



Die EU-Produktsicherheitsverordnung • Gute Absichten gepaart mit viel Bürokratie Seite 12-13

Unternehmensberatung
Warum Unternehmenskultur
für KMU zum ...
Artikel Seite 9

Telekommunikation
Kommunikation am Puls
der Zeit
Artikel Seite 18-19

Gesundheit
Altersdiversität und Unternehmensekultur
Artikel Seite 34-35

Wirtschaft
Der Klimawandel und
seine Risiken für KMU
Artikel Seite 38-39

V O L V O

Der Gamechanger für Ihre Flotte.

Der vollelektrische Volvo EX30.

Grosse elektrische Leistung in einem kleinen Paket.
Der Volvo EX30 definiert nachhaltiges Fahren neu und eröffnet
Unternehmen den Zugang zu Premium-Elektromobilität
zum Einstiegspreis. Jetzt mit einem exklusiven Rabatt
von 8 % für KMU's erhältlich.

KMU-SPEZIALPREIS

CHF 35'190.–



volvocars.ch/EX30

Volvo EX30 Single Motor, Core, 272 PS/200 kW. Katalogpreis CHF 38'250.– abzüglich KMU-Discount 8% = CHF 35'190.–, Stromverbrauch gesamt: 17,0-17,8 kWh/100 km, CO₂-Emissionen: 0 g/km. Energieeffizienz-Kategorie: B. Swiss Premium®
Gratis-Service bis 10 Jahre/130 000 Kilometer, Werksgarantie bis 5 Jahre/150 000 Kilometer und Verschleissreparaturen
bis 4 Jahre/150 000 Kilometer (es gilt das zuerst Erreichte). Abgebildetes Modell enthält ggf. Optionen gegen Aufpreis.
Angebot gültig bis auf Widerruf.

Editorial



Geschäfte Leserinnen und Leser,
geschätzte SKV Mitglieder

Wieder einmal ist es soweit und die neueste Ausgabe unserer Zeitung liegt vor Ihnen. Das Editorial zu schreiben für diese Ausgabe war nicht sonderlich einfach, denn aktuell sind es doch Themen wie Digitalisierung, KI, Gesundheit, Weiterentwicklung und vieles mehr, was uns KMU beschäftigt und daneben gibt es noch viele andere Themen, wie etwa die geplante Besteuerung von Trinkgeldern im Gastgewerbe oder die unsichere Lage in vielen Ländern der Welt welche den globalen Handel nicht zur Ruhe kommen lassen.

Bei uns im SKV erhalten wir aktuell täglich Kooperationsanfragen und sehr viele Unternehmerinnen und Unternehmer mit guten Ideen suchen nach Möglichkeiten, neue Projekte zu lancieren, zu finanzieren oder ganz einfach breiter vorzustellen. Natürlich gibt es viele Crowdfundingplattformen oder Plattformen wie LinkedIn, um das eigene Netzwerk zu vergrössern, aber der Aufwand, um dies professionell angehen zu können und den gewünschten Nutzen zu erzielen, ist dabei sehr gross. Nicht zuletzt, weil diese Plattformen immer grösser und ausgefeilter werden, aber dadurch auch immer komplexer in der Bedienung. Um heute ein eigenes Projekt einer breiten Masse vorstellen zu können, ist ein sehr grosser Aufwand zu tätigen und meist ist es gar nötig, ein Promovideo zu erstellen, um wirklich Erfolg haben zu können. Dabei ist noch längst nicht jeder ein Videograph und kennt sich damit aus und wenn man auf externe Ressourcen zugreift, kostet dies schnell wieder einige tausend Franken.

Warum nicht mal einfach eine Plattform machen, auf welcher man das eigene Projekt vorstellen kann, den Wunsch (neuer Geschäftspartner, Vertriebspartnerschaft, Finanzierung etc.) dazu schreibt und die Kontaktdaten hinterlegt und der geneigte Besucher resp. die geneigte Besucherin kann dann bequem Kontakt aufnehmen? Alles ganz simpel als Liste dargestellt.
Aber vermutlich würde das dann einfach die 20. Crowdfundingplattform ergeben.

Sie sehen aber, dieser kleine Gedanke könnte schon wieder zu einem neuen Projekt führen und genau so soll es auch sein bei den Schweizer KMU. Innovativ bleiben, Ideen erkennen und schauen, ob diese realisierbar sind und eine Zielgruppe besteht.
Denn trotz KI und Digitalisierung: Innovation beginnt beim Menschen.

So wünsche Ihnen eine ganz innovative Zeit und viele neue Ideen

Es grüsst Sie freundlich
Roland M. Rupp
Präsident des Schweizerischen KMU Verbandes

Inhalt

| | | |
|--|------------------------------|---------|
| | Aus der Redaktion | 3 |
| | SKV Partner | 4 - 6 |
| | Digital | 7 - 8 |
| | Unternehmensberatung | 9 |
| | Technik | 10 - 11 |
| | Rechtsberatung | 12 - 13 |
| | Mediation | 14 - 15 |
| | Telekommunikation | 18 - 19 |
| | Wirtschaft | 21 |
| | Strategie | 22 - 24 |
| | Arbeit | 25 |
| | Arbeit | 27 |
| | Interview | 28 - 29 |
| | Leadership | 31 |
| | Strategie | 32 |
| | Aus- und Weiterbildung | 33 |
| | Gesundheitsförderung Schweiz | 34 - 35 |
| | Coaching | 36 - 37 |
| | Wirtschaft | 38 - 39 |
| | Aus- und Weiterbildung | 40 |
| | Wirtschaft | 41 |
| | Strategie | 43 |
| | Nachfolgeregelung | 44 |
| | Persönlichkeitsentwicklung | 45 |
| | Gesundheit | 47 - 49 |
| | Mehrwertpartner | 50 |
| | Immobilien | 51 |
| | Veranstaltungen | 53 |
| | Impressum | 54 |

Anzeige



«Wir sind für Sie da – geniessen Sie Ihren Alltag»

Sie profitieren von 10% auf Krankenkassenzusatzversicherungs-Produkte:
melden sich bei partner@slkk.ch, senden eine Bestätigung der SKV-Mitgliedschaft mit.
Sie werden umgehend Ihre persönliche Offerte erhalten. Mehr Infos: slkk.ch/kollektivvertraege

SLKK VERSICHERUNGEN, Hofwiesenstrasse 370, CH-8050 Zürich, T 044 368 70 30, slkk.ch

Die Pensionskasse des Schweizerischen KMU Verbandes: Noventus Pensionskassen

Ruhestand: Sind Sie gut vorbereitet auf Ihren wohlverdienten neuen Lebensabschnitt?

Der Ruhestand ist ein bedeutender Lebensabschnitt, der viele Veränderungen mit sich bringt. Es ist die Zeit, in der du die Früchte deiner Arbeit geniessen kannst. Damit dieser Übergang reibungslos verläuft, ist eine sorgfältige Vorbereitung unerlässlich. In der Schweiz spielen Pensionskassen eine zentrale Rolle bei der finanziellen Absicherung während des Ruhestands. Es ist wichtig, alle Optionen zu verstehen, um gut aufgestellt in diesen neuen Lebensabschnitt zu starten.

Vorbereitungen auf den Ruhestand durch die Pensionskasse

Die Pensionskassen als 2. Säule sind neben der 1. (AHV, obligatorisch) und der 3. (freiwillig) Säule ein wesentlicher Bestandteil der Altersvorsorge in der Schweiz und bieten verschiedene Leistungen, die im Ruhestand zur Verfügung stehen.

Altersrenten

Bei Erreichen des Rentenalters haben Sie Anspruch auf eine Altersrente. Die Höhe derselben hängt von verschiedenen Faktoren ab, wie dem angesparten Kapital während der Erwerbsjahre (hängt vom versicherten Lohn und dem gewählten Vorsorgeplan ab), dem darauf während dieser Jahre gewährten Zins, dem Umwandlungssatz und dem Pensionierungszeitpunkt (vorgezogen, regulär oder aufgeschoben). Es ist wichtig, sich frühzeitig über die Höhe der zu erwartenden Rente zu informieren.

Kapitalbezug

Sie haben die Möglichkeit, anstelle einer Rente eine einmalige Kapitalauszahlung zu wählen. Dies kann besonders vorteilhaft sein, wenn Sie bestimmte Investitionen oder Anschaffungen im Ruhestand planen.

Mischform der beiden

Viele Pensionskassen bieten auch die Möglichkeit, einen Teil als Rente und den Rest als Kapital zu beziehen. So können Sie Investitionen, Amortisationen, Steuerbelastung planen sowie die Rente, welche Sie dann bis ans Lebensende erhalten. Beachten Sie, dass jede Pensionskasse ihre eigenen Fristen für jede Form des Bezuges hat.

Finanzielle Sicherheit im Alter

Der Ruhestand ist ein neuer Lebensabschnitt, der gut vorbereitet sein will. Die Pensionskasse bietet wertvolle Leistungen zur finanziellen Absicherung, aber es liegt an Ihnen, proaktiv zu handeln und Ihre Zukunft zu gestalten. Beginnen Sie mindestens zehn Jahre vor dem geplanten Ruhestand mit der Planung. Überprüfen Sie Ihre Pensionskassenleistungen und kalkulieren Sie, wie viel Einkommen Sie im Ruhestand benötigen. Informieren Sie sich über Ihre Optionen und planen Sie frühzeitig, um im Alter finanziell unabhängig und frei leben zu können.



Setzen Sie auf einen zuverlässigen und erfahrenen Partner, wenn es um Ihre Altersvorsorge geht!

Wir unterstützen Sie gerne dabei! Sprechen Sie uns direkt an:

Bruno Schenk für die Nordwestschweiz,
Michael Reinle für die Westschweiz (Kt. BE, FR, LU, OW & NW) oder für
Zürich und die Ostschweiz Christian Leu

NOVENTUS
PENSIONSKASSEN

Noventus Pensionskasse

Grundstrasse 18 • 6343 Rotkreuz

Tel. 041 798 11 77

www.noventus.ch

10% Rabatt auf Krankenkassen-Zusatzversicherungen für SKV-Mitglieder!

Möchten Sie als Arbeitgeber attraktive Lohnnebenleistungen bieten?

Mit dem Kollektivvertrag der SLKK VERSICHERUNGEN ermöglichen Sie Ihren Mitarbeitenden vergünstigte Krankenkassenzusatzversicherungen abzuschliessen zu können. Diese Möglichkeit haben Sie auch als Verein: Offizieren Sie Ihren Mitgliedern die Versicherungen der SLKK zu vorteilhaften Konditionen.

Ihre Vorteile: Komplettes Versicherungsangebot

Ihre Mitarbeitenden oder Vereinsmitglieder können die Versicherungsdeckung frei nach ihren Bedürfnissen zusammenstellen und **profitieren dabei von den attraktiven Modellen** in der Grundversicherung und von den vielfältigen Möglichkeiten der Zusatzversicherungen.

Rabatte auf Zusatzversicherungen

SKV-Mitglieder profitieren auf den Zusatzversicherungen «QualiCare», «Medico-Plus» und den Spitalzusatz-Versicherungen **von 10% Prämienrabatt**. Sie helfen Ihren Mitarbeitenden oder Ihren Mitgliedern, das persönliche Haushaltsbudget zu entlasten – ohne dass es Sie als Unternehmen oder Verein finanziell belastet.

Familienangehörige profitieren

Familienangehörige inklusive im selben Haushalt lebende Personen können sich ebenfalls mitversichern und kommen so in den Genuss der Prämienrabatte.

Keine administrativen Umtriebe

Sichern Sie sich Ihren Rabatt und geniessen Sie eine noch bessere Gesundheitsvorsorge: Zusatzversicherungen ermöglichen eine bessere Gesundheitsvorsorge, so können Sie die Leistungen der Grundversicherung nach Ihren Wünschen ergänzen und Deckungslücken schliessen.

Als SKV-Mitglied können Sie sich telefonisch unter 044 368 70 30 oder per eMail partner@slkk.ch direkt bei der SLKK melden.

Erfahren Sie mehr über die SLKK

Die KRANKENKASSE SLKK und SLKK VERSICHERUNGEN hat ihren Sitz im Raum Zürich und macht ihre Versicherten fit für alles, was das Leben bringt. Mit vernünftiger, persönlicher Beratung «von Mensch zu Mensch». **„Wir engagieren uns leidenschaftlich für unkomplizierte, zuverlässige und flinke Lösungen, die begeistern - und das schon seit 1918“.**



„Wir machen Sie fit für alles, was das Leben bringt“.

