niederlanden bezüglich Nutzung noch hinterher.

Den E-Scooter etwa benutzen in der Schweiz gerade einmal 4% der Befragten mehrmals in der Woche oder täglich. Ein grosser Teil davon – 16% – kombiniert ihn dabei z. B. als Pendler mit dem öffentlichen Verkehr. Allen voraus ist Frankreich, wo 8% den E-Scooter häufig nutzen – in Paris sind es sogar 16%. Gut möglich allerdings, dass dieser Prozentanteil per 1. September die-

ses Jahres rapide gesunken ist, denn in Frankreichs Hauptstadt wurden alle 15000 E-Scooter, die nicht Privaten gehörten, sondern geteilt wurden, aus dem Verkehr gezogen. In einer Bürgerbefragung hatten sich 89% der Teilnehmenden für diesen Schritt ausgesprochen, weil die Roller Gehwege blockierten oder die Verkehrssicherheit gefährdeten. Die Anbieter der Mietroller wollen ihre Gefährte nun auf andere europäische Städte verteilen, wo sie ähnliche Reaktionen hervorrufen dürften – es sei denn, die Städte reagieren vorausschauend und führen Regeln für E-Scooter ein oder verschärfen sie.

Ein ähnliches Bild zeigt sich bei den Velos. Zwar nutzen stolze 25% der befragten Schweizerinnen und Schweizer das konventionelle Velo täglich oder mehrmals in der Woche (33% nutzen es nie), in Deutschland sind es aber 39% und in den Niederlanden gar 54%. Obwohl die E-Bikes während der Pandemie einen Sprung nach vorne gemacht haben, werden sie hierzulande erst von 13% mehrmals in der Woche oder täglich eingesetzt (69% benutzen kein E-Bike). Immerhin: Steigt das Alter der Befragten, steigt auch die Nutzungshäufigkeit des E-Bikes, während das unmotorisierte Velo an Popularität einbüsst.

Florian Blattner im Showroom von KSR Swiss
im thurgauischen Happerswil.

Fotos: Henry Muchenberger





Zu den Eigenmarken von KSR gehören Motorräder von Motron und Brixton...



... sowie die E-Bikes von Malaguti.

Diese Beobachtung macht auch Florian Blattner (30), seit 2017 Verkaufsleiter des Importeurs KSR Swiss: «Während der Pandemie haben vermehrt junge Erwachsene das E-Bike als Sport- und Freizeitfahrzeug entdeckt und die Schweizer Berge erobert, heute sind es mehr E-Bikes für den täglichen Gebrauch, die auch von älteren Personen oder Pendlern geschätzt werden»

KSR Swiss führt das E-Bike der Marke Malaguti im Angebot. Was zeichnet dieses E-Bike aus?

Florian Blattner: Malaguti gehört zu den Marken, die unser Konzern mit Sitz in Österreich selbst entwickelt, designt und bei einem unserer Partner produzieren lässt. Malaguti deckt die ganze Bandbreite vom City- bis zum Endurobike ab und erweitert das Sortiment jedes Jahr, mit dem Ziel, eine umfangreiche Auswahl an E-Bikes anzubieten.

Die Firma Malaguti wurde 1930 von Antonino Malaguti bei Bologna gegründet, seit 2018 ist die Marke im Besitz von KSR.

KSR bezeichnet sich als «Innovator in der Elektromobilität». Was ist darunter zu verstehen?

Der Fokus von KSR liegt auf kleineren Fahrzeugen, die ideal für das Zurücklegen beispielsweise der «last mile» sind. Neben den E-Bikes von Malaguti gehören die E-Roller von Niu und Motron sowie die Kick-Roller A-TO in dieses Segment. Auch hier treten wir selbst als Fahrzeugentwickler und -hersteller auf. Bei den Elektrorol-

lern waren wir mit der Marke Niu schon früh im Markt vertreten, nämlich seit 2017.

Wann kommt das erste E-Motorrad?

Unser Ziel ist ein Komplettangebot im E-Bereich – mit dem ersten E-Töff im Sortiment von KSR ist nächstes Jahr zu rechnen!

In Ihrem Showroom in Happerswil werden nicht nur Anhänger der E-Mobilität fündig ...

Wir haben acht Marken und über 75 Modelle in diversen Segmenten im Angebot und sind damit der grösste markenunabhängige Generalimporteur der Schweiz. Neben den Motorrädern von Talaria, Motron, Brixton und Royal Enfield vertreiben wir auch Quads von CFMoto. Brixton und Motron sind übrigens eigene Marken von KSR, wie Malaguti und A-TO.

Auffällig sind die Scooter von Italjet – wer gehört zu dieser Käuferschaft?

Der Italjet Dragster spricht Menschen an, die auf unkonventionelle Art unterwegs sein wollen und kein Problem damit haben aufzufallen. Es ist wie der Name sagt eine

italienische Marke und wird auch heute noch gerne von Italienern und Fans von italienischen Fahrzeugen sowie allgemein von technikaffinen Kunden erworben. Im Jahr verkaufen wir rund 40 Italjets.

Bei den Motorrädern, vorläufig noch alles Benziner, fällt auf, dass mit einer Ausnahme – eine Brixton Cromwell mit 1200 ccm – die Motoren eher kleine Hubräume zwischen 125 und 650 ccm aufweisen. Weshalb diese Beschränkung?

Wir wollen mit unserem Angebot Junge und Einsteiger ansprechen. Diese sind offener für Neues und weniger markenaffin als Ältere, die ihren grossen Harleys und BMW treu bleiben. Während die Motorräder von Motron ein modernes Design aufweisen, bestechen die Brixton-Modelle durch ihren Retro-Look, und mit Preisen ab 2990 bzw. 3990 CHF sind die Töffs dieser Marken auch für kleinere Portemonnaies erschwinglich.

Eine ganz andere Liga sind die Quads – man sieht sie noch selten im Strassenverkehr ...

Quads oder ATV – All-Terrain-Vehicles – zeichnen sich durch geringes Gewicht und hohe Reichweiten aus, sind



KSR ist der grösste Generalimporteur der Schweiz und hat auch Motorräder von Royal Enfield im Angebot.



KSR-Werkstattleiter Mate Macsuga unterwegs in einem Quad.



KSR Swiss beschäftigt 13 Mitarbeitende. In der Werkstatt in Happerswil repariert Motorrad-Mechaniker Bedja Tschudi das Automatikgetriebe eines Quad.

in der Schweiz aber eher für praktische Einsätze in der Land- und Forstwirtschaft geeignet. Das hat mehrere Gründe: Traktoren und andere Landmaschinen werden immer grösser und teurer im Unterhalt. Landwirte schätzen es deshalb, wenn sie mit einem kostengünstigen, leichten Gefährt rasch aufs Feld fahren können, etwa um nach einer Herde oder den Obstbäumen zu sehen. Im Wald sind die wendigen Quads ebenso hilfreich wie auf Vorplätzen z. B. von Restaurants oder Hotels, die vom Schnee geräumt werden sollen.

Zum Spass sind Quads hierzulande weniger verbreitet als etwa in den USA oder in Schweden, wo man über lange Strecken keinem Wanderer, Spaziergänger und Hundehalter begegnet, die sich gestört fühlen könnten. Das heisst aber nicht, dass man mit Quads nicht auch Spass haben kann. Bedingung ist einfach, dass man die Erlaubnis eines Landbesitzers einholt – oder man wendet sich an einen Anbieter von Parcours und Touren, wie sie etwa von Kurt Waltisperg, dem früheren Beifahrer von Rolf Biland und sechsfacher Weltmeister im Seitenwagenfahren, organisiert werden.

Mit jährlich rund 450 verkauften Quads der Marke CF-Moto kommen wir übrigens auf einen Marktanteil von 40% und sind damit die Nummer 1 in der Schweiz.

Wie gross ist das Händlernetz, das KSR in der Schweiz beliefert?

Regelmässig beliefern wir rund 150 Händler in der ganzen Schweiz, dazu kommen weitere 250 Händler, die gelegentlich Ersatzteile von uns beziehen.

Welche Anforderungen stellen Sie an Ihre Händler?

Wir sind meistens nur ein Zweit- oder Drittlieferant und kennen im Gegensatz zu anderen Marken kaum Auflagen und gehen keine Händlerverträge ein. Leider beobachten wir, dass viele Händler – vor allem Töffhändler – Nachfolgeprobleme haben. Wir sind deshalb offen für einen weiteren Ausbau unseres Händlernetzes.

Ist es denkbar, dass KSR eigene Filialen eröffnet?

Nein, unsere Rolle ist diejenige des Importeurs – eine Rolle, die ich längerfristig allerdings gefährdet sehe. Meine Prognose ist, dass im Zuge der Globalisierung der klassische Importeur aussterben wird. Um so wichtiger ist deshalb der Fokus auf unsere eigenen Marken.

● Interview: Daniel Flury



Unter den Beschäftigten sind auch Auszubildende, z.B. Levi Graber, der hier einen Niu-Elektroroller wartet.

Aktion: 90% WIR

Im Raum Ostschweiz arbeitet KSR Swiss (WIRmarkt.ch > KSR) mit dem Händler Vesra GmbH (WIRmarkt.ch > Vesra) zusammen. Dieser gewährt bis Ende November 2023 einen WIR-Anteil von 90%. Er gilt auf das ganze Angebot: E-Bikes der Marke Malaguti, Scooter und E-Scooter (Italjet, Niu, Sur-Ron), E-Kickboards (A-TO), Motorräder und E-Roller (Brixton, Motron, Malaguti, Royal Enfield, Lambretta) sowie auf die Quads von CFMoto.

Faszination WIR

144 Seiten «Faszination WIR»

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

Das WIR-System der Bank WIR unterstützt die Schweizer Binnenwirtschaft und ist in seiner Grösse und Nachhaltigkeit weltweit einzigartig: Was 1934 als Netzwerk von 300 Firmen und Privaten begann, umfasst heute über 20000 KMU, die unter sich jährlich einen Mehrumsatz von mehreren Hundert Millionen CHW generieren. In seinem Buch «Faszination WIR» zeigt Hervé Dubois auf, wie diese spannende Erfolgsgeschichte möglich war, welche Hürden dabei genommen werden mussten und was auch in Zukunft der ökonomische Nutzen einer Komplementärwährung in einer von Wachstums- und Profitdenken geprägten Wirtschaftsordnung ist.

