

Das Magazin für Schweizer KMU



Mit Stahl und Gel gegen Panzerknacker

Stefan Schürch und Simone Pelleschi von der Hartmann Tresore AG
haben Sicherheitslösungen für Private, KMU und die Beherbergungsbranche

Vom Stillstand zum Sehnsuchtsort

Wie ein leer stehendes Hotel neu belebt und positioniert werden kann

Mit der volenergy Tankkarte schweizweit an über 700 Tankstellen bargeldlos bezahlen.

20 Rp./l
in WIR
bezahlen



Ihre Vorteile:

- Mit über 700 Ruedi Rüssel, Miniprix und bp Tankstellen überall für Sie da
- Rund um die Uhr bargeldlos bezahlen
- Individuelle Monatslimiten pro Karte
- Übersichtliche Monatsrechnung
- Papierlose Rechnungsstellung
- Einfache Rückforderung der Mehrwertsteuer für Firmen



Jetzt WIR-Karte bestellen unter
www.volenergy.com

volenergy uses
bp trademarks
under licence



Gut aufgehoben

Editorial



Welche Schätze lagern bei Ihnen zu Hause oder in der Firma? Sind sie richtig versichert und diebstahlsicher aufgehoben? Wenn nicht, sollte der Kauf eines (besseren) Tresors in Betracht gezogen werden. Es braucht nicht bei einer «grauen Kiste» zu bleiben: Bei Hartmann Tresore in Winterthur sind auch Speziallösungen und personalisierte Tresore erhältlich (S. 8).

Manch einer ist froh, wenn er beim Kleiderkauf von seiner Frau oder Partnerin begleitet wird – oder gleich zu Hause bleiben darf und dann einfach anzieht, was ihm vorgesetzt wird. Dass man bei Mode Gamma in Münchwilen gut aufgehoben ist, beweist unter anderem die Tatsache, dass sich dort auch Männer vertrauensvoll in die Hände der bereits dritten Generation begeben (S. 32).

Noch nicht auf 90 Jahre Geschichte wie Mode Gamma kann das KMU-Nachfolgezentrum blicken. Aber auch 20 Jahre sind eine Gelegenheit, zurückzublicken und die Zukunft der Branche auszuloten (S. 26).

Nicht mehr gut aufgehoben ist man gegenwärtig im Hotel Du Lac in Merligen: Es sah seinen letzten Gast vor über zehn Jahren. Am Hospitality Summit Anfang Juni wird die Bank WIR aufzeigen, wie aus einem Ort des Stillstands wieder ein Sehnsuchtsort werden kann (S. 18).

Bis das Hotel Du Lac seine Tore wieder öffnet, können Sie Ihre Ferien zum Beispiel in Huttwil verbringen. Einen See hat man dort nicht vor der Nase, aber es spazieren Kamele vorbei und man kann in Jurten übernachten. Ein grossartiges Erlebnis für die ganze Familie (S. 48).

Mit der CHWcard bezahlen Sie z.B. an der WIR-Expo (S. 30) oder im Dorfladen Häggenschwil (S. 40) oder eben bei Hartmann Tresore, Mode Gamma, dem KMU-Nachfolgezentrum oder bei Grädels in Huttwil. Für andere Gelegenheiten eignet sich die Debit Mastercard der Bank WIR, enthalten im Bankpaket top und mehrfach als beste Karte ausgezeichnet. Neustes Mitglied der Kartenfamilie: die *Certo! One Mastercard® Bank WIR Design*. Ihr grosser Vorteil: Bei drei Lieblingsgeschäften Ihrer Wahl gibt es einen Cashback von 1% – und für alle anderen Einkäufe immer noch 0,25% (S. 16).

Daniel Flury
Chefredaktor

500 CHW geschenkt!

Ihre Gutschrift für Inserate und Werbung

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

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 CHW-Bereich zeigt man sich mit Vorteil auf wirmarket.ch und im WIRinfo, dessen Inserateteil auch digital einsehbar ist. Der Streuverlust ist in beiden Medien sehr niedrig, da das gesamte Zielpublikum über CHW-Guthaben verfügt, das ausgegeben sein will. Jeder CHW-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 CHW-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 (100% CHW) und für Toplistings im WIRmarket (100% CHW) 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. Kontaktieren Sie uns, wenn Fragen auftauchen:

wirmarket@wir.ch

oder 0800 947 944 (Mo–Fr, 7.30–18.00 Uhr).

● Daniel Flury

**WIRinfo-Inserate sind neu
mit 100% CHW bezahlbar!**



CHWpromo: 100%CHW

Japanische Damastmesser mit Pakkaholz-Griff von Berndorf

169 CHW
pro Messer anstatt
198 CHW
Inkl. Versandkosten

Jann Tischkultur

Seit über 30 Jahren verkauft Karin Jann Kennerinnen und Kennern mit gehobenen Ansprüchen eine spezielle Auswahl an Geschirr, Gläsern, Besteck und Dekor. Die Kunden profitieren von einer grosszügigen Präsentation und ihrer kompetenten Beratung. Viele Design- und Produktlinien der bekanntesten Marken und schöne Einzelstücke werden zu sehr attraktiven Preisen angeboten.

Santokumesser à 169 CHW

- Damaszener-Stahl 67 Lagen
- mit Pakkaholz-Griff
- Klingenlänge 18 cm
- geschmiedet

Chef-Messer à 169 CHW

- Damaszener-Stahl 67 Lagen
- mit Pakkaholz-Griff
- Klingenlänge 20 cm
- geschmiedet



Jann Tischkultur & Geschenke
Bahnhofstrasse 32 | 9437 Marbach | 079 246 80 32
karin.jann@bluewin.ch | www.janntischkultur.com



Inhalt

Seite 16

Als ideale Ergänzung zur Debit Mastercard hat die Bank WIR eine Kreditkarte für Privatkunden eingeführt: die Certo! One Mastercard® Bank WIR Design ist eine Gratis-Kreditkarte ohne Jahresgebühr, mit Cashbackfunktion und 50 CHF Startguthaben.



Seite 32

Wer es gerne etwas mutiger, bunter und «italienischer» hat, ist bei Mode Gamma in Münchwilen gut aufgehoben. Dieses Jahr feiert der Fashionstore mit internationalem Anspruch sein 90-Jahr-Jubiläum.

Seite 40

Über 50 regionale Produzenten beliefern den Dorfladen Häggenschwil mit Käse, Würsten, Broten, Bienenhonig, Teigwaren, Eiern, Most, Schokolade, Whisky und vielem mehr. Ergänzt werden die rund 1000 kulinarisch hochstehenden Artikel aus der Region durch 2000 Artikel des täglichen Bedarfs. Ein Abstecher in das Dorf mit 1400 Einwohnern und einer beeindruckenden Kirche lohnt sich nicht nur für Feinschmecker und CHW-Kunden.



4 500 CHW geschenkt!
Ihre Gutschrift für Inserate und Werbung

8 Mit Stahl, Gel und Keramik gegen Panzerknacker
Hartmann Tresore, Winterthur

16 Kreditkarte? – Certo!
Kreditkarte mit Cashback und 50 CHF Startguthaben

18 Vom Stillstand zum Sehnsuchtsort
Wie die Neupositionierung eines Hotels gelingen kann

26 KMU-Nachfolge – gestern, heute und morgen
20 Jahre KMU-Nachfolgezentrum

29 Die Bank WIR an der Gastia und am Hospitality Summit

30 Bereit für die WIR-Expo 2026?

32 Fashionstore mit italienischem Flair
90 Jahre Mode Gamma, Münchwilen TG

39 Die Gisin-Schwestern im KMU-Talk

40 Wertschöpfung im Dorf und in der Region
Dorfladen Häggenschwil

47 144 Seiten «Faszination WIR»

48 Familienunterkünfte, die in Erinnerung bleiben

54 Sparkonto plus
Das Sparkonto mit Top-Konditionen

56 Der Unternehmertegeist und der SUV
Kolumne von Karl Zimmermann

59 Neue CHW-Teilnehmer

63 Willkommen im CHW-Network

70 Inserateschlüsse

78 Impressum

79 Standorte der Bank WIR und Social Media

80 Werbemöglichkeiten im CHW-Netzwerk

82 Inseratepreise

A middle-aged man with a grey beard and mustache, wearing a dark grey suit jacket over a light blue button-down shirt, stands in a showroom. He is leaning his hands on the top edge of a large, open, light-colored metal safe. The safe has multiple shelves inside. In the background, there are other safes, a green patterned display board, and a potted plant. The floor is dark grey carpet.

Mit Stahl, Gel und Keramik gegen Panzerknacker

Hartmann Tresore, Winterthur



Stefan Schürch (l.), Verwaltungsrat,
und Simone Pelleschi, Geschäftsführer
der Hartmann Tresore Schweiz AG.

Fotos: Henry Muchenberger

Wenn sich Designer, Ingenieure, Metallarbeiter, Holzhandwerker, Lackierer und Polsterer gemeinsam ans Werk machen, könnte das Resultat ein Auto oder ein Boot sein. Oder ein Hartmann-Tresor.

Natürlich ist jeder Tresor zunächst einmal ein Stahlschrank mit ordentlich Gewicht. Ein Kriterium, das für viele Versicherungen noch immer zählt, denn ein Tresor bringt problemlos einige 100 Kilo oder Tonnen auf die Waage und ist damit schon mal vor dem Abtransport sicher. Aber aus Filmen wissen auch wir Laien: Der geneigte Tresorknacker operiert nicht mit Sackkarren, sondern vor Ort mit Stethoskop, Fingerspitzengefühl und feinem Gehör, und wenn das nicht hilft, auf die harte Tour mit wassergekühltem Spezialbohrer. Hier zeigen sich nun die wahren Qualitäten eines Tresors bzw. eines Tresorherstellers. «Die deutschen Hartmann-Tresore, die wir seit 2008 in der ganzen Schweiz von Winterthur aus vertreiben, sind das Resultat von 160 Jahren Erfahrung und steter Entwicklungsforschung», so Stefan Schürch, Verwaltungsrat der Hartmann Tresore Schweiz AG.

Das weltweite Netz von institutionellen, Geschäfts- und Privatkunden habe bei Hartmann Tresore zu einem Sensorium für die unterschiedlichsten Bedürfnisse geführt.

Und damit zu Lösungen, die Dieben das Leben schwer machen. Simone Pelleschi, Geschäftsführer der Hartmann Tresore Schweiz AG nennt als Beispiel die Füllung einer Stahltresortür, die aus Keramikstücken und einer speziellen Füllmasse besteht. «Sollte ein Schleifwerkzeug den hochfesten Stahl durchdringen, so trifft man auf die Keramik-Gel-Mischung. Diese erhärtet sofort wieder und verstopft die Werkzeuge. An ein Weiterarbeiten ist nicht mehr zu denken!» Andere Modelle verfügen über eine ausgeklügelte Notverriegelung, z. B. eine in der Tresortür verbaute Glasplatte. Wird das Schloss angegriffen, wird diese zerstört und es fahren Bolzen heraus, welche das Riegelwerk blockieren. «Intelligente Werkstoffe, die Kombination von unterschiedlichen Materialien und biometrische Lösungen mit Fingerprint lassen Tresore immer sicherer und damit auch leichter werden», resümiert Simone Pelleschi.

Damit zurück zum Gewicht. Versicherungen brauchen sich nicht zu sorgen, wenn moderne Tresore abgespeckt



Blick in den Showroom in Winterthur.



Mit solchen Monitoren, die im Innern des Tresors deponiert werden, lassen sich Erschütterungen, Luftfeuchtigkeit und Temperatur überwachen.

haben und sogar auf ökologische Aspekte Rücksicht nehmen (werden z.B. im Innenleben eines Tresors die Fachböden aus Holz anstatt aus lackiertem Metall gefertigt, lassen sich über 11% CO₂ einsparen): Die Hartmann-Tresore können durch eine zertifizierte Vorrichtung unverrückbar im Boden verankert werden. Dies setzt allerdings voraus, dass der Boden stabil und belastbar genug ist und dass keine Fussbodenheizung im Weg steht. Stefan Schürch: «Bei Neubauten sind wir froh, wenn Bauherr und Architekt schon in der Planungsphase an die Platzierung eines allfälligen Tresors gedacht haben.» Oft ist es heute aber noch so, dass die Sicherheitsberater der Hartmann Tresore AG Lösungen und Transportwege für suboptimale Standorte finden müssen.

Immerhin: Leichtere Tresore machen auch den Architekten das Leben leichter. Sie brauchen sich auch kaum mehr mit Wand- oder Bodentresoren auseinanderzusetzen. Simone Pelleschi: «Diese Tresorarten sind zwar noch in unserem Angebot, werden aber nur noch selten nachgefragt. Bodentresore sind schlecht zugänglich und unpraktisch, und der klassische Wandtresor hinter einem Gemälde setzt unrealistische Wanddicken von etwa 70 cm voraus, damit er richtig verbaut und – bei Aussenmauern – Kältebrücken vermieden werden können.»

Der Tresor als Hingucker

Überhaupt braucht ein Hartmann-Tresor nicht im Boden oder in einer Mauer versteckt zu werden. Im Gegenteil: Die «Signature Safes» von Hartmann Tresore sind ein Blickfang, ein repräsentativer Hingucker, der zur Einrichtung passt und die Individualität der Bewohner widerspiegelt. Der Stahlschrank als Grundelement garantiert den Einbruch- und den Feuerschutz, die Farben, Oberflächen und Innenausstattung können den Wünschen



Simone Pelleschi erklärt das Innenleben einer Tresortür.

des Kunden ebenso angepasst werden wie die Masse, Schlösser und Beschläge. Vergoldete Bolzen? Eine Lackierung in der Farbe des Sportwagens in der Garage? Oder doch lieber eine Oberfläche im Schlangenlederlook? Ein Tresor, bemalt von Ihrem Lieblingskünstler? Beschläge und Farbe abgestimmt auf die USM-Haller-Möbel? Alles ebenso wenig ein Problem wie die individualisierte Inneneinrichtung für die Schmuckliebhaberin, den Numismatiker oder den Uhrensammler. LED-Beleuchtung, Uhrenbeweger, mit Alcantara oder schwarzem Samt ausgepolsterte und massgefertigte Schubladen sind dann eine Selbstverständlichkeit. Und wer seine Sammlung geniessen will, ohne den Tresor öffnen zu müssen, wählt eine Türe aus schusssicherem Panzerglas. Stefan Schürch unterstreicht: «Die Veredelungen der Tresore sind in unserem Fall zum grossen Teil Swiss Made!»

Ein Treiber der stark nachgefragten Personalisierung von Tresoren und von Luxussafes sind Expats, die sich in ihren Heimatländern solche Standards gewöhnt sind und



Ein Tresor mit Uhrenbewegern.



Für Jäger und Sammler stehen Waffenschränke in unterschiedlichen Ausführungen im Angebot.

in der Schweiz denselben Standard voraussetzen. Auch Architekten und Vermieter von exklusiven Liegenschaften müssen auf diese Ansprüche eingehen. Simone Pelleschi: «Dazu gehört vermehrt die Einrichtung von Panikräumen und Wertschutzräumen. Wird das vom Arbeitgeber nicht geboten, treten diese Expats eine Stelle gar nicht erst an oder ziehen ihre Familien nicht nach.» Auch auf diesem Gebiet ist die Firma Hartmann Tresore führend: Während schusssichere Wandpaneele für Panikräume bereits Standard sind, arbeitet man am Hauptsitz im deutschen Paderborn an einem Paneel, das auch Kronbohrern widersteht. Dazu wurde eine Wand des Tresorraums einer Bankfiliale in Gelsenkirchen nachgebaut. Anlass gab der spektakuläre Einbruch in eben-diese Bankfiliale: Die Täter bohrten mit einem Kronbohrer ein Loch in eine Wand, brachen 3200 Schliessfächer auf und entkamen mit einer Beute, deren Wert 100 Mio. Euro übersteigen dürfte. Das Potenzial der Versuchsanlage in Paderborn: Findet man eine kommerzialisierbare Lösung, können die Wände von unzähligen Bankfilialen aufgerüstet und «kronbohrersicher» gemacht werden.

Bankschliessfach vs. Tresor

Wurde durch diesen Bankeinbruch das Vertrauen in Bankschliessfächer erschüttert und wurden danach spürbar mehr Tresore verkauft? «Nein», sagt Stefan Schürch, «auch Bankschliessfächer haben ihre Berechtigung – und sei es nur, um den (Notöffnungs-)Schlüssel für den Tresor zu Hause aufzubewahren ...» Was Inhaberrinnen und Inhaber von Bankschliessfächern allerdings unterschätzen, ist die Zeitspanne, während der ihre Schätze dem Schliessfach entnommen und zu Hause aufbewahrt werden. «Nehmen wir den Fall eines Paares, das am Freitagnachmittag für eine Party am Wochenende Schmuck und Uhren dem Schliessfach entnimmt, mit dem Ziel, die Wertgegenstände am Montag, sobald die Bank offen ist, wieder ins Schliessfach zu legen. Vor und nach der Party liegt der Schmuck dann ungeschützt in der Wohnung, wenn kein Tresor vorhanden ist.» Auch in anderen Fällen lohnt sich die Investition in einen Tresor oder ein Upgrading. Simone Pelleschi: «Oft wird vergessen, in welchem Ausmass Gold, Schmuck oder Sammler-Uhren über die Jahre an Wert zugelegt haben.

Was man in einer Schublade im Kleiderschrank aufbewahrt, weil es vor zehn Jahren «nur» 10000 Franken kostete, kann heute ein Mehrfaches an Wert aufweisen und verdient besseren Schutz.»

Lösungen für Gastronomie und KMU

Etwa zwei Drittel der Tresore und Sicherheitslösungen verkauft die Hartmann Tresore Schweiz AG an Private, ein Drittel wird von institutionellen und Geschäftskunden nachgefragt. Dazu gehören Atom- und Wasserkraftwerke, Armee, Spitäler, Ärzte und Apotheken, Detailhandel, KMU, die ihre Geschäftsgeheimnisse und Dokumente sicher unterbringen wollen, oder Polizeikorps. Alle Tresore können mit sehr speziellen Vorrichtungen ausgestattet werden: Deponiert z. B. ein Polizist seine Pistole mit einer fehlenden Patrone im Magazin, wird dies dank einer eingebauten Waage im Tresor registriert. Es kann auch angezeigt werden, wer zu welchem Zeitpunkt an welchem Ort im Tresor etwas hinterlegt oder entnommen hat. Das kann in der Gastronomie wichtig sein, wenn Münzrollen oder Portemonnaies in den Tresor eingeworfen werden. «Das Portemonnaie fällt dann in das Fach des betreffenden Serviceangestellten, und die Entnahme kann nur bei gleichzeitiger Anwesenheit von Angestelltem und Chef erfolgen. Auch die Zugriffszeiten können festgelegt werden.»

Vor allem die Beherbergungsbranche schätze Lösungen aus einer Hand, wie Hartmann Tresore sie anbieten kann. «Hotels und Restaurants benötigen Speziallösungen für ihr Cash- und Schlüsselmanagement», betont Stefan Schürch. Einwurf- und Schubladentresore, Schlüsselausgabesysteme und Backofficetresore gehören deshalb genauso zum Hartmann-Angebot wie Zimmersafes und Minibars.