Das Wichtigste in Kürze:

Versichert wie in der Einzelversicherung – jedoch mit 10% Rabatt auf Krankenzusatzversicherungen für Ihre Mitarbeitenden und / oder Vereinsmitglieder, wie im gleichen Haushalt lebenden Personen.

SLKK

*vernünftig versichert: die
ehemalige Schweizerische
Lehrerkrankenkasse*

KRANKENKASSE SLKK, SLKK VERSICHERUNGEN

Hofwiesenstrasse 370, 8050 Zürich

Zentrale 044 368 70 60, partner@slkk.ch, slkk.ch

SLKK

Branded Content mit kostenloser Landingpage



Immer mehr kleine und mittlere Unternehmen suchen nach flexiblen, kosteneffizienten Wegen, um ihre Zielgruppen direkt anzusprechen und dabei ihre Botschaften authentisch zu vermitteln. Mit dem Produkt Branded Content bietet Goldbach Regional nun eine Lösung, die genau auf dieses Bedürfnis zugeschnitten ist.

Im Zentrum steht das Goldbach Booking Tool, mit dem sich Kampagnen schnell, einfach und ohne externe Unterstützung umsetzen lassen. Über die Plattform buchen KMU eine Native Ad – ein Anzeigenformat, das sich sowohl optisch als auch inhaltlich an das jeweilige redaktionelle Umfeld anpasst. Ergänzend dazu lässt sich direkt im Tool eine kostenlose, individuell gestaltbare Landingpage erstellen, ganz ohne technisches Vorwissen, aber mit zahlreichen kreativen Gestaltungsmöglichkeiten. Hier kann der Werbekunde sein Angebotsportfolio gezielt und wirkungsvoll in Szene setzen, mit Texten, Bildern, Kundenstimmen oder weiteren Informationen.

Nach der Erstellung wird die Werbekampagne über das gesamte Goldbach Netzwerk ausgespielt und erreicht so eine breite Leserschaft. Optional lassen sich die Inhalte auch auf ausgewählten Social Media Kanälen verlinken.

Die gesamte Bedienung ist intuitiv: Mit wenigen Klicks entsteht eine professionelle Online-Präsenz, die exakt auf die gewünschte Zielgruppe abgestimmt ist. In Verbindung mit klar aufgebauten sowie relevanten Inhalten werden Kampagnen realisiert, die Vertrauen schaffen, gezielt Aufmerksamkeit gewinnen und die Kundenbindung nachhaltig fördern.

Mit dem Goldbach Booking Tool und der Branded-Content-Lösung von Goldbach Regional wird professionelle Kommunikation für KMU nicht nur einfacher, sondern auch wirkungsvoller: ein direkter, effizienter Weg zu mehr Relevanz, Sichtbarkeit und Interaktion – ganz ohne Umwege und auch mit kleinem Budget realisierbar!

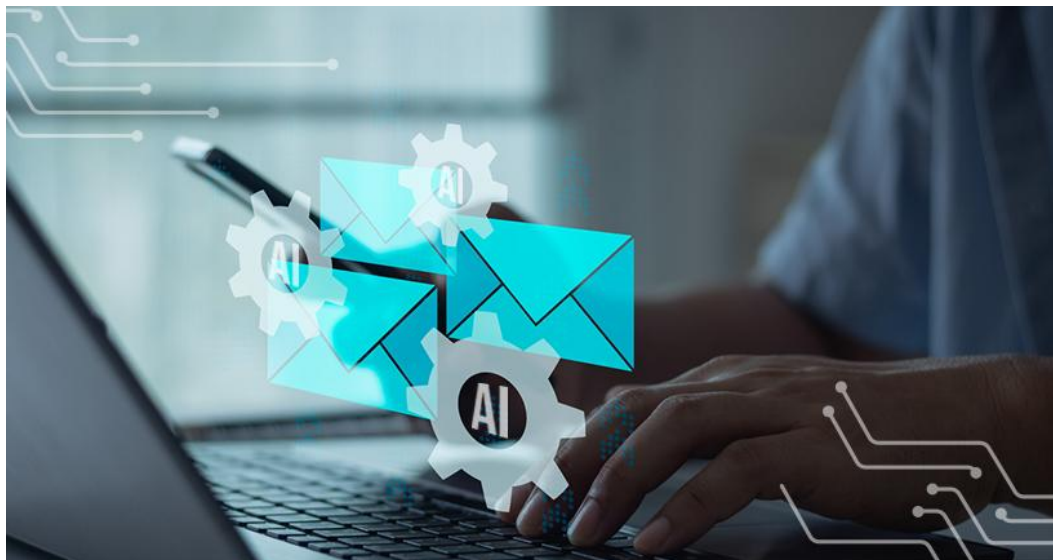
Jetzt mit deiner Kampagne durchstarten!

[Weitere Informationen hier!](#)

GOLDBACH

regional@goldbach.com
www.goldbach.com

Maximale Digitalisierung mit künstlicher Intelligenz



© DocuWare GmbH

Auf dem historischen Opel-Werksge­lände in Bochum entstand im Mai 2024 eine innovative Autovermietung mit einem klar definierten Zielmarkt: Sportbegeisterte. Das Start-up setzt konsequent auf Digitalisierung – mit DocuWare Cloud und Intelligent Document Processing (IDP).

Das Geschäftsmodell von Sport Auto Plus basiert auf einem sogenannten „Auto-Abo“, das gezielt Personen mit nachweislicher Bindung zum Sport – sei es im Leistungs- oder Vereinssport – angeboten wird. Ein Abo über ein oder zwei Jahre ermöglicht eine sorgenfreie Fahrzeugnutzung, bei der sich Kundinnen und Kunden lediglich ums Tanken kümmern müssen – ganz ohne den administrativen Aufwand eines Leasingvertrags. Die Gründerinnen und Gründer bringen umfassende Erfahrung aus einem ähnlichen Unternehmen mit und verfolgen eine klare Strategie: die vollständige Ausschöpfung digitaler Möglichkeiten als Wettbewerbsvorteil. Neben der Optimierung interner Abläufe soll insbesondere die Kundenkommunikation auf ein neues digitales Niveau gehoben werden.

Skalierbarkeit durch Digitalisierung

Das Start-up setzt auf Wachstum mit Tempo: Bereits am 1. Juli 2024 ging die Website online, und nach einem halben Jahr konnten über 3.000 Bestellungen verzeichnet werden. Rund 1.000 Fahrzeuge sind bereits auf den Strassen, bis Ende 2025 sollen es mehr als 4.000 sein. Um die ehrgeizigen Ziele zu erreichen, ist eine maximal digitale Gestaltung aller internen und externen Prozesse essenziell – ein zentrales Leitprinzip des Unternehmens.

Von Beginn an wurden zwei Erweiterungen in die DocuWare Cloud-Installation integriert: die Nut-

zung von Intelligent Document Processing (IDP) und die Bereitstellung relevanter Dokumente auch für Kundinnen und Kunden über ein Kundenportal. Letzteres spielt eine zentrale Rolle in der kundenbezogenen Prozessoptimierung, unter anderem bei der Bearbeitung von Ordnungswidrigkeiten mit den gemieteten Fahrzeugen. Auch bei einem klassischen Digitalisierungsprozess wie der Verarbeitung von eingehenden Rechnungen ist die Künstliche Intelligenz von IDP beim Extrahieren und Klassifizieren von Dokumenten hilfreich.

Herausforderungen bei der Erkennung

Die Bearbeitung von „Knöllchen“ und anderen Verkehrsordnungswidrigkeiten stellt eine besondere Herausforderung für die Erkennungssoftware dar, da es in Deutschland kein einheitliches Formular dafür gibt – jede Landesbehörde verwendet eigene Schreiben. Die Software muss daher zunächst die relevanten Informationen zu Vergehen und Fahrzeug extrahieren. Anschließend gleicht das System die Daten mit dem CRM-System HubSpot ab, um die verantwortliche Person zu identifizieren und die erforderlichen Informationen an die Behörde weiterzuleiten. Parallel dazu erhält die Kundenseite eine entsprechende Benachrichtigung.

Der digitale Rechnungseingang war von Anfang an Bestandteil der DMS-Installation und bereits zwei Monate nach Unternehmensstart im Live-Betrieb. Eingangsrechnungen durchlaufen je nach Betrag eine zwei- oder dreistufige Prüfung und werden über einen digitalen Workflow kontiert, bevor sie in Datev verbucht werden. Während Rechnungen nahezu ausschliesslich digital – per E-Mail oder als E-Rechnung – eingehen, erreichen Ordnungswidrigkeitsschreiben der Be-

hörden das Unternehmen meist noch auf dem Postweg. Diese werden mit einem leistungsfähigen Hochleistungsscanner digitalisiert. Die lernfähige IDP-Lösung erzielt beim Auslesen der Scans mittlerweile eine beeindruckende Erkennungsquote von über 90 Prozent.

Komplett transparentes Kundenportal

Das digitale Dokumentenarchiv bildet das Herzstück der Geschäftsprozesse. Alle 20 relevanten Dokumententypen – darunter Bestellungen, Verträge, Ordnungswidrigkeiten, Parkausweise, Fahrzeugscheine, Führerscheine, Schadensdokumente und Gutachten – werden zentral abgelegt und steuern sowohl interne als auch kundenbezogene Abläufe.

Über das Kundenportal und künftig auch über eine eigene App erhalten Nutzerinnen und Nutzer direkten Zugriff auf ihre Dokumente – ein vollständig digitaler Prozess, der maximale Transparenz und Effizienz garantiert.



DocuWare GmbH • docuware.com
go.docuware.com/partner-schweiz

Axians Schweiz navigiert Sie durch die KI-Ära

Von Mirco Stoffel

Axians, die ICT-Marke von VINCI Energies, bietet in der Schweiz neu die Dienstleistung AI Business Consulting an. Dadurch ergänzt Axians die technologischen Fähigkeiten um einen ganzheitlichen, menschenzentrierten Beratungsansatz, der die Brücke zwischen Technologie, Organisation und Mensch in der digitalen Ära schlägt.

KMU stehen vor der Herausforderung, die digitale Transformation zu bewältigen. Dabei verfügen sie häufig nur über begrenzte Ressourcen und Fachkenntnisse. Die Einführung und Integration von Künstlicher Intelligenz in bestehende Prozesse und Systeme erfordert nicht nur technologische, sondern auch organisatorische Anpassungen, die für kleinere Unternehmen eine besondere Hürde darstellen. Zudem gilt es, Vorbehalte der Mitarbeitenden gegenüber neuen Technologien abzubauen und deren Nutzen verständlich zu machen.

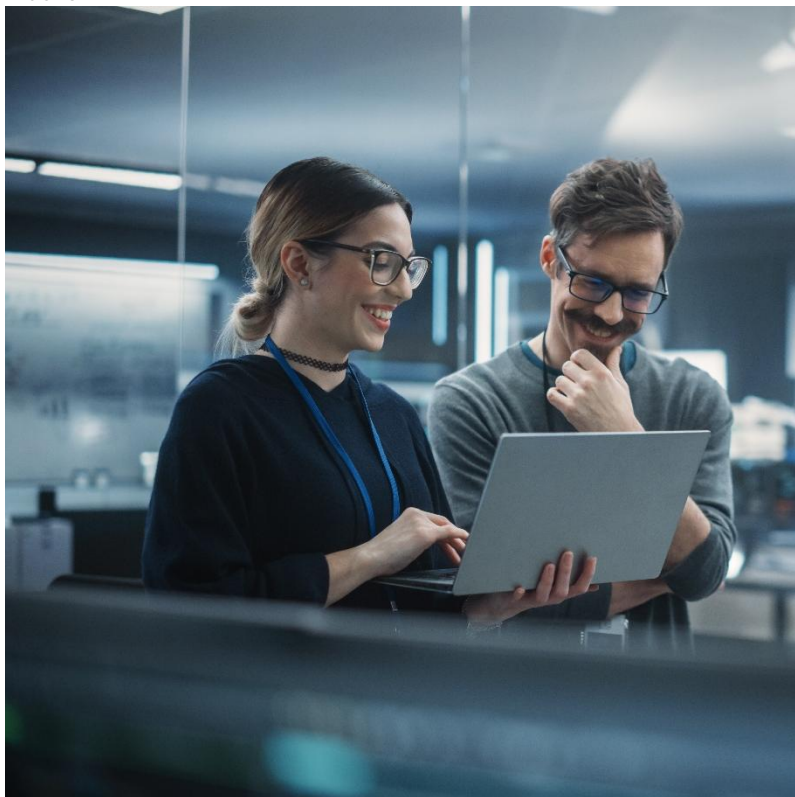


Bild: Axians Schweiz AG

Güven Zorba, Business Area Manager IT & Managed Services, ist überzeugt, dass die strategische Portfolioergänzung für die Kunden Mehrwert bringt: «Wir begleiten und beraten Kunden ganzheitlich und strategisch auf ihren transformativen Veränderungen in der digitalen Ära. Wir kombinieren dazu die bestmöglichen technologischen Lösungen mit einer menschenzentrierten Sicht auf die Transformationsprozesse.»