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

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

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

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

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

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

* Portokosten werden nicht verrechnet



TALON

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

Firma:

Vorname/Name:

Strasse:

PLZ/Ort:

Unterschrift:

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

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

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



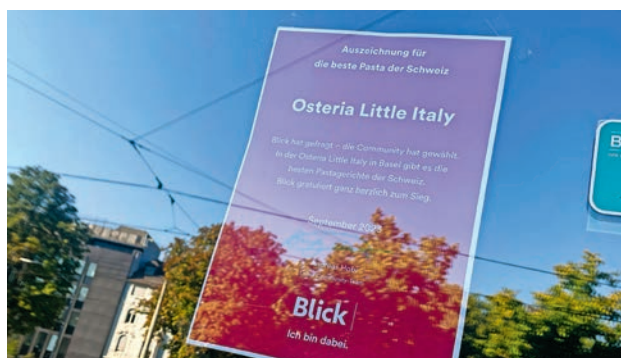
Talon einsenden an **Bank WIR, Marketing, Auberg 1, 4002 Basel**. Oder bestellen Sie das Buch per E-Mail: faszination@wir.ch (bitte gewünschte Anzahl Bücher, Adresse und Zahlart mit Kontonummer angeben).

Gaben die «Rosette» den Ausschlag?

Die Gaumen der «Blick»-Leser können sich nicht irren: Die besten Pastagerichte der Schweiz werden in der Osteria Little Italy in Basel serviert. Im Video der Diplomübergabe durch die Redaktion des «Blick» ist auch die Bank WIR diskret und doch auffällig vertreten.



Osteria-Inhaber Biagio Malagrino ist begeistert von den Poloshirts mit dem Osteria- und dem Bank-WIR-Partnerlogo.



Das «Blick»-Diplom prangt seit September in einem der Fenster der Osteria Little Italy in Basel.

Fotos: Peter Bellakovics



Die «Blick»-Community wird regelmässig dazu eingeladen, an einer Umfrage zu einem bestimmten Thema teilzunehmen. Als es darum ging, das Restaurant mit den besten Pastagerichten der Schweiz zu küren, obsiegte die Osteria Little Italy an der Binnergasse in Basel mit ihren authentischen und selbst hergestellten Teigwaren. Im Beitrag von BlickTV (s. QR-Code) speziell hervorgehoben werden, neben den Strozzapreti mit Wurstragout und den Wildschweinragout-Ravioli an Rotweinsauce, die «Rosette»: Pastaröllchen gefüllt mit Ricotta, Spinat und Mortadella. Gut möglich, dass diese Spezialität des Hauses den Ausschlag für den ersten Platz gab.

Einen Steinwurf vom Hauptsitz der Bank WIR entfernt, ist die Osteria natürlicherweise auch für die Mitarbeitenden

der Bank längst kein Geheimtipp mehr. Deshalb ist es kein Zufall, dass die Osteria-Crew am Tag der Diplomübergabe in brandneuen Poloshirts mit den Logos der Osteria und der Bank WIR vor die Videokamera trat.

Osteria-Inhaber Biagio Malagrino, der den Anstoss für die gemeinsame Aktion gab, ist begeistert: «Dem Küchen- und Servierpersonal und mir gefallen die Poloshirts so gut, dass wir sie auch in Zukunft immer mal wieder tragen werden!»

● Daniel Flury

WIRmarket.ch > Little Italy





WIR-Beträge können z.B. mit der WIRcard oder mit der WIRpay-App beglichen werden.

Illustration: iStock/Eliane Meyer

WIR ausgeben – nichts leichter als das

«WIR wird man nicht mehr los» – schon fast wie ein Mantra erzählen einige WIRler und die Medien diese Geschichte. Alle WIR-Fans – so auch ich – können das nicht verstehen. Denn WIR ausgeben ist eigentlich ganz einfach.

Klar: Der Beschaffungsmarkt mit WIR ist kleiner als der Gesamtmarkt. Das ist auch der Grund, warum man mit WIR einfacher an Aufträge und neue Kundinnen und Kunden kommt. Denn wenn man mit WIR-Anteil einkaufen will, dann konzentriert man sich eben auf Lieferanten aus dem WIR-Netzwerk – ein Vorteil für alle, die ein gutes Angebot mit WIR-Anteil machen. WIR-Unternehmen sind also attraktiver für alle Teilnehmenden im WIR-System.

Viele Möglichkeiten, um WIR einzusetzen

Wer erfolgreich mit WIR arbeiten will, sollte folgende vier Themengebiete im Hinterkopf haben und bei jeder Beschaffung gezielt Lieferanten suchen, die einen Anteil WIR akzeptieren.

Operative Kosten	<ul style="list-style-type: none"> • Warenaufwand – das ist aber oft nicht möglich (z. B. wegen Import) • Verwaltungsaufwand, wie z. B. Telekommunikation • Unterhaltskosten, wie z. B. Reinigungsmittel, Kaffee und Zubehör • Fahrzeugaufwand, wie z. B. Treibstoff, Pneu, Fahrzeugbeschriftungen • Versicherungen • Marketingaufwand, wie z. B. Prospekte und Visitenkarten • Spesen, wie z. B. Geschäftsessen
Betriebliche Investitionen	<ul style="list-style-type: none"> • Mobiliar, wie z. B. Büromöbel • Maschinen • Fahrzeuge • Liegenschaften
Privatausgaben Unternehmer/in	<ul style="list-style-type: none"> • Persönliche Ausgaben, z. B. für Bekleidung • Haushalt – z. B. bei TopCC • Unterhaltskosten der privaten Immobilie • Freizeit/Hobby • Hotel und Restaurant • Mobilität – z. B. Tanken bei Ruedi Rüssel, BP und Miniprix
Mitarbeitende	<ul style="list-style-type: none"> • Gratifikationen/Bonus • Essensentschädigung • Spesen der Aussendienstmitarbeitenden

Richtig suchen im WIRmarket

WIRmarket.ch ist der digitale Dreh- und Angelpunkt im WIR-Netzwerk. Hier sind alle WIR-Teilnehmer zu finden. Mittels einer einfachen Suchfunktion findet man Produkte und Anbieter.

Die Suchergebnisse lassen sich beliebig sortieren und filtern. So kann das Suchresultat beispielsweise so weit eingegrenzt werden, dass nur Anbieter in einem Radius von 20 km angezeigt werden.

Annahmesatz: je höher, desto besser?

Das Ziel ist natürlich, beim Kauf der Waren oder Dienstleistungen so viel WIR wie möglich einzusetzen. Denn jeder ausgegebene WIR-Franken ermöglicht es, einen neuen Auftrag zu gewinnen.

Deshalb lohnt es sich, die Trefferliste im WIRmarket absteigend nach Annahmesatz zu sortieren. So ist es ein Leichtes, die Liste durchzuarbeiten und Angebote einzuholen.

Vergleichen ...

Wie immer beim Einkaufen sollten die Preise verglichen werden. Um Preise fair zu vergleichen, sollte man berücksichtigen, dass KMU oft nicht die gleichen Preise machen können wie Grossunternehmen. Viele WIR-Teilnehmende kennen das aus ihrem eigenen Geschäft resp. ihrer eigenen Branche.

Besondere Vorsicht ist bei Angeboten mit 100 Prozent WIR geboten. Einige schwarze Schafe haben es zum Geschäftsmodell gemacht, Ware zu überteuerten Preisen mit 100 Prozent WIR anzubieten. Sie profitieren davon, dass andere WIRler blindlings die Produkte bei ihnen bestellen. Betroffen sind insbesondere Elektronik- und IT-Geräte. Von solchen Angeboten sollte man Abstand nehmen und dafür einen Anbieter mit einem tieferen Annahmesatz und fairen Preisen berücksichtigen.

Wichtig: Der im WIRmarket publizierte Annahmesatz gilt bis zu einem Betrag von 5000 WIR und ist verbindlich. Bei höheren Beträgen lohnt es sich nachzufragen und zu verhandeln.

... und verhandeln

Auch das andere Ende der Skala – die Anbieter mit einem Annahmesatz von 0 Prozent resp. «Flex» – sollte man gezielt bearbeiten. Denn hier gibt es einige Teilnehmende, die sehr gerne auch einen grösseren Betrag in WIR nehmen. Sie garantieren lediglich keinen fixen Annahmesatz – anfragen und verhandeln lohnt sich aber auch hier.

Gerne helfen Kundenberaterinnen und -berater sowie das Team WIR-Beratung & Netzwerk bei der Suche nach geeigneten alternativen Lieferanten – oder nutzen Sie einfach den Service «WIR-Matching», um schnell und einfach mögliche Geschäftspartnerinnen und -partner zu finden.

Grössere Beschaffungen nur mit Ausschreibung

Bei grösseren Beschaffungen empfiehlt es sich, eine Ausschreibung oder in Neudeutsch einen RFP (Request for Proposal) zu machen.

Bei Ausschreibungen werden die erwarteten Produkteigenschaften und/oder zu erbringenden Dienstleistungen detailliert beschrieben. Dazu gehören auch Themen wie Qualität und Lieferfristen. Die Anbietenden reichen daraufhin ihr Angebot genau für diese Leistungen und in der gewünschten Art ein.

Führen Sie die WIR-Ausschreibung in einem separaten Punkt auf und verlangen Sie die Angabe des Betrages, der in WIR bezahlt werden darf.

Berücksichtigen Sie bei Ausschreibungen auch WIR-Teilnehmende mit einem kleinen Annahmesatz. Nicht selten sind diese bereit, bei grösseren Aufträgen einen schönen Teil in WIR zu nehmen.

WIR ist Chefsache

Wie eingangs erwähnt, ist der Beschaffungsmarkt in WIR kleiner als der Gesamtmarkt. Deshalb ist es oft einfacher, schneller und bequemer, beim nächstbesten Anbieter einzukaufen.

Das erfolgreiche Geschäft mit WIR beginnt aber beim Einkaufen. Wer sich einen Konkurrenzvorteil mit WIR erarbeiten will, investiert beim Einkauf etwas mehr Zeit und Energie, um geeignete Geschäftspartnerinnen und -partner aus dem WIR-Netzwerk zu finden. Mit der Zeit baut man sich so ein Netzwerk von WIR-Lieferanten auf und der Zeitbedarf beim Einkauf normalisiert sich.