Vermietung und Support – auch für Fremdmarken

In den Geschäftsräumlichkeiten der Hartmann Tresore Schweiz AG in Winterthur ist eine grosse Auswahl an Tresoren für die unterschiedlichsten Bedürfnisse zu sehen. Dazu gehören auch Waffenschränke für Jäger oder Waffensammler. Dank eines gut dotierten Lagers kann Personen oder Firmen, die auf eine Übergangslösung angewiesen sind, ein passender Tresor zur Verfügung gestellt werden. «Gerade während der Pandemie, als Produktionswerke geschlossen wurden und der Stahlnachschub ausblieb, erwies sich unser Lager als sehr vorteilhaft», so Simone Pelleschi. Tresore können auch gemietet werden, z. B. für zeitlich befristete Veranstaltungen.

Eine Werkstatt und Techniker, die in der ganzen Schweiz unterwegs sind, stellen das Service-Angebot sicher, auch für Fremdmarken. Dazu zählen die Unterstützung beim Zügeln – viele Tresore sind nicht nur sehr schwer, sondern müssen wegen des empfindlichen Riegelwerks auch richtig gelagert und transportiert werden –, beim Entsorgen oder bei Notöffnungen, wenn z. B. bei einem Erbgang ein Schlüssel nicht mehr auffindbar ist. Dann ist



Die Personalisierung der Hartmann-Tresore kennt kaum Grenzen und geschieht weitgehend in der Schweiz.

spezielles Know-how gefragt. «Jeder Tresor kann geöffnet werden, es ist einfach eine Frage des richtigen Materials, der Markenkenntnis und der Zeit», bestätigt Stefan Schürch. Selbst Hand anzulegen, ist schon aus gesundheitlichen Gründen nicht empfehlenswert, so wurde etwa in älteren (japanischen) Modellen auch Asbest verbaut. Da sind andere Serviceleistungen schon unproblematischer und auch wesentlich günstiger: das Auswechseln von Batterien, der Ersatz einer abgenutzten Tastatur oder die Kontrolle von Dichtungen. Letzteres ist bei Tresoren wichtig, die auch vor Feuer und Rauch schützen. Sie verfügen über Dichtungen, die bei Feuer aufquellen, den Innenraum des Tresors hermetisch abdichten und so das Eindringen von Rauch verhindern und Schutz vor starker Hitze bieten.

Stresstest für Tresore

Hartmann-Tresore werden nach strengsten deutschen und europäischen Sicherheitsstandards gefertigt. Um sicherzustellen, dass die Tresore die Prüfung durch die unabhängigen Zertifizierungsinstitute bestehen, werden sie

nicht nur dem Feuer ausgesetzt, sondern auch aus bis zu 9 Metern Höhe in die Tiefe fallen gelassen. Übersteht ein Tresor diesen Test, dann landet er auch im Ernstfall heil einige Stockwerke tiefer, wenn ein brennendes Gebäude zusammenstürzt.

Damit man jederzeit weiss, was im Innern des Tresors bzw. in seiner unmittelbaren Umgebung vor sich geht, kann im Tresor ein «Safe-Monitor» platziert werden. Er misst Parameter wie Umgebungstemperatur, Luftfeuchtigkeit und Erschütterungen und meldet ungewöhnliche Abweichungen sowie das Öffnen der Tür aufs Smartphone. Nicht zuletzt empfiehlt es sich, den Tresor in ein bereits vorhandenes Alarmdispositiv einzubinden. Ein stiller Alarm kann auch aktiv ausgelöst werden, indem man beim Öffnen des Tresors eine zuvor definierte Zahl eingibt. Dies setzt natürlich ein elektronisches Schloss voraus. «Das ist heute die Regel. Reine Schlüssellösungen verkaufen wir im einstelligen Prozentbereich, und mechanische Zahlenschlösser sind zu kompliziert: Davon verkaufen wir vielleicht zwei im Jahr – und die werden dann sehr bald umgerüstet», sagt Simone Pelleschi.

Und der Preis?

Bereits ab 1000 CHF sind Hartmann-Tresore zu haben. Je nach Grösse, Verarbeitung und Speziallösungen kann ein Tresor auch auf 50 000 oder 100 000 CHF zu stehen kommen. Ab 1990 CHF (plus 550 CHF für den Transport und die Montage) kostet zum Beispiel ein Tresor der Klasse 1 mit Feuerschutz. Der WIR-Annahmesatz beträgt 30% (inklusive Transport und Montage) und bei bestimmten Einzelstücken sogar 50%.

Was in jedem Fall dazugehört, ist eine «Glücklickeitskontrolle» per E-Mail oder Brief. «Wir möchten von unseren Kunden wissen, wie ihre Erfahrungen mit dem neuen Hartmann-Tresor sind und was wir noch besser machen können», so Stefan Schürch.

● Daniel Flury

WIRmarket.ch > Hartmann Tresore



Simone Pelleschi mit Tresoren für die Beherbergungsbranche.

«Bank wechseln lohnt sich.»

Bankpaket top: Das beste
Konto-/Kartenangebot der Schweiz

Jetzt
wechseln

 moneyland.ch

Banken

Testsieger

Kostenvergleich, 06/2025
Konto und Karte

wir.ch/paket



Die Certo! One Mastercard® Bank WIR Design.

Kreditkarte? — Certo!

Als ideale Ergänzung zur Debit Mastercard hat die Bank WIR eine Kreditkarte für Privatkunden eingeführt: die Certo! One Mastercard® Bank WIR Design ist eine Gratis-Kreditkarte ohne Jahresgebühr, mit Cashbackfunktion und 50 CHF Startguthaben.

Mit der Kreditkarte Certo! One Mastercard® Bank WIR Design erfährt das Hauptbankangebot der Bank WIR eine weitere Abrundung. Die Kreditkarte ist auf Privatkunden zugeschnitten und die ideale Ergänzung zum Bankpaket top, das die Debit Mastercard beinhaltet. Beide Karten zusammen verschaffen Ihnen die Basis und die nötige Flexibilität für Ihre alltäglichen Finanzgeschäfte.

TIPP

Nutzen Sie beide Karten zusammen! Die Debitkarte weltweit für Bargeldbezüge und Reisen im Ausland und die Kreditkarte für Einkäufe in der Schweiz – zu Ihrem Vorteil, vor allem wegen des attraktiven Cashbacks von 1 % für Einkäufe bei drei Lieblingsgeschäften.

Cashback auf jeden Einkauf – bis zu 1 %!

Beiden Karten gemeinsam ist, dass sie kostenlos sind. Vorteil Debit Mastercard: Weltweit sind 24 Bancomat-bezüge pro Jahr kostenlos. Vorteil Certo! One Mastercard® Bank WIR Design: Bei jedem Einkauf wird ein Cashback von 0,25 % auf den Einkaufsbetrag gutgeschrieben. Und bei drei Lieblingsgeschäften Ihrer Wahl beträgt der Cashback sogar 1 %! Natürlich ist die Kreditkarte auch im Ausland – kontaktlos oder mit dem Smartphone – einsetzbar, und zwar überall dort, wo Mastercard akzeptiert wird. Am günstigsten fährt man im Ausland jedoch mit der Debit Mastercard der Bank WIR, wie im März ein Vergleichstest von moneyland.ch erneut gezeigt hat.

TIPP

Beantragen Sie jetzt die Certo! One Mastercard® Bank WIR Design und sichern Sie sich 50 CHF Startguthaben!

50 CHF Startguthaben

Wer bis 1. Dezember 2026 die Certo! One Mastercard® Bank WIR Design beantragt, kommt in den Genuss eines Startguthabens von 50 CHF. Voraussetzung ist natürlich eine erfolgreiche Antragsprüfung. Und weiter muss bis zum 31. Dezember 2026 mindestens eine Zahlung mit der Kreditkarte erfolgt sein.

Hohe Sicherheit

Die Kreditkarte Certo! One Mastercard® Bank WIR Design wird von der Cembra Money Bank AG herausgegeben. Die Karte verfügt über eine Einkaufsversicherung, eine SOS Assistance für Hilfe im Ausland bei Notfällen und über den Mastercard® Identity Check für sichere Online-Zahlungen.

● Daniel Flury

Sie möchten die Certo! One Mastercard® Bank WIR Design nutzen? Dann geht es hier zum Antrag.





Vom Stillstand zum Sehnsuchtsort

Die Beherbergungsbranche bewegt sich in einem anspruchsvollen Finanzierungsumfeld: nur gut positionierte Projekte mit klarer strategischer Ausrichtung und professioneller Führung stossen bei einer Bank auf Gegenliebe. Doch wie kann sich z. B. ein Hotelprojekt von der Konkurrenz abheben? Wer unterstützt die Besitzer und Betreiber in der Findungs- und Umsetzungsphase? Worauf achten die Banken? Antworten geben am Beispiel des leer stehenden Hotels Du Lac in Merligen der Branding-Experte Youri Sawerschel (Creative Supply) und Roman Hassler (Bank WIR) am Hospitality Summit vom 3. bis 4. Juni in der Festhalle Bern.

Das Hotel Du Lac am Thunersee: ein Ensemble aus Belle Époque und 70er-Jahre-Architektur.



Vor über zehn Jahren verliess der letzte Gast das Hotel Du Lac in Merligen. Der unerwartete Tod des Pächters, die Covid-19-Pandemie und eine von der Gemeindeversammlung Ende 2022 abgelehnte Neubebauung – ein Restaurant und 31 Wohnungen – versetzten das Hotel direkt am Thunersee in einen bis heute anhaltenden Dornröschenschlaf. Wachküssen soll die Liegenschaft ein neues Projekt, das keine Volksabstimmung mehr voraussetzt: Die Pension aus der Belle Époque und der Erweiterungstrakt aus den 70er-Jahren werden unter weitgehender Beibehaltung der Aussenhüllen entkernt, innen neu aufgebaut und durch einen dreistöckigen Holzneubau strassenseitig ergänzt. Läuft alles nach Plan, wird Merligen 2029 über ein neues öffentliches Restaurant mit 60 Sitzplätzen verfügen. Dazu kommen 19 Hotelzimmer, 13 touristisch bewirtschaftete Wohnungen und ein Wellnessbereich.

Während sich an den Plänen höchstens noch Details ändern können, feilen die Besitzer noch an der endgültigen Positionierung des Hotelbetriebs. Will man sich als Location für Hochzeiten profilieren? Soll ein Schiff erworben und vor dem Hotel fest vertäut so zum speziellen Ort für Degustationen werden? Soll man am Namen Du Lac festhalten oder ihn aufgeben? Auch Details wie die endgültige Positionierung und Masse der Rezeption beschäftigen: Sie darf beim Betreten des Gebäudes die Sicht auf den See nicht versperren und soll möglichst einladend wirken. «Zu oft erinnert die Rezeption an eine Art Grenzkontrolle», gibt anlässlich einer Begehung der Liegenschaft auch Youri Sawerschel zu bedenken.

Das «Du Lac» als Exempel

Youri Sawerschel, Gründer und Chief Creative Officer von Creative Supply, eine international tätige Branding- und De-



Seit über zehn Jahren betrat kein Gast mehr das Hotel und Restaurant Du Lac.

Fotos: Foto Frutig



sign-Agentur, wird am Hospitality Summit in Bern seine Vision für das künftige Hotel Du Lac präsentieren und beispielhaft aufzeigen, wie eine erfolgreiche und für Banken interessante Neupositionierung in der Beherbergungsbranche funktionieren kann. Begleitet von der Solothurner Familie Munzinger als Vertreter der Eigentümer und von Roman Hassler, Leiter der Fachstelle Gastronomie und Hotellerie der Bank WIR, hat er sich im März einen Eindruck von den Örtlichkeiten verschafft. Aus der Zeit gefallenes Mobiliar, auseinanderfallende Schränke, Staub, Spinnweben, Hinterlassenschaften von Mardern und Wasserlachen auf den Balkonen lassen ihn unbeeindruckt: «Nach zehn Jahren Stillstand ist das völlig normal, ich habe weit Schlimmeres gesehen.» Ausgerüstet mit Plänen, Kamera und Notizheft nahm Sawerschel nicht nur einen Augenschein im Hotel und auf seinen Aussenflächen. Das ganze Dorf hat er erkundet, inklusive Kirche und der Bäckerei, denn: «Die besten Ideen findet man nicht auf Google, sondern vor Ort!»

Ein Ort mit Potenzial

Keine Frage: Die Liegenschaft des Hotels Du Lac hat das Potenzial, den Stillstand hinter sich zu lassen und zum Sehnsuchtsort zu werden. Die Lage direkt am Thunersee, die nahe Anlegestelle der BLS Schifffahrt und der Ausblick auf den Niesen, der den Pyramiden oder den Toblerone-Dreiecken hätte Modell stehen können, sind unbezahlbar. Merligen selbst liegt am Pilgerweg und ist Ausgangspunkt für Ausflüge nach Thun oder Interlaken, zu den Beatushöhlen oder ins Justistal. Sigriswil lockt mit Attraktionen wie dem Pfingstrosengarten oder dem Naturpark Grabenmühle, wo man fischen und goldwaschen kann. Merligen, das zusammen mit zehn weiteren Dörfern zur Gemeinde Sigriswil gehört, ist aufgrund seines mediterranen Klimas auch als Riviera vom Thunersee bekannt. Obwohl es als Feriendorf gilt und ausserhalb der Tourismusbranche kaum Arbeitsplätze anbietet, verfügt Merligen gegenwärtig nur über ein Hotel und ein Restaurant. Mit durchschnittlich 50 000 Logiernächten pro Jahr hat auch das «Palmendorf» sein Potenzial noch nicht ausgeschöpft.

«Jeder Berührungspunkt muss stimmig sein und eine Geschichte erzählen.»

In welcher Situation befinden sich Hoteliers, wenn sie sich an Sie wenden? Oder woran merkt der Hotelier, dass er sich an Sie wenden sollte?

Youri Sawerschel: Hotelbesitzer und Hotelgruppen wenden sich in der Regel an mich, wenn sie ein neues Hotel entwickeln, ihr Geschäft ausbauen oder eine bestehende Immobilie neu positionieren. Dies sind heikle Momente für einen Hotelier, denn die heute getroffenen Entscheidungen wirken sich oft auf die nächsten Jahrzehnte des Unternehmens und den Wert ihrer Immobilie aus. Es ist entscheidend, alles richtig zu machen. Da die Lösung an der Schnittstelle von Liegenschaft, Betrieb, Design und Marketing liegt, suchen Hoteliers zunehmend nach Partnern, die diese vier Disziplinen verstehen, um ein stimmiges Konzept zu entwickeln. Hier kommen mein Team von Creative Supply und ich ins Spiel.



Mit dieser Lobby und dieser Rezeption wäre heute kein Staat mehr zu machen.



Das Innere des Hotels wird zurückgebaut, die Fassaden werden erneuert und bleiben erhalten.

Welche Voraussetzungen müssen erfüllt sein, damit Sie einen Problemfall übernehmen?

Damit ein Hotel- oder Gastronomieprojekt die Vorteile einer ganzheitlichen Marken- und Konzeptentwicklung voll ausschöpfen kann, sind drei Voraussetzungen entscheidend: Es sollten erstens der Ehrgeiz bestehen, zu wachsen oder sich weiterzuentwickeln, zweitens die Bereitschaft, den Status quo zu hinterfragen, und drittens die uneingeschränkte Unterstützung des Eigentümers. Ohne diesen Ehrgeiz auf der Ebene der Eigentümer wird es

Youri Sawerschel



Youri Sawerschel ist der Gründer und Chief Creative Officer von Creative Supply, einer Branding- und Experience-Design-Agentur mit Standorten in Zürich und Paris. Aufgrund seiner kreativen Denkweise wird er für Projekte im Bereich der Entwicklung, Einführung und Führung von Hospitality-Marken in Europa, China und dem Nahen Osten beigezogen. Youri Sawerschel ist zudem Autor zahlreicher Artikel zu den Themen Markenstrategie, Storytelling und Unternehmertum und lehrt unter anderem an der EHL Hospitality Business School in Lausanne und der ETH Lausanne. Sawerschel schloss sein Studium an der École des Arts Décoratifs in Genf ab und besitzt einen Bachelor der EHL, wo er den Young Hoteliers Summit mitbegründete.

creativesupply.com

selbst dem besten Konzept schwerfallen, in die Realität umgesetzt zu werden.

Wie umfassend sollte eine Neuerfindung eines Brands sein? Reichen nicht ein neues Logo und eine modernisierte Rezeption?!

Nur das Logo zu ändern und die Rezeption neu zu gestalten, ist so, als würde man die Fassade eines Hauses neu streichen, ohne die Bausubstanz zu verändern. Die Gäste von heute bewerten ein Hotel auf allen Ebenen: die Freundlichkeit des Personals, die Gestaltung der Zimmer, die Musik im Aufzug, Bewertungen in den sozialen Medien, die Website, die Berichterstattung in der Presse und so weiter. Jeder Berührungspunkt muss stimmig sein und eine Geschichte erzählen, die nicht generisch ist. Das ist es, was ein Hotel hervorhebt – sowohl für Gäste als auch zunehmend für die Suche durch KI-Agenten.

Ein Finanzinstitut wird zuerst in die Bücher eines Hotels schauen wollen. Wohin schauen Sie als Erstes?

Ich beginne in der Regel mit dem digitalen Auftritt des Hotels. So bekomme ich einen ersten Eindruck davon, wie sich das Hotel dem Markt präsentiert. Anschliessend vergleiche ich dieses Bild mit der tatsächlichen Anlage vor Ort. In vielen Fällen besteht eine erhebliche Diskrepanz zwischen Image und Realität. Fantastische Hotels verkaufen sich digital manchmal unter Wert, während andere mehr versprechen, als sie halten können. Bei meiner Arbeit geht es oft darum, alle vorhandenen Elemente eines Hotels zusammenzutragen und sie zu einem stimmigen Konzept zu verbinden. Um eine kulinarische Metapher zu verwenden: Die Zutaten sind oft schon vorhanden, aber es fehlt das richtige Rezept. Und ein gutes Rezept, einmal klar niedergeschrieben, macht es auch für alle – vom Verkaufsteam bis zum Innenarchitekten – viel einfacher, dasselbe Gericht zuzubereiten.

Begleiten Sie auch die Umsetzung eines von Ihnen ausgearbeiteten Konzepts?

In den meisten Fällen: Ja. Bau- und Renovierungsprojekte dauern in der Regel ein bis drei Jahre, manchmal auch länger. Während dieser Zeit wird das ursprüngliche Konzept auf Schritt und Tritt auf die Probe gestellt: Ein Architekt schlägt einen Grundriss vor, der praktischer, aber weniger unverwechselbar ist, ein Beschaffungsteam ersetzt ein Material aufgrund von Lieferzeiten, ein neuer Geschäftsführer kommt mit seinen eigenen Vorlieben. Jede einzelne Entscheidung scheint unbedeutend, doch die Anhäufung kleiner Kompromisse führt dazu, dass aus einem starken Konzept ein generisches wird. Die Gewährleistung, dass die Marke ihre Integrität von der ursprünglichen Strategie bis zum endgültigen Gästelerlebnis bewahrt, ist daher ein wesentlicher Teil unserer Arbeit.

Wie viel Zeit vergeht in der Regel zwischen der ersten Kontaktnahme und dem Neuauftritt?

Bei einem mittelgrossen Hotel mit mehreren Standorten dauert die Entwicklung des Konzepts in der Regel drei bis fünf Monate. Die Umsetzungsphase hängt weitgehend von den erforderlichen Bauarbeiten ab. Eine sanfte Sanierung kann innerhalb weniger Monate durchgeführt werden, während ein Neubau auf der grünen Wiese mehrere Jahre in Anspruch nehmen kann.

Beziehen Sie nur die Hotelleitung in die Pläne ein oder auch die Mitarbeitenden?