Die neue Dienstleistung AI Business Consulting beruht auf einem integrativen Beratungsansatz der Mensch, Technologie und Organisation verbindet.

AI erfolgreich in Unternehmen einzusetzen bedeutet, Organisationen zu transformieren, nicht nur Technologie einzuführen. Mit der neuen Dienstleistung setzen wir uns zum Ziel, innovative, verantwortungsvolle und nachhaltige AI-Lösungen zu bieten.

Wie wir KMU mit unserem menschenzentrierten Ansatz voranbringen

Unsere Dienstleistungen und Pakete sind darauf ausgelegt, KMU bei der Digitalisierung und dem Einsatz von KI wirksam zu unterstützen. Durch un-

seren menschenzentrierten Ansatz, indem Change-Management ein integraler Bestandteil ist, verbinden wir technologische Innovation mit einer klaren strategischen Ausrichtung. Wir stellen sicher, dass KMU von den Vorteilen der KI profitieren können – ohne dabei ihre individuellen Herausforderungen aus den Augen zu verlieren.

Change & Adoption als Schlüssel zum Erfolg

Ein wesentlicher Bestandteil unserer Arbeit liegt im Change-Management. Wir unterstützen KMU mit gezielten Schulungen, Workshops und Massnahmen zur Benutzerakzeptanz und stellen so sicher, dass KI-Lösungen im Alltag tatsächlich Wirkung erzielen. Wir glauben, dass der Erfolg von KI nicht allein in der Technologie, sondern vor allem in der Akzeptanz und Nutzung durch die Mitarbeitenden liegt. Nur wenn die Mitarbeitenden den Nutzen erkennen und die Lösungen in ihren Arbeitsalltag integrieren, kann die Implementierung von KI langfristig zum Erfolg führen.

Microsoft Copilot als sicherer Einstieg in die KI-Welt

Wir stellen fest, dass Unternehmen sich oft zuerst für den Einsatz von KI-Assistenten wie Microsoft Copilot entscheiden, da dieser nahtlos in die bestehende Office Umgebung integriert ist und ein sicherer und datenschutzkonformer Einstieg ohne aufwendige technische Implementierung ermöglicht. Aus diesem Grund haben wir Copilot Adoption Packages entwickelt, die speziell für KMU eine effiziente Einführung in die Nutzung von Microsoft Copilot ermöglichen.

Copilot Adoption Packages – vier Stufen, ein Prinzip: der Mensch im Mittelpunkt

Ein wesentlicher Vorteil unserer neuen Angebote ist die Verbindung von Kosteneffizienz, Flexibilität und einem menschenzentrierten Ansatz. Mit den Copilot Adoption Packages können KMU auf eine standardisierte und wirtschaftliche Lösung zurückgreifen, die dennoch individuell auf die spezifischen Bedürfnisse ihres Unternehmens abgestimmt werden kann.

Die modularen Pakete sind in vier Stufen verfügbar – Light, Basic, Value und Advanced – und beinhalten eine Vielzahl an Aktivitäten, die die Einführung von Microsoft Copilot optimal unterstützen.

Langfristige Perspektive für nachhaltige Transformation

KI ist keine schnelle Lösung, sondern eine langfristige Transformation. Es erfordert einen Marathonläufergeist, bei dem Ausdauer, Strategie und ein zielgerichtetes Vorgehen die Grundlage für den Erfolg bilden. Dies bedeutet, dass Organisationen nicht nur in die technische Implementierung investieren, sondern insbesondere kontinuierlich ihre Mitarbeitenden schulen, Prozesse optimieren und eine Kultur des Wandels fördern müssen. Nur durch diese langfristige Perspektive können Unternehmen die volle Bandbreite der Vorteile von KI ausschöpfen und ihre Wettbewerbsfähigkeit sichern.

Axians IT Services AG
Schorenweg 44b • 4144 Arlesheim
www.axians.ch

Warum Unternehmenskultur für KMU zum Wettbewerbsvorteil wird



www.valueboarding.ch · Bernhard Seiffert

Für KMU ist die Unternehmenskultur oft der entscheidende Faktor, der sie von Grosskonzernen unterscheidet. Sie können agiler auf Veränderungen reagieren und eine persönlichere Atmosphäre schaffen. Eine Kultur der Wertschätzung und Anerkennung ist dabei kein "Nice-to-have", sondern ein strategisches Investment. Sie reduziert Fluktuation, zieht Top-Talente an und fördert Innovation. Mitarbeitende, die sich wertgeschätzt fühlen, sind engagierter, produktiver und identifizieren sich stärker mit den Zielen des Unternehmens.

Eine jüngst gegründete Allianz von Unternehmen, die sich unter dem Banner "Valueboarding" formiert hat, bietet KMU eine bewusst niederschwellige Plattform für den Austausch bewährter Praktiken, sowie ein Label, mit dem der Wille zum wertschätzenden Umgang untereinander nach aussen sichtbar wird.

Drei Praxisbeispiele aus der Valueboarding-Allianz

1. "TechSolutions GmbH" – Die Kraft der transparenten Kommunikation (ca. 80 Mitarbeitende)

Die TechSolutions GmbH, ein Softwareentwicklungsunternehmen, litt unter einer hohen Fluktuation bei jungen Talenten. Die Geschäftsleitung erkannte, dass die Mitarbeitenden sich oft nicht ausreichend informiert oder in Entscheidungen eingebunden fühlten. Nach dem Beitritt zur Valueboarding-Allianz implementierte TechSolutions regelmässige "All-Hands"-Meetings, in denen transparent über Unternehmensergebnisse, strategische Richtungen und anstehende Projekte informiert wurde. Zusätzlich wurden "Ideen-Workshops"

eingeführt, bei denen Mitarbeitende Vorschläge zur Prozessoptimierung oder Produktentwicklung einbringen konnten.

Profit: Die Fluktuationsrate sank innerhalb eines Jahres um 20%. Die Mitarbeiterzufriedenheit stieg, was sich in einer Zunahme innovativer Vorschläge und einer höheren Eigenverantwortung widerspiegelte. Die offenere Kommunikation schuf Vertrauen und ein Gefühl der Zugehörigkeit.

2. "Manufaktur Handwerk AG" – Individuelle Förderung und Anerkennung (ca. 150 Mitarbeitende)

Die Manufaktur Handwerk AG, ein Hersteller von hochwertigen Möbeln, sah sich mit dem Problem konfrontiert, dass erfahrene Handwerker in den Ruhestand gingen und die Nachwuchsrekrutierung schleppend verlief. Die Geschäftsleitung entschied sich, dem traditionellen Handwerk eine neue Wertschätzung zukommen zu lassen. Im Rahmen der Valueboarding-Prinzipien wurde ein Mentoring-Programm etabliert, bei dem erfahrene Mitarbeitende ihr Wissen an jüngere Kollegen weitergaben. Zudem wurden monatliche "Mitarbeiter des Monats"-Auszeichnungen eingeführt, die nicht nur auf Leistung, sondern auch auf Teamgeist und Engagement basierten.

Profit: Das Mentoring-Programm stärkte die Bindung der erfahrenen Kräfte und sicherte den Wissenstransfer. Die Auszeichnungen steigerten die Motivation und das Gemeinschaftsgefühl. Die Manufaktur Handwerk AG konnte die Anzahl der Auszubildenden im Folgejahr um 30% erhöhen und sich als attraktiver Arbeitgeber in der Region positionieren.

3. "Logistik-Express GmbH" – Flexibilität als Bindemittel (ca. 300 Mitarbeitende)

Die Logistik-Express GmbH, ein schnell wachsendes Speditionsunternehmen, kämpfte mit hoher Krankheitsquote und einem Mangel an qualifizierten Fahrern. Viele Mitarbeitende fühlten sich durch starre Arbeitszeiten und wenig Einfluss auf ihre Dienstpläne überfordert. Die Valueboarding-Allianz inspirierte das Management, flexible Arbeitszeitmodelle einzuführen. Dazu gehörten Schichttausch-Plattformen, Teilzeitmodelle und die Möglichkeit, private Termine besser zu integrieren.

Profit: Die Krankheitsquote sank um 15%, und die Mitarbeiterzufriedenheit stieg deutlich an. Die flexibleren Arbeitszeiten trugen dazu bei, dass das Unternehmen leichter neue Fahrer gewinnen

konnte, da es sich als Arbeitgeber mit hoher Lebensqualität präsentierte. Die Effizienz der Tourenplanung verbesserte sich ebenfalls, da motivierte Mitarbeitende kreativer Lösungen fanden.

Fazit:

Die Beispiele der TechSolutions GmbH*, der Manufaktur Handwerk AG* und der Logistik-Express GmbH* (*Musternamen) zeigen eindrücklich, dass die Investition in eine wertschätzende Unternehmenskultur keine Soft-Skill-Übung ist, sondern ein harter Wettbewerbsvorteil. Die Valueboarding-Allianz bietet KMU eine wertvolle Unterstützung und ermöglicht es, von den Erfahrungen anderer zu lernen, gemeinsam Best Practices zu entwickeln und eine Kultur zu etablieren, die nicht nur Mitarbeitende bindet und anzieht, sondern auch nachhaltiges Wachstum und Innovationskraft fördert. In der heutigen dynamischen Arbeitswelt ist die Wertschätzung der eigenen Mitarbeitenden nicht nur eine ethische Verpflichtung, sondern eine betriebswirtschaftliche Notwendigkeit.

Wir sind mit ValueBoarding® die grösste Interessengemeinschaft für Unternehmen, Organisationen und Institutionen im DACH-Raum, die sich der kontinuierlichen Weiterentwicklung ihrer ethischen, holistischen Firmenkultur verpflichten.

Setzen auch Sie ein Zeichen, werden Sie Mitglied unserer Allianz.

Mit dem Code «SKV-2025» bekommen Sie 6 Monate Mitgliedschaft geschenkt!