Um das zu erreichen, braucht es Beharrlichkeit und Konsequenz in der Beschaffung. Es muss tief in der Firmenpolitik verwurzelt werden: keine Ausgaben ohne WIR-Anteil.

Diese klare Haltung kann nicht delegiert werden. Sie muss von der Firmenleitung, vom Chef, vorgelebt und bei allen Mitarbeitenden eingefordert werden. Denn der Chef als oberster Verkäufer weiss, welchen Vorteil ihm WIR im Verkaufsgespräch bringen kann.

● *Claudio Gisler*

«Gonten wird Lifestyle- und Wellness-Destination»

Mit Blick auf den Alpstein wächst unter der Marke «Appenzeller Huus» ein neuartiger Rückzugs- und Erholungsort mit Superlativen. Bauherr Jan Schoch erklärt im «O-Ton-Podcast» die Idee hinter der «Wellness Lifestyle Company» und beschreibt den Spagat zwischen Appenzeller Stolz und Tradition sowie Digitalisierung und Effizienz.



Jan Schoch im Gespräch im «O-Ton-Podcast» mit Volker Strohm, Leiter Corporate Communication der Bank WIR.

Foto: Sabine Böhm

900 Meter über Meer, gut 1400 Einwohnerinnen und Einwohner, eingebettet in die liebevolle Landschaft des Appenzellerlands – das ist Gonten. Und mittendrin geschieht buchstäblich Grosses: Unter der Marke «Appenzeller Huus» will Investor und Bauherr Jan Schoch – Zitat – «in einer der identischsten Kulturlandschaften der Schweiz Körper, Seele und Geist ganzheitlich aufladen lassen».

Das Huus Bären (das älteste Haus im Ort) und das Huus Löwen sind nach grossem Umbau bereits wieder in Betrieb, dahinter wird der Kraftort auf der 6000 Quadratmeter grossen Baustelle um vier weitere Gebäude, eine riesige Wellness-Landschaft und den künftig grössten Weinkeller der Schweiz erweitert.

Im «O-Ton-Podcast» erklärt Schoch, wie er in Zeiten des Fachkräftemangels in Hotellerie und Gastronomie den

Personalbestand von heute 35 auf 100 erhöhen will, wie er die Digitalisierung im altherwürdigen Huus Bären vom ersten Tag an implementiert hat und weshalb er das «Appenzeller Huus» als nachhaltiges und verantwortungsvolles Projekt bezeichnet. Beim virtuellen Rundgang durch die Gebäude schwärmt Schoch vom «Schwalbenschwanz-Strick» und erklärt, wo der erste und einzige Tunnel in Appenzell-Innerrhoden entsteht.

● Volker Strohm

WIRmarket.ch > Gonten

Hier geht es zum Podcast:



«Kleine WIR-Messen funktionieren!»

Die 1. WIR-Messe Rothrist im «Triibhuus» wertet Adrian Bill, Aussteller und Co-Organisator, als Erfolg, auch wenn der Besucher-aufmarsch zu wünschen übrig liess. Bill ist überzeugt, dass kleine WIR-Messen ein Zukunftsmodell sind.



Das neue «Triibhuus» der Gärtnerei Bühler ist das zentrale Element der WIR-Messe Rothrist.

Fotos: Foto Frutig

Adrian Bill, Ende August als Aussteller an der WIR-Messe Rothrist vertreten und wegen seines Messe-Know-hows schon im Vorfeld in engem Kontakt mit Organisator Andy Bühler, musste alle Register als Troubleshooter ziehen: Kurz vor dem Start der Messe im «Triibhuus» erkrankte Bühler und musste sich in Spitalpflege begeben. Bill und

seine Geschäftspartnerin Renate Bierhoff übernahmen das Heft, telefonierten mit allen Ausstellern, um die eingegangenen Abmachungen – «sie befanden sich alle in Andy Bühlers Kopf» – einzuholen und einen Hallenplan zu erstellen. Dank dem Organisationstalent Renate Bierhoffs gelang es, allen 40 Ausstellenden einen Platz zuzu-



Adrian Bill (l.) sprang mit seiner Geschäftspartnerin Renate Bierhoff als Messeorganisator ein.

weisen, den letzten noch am Vorabend der Messe. Zu den Sofortmassnahmen, die Bill und Bierhoff treffen mussten, gehörte der Einbezug des engsten Umfelds von Andy Bühler. «Wir haben Therese und Werner Bühler, die Eltern Andys, kennengelernt – wahre Goldschätze, mit denen wir täglich telefoniert und nach Lösungen gesucht haben; dazu kamen Andys Bruder, sein Onkel und die Mitarbeitenden der Gärtnerei Bühler.» Auch vonseiten der Aussteller sei die Solidarität riesig gewesen, was zeige, wie geschätzt Andy Bühler ist. «Was auch keine Selbstverständlichkeit ist: Sogar die Gemeinde hat sich erkundigt, was man tun und wie man helfen könne», so Bill. Walter Sonderer, Initiator der WIR-Messe Ostschweiz, hat ebenfalls sein Wissen eingebracht und bereits im Vorfeld die Werbetrommel in seinem Online-Magazin gerührt.

Die Idee ging auf

Hat sich der Aufwand gelohnt? «Wir haben selten so aufgestellte und motivierte Aussteller gesehen wie in Rothrist», stimmen Adrian Bill und Renate Bierhoff überein. Auch unter den Besuchern habe eine zufriedene Stimmung geherrscht, trafen sie doch auf ein breites und gut diversifiziertes Angebot. Einziges Manko: der bescheidene Besucheraufmarsch – «ein Phänomen, das zuletzt alle WIR-Messen angetroffen haben», bedauert Bill. Wie kann man die WIR-Kunden abholen? Nötig wäre ein Effort auch vonseiten der Aussteller, ist Bill überzeugt:



Der regnerische Messe-Sonntag bot ideales Messewetter.



Auch für das leibliche Wohl war gesorgt.

«Für Finanzierungen
setze ich auf die Bank
mit Hotelexpertise.»

Jan Schoch, Bären Gonten Hotel AG,
Gonten, WIR-Netzwerker

Jetzt
Beratung
sichern



An der 1. WIR-Messe Rothrist nahmen 40 Aussteller teil.

«Wenn jeder Aussteller schon nur 20 seiner Kunden an die WIR-Messe holen könnte, wäre bei 40 Ständen schon mit einem Grundstock von 800 Besuchern zu rechnen.»

Die Vision: ein halbes Dutzend WIR-Messen

Adrian Bills Vision: ein halbes Dutzend WIR-Messen übers Jahr verteilt. Die WIR-Messe Ostschweiz hat den Anfang gemacht – Organisator Walter Sonderer hat für die zweitägige Ausgabe vom nächsten April eine Untergrenze von 80 Ausstellern angesetzt –, Andy Bühler hat in Rothrist den Faden aufgenommen und plant ebenfalls schon für 2024. «Möglich sind in Rothrist mindestens 60 Stände, da noch ein weiteres Treibhaus geräumt werden könnte und ideale, teilweise gedeckte Aussenplätze

und Raum für Zelte zur Verfügung stehen.» Weitere solche Messen würden mehr Schwung ins WIR-System bringen, ist Bill überzeugt. Und auch an abrufbarem Know-how sollte es nicht fehlen: «Messe-Wissen ist im WIR-System vorhanden, es muss nur angezapft werden!»

● Daniel Flury

triibhuus.events
wsmarketing-rossrueti.ch
abill.ch

«Wir sehen uns als Zentrum für integrierte Mobilität»

Die Autobahn-Garage in Lyss BE hat im April einen Erweiterungsbau eröffnet und dabei modernste Technologie für eine optimale Energieeffizienz verbaut. Zudem ist neu das Velohaus ProBike angegliedert. So kann das Unternehmen mehr Mobilitätsbedürfnisse abdecken als bisher.



Das ProBike-Velohaus von Hanspeter Arn (r.) wurde vollständig in die Autobahn-Garage integriert und rundet das (elektrische) Mobilitätsangebot des Unternehmens ab.

Wer auf die Rezeption der Autobahn-Garage Zwahlen & Wieser in Lyss bei Biel zugeht, wird unbewusst schon mit dem neuen Konzept des Familienbetriebs konfrontiert: Links stehen, wie üblich in einer Garage, die Neuwagen. Rechts jedoch, im Showroom von ProBike, ist eine Reihe stylischer Velos und E-Bikes ausgestellt.

Nach dreijähriger Planung und mehr als einem Jahr Bauzeit ist die Autobahn-Garage im April mit neuem Konzept durchgestartet: Neben den Neuwagen und Occasionen, der Auto- und der Karosseriewerkstatt sowie der Lackieranlage werden hier seitdem auch Fahrräder angeboten. Und nicht nur das: Neben Verkauf, Service und Reparatur der Räder kann die Autobahn-Garage «Dienstleistungen anbieten, die wir bereits beim Auto haben», sagt Fred Zwahlen, Mitinhaber und Geschäftsleitungsmitglied. Die Velobesitzer können ein günstiges Abo für einen Pannendienst rund um die Uhr abschliessen, den die Firma auch für ihre Autokunden betreibt.



GL-Mitglied Fred Zwahlen vor dem thermischen Wasserspeicher, der über die Photovoltaikanlage auf dem Dach der Autobahn-Garage in Lyss aufgeheizt wird.

Fotos: Foto Frutig



Im elektrischen Antrieb für Autos sieht Fred Zwahlen kurz- und mittelfristig die beste nachhaltige Option für die individuelle Mobilität.

Dass das Velohaus in die Autobahn-Garage integriert wurde, kam auf Anfrage des vorherigen ProBike-Besitzers Hanspeter Arn zustande, der nach einer Möglichkeit suchte, seine Firma in ein grösseres Unternehmen einzubringen. ProBike gehört jetzt zu hundert Prozent der Autobahn-Garage, wird aber als Abteilung weiterhin von Gründer Arn geleitet.

Beträchtliche Investitionen

Der hochmoderne Erweiterungsbau wurde nötig, um im räumlich begrenzten Dreieck zwischen der A6, ihrer Auffahrt Lyss Nord und der Bielstrasse Lackieranlage, Karosserie und Werkstatt sowie die Standplätze für die Neuwagen und Occasionen zu erweitern. Das grosse Bauprojekt mit seinen innovativen technischen Lösungen stellt für das Familienunternehmen Zwahlen & Wieser eine erhebliche Investition dar. «Doch wenn man die heutige Energiesituation betrachtet, haben wir sicher die richtige Entscheidung gefällt», meint Fred Zwahlen. Ziel sei es, in Zukunft CO₂-neutral operieren zu können.