Wir versuchen, die Mitarbeiter so weit wie möglich einzubeziehen. Als wir beispielsweise das neue Konzept für das Hotel Mona in Montreux entwickelten, organisierten wir eine Sitzung mit den Leitern aller Abteilungen. So konnten wir Dutzende von Ideen sammeln, um das Gästerlebnis auf eine Weise zu verbessern, die sowohl mit der Markenvision als auch mit den betrieblichen Gegebenheiten im Einklang stand. Wenn Ihre Mitarbeiter mit dem Konzept nicht einverstanden sind, werden es Ihre Gäste auch nicht sein.

«Die Zutaten sind oft vorhanden, aber es fehlt das richtige Rezept.»



Das Potenzial des Hotels liegt in seiner Lage direkt am Thunersee und der Aussicht auf die Berner Alpen und den Niesen – am Tag der Begehung teilweise versteckt hinter Wolkenschwaden.

Finanzielle Restriktionen: Korsett oder spannende Herausforderung?

Charles Baudelaire schrieb einst: «Parce que la forme est contraignante, l'idée jaillit plus intense.» («Weil die Form zwingend ist, kommt die Idee umso intensiver zum Vorschein.») Einschränkungen sind für die Kreativität unverzichtbar, und finanzielle Beschränkungen bilden da keine Ausnahme. Bei der Finanzierung eines Projekts prüft eine Bank stets die Investitionsbegründung. Ein neues Konzept sollte daher entweder eine Umsatzsteigerung oder eine Kostenoptimierung nachweisen. Zu meinen Aufgaben gehört es, Eigentümern dabei zu helfen, dies sowohl gegenüber ihren Finanzierungspartnern als auch intern klar zu formulieren. Wenn ein Konzept nicht mit einem Geschäftsergebnis verknüpft werden kann, verliert es in der Regel schon bei der ersten Budgetprüfung an Schwung.

Was reizt Sie mehr: den Aufbau eines noch nicht existierenden Brands oder die Neulancierung, Neuerfindung eines etablierten Betriebs?

Ich mag beides, aber aus unterschiedlichen Gründen. Etablierte Unternehmen verfügen über eine Geschichte, eine Kultur, Mitarbeiter und Arbeitsweisen, die als Ausgangspunkt für ein Projekt dienen. Neue Marken stützen sich stärker auf Markttrends und die Vision des Inhabers. Interessanterweise kann es schwieriger sein, neue Marken aufzubauen, da man keine Erfolgsbilanz oder Reputation hat, die als Sicherheitsnetz dienen könnte.

Roman Hassler



Roman Hassler ist Absolvent der Hotelfachschule Lausanne (BSc in International Hospitality Management) und verfügt über einen MAS in Finance (Uni ZH). Vor seinem Stellenantritt bei der Bank WIR als Leiter der Fachstelle Hotellerie und Gastronomie hat er in verschiedenen Unternehmen – SV Hotel AG und der Two Spice AG – inspirierende und zukunftsweisende Hotel- und Gastronomieprojekte evaluiert, verhandelt und umgesetzt. «Mir sind langfristige und gegenseitig gewinnbringende Partnerschaften wichtig», betont Roman Hassler, der sich ein weitgespanntes Netzwerk in der Hotellerie, Gastronomie und der Immobilienindustrie aufgebaut hat.

Hier geht es zum LinkedIn-Profil von Roman Hassler



Sind Sie auch schon hoffnungslosen Fällen begegnet?

Ja, das kommt recht häufig vor. Aber die Projekte selbst sind selten aussichtslos. Es sind die Menschen, die sie aussichtslos machen. Das liegt meist an Entscheidungsunfähigkeit, schlechter Führung oder mangelndem Ehrgeiz.

Was tun, wenn Sie realisieren, dass das Problem ursächlich mit den involvierten Personen und weniger z.B. mit der Location zu tun hat?

Das Stakeholder-Management macht einen grossen Teil meiner Arbeit aus. Meiner Erfahrung nach gilt: Je früher wir in ein Projekt eingebunden werden, desto besser. Es ist immer schwieriger, den Kurs eines Projekts zu ändern, das bereits seit Monaten läuft. Letztendlich wird es zu einem Balanceakt zwischen den Zielen und Prioritäten der einzelnen Parteien und der Integrität der Marke.

Wie unterscheiden sich Ihre Kunden in London und Paris von denen in Montreux und Zürich?

Es wäre unfair, zu pauschal zu verallgemeinern, doch es zeichnen sich einige Muster ab. Schweizer Eigentümer, insbesondere bei Immobilien in Familienbesitz, neigen dazu, bei der Umgestaltung vorsichtiger zu sein. Oft besteht eine starke Verbundenheit mit der Geschichte des Hauses, was je nach Umgang damit ein Vorteil oder ein Hemmnis sein kann. In grösseren Märkten wie London oder Paris führen institutionelle Eigentümer dazu, dass Entscheidungen anders getroffen werden – manchmal schneller, manchmal eher im Ausschuss. Was überall gleich bleibt, von Zürich bis Tiflis, ist, dass die Qualität des Ergebnisses weniger von der geografischen Lage abhängt als vielmehr davon, ob die Eigentümer mit den Veränderungen einverstanden sind.

Ist die Kundschaft eines Hotels vor und nach Ihrer Intervention noch dieselbe oder ändert sie sich mit dem Hotel?



Youri Sawerschel macht sich ein Bild, zusammen mit Vertretern der Besitzerfamilie und der Bank WIR. Am Hospitality Summit in Bern vom 3. bis 4. Juni wird Sawerschel am Beispiel des Hotels Du Lac aufzeigen, wie eine erfolgreiche Neupositionierung eines Hotels gelingen kann.

Eine Neupositionierung eines Hotels wirkt sich fast immer auf das Kundenprofil aus. Was wäre sonst der Sinn eines Rebrandings, wenn danach alles beim Alten bliebe? Manchmal geht es darum, die durchschnittlichen Zimmerpreise oder die Aufenthaltsdauer zu steigern, aber es kann auch darum gehen, neue Nationalitäten oder neue Zielgruppen anzusprechen. Mir fallen zum Beispiel Hotels ein, bei denen wir dabei geholfen haben, den asiatischen Markt auszubauen, oder andere, bei denen wir ein starkes Hochzeitsangebot aufgebaut haben.

Von Zeit zu Zeit kommt mir dieser Gedanke. Aber ein Hotel zu konzipieren und eines zu betreiben, sind zwei ganz unterschiedliche Dinge. Ich weiss, dass ich das Erste schaffen kann. Für das Zweite bräuchte ich auf jeden Fall starke Partner.

● Interview: Daniel Flury

creativesupply.com
hospitality-summit.ch

Hatten Sie auch schon Lust, selber ein Hotel zu übernehmen?



Das künftige Hotel und Restaurant Du Lac von der Seeseite: Die bestehenden Baukörper aus den 70er-Jahren (rechts) und dem Jahr 1900 werden durch einen Holzbau erweitert.

Illustration: zVg



Die Gründer und Partner des KMU-Nachfolgezentrums (v.l.): Karl Zimmermann (Gründer, Partner, Generationencoach und Unternehmergeist), Andreas Weber (Gründer, Partner und Generationencoach), Madeleine Na (Partnerin und Generationencoach), Janine Gerber (Co-Leitung Bern, ICT- & Marketingverantwortliche) und Rudolf P. Winzenried (Partner und Generationencoach).

Fotos:
zVg

KMU-Nachfolge – gestern, heute und morgen

20 Jahre KMU-Nachfolgezentrum

Seit 2006 begleitet das KMU-Nachfolgezentrum Unternehmerinnen und Unternehmer bei der Planung und Umsetzung ihrer Unternehmensnachfolge. In den vergangenen 20 Jahren hat das Team rund 1000 Nachfolgelösungen unterstützt – stets mit einem praxisnahen, unternehmerischen Ansatz.

Im Zentrum stehen dabei nicht nur Zahlen und Strukturen, sondern vor allem die Menschen hinter den Unternehmen. Mit interdisziplinärer Expertise und einem Verständnis von «Unternehmer zu Unternehmer» gelingt es, nachhaltige Lösungen zu entwickeln und den Unternehmergeist über Generationen hinweg weiterzutragen. Obwohl die Verantwortlichen des KMU-Nachfolgezentrums glauben, dass digitale Plattformen, datenbasierte Bewertungen und strukturierte Prozesse in Zukunft noch wichtiger werden, gehören Menschlichkeit und das Gespür für die individuelle Situation weiterhin zum Erfolgsrezept des Nachfolgezentrums.

20 Jahre KMU-Nachfolgezentrum – das ist in der schnelllebigen Wirtschaftswelt fast schon ein kleines Jubiläumswunder. Oder anders gesagt: Zwei Jahrzehnte Unternehmergeist in Reinform. Andreas, Janine, Karl – was bedeutet dieses Jubiläum für euch?

Andreas Weber: Es ist vor allem ein Zeichen von Vertrauen. In den letzten 20 Jahren durften wir rund 1000 Nachfolgen begleiten – das ist nicht nur eine Zahl, sondern steht für ebenso viele Unternehmensgeschichten.

Janine Gerber: Und es zeigt, wie relevant das Thema geblieben ist – vielleicht sogar relevanter denn je. Die Herausforderungen haben sich verändert, aber die zentrale Frage bleibt: Wie gelingt ein guter Übergang?



Karl Zimmermann (alias Unternehmergigist – vgl. S. 56): Ich würde sagen: 20 Jahre sind der Beweis, dass Nachfolge kein Trend ist, sondern ein Dauerbrenner. Oder wie ich es einmal geschrieben habe: «Ein Unternehmen zu gründen ist mutig – es richtig zu übergeben, ist hohe Kunst.»

Dann schauen wir uns diese Entwicklung genauer an. Was hat sich in den letzten 20 Jahren in der KMU-Nachfolge am stärksten verändert?

Janine Gerber: Die Komplexität hat deutlich zugenommen. Früher war vieles informeller und oft innerhalb der Familie geregelt. Heute sind externe Nachfolgelösungen bei uns die Regel – und diese brauchen Struktur, Klarheit und professionelle Begleitung.

«Nachfolgelösungen brauchen Struktur, Klarheit und professionelle Begleitung.»

Andreas Weber: Auch die Erwartungen sind gestiegen. Käufer wollen Transparenz, nachvollziehbare Strategien und klare Perspektiven. Es reicht nicht mehr, einfach ein «gut laufendes Unternehmen» zu präsentieren.

Karl Zimmermann: Früher hat man den Schlüssel übergeben. Heute übergibt man ein System – und idealerweise auch eine Vision.

Was unterscheidet das KMU-Nachfolgezentrum denn konkret von klassischen Mergers&Acquisitions-Anbietern?

Andreas Weber: Unser Ansatz ist stark geprägt vom Grundsatz «Unternehmer zu Unternehmer». Wir sprechen dieselbe Sprache wie unsere Kundinnen und Kunden, weil wir viele Situationen selbst erlebt haben.

Janine Gerber: Dazu kommt unsere Erfahrung aus rund 1000 begleiteten Nachfolgen. Das gibt uns nicht nur Fachwissen, sondern auch ein Gespür für die individuellen Situationen.

Karl Zimmermann: Und wir stellen den Menschen ins Zentrum – nicht die Transaktion. Ein Unternehmen ist mehr als eine Excel-Tabelle. Es ist Kultur, Geschichte und oft auch ein Stück Identität.

Andreas Weber: Ein weiterer Unterschied ist unsere Multi-Disziplinarität im Team. Wir vereinen betriebswirtschaftliches Know-how mit juristischer Expertise, Mediation und strategischer Beratung. Gerade bei Nachfolgen, wo Emotionen und Fakten zusammentreffen, ist das entscheidend.



Also ein ganzheitlicher Ansatz. Was ist denn das Erfolgsrezept des KMU-Nachfolgezentrums?

Janine Gerber: Wir begegnen Unternehmerinnen und Unternehmern auf Augenhöhe. Das ist keine Floskel, sondern eine Haltung.

Andreas Weber: Vertraulichkeit ist ein weiterer zentraler Punkt. Nachfolge ist ein sensibles Thema – Vertrauen ist die Grundlage für alles.

Karl Zimmermann: Und ich würde ergänzen: Menschlichkeit. Am Ende entscheiden Menschen – nicht Modelle. Wer das vergisst, macht vielleicht einen guten Deal, aber keine gute Nachfolge.

Bleiben wir kurz bei der Gegenwart: Was sind aktuell die grössten Herausforderungen bei KMU-Nachfolgen?

Andreas Weber: Der häufigste Fehler ist nach wie vor: zu spät anfangen. Eine gute Nachfolge braucht Zeit – oft mehrere Jahre.

Janine Gerber: Und dann ist da die emotionale Dimension. Loslassen ist nicht einfach, vor allem wenn man ein Unternehmen über Jahrzehnte aufgebaut hat.

«Wer nicht loslassen kann, kann auch nicht übergeben.»

Karl Zimmermann: Ich sage gerne: Die grösste Hürde ist selten der Markt – sondern das Herz. Wer nicht loslassen kann, kann auch nicht übergeben.

Und wie sieht die Zukunft aus? Was erwartet uns in den nächsten Jahren?

Andreas Weber: Wir werden eine weitere Professionalisierung sehen. Digitale Plattformen, datenbasierte Bewertungen und strukturierte Prozesse werden noch wichtiger.



Janine Gerber: Gleichzeitig steigen die Anforderungen an Nachfolgerinnen und Nachfolger. Unternehmerisches Denken, Veränderungsfähigkeit und Führungskompetenz sind entscheidend.

Karl Zimmermann: Die Zukunft gehört denen, die Tradition und Innovation verbinden. Ein Unternehmen ist kein Museum – aber auch kein Experimentierlabor ohne Fundament.

Zum Abschluss: Euer wichtigster Rat an Unternehmerinnen und Unternehmer im Hinblick auf ihre Nachfolge?

Janine Gerber: Frühzeitig beginnen und sich begleiten lassen.

Andreas Weber: Strukturiert kommunizieren (nicht zu früh und nicht zu spät) – intern wie extern.

Karl Zimmermann: Und mein Rat: Sehen Sie die Nachfolge als letzte unternehmerische Entscheidung – und vielleicht als wichtigste.

● Interview: Daniel Flury

KMU-Nachfolgezentrum

Das KMU-Nachfolgezentrum wurde 2006 von Hans Weber, Andreas Weber und Karl Zimmermann gegründet. Im Jahr 2020 entstanden mit den Partnern Markus Fellmann und Pascal O. Stocker sowie der Partnerin Madeleine Na weitere Regionenstandorte in der Ost-, Nord- und Nordwestschweiz. Das KMU-Nachfolgezentrum berät und begleitet KMU durch Nachfolge- und Übernahmeprozesse und versteht sich als Pionier in der Branche der Nachfolge.

Nach 20 Jahren Tätigkeit blickt das Nachfolgezentrum auf über 1000 ganzheitlich geregelte Nachfolgeprojekte zurück. Das Team besteht aus Spezialisten aus den verschiedensten Bereichen, verschiedenen Generationen mit unterschiedlichem Erfahrungsschatz und verfügt über ein bewährtes Netzwerk von Experten.

WIRmarket.ch > KMU-Nachfolgezentrum

Die Bank WIR an der Gastia und am Hospitality Summit

Die Bank WIR war bzw. ist auch dieses Jahr wieder an zwei Anlässen der Gastro- und Beherbergungsbranche vertreten: an der vergangenen Gastia in St. Gallen und von 3. bis 4. Juni am Hospitality Summit, der neu nicht mehr in Zürich, sondern in der Festhalle Bern stattfindet. Mit diesem Standortwechsel will HotellerieSuisse näher an die Westschweiz heranrücken.



Unter den 160 Ausstellenden an der Gastia in St. Gallen war auch die Bank WIR.



Fotos: zVg

Die Präsenz in der Beherbergungsbranche hat für die Bank WIR Tradition. Als einziges Finanzinstitut in der Schweiz unterhält sie eine eigene Fachstelle für Hotellerie und Gastronomie. Während am Hospitality Summit in Bern (3.-4. Juni) Branchenvertreter aus der ganzen Schweiz vor Ort sein werden, ist die Gastia – ein Format der Olma Messen – mit rund 160 Ausstellern eine Fachmesse, die auf die Region Ostschweiz und Graubünden zielt. Dementsprechend haben die Filialen St. Gallen und Chur den Stand der Bank WIR betreut. «Die Gastia war

auch dieses Jahr der perfekte Ort, um unkompliziert Leute kennenzulernen und mit ihnen ins Gespräch zu kommen», so Filialleiter Roman Hengartner. Erwartungsgemäss stiessen die Produkte und Dienstleistungen der Bank WIR wie schon in den vergangenen Jahren auf grosses Interesse.

● Daniel Flury

hospitality-summit.ch

Bereit für die WIR-Expo 2026?

**WIR-Expo in Dietikon,
13.–15. November 2026**

Nach der erfolgreichen WIR-Expo 2025 nimmt die diesjährige Ausgabe der Messe in der Stadthalle Dietikon bereits Form an. Seien Sie als Aussteller mit dabei und reservieren Sie Ihren Stand schon jetzt!

Messechef François Cochard hat allen Grund zur Freude: «Stand Mitte April haben sich bereits knapp 30 Firmen Standplätze gesichert, und wöchentlich wird die Liste länger.» Bereits gesetzt sind namentlich:

- Adrian Meyer AG, Werkzeuge & Haushaltartikel
- Aromapunkt.ch, Vielfalt in Essig und Oel
- Bank WIR
- Boutique 712, Haar- und Schuh-Accessoires
- Briefing – Perlen aus Java, Tahiti, Australien
- Casalta AG, Süswaren
- Delance-Uhren, Giselle Rufer
- Fuster, Fleisch-Rauchspezialitäten
- Jann Tischkultur, Haushaltsartikel, Dekoartikel
- JJ Grange, Weine
- Manser Werkzeug
- Novotrade Reimann GmbH, Büromöbel
- Pfenninger Maler
- Regli Weine
- Schindelholz, Weine, Prosecco, Champagnes
- Schnyder Mode
- Selnemia GmbH, Wash&care Solutions
- Shirin fliegender Teppich, Teppiche, Bronzefiguren
- Sonnenkönig Whirlpools
- Stadler Urdorf, Goldmünzen
- Tank & Handel
- Tiefpreis Optik
- TiSTO (Schweiz) AG, Elektro-Roller
- Vanoli AG, Haushaltswaren
- Verpacker.ch, Tragtaschen&Verpackungen
- Vino e Saporì GmbH
- Zumstein Insektengitter
- Zweiradsport Fischer

Es hat aber noch Platz für Ihren Stand. Alle erforderlichen Informationen und Unterlagen für die Standreservation finden Sie auf wir-expo.ch. Aufgrund des neu eingeführten One-Way-Durchlaufs erfahren einige Ausstellerflächen im Vergleich zum Vorjahr eine Anpassung. Von der neuen Besucherführung profitieren beide Seiten, Ausstellende wie Messebesuchende: Niemand wird übersehen, alle Besuchenden werden mindestens einmal an jedem Stand – in beiden Hallen und im Aussenbereich – vorbeigeführt.

Ebenfalls neu aufgelegt wurde das Verpflegungsangebot. Messechef François Cochard: «Wir haben einen neuen Caterer, und das Gastronomieangebot im Aussenbereich wird ausgeweitet.» Zu den Besuchenden sollen dieses Jahr vermehrt potenzielle CHF-Kunden aus der Region gehören. «Wir versprechen uns davon ein zusätzliches Umsatzpotenzial für die Ausstellenden», so Cochard.