Testen Sie kostenlos und unverbindlich die Vorteile unserer Allianz!
(Dieses Angebot ist gültig bis am 31.7.2025)

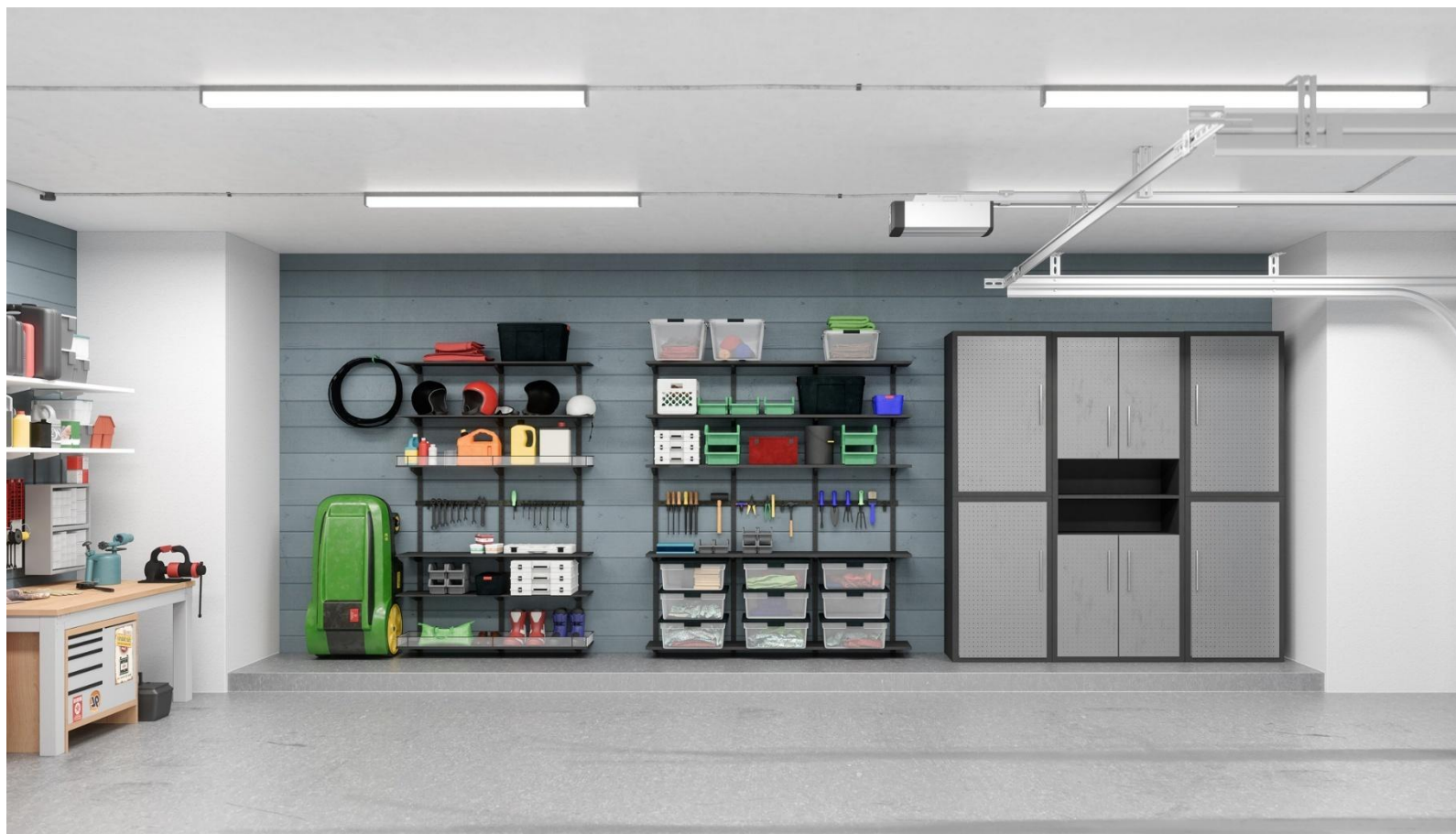
www.valueboarding.ch
Bernhard Seiffert



ValueBoarding • Bernhard Seiffert

St. Gallerstrasse 140 • 8404 Winterthur
Telefon 052 233 80 20 • info@valueboarding.ch
www.valueboarding.ch

Volle Lichtleistung, volle Kontrolle. Das ist die LINEAR ULTRA OUTPUT Familie von LEDVANCE



Trotz steigender Strompreise bleibt Beleuchtung in vielen Unternehmen ein übersehener Kostenfaktor. Während Maschinen und Prozesse optimiert werden, laufen Lichtsysteme ineffizient weiter – mit unnötig hohen Energiekosten. Dabei gibt es längst intelligente Lösungen, die Licht gezielt einsetzen, Kosten senken und gleichzeitig das Arbeitsumfeld verbessern. Eine Modernisierung rechnet sich schneller, als Sie denken.

In der Industrie zählt mehr als nur Helligkeit: Geringere Stromkosten, wenig Wartungsaufwand, zuverlässige Technik - und Sicherheit, wenn's drauf ankommt. Genau dafür wurde LINEAR ULTRA OUTPUT entwickelt. Leistungsfähig, durchdacht und neu auch mit Notlichtfunktion für den Fall der Fälle.

Flexibilität durch Multi-Select

Nicht jeder Bereich im Betrieb braucht gleich viel Licht – in der Montage braucht es eher blendfreies Licht, im Hochregallager volle Helligkeit. Die LINEAR ULTRA OUTPUT passt sich an: Dank der integrierten Multi-Select-Technologie lassen sich Lichtfarbe und Leistung in vier Stufen direkt am Gerät einstellen.

Das bringt gleich mehrere Vorteile:

- Sie können mit nur einem Leuchtentyp unterschiedliche Zonen ausstatten.
- Die Installation ist einfach - ohne externe Steuerung oder Zusatzgeräte.
- Sie behalten die volle Flexibilität bei Umbauten oder Nutzungsänderungen.



So wird Ihre Beleuchtung genau dort leistungsfähig, wo es darauf ankommt.

Sanierung leicht gemacht

Viele KMU schecken vor dem Umstieg auf LED zurück, weil sie aufwendige Umrüstungen befürchten. LEDVANCE begegnet dem mit einem klaren Konzept: Mit praktischen Umbauschablonen, klaren Installationsanleitungen und passenden Montagesets wird die Umstellung schnell, sauber und normgerecht möglich. Die LINEAR ULTRA OUTPUT ist so konzipiert, dass sie bestehende Systeme möglichst reibungslos ersetzt - ohne Überraschungen bei Montage oder Anschluss.

Sicherheit inklusive – Notlichtfunktion serienreif

Ein Stromausfall kann schnell zur Gefahrenquelle werden, gerade in grossen Betrieben mit Maschinen, Werkzeugen oder hohem Personenverkehr. Die neue Generation der LINEAR ULTRA OUTPUT bietet optional eine **integrierte Emergency-Funktion**: Leuchten, die im Notfall für Orientierung und Sicherheit sorgen, ohne dass separate Notleuchten installiert werden müssen. Das vereinfacht die Planung, spart Kosten – und erhöht die Betriebssicherheit.

Fazit: Einfach clever beleuchten

Mit der LINEAR ULTRA OUTPUT Familie stellt LEDVANCE eine technisch ausgereifte Lösung für unterschiedliche Anforderungen in Industrie- und Gewerbeanwendungen bereit. Sie ist eine Investition in moderne, effiziente und flexible Lichttechnik. Sie verbindet Effizienz mit Flexibilität, reduziert Betriebskosten und erhöht die Sicherheit, ideal für KMU, die ihre Infrastruktur zukunftsfähig und wirtschaftlich gestalten wollen.



LEDVANCE AG
Rikonerstrasse 4 • 8307 Illnau-Effretikon
www.ledvance.ch

Die EU-Produktsicherheitsverordnung – Gute Absichten gepaart mit viel Bürokratie



Nach Erkenntnissen der EU vertrauen 72 % der Verbraucher in der EU darauf, dass die Produkte, die sie kaufen, sicher sind. Die EU wollte vor diesem Hintergrund gewährleisten, dass nur sichere Produkte auf den europäischen Markt gelangen und dass risikobehaftete Produkte schnell entfernt werden können. Darüber hinaus sollten die Produkte des digitalen Zeitalters an die europäischen Sicherheitsnormen angepasst, die Durchsetzung der Vorschriften optimiert und der Rückruf gefährlicher Non-Food-Produkte gewährleistet werden. Die EU-Produktsicherheitsverordnung trat am 13. Dezember 2024 in Kraft.

Welche Produkte fallen und welche fallen nicht in den Anwendungsbereich der Richtlinie?

Die Verordnung (VO) gilt für alle auf dem Markt bereitgestellten Produkte, soweit es im Rahmen des Unionsrechts keine anderen Bestimmungen über die Sicherheit der betreffenden Produkte gibt, mit denen dasselbe Ziel verfolgt wird, wie z.B. die CE-Richtlinien. Im Grundsatz gilt die VO damit ganz oder in weiten Teilen für alle sog. Verbraucherprodukte, die in der EU auf dem Markt bereitgestellt werden.

Ein Verbraucherprodukt ist dabei jeder Gegenstand, der für sich allein oder in Verbindung mit anderen Gegenständen – auch im Rahmen der Erbringung einer Dienstleistung – geliefert oder bereitgestellt wird und für Verbraucher

bestimmt oder von Verbrauchern benutzt wird. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass die VO ausdrücklich nicht für Produkte gilt, die nicht für Verbraucher bestimmt sind oder von Verbrauchern benutzt werden. **Beispiel:** Keine Verbraucherprodukte sind z.B. grössere Produktionsmaschinen, die von Unternehmen an Unternehmen verkauft werden.

Die VO gilt ausdrücklich auch für gebrauchte, reparierte und wiederaufgearbeitete Produkte, die auf den Markt gebracht werden. Bestimmte Produktbereiche sind jedoch ganz aus dem Anwendungsbereich ausgeschlossen, wie z.B. Human- und Tierarzneimittel, Lebens- und Futtermittel, etc.

Wen treffen die Pflichten der Verordnung?

Die gesetzlichen Pflichten der VO treffen ausnahmslos alle sog. Wirtschaftsakteure. Der Begriff der Wirtschaftsakteure wird dabei sehr weit definiert:

- **Hersteller** = jede natürliche oder juristische Person, die ein Produkt herstellt, entwerfen oder herstellen lässt und dieses Produkt im eigenen Namen oder unter der eigenen Handelsmarke vermarktet;
- **Bevollmächtigter** = jede innerhalb der EU niedergelassene natürliche oder juristische Person, die von einem Hersteller schriftlich beauftragt wurde, in dessen Namen bestimmte Pflichten der VO wahrzunehmen;
- **Einführer** = jede in der EU niedergelassene natürliche oder juristische Person, die ein Produkt aus einem Drittland (z.B. der Schweiz) in der EU anbietet.

- **Händler** = jede natürliche oder juristische Person in der Lieferkette, die ein Produkt auf den Markt bringt und nicht Hersteller oder Einführer ist,
- **Neu: Fulfilment-Dienstleister** = jede natürliche oder juristische Person, die mindestens zwei der folgenden Dienstleistungen anbietet: Lagerhaltung, Verpackung, Adressierung und Versand von Produkten, ausgenommen Postdienste, Paketzustelldienste und alle sonstigen Postdienste oder Frachtverkehrsdienstleistungen,
- jede andere natürliche oder juristische Person, die im Zusammenhang mit der Herstellung von Produkten oder deren Bereitstellung auf dem EU-Markt steht.

Letztlich sind also sämtliche Teile der Lieferkette betroffen, d.h. vom Hersteller über den Einführer bis hin zum allerletzten Händler und sonstigen Personen, die in der Lieferkette Verantwortung für die Sicherheit des Produktes tragen sollen.

Welches sind die neuen Aspekte für die Bewertung der Sicherheit der Produkte?

Die Sicherheit eines Produkts soll unter Berücksichtigung aller relevanten Aspekte bewertet werden (sog. Konformitätsbewertung), darunter fallen etwa physikalische, mechanische und chemische Eigenschaften sowie die Aufmachung und sogar die Wirkung des Produkts auf die Verbraucher. **Achtung:** Damit spielt bei der Bewertung erstmals auch das Risiko für die psychische Gesundheit eines Produktes eine wichtige Rolle. Die folgenden Sicherheitskriterien wurden definiert:

- **Eigenschaften** des Produkts (Aussehen, technische Merkmale, etc.),
- **Wechselwirkung** mit anderen Produkten,
- **Aufmachung** des Produkts (Etikettierung, Alterskennzeichnung, etc.),
- **Erscheinungsbild** des Produkts, das den Verbraucher dazu verleitet, das Produkt anders zu verwenden als vom Hersteller vorgesehen,
- **Cybersicherheitsmerkmale** und die sich **entwickelnden, lernenden und prädiktiven Funktionen**.

Grundsätzlich gilt das Prinzip, dass Produkte **konstruktiv sicher zu gestalten sind** und erst wenn keine konstruktiven Sicherheitsmassnahmen mehr möglich sind, instruktive Warn-/Sicherheitshinweise genutzt werden müssen, um den Verbraucher vor Gefahren zu schützen. Aktuell gibt es allerdings keine Vorlagen, wie die Risikoanalyse eines Produkts, wie sie die VO verlangt, aussehen soll.

Unser Praxistipp: Als Basis kann der Durchführungsbeschluss der EU 2018/417 herangezogen werden. Vor allem die Tabellen 1-4 im Anhang des Beschlusses liefern Formulierungshinweise.

Welches sind die konkreten Pflichten des Herstellers?