Bei einer Besichtigung der Gebäulichkeiten fallen der sorgfältige Übergang zwischen alten und neuen Gebäudeteilen auf, die grosszügigen, sauberen Werkstätten für

die Autos und die Velos oder auch das Ersatzteillager, das platzsparend in zwei Liftshuttles untergebracht ist. Vor allem aber sind die umfassenden Installationen für eine optimale Energieeffizienz nicht zu übersehen. So findet sich auf dem Dach eine weitläufige Photovoltaikanlage. Diese wird ihre definitive Dimension erhalten, wenn auch das dritte Parkdeck überdacht ist.

Autos als Stromspeicher

Der auf dem Garagendach produzierte Strom dient zum grössten Teil dazu, den thermischen Wasserspeicher aufzuheizen, der volle 45 Kubikmeter umfasst und sich über mehrere Stockwerke im Neubau erstreckt. Er liefert die Energie für die Lackieranlage, das Warmwasser und im Winter die Heizung. Beim Lackieren wird übrigens ein neues Trocknungsverfahren angewendet, das nur noch 40 Grad Wärme erfordert statt der früheren 60 Grad.

Zum Speichern überschüssiger Elektrizität aus der Photovoltaik-Anlage wird in der Autobahn-Garage auch ein System eingesetzt, das sich «bidirektional» nennt und laut Fred Zwahlen «in Japan gang und gäbe ist». Es kommt hierzulande noch wenig zum Einsatz, wird jedoch vom Kanton Bern gefördert: Vollelektrische Modelle von



Das Ziel ist CO₂-neutral – mit dem hochmodernen Erweiterungsbau hat die Autobahn-Garage eine zukunftsweisende Investition getätigt.



Die Photovoltaikanlage wird ihre definitive Dimension erhalten, wenn auch das dritte Parkdeck überdacht ist.

Autobahn-Garage Lyss

Die Geschichte der Autobahn-Garage Zwahlen & Wieser AG in Lyss bei Biel reicht mehr als viereinhalb Jahrzehnte zurück: Willy und Marlies Zwahlen gründeten den Betrieb 1976 mit einer Vertretung der japanischen Marke Datsun. Ein kleines Büro, eine Werkstatt und eine Tankstelle gehörten dazu. Willy Zwahlen fungiert noch als VR-Präsident; die Geschäfte leitet die nächste Generation mit Fred Zwahlen, seiner Schwester Manuela Wieser und ihrem Mann Nando Wieser. Heute vertritt die Autobahn-Garage die Marken Fiat, Alfa Romeo, Abarth, Jeep und Nissan und beschäftigt mehr als 55 Mitarbeitende in der Administration, im Verkauf, der Werkstatt, der Carrosserie, Lackierung und im Pannendienst. Es gibt Lehrstellen als Mechatroniker/-in, Karosseriespengler, Autolackierer, Velomechaniker und im Detailhandel. ProBike beschäftigt sechs Mitarbeitende und bietet Zweiräder von Flyer aus Huttwil BE, Price aus Uster ZH und Specialized aus Kalifornien sowie weitere Marken an, dazu Kindervelos von Naloo. Die Tankstelle von BP und das Café Wild Bean sind verpachtet.

Nissan werden als Stromspeicher eingesetzt, die in Zeiten hoher Stromproduktion geladen und bei grossem Strombedarf wieder angezapft werden.

Im elektrischen Antrieb für Autos sieht Fred Zwahlen kurz- und mittelfristig die beste nachhaltige Option für die individuelle Mobilität. Der Wirkungsgrad von voll-elektrisch angetriebenen Fahrzeugen ist sehr viel höher als jener von Benzin- und Diesel-Autos. Auch Wasserstoff ist für den Garagisten zumindest nach dem heutigen Stand der Technik noch keine vollwertige Alternative.

Die Tendenz hin zu vollelektrischen Autos ist stark steigend, jedoch machen diese momentan noch immer nur einen einstelligen Prozentsatz aller verkauften Fahrzeuge aus. Die Autoindustrie habe ihre Hausaufgaben gemacht, sagt Fred Zwahlen. Fast jede Marke biete mehrere vollelektrische sowie Hybrid-Modelle an. Jetzt wäre jedoch ein verstärktes Engagement des Staates gefragt, denn «zwei Drittel aller Schweizer haben noch keine Möglichkeit, Elektroautos zu laden».

● Artur K. Vogel

WIRmarket.ch > Autobahn-Garage

Foire du Valais wieder mit der Bank WIR

Die Foire du Valais in Martigny läuft noch bis zum 8. Oktober 2023 und lädt Sie ein, in die grösste Handelsmesse der Westschweiz einzutauchen. Dies ist fast wörtlich zu nehmen, denn getreu dem Messe-Motto «Tous à l'eau!» drehen sich viele Programmpunkte ums Thema Wasser – in all seinen Erscheinungsformen.



An der Foire du Valais werden auch dieses Jahr gegen 220'000 Besucherinnen und Besucher erwartet.



Das Gewinnspiel am Stand der Bank WIR erfreute sich bereits in den Vorjahren grösster Beliebtheit.

Fotos: zVg

Die Messe verzeichnete letztes Jahr mit 230'000 Besucherinnen und Besuchern einen neuen Rekord, und auch dieses Jahr rechnen die Organisatoren mit einem ähnlich grossen Publikumsaufmarsch.

Gastregion ist die italienische Stadt Alba, Herz des Piemonts und bekannt für ihre weissen Trüffel.

Die Bank WIR ist zum dritten Mal mit einem Stand präsent und bringt so ihre Produkte und Dienstleistungen den Besuchern näher. Natürlich können Sie am Stand der Bank wieder im beliebten Gewinnspiel mit diversen Sofortpreisen Ihr Glück versuchen. Den Stand finden Sie in der Halle 11–18 (CERM 1; Stand Nr. 1135).

Hier einige Kennzahlen zur Foire du Valais:

- grösste Messe in der Romandie
- drittgrösste Messe der Schweiz
- gegen 220'000 Besucher während 10 Tagen
- über 400 Aussteller aus verschiedensten Branchen
- auf 48'000m² Ausstellungsfläche
- mehr als 50 künstlerische Darbietungen
- (Gesang, Musik, Strassenkunst und Tanz)

● Autor: Daniel Flury

Artgrade your business!

Seehunde in der Führungsetage

Alexander Calder's stehendes Mobile «Le Phoque» macht anschaulich, was gute Führungsarbeit bedeutet: Als Führungskraft andere in die richtige Position zu bringen, sie in Bewegung zu halten und ausbalanciert zu handeln.

«Kunst sollte kein Trauerstück sein», sagte Alexander Calder (1898–1976). Der US-amerikanische Bildhauer hat die Gattung der Skulptur mit seinen Mobiles in Bewegung versetzt. Calder's Arbeiten symbolisieren Leichtigkeit, Freude, Spiel und Balance genauso wie Präzision und Genauigkeit. Sie hängen zumeist von der Decke. Hier trägt ein stilisierter Seehund das Mobile aus fünf roten kreisrunden Blechen und vier kleineren hellen. Dabei balanciert ein grosser roter Kreis das Gewicht der übrigen aus. Ist die Skulptur nicht in einer Vitrine ausgestellt, schwingen die Kreise leicht im Luftzug.

Genial ausbalanciert und trotzdem immer in Bewegung ist auch die Führung eines agilen Unternehmens. Calder's jonglierender «Seehund» kann zum Nachdenken über Führung anregen: Wie finden Führungskräfte ein Gleichgewicht zwischen verschiedenen Spannungsfeldern ihrer Arbeit? Und wie lässt sich die Führungsarbeit mit einem Team leichtfüssig gestalten? Ähnlich wie Calder's Mobiles müssen Managerinnen und Manager unterschiedliche Pole in Einklang bringen, um ein Unternehmen erfolgreich zu führen. Aspekte können dabei sein: Experimentieren und Neues ausprobieren versus Fehler vermeiden, «daily business» wie zum Beispiel E-mails bearbeiten versus inhaltliche Arbeit, Selbermachen versus Delegieren, Empowerment versus Kontrolle oder Teamarbeit versus individuelle Verantwortung.