Abendessen und Abendprogramm

An allen Messeabenden zeichnet sich ein spannendes Abendprogramm ab – mehr dazu kann allerdings erst zu einem späteren Zeitpunkt verraten werden. Bereits gesetzt sind am Freitagabend ein Abendessen für alle Besuchenden, Gäste sowie Aussteller und ihre Mitarbeitenden. Tags darauf, am Samstag, 14. November, steht ein Abendessen nur für die Ausstellenden und ihre Mitarbeitenden auf dem Programm.

Am Sonntag ist die WIR-Expo eine Stunde länger geöffnet als letztes Jahr und schliesst um 16 Uhr. Der Sonntagnachmittag beinhaltet ein spezielles Kinderprogramm mit einer Zaubershow. Überhaupt ist der Sonntag der perfekte Tag für einen Familienausflug: der Brunch an der WIR-Expo, gefolgt vom Messerundgang mit Shopping, und schliesslich der Besuch der Zaubershow, abgerundet von einem Spaziergang durch den Bruno Weber Park (im November samstags und sonntags von 11.00–17.00 geöffnet) mit seinen fantastischen Skulpturen.

● Daniel Flury

wir-expo.ch
(Hallenpläne und Ausstellerunterlagen)

weberpark.ch



Der Bruno Weber Park ist der grösste Skulpturenpark der Schweiz und liegt direkt neben der Stadthalle Dietikon, wo vom 13. bis 15. November die WIR-Expo ausgerichtet wird.



Foto: zVg



Die WIR-Expo wird auch 2026 Jung und Alt begeistern.

Foto: Foto Frutig

Die zweite und dritte Generation führen
Mode Gamma gemeinsam:
Ursula und Herbert Gamma, Loredana
Gamma und ihr Partner Ramon Schwinn.

Fotos: Henry Muchenberger





Fashionstore mit italienischem Flair

90 Jahre MODE GAMMA, Münchwilen TG

Wer es gerne etwas mutiger, bunter und «italienischer» hat, ist bei MODE GAMMA in Münchwilen gut aufgehoben. Dieses Jahr feiert der Fashionstore mit internationalem Anspruch sein 90-jähriges Jubiläum.



Sie sind ein Teil der 90-jährigen Geschichte von Mode Gamma, die über ein Dutzend Mode-Brands, die dem Münchwiler Familienunternehmen in seiner Jubiläumsbroschüre auf Holländisch, Deutsch und vor allem Italienisch zum stolzen Jubiläum gratulieren. Von einer «partnership solida» (Gimo's) mit «persone che condividono passione» (Anneclaire) ist die Rede, von einer «collaborazione di lungo periodo» (camicettasnob), einer «storia di stile che continua» (Ripani), und Roy Robson fasst zusammen: «90 Jahre Stil, Haltung und Leidenschaft für Mode. Ein Modehaus, das Generationen geprägt und Trends immer wieder neu interpretiert hat.» Aber ob Gran Sasso, Baldessarini, R2, Princess goes Hollywood, Cambio, Gaudi oder Roeckl: «Entscheidend ist nicht das einzelne Label, sondern die Qualität und die besondere Auswahl, die dem Sortiment seine eigene, exklusive Handschrift verleihen», so Loredana Gamma, «die Kunden sollen nicht in erster Linie wegen den Marken zu uns kommen, sondern wegen Mode Gamma!»

Diese Philosophie zeigt sich auch in der Präsentation der Kleider: Es finden sich keine Marken-Corner. Vielmehr werden die einzelnen Stücke nach Farben geordnet und, wenn möglich, auch in einen Bezug zu Schuhen gestellt, denn: «Seit 2003 verstehen wir uns als Bekleidungs-geschäft, das als Ergänzung des Angebots auch Schuhe führt – ohne ein gewöhnlicher Schuhladen zu sein.» Den Kundinnen und Kunden wird so ermöglicht, das ausgewählte Kleidungsstück unmittelbar mit passenden Schuhen zu ergänzen und sich von Kopf bis Fuss einzukleiden.



Adolf Gamma – auf dem Foto oben mit Gattin Martha – gründete das Unternehmen 1936, Loredana Gamma und Ramon Schwinn verkörpern die dritte Generation.

Ein Sackmesser und WIR

Loredana Gamma und ihr Partner Ramon Schwinn vertreten die dritte Generation des Modegeschäfts, das Grossvater Adolf Gamma 1936 in Münchwilen gegründet hat. In den Anfängen der damaligen «Konfektion&Stoffe A. Gamma» besuchte Adolf Gamma mit seinen Stoffmustern die Höfe der Umgebung. Seine Überzeugung: «Stilvolle Konfektion gehört nicht nur in die Grossstadt. Sie gehört den Menschen.» In den Genuss seiner Erzeugnisse kamen zunächst allerdings nur Männer und Knaben. Zu jedem Konfirmandenanzug gabs ein kleines Schweizer Sackmesser als spezielle Erinnerung und zur Kundenbindung. Auch die Vorteile eines Geschäftsnetzwerks erkannte Adolf Gamma bald, trat er doch bereits in den frühen 50er-Jahren dem CHW-System bei. «Dass Mode Gamma heute weit über die Kantonsgrenze hinaus bekannt ist, verdanken wir auch dem CHW-System», ist Loredana Gamma überzeugt. In CHW zahlende Kunden seien nach wie vor treue Kunden, «und es ist nicht selbst-



Die Verkaufsfläche erstreckt sich über 300 m².



verständlich, dass jemand eine Stunde Autofahrt in Kauf nimmt, um Kleidung einzukaufen».

Wenn heute Mode Gamma nicht nur Männer, sondern auch Frauen einkleidet, so ist das nicht zuletzt Martha Gamma zu verdanken. Die Gattin von Adolf Gamma schlug mit dem Bezug eines Neubaus 1960 und der Neufirmierung als «A. Gamma – Mass&Konfektion» ein neues Kapitel auf und komplettierte das Angebot durch Damenmode – zu einer Zeit, in der Röcke den Alltag prägten und Jeans noch Zukunftsmusik waren.

«Ein ähnliches Stilgefühl und der Wille, vom Wissen der andern zu profitieren, verbindet die beiden Generationen.»



Eingekleidet von Kopf bis Fuss: Mode Gamma verfügt auch über ein Angebot an Schuhen für Damen und Herren.

Jünger und selbstbewusster

1977 kam dann richtig Bewegung ins Haus: Mit Ursula (Uschi) und Herbert (Herbi) Gamma, beide gelernte Kaufleute, übernahm die zweite Generation, führte die Jeans ein (die Ablösung der eingebürgerten Wolle-Jupes durch Jeanshosen grenzte an eine Provokation und erforderte einigen Mut) und holte internationale Fashion-Brands nach Münchwilen. Es war die Zeit der Modeschauen, die z. B. in der benachbarten Stadt Wil die Tonhalle – ein Konzerthaus mit rund 500 Plätzen – füllte. «Modeschau mit Grossstadtniveau», «Das Modeereignis des Jahres», «Modern bis ausgeflippt», titelten die Medien und würdigten damit die experimentierfreudige neue Ausrichtung des Modehauses: jünger, selbstbewusster und mutiger im Stil. Zehn Jahre nach der Übernahme wurden 1987 im Rahmen einer Neueröffnung eigene Räumlichkeiten bezogen und das Modehaus umgetauft zum griffigeren und noch heute geltenden Mode Gamma.

Mit dem Jahr 2013 sind wir in der Gegenwart angelangt. Ein Neubau im Zentrum Münchwilens mit Wohnungen und über 300 m² Verkaufsfläche sowie Gratisparkplätzen wird bezogen, und die zweite Generation erhält Verstärkung durch die dritte: Loredana Gamma und Ramon Schwinn. Die Aussicht auf Selbstständigkeit, kreativere Arbeit und kürzere Entscheidungswege hatten Loredana, die Unternehmenskommunikation studiert hat, den Entschluss erleichtert, ihre Stelle bei einer Bank aufzugeben. Dieselben Beweggründe und die Vielseitigkeit der Arbeit – Einkauf, Verkauf, Buchhaltung, Marketing ... – sowie die Leidenschaft für Fashion leiteten auch Ramon. Der Jurist war zunächst in der Rechtsbranche tätig, bevor er sich später bewusst für den Weg ins Unternehmertum entschied. Das Resultat ist ein Familienbetrieb mit flacher Hierarchie, in dem unterschiedliche Generationen ihre Stärken einbringen. Während die ältere Generation auf Erfahrung, Kontinuität und gewachsene Kundenbeziehungen baut, setzt die jüngere neue Akzente bei Sortiment, Auftritt und Kundenansprache. «Uns verbindet ein ähnliches Stilgefühl und der Wille, vom Erfahrungsschatz und vom Wissen der andern zu profitieren», unterstreicht Ramon Schwinn.

Events und Private Shopping

Das 6000-Seelen-Dorf Münchwilen liegt verkehrsgünstig an der Autobahn A1 und nur 5 km von der Stadt Wil mit 25 000 Einwohnern entfernt. Der Ort ist von mehreren anderen Städten aus gut erreichbar: St. Gallen (25 Minuten), Zürich (45 Minuten), Winterthur (20 Minuten), Kreuzlingen (30 Minuten). Trotzdem: «Wir müssen zeitgemäss bleiben und mehr bieten als andere, damit Kunden nach Münchwilen kommen und wir neben dem Onlinehandel bestehen können», so Loredana Gamma. Dazu gehört, dass man sich Zeit für persönliche Beratung nimmt und die Kunden zu speziellen Events einlädt. Willkommen geheissen werden die Gäste an der «Fashion-Bar», die ei-



Die Präsentation der Produkte erfolgt nach Farben, nicht nach Marken.



Das 2013 neu erstellte Wohn- und Geschäftshaus verfügt über Gratisparkplätze und liegt im Zentrum von Münchwilen.

Foto: zVg

gens in den hellen, grosszügigen und liebevoll dekorierten Geschäftsräumlichkeiten eingerichtet wurde. Zum Einsatz kommt sie auch dann, wenn Einzelpersonen oder kleinere Gruppen es ruhiger und diskreter wünschen: das Private Shopping findet ausserhalb der regulären Öffnungszeiten statt und ist ideal für eine individuelle Modeberatung und das Zusammenstellen eines persönlichen Outfits. Ob spontan, während eines Events oder im Rahmen eines Private Shoppings: Bei Mode Gamma darf man sich sicher sein, dass Einkaufen zum Erlebnis wird.

«Wir lieben italienische Mode»

Das eigentliche Erfolgsgeheimnis, das Mode Gamma von anderen Kleidergeschäften abhebt, dürfte aber darin liegen, dass die Gammas «modischer, gewagter und mutigere Farben» einkaufen als andere. Die Reaktion der Kunden bleibt dann nicht aus. Den Satz «Ich wusste gar nicht, dass dieser Brand so etwas in seiner Kollektion führt» hören die Gammas und ihre langjährigen Modeberaterinnen immer wieder. Zentral für die Auswahl im mittleren bis höheren Preissegment sind für die Familie die Modewochen in Mailand und Florenz sowie die dortigen internationalen Schuhmessen. «Wir lieben italienische Mode», umschreibt Loredana Gamma die Bedeutung dieser Anlässe für das Geschäft in Münchwilen. Vor allem in Mailand finde man Kollektionen, die nicht über die Agenten in der Schweiz verkauft werden und somit eine

gewisse Exklusivität aufweisen. Ohne eine Abhängigkeit zu einer Marke zu schaffen, pflege man ausgezeichnete Kontakte zu grossen Marken, aber auch zu kleineren italienischen Familienbetrieben. Wer weiss, vielleicht ist die Vorliebe für Italianità kein Zufall und liegt im Blut der Gammas: Es wird vermutet, dass die bedeutende Urner Magistraten- und Unternehmerfamilie Gamma ihre Wurzeln in Italien hat.

Trends kommen und gehen, Mode Gamma bleibt

Das 90-jährige Jubiläum feiert Mode Gamma mit besonderen Jubiläumswochen. Pünktlich zu den wärmeren Tagen und den neuen Frühlings- und Sommerkollektionen bietet sich ein Besuch besonders an. Das Geschäft an der Wilerstrasse in Münchwilen ist an sechs Tagen in der Woche geöffnet und empfängt Sie gerne spontan oder zu einem Private Shopping. Und: Bis zum 30. Juni profitieren Sie bei Mode Gamma zudem von 100% WIR!

● Daniel Flury

WIRmarket.ch > Mode Gamma

Die Gisin-Schwestern im KMU-Talk

Nach dem WIR-Forum und KMU-Talk mit Bundesrat Albert Rösti und der Gastronomin Bernadette Lisibach (Restaurant Neue Blumenau) folgt am 26. Mai ein weiterer, vom WIR-Network Zürich organisierter Höhepunkt. Dieses Mal mit zwei internationalen Stars des alpinen Skirennsports: den beiden Schwestern Dominique und Michelle Gisin.



Sportpsychologe
und Mentalcoach
Christian Marcolli.

Fotos: zVg

Dominique und Michelle Gisin.

Ein KMU-Talk mit Sportlerinnen? Natürlich, denn die Sportlerfamilie Gisin funktioniert – jedenfalls zu einem Teil – wie ein KMU: Ressourcen so aufbauen und bereitstellen, dass sie zur richtigen Zeit am richtigen Ort abrufbar sind, ist nur einer der Aspekte, die die Wirtschaftswelt und Sportlerkarrieren verbinden. Das Weitergeben von Know-how ist ebenso wichtig, und diesbezüglich sind die Gisins perfekt aufgestellt. So konnte die jüngste der drei Geschwister – Michelle – immer wieder von den Erfahrungen ihres Bruders Marc und ihrer Schwester Dominique profitieren. Dabei glänzt nicht alles so hell, wie die Olympiagoldmedaille von Dominique Gisin oder die Olympiagoldmedaillen von Michelle Gisin: Kreuzbandrisse verbinden alle drei Geschwister – und sind noch das kleinste gesundheitliche Tribut, das ihr voller Einsatz für den Skirennsport forderte. Den grössten Schock erlebte die Familie Gisin und mit ihr alle mitfiebernden Fans, als Michelle Gisin letzten Dezember in einem Trainingslauf schwer stürzte und nur knapp an einer Querschnittslähmung vorbeischrammte.

Am WIR-Forum und KMU-Talk vom 26. Mai in Winterthur werden Dominique Gisin und Sportpsychologe und Managementberater Christian Marcolli in einem Vortrag aufzeigen, wie sie Michelle Gisin bei ihren Olympiasiegen in Pyeongchang 2018 und in Beijing 2022 begleitet und aufgebaut haben. Der damals entscheidende und heute auch für KMU zentrale Erfahrungs- und Wissenstransfer ist anschliessend Thema eines Talks, der von François Cochard moderiert wird.

Sie möchten erfahren, wie Erfahrungen und Erfolgsrezepte im Sport und in KMU auf Mitarbeitende und Nachfolger übertragen werden können? Dann melden Sie sich auf wir-netz.ch für den Anlass im Casinotheater Winterthur an.

● Daniel Flury

wir-netz.ch



Werner Keller und Seraina Stefka
bedienen die Kundinnen und Kunden
im Dorfladen Häggenschwil.

Fotos: Henry Muchenberger



Wertschöpfung im Dorf und in der Region

Dorfladen Häggenschwil

Über 50 regionale Produzenten beliefern den Dorfladen Häggenschwil mit Käse, Würsten, Broten, Bienenhonig, Teigwaren, Eiern, Most, Schokolade, Whisky und vielem mehr. Ergänzt werden die rund 1000 kulinarisch hochstehenden Artikel aus der Region durch 2000 Artikel des täglichen Bedarfs. Ein Abstecher in das Dorf mit 1400 Einwohnern und einer beeindruckenden Kirche lohnt sich nicht nur für Feinschmecker und CHW-Kunden.

Die Liebe zum Käse lässt Werner Keller (55) nicht los: Auf die Käsereilehre folgten 1990 einige Wanderjahre als Käser mit Stationen in der Appenzeller Schaukäserei in Stein und der Molkerei Biedermann in Bischofszell. Und 30 Jahre später folgte die Ausbildung zum Käsesommelier, obwohl er zu diesem Zeitpunkt schon seit fast 25 Jahren als Verkaufsleiter in KMU und im Grosshandel tätig war. «Ich sah in den ländlichen Dorfkäsereien keine Zukunft, blieb aber dem Produkt Lebensmittel auch in meinen neuen Funktionen immer treu.» So baute er zuletzt die Meister Glace AG in Zihlschlacht auf und übernahm die Geschäftsführung. Mit der Übernahme des Dorfladens Häggenschwil kommt nun alles zusammen: die Verbindung zu den regionalen Lebensmittelproduzenten, das Know-how als Unternehmer und die Leidenschaft für den Käse – für jeden Ladenbesucher sofort ersichtlich an der exklusiv bestückten Käsetheke.

Durch die Übernahme des Dorfladens stemmt sich Werner Keller gegen einen Trend, der um 1998 Fahrt aufgenommen hat: Dem «Lädelisterben» fiel etwa jeder zehnte Dorfladen zum Opfer. Jüngstes Beispiel ist der Dorfladen in der Aargauer Gemeinde Reitnau mit 1600 Einwohnern. Keller ist sich bewusst, dass sein Dorfladen in Häggenschwil mit Blick auf die Einwohnerzahl keine bessere Ausgangslage hat: «Die 1400 Häggenschwiler genügen als Fundament für eine tragfähige Kundschaft niemals. Für eine einigermaßen sichere Grundlage wären wohl an die 3000 Einwohner nötig, zumal man hier sehr stark nach Wittenbach und Arbon orientiert ist.» Dem veränderten Kaufverhalten nachzutruern und neidvoll auf Onlineshops und Grossverteiler zu blicken, bringe aber nichts, ist Werner Keller überzeugt. «Vielmehr gilt es, der Bevölkerung aus der Region zu zeigen, dass regionaler Einkauf nicht nur Wertschöpfung im Dorf ist, sondern

vielen weiteren KMU in der Umgebung Umsatz und Profit garantiert.» Indem Keller auf Qualität, Exklusivität und Regionalität setzt, hat er frischen Wind in den immerhin schon 35-jährigen Laden gebracht und auch ausserhalb des Dorfs bereits für Aufmerksamkeit gesorgt. Dass viele Konsumentinnen und Konsumenten sein Angebot und Engagement schätzen, beweist der konstante Fluss an Kundinnen und Kunden während unseres Besuchs im Dorfladen. Auffällig ist der gute Mix von älterer und jüngerer sowie von männlicher und weiblicher Kundschaft, oft in Begleitung von Kindern. Auch die freundliche und joviale Art Kellers und seiner «guten Fee» Seraina Stefka dürfte auf Anklang stossen. Und nicht zu vergessen die ausgewiesene Expertise, wenn es um Fragen der Kulinarik geht.

Was hat Sie dazu bewogen, den Dorfladen in Häggenschwil zu übernehmen?

Werner Keller: Nach dem Rückzug als Geschäftsführer der Meister Glace AG wollte ich im Kleinen nochmals etwas bewegen. Auslöser war die mediale Berichterstattung über die Schliessung des Dorfladens, den ich aus einer früheren Tätigkeit als Verkaufsleiter eines KMU kannte.

Wie unterscheidet sich Ihr Konzept von jenem der Vorgängerin?

Mit der Übernahme und Neueröffnung am 29. Oktober 2025 habe ich den Laden konsequent auf Frische und Regionalität ausgerichtet. Dazu gehört, dass ich praktisch das gesamte, viele jahrzehntealte Mobiliar entsorgt und neu angeschafft habe. Kundenfreundlicher und ebenfalls neu ist auch die Kasse mit Warentransportband. Der Laden ist nun sehr viel heller und einladender, und die Kundinnen und Kunden finden sich besser zurecht.