Die Hersteller sind verpflichtet, für jedes Produkt eine interne Risikoanalyse durchzuführen und technische Unterlagen zu erstellen, die für mindestens 10 Jahre nach Inverkehrbringen des Produktes aufbewahrt und auf dem neuesten Stand gehalten werden müssen.

Hersteller müssen u.a.

- gewährleisten, dass sie nur sichere Produkte in den Verkehr bringen,
- eine Risikoanalyse durchführen
- technische Unterlagen erstellen, die laufend auf dem aktuellen Stand gehalten werden müssen,
- die Produkte mit einer Typen-, Chargen, Modell- oder Seriennummer kennzeichnen,
- einen (Handels-)Namen, eine Kontaktanschrift und elektronische Adresse (=E-Mail-Adresse oder Website-Adresse zur Sicherstellung der Erreichbarkeit des Herstellers) auf dem Produkt, der Verpackung oder beigefügten Unterlagen anbringen,
- eine Anweisung inklusive Sicherheitsinformationen erstellen und
- Korrekturmassnahmen durchführen, falls Probleme mit dem Produkt auftreten.

Welches sind die Pflichten eines Importeurs von Produkten in die EU?

Importeure aus Drittländern (wie z.B. der Schweiz) in Richtung EU müssen sicherstellen, dass die jeweiligen Hersteller alle sie treffenden Pflichten erfüllt haben und darüber hinaus die folgenden Aspekte beachten:

- Sicherstellung, dass das **Konformitätsbewertungsverfahren** vom Hersteller (falls dieser nicht mit dem Importeur identisch ist) durchgeführt wurden,
- Benennung einer **EU-Kontaktanschrift**,
- Einrichtung von geeigneten **Lager- und Transportbedingungen**.

Achtung: Importeure werden schnell selbst zum Hersteller, wenn sie ein Produkt unter eigener Marke vertreiben.

Wie sieht es bei einer wesentlichen Veränderung des Produkts aus?

Dieser Aspekt ist **neu** in der Verordnung. Dabei wird jede Person zum Hersteller eines Produktes,

sobald sie das Produkt physisch oder digital so verändert, dass sich diese Änderung auf die Sicherheit des Produktes auswirkt und

- durch diese Änderung das Produkt in einer Weise geändert wird, die in der ursprünglichen Risikobewertung des Produkts nicht vorgesehen war,
- sich aufgrund der Produktänderung die Art der Gefahr ändert, eine neue Gefahr entstanden ist oder sich das Risikoniveau insgesamt erhöht hat, oder
- die Änderungen nicht von den Verbrauchern selbst oder in ihrem Auftrag für ihren eigenen Bedarf vorgenommen wurden.

Wie sehen die Abhilfemassnahmen im Falle eines Produktrückrufs aus?

Jeder Wirtschaftsakteur muss im Falle eines Produktsicherheitsrückrufs den betroffenen Verbrauchern eine wirksame, kostenfreie und zeitnahe Abhilfe anbieten. Er muss den Verbrauchern die Wahl zwischen mindestens zwei der folgenden Abhilfemassnahmen anbieten:

- Reparatur,
- Ersatz des zurückgerufenen Produkts durch ein sicheres Produkt desselben Typs (mit identischem Wert und Qualität),
- angemessene Erstattung des Wertes, sofern der Erstattungsbetrag mindestens dem gezahlten Preis entspricht.

Wie sehen die Pflichten der Wirtschaftsakteure aus, wenn das Produkt online (im Fernabsatz) verkauft wird?

Stellt ein Wirtschaftsakteur Produkte online auf dem EU-Markt bereit, so muss das Angebot mindestens folgende eindeutigen und sichtbaren Angaben enthalten:

- Namen, eingetragener Handelsname oder Handelsmarke des Herstellers sowie der Postanschrift und eine elektronische Adresse (E-Mail-Adresse oder Internetadresse), unter der er kontaktiert werden kann,
- Angaben, die die Identifizierung des Produkts ermöglichen, einschliesslich der Abbildung des Produkts, seiner Art und sonstiger Produkt-Identifikatoren,
- etwaige Warnhinweise oder Sicherheitsinformationen, die gemäss der Verordnung oder den anwendbaren Harmonisierungsvorschriften der Union in einer Sprache, die für die Verbraucher leicht zu verstehen ist, auf dem Produkt, der Verpackung oder in den Begleitunterlagen zu finden sind.
- Relevant für Schweizer Unternehmen: Falls

der Hersteller eines angebotenen Produktes, keine Niederlassung in der EU hat, müssen Online-Händler in den hiervon betroffenen Produktangeboten - neben den vorgenannten Herstellerangaben - zusätzlich auch den Namen, die Postanschrift und eine elektronische Adresse (E-Mail-Adresse oder URL einer Website) einer sog. verantwortlichen Person im Sinne der VO bzw. gemäss der Verordnung (EU) 2019/1020 über Marktüberwachung und die Konformität von Produkten angeben.

Autorinnen



Gabriele Ochner, Rechtskonsultantin bei der Vereinigung Schweizerischer Unternehmen in Deutschland (VSUD)



Stefanie Luckert, Geschäftsführerin der Vereinigung Schweizerischer Unternehmen in Deutschland (VSUD)

Über die VSUD:

Als starkes branchenübergreifendes Wirtschaftsnetzwerk, politische Interessenvertretung und Fachberatung unterstützt die VSUD Schweizer Unternehmen aller Branchen und Grössenordnungen bei ihrer erfolgreichen Marktpresenz in Deutschland.



Ihr Partner für Deutschland

Vereinigung Schweizerischer Unternehmen in Deutschland

Rittergasse 12 • 4051 Basel
Telefon +41 61 375 95 00

www.vsud.ch

Mediation - tauglich für KMU oder Unsinn aus den USA?



Maya Spillmann und Rolf Herter

Mediation kennen wir vor allem aus dem Scheidungsrecht, wo neben den finanziellen Fragen vor allem Emotionen zu bearbeiten sind. Ist Mediation auch im professionellen Umfeld tauglich oder gar einem gerichtlichen Prozess vorzuziehen oder ist es nur Zeitverschwendung? Mediation ist schneller und günstiger als das Gericht und ermöglicht nicht ofensichtliche Win-Win-Lösungen. Eine Auslegeordnung.

Von Maya Spillmann und Rolf Herter

Es ist richtig, Mediation kommt aus dem angelsächsischen Raum. Insbesondere in den USA ist die Mediation auch im Geschäftsleben weit verbreitet. Trotz den erratischen Signalen die gegenwärtig aus Übersee zu uns schwappen ist nicht alles des Teufels, was von den USA kommt. Mediation ist kein Wundermittel, um Konflikte mit einem Fingerschnippen auszuräumen. Aber Mediation ermöglicht bessere Lösungen und ist zu rund 75% erfolgreich.

Sie kennen die Situation: Ihr IT-Lieferant hat eine Software abgeliefert, die nur zur Hälfte Ihren Erwartungen entspricht. Sie erheben Mängelrüge und zahlen die Rechnungen nicht. Der IT-Lieferant ist vor den Kopf gestossen. Er habe genau das geliefert, was bestellt worden sei. Es sei nicht seine Schuld, wenn Sie nicht fähig seien, Ihren Business-Process abzubilden. Der arrogante IT-Pinsel ärgert Sie dermassen, dass Sie nur schon bei der Nennung seines Namens in die Luft gehen. Die Auseinandersetzung eskaliert. Es kommt zu einem Prozess. Die Beweislage ist schwierig, insbesondere weil der dafür verantwortliche Arbeitnehmer vor zwei Monaten gekündigt hat.

Wie entscheidet das Gericht? Es analysiert nüchtern, ob das geliefert worden sei, was bestellt wurde. Ob Mängel bestehen. Es stellt dabei auf den Vertrag, die Korrespondenz zwischen den Parteien und ein gerichtlich angeordnetes IT-Gutachten ab. Nach drei Jahren Prozess, Kosten in 5-stelliger Höhe und beträchtlicher nervlicher Belastung wird die Klage des IT-Lieferanten zu 60% gutgeheissen. Die Beziehung zum IT-Lieferanten ist für immer zerstört. Die Software wurde noch nicht ersetzt und die Maintenance des neuen Lieferanten hapert daran, dass er das System nicht wirklich versteht. Muss das so sein?

Wie kann eine Mediation erfolgreich sein, wenn wir nicht mehr miteinander sprechen können?

In der Auseinandersetzung verengt sich der Blickwinkel. Parteien definieren ein Verhandlungsziel, welches sich immer mehr zur unverrückbaren Position versteift. Emotionen verstärken die Positionen. Die Parteien streiten darüber, was "objektiv" passiert ist und stellen fest, die Gegenpartei ist an der Auseinandersetzung schuld. Die Mediatorin interessiert sich nicht für objektive Wahrheiten, über welche sich streiten lässt. Die subjektive Wahrnehmung hingegen ist entscheidend. Eine Verständigung kann dann gelingen, wenn die Parteien füreinander Verständnis gewinnen. Und Verständnis lässt sich nur über die Kenntnis der subjektiven Wahrnehmung der anderen Seite gewinnen. Die Mediatorin wird daher die Sichtweisen der Parteien klären und zusammen mit den Parteien schrittweise erarbeiten, hinsichtlich welcher Themen tatsächlich unterschiedliche Sichtweisen bestehen und folglich in die Mediation einfließen müssen.

Wie funktioniert Mediation?

Der Mediator entscheidet nichts. Es gibt kein Beweisverfahren. Die Parteien suchen und finden eigenverantwortlich Lösungen.

Der Konflikt wird nicht negiert – im Gegenteil; die Emotionen der Parteien haben Platz. Emotionen sind nicht dem Eheleben vorbehalten; trotz weitverbreiteter anderslautender Annahme sind Emotionen auch im Geschäftsleben Wirklichkeit und in der Auseinandersetzung häufig entscheidend. Daher werden die wirklich schwierigen Themen in der Mediation angesprochen. Es bleibt aber nicht beim „Was“, es geht vor allem ums „Warum“. Warum, aus Ihrer Sicht, entsprach die Software nicht den Erwartungen? Warum, aus Sicht des IT-Lieferanten, war Ihre Instruktion unvollständig. Warum haben Sie sich so unglaublich geärgert, so, wie sich auch der IT-Lieferant geärgert hat? Die Frage nach dem Warum dient der Klärung der Interessen, das "Herzstück" der Mediation. Es ist zuweilen erstaunlich, wie sich ein angestauter Konflikt nur schon dadurch beruhigt, indem man hört - und erstmals versteht-, wie sich der Konflikt aus der Perspektive der Gegenpartei abgespielt hat.

Mit der Klärung der Interessen ist der Konflikt noch nicht gelöst, aber das Finden einer Lösung, welche beide Parteien befriedigt, liegt sehr viel näher. Wenn man einmal weiss, welche Interessen der Parteien befriedigt werden,



Bild von [LEANDRO AGUILAR](#) auf [Pixabay](#)

sind meistens die Parteien selbst, notabene die Spezialisten in Ihrem Gebiet, äusserst kreativ. Hier beginnt eine lustvolle Phase der Mediation, in welcher die Parteien mit mehr oder weniger Unterstützung durch die Mediatoren plötzlich miteinander, statt gegeneinander arbeiten.

Die Lösungsideen zu einer nachhaltigen, verbindlichen Vereinbarung zu verdichten ist nochmals schwierig. Bei der Regelung der konkreten nächsten Schritte, der Rechte und Pflichten der Parteien, stehen sich die Parteien wieder gegenüber. Wie in jeder geschäftlichen Verhandlung will jede Partei ihre "Marge" sicherzustellen. Wie so oft steckt der Teufel im Detail. Das Risiko ist gross, dass die Parteien in die ursprünglichen Animositäten zurückfallen. Die Mediatorin sorgt dafür, die in der Phase der Lösungsfindung aufgebaute gemeinsame Energie und Motivation, aufrecht zu erhalten. In der Regelung der Details darf der Blick auf das Ganze nicht verloren gehen.

Der Abschluss ist ein verbindlicher, durchsetzbarer Vergleich. Im besten Fall haben sich die Parteien in diesem Prozess so gut kennengelernt, dass sich eine verlässliche, langjährige Geschäftsbeziehung entwickelt.