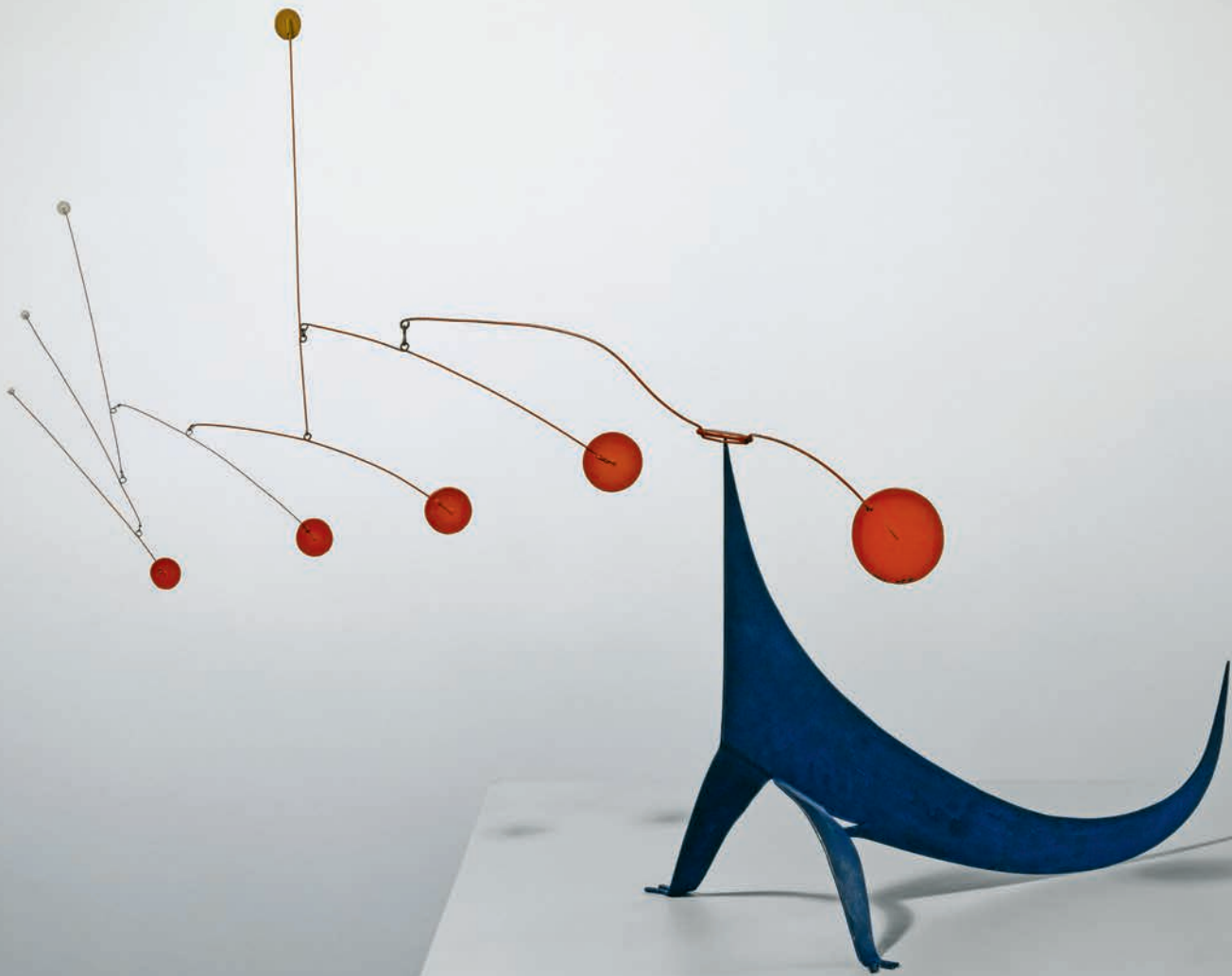
The leader makes the team

«Ein Mobile – das ist ein kleines, örtlich begrenztes Fest, ein nur durch seine Bewegung bestimmter Gegenstand, der ohne diese Bewegung nicht existiert, eine Blume, die verwelkt, sobald sie stillsteht, ein reines Spiel der Bewe-

gung (...)», schrieb Jean-Paul Sartre 1946 über die Mobiles von Calder. Auch Unternehmen, die stillstehen, können «verwelken». Führung heisst in Bewegung bringen und in Bewegung halten. Blickt man auf Calder's Mobile mit dem Seehund, liesse sich metaphorisch der Seehund als Führungsperson denken, die eine Organisationseinheit beziehungsweise ein Team trägt. Wie im Falle des Seehunds sollte die Führungsperson dem Team helfend und tragend «untergeordnet» statt übergeordnet sein. So veranschaulicht der «Seehund»: Zu führen bedeutet, andere in die richtige Position zu bringen, zu halten und zu verbessern sowie Unterschiede im Team auszubalancieren. «The leader makes the team», schrieb die Managementtheoretikerin Mary Parker Follett (1868–1933) bereits in den 1920er-Jahren. Mit Calder's «Seehund» wird dieser Leitsatz anschaulich. Eine gute Führungskraft schafft also optimale Rahmenbedingungen, damit sich das Team entfalten kann.

Vom «Servant Leader» zu sinnorientierter Führung

Doch könnte dem Seehund seine Aufgabe zu schwer werden? Beim sogenannten «Servant Leader», ein Begriff, den der Managementexperte Robert K. Greenleaf im Jahr 1970 geprägt hat, kann das dienende Führen zu Überlastung führen. Ein Team zu tragen, gelingt leichter, wenn die Führungsperson den Fokus ändert hin zu einer sinnorientierten, «noble purpose» orientierten Führung. Dahinter steht eine Führungsphilosophie, bei der die Mission des Unternehmens nicht nur im rein finanziellen Erfolg besteht, sondern auf eine ethische und nachhaltige Weise des Wirtschaftens abzielt, um einen positiven Beitrag für die Gesellschaft oder die Umwelt zu leisten. In der Praxis hilft es dabei, das gemeinsam definierte Ziel als Leitstern zu nutzen.



Immer in Balance bleiben: Alexander Calders jonglierender Seehund regt dazu an, die eigene Führungsarbeit auszubalancieren: Alexander Calder, «Le Phoque», um 1949, bemaltes Eisen und Draht, 36.6 x 56 x 21 cm, Kunstmuseum Basel.

Foto: Kunstmuseum Basel

Lisa Earle McLeod und Elizabeth Lotardo empfehlen Führungspersonen in ihrem Artikel «How to be a purpose-driven leader without burning out», bei Entscheidungsprozessen das Team nicht zu fragen: Wie denkt Ihr darüber, ist das für Euch in Ordnung? Und wie kann ich Euch unterstützen? sondern das Ziel in den Blick zu nehmen: Wie wirkt sich dies auf unsere Mitarbeitenden oder Kundinnen und Kunden aus? Ein weiteres Beispiel geben die Autorinnen in Hinblick auf das Thema Coaching, das zu den wichtigen Führungsaufgaben zählt. Jedoch fehlt dafür oft die Zeit. Die Autorinnen berieten Verkaufsleiter aus dem Gastgewerbe, die sich aus Zeitmangel überfordert fühlten, ihr Salesteam zu coachen. Anstatt zu fragen, wer in ihrem Team am meisten Coaching benötige, sollten sie neu überlegen, bei wem ihre persönliche Förderung am meisten Wirkung erziele. Als Ergebnis dieses Perspektivwechsels coachten die Führungskräfte nur noch ihre Leistungsträger persönlich und in Gruppen-Settings, während sie für die «Low Performer» Weiterbildungen im Selbststudium organisierten. Die Leistungsträger verbesserten sich auf diese Weise noch mehr. Doch auch die «Low Performer» arbeiteten sich zum mittleren Leistungsniveau vor oder entwickelten sich minimal, genauso als würden sie

persönlich gecoacht werden. Andere schieden selbstbestimmt aus dem Unternehmen aus. Insgesamt, so das Fazit von Earle McLeod und Lotardo, erzielte das Team durch diesen neuen Führungsansatz Rekordumsätze.

Gute Führung ist eine Balance aus Autonomie, Accountability und Empowerment

Gute Mitarbeiterführung führt zu einem leicht zu tragenden Team – wie beim Seehund und dem Mobile –, das durch das Ausbalancieren von Autonomie, Accountability und Empowerment zusammengehalten wird. Indem Sie in Hinblick auf Autonomie Mitarbeitenden mehr Verantwortung und Entscheidungsfreiheit übertragen, fühlen diese sich wertgeschätzt und motivierter. Bei größerer Eigenverantwortung helfen klare Vereinbarungen, Mitarbeitende für ihre Handlungen und Ergebnisse verantwortlich zu machen. Definieren Sie gemeinsam Ziele und Erwartungen und kreieren Sie in Ihrem Team eine Kultur der Verantwortlichkeit. Empowerment bezieht sich auf die Stärkung der Mitarbeitenden, indem Sie ihnen vertrauen, ihre Arbeit eigenverantwortlich zu erledigen, Ressourcen bereitstellen, sie weiterbilden und ermutigen.

«Ermächtigen Sie Mitarbeitende, anstatt sie durch viele Vorgaben einzuschränken.»

Ermächtigen Sie Mitarbeitende, anstatt sie durch Mikromanagement und viele Vorgaben einzuschränken. Die Balance zwischen Autonomie, Accountability und Empo-

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». Diesen Oktober erscheint ihr neuestes Buch: «Kleine Basler Kunstgeschichte».

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». Diesen Oktober erscheint ihr neuestes Buch: «Kleine Basler Kunstgeschichte».

janalucas.ch

werment trägt zu einer positiven Arbeitsatmosphäre bei, bei der Teams flexibel bleiben und spielerisch sowie motiviert arbeiten. Bleibt die Organisation beweglich – wie in Calders Mobile – kann sie schnell auf «Windstösse», zum Beispiel Veränderungen durch neue Marktanforderungen, reagieren.

Vom Zirkus zum Mobile

Wie kam Alexander Calder dazu, Skulpturen schweben und tanzen zu lassen? Calder hatte das Kunstmachen von Kindesbeinen an erlebt, sein Vater war Bildhauer, seine Mutter Malerin. Dennoch absolvierte er zunächst ein Maschinenbaustudium und arbeitete als Schiffsheizer, bevor er beschloss, Künstler zu werden und die Art Students League in New York zu besuchen. Im Jahr 1926 reiste er nach Paris, dem «place to be» für Künstlerinnen und Künstler jener Zeit, und begann im Miniaturformat, Zirkusfiguren aus Draht, Stoff, Leder und anderen Materialien zu fertigen. Bald gab er mit dem «Cirque Calder» performancehafte Aufführungen, bei denen er Artisten durch die Luft, Löwen durch die Manege springen und einen Sultan Speere werfen liess. Als Calder 1930 das Atelier von Piet Mondrian (1872–1944) besuchte, inspirierten ihn dessen farbigen Wände dazu, farbige Formen als Skulpturen schweben zu lassen. Schliesslich taufte der französische Künstler Marcel Duchamp (1887-1968) Calders anfangs noch von Motoren angetriebene Figuren «Mobiles». Alexander Calder avancierte mit seinen kinetischen Skulpturen zu einem der bedeutendsten Bildhauer des 20. Jahrhunderts.

Calder verstand es auf geniale Weise, verschiedene geometrische Formen und Materialien anzuordnen und zusammenspielen zu lassen. Wenn es Ihnen gelingt, Ihr Team durch eine harmonische Führung zu einer ausbalancierten Einheit werden zu lassen, die nur an wenigen Scharnierstellen getragen werden muss, erschaffen Sie als Führungskraft ein grosses Kunstwerk. Die filigrane Schönheit von Calders «Seehund» regt dabei an zu fragen:

- Wodurch bringen Sie Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum Fliegen?
- Wodurch verleihen Sie Ihrem Team Flexibilität?
- Wie kommunizieren die einzelnen Mitglieder Ihres Teams miteinander?
- Wie verändert sich die Gesamtkonstruktion Ihres Teams, wenn eine Position verändert wird?
- Welche Aspekte (Ihres Arbeitsalltags) könnten Sie besser ausbalancieren?

Artgrade your business!