«Ich setze auf Qualität, Exklusivität und Regionalität.»

Ich versuche einerseits, der Dorfbevölkerung einen Ort anzubieten, an dem alles für den täglichen Gebrauch erhältlich ist. Andererseits bin ich darauf angewiesen, dass auch Personen bei mir einkaufen, die nicht im Ort wohnen. Dies erreiche ich nur, indem ich auf Qualität, Exklusivität und Regionalität setze.

Wie drückt sich diese Regionalität aus?

Neben rund 2000 Produkten des täglichen Bedarfs stehen über 1000 Artikel aus der Region zur Auswahl. Hochstehende Kulinarik nenne ich dies. Wir erzielen aktuell zwei Drittel des Umsatzes mit Frische, Ultrafrische und Regionalität. Dazu gehören der exklusive Häggenschwiler Biber, den ich in einer Manufaktur herstellen lasse. Das regionale Sortiment beziehe ich mehrheitlich von fixen Lieferanten, wie etwa die Bäckerei Mock in Engenburg, die Bio-Holzofenbäckerei Kast in Schachen bei Reute, die Metzgerei Sager in Waldkirch, die Appenzeller Metzgerei Breitenmoser oder die Familienmolkerei Mooser in Istighofen. Etwa 50 weitere regionale Anbieter – Landwirte, Käser, Metzger und innovative KMU – beliefern uns mit Bienenhonig, Käse, Teigwaren, Eier, Most, Schokolade, Whisky und sehr vielem mehr. Die Regionalität ist immer in Bewegung, wie auch die Auswahl der Käse.



Werner Keller im Element: Der ausgebildete Käser und Käse-Sommelier bietet ein breites Spektrum an speziellen Käsesorten an.



Die Frischprodukte stehen vor allem bei der jüngeren Kundschaft hoch im Kurs.

Woher stammt das Grundsortiment für den täglichen Bedarf?

Spar beliefert mich mit den Handelsprodukten, und von dort erhalte ich unter anderem auch die gesamte IT-Infrastruktur und das Aktionsmanagement.

Der Dorfladen Häggenschwil wurde vor 35 Jahren ins Leben gerufen. Wie unterscheidet sich die heutige Situation von damals?

Es gibt keinen Unterschied. An die Stelle von WARO, Usego, Cash und Carry, ABM, EPA, Primo und Vis-à-Vis oder Pick Pay sind einfach Lidl, Denner und Aldi getreten. Für die meisten Häggenschwiler ist die Migros in Wittenbach erste Anlaufstelle. Damals wie heute ist der Kunde bestrebt, möglichst günstig zu Lebensmitteln zu kommen, damit für andere persönliche Bedürfnisse wie Ferien, Auto und Luxusprodukte aller Art genügend finanzielle Mittel vorhanden sind.

Eine positive Konstante ist die grosszügige Anzahl Parkplätze vor dem Dorfladen...

Ja, das ist ein Vorteil dieses Standorts. Die Kunden können direkt vor dem Laden parkieren. Das schätzen auch die Besucherinnen und Besucher des Cafés mit Selbstbedienung. Es ist vor allem am Vormittag gut besetzt und

hat eine Spielecke für Kinder. Einige Landwirte haben hier ihren Stammtisch, andere besuchen das Café wegen unseres Znünihits für 7.50 Franken: ein Kaffee mit einem frisch zubereiteten Sandwich nach Wahl.

Dorfladen Häggenschwil

Dorfstrasse 8,
9312 Häggenschwil SG
T: 071 226 45 90
E-Mail: haeggenschwil@maxi-maerkte.ch

WIRmarket.ch > Häggenschwiler Dorfladen

Öffnungszeiten

Montag, Dienstag, Donnerstag und Freitag:
von 07.00 bis 12.30 Uhr und von 15.30 bis 18.30 Uhr.

Mittwoch und Samstag:
von 07.00 bis 12.30 Uhr.



Qualität, Exklusivität und Regionalität kennzeichnen den Dorfladen Häggenschwil.



Gibt es andere Treffpunkte im Dorf?

Im zweiten Dorfteil Lömmenschwil gibt es noch das Restaurant Ochsen, die «Neue Blumenau» sowie die Hofstube Ladhueb. In Häggenschwil gibt es ein Kulturangebot – Kabarett, Musik und andere Events – namens Kultur im Bären.

Der grosse Vorteil eines Dorfladens ist die persönliche Beratung. Wird sie von Ihren Kunden in Anspruch genommen?

Ja! Vor allem die Käsetheke mit ihrer Vielfalt stösst auf grosses Interesse. Es freut die Kunden sehr, wenn Sie Details über die Herkunft, die Art des Käses und deren Affinage erfahren und dann auch probieren können. Auch unsere Brotauswahl ist bemerkenswert. Sie umfasst aktuell 64 verschiedene Brote – natürlich nicht alle an jedem Tag. Wir haben auch glutenfreie Brote im Angebot, und Rohlinge von einigen günstigen Sorten – etwa Tessinerbrot oder Krustenkranz – backe ich selbst.

Wie viele Angestellte haben Sie?

Seraina Stefka ist die gute Fee des Dorfladens und arbeitet hier an zwei bis drei Vormittagen pro Woche. Den ganzen Rest mache ich alleine. Die Umsatzzahlen lassen aktuell nichts anderes zu.

Das Gebäude gehört einer Genossenschaft, die Ihrer Vorgängerin bezüglich Miete entgegengekommen ist und auch die Buchhaltung erledigt hat. Profitieren auch Sie von diesem Goodwill?

Nein. Ich bezahle eine marktgerechte Miete und habe eine sechsstelligen Summe in die Modernisierung des Dorfladens gesteckt. Auch die Reparatur der noch nicht erneuerten Geräte bezahle ich selbst. Aus dem Energiefonds der Gemeinde habe ich 10000 CHF für den Umbau alter, energiefressender Kühlgeräte erhalten. Überhaupt ist die politische Behörde dem Laden gegenüber wohlwollend eingestellt. Aber auch sie kann natürlich



keinen Einfluss auf das Einkaufsverhalten der Bevölkerung nehmen.

Nicht zu vergessen ist, dass die Marge der Lebensmittel, die grundsätzlich immer billiger werden, gleich hoch ist wie vor 35 Jahren. Dem gegenüber stehen die Löhne, die in dieser Zeit um ca. 30 % stiegen. Die Strompreise explodieren, Leistungen von Handwerkern sind heute viel teurer als vor 35 Jahren. Die Miete ist ein vergleichsweise kleiner Posten auf der Ausgabenseite.

«Es braucht Kunden aus nah und fern.»

Wie waren die Reaktionen der Einwohner anlässlich der Eröffnung Ende Oktober 2025, und wie verlief die Entwicklung seither?

Wie eigentlich zu erwarten war, bekannten sich viele Häggenschwilerinnen und Häggenschwiler während der Eröffnungswochen zum Dorfladen. Schnell kehrte aber der Alltag wieder ein. Was ich beobachtet habe: Die grössten und lautesten Bekenner zum Laden sind die, welche am wenigsten wirklich den Laden berücksichtigen.

Wir haben sehr viele und sehr treue Kunden aus dem Dorf, dies reicht aber nicht für das langfristige Überleben des Ladens. Mir war natürlich schon vor der Übernahme klar, dass es Kunden aus nah und fern braucht. CHW-Kunden können ein Teil dieser «aussergemeindlichen» Kundschaft sein. So stellen wir für KMU gerne spezielle Geschenkkörbe und Geschenktaschen als Kundengeschenke zusammen.

«Für KMU stellen wir gerne Geschenkkörbe zusammen.»



Das Café ist einer der wenigen Treffpunkte im Ort.



Den täglichen Bedarf decken rund 2000 Produkte ab.

Wo sehen Sie sonst noch Potenzial?

Noch lange nicht alle meiner über 50 Lieferanten kaufen bei mir ein. Auch meine Geschäftsbeziehungen aus der Zeit, in der ich diverse Geschäfte aufgebaut habe, gilt es zu aktivieren. Am meisten freuen würde es mich, wenn noch mehr Einheimische in den Laden kämen. Auf Zufallskunden kann ich nicht zählen, dazu ist Häggenschwil zu abgelegen. Ich hatte gehofft, an den Durchgangsstrassen Wegweiser aufstellen zu dürfen, aber darauf besteht keine Aussicht – ganz im Gegensatz zu Landwirten, die Wegweiser zu ihren Bauernhofläden installieren dürfen... Dann gibt es Leute, die nur die Poststelle nutzen, aber den Laden links liegen lassen. Das Einkaufsverhal-

ten der Menschen ist halt sehr unterschiedlich und manchmal nicht einfach zu verstehen. Als ein Grossverteiler letzthin während drei Wochen keine Mayonnaise anbieten konnte, wichen viele auf uns aus – aber nur für Mayonnaise und nichts anderes und nur während dieses Zeitraums.

Dabei wäre das Einkaufen im Dorfladen wichtig für die regionale Wertschöpfung!

● Interview: Daniel Flury

WIRmarket.ch > Häggenschwiler Dorfladen

Faszination WIR

144 Seiten «Faszination WIR»

Am 16. Oktober 2024 konnte die WIR Bank Genossenschaft ihren 90. Geburtstag feiern. 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 CHW-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 CHW. Bitte belasten Sie mein CHW-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).

Übernachten in Jurten?
Nicht nur für Kinder ein Erlebnis!
Fotos: zVg

Familienunterkünfte, die man so schnell nicht



mehr vergisst

Bei Giraffen schlafen, in Jurten übernachten und mit Kamelen trekken oder im Bretterhotel eigene Holzkühe schnitzen. In diesen Schweizer Unterkünften werden die Familienferien zu echten Erlebnissen, von denen man noch lange spricht.

Familienferien gelingen dann am besten, wenn die Unterkunft selbst zum Erlebnis wird. Die Schweiz hat davon überraschend viele zu bieten: Betriebe, die weit mehr sind als ein Ort zum Schlafen – und wo Kinder und Eltern gleichermassen staunen. Vom Bauernhof mit Kamelen im Emmental bis zur Giraffenlodge am Zürichsee: Diese sieben Adressen machen aus ein paar Nächten eine Erinnerung fürs Leben.

Jurtenübernachtung, Huttwil (BE)

Zwischen April und Oktober stehen direkt hinter dem Bauernhof «untere Bäch» in Schwarzenbach bei Huttwil sieben runde Jurten. Jede wird einzeln an Familien oder Gruppen vermietet. Die kleinste bietet Platz für vier, die grösste kann acht Personen beherbergen. Direkt daneben weiden Kamele und Schafe. Ausgestattet sind die mongolischen Rundzelte mit Schurwoll-Bettwaren, inklusive Bettwäsche.

Was die Jurten bei Kindern so beliebt macht, weiss Amos Grädel, der den Betrieb und CHW-Partner Spycher Handwerk zusammen mit seinen drei Geschwistern leitet: «Keine Fenster, keine Ablenkung – die Kinder schlafen hier einfach traumhaft gut.» Ein grosser gemeinsamer Raum, warme Farben, viel Wolle: Die ruhige Atmosphäre tut Gross und Klein gleichermassen gut. Zur Übernachtung

gehört ein reichhaltiges Frühstücksbuffet, und wer gerne auf dem Feuer kocht, nutzt die Grillstelle oder die mobilen Feuerschalen. Es gibt auch eine Gemeinschaftsküche. Im Sommer bietet der am Waldrand fliessende Bach oder das nahegelegene Freibad mit Rutschbahn eine erfrischende Abwechslung. Das umliegende Emmental lädt zum Velofahren und Wandern ein.

Das Publikum ist bunt gemischt: Paare, Familien, Grosseltern – oft reisen gleich mehrere Generationen zusammen an. Viele bleiben auch mehrere Nächte. «Es ist ein bisschen wie Camping», sagt Grädel, «aber mit mehr Komfort. Man ist in der Natur, ohne Fernseher – und erlebt wirklich etwas zusammen.» Camper sind hier ebenfalls willkommen. Die Stellplätze sind das ganze Jahr über verfügbar.

Der Hofladen als Zentrum

Übernachten oder einfach vorbeikommen – beides lohnt sich. Denn der Hofladen ist, wie Amos Grädel sagt, «das Zentrum des Ganzen – fast ein kleines Einkaufszentrum». Man kann sich verweilen, stöbern und entdecken, egal ob man eine Jurte gebucht hat oder nicht. «Die Eltern sollen auch auf ihre Kosten kommen». Und die Kinder erst recht. «Tiere sind für Kinder immer spannend», so Grädel, «und hier gibt es viel zu entdecken.» Neben Kamelen und Schafen leben auch Ziegen, Alpakas und sogar ein Pfau auf dem Hof.

Wolle ist dabei nicht nur beim Schlafen Programm, sondern zieht sich als Thema durch den ganzen Betrieb. Seit mehr als 40 Jahren ist die Familie Grädel im Bereich der Wollverarbeitung tätig. Vom kleinen Handwerksbetrieb hat sie sich unter Anna Katharina und Johann Ulrich Grädel zum führenden Wollunternehmen der Schweiz entwickelt.

Seit über 30 Jahren begleitet werden die Grädels dabei von der Bank WIR. «Die Bank hat uns von Anfang an unterstützt und CHW-Partner sind ein wichtiger Teil der Gäste.»

2017 haben die vier Geschwister den Betrieb von den Eltern übernommen – gleichberechtigt, mit klaren Stärken und einem gemeinsamen Grundverständnis. «Es hilft sicher auch, dass es gut läuft», sagt Amos Grädel lachend. Insgesamt 50 Mitarbeitende zählt das Unternehmen heute, neun davon aus der Familie. Die Kinder der vier Geschwister sind zwar noch klein – aber motiviert, wo immer sie können, bereits anzupacken. Ein Familienbetrieb, der wirklich alle Generationen umfasst.



Kamele sind näher als man denkt.



Der Hof in Huttwil mit seinen sieben Jurten.

Weg der Wolle

Auf dem «Weg der Wolle» wird auf 15 Tafeln erklärt, wozu Wolle gebraucht wird, woher sie kommt und wie sie verarbeitet wird. Den Kindern erklärt Lämmli «Spychy» das Ganze auf spielerische Weise. Folgt man dem roten Teppich, steht man mitten im über 1000 Quadratmeter grossen Wollparadies. Die Ziegen und Alpakas auf dem Hof dürfen gestreichelt, aber nicht gefüttert werden.

Den grössten Eindruck aber hinterlassen wohl die Kamele. «Die sind einfach gwundrig», sagt Grädel und lacht. «Oft haben wir auch ein Junges dabei. Der Respekt gegenüber den riesigen und kaum bekannten Tieren ist bei den Kindern zuerst gross, aber die Freude, wenn sie ein Kamel streicheln dürfen, ist noch grösser.» Wer mit den Zweihöckern auf Tuchfühlung gehen möchte, kann ein Kameltrekking buchen (für Kinder ab 5 Jahren). Die Wanderung dauert etwa eine Stunde und führt durch den Wald. Mutige setzen sich mit Helm in den Sattel – «fast wie auf einem Schiff bei Wellengang schaukelt man auf und ab», wie Grädel es beschreibt. Das Trekking ist fast täglich im Angebot, das ganze Jahr hindurch. Auch für Erwachsene ist es jedes Mal ein Erlebnis.

Von Beginn an wurden auch für die Handwerke Filzen, Spinnen und Weben Kurse angeboten. Die Kunden sollen nicht nur das Produkt kaufen, sondern auch die Möglichkeit haben, den Umgang damit zu lernen. In diversen Kursen konnten so schon vielen Teilnehmerinnen und Teilnehmern die Freude am Arbeiten mit Wolle vermittelt werden.



Das Wollparadies erstreckt sich über 1000 Quadratmeter.

Die Naturprodukte im Hofladen und die Jurtenübernachtungen sind mit 50% CHW bezahlbar, je nach dem sogar zu 100%.

Spycher-Handwerk,
Bäch 4, 4953 Schwarzenbach/Huttwil

WIRmarket.ch > Spycher-Handwerk



Die Jurtenübernachtung bei Huttwil ist nur eines von mehreren aussergewöhnlichen Familienquartieren in der Schweiz, die Ferien zu unvergesslichen Erlebnissen machen. Hier sechs weitere Tipps:



Märchenhotel Braunwald
Dorfstrasse 24, 8784 Braunwald
maerchenhotel.ch

Märchenhotel, Braunwald (GL)

Das mehrfach ausgezeichnete Märchenhotel erreicht man in nur sieben Minuten Fahrt mit der Standseilbahn von Linthal aus. Kaum ist man im autofreien Ort mit Sicht auf die Glarner Alpen gelandet, kommen auch die Erwachsenen nicht mehr aus dem Staunen. Im Garten steht ein steuerbarer Riesenbagger, Ziegen spazieren über die Golden-Geiss-Brücke und einmal eingechekkt, gehts mit dem Aquariumlift an bunten Fischeschwärmen vorbei durchs Haus.

Punkt 18 Uhr versammeln sich die Kinder zur Märchenstunde, ehe die Lokomotive Emma das Abendessen in den Speisesaal fährt. Die Eltern geniessen derweil in Ruhe einen 5-Gänger.



Reka-Giraffenlodge – Knies Kinderzoo
Oberseestrasse 36, 8640 Rapperswil
reka.ch/de/rekaferien/reka-giraffenlodge

Giraffenlodge im Kinderzoo Rapperswil (SG)

Mitten in der Anlage der Rothschild-Giraffen steht die Reka-Giraffenlodge – ein Tiny House für maximal zwei Erwachsene und zwei Kinder. Ausgestattet mit grossem Etagenbett, Esstisch, Kochnische und separatem Badezimmer bietet sie eine aussergewöhnliche Übernachtung in Knies Kinderzoo. Die Giraffen lassen sich aus nächster Nähe beobachten – ein tierisches Abenteuer für Gross und Klein.

Am 31. März erfolgte der Buchungsstart für Aufenthalte von Juli bis Oktober 2026.



wellnessHostel4000
Panoramastrasse 1, 3906 Saas-Fee
youthhostel.ch/de/hostels/wellnesshostel4000-saas-fee

Jugendherberge Saas-Fee (VS)

Saas-Fee ist von 13 Viertausendern umgeben und bietet viel Sonne und schneesichere Bergtouren. Im wellness-Hostel4000 gehts sportlich zu und her. Biker, Skifahrer, Wandervögel und auch Familien schätzen das Saastal und die Nähe zur Gondelstation oder zur Rodelbahn Feeblitz. Wer Ruhe braucht, zieht ein paar Längen im Hallenbad oder gönnt sich eine Massage. Im Kinderbereich gibt es eine Wasserrutsche und ein Babybad. Mit der kostenlosen Saastal-Card fährt man auf den Spielboden (2448 m ü.M.) und kann Murmeltiere aus nächster Nähe beobachten.

Saisonstart: 22. Mai 2026.



Bretterhotel Trauffer
Dorfstrasse 1, 3858 Hofstetten
trauffer.ch

Bretterhotel und Trauffer Erlebniswelt, Hofstetten bei Brienz

Hier ist man per Du und es riecht nach Holz. Alles dreht sich um die rotgefleckte Trauffer-Kuh, die in Hofstetten bei Brienz erfunden wurde.

Egal, ob im Restaurant, der Erlebniswelt oder in Rosas Bistro. Zu viel Marketing? Nein, ein total entspanntes Erlebnis für die ganze Familie, zu dem man auch die Grosseltern miteinladen kann. Moderne Zimmer mit Dusch-WC (Kinder lieben sie), bodenständige Schweizer Küche aus der Region im Restaurant Alfred und als Highlight kann man in der Werkstatt des «Kuhniversums» seine eigene Trauffer-Kuh schnitzen oder bemalen. Das Freilichtmuseum Ballenberg ist nur einen Katzensprung entfernt.