Von den Positionen zu Interessen

Das Kernstück jeder Mediation ist die Klärung und Gegenüberstellung der Interessen. Ein Beispiel: Zwei Jungen streiten um eine Orange. Jeder will sie haben. Der Richter würde die Orange halbieren. Die Jungen sind klug und unterbreiten den Streit ihrer Freundin. Die Freundin erörtert die Interessen und erfährt, dass der eine Junge den Saft der Orange will, der andere die Schale für den Teig seiner Guetzi. Die Lösung ist offensichtlich und beide Jungen erhalten 100% von dem, was sie wollen.

Nicht jede Mediation ist so einfach gelöst, aber das Prinzip ist das gleiche. Der sichtbare Sachkonflikt lässt sich ohne Kenntnis des nicht sichtbaren Hintergrunds oft nicht sinnvoll lösen. Eigene Interessen/Bedürfnisse, unterschiedliche Sichtweisen, Missverständnisse, Gefühle, unterschiedliche Werthaltungen usw. werden in der Regel von den Parteien nicht ausgespro-

chen, sind aber zentral für die Konfliktlösungen. Indem die Mediatorin diese Interessen klärt, schafft sie den Boden für Verständnis und die Lösungsfindung.

Dies kann auch in unserer Auseinandersetzung mit dem IT-Lieferanten möglich sein. Statt den Prozess im Umfang von 60% zu gewinnen, würde der IT-Lieferant mit der unentgeltlichen Mängelbehebung, dem Gewinn eines Zusatzauftrags und einem zehnjährigen Maintenance-Vertrag besser leben. Vielleicht wäre diese Lösung auch für Sie ein Gewinn - Ihr Business Process würde verbessert, die Software nach Ihren Vorstellungen laufen und Sie wären gewiss, dass sie von der Unternehmung gewartet wird, die etwas davon versteht.

Mediation beruht auf Freiwilligkeit

Die grosse Stärke der Mediation, die Eigenverantwortlichkeit und Gleichwertigkeit der Parteien, ist gleichzeitig die grösste Hürde. Mediation beruht auf Freiwilligkeit. Freiwilligkeit bei der Teilnahme an der Mediation, Einvernehmlichkeit bei der Wahl der Mediatoren und des Mediationsverfahrens. Es braucht die Einsicht aller Parteien, dass mit der Mediation schnellere, günstigere und bessere Lösungen gefunden werden können. Es braucht auch die Einsicht, dass nur eine transparente Kommunikation mit Offenlegung der gegenseitigen Interessen erfolversprechend ist. Insbesondere in rechtlich oder sachlich komplexen Fragen, ist dies aber auf jeden Fall empfehlenswert.

SPILLMANNHERTER
CO-MEDIATION

SPILLMANNHERTER
Stockerstrasse 38 • 8002 Zürich
Tel. 044 208 25 85
www.spillmannherter.ch



Als Geschäftskunde
eBill empfangen

Ihre Vorteile auf einen Blick



Als Geschäftskunde können Sie mit eBill Ihre Rechnungen digital empfangen und bezahlen.

Entscheiden Sie, wie Sie Ihre eBill-Rechnungen empfangen möchten, direkt im Onlinebanking oder medienbruchfrei in der eigenen Business-Software.

Direkt im Onlinebanking

- **Effizient:** Alle berechtigten Mitarbeitenden können Ihr Unternehmen über das eBill-Portal mit anderen Rechnungsstellern verbinden, um künftig eBill-Rechnungen direkt im Onlinebanking zu erhalten.

- **Transparent:** Alle berechtigten Mitarbeitenden können Rechnungen für Ihr Unternehmen einsehen, prüfen und anschliessend zur Zahlung freigeben oder ablehnen.

Ihre Bank unterstützt Sie dabei, damit Sie als Geschäftskunde eBill empfangen können.

Customer Journey – eBill im Onlinebanking

Voraussetzung:

Registrierung für eBill im Onlinebanking des Unternehmens mit UID/E-Mail



Unternehmen als Rechnungssteller im eBill-Portal hinzufügen



Zahlungsvorgang:



Bei Dauerfreigabe werden eBill-Rechnungen automatisch ausgelöst

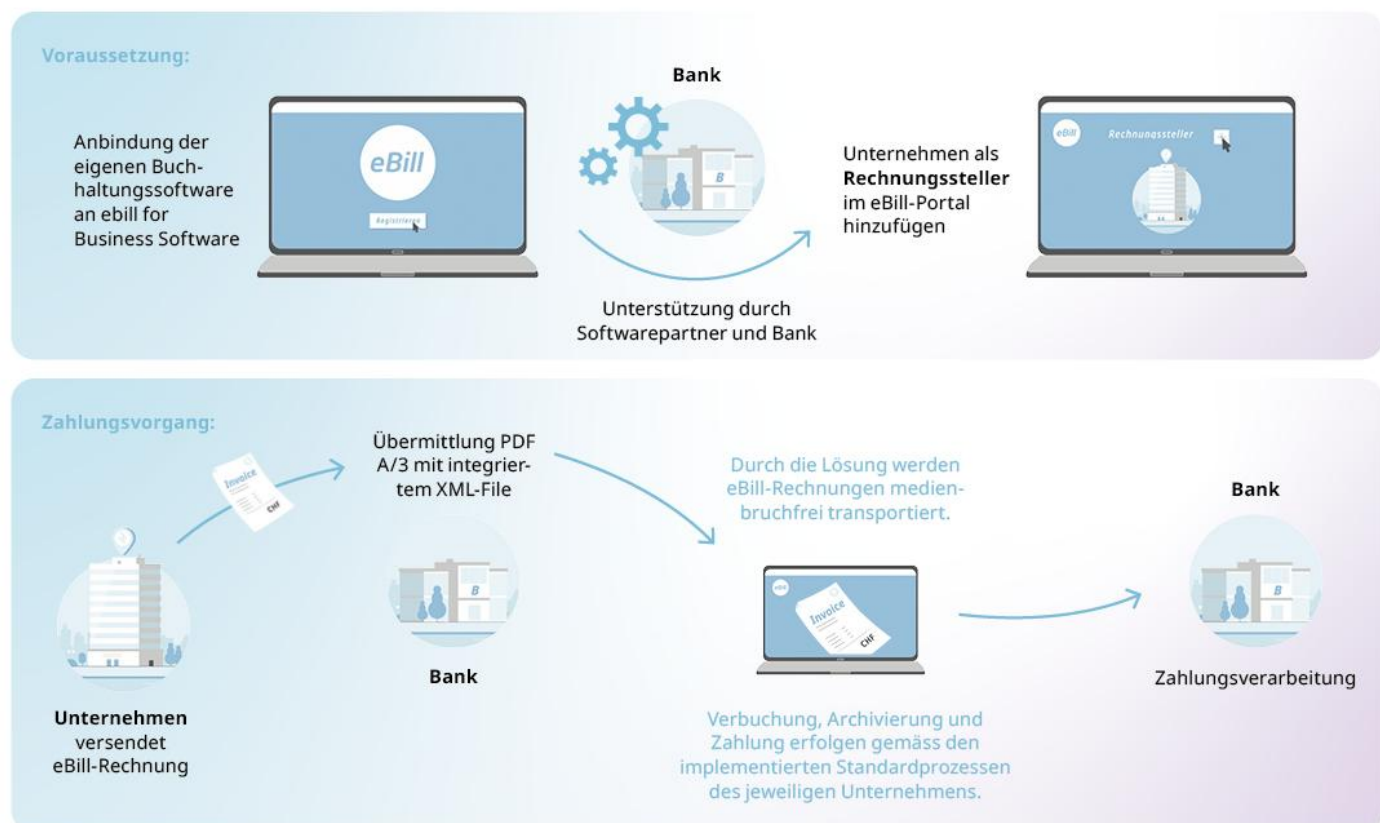


Medienbruchfrei in Ihrer eigenen Business-Software

- **Bewährte Kanäle:** Ihre Bank übermittelt Ihnen die eBill-Rechnungen über die Kanäle, die Sie bereits heute nutzen (Filetransfer wie z. B. EBICS).
- **Einfache Abläufe:** Nach Eingang der eBill-Rechnung in Ihrer Business-Software erfolgt die Verbuchung und die Zahlung gemäss Ihren Standardprozessen. Es sind keine Anpassungen der bestehenden Abläufe erforderlich.
- **Bequeme Archivierung:** Sie erhalten neben den elektronischen Rechnungsdaten auch das zugehörige PDF. So kann der Rechnungsbeleg einfach über Ihre bestehenden Abläufe archiviert werden.

Ihre Bank und Ihr Softwarepartner unterstützen Sie bei der Anbindung von eBill an Ihre eigene Business-Software.

Customer Journey – eBill for Business Software



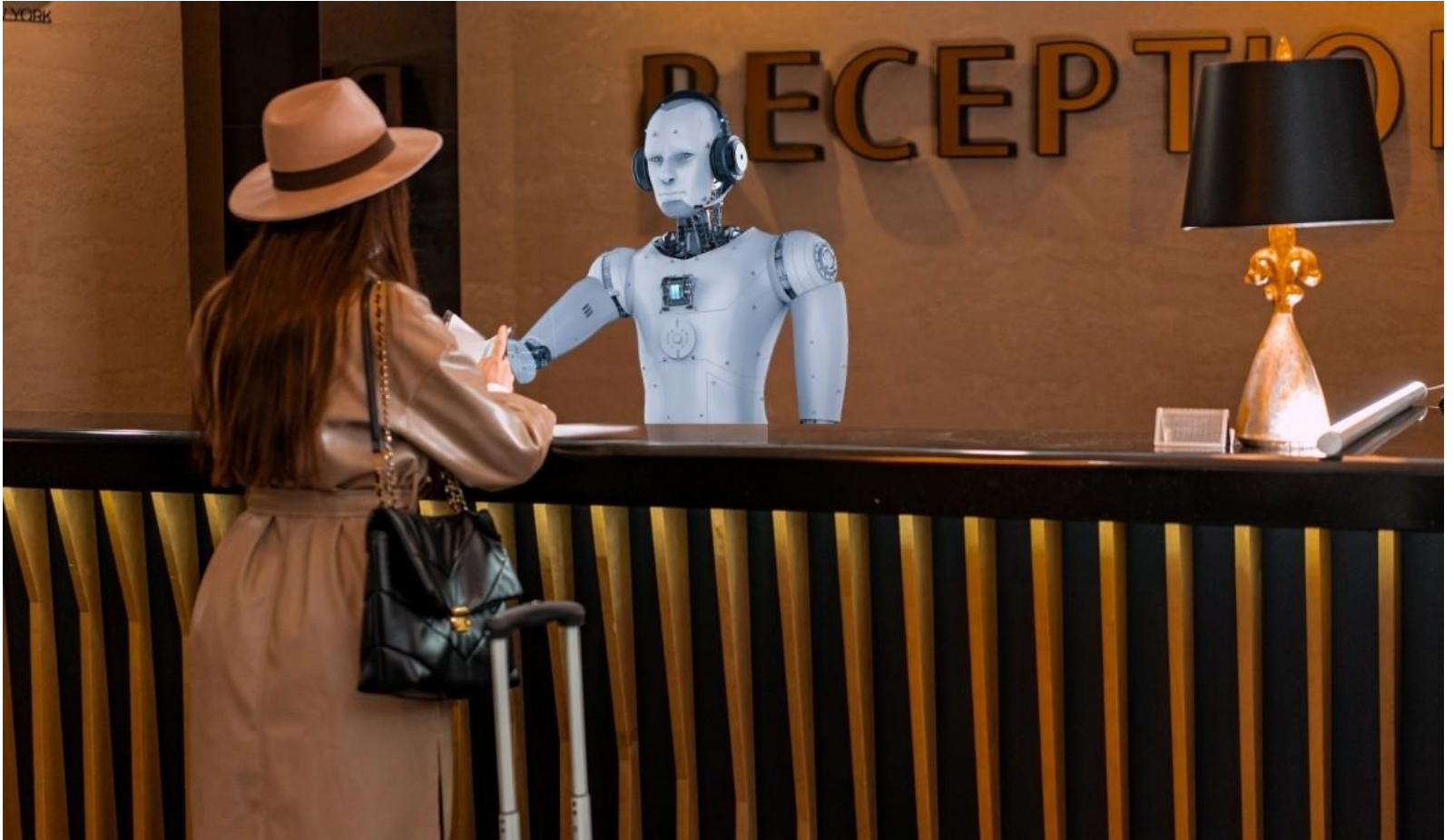
Die Erweiterung des Angebots für Geschäftskunden ist ein zusätzlicher Schritt, um die Dienstleistung «eBill» als führende digitale Rechnung in der Schweiz zu unterstützen.