● Ihre Jana Lucas



Wettbewerb

Gewinnen Sie einen Gutschein im Wert von 500 CHF, einlösbar im Hôtel des Balances, Luzern

Beantworten Sie einfach die folgende Frage, und Sie haben die Chance, einen Gutschein vom Hôtel des Balances in Luzern im Wert von 500 CHF zu gewinnen.

Wie heisst die Pasta-Spezialität der Osteria Little Italy, die mit Ricotta, Spinat und Mortadella zubereitet wird?


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

Teilnahmeschluss ist der 30. November 2023.



Teilnahmebedingungen und Datenschutz

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



Der Menhir oberhalb von
S-chanf ist 2,2 Meter hoch.

Foto: Silvia Schaub

Magische Steine und mystische Bäume

Zu viel Hektik bei der Arbeit und im Privatleben? Wer seinen Akku wieder aufladen und dazu richtig herunterfahren möchte, findet im Engadin eine Vielzahl an Plätzen mit besonderer Energie, die beruhigend und stärkend wirken.

Es gibt Orte, an denen man sich einfach tief entspannt fühlt und eine ungekannte Verbundenheit mit der Natur verspürt. Orte, die derart auf uns wirken, sind meist auch Kraftorte, die allein schon durch ihre Schönheit Ruhe bringen oder magisch wirken. Das Engadin ist besonders reich an solchen Orten, die das Auge besänftigen, den Puls beruhigen und aus denen wir Kraft schöpfen können – egal ob es Landschaften, Bäume, Quellen, Steine oder Kirchen sind. Auch wenn sich diese Energie nach Boviseinheiten messen lässt, ist nicht immer genau erklärbar, weshalb gerade diese Orte so kraftvoll wirken. Hauptsache aber, sie sind für die Besuchenden beruhigend, stärkend und erbauend.

Der Menhir auf Prospiz in S-chanf

Er steht in der Senke von Prospiz oberhalb von S-chanf, ist 2,2 Meter hoch und sieht aus wie eine Märchengestalt: der mächtige Menhir. Fachleute der Geomantie sprechen ihm eine aussergewöhnlich hohe magnetische Strahlung zu. 73000 Boviseinheiten soll er haben – so stark wie die Kathedrale von Chartres! Ganz aus der Luft dürfte das nicht gegriffen sein, gilt doch diese Gegend als eine der drei magnetischen Störzonen in der Schweiz, die sogar auf der Luftfahrtkarte eingezeichnet ist. Ein Kraftort also, wie man ihn nur selten in der Schweiz antrifft.

Der Gletschergarten in Cavaglia

Dort, wo sich der Cavagliasch rauschend durch die meterhohen Felsen schlängelt, haben Gletscherwasser, Schutt und Kies über Jahrtausende harten Fels bearbeitet und so Wunderwerke wie die Gletschermühlen in Cavaglia entstehen lassen. Diese am Fuss des Bernina-massivs gelegenen riesigen Löcher werden auch «Töpfe der Riesen» genannt. Die bizarren Auswaschungen und Erosionsformen in der Schlucht des Cavagliasch sind Zeugen aus der Würm-Eiszeit, die man heute auf einem markierten Schluchtweg über Stufen, Stege und unter der Eisenbahnbrücke entdecken kann.



Es muss nicht immer der Gletschergarten in Luzern sein: Auch in Cavaglia sind Gletschermühlen zu bewundern.

*Foto: © Engadin,
Jan Geerk*



Der God da Tamangur ist der höchstgelegene Arvenwald Europas.

Foto: Roland Fischer

Der God da Tamangur in S-charl

Tamangur – ein Name wie aus einer mystischen Zauberwelt. Nicht irgendwo in Sibirien, sondern im Unterengadin. Ganz hinten im S-charl-Tal wandert man entlang des Flüsschens Clemgia hinauf zum God da Tamangur, dem höchstgelegenen Arvenwald Europas. Fast wie in einem Urwald fühlt man sich inmitten der knorrigen, zerzausten Bäume, die zum Himmel streben und Wind, Wetter und auch Felsen trotzen. Bis zu 800 Jahre alt sollen manche von ihnen sein. Eine halbe Ewigkeit. Der Ort muss wahrlich eine besondere Kraft ausstrahlen.

Zwischen den Seen bei Sils

Zufall war es kaum, dass Friedrich Nietzsche genau an diesem Ort Inspiration für seine Gedanken gefunden hatte. Die Landschaft zwischen dem Silvaplano- und dem Silsersee gilt als besonderer Ort der Kraft. Oft ist der Philosoph entweder auf die Halbinsel Chastè oder dann nach Surlej bei Silvaplana gewandert. Dort, bei einem pyramidenartigen Stein, soll ihm 1881 auch der Gedanke von der «Ewigen Wiederkehr des Gleichen» gekommen sein. Im Sommer lassen sich zwischen den beiden Seen 18000 Boviseinheiten messen. Im Winter steigen die Werte gar auf 24500 Einheiten, wenn Schnee und Sonne ein höheres Pulsieren bewirken.



Die Landschaft zwischen dem Silvaplano- und dem Silsersee gilt als besonderer Ort der Kraft. Foto: © SilsTourismus, Fotograf Gian Andri Giovanoli



Die Kapelle in Zuoz wurde Mitte des 13. Jahrhunderts erbaut.

Fotos: © Engadin Beat Gamper

Die Kapelle San Bastiaun in Zuoz

Unscheinbar steht sie am Dorfrand von Zuoz: die Kapelle San Bastiaun. Darin versteckt sich ganz viel Zahlenmystik. Das Gotteshaus, das Mitte des 13. Jahrhunderts erbaut wurde, besteht aus einem quadratischen Langhaus und einem quadratischen Chorraum. Der ganze Bau basiert auf mittelalterlicher Zahlenmystik. Die Dreiheit von Breite, Höhe und Länge ergibt die Vierheit des würfelförmigen Chors. Auch bei den Fresken wiederholen sich die Zahlen drei und vier sowie deren mathematischen Kombinationen. Und vor der Kapelle steht auch noch ein heiliger Stein, auf dessen Ecke San Bastiaun erbaut wurde. Bei so vielen Überlegungen beim Bau wird auch der Standort nicht zufällig gewählt worden sein.

Die Gnadenkapelle im Kloster Val Müstair

«Freude dem, der kommt. Friede dem, der hier verweilt. Segen dem, der weiterzieht.» So wird man am unteren Ende des Val Müstair begrüßt. Gastfreundschaft genießt im Benediktinerinnenkloster St. Johann in Müstair eine lange Tradition. Wer die Stille – und Kraft – sucht, begibt sich am besten in die winzige Gnadenkapelle, die 1758 der Kirche angebaut wurde. Je nach Tag und Zeit variieren hier die Boviswerte zwischen 18 000 und 24 000 Einheiten.



Die Quellen von Scuol

Mit über 20 Quellen kann sich die Gegend um Scuol als ein wahres Wasserparadies bezeichnen. Zu verdanken ist dies dem «Unterengadiner Fenster», einer geologischen Erosionserscheinung. Drei ausgeschilderte Mineralwasserwege führen an den Brunnen und Quellfassungen vorbei, wo Informationstafeln Auskunft über Namen, Quelltyp und die wichtigsten Inhaltsstoffe geben. Schon Paracelsus hat die «Heilquellen» hoch gelobt. Sie werden auch heute noch als Kraftorte bezeichnet.

● Silvia Schaub

Der Unternehmergeist und die Nationalratswahlen

Liebe Leserin, lieber Leser

Politikerinnen und Politiker werden vor den Wahlen auf einmal hyperaktiv und zeigen ein auffälliges Interesse an den Wählerinnen und Wählern. Man könnte fast den Eindruck gewinnen, sie hätten die letzten Jahre im Dorn-

röschenschlaf verbracht und seien plötzlich wieder zum Leben erwacht. Ja, es ist Wahlkampfzeit! Die Zeit, in der Kandidierende ihre üblichen politischen Aktivitäten vervielfachen, um unsere Gunst zu gewinnen.

Nur fürs Blitzlicht

Es wirkt wie ein inszeniertes Theaterstück. Plötzlich sind die Politikerinnen und Politiker überall und lassen sich mit einem sympathischen Lächeln ablichten, während sie Hände schütteln und Babyküsse verteilen. Als ob sie sich in den letzten Jahren versteckt hätten und jetzt plötzlich aus dem Nichts auftauchten, um unsere Gunst zu gewinnen. Ist das wirklich der beste Weg, um echte Verbindungen mit der Wählerschaft herzustellen?

Die Leute, die normalerweise kaum Interesse an «denen da oben in Bern» zeigen, werden nun von einer Flut an politischen Botschaften überschwemmt. Die Kandidierenden nutzen jede Gelegenheit, um sich ins Rampenlicht zu stellen und uns mit ihren scheinbar wunderbringenden Ideen zu beeindrucken. Doch wo waren diese Ideen und Vorschläge in den vergangenen Jahren? Warum haben Politiker nur jetzt den Drang, sich uns zu präsentieren?

Und dann kommen die Medien ins Spiel. Anstatt kritische Fragen zu stellen, nehmen sie die vorbereiteten Reden und Aussagen der Kandidierenden als Futter für ihre Schlagzeilen. Die Wahrheit wird oft ausgeblendet, und die wirklichen Probleme in der Politik gehen in einer endlosen Schleife von Wahlkampf-PR verloren.

Wer wird Politiker

Anlässlich einer WIR-Veranstaltung wurde ich – dein Unternehmergeist – gefragt, wann der Unternehmergeist, also ich, denn nun in die Politik einsteige! Auf meine Antwort «Ich bin mit 64 Jahren zu alt, um in die Politik einzusteigen» entgegnete mein Gesprächspartner: «Es ist nie zu spät dazu, schau doch einmal über den grossen Teich, dort kämpfen zwei über 75-Jährige um die Präsidentschaft.»

Diese kleine Anekdote und die bevorstehenden Nationalratswahlen sind Anlass für die folgenden Überlegungen.

Der Unternehmergeist im Fokus



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

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

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

Bevor ich der Frage «Wie wird man Politiker?» nachgehe, komme ich zunächst zu dem Berufsbild eines Politikers. Meist gehören die Kandidierenden einer bestimmten Partei an und vertreten zusätzlich zu den eigenen auch noch deren Interessen.