Hotel Garni B&B
Wührestrasse 14, 9050 Appenzell
bnb.ch

Hotel Garni B&B, Appenzell

Ein ganz besonderes Bijou ist das frisch renovierte Bed & Breakfast Neuhaus in Appenzell.

Unweit des Bahnhofs, am Fusse des Säntis, bietet es einen wunderbaren Ausgangspunkt für Entdeckungsreisen ins malerische Appenzellerland. Im Familienzimmer haben bis zu drei Kinder Platz. Die Zimmer sind grosszügig, hell und haben ein eigenes Bad. Besondere Highlights sind das üppige Frühstücksbuffet und das gemütliche Kaminzimmer für einen gemütlichen Abend.

Im hauseigenen Genussatelier gibt es hausgemachte Molken-Truffes, Leckereien und Kunsthandwerk aus der Region.



TCS Camping Disentis
Via Fontanivas 9, 7180 Disentis/Mustér
camping.tcs.ch/de/campingplaetze/tcs-camping-disentis/

TCS Camping Disentis (GR)

Umgeben von den Bündner Alpen und unter hochstämmigen Fichten liegt der beschauliche Campingplatz TCS Camping Disentis. Dazu gehören ein Naturbadesee mit Wasserspielplatz und eine Goldwaschstelle im Rhein (gold-gusti.ch).

Nebst klassischen Stellplätzen gibt es auch Komfort-Stellplätze mit privater Küche und überdachtem Tisch und Bänken, aber auch Family Pods und Tipizelte. Im Restaurant Ustria Fontanivas werden unter anderem Capuns, hausgemachte Randenfalafel oder Goldwäschersteak serviert.

Saisonstart: 16. April 2026.

«Mein Plus-
Moment – mehr Ruhe,
weniger Bank.»

Dank Sparkonto plus mit **0,60%***

Online
eröffnen

*Garantierter Zins von 0,60% bis 31.03.27.
Gilt für neu zur Bank WIR transferiertes Geld
bei Neueröffnungen bis 14.07.26.

wir.ch/plus

Sparkonto plus

Das Sparkonto mit Top-Konditionen

Das top verzinste Sparkonto plus wird neu aufgelegt. Der Zins von 0,60% gilt bis 31. März 2027, die Kontoeröffnung ist noch bis am 14. Juli 2026 möglich.

Die Neuauflage des Sparkonto plus garantiert bis zum 31.3.2027 einen Zinssatz von 0,60% bis 250 000 CHF. Dieser vorteilhafte Zins bleibt also von allfälligen weiteren Senkungen des Leitzinses durch die Schweizerische Nationalbank unberührt. **Eröffnungen sind bis zum 14.7.2026, Einzahlungen jederzeit möglich.** Nach dem 31. März 2027 wird das Kontoguthaben ins Treuesparkonto der Bank WIR überführt. Dessen Zinssatz bezieht sich auf die dann herrschende Marktsituation.

Das Angebot gilt für Neugeld, also Geld, das sich zuvor noch nicht auf einem Konto der Bank WIR befand. Es lohnt sich folglich zu prüfen, ob Sie bei einem anderen Finanzinstitut Beträge parkiert haben, die niedriger verzinst und ab sofort auf das Sparkonto plus transferiert werden können.

Der Topzins von 0,60% bleibt auch dann bestehen, wenn Rückzüge getätigt werden. Diese sind bis 20 000 CHF pro Kalenderjahr kündigungsfrei. Beim Rückzug von höheren Beträgen beträgt die Kündigungsfrist sechs Monate.

Das Sparkonto plus kennt keine Mindesteinlage, der Zins von 0,60% gilt also ab dem ersten Franken! Und selbstverständlich ist auch das Sparkonto plus durch die übliche Einlagensicherung bis zum Maximalbetrag von 100 000 CHF geschützt.

Sie haben Fragen zum Sparkonto plus? Unser Beratungszentrum ist von Montag bis Freitag von 8 bis 17 Uhr für Sie da: 0800 947 947.

● Daniel Flury

Das Sparkonto plus auf einen Blick

- **Eröffnung möglich bis 14.7.2026**
- Garantierter Zinssatz bis zum 31.3.2027: 0,60% (bis 250 000 CHF), anschliessend Überführung ins Treuesparkonto der Bank WIR
- Das Angebot gilt nur für Neugeld
- Keine Mindesteinlage, der Topzins gilt ab dem ersten Franken
- Rückzüge sind bis 20 000 CHF pro Kalenderjahr kündigungsfrei
- Enthalten sind E-Banking und Mobile Banking
- Kontoeröffnung und Kontoführung sind kostenlos
- Abschlüsse und Steuerbescheinigung sind kostenlos

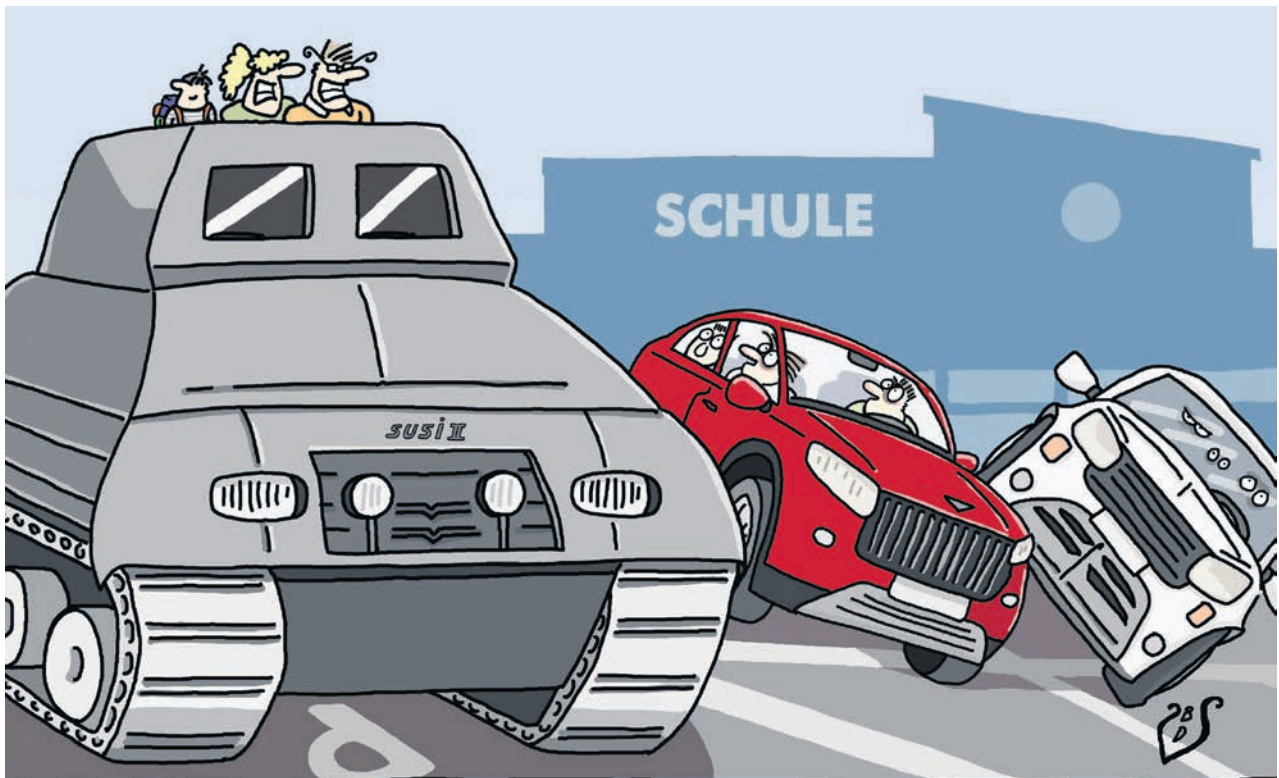
Der Unternehmergeist und der SUV

Liebe Leserin, lieber Leser

Keine Sorge, ich steige nicht erhöht ein. Ich bin der Unternehmergeist – zuständig für Wirkung, nicht für Wucht und Protz, für Wertschöpfung, nicht für Verdrängung. Ich beobachte Märkte, Menschen und ihre Sehnsüchte. Und manchmal beobachte ich, wie ein Produkt gekauft wird, weniger, weil es gebraucht wird, sondern eher, weil es etwas verspricht, das über seine eigentliche Funktion hinausgeht. Der SUV ist ein Paradebeispiel dafür – ein

ökonomisch brillantes, gesellschaftlich aufschlussreiches.

Ehrlich gesagt: Als Unternehmergeist bewundere ich die Leistung der Automobilindustrie. Es ist keine Kleinigkeit, Menschen davon zu überzeugen, dass sie für den Weg zum Supermarkt ein Fahrzeug benötigen, das aussieht, als könnte es eine kleinere Staatskrise bewältigen. Und doch ist ihr genau dies gelungen. SUVs sind schneller, höher, stärker – fast schon nach olympischem Ideal.



IN ZIVILEN KAMPFSITUATIONEN ERWEIST SICH DER
FAMILIENPANZER ALS SOLIDE INVESTITION

Illustration: Dodenhoff / toonpool.com

Wäre die Auswahl der (Auto-)Disziplinen etwas weniger kreativ ausgefallen, ich hätte mein Kapital daraufgesetzt, dass «SUV» längst olympisch ausgezeichnet wäre, mit einer Medaille für maximale Präsenz und einer Mindestanforderung an Bodenfreiheit.

Marketing kann viel. Es kann erklären, rechtfertigen und neue Normen setzen. Vor allem aber kann es Bedürfnisse erzeugen, von welchen zuvor niemand wusste oder dabei zumindest zurückhaltend war. Es kann aus einem Mobilitätsanspruch ein Identitätsangebot machen. Und es kann Renditen steigern – denn SUVs sind kein Zufallsprodukt, sie sind ein Margenwunder. Höherer Verkaufspreis, geringfügig höhere Produktionskosten, ein emotional aufgeladenes Narrativ: aus unternehmerischer Sicht ein Lehrstück. Aus gesellschaftlicher Sicht ein soziokultureller Spiegel.

Warum SUVs – gerade jetzt?

Manchmal werde ich gefragt, warum man in Zeiten von Klimawandel, Netto-Null-Zielen und wachsender Ressourcenknappheit Fahrzeuge zulässt – sogar fördert –, die schwerer, breiter und energieintensiver sind als je zuvor. Ich antworte dann nicht moralisch gefärbt, sondern ehrlich: Weil sie sich gut verkaufen. Technischer Fortschritt wurde hier nicht genutzt, um die Fahrzeuge konsequent leichter und sparsamer zu machen, sondern um sie grösser, komfortabler und eindrucksvoller zu gestalten. Effizienz wurde zur Option, Wirkung zur Pflicht.

Der Elektroantrieb hat daran wenig geändert. Er hat das schlechte Gewissen reduziert, nicht das Gewicht. Eine Batterie ersetzt den Tank, aber nicht die Masse. Und so rollen nun Fahrzeuge durch Städte, die permanent ein mehrere Hundert Kilogramm schweres Energiepaket spazieren fahren – oft, um im Stau zu stehen oder vor der Schule zu parkieren. Ich stelle fest: Fortschritt ist kein Selbstläufer. Er folgt dem, was sich lohnt.

Bemerkenswert finde ich dabei die regulatorische Asymmetrie. Kleine Solaranlagen werden geprüft, diskutiert und verzögert. Grossdimensionierte Fahrzeuge hingegen erhalten die Zulassung mit beeindruckender Selbstverständlichkeit. Gesetzliche Ordnung, so scheint mir, ist weniger eine Frage der Wirkung als der Gewohnheit. Und Gewohnheiten ändern sich langsamer als Marktpreise.

Der SUV als Haltung

Für mich sind SUVs weniger Fortbewegungsmittel als Statements. Sie sagen nicht: «Ich fahre.» Sie sagen: «Ich bin da.» Sie beanspruchen Raum – fahrend wie parkierend. Wenn sie über Bodenmarkierungen hinausragen, wirkt das nicht wie ein Versehen, sondern wie die logische Fortsetzung des Konzepts. Sichtbarkeit ist Teil des Produkts.

Dass SUVs aufgrund ihrer hohen, steilen Front bei Unfällen mit Fussgängern ein erhöhtes Risiko für schwere Verletzungen darstellen, ist bekannt. Doch Sicherheit ist hier selektiv definiert. Sie gilt primär nach innen. Der Schutz der Insassen wird maximiert, derjenige der anderen relativiert. Als Unternehmergeist erkenne ich darin kein Versehen, sondern eine Priorisierung. Man schützt diejenigen, die zahlen.

In unsicheren Zeiten verkauft sich Sicherheit besonders gut. Der SUV ist ein rollender Schutzraum, ein persönlicher Bunker mit Sitzheizung. Wer höher sitzt, fühlt sich überlegen – nicht nur physisch, sondern auch emotional. Übersicht wird mit Kontrolle verwechselt, Masse mit Sicherheit. Dass dieses Sicherheitsgefühl oft auf Kosten anderer geht, wird dabei selten thematisiert. Es stört das Narrativ – und die Verkaufszahlen.

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

Aufrüstung als Dynamik

Besonders effizient ist die Eigendynamik dieses Systems. Wer sich von SUVs bedroht fühlt, kauft selbst einen. Angriff wird zur Verteidigung, Aufrüstung zur Vorsorge. Vom Kleinwagen zum zivilen Schützenpanzer. Dieses Gleichgewicht des Schreckens verhält sich erstaunlich stabil – zumindest für die Verkaufszahlen. Wenn jeder für sich sorgt, ist für den Absatz ebenfalls bestens gesorgt.

Ich beobachte dieses Muster mit professioneller Distanz. Marketing provoziert Emotionen, Märkte folgen der Eskalation. Sie erzeugt Nachfrage. Sie rechtfertigt das Wachstum. Und sie verschiebt die Verantwortung vom Kollektiv zum Individuum. Sicherheit wird privatisiert – Blech gegen Blech.

Dass die Schweiz eine der höchsten SUV-Dichten weltweit aufweist, überrascht mich nicht. Wohlstand trifft auf Sicherheitsbedürfnis, Topografie auf Marketing. Und sollte es infolge Klimawandel, CO₂-Ausstoss und überdimensionierter Statussymbole tatsächlich zu mehr Murgängen, Erdbeben und Überschwemmungen kommen – nun ja. Dann wird man sagen, man habe diese Geländelimousinen am Ende doch wirklich gebraucht. Eine nachträgliche Rationalisierung, sehr beliebt, sehr menschlich.

Ich nenne das retrospektive Rechtfertigung. Andere nennen es Ironie.

Was bleibt

Ich bin der Unternehmergeist. Ich verstehe Märkte, Margen und Mechanismen. Ich weiss, warum SUVs gebaut und gekauft werden. Ich weiss, warum sie verteidigt werden – emotional wie politisch. Aber ich weiss auch: Nicht alles, was sich rechnet, rechnet sich langfristig. Und nicht jede Nachfrage ist ein Fortschritt.

Manchmal lehne ich mich zurück und beobachte das Geschehen mit einem leisen Schmunzeln. Ein bisschen Theater gehört dazu. Aber irgendwann stellt sich die Frage, die ich mir immer stelle: Wirken wir – oder beeindrucken wir nur?

Denn echte unternehmerische Stärke zeigt sich nicht in Grösse, Gewicht oder Lautstärke, sondern in Richtung. Und Richtung braucht erstaunlich wenig Hubraum.

Herzlich unternehmerisch
(und bewusst nicht erhöht sitzend)

● *Euer Unternehmergeist*

Neue CHW-Teilnehmer

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

AG

4-ImmoBau AG flex

Europastrasse 12, 5734 Reinach AG
T 062 771 66 34
info@4immobau.ch, 4immobau.ch
Verwaltung von Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen für Dritte

H + J Bau-Servis GmbH flex

Maienholz 3a, 5018 Erlinsbach
bauservismbh@gmail.com
Maurerarbeiten

Holzmatt AG 3%

Hofstrasse 2, 5742 Kölliken
T 062 858 71 11
Haltung von Pferden und Eseln

Playtec AG 80%

Hauptstrasse 13, 5037 Muhen
mueller-automaten@bluewin.ch, www.perlenunikate.com
Herstellung von Schmuck, Gold- und Silberschmiedewaren

Strub Bau AG flex

Aeussere Luzernerstrasse 16, 4665 Oftringen
info@strubbau.ch
Sonstiger Tiefbau a. n. g.

www.immoboerse.ch AG 3%

Fliederweg 6, 5018 Erlinsbach
info@immoboerse.ch, www.immoboerse.ch
Vermittlung von Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen für Dritte

BE

Brechbühl 2-Rad AG 10%

Holzmatt 656m, 3537 Eggiwil
T 034 491 20 00
info@brechbuehl-2rad.ch, www.brechbuehl-2rad.ch
Einzelhandel mit Motorrädern, Motorradteilen und -zubehör

Deligno AG flex

Bahnhofstrasse 6, 3436 Zollbrück
info@deligno.ch, www.deligno.ch
Säge- und Hobelwerke

Fritz Loretan AG flex

Thunstrasse 104, 3152 Mamishaus
T 031 731 02 36
www.loretanag.ch
Herstellung von Metallkonstruktionen

Grossen Holding GmbH flex

Bielstrasse 21a, 3053 Münchenbuchsee
lukas.grossen@rogrotech.ch
Sonstige Finanzdienstleistungen a. n. g.

HAZA Schliesstechnik AG flex

Murtenstrasse 266, 3027 Bern
T 031 301 25 23
www.haza.ch
Reparatur und Instandhaltung von Gebrauchsgütern a. n. g.

JA Ademi GmbH flex

Kirschenackerweg 28A, 3063 Ittigen
j.ademi@hirschi-service.ch
Sonstige mit Finanzdienstleistungen verbundene Tätigkeiten

Kamag Kamin und Ofentechnik AG

flex

Sportweg 60, 3097 Liebefeld
kamag@kamag.ch, www.kamag.ch
Sonstige spezialisierte Bautätigkeiten a. n. g.

BL

Steinschlag Bartschmid GmbH

30%

Hauptstrasse 34, 4457 Diegten
bbartschmid@gmail.com, www.steinschlag-gmbh.ch
Mechanische Reparatur und Instandhaltung von Kraftwagen

Stocker Systems AG

flex

Margarethenstrasse 18, 4450 Sissach
T 061 901 33 88
Grosshandel mit sonstigen Maschinen und Ausrüstungen

VERNA AG

flex

Rheinstrasse 121, 4410 Liestal
info@verna.ch, www.verna.ch
Allgemeiner Hochbau

BS

Awaken to the core GmbH

flex

Sandgrubenstrasse 44, 4058 Basel
solveig@awakencore.com
Unternehmensberatung

DAS ZELT AG

flex

Aeschenvorstadt 71, 4051 Basel
T 061 260 06 00
info@daszelt.ch, www.daszelt.ch
Erbringen v. sonst. Dienstleistungen der Unterhaltung und der Erholung a. n. g.