Jetzt mehr
erfahren auf
ebill.ch

Keine der hierin enthaltenen Informationen begründet ein Angebot oder eine Empfehlung zum Kauf oder Verkauf eines Finanzinstrumentes. SIX Group AG bzw. ihre direkten und indirekten Tochtergesellschaften (nachfolgend «SIX») haften weder dafür, dass die enthaltenen Informationen vollständig, richtig, aktuell und ununterbrochen verfügbar sind, noch für Schäden von Handlungen, die aufgrund von Informationen vorgenommen werden, die in dieser oder einer anderen Publikation von SIX enthalten sind. SIX behält sich ausdrücklich vor, jederzeit die Preise oder die Produktzusammenstellung zu ändern. © SIX Group AG, 2024. Alle Rechte vorbehalten.

Kommunikation am Puls der Zeit: Wie die Hotellerie mit Gästenerwartungen Schritt hält



Schweizer Hotels bereiten sich aktuell auf die Sommersaison vor. Um ihren Gästen einen grösstmöglichen Komfort zu bieten, möchten daher einige Unterkünfte auch ihre Kommunikation auf den aktuellen Stand bringen. Das noch oft verwendete klassische Zimmertelefon erachten viele Gäste dabei als Mindeststandard. Mit einer modernen und effizienteren Lösung können sich Hotels jedoch vor Beginn des Sommers entscheidende Wettbewerbsvorteile verschaffen. Vodia entwickelt individuelle Kommunikationssysteme für Betriebe, von der sowohl Personal als auch Gäste profitieren. CEO Dr. Christian Stredicke erklärt, wie intelligent vernetzte Systeme, App-Steuerung und KI-Integration für mehr Effizienz und Komfort sorgen.

Die Sommersaison steht vor der Tür und die Schweizer Hotels bereiten sich intensiv auf die Ankunft ihrer Gäste vor. Während die Gesamtzahl der Hotelübernachtungen eher stagniert, boomt der Luxussektor: Die Zahl der Vier- und Fünf-Sterne-Hotels in den Alpen stieg von 253 im Jahr 2010 auf 304 in 2023. Auch die Übernachtungen in Luxushotels legten im selben Zeitraum deutlich zu: von 4,8 Millionen auf über 6,2 Millionen. Die Gäste sind bereit, für exklusive Erlebnisse auch mehr Geld auszugeben – und stellen zugleich hohe Ansprüche an Service und Qualität. Dabei gehört vor allem in der gehobenen Hotellerie ein Zimmertelefon zur absoluten Basisausstattung. Doch mit einer modernen Kommunikationslösung können die Unterkünfte bei ihren Gästen punkten und sich einen Wettbewerbsvorteil erarbeiten, berichtet Dr. Christian Stredicke, CEO von Vodia: «Moderne Technologie gehört heute zum Anspruch der Gäste. Sie nutzen diese für ihre Kommunikation im Alltag und

wünschen sich das auch für ihre Unterkunft.» Das Unternehmen entwickelt individuelle Lösungen, um Kommunikationssysteme in Hotels anzupassen. Für Gäste vergrössert sich dadurch der Komfort, während der Betrieb von einfacheren und automatisierten Abläufen profitieren. «Wir haben in den letzten Jahren den Trend beobachtet, dass sich immer mehr Hotels im Zuge von Renovierungen auch eine smarte Lösung für ihre Kommunikationstechnologie wünschen», berichtet Stredicke. Doch diese Umstellung bringt unterschiedliche Herausforderungen mit sich: «Entscheider in der Hotellerie sollten zunächst definieren, welche Veränderungen sie mit dem Einsatz der neuen Technologie erreichen wollen», erklärt der CEO. Der Einsatz von VoIP-Technologie ist inzwischen Standard. Durch den gezielten Einsatz von KI können Prozesse automatisiert werden, dabei ist es wichtig zu verstehen, wo Gesprächsinhalte genau verarbeitet werden. Die Integration in bereits bestehende Systeme vereinfacht die Lösungen zudem für alle Beteiligten. Stredicke erklärt, wie die richtige Verwendung von Kommunikationstechnologie zusammen mit KI sowohl die Effizienz steigern als auch das Gästelerlebnis verbessern kann.

VoIP als Hebel für Gästezufriedenheit

Viele Hotels in der Schweiz wechseln im Zuge einer Renovierung ihrer Räumlichkeiten von herkömmlicher Telefonie zu VoIP-Lösungen und cloud-basierten Systemen. Der Grund liegt laut Stredicke vor allem in der Effizienz: «Ziel vieler Hotels ist es, ihren Gästen moderne Standards zu bieten – bei gleichzeitig wachsendem Fokus auf Kosteneffizienz.» Doch um welche Funktionen geht es dabei genau? «VoIP-Systeme ermöglichen die Automatisierung verschiedener Dinge: Von einer Rufumleitung über automatische

Sprachansagen bis hin zu einer Zimmertüröffnung», erklärt Stredicke. Diese Prozesse durch VoIP zu automatisieren, spart den Mitarbeitern vor allem Zeit und Aufwand. Die Umstellung der alten Systeme auf moderne VoIP-Telefone dauert nur wenige Tage. Neue Abläufe werden anschliessend in der Regel schnell zur Gewohnheit, erklärt der Vodia-Geschäftsführer: «Gespräche können ähnlich wie bei einem Mobiltelefon geführt werden. Spezielle Codes vor der eigentlichen Nummer und Leitungen sind Vergangenheit.» Das Feedback, das Vodia von Unternehmen erhält, in denen moderne Kommunikationslösungen bereits eingesetzt werden, erklärt Stredicke so: «Einmal umgestellt, können sich viele kein altes System mehr vorstellen.»

Fokus auf Innovation und Sicherheit

Um Urlaubern und Business-Reisenden moderne Lösungen zur Verfügung zu stellen, braucht es nicht unbedingt zusätzliche Endgeräte wie Tablets in Hotelzimmern. «Gäste sind bei der Interaktion mit Hotelservices Apps von ihren Mobiltelefonen gewohnt», erklärt der Geschäftsführer. Vodia hat dieses Feedback zum Anlass genommen und die Kommunikationslösung des Unternehmens in eine App integriert, die sowohl an festinstallierten Geräten in Hotelzimmern genutzt werden kann, als auch auf dem mobilen Endgerät der Gäste. So lassen sich neben Check-in und Check-out etwa auch die «Bitte-nicht-stören-Funktion» aktivieren und das Licht sowie die Vorhänge in den Zimmern steuern. Zusätzlich dazu können sie über die App mit dem Hotelpersonal sprechen und externe Anrufe tätigen. «Dies bietet dem Gast mehr Kontrolle und Komfort», analysiert Stredicke und sieht darin auch wesentliche Vorteile für Hotels: «Zusätzliche, und teils mit grosser Wahrscheinlichkeit in die Jahre gekommene, Hardware wie klassische Telefone können dadurch auf Dauer ersetzt werden.» Mit der steigenden Abhängigkeit von digitaler Kommunikation wächst aber auch die Sorge, ob der Datenschutz ausreichend ist. «Deshalb ist es entscheidend, dass Anbieter von Telefonsystemen ihre Verschlüsselungsprotokolle verbessern und robuste Sicherheitsmassnahmen einsetzen, um die Sicherheit sensibler Gastdaten zu gewährleisten», stellt Stredicke fest und betont, dass Vodia die entsprechenden Massnahmen getroffen hat.

Integration in bestehende Systeme als Schlüssel zum Erfolg

Ein weiteres Ziel vieler Unterkünfte liegt in der Integration moderner Telefonanlagen in bereits bestehende Hotel Management Software. «Das ist technisch manchmal noch mit Herausforderungen verbunden, bietet aber verschiedene Vorteile», berichtet Stredicke. So können Aufgaben, wie Check-in und Check-out, Zimmerstatus-Updates und die Abrechnung automatisiert werden. «Für das Hotelpersonal bietet dies die Möglichkeit, dass die Zimmer als sauber und bereit für die Gäste übermittelt werden können», beschreibt der CEO ein konkretes Fallbeispiel in der Hotellerie. Der Einsatz von KI in den Telefonsystemen hilft, das Beantworten häufiger Gastanfragen, das Verwalten von Reservierungen und das Anbieten personalisierter Services zu automatisieren. «Als Beispiel: KI-gestützte Sprachassistenten in den Zimmern bieten den Gästen Zugriff auf Hoteldienstleistungen, wie Wellness-Behandlungen oder Tischreservierungen», erklärt Stredicke und fährt fort: «Das führt zu mehr Komfort und Kontrolle für den Gast.» Abschliessend fasst der Vodia-Geschäftsführer noch einmal zusammen: «Um den Ansprüchen von Gästen auch in Zukunft gerecht zu werden, bedarf es einer Investition in moderne Kommunikationslösungen. Diese steigern nicht nur die Effizienz, sie schaffen zugleich die Grundlage für Kosteneinsparungen durch den Wegfall veralteter Technik.»



Dr. Christian Stredicke, CEO von Vodia

Über Vodia

Vodia wurde 2005 gegründet und ist ein international tätiger Anbieter von Cloud-basierten und VoIP-Telefonanlagen (IP-PBX). Das Unternehmen zählt zu den Technologieführern im Bereich moderner Kommunikationslösungen und bietet flexible, skalierbare Systeme für Branchen wie das Gesundheitswesen, die Hotellerie und den öffentlichen Sektor. Durch die Kompatibilität mit Standard-SIP-Geräten und die nahtlose Integration mit Plattformen wie Microsoft Teams ermöglicht Vodia eine zukunftssichere und effiziente Unternehmenskommunikation. Das Unternehmen mit deutschen Wurzeln hat seinen Hauptsitz in den USA.



GOLD BOOK

DAS WERBEKONZEPT



Werbung dient dazu, eine Werbebotschaft an eine bestimmte Zielgruppe zu übermitteln und damit auch das Kauf-Verhalten nachhaltig zu beeinflussen. Um diese Botschaft zu transportieren, kommen aufeinander abgestimmte Werbemittel und Werbeträger zum Einsatz.

Die Elemente eines Konzepts

Auch in der Werbung dient ein Konzept als Plan und Koordinationshilfe, um die gewünschten Ziele zu erreichen. Entsprechend werden auch hier die einzelnen Phasen und Arbeitsschritte unterschieden – von der ersten Situationsanalyse bis zur abschließenden Erfolgskontrolle. Die einzelnen Schritte sind dabei nicht strikt als lineare Abfolge zu verstehen. In der Praxis laufen viele Phasen parallel ab.

KONZEPTMASTER

1. Briefing
2. Situationsanalyse
3. Ziele / Zielgruppen
4. Strategien
5. Massnahmen
6. Budget
7. Umsetzung
8. Controlling

DER ULTIMATIVE BOOST FÜR IHR WERBE-KNOW-HOW

DER Leitfaden für KMU zu den Themen Kommunikation, Marketing, Medien und Werbung. Hier finden Sie theoretisches Wissen sowie Tipps und Beispiele aus der Praxis.



Bestellen Sie sich
noch heute Ihre
kostenlose, digitale
Ausgabe.

GOLDBACH

Mit fokussierenden Fragen schnell zum Erfolg



Die Autorin: Anne M. Schüller

Fokussierende Fragen ergänzen klassische Kundenumfragen nicht nur, sie können diese sogar ersetzen. Mithilfe fokussierender Fragen werden einem die erfolgskritischen Wünsche in Echtzeit auf dem Silbertablett serviert. Was Sie dazu brauchen: die richtige Fragetechnik – und ein wenig Mut.

Fokussierende Fragen machen schnell und flexibel. Sie helfen, ruckzuck den Kern der Sache zu finden, um danach prompt reagieren zu können. So spart man sich eine Menge Kosten für langwierige Marktforschung und vermeidet Fehlentscheidungen am grünen Tisch. Egal, ob es um Konzepte, Produkte, Services oder Lösungen geht: Befragen Sie zu einem möglichst frühen Zeitpunkt die entsprechenden Kundinnen und Kunden.