Politiker wollen einen Einfluss auf politische Entscheidungen nehmen, um aktuelle Probleme und Themen der Gesellschaft zu lösen beziehungsweise aufzunehmen. Sie vertreten die Interessen der Menschen, die sie gewählt haben, und treffen auch Entscheidungen für sie. Deshalb gehört der Kontakt zu den Wählenden immer zum Berufsbild eines Politikers dazu – um zu wissen, was die Menschen aktuell bewegt und andererseits auch ihre Konzepte nachvollziehbar zu präsentieren.

Wie wird man Politiker oder Politikerin?

Dazu sollte man sich zunächst die persönlichen Voraussetzungen, die ein Kandidat mitbringen sollte, anschauen. Besonders wichtig ist es, ein sehr gutes Verständnis für politische Sachverhalte und Prozesse mitzubringen. Unerlässlich ist es auch, eigene Ideen zu haben, wie man etwas verbessern kann. Neben fachlichem Wissen und einem sehr guten Allgemeinwissen sind auch die Ausstrahlung und das Auftreten wichtig. Wer die Menschen nicht von sich und seinen Ideen überzeugen und sie für diese auch begeistern kann, hat es schwer in der Politik. Rhetorische Fähigkeiten, soziale Kompetenz, ein selbstbewusstes Auftreten und Diskussionsbereitschaft sind daher ebenfalls wichtig in diesem Job eines Politikers. Und es braucht auch Verhandlungsgeschick, um seine Ideen umsetzen zu können, ebenso wie Kritikfähigkeit.

Daneben ist es auch wichtig, Entscheidungen treffen zu können. Ohne Entscheidungskompetenz und -stärke können Politiker nicht für die Menschen einstehen, die sie gewählt haben.

Unternehmergeist und Politik

Fazit: Viele dieser Attribute treffen sicher auch auf den Unternehmergeist zu, dennoch werde ich mich weiterhin auf das Kolumnenschreiben konzentrieren, denn es gibt dieses Jahr wiederum gute Kandidierende, welche auch deine und meine Interessen in diesem Land vertreten.

Alles in allem ist der Wahlkampf eine Zeit des politischen Zirkus, in der die Kandidierenden ihre Fähigkeit zur Selbstinzenierung auf die Spitze treiben. Es ist eine Zeit der leeren Versprechen und des geschickten Taktierens, um die Gunst der Wählerschaft zu gewinnen. Ich kann nur hoffen, dass wir als Wählende nicht in die Falle tapen und stattdessen nach echter Substanz und langfristigen Lösungen suchen.

Es ist an der Zeit, dass Politikerinnen und Politiker nicht nur vor den Wahlen aktiv sind, sondern sich kontinuierlich für die Belange des Volkes einsetzen und die Versprechen, die sie machen, auch tatsächlich umsetzen. Nur so kann echter Fortschritt und positive Veränderung erreicht werden.

Wichtig ist daher vor allem eines: Gehe wählen!

Bis bald,

● Dein Unternehmergeist



Foto: iStock

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

Wyna Gerüste GmbH 3%

Grubenstrasse 10, 5737 Menziken
M 079 842 75 40
Gerüstbau

BS

A&S Generalunternehmung GmbH 10%

Pfirtergasse 12, 4054 Basel
M 076 321 30 48
Allgemeiner Hochbau

BE

Pediando AG flex

Buchmattstrasse 25, 3400 Burgdorf
T 034 422 10 00
info@pediando.ch, www.pediando.ch
Detailhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln

GR

Blasius Barandun 50%

Architekturbüro
Bargia 90p, 7421 Summaprada
T 081 630 01 01
plasch.barandun@spin.ch
Architekturbüros

BL

ARS Bauwerke AG flex

Helsinkis-Strasse 7, 4142 Münchenstein
T 061 411 00 88
info@ars-architektur.ch
Allgemeiner Hochbau

Garage Carrosserie 30%

Autospritzwerk Pino AG
Via Mutteins 2, 7162 Tavanasa
T 081 941 14 48
info@pino.ch, www.pino.ch
Reparatur und Lackieren von Carrosserien

Madeni Bau GmbH 10%

Lehengasse 44, 4142 Münchenstein
M 079 895 61 80
Gerüstbau

LU

BF-Gebäude und Garten GmbH flex

Dorfstrasse 26a, 6222 Gunzwil
M 079 255 25 96
info@bf-unterhalt.ch
Allgemeine Gebäudereinigung

Dona Amélia Restaurant flex

Souza Santos
Thorenbergstrasse 20, 6014 Luzern
T 041 534 30 74
Restaurants, Imbissstuben, Tea-Rooms und Gelaterias

Glas Reinhard AG flex

Sonnmatthof 1, 6023 Rothenburg
T 041 319 40 06
www.glasreinhard.ch
Glaserei

Juss Bistro, Inh. Stierli flex

Unterstadt 8, 6210 Sursee
M 079 852 23 52
Restaurants, Imbissstuben, Tea-Rooms und Gelaterias

SH**Finstra Fenster und Türen GmbH** flex

Klettgauerstrasse 30, 8212 Neuhausen am Rheinfall
T 052 533 66 19
www.finstra.ch
Einbau von Fenster, Türen und Innenausbau, Einbauküchen, Einbaumöbel

sonar gmbh 35%

Fronwagplatz 4, 8200 Schaffhausen
T 052 577 06 46
info@sonar-gmbh.ch, b2b-telemarketing.ch
Public-Relations-Beratung

VS**INATEG AG** 20%

Bäretstrasse 6a, 3930 Visp
T 027 530 11 11
Gebäudetechnik-Ingenieurbüros

Master Haus AG flex

Bahnhofstrasse 2, 3942 Raron
M 079 818 37 74, info@master-haus.ch
Unterhalt und Reparatur von Gebäuden

ZH**Novapex Gipsergeschäft GmbH** 3%

Grindelstrasse 50, 8303 Bassersdorf
T 044 554 22 20
info@novapex.ch, www.novapex.ch
Anbringen von Stuckaturen, Gipserei und Verputzerei

Wesa-Gartenbau GmbH 20%

Rietlistrasse 18, 8172 Niederglatt ZH
M 079 236 63 69
Garten- und Landschaftsbau sowie Erbringung von sonstigen gärtnerischen Dienstleistungen



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 oder den nachfolgend aufgeführten direkten Links auf die regionalen Networks.

Kontakte

WIR-Networks	Webseite	Präsidentin/Präsident
Aargau	www.wir-network-aargau.ch	Christian Müller
business3plus	www.business3.plus	André Bühler
Graubünden-Südostschweiz	www.wirnetwork-gr.ch	Stefan Gall
Nordwestschweiz	www.wirnw.ch	Ralph Götschi
Oberwallis	www.wir-network.ch/oberwallis	Frank Zurbriggen
Ostschweiz	www.wir-netzwerk.ch/	Ralph Saurer
Schaffhausen	www.wir-netz-sh.ch	Lasse Pfenninger
Svizzera italiana	www.wir-network.ch/wirsi	David Camponovo
Zürich	www.wir-netz.ch	Roland Jenny

«Wer clever einkauft,
spart schon beim
Wechselkurs.»

In 2 Min.
Demokonto
eröffnen

Impulsvortrag Social Selling

Erfolgreiches Netzwerken & Social Selling mit LinkedIn
Vortrag von Virgil Schmid

Sichtbarkeit ist gegenwärtig der Schlüssel zum Erfolg. Doch warum scheitern viele Unternehmen im Bereich Social Media? Mangelndes Know-how und ungenutztes Potenzial sind oft die Gründe.

Entdecken Sie die Chancen von Social-Selling auf LinkedIn – der führenden Business-Plattform. Virgil Schmid, Diplom-Verkaufsleiter und Business-Coach, gibt praxisnahe Tipps für effektive Vernetzung und Kundenakquise. Lassen Sie sich von seinem leidenschaftlichen Vortragsstil und inspirierenden Beispielen begeistern.



In zwei
Regionen,
mit Apéro
Riche

Dienstag 17. Oktober 2023

Restaurant Schäfli, Wilerstrasse 1, 9545 Wängi

Das Programm: 10.45 Uhr bis ca. 13.15 Uhr
Die Anmeldung: Anmeldung bis 9. Oktober 2023
unter info@wir-netzwerk.ch

Die Kosten: 65.00 CHW pro Person,
inkl. Referat und Apéro Riche

business3 WIR NETZWERKEN plus

Einladung

Zur Rundwanderung Weissenstein. Die Wanderregion «Weissenstein» bietet unvergessliche Momente in einer beeindruckenden Landschaft!

**Rundwanderung Weissenstein,
14. Oktober 2023**

(Verschiebedatum 21. Oktober 2023)



Anmeldung:
QR – Code oder
www.business3.plus/events

Programm

09.30 Uhr Start bei der Seilbahn Weissenstein in 4515 Oberdorf/SO und Fahrt mit der Gondel bis zur Mittelstation Nesselboden

ca. **09.45 Uhr** Wanderung vom Nesselboden (1057 MüM) via «Hinter Weissenstein» (1226 MüM), entlang vom Planetenweg auf den Weissensteine.

ab **11.15 Uhr** Im Hotel Weissenstein geniessen wir gemeinsam ein 3-Gang-Mittagsmenu. Von hier aus genießt man eine wunderschöne Aussicht über das ganze Mittelland bis zu den Alpen.

ca. **4.15 Uhr** Anschliessend Wanderung vom Weissenstein zurück zum Ausgangspunkt nach Oberdorf (655 MüM)

Wanderzeiten

- Nesselboden – Hinter Weissenstein, Aufstieg mit einer Höhendifferenz von 170 Meter, ca. 1 Std.
- Hinter Weissenstein – Weissenstein, ca. 30 Min.
- Weissenstein – Oberdorf, Abstieg ca. 1 Std. bis 1 Std. 30 Min.

Kosten

- Parkgebühren in Oberdorf und individuelle Anreise
- 3-Gang Mittagsmenu inkl. ½ Liter Wasser & 1 Kaffee oder Espresso
- Apéro (offeriert vom Verein)
- Gondelfahrt Oberdorf bis Mittelstation wird für Mitglieder vom Verein offeriert
- Mitgliedern entstehen keine weiteren Kosten (wird vor Ort einkassiert)
- Nichtmitglieder bezahlen einen Beitrag von CHF 40.– (wird vor Ort einkassiert)

Impulsvortrag Social Selling

Erfolgreiches Netzwerken & Social Selling mit LinkedIn
Vortrag von Virgil Schmid

Sichtbarkeit ist gegenwärtig der Schlüssel zum Erfolg. Doch warum scheitern viele Unternehmen im Bereich Social Media? Mangelndes Know-how und ungenutztes Potenzial sind oft die Gründe.