Edition Automobile GmbH

flex

Güterstrasse 267, 4053 Basel
info@editionautomobile.ch
Einzelhandel mit Kraftwagen (< 3.5 t)

FR

Fest Automobiles SA

flex

Route d'Arconciel 13, 1731 Ependes FR
T 026 413 12 14
info@garagefest.ch, www.garagefest.ch
Réparation mécanique et entretien d'automobiles

GL

REDA Malerzubehör GmbH

flex

Horgenberg 7, 8756 Mitlödi
info@reda-shop.ch, www.reda-shop.ch
Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf

GR

Lux Lai AG

flex

Voa Principala 35A, 7078 Lenzerheide/Lai
T 081 385 10 99
Kauf und Verkauf von eigenen Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen

LU

Laan Baan Thai Untertor GmbH

flex

Untertor 1, 6130 Willisau
T 041 970 00 98
www.baanthai-sursee.ch
Architektur

Subrex Putzbedarf GmbH

flex

Altschmitten 12, 6142 Gettnau
subrexputzbedarf@gmx.ch
Einzelhandel mit sonstigen Neuwaren

The Fashion Point GmbH

flex

Bankstrasse 2, 6280 Hochdorf
fashionpoint@gmx.ch
Einzelhandel mit Damen- und Herrenbekleidung

Wohnwerkstatt Lütolf AG

flex

Luzernerstrasse 3, 6233 Büron
 wohnwerkstatt@bluewin.ch, www.wohnwerkstattluetolf.ch
 Verlegen von Boden- und Wandbelägen

NW**Swiss Tan Service GmbH**

flex

Breitenweg 6, 6370 Stans
 info@swisstanservice.ch, www.swisstanservice.ch
 Reparatur und Instandhaltung von elektronischen und optischen
 Geräten

SG**Loft 7 - Design & Events GmbH**

flex

Zürcher Strasse 204f, 9014 St. Gallen
 www.loft-7.ch
 Grafik- und Kommunikationsdesign

MS-Promotion GmbH

5%

Gerbeweg 7, 9000 St. Gallen
 info@ms-promotion.ch, www.ms-promotion.ch
 Tätigkeiten von Werbeagenturen

Urania Treuhand AG

3%

Bahnhofstrasse 82, 9240 Uzwil
 info@urania-treuhand.ch, www.urania-treuhand.ch
 Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung; Buchführung

Urech Bijoutier Suisse SA

flex

Bahnhofstrasse 40, 9437 Marbach SG
 www.urech.com
 Einzelhandel mit Uhren und Schmuck

SZ**Aquagreen AG**

flex

Mühlenenstrasse 8, 8856 Tuggen
 info@aquagreen.ch, www.aquagreen.ch
 Sonstige spezialisierte Bautätigkeiten a. n. g.

Späni Zentrale Haustechnik AG

10%

Bahnhofstrasse 32, 6422 Steinen
 info@zentralstaubsauger.ch, www.zentralstaubsauger.ch
 Sonstige Bauinstallation a. n. g.

TI**DCDI Department Cyber Defense & Int**

flex

Via alla Campagna 4, 6900 Lugano
 info@adt.com.ag, www.dcdi.io
 Fabbricazione di altre apparecchiature elettriche

VD**Toni de Sousa Dias, Développement**

flex

Rue Louis-Meyer 9D, 1800 Vevey
 hello@tonidias.com, www.asuos.ch
 Infrast. informatique, traitement de données, hébergement et activ.
 connexes

VS**EHC Saastal Supporterverein**

3%

Bodmenstrasse 190, 3910 Saas-Grund
 ehcsaastal@bluewin.ch
 Sportvereine

Etanchéités Robert-Tissot SA

10%

Route du Boeuferrant-Nord 33, 1870 Monthey
 yc@rtsa.ch, www.rtsa.ch
 Travaux d'étanchéité

Oppletis Sàrl

flex

Rue de la Cime de l'Est 3, 1890 St-Maurice
 info@oppletis.ch, www.oppletis.ch
 Fabrication de machines diverses d'usage général

ZG

Pneu und Autozubehör Sabanovic

flex

Gewerbezone 9, 6315 Oberägeri

T 041 750 98 70

autozubehoer@bluewin.ch

Mechanische Reparatur und Instandhaltung von Kraftwagen

Real Estate Group Holding AG

flex

Geisswaldstrasse 1, 6318 Walchwil

kolp@regh.ch, www.regh.ch

Erschliessung von Grundstücken; Bauträger

TIMS GmbH

flex

Grundstrasse 16, 6343 Rotkreuz

info@tims-finance.ch

Verwaltung von Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen für Dritte

ZH

bavivi AG

flex

Pfingstweidstrasse 98, 8005 Zürich

admin@bavivi.com, www.bavivi.com

Verwaltung von Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen für Dritte

Egli Gartenbau AG Uster

flex

Aathalstrasse 12, 8610 Uster

T 044 940 77 44

segli@egligartenbau.com, www.egligartenbau.com

Garten- u. Landschaftsbau u. Erbringen v. sonst. gärtnerischen Dienstleistungen

Eventspiele Schweiz AG

25%

Bachstrasse 45, 8912 Obfelden

info@eventspiele-schweiz.ch, www.eventspiele-schweiz.ch

Erbringen v. sonst. Dienstleistungen der Unterhaltung und der Erholung a. n. g.

ImmoPark Schweiz AG

flex

Hegistrasse 39A, 8404 Winterthur

info@immoparkschweiz.ch

Erschliessung von Grundstücken; Bauträger

Natursteine Wüst AG

flex

Herzogenmühle 14/18, 8304 Wallisellen

T 044 877 90 60

info@natursteine-wuest.ch, www.natursteine-wuest.ch

Grosshandel mit Baustoffen



CHW-Networks

Acht eigenständige CHW-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!

Nachfolgend der Überblick über die Kontakte der einzelnen regionalen Networks.

Kontakte

CHW-Networks	Webseite	Präsidentin/Präsident
Aargau	www.wir-network-aargau.ch	Thomi Bräm
business3plus	www.business3.plus	Urs Bratschi
Graubünden-Südostschweiz	www.wirnetwork-gr.ch	Stefan Gall
Oberwallis		Michael Hildbrand
Ostschweiz	www.wir-netzwerk.ch	Ralph Saurer
Schaffhausen	www.wir-sh.ch	Lasse Pfenninger
Svizzera italiana		David Camponovo
Zürich	www.wir-netz.ch	Roland Jenny

«Spielend einfach
Steuern sparen.»

Jetzt
3. Säule
einzahlen



**WIR FORUM
KMU TALK**

DER KMU TALK MIT DEN
SKI-OLYMPIASIEGERINNEN
DOMINIQUE & MICHELLE GISIN

WIRne+work
Zürich

WIRne+work
Ostschweiz

**MICHELLE & DOMINIQUE
GISIN**
SKI - Olympiasiegerinnen



**DR. CHRISTIAN
MARCOLLI**
Sportpsychologe

Vortrag & Diskussion:
“A true athlete”
Wie Erfahrung & Erfolg auf
Nachfolger übertragen werden
können im Sport und bei KMUs

FRANCOIS COCHARD
Moderation

DIENSTAG 26. MAI 2026
18 - 20 H
ANSCHLIESSEND APERO RICHE

**CASINO THEATER
WINTERTHUR**
STADTHAUSSTRASSE 119

JETZT ANMELDEN

wir-netz.ch

WIRne+work
Graubünden-
Südostschweiz

LETZTE
10
PLÄTZE!

Erstmals als Openair-Musical in der Schweiz:

CHAPLIN – DAS MUSICAL



**10.6. - 25.7.2026
WALENSTADT**

JETZT TICKETS:
walseebuehne.ch

CHAPLIN
SEIN HUMOR. SEIN LEBEN. SEINE KUNST.

Mit dem WIR-Network Graubünden/Südostschweiz ans CHAPLIN-MUSICAL
Verbringen Sie einen sommerlichen Musical-Abend auf der Walensee-Bühne. Ersatz-
vorstellungen aufgrund einer wetterbedingten Verschiebung finden jeweils an einem
spielfreien Tag von Sonntag bis Mittwoch statt. Keine Rückerstattung des Kaufpreises
möglich. (Es gelten die AGB des Veranstalters, ohne Ticketversicherung).
Mehr Infos unter: www.wir-network-gr.ch

**Samstag,
20. Juni 2026**

**Walenseebühne
Kasernenstrasse
8880 Walenstadt**

Mit 100% WIR!

Anmeldung
Letzte 10 Plätze verfügbar! Sofort buchen!
www.wir-network-gr.ch. Für Auskünfte bitte
Stefan Gall unter 079 416 42 49 kontaktieren.

Kosten
165 CHW pro Pers. - nur Eintritt
(Beste Sitzplatz-Kategorie mit Sitzkissen)

260.00 CHW pro Person
(Beste Sitzplatz-Kategorie mit Sitzkissen)
inkl. Apéro, Nachtessen und Getränke

**DIE PASSENDE IDEE FÜR FIRMEN-
UND KUNDENGESCHENKE!**

«Wer clever einkauft,
spart schon beim
Wechselkurs.»

In 2 Min.
Demokonto
eröffnen

15. GOLFTURNIER:

Das traditionelle 18-Loch-Turnier
des WIR-Networks Aargau

Neben dem HPC-wirksamen Turnier findet auch der beliebte Schnuppergolf-Anlass statt, zu dem auch alle (noch) Nicht-Golfer:innen ab 15.00 Uhr herzlich eingeladen sind. Golf-Profis zeigen Ihnen die Geheimnisse dieses schönen Sports. Alle WIR-Teilnehmer:innen der ganzen Schweiz sind willkommen. Nutzen Sie diese Gelegenheit, den Golf-sport und die Mitglieder des WIR-Networks Aargau kennenzulernen.

Mit Apéro und gemeinsamen Nachtessen – ganz nach dem Motto «unkompliziert und gesellig».

Herzlich willkommen!



Mittwoch, 2. September 2026

**Handicap-wirksames Turnier im Golfclub Sempach
18 Hole Championship Course Lakeside**

Programm: 12.00 Uhr: HPC-18-Loch-Turnier
Spielberechtigt: HCP Limite 54.0/PR
15.00 Uhr: Schnupper-Golf für Anfänger:innen
17.30 Uhr: Apéro (offeriert)
18.00 Uhr: Abendessen (3-Gang-Menu)

Ort: Golfclub Sempach, 6024 Hildisrieden

Anmeldung:* Turnierleitung: www.wir-network-aargau.ch

Kosten: Schnuppergolf für Mitglieder gratis
für Nichtmitglieder CHW 135.– (inkl. Essen)

CHW 210.– Green-Fee CHW 120.–
Match-Fee + Pausenbuffet CHW 20.–
Nachtessen CHW 70.–

Bank **WIR**

«Auf diese
Finanzierung
können wir bauen.»

Jetzt
Umbau
finanzieren

wir.ch/hypotheiken

WIRexpo

TREFFPUNKT. SHOPPING.
KMU-BUSINESS.

WIR EXPO ZÜRICH
FR 13. – SO 15.11.2026
STADTHALLE DIETIKON

Alle Infos auf www.wir-expo.ch







Besuchen Sie uns und bezahlen Sie mit bis zu 50% WIR

50% WIR bei Buchung: nur Vorauszahlung bis 14 Tagen vor Anreisen
Vor Ort: nur in CHF
Hinweis: nur bei Direktbuchungen

Möglich in jeder unserer Einrichtungen.
Boutique Hotel La Rocca | Parkhotel Emmaus | Hotel Nessi
 Scannen Sie die QR und buchen Sie jetzt.



La Rocca Living Hotel Group
 Boutique Hotel La Rocca****
 Parkhotel Emmaus***
 Hotel Nessi***
www.laroccaliving.ch




29341/03R01

WIR-Aktion – 50% WIR

Maurer- und Baumeisterarbeiten

Kantone Aargau / Zürich
 Umbauten, Sanierungen,
 kleinere Betonarbeiten usw.

clemens.zehnder@zehnderbau.ch
 G.Zehnder AG Bauunternehmung,
 seit 1941, 079 512 79 43

29231/03R01

Firmenverkauf
 Gutschein für ein
 gratis Beratungsgespräch.

ANSATZ AG
NACHFOLGE Verkauf

Bis zu
100% WIR

info@firmen-nachfolge-verkauf.ch
 Tel./WhatsApp 078 636 96 01
 seit 20 Jahren

29232/03R01

PRODOBA



**PV-ANLAGEN
 REINIGUNG**
 für mehr Leistung und Lebensdauer!

+41 61 421 80 97 www.prodoba.ch

29232/03R01

Bank WIR



«Sich von
 Mitweberbern
 abheben mit CHW.»

CHW-Aufträge generieren

**Grafik
 Text
 Website**



Für Neukunden

100% WIR
 70% auf Drucksachen, Blachen, Plakate u.ä.

Tel. 041 340 75 66
stockermedia.ch/wir

STOCKERMEDIA //

29235/03R01

Ferien
www.ferien4u.ch

29234/03R01

Ihr Logo Textildruck
50-100% WIR!
www.swissplanet.ch
wir@hilweb.com
 Telefon 044 886 60 60



29234/03R01

WIRmarket.ch

diga reisen

Traumferien

TUI • Airtours • Explora Journeys • asia365 • MSC
 Costa • TUI Cruises • AIDA • Norden Tours • Island Tours

diga reisen
 Kantonsstrasse 9
 8854 Galgenen

Tel. 0848 735 735
digareisen.ch

Jetzt buchen!

30% WIR
 auf den ganzen Betrag
 gültig für Neubuchungen
 bis 31. Mai 2026

29347/03R01

Inserateschlüsse bis Januar-Ausgabe 2027



Foto: fischerundryser, Basel

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

WIRinfo-Ausgabe	Inserateschluss
Juli 2026	10. Juni 2026
September 2026	10. August 2026
November 2026	9. Oktober 2026
Januar 2027	10. Dezember 2026

Mac Nr. 1 GmbH – Der Apple Spezialist

Alles mit 100 % WIR und Garantie gemäss Apple.ch

iPhone, iPad, MacBook, MacBook Air, Mac Studio, iMac, MacBook Pro, Mac Pro – Kostenlose Hotline

Aktuelle WIR-Angebote siehe: macnr1.ch/angebote
Tel. 044 701 13 10, www.macnr1.ch, Mail: info@macnr1.ch

29346/03R02

Nous sommes là pour vous.
Centre de conseils 0800 947 948

Ergonomisch. Durchdacht. Langlebig.

Seit über 35 Jahren unterstützen wir KMUs erfolgreich bei ihrer **Büroeinrichtung**.

Alles mit 100% WIR bei

Novotrade Reimann GmbH

043 477 40 20

www.novotrade.ch

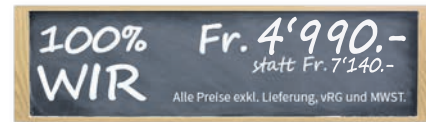


28959/03R08

Wir sind für Sie da.
Beratungszentrum 0800 947 947

TOSHIBA

TOPANGEBOT FARBSYSTEM A3



e-STUDIO2021AC

- 20 Seiten/Min. in Farbe und schwarz/ weiss
- Formate DIN A5 - A3
- Farbige 26 cm (10.1") Multi-Touch-Display (neigbar)
- 1. Kassette: 223 Blatt
- 2. Kassette: 550 Blatt
- Unterschrank
- Stapelblatteinzug: 100 Blatt
- Automatische Duplexeinheit
- Security SSD 128 GB, 4 GB RAM
- Toshiba e-BRIDGE Next Controller



Weitere Optionen auf Anfrage

Service und Lieferung für die ganze Schweiz durch Toshiba Tec Switzerland AG gewährleistet.

Weitere Aktionsangebote mit 100% WIR
(Kopierpapier, Tresore, Aktenvernichter und Büromöbel)

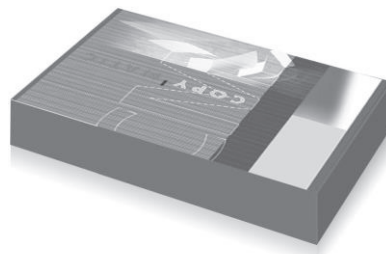


7214 Grösch | 081 330 33 57
www.buema-trading.ch

29342/03R02

KOPIERPAPIER 100% WIR

Bestellen Sie noch heute unter Telefon 071 757 11 25



Copy Matic, 80 gm² superweiss, holzfrei, chlorfrei, FSC

100'000 Blatt
CHW 1'390.-



BÜROTREND AG

WIR GESTALTEN BÜROS.

Elsenackerstrasse 19
CH-9450 Altstätten

info@buerotrend.ch
www.buerotrend.ch

Lieferung:
per Camion franko Domizil.
Preise: exkl. 8.1% MwSt

29125/03R02



Porsche 911 Carrera Dakar Junior neu
«Rothmans» Pepita Sitze, Massstab 1:2,
230 ccm, 9 PS, VMAX 56 Km/h,
VP ganzer Betrag in WIR 39'900.-.
052 630 06 93 / info@polyprom.ch

29345/03R03

blog.wir.ch

Aadorf TG

29132/03R04

Zu verkaufen

6½-Zi.-Einfamilienhaus

Neubau | Erstbezug,
BGF 323 m², luxuriöses, frei-
stehendes Haus mit exklusiver
Fernsicht, Grundstück 650 m²
Doppelgarage, MINERGIE
(PV-Anlage + Erdwärme),
1A-Bauqualität, schlüsselfertig.
ca. 5 Min. zur A1 Matzingen
Bahnhof SBB S12 | S35
Winterthur – Zürich

Bezug ab Sommer 2026

Kaufpreis Fr. 3'050'000.-
WIR-Anteil 25 %

Mobile 079 420 20 62

Zu Verkaufen

100% WIR

Marke	Jg	Farbe	ccm	Tacho	WIR
Citroen CX 25 GTI Turbo	1987	bordeaux	2499	80000	15'850.-
Bentley Arnage Le Mans	2001	dunk.blau met	6761	55000	46'980.-
Opel Ascona B 2000	1980	blau/silbern	1978	54980	15'790.-
Volvo 240	1991	rot	2315	177000	22'800.-
Mercedes G500	2001	schwarz	4966	235000	64'500.-
Jaguar XJ-S	1991	bordeau	5341	132000	26'550.-
Porsche 911 Ölklappe	1972	rot	2340	55000	124'500.-
Jaguar-e Type Cabrio	1961	rot	4234	77000	131'800.-
Alfa Romeo GT 2000	1974	blau	1962	106000	79'500.-
Mercedes 280 S	1982	schwarz	2746	237962	7'500.-

Weitere Informationen & Bilder: Anfordern bei: info@fahrzeug-residenz.ch

29354/03R03



«Banking, das in
Ihren Alltag passt –
einfach, fair und top.»

Bankpaket top: Konto, Karte, TWINT und
Digital Banking in einem

Jetzt
eröffnen

 moneyland.ch

Banken

Testsieger

Kostenvergleich, 06/2025
Konto und Karte

29290/03R03

PNEU AUCHLI

WWW.PNEU-AUCHLI.CH

Immer gerne 30% **WIR**
100% **WIR** gerne auf Anfrage.

WIR wird vielerorts nicht mehr akzeptiert?
Bei uns schon.

Ihre neue Adresse für Reifenservice mit **WIR**!