Entdecken Sie die Chancen von Social-Selling auf LinkedIn – der führenden Business-Plattform. Virgil Schmid, Diplom-Verkaufsleiter und Business-Coach, gibt praxisnahe Tipps für effektive Vernetzung und Kundenakquise. Lassen Sie sich von seinem leidenschaftlichen Vortragsstil und inspirierenden Beispielen begeistern.



Donnerstag 26. Oktober 2023

Bodenseehotel Weisses Rössli
Hauptstrasse 69, 9422 Staad

Das Programm: 18.00 Uhr bis ca. 20.15 Uhr
Die Anmeldung: Anmeldung bis 16. Oktober 2023
unter info@wir-netzwerk.ch
Die Kosten: 65.00 Fr. pro Person, 50% WIR
inkl. Referat und Apéro Riche

Maximal
50 Pers.

HUMOR-FESTIVAL IN AROSA



Verfolgen Sie live und vor Ort die Proben zur TV Produktion. Genießen Sie einen unvergesslichen Event, umgeben von magischen Bergen und Seen auf 1750m ü. M. inkl. Übernachtung im Waldhotel Arosa, inkl. einem 4-Gang-Menü nach Wahl und Frühstück.

Inklusivleistungen: Übernachtung im **** Waldhotel Arosa, Zimmer Superior, inkl. Nachtessen und Frühstück, Getränke während dem Nachtessen, Parkplatz und Kurtaxen - Nutzung Wellnessbereich auf 1'800 m² - Ticket Humorfestival Arosa - Apéro in der Tschuggenhütte -

Wellnessbehandlungen, Konsumationen und Getränke können im Hotel nicht mit WIR bezahlt werden. Zusatznächte im Waldhotel Arosa mit 100% WIR möglich. Anfragen bitte an Stefan Gall, M 079 416 42 49

Montag, 11. Dezember 2023

Individuelle Anreise am
11. Dezember zum Waldhotel
Arosa, Prätschlistr. 38, 7050
Arosa - www.waldhotel.ch

Programm

Ab 16 Uhr Apéro in der
Tschuggenhütte
17.30 Uhr Best of AHF/TV
Produktion im
Tschuggenzelt
19.30 Uhr Spaziergang zum
Waldhotel Arosa

Kosten pro Person

CHW 295.- für Mitglieder
CHW 380.- für Nichtmitglieder

Anmeldung

www.wirnetwork-gr.ch
Tel. 079 416 42 49 (Stefan Gall)
Anmeldeschluss: 30. Okt. 2023



Disclaimer – Rechtliche Hinweise

Keine Gewähr

Alle Berichte, Kommentare, Hinweise, Berechnungen oder sonstigen Angaben («Inhalte») des WIRinfo dienen der Information und der Meinungsbildung des Lesers. Die Bank WIR übernimmt keine Gewähr für Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der bereitgestellten Inhalte. Der Leser nimmt im Weiteren zur Kenntnis, dass Kommentare externer Autoren nicht unbedingt die Meinung der Bank WIR wiedergeben. Hinweise auf vergangene Entwicklungen oder Performances sind keine Garantie für zukünftige Entwicklungen.

Keine Handlungsanweisungen

Die Inhalte des WIRinfo stellen teilweise Werbung dar, sind aber weder als Empfehlungen bzw. Handlungsanweisungen noch als Entscheidungshilfen für Anlageentscheide, Rechtsfragen, Steuerfragen oder dergleichen aufzufassen. Die Inhalte sind auch nicht als Aufforderung zum Kauf von Produkten oder zur Inanspruchnahme bestimmter Dienstleistungen der Bank WIR oder Dritter zu verstehen.

Inserate

Es werden nur Inserate veröffentlicht, die den einschlägigen Inseratebedingungen der Bank entsprechen. Für den Inhalt der Inserate und die angebotenen Produkte und Dienstleistungen ist allein der Inserent verantwortlich, und allein der Inserent hat für allfällige Ansprüche einzustehen.

Konditionen

Die genannten Konditionen und Tarife beziehen sich auf den Stand bei Redaktionsschluss und können jederzeit und ohne Vorankündigung geändert werden.

Nachdruck

Der Nachdruck von Beiträgen aus dem WIRinfo ist nur mit ausdrücklicher Zustimmung der Bank und unter Angabe der Quelle gestattet.

Haftungsausschluss

Jegliche Haftung der Bank WIR (Fahrlässigkeit eingeschlossen) für Schäden irgendwelcher Art, die sich aus der Nutzung oder Nichtnutzung der im WIRinfo enthaltenen Inhalte bzw. durch die Nutzung fehlerhafter und unvollständiger Inhalte ergeben können, ist ausgeschlossen.

Impressum

WIRinfo – Oktober 2023, 90. Jahrgang, Nr. 1133
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); wir.ch/kontakt

Fotografen: siehe Bildhinweise

Foto Titelseite: Henry Muchenberger

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: 25 980

Inserate: siehe letzte Seite

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

Adressänderungen und Abonnemente:

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

Standorte der Bank WIR

Hauptsitz Basel

WIR Bank Genossenschaft
Auberg 1
4002 Basel

Filiale Lugano

WIR Bank Genossenschaft
Riva Caccia 1
6900 Lugano

Filiale Zürich

WIR Bank Genossenschaft
Schaffhauserplatz 3
8006 Zürich

Filiale Bern

WIR Bank Genossenschaft
Helvetiastrasse 35
3000 Bern 6

Filiale Luzern

WIR Bank Genossenschaft
Obergrundstrasse 88
6005 Luzern

Filiale Chur

WIR Bank Genossenschaft
Alexanderstrasse 24
Postfach 699, 7001 Chur

Filiale Lausanne

WIR Bank Genossenschaft
Av. Louis-Ruchonnet 16
1006 Lausanne

Filiale St. Gallen

WIR Bank Genossenschaft
Blumenbergplatz 7
9000 St. Gallen

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-Messen

WIR-Expo Zürich

François Cochard
Regina-Kägi-Strasse 11
8050 Zürich

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

WIR-Messe Ostschweiz

Walter Sonderer
Konstanzerstrasse 35
9512 Rossrüti

T 079 207 81 26
wsonderer@bluewin.ch
wsmarketing-rossrueti.ch

WIR-Messe Rothrist

Andy Bühler
Weidweg 1
4852 Rothrist

T 079 224 27 08
info@gaertneri-buehler.ch
triibhuus.events



Werbemöglichkeiten im WIR-Netzwerk

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

Ihre Vorteile auf einen Blick

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

WIRmarket.ch

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

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

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

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

WIRinfo – das Schweizer KMU-Magazin

Das WIRinfo erscheint zu Beginn jedes Monats in einer Auflage von rund **26000 Exemplaren**. Sie erreichen damit **alle WIR-Kunden (KMU) und deren Angestellte mit WIR-Konto**.

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

Inseratepreise im WIRinfo (WIR-Anteil 75%)

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

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



WIRmailing

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

So funktioniert's:

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

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

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

Wählbare Versandarten:

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

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

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

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

Kontakt

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

Rabatt auf Jahresumsatz

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

Das sind die Rabattstufen:

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



WIR-Expo

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

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

Mediadaten WIRinfo

Inserateaufgabe und Beratung

inserate@wir.ch

Geschäftsbedingungen

Siehe www.wir.ch/agb-de

Inserateannahmeschluss: Bitte beachten Sie den Inserateschluss für das WIRinfo November 2023: Dienstag, 10. Oktober 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

Mac

Win

QuarkXPress
InDesign
MS Word
PDF Acrobat
Illustrator
Photoshop

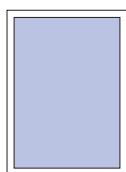
•
•
•
•
•
•

•
•
•
•
•
•

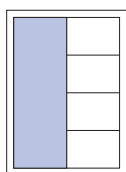
Wichtig: Bei offenen InDesign-, Illustrator- und Photoshop-Dateien müssen Schriften immer mitgeliefert werden (keine TrueType-Schriften). Die entsprechenden Zeichensatzkoffer und PostScript-Fonts bitte gezippt mitgeben. Bei PDF- und EPS-Dateien müssen Logos und Schriften eingebettet (mitgeliefert) sein.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

Datenträger: CD, DVD, Zip (100/250)

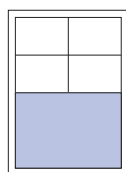
Inseratgrößen und Inseratpreise (alle Preise inkl. 7,7% MwSt., WIR-Anteil 75%)



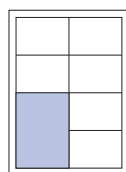
168 x 248 mm
1/1 Seite Inhalt



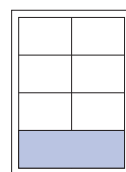
82 x 248 mm
1/2 Seite hoch (2-sp.)



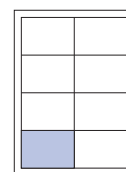
168 x 122 mm
1/2 Seite quer (4-sp.)



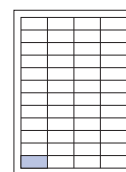
82 x 122 mm
1/4 Seite hoch (2-sp.)



168 x 59 mm
1/4 Seite quer (4-sp.)



82 x 59 mm
1/8 Seite quer (2-sp.)



39 x 17 mm
1/48 Seite

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

Inseratpreise

Inhaltsseiten	Schwarzweiss	Farbig
pro 1/48-Seite	62.-	72.-
1/8-Seite	370.-	430.-
1/4-Seite	745.-	865.-
1/2-Seite	1 490.-	1 730.-
1/1-Seite	2 980.-	3 460.-
Umschlagsseiten		
2. U.-Seite	4 090.-	4 700.-
3. U.-Seite	3 890.-	4 470.-
4. U.-Seite	4 290.-	4 930.-

Rabatt auf Jahresumsatz (WIRinfo, WIRmarket, WIRmailing)

4%	ab 2 500.-
6%	ab 7 500.-
8%	ab 15 500.-
9%	ab 35 000.-
10%	ab 50 000.-

Chiffregebühr: 8.50