Alles ab Lager verfügbar

7 Montagebahnen

Sofortmontage ohne Termin

Montag bis Samstag geöffnet



Bernstrasse 27
4665 Oftringen

062 552 00 09
info@pneu-auchli.ch

Bezahlen mit 100% **WIR** partner
PNEU AUCHLI
WWW.PNEU-AUCHLI.CH

Stadel bei Niederglatt ZH

29352/03R04

Zu verkaufen freistehendes 5½-Zi.-Einfamilienhaus

BGF ca. 305 m², Land 670 m²,
Baujahr 2004, EFH-Quartier,
gepflegte Gartenanlage,
angrenzend an Naherholung,
Heizung Wärmepumpe,
hochwertiger und moderner
Innenausbau

15 Min. zum Flughafen (A-51),
Bushaltestelle

Bezug Sommer 2026

Kaufpreis Fr. 1'980'000.-

WIR-Anteil 20%

Mobile 079 420 20 62

Wattwil sg

zu verkaufen

6½-Zi. Doppelteinfamilienhaus

Erstbezug / Baujahr 2026

Wohnfläche 188 m²

ruhige und sonnige Südhanglage mit toller Aussicht

Grundstück 488 m²

Doppelgarage, PV-Anlage, Luft-Wasser-Wärmepumpe

1a-Bauqualität, schlüsselfertig

Bezug ab Juni 2026

Kaufpreis Fr. 1'280'000.-

WIR-Anteil 25%

Kontakt 079 638 20 10

29350/03R04

Rennwagen Mazda MX5

Cup 2000 (ideal für Einsteiger)

neue Reifen, neue Bremsen, neuer

Trailer, rennbereit, VP CHW 23'900.-,

info@polyprom.ch

29292/03R03

Ferienwohnung(en)

zu vermieten / 100% **WIR**

www.ferien4u.ch

29233/03R04

blog.wir.ch

3.5-Zimmer-Attikawohnung mit 360° Rundumsicht – Letzigraben 111, Zürich



360° Rundumsicht bis zum Uetliberg sowie direkter Liftzugang in die Wohnung.

Diese exklusive Attikawohnung erstreckt sich über die gesamte Gebäudefläche und bietet über 90 m² Aussenflächen. Sämtliche Wohnbereiche verfügen über einen direkten Zugang zu Terrasse oder Balkon und schaffen ein einzigartiges Wohngefühl mit viel Privatsphäre.

Eckdaten: 102,3 m² Wohnfläche / 203,2 m² Gesamtfläche, CHF 2 650 000.- inkl. PP

CHF 500 000.- WIR-Anteil möglich

Die laufende BZO-Revision (W4 → W5c) eröffnet attraktives Ausbaupotenzial für die Terrassenflächen – tolle Gelegenheit für Eigennutzer und Investoren mit Weitblick.

Kontakt: Benag AG, Heike Leopold, T 041 559 99 50, h.leopold@benag.ch

29356/03R04

STAPLERMAXX

VERKAUF & SERVICE

STAPLERMAXX.CH



DIESEL-STAPLER

2.5T ab **23'900.-**
3.5T ab **26'900.-**



HEBEBÜHNE

ab **11'900.-**



ELEKTRO-STAPLER

ab **11'900.-**



DEICHSEL-STAPLER

ab **3'490.-**



PALETTEN-ROLLI

ab **189.-**



ELEKTRO NIEDERHUB-WAGEN

1'490.-



TELESKOPLADER

ab **38'950.-**



20% WIR

GELÄNDESTAPLER

2.5T **36'900.-** 3.5T **39'900.-**



BESUCHEN SIE UNSEREN SHOWROOM IN OFTRINGEN
Roggenstrasse 3, 4665 Oftringen



STAPLERMAXX

Preise exkl. MwSt. und Lieferung
Abbildungen können abweichen.
Preisangaben unter Vorbehalt.

062 521 00 00
Kompetente Beratung.
Wir freuen uns auf Sie!

29083/03R06

BADEWELL AG

Grosse Ausstellung in Sursee!

Bis zu **100% WIR** auf Lagerware

WHIRLWANNEN

SPA WHIRLPOOLS

Badewell AG
Wassergrube 3
6210 Sursee
www.badewell.ch
041 925 00 00

28986/03R07

GARTENMÖBEL

Direkt ab Fabrik

Jetzt profitieren als **WIR-Partner** **100% WIR** auf den Nettobetrag

Grosse Auswahl für Garten, Terrasse und Balkon
Hochwertige Materialien, modernes Design und sofort verfügbar

Ob Lounge, Esstisch oder komplette Sitzgruppe bei uns finden Sie die passende Lösung für draussen

Liga möbel Handels AG
Möbel-Direktverkauf ab Fabrik

078 621 18 12
info@liga-moebel.ch
www.liga-moebel.ch

29355/03R07

Büromöbel Bürostühle

Verschiedene Modelle, div. Farben

**Büromöbel, Bürostühle, 100 % WIR****officeconcept**Office Concept Zofingen GmbH / 079 285 05 58
officeconcept@hispeed.ch / www.officeconcept.ch

29259/03R08

W
WEISSENSTEIN
****1'284 Meter
über dem Alltag –
in Solothurn.**100 % WIR**
auf alle Angebote.

—> hotelweissenstein.ch

Hotel
Seminare
Events

29270/03R08

**MIETEN
KAUFEN
SPIELEN**Bei uns erhalten Sie
alle Musikinstrumente
mit 100% WIR**AMMANN
MUSIKHAUS**

8155 NIEDERHASLI

Musikhaus Ammann AG
Stationsstrasse 2 8155 Niederhasli
T 044/850 40 22 M 079/423 65 17
www.musikhaus-ammann.ch

29349/03R08

Besser sitzen. Besser arbeiten

**Ergonomische Bürostühle direkt
vom Fachhändler mit 100% WIR****Novotrade Reimann GmbH / 043 477 40 20**
www.novotrade.ch / info@novotrade.ch

28931/03R08

IWC Lady «Da-Vinci» WeissgoldRef. IW452331 mit 105
Diamantbaguetten, LP 110 000.–Ref. IW452333 mit 105
Rubinbaguetten, LP 150 000.–Beide neu mit Box und Papieren,
50% Rabatt / ganzer Betrag in WIR
052 630 06 93 / info@polyprom.ch

29344/03R08

FAHNEN
CENTER
WEINFELDEN**Fahnenmasten**
mit kleinen Lagerschäden**100% WIR**
Zwischenverkauf vorbehalten
Tel +41 (0)71 626 20 00

29220/03R08

megusta.ch
a world of taste**High-Class-Cigars aus der Dominikanischen Republik****Presidente Lonsdale** (Bund à 25 Stk.)Anzahl
CHF 425 _____**Presidente Robusto 20** (Bund à 25 Stk.)

CHF 300 _____

Presidente Toro Grande (Bund à 25 Stk.)

CHF 550 _____

Sonderpreis für Humidor

CHF 298 _____

Sonderpreis für Humidor inkl. 25 Lonsdale

CHF 590 _____

Presidente Demis (Kiste à 24 Stk.)

CHF 120 _____

Unser Hit "Jumbo" (je 25 Stk. Lonsdale,
Robusto, Toro Grande und 24 Stk. Demis)

CHF 1'280 _____

Alle Preise inkl. 8.1 % MwSt. – Versand GRATIS !

Firma: _____

Name: _____

Vorname: _____

Strasse: _____

PLZ & Ort: _____

Telefon: _____

Mail: _____

Total Betrag: CHW _____☒ WIR-Buchungsauftrag liegt bei**Senden an: Megusta SA, Bösch 35, 6331 Hünenberg**Dieses Produkt enthält Tabak und schädigt Ihre Gesundheit.
Ab 18 Jahren.**100%
WIR**

29288/03R08

**Profi-QR-Rechnungen
mit freier Betrags-
aufteilung zwischen
Franken und WIR (CHW):**

**Exklusiv bei
QR Modul!**

Jetzt
registrieren auf
www.qrmodul.ch
und bis Ende
Kalendermonat
gratis testen!

29294/03R08

Ergonomisch. Durchdacht. Langlebig.

Seit über 35 Jahren unterstützen wir KMUs
erfolgreich bei ihrer **Büroeinrichtung**.

Alles mit 100% WIR bei
Novotrade Reimann GmbH
043 477 40 20
www.novotrade.ch

28958/03R08

IWC Ingenieur Platin Referenz 3233 LP 43'000.-
IWC Da-Vinci Platin Referenz 5461 LP 43'000.-
Beides Tresoruhren mit Box und Papieren,
Neuzustand. 50% Rabatt / ganzer Betrag in WIR
052 630 06 93 / info@polyprom.ch

29343/03R08

IWC Big Pilot AMG Edition 46 mm
in 18 Karat Armor Gold, NEU,
Box + Papiere, LP CHF 36'800.-
ganzer Betrag in WIR,
079 430 42 84 / info@polyprom.ch

29285/03R08

BW Büro Weber AG
5610 Wohlen
Gewerbestr. 23
Tel. 056 622 20 50
info@buero-weber.ch
www.buero-weber.ch

29296/03R08

WIR 70% **Stahlschrank**
Art.-Nr. 201.03, lichtgrau

- Drehgriff abschliessbar
- 4 Tablare
- B 100 x T 45 x H 200 cm

Aktionspreis: **CHF 540.-**

WIR 70% **Garderobenschränke**

Art.-Nr. 1805.G1
B 35 x T 50 x H 180 cm
CHF 256.-

Art.-Nr. 1805.G2
B 67 x T 50 x H 180 cm
CHF 393.-

Art.-Nr. 1805.G3
B 99 x T 50 x H 180 cm
CHF 488.-

WIR-Anteil auf abgebildete Objekte: 70% | Preise exkl. MwSt. ab Wohlen AG

Bank **WIR**

«Wenn du
weisst, es ist
für immer.»

3. Säule
jetzt
einzahlen

wir.ch/vorsorgen

CHW ZUM EUROPREIS
nur bei uns!

Ganzer
Katalog!



euroline
Der sichere Aufstieg
Premiumline = 10 Jahre Garantie

Teleskopleiter 4x4:
Art. 3160104
Vielseitig wie ein CH-Sackmesser

Einsetzbar als:
▪ Bockleiter bis 1,95m
▪ Treppenstehleiter
▪ Anlegeleiter bis 4.1m
▪ Transportmass 1.25m

aktion@ths-ag.ch

CHW 620.-
=EURO-Preis!

Spezialrabatt:
5% ab 2 Leitern
10% ab 5 Leitern
MwSt geschenkt
ab 5000.-
auch assortiert

Preise excl. MWST.
Preisänderungen vorbehalten.
Aktion gültig siehe Webseite.

- Optional Holmverlängerung: **CHW 113.-**
- VARIO 4x5: Anlege 5.9m, Bock 2.50m
- VARIO 4x6: Anlege 7.0m, Bock 3.05m
- Versand ganze Schweiz CHW 30.-

THS HIT
CHW 725.-
CHW 849.-

29284/03R08

JOST & KEKEIS
Tank&Handel Schweiz AG

Tel: **071 966'10'30**
mehr WIR HITS: www.jostkekeis.ch

Flussfahrten mit 70% WIR

Auf unserer Internetseite finden Sie viele Flussfahrten mit **70 % WIR**. Eine **Woche inkl. Vollpension** mit An / Rückreise aus der Schweiz kostet schon ab **CHF 1995.-** pro Person. Wie z.B:

von Passau – Wien – Budapest – Linz – Bratislava
von Paris – Rouen – Honfleur – Vernon – Andelys
von Basel – Koblenz – Rotterdam – Amsterdam
von Basel – Frankfurt – Bamberg – Linz – Wien
von Berlin – Postdam – Wolfsburg – Hamburg – Kiel



Bei uns können Sie neben Individualreisen auch **Gruppen-** oder **Vollcharter** von Yachten, Fluss- oder Hochseeschiffe in verschiedensten Grössen buchen: **Yachten** in Kroatien: 20 (MY Vilma) bis 38 Personen **Flussfahrtschiffe**: 90 (MS Douce France) bis 180 P. **Hochsee** 50 Pers auf MS Monet oder 103 auf MS Serenissima. Unter den Schiffsnamen finden Sie im Internet alle Daten und Bilder.

MGR REISEN

Routen mit Details
finden Sie hier →

Katalogbestellung und
Auskunft: MGR Reisen
Tenniscenter Schiltacker
St. Josefenstrasse 58
9000 St. Gallen
Tel. 071 298 31 56
info@mgr.reisen.ch
www.mgr-reisen.ch

29353/03R01

BAYROL

WIPF
SCHWIMMBADTECHNIK



Bayrol Wasserpflege
100% WIR, Versandkosten bar

**Poolroboter „Dolphin“
und Poolzubehör**
50% WIR, Versandkosten bar

Aktion gültig bis 31.5.2026. Verlangen Sie unsere Unterlagen.

WIPF Wärmetechnik AG, Abteilung Schwimmbadtechnik,
Zentralstrasse 80, 8212 Neuhausen, 052 672 72 72 wipf@wipfinfo.ch

29283/03R08

gedeckter Bootsplatz
22 m² in Egnach/TG
2,5 x 7,5 m, VB 250'000.-
grosser WIR Anteil möglich.
052 630 06 93 / info@polyprom.ch

29287/03R08

WIR-Network.ch

Besser sitzen. Besser arbeiten

**Ergonomische Bürostühle direkt
vom Fachhändler mit 100% WIR**



Novotrade Reimann GmbH / 043 477 40 20
www.novotrade.ch / info@novotrade.ch

29332/03R08

Bank **WIR**



«Seit Generationen.
Für Generationen.»

Giuseppe und Flavia Landolfi,
Landolfi Group, Oberentfelden,
CHW-Netzwerker

Banking
für KMU
und Private

Gemeinschaft. Mehrwert. Schweiz.

wir.ch

Bank **WIR**

«Gemeinsam ankommen.»

Franziska, 35,
Architektin und Mutter

Banking
für KMU
und Private

Gemeinschaft. Mehrwert. Schweiz.

wir.ch

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 – Mai 2026, 93. Jahrgang, Nr. 1162

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

Herausgeberin: WIR Bank Genossenschaft, Basel

Chefredaktor: Daniel Flury

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 Recyclingpapier mit EU-Ecolabel. Das Label ist eine Referenz für Verbraucherinnen und Verbraucher, die mit der Nutzung von umweltfreundlichen Produkten und Dienstleistungen zu einer Verringerung der Umweltverschmutzung beitragen wollen.

gedruckt in der
schweiz



Der Umwelt zuliebe!

Erscheinungsweise: zweimonatlich auf Deutsch und Französisch

Gesamtauflage: 20685

Inserate: siehe letzte Seite

Abo-Preis: 10.20 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
Hilfikerstrasse 4
3014 Bern

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
1003 Lausanne

Filiale St. Gallen

WIR Bank Genossenschaft
Zwinglistrasse 2
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



CHW-Messe

WIR-Expo Zürich

François Cochard
Regina-Kägi-Strasse 11
8050 Zürich

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



Werbemöglichkeiten im CHW-Netzwerk

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

Ihre Vorteile auf einen Blick

- Die ersten 500 CHW schenken wir Ihnen
- Bezahlung in 100% CHW
- Gezielte Ansprache mit CHWmailings (Direct Mailings an CHW-Kunden)
- Geringer Streuverlust
- Jahresrabatt ab einem Werbeumsatz von 1200 CHW
- 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 CHW-Annahmesätze** z.B. für spezielle Angebote
- **Aktionen:** temporäre Erhöhung des CHW-Annahmesatzes

WIRinfo – das Schweizer KMU-Magazin

Das WIRinfo erscheint zu Beginn der Monate Januar, März, Mai, Juli, September und November in einer Auflage von rund **21 000 Exemplaren**. Sie erreichen damit **alle KMU mit CHW-Annahme**.

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 (CHW-Anteil 100%)

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



CHWmailing

Mit einem CHWmailing gelangen Sie ohne Streuverlust an die CHW-Kunden 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 CHW-Kunden
- Selbstgewählte Kombination von Auswahlmöglichkeiten

Geben Sie auf der Drucksache einen CHW-Annahmesatz an, der nicht tiefer als im WIRmarket publiziert 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 CHWmailing einholen? Wir beraten Sie gerne. Kontaktieren Sie uns via E-Mail: chwmailing@wir.ch

Rabatt auf Jahresumsatz

Ihre Werbe-Umsätze auf dem WIRmarket, im WIRinfo und mit CHWmailings werden im Inseratesystem der Bank WIR laufend addiert und berechtigen ab einer Höhe von 1200 CHW zu einem Jahresrabatt, der Ihnen Ende Jahr gutgeschrieben wird.

Das sind die Rabattstufen:

Umsatz	Rabatt
ab 1200.–	4%
ab 3700.–	6%
ab 7700.–	8%
ab 17000.–	9%
ab 25000.–	10%



Impressionen von der WIR-Expo in Dietikon.

Mediadaten WIRinfo

Inserateaufgabe und Beratung

inserate@wir.ch

Geschäftsbedingungen

Siehe www.wir.ch/agb-de

Inserateannahmeschluss: Bitte beachten Sie den Inserateschluss für das WIRinfo Juli 2026: Mittwoch, 10. Juni 2026, 12.00 Uhr.

Datenübernahme Druckunterlagen WIRinfo

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

Programme

Mac

Win

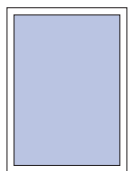
QuarkXPress
InDesign
MS Word
PDF Acrobat
Illustrator
Photoshop

•
•
•
•
•
•

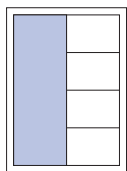
Wichtig: Bei offenen InDesign-, Illustrator- und Photoshop-Dateien müssen Schriften immer mitgeliefert werden (keine TrueType-Schriften). Die entsprechenden Zeichensatzkoffer und PostScript-Fonts bitte gezippt mitgeben. Bei PDF- und EPS-Dateien müssen Logos und Schriften eingebettet (mitgeliefert) sein.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

Datenträger: CD, DVD, Zip (100/250)

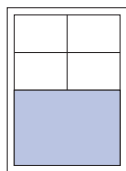
Inserategrößen und Inseratepreise (alle Preise inkl. 8,1% MwSt., CHW-Anteil 100%)



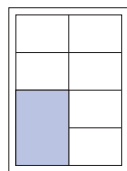
168 x 248 mm
1/1 Seite Inhalt



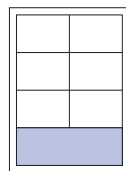
82 x 248 mm
1/2 Seite hoch (2-sp.)



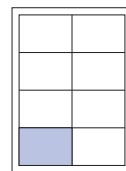
168 x 122 mm
1/2 Seite quer (4-sp.)



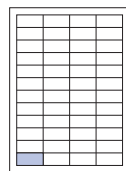
82 x 122 mm
1/4 Seite hoch (2-sp.)



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

Inseratepreise (100% CHW)

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 1200.–
6%	ab 3 700.–
8%	ab 7 700.–
9%	ab 17 000.–
10%	ab 25 000.–

Chiffregebühr: 8.50

100% WIR

vom 04.05. bis 23.05.26

Auf alle reguläre Lagerware, ausgenommen Änderungen, Spezial-Aktionen sowie Geschenkgutscheine. 100% WIR Annahmesatz bis Fr. 3000.-



Mode und Lifestyle für Sie und Ihn.

BÜTLER
MEN'S FASHION

BÜTLER
WOMEN'S FASHION

Rathausstrasse 69 und 78
4410 Liestal

folge uns auf  

www.buetlerfashion.ch
info@buetlerfashion.ch

T 061 921 36 66

TopCC
Profit
 preisbewusste Qualität

Die clevere
 Eigenmarke
 von TopCC.

Ihr Vorteil
20% WIR



TopCC Profit
UHT Vollrahm

12 x 1 Liter (Karton 61.80)

35% Fettanteil



TopCC Profit
Kaffeerahm

200 x 12 g



TopCC Profit
Raclette Scheiben

2.5 kg



TopCC Profit
Bratwurst

10 x 160 g

 Schweiz

TopCC
 Cash & Carry

EINKAUFEN WIE DIE PROFIS.

Infos: 0800 800 070 (gratis) |
 info@topcc.ch | www.topcc.ch