Wer nicht täglich neu in Erfahrung bringt, was die Kund:innen wirklich wollen, produziert rasch am Markt vorbei. Denn die Vorstellungen der Konsumenten ändern sich laufend. Und keiner wartet heute noch lange geduldig, bis eine Firma endlich in die Gänge kommt. Den nächsten Anbieter erreicht man mit wenigen Klicks. Dritte erzählen einem im Web haargenau, was dieser ganz anders, schneller und besser macht.

Doch anstatt sich mit klugen Fragen in die Lebens- oder Arbeitssituation eines Kunden hineinzusetzen, wird dieser mit Produktmerkmalen bombardiert. Nur: Wer durch einen Argumente-Beschuss versucht, sozusagen per Schrotflinten-

Taktik Zufallstreffer zu landen, wird versagen. Denn diesem Verkäufer fehlt neben dem Einfühlungsvermögen für seinen Gesprächspartner auch die Intuition, um zu erkennen, wann er einen Treffer gelandet hat.

So stellen Sie fokussierende Fragen im Verkaufsgespräch

Mit fokussierenden Fragen erfahren Sie präzise und schnell, was Kunde und Kundin bewegt. In den einzelnen Verkaufsphasen klingen diese zu Beispiel so:

- Was ist denn derzeit in Ihrem Business das brennendste Problem?
- Worauf legen Sie bei Ihrer Lieferantenauswahl denn den grössten Wert?
- Was ist denn auf Ihrer aktuellen Prioritätenliste der wichtigste Punkt?
- Welchen Teil unseres Angebots finden Sie denn am passendsten?
- Was ist Ihr vorrangigstes Kriterium, wenn es um eine Entscheidung geht?

Nach solchen Fragen machen Sie unbedingt eine ausführliche Pause. Lassen Sie dem Gesprächspartner Zeit, auch wenn das etwas dauert. Es ist die wahre Antwort, die zählt. Nur so kommen Sie den tatsächlichen Beweggründen eines Menschen sehr nahe.

Stellen Sie fokussierende Fragen am Ende eines Telefonats

Fokussierende Fragen sind auch dann sehr wertvoll, wenn man von seinen Kund:innen lernen will. So kann etwa am Ende eines Telefonats immer eine der folgenden Fragen stehen. Diese wird am besten eingeleitet mit: Ach übrigens ...:

- Was ist eigentlich für Sie *der wichtigste* Grund, bei uns zu kaufen?
- Was wäre für Sie *der wichtigste* Punkt, den wir *schnellstmöglich* ändern sollten?
- Auf was könnten Sie bei uns *am wenigsten* verzichten?
- Wenn es etwas gibt, die Sie bei uns mal gestört hat, was war da *das störendste*?
- Wenn es eine Sache gibt, für die Sie uns garantiert weiterempfehlen können, was wäre *das empfehlenswerteste* aus Ihrer Sicht?

Am Ende einer solchen Frage können Sie dann noch ein „... erzählen Sie mal“ dranhängen. Im Erzähl-Modus legen Menschen ihre wahren Motive am ehesten offen.

So nutzen Sie „die Weisheit der Kunden“ fürs Optimieren

Es gibt unglaublich viele Möglichkeiten, mithilfe seiner Kunden besser zu werden. Auf einfachem Weg geht das mit fokussierenden Fragen wie diesen:

- Was ist für Sie der wichtigste Grund, uns die Treue zu halten?
- Was ist der Punkt, der Sie bei uns am meisten begeistert?
- Was ist die schönste Geschichte, die Sie je bei uns erlebt haben?
- Was würden Sie bei uns schnellstens verändern/verbessern?
- Was kommt Ihnen bei uns am überflüssigsten vor?

Auf diese Weise erfahren Sie eine Menge darüber, was Ihre Kunden sich wünschen, was sie vermissen, und was sie wirklich bewegt. Sie wollen keine schlafenden Hunde wecken? Die Hunde schlafen nicht! Sie toben sich nur woanders aus. Zum Beispiel in den sozialen Netzwerken sowie auf Meinungsplattformen und Bewertungsportalen.

Zugegeben, es erfordert ein wenig Mut, solche Fragen zu stellen. Doch der Lerngewinn ist gewaltig. Egal, welche Antworten kommt: Hören Sie wohlwollend hin, bedanken Sie sich und wertschätzen Sie die Offenheit des befragten Kunden. Denn Sie erfahren etwas über die kaufentscheidenden Pluspunkte oder Ihre grössten Schwachstellen - aus Sicht des Kunden betrachtet, und die allein zählt. Wer sich daran gewöhnt, fokussierende Fragen zu stellen, macht seine Kunden zu Übermorgengestaltern des Unternehmens.

Das Buch zum Thema



Anne M. Schüller
Bahn frei für Übermorgengestalter
Gabal Verlag 2022, 216 S.,
24,90 €
ISBN: 978-3967390933

Das Buch zeigt 25 rasch umsetzbare Initiativen und weit über 100 Aktionsbeispiele, um einem Überflieger der Wirtschaft zu werden.

Anne M. Schüller ist Managementdenker, Keynote-Speaker, mehrfach preisgekrönte Bestsellerautorin und Businesscoach.

www.anneschueller.de

Work-Life-Balance oder Work-Life-Integration – Welches Modell passt zu dir?



Bild: pexels.com

In der modernen Arbeitswelt stehen Berufstätige zunehmend vor der anspruchsvollen Aufgabe, ihre beruflichen Verpflichtungen und ihr persönliches Leben in Einklang zu bringen. Dabei haben sich zwei Konzepte etabliert: die klassische Work-Life-Balance und das flexiblere Modell der Work-Life-Integration. Beide Ansätze verfolgen das Ziel eines erfüllten und gesunden Lebens, sind in ihrer Art jedoch gänzlich unterschiedlich.

Definition und Grundverständnis

Die Work-Life-Balance steht für eine klare Trennung zwischen der Arbeitswelt und dem privaten Lebensbereich. Das zugrunde liegende Prinzip ist die Schaffung klar definierter Zeitfenster für berufliche Tätigkeit und anschließende, vollständige Loslösung vom Job, um Raum für Erholung, persönliche Interessen und soziale Interaktionen zu schaffen. Dieses Modell sieht Arbeit grösstenteils als eine notwendige, manchmal gar belastend empfundene Pflicht, die vom "eigentlichen Leben" separiert ist. Der Fokus liegt auf dem "Nach Feierabend" und den Wochenenden.

Im Gegensatz dazu befürwortet die Work-Life-Integration eine Vermischung der beiden Lebensbereiche. Arbeit und Privatleben werden nicht als strikt getrennte Einheiten betrachtet, sondern können situativ ineinander übergehen. Dies setzt jedoch eine intrinsische Motivation und eine gewisse Passion für die eigene berufliche Tätigkeit voraus. Ohne diese innere Ausrichtung besteht die latente Gefahr, dass die Grenzen verschwimmen und es zu einer kontinuierlichen Belastung, Vorstufe Burnout, kommt.

Vorteile und Herausforderungen

Work-Life-Balance

Vorteile:

- **Klare Grenzen:** Die bewusste Trennung von Arbeit und Freizeit ermöglicht eine fokussierte Erholung und Hingabe für persönliche Aktivitäten, was zur mentalen und körperlichen Regeneration beiträgt.
- **Stressreduktion:** Durch klar definierte Arbeitszeiten wird die Wahrscheinlichkeit von Überarbeitung und chronischem Stress merklich reduziert.
- **Vorhersehbarkeit:** Feste Zeitstrukturen schaffen Verlässlichkeit und erleichtern die Planung privater Aktivitäten und Verpflichtungen.

Herausforderungen:

- **Starrheit:** Eine rigide Work-Life-Balance führt zu einer Starrheit, die beispielsweise Arbeit über verschiedene Zeitzonen hinweg oder projektorientiertes Arbeiten mit flexiblen, voneinander abhängigen Zeitvorgaben erheblich erschwert.
- **Weniger Autonomie:** Ein geringer Spielraum für die individuelle Gestaltung der Arbeitszeit und -weise kann die intrinsische Motivation und das Gefühl der Selbstbestimmung negativ beeinflussen.
- **Potenzielle Ineffizienz:** Die strikte Einhaltung von Arbeitszeiten, unabhängig von individuellen Leistungshochs und -tiefs, kann zu ineffizienten Arbeitsphasen führen.

Work-Life-Integration

Vorteile:

- **Flexibilität:** Die Möglichkeit, Arbeitszeiten an persönliche Rhythmen und Bedürfnisse anzupassen, erhöht die Autonomie und kann zu einer besseren Vereinbarkeit mit privaten Verpflichtungen führen.
- **Erhöhte Zufriedenheit:** Wenn die berufliche Tätigkeit als sinnstiftend und erfüllend erlebt wird, kann die Integration beider Lebensbereiche zu einer höheren allgemeinen Lebensqualität und Zufriedenheit beitragen.
- **Potenzielle Effizienzsteigerung:** Die Nutzung individueller produktiver Phasen, unabhängig von traditionellen Arbeitszeiten, kann die Effektivität der Arbeit erhöhen.

Herausforderungen:

- **Verschwimmende Grenzen:** Ohne bewusste Strategien und Selbstdisziplin verschwimmen die Grenzen von Arbeit und Freizeit, was zu einer ständigen Erreichbarkeit und einer schleichenden Überlastung führen kann.
- **Hohe Selbstdisziplin erforderlich:** Eine erfolgreiche Integration erfordert ein ausgeprägtes Mass an Selbstorganisation, Zeitmanagement und die Fähigkeit, Prioritäten zu setzen und "Nein" zu sagen.
- **Gefahr der Selbstausbeutung:** Die Leidenschaft für die Arbeit kann dazu verleiten, die eigenen Bedürfnisse nach Erholung zu vernachlässigen und sich in einem Teufelskreis aus Arbeit und Erschöpfung zu verlieren.

Für wen eignet sich welches Modell?

Die Wahl zwischen Work-Life-Balance und Work-Life-Integration ist keine Frage von Richtig oder Falsch, sondern vielmehr eine Frage der individuellen Präferenzen, der Art der beruflichen Tätigkeit und der spezifischen Lebensumstände.

Work-Life-Balance ist besonders geeignet für:

- Berufstätige mit stark strukturierten und fremdbestimmten Arbeitszeiten oder in stark regulierten Branchen, in denen feste Zeitpläne die Norm sind.
- Personen, die klare Strukturen und Routinen bevorzugen und denen die strikte Trennung von Arbeit und Freizeit hilft, mental abzuschalten und sich auf das Privatleben zu konzentrieren.
- Menschen, die klare zeitliche und räumliche Grenzen favorisieren.

Work-Life-Integration ist besonders geeignet für:

- Selbstständige, Freiberufler und Kreative mit einem hohen Grad an Autonomie in der Gestaltung ihrer Arbeitszeiten und -orte.
- Berufstätige mit hoher intrinsischer Motivation und Leidenschaft für ihre Arbeit.
- Personen in flexiblen Arbeitsmodellen wie Remote-Arbeit, Gleitzeit und Vertrauensarbeitszeit.

Praktische Tipps zur Umsetzung

Unabhängig davon, für welches Modell man sich entscheidet, ist eine bewusste und proaktive Gestaltung des Alltags entscheidend.

Für die Work-Life-Balance:

- Feste Arbeitszeiten einhalten sowie klare Anfangs- und Endzeiten für den Arbeitstag definieren und gegebenenfalls auch dem Umfeld kommunizieren.
- Pausen bewusst einplanen und nutzen, da regelmässige Erholungsphasen während des Arbeitstages nicht nur die Produktivität, sondern auch das körperliche und geistige Wohlbefinden fördern.
- Technologie bewusst nutzen und berufliche Kommunikationsmittel (E-Mail, WhatsApp etc.) nach Feierabend und am Wochenende konsequent abschalten, um eine mentale Distanz zur Arbeit zu schaffen.
- Rituale zur Trennung etablieren, die bewusste Übergänge zwischen Arbeits- und Freizeit schaffen, beispielsweise durch einen Spaziergang, die Autofahrt zwischen Wohn- und Arbeitsort oder ein bewusstes "Herunterfahren".

Für die Work-Life-Integration:

- Flexible Zeitplanung bewusst nutzen und die produktivsten Phasen identifizieren, um die Arbeitszeiten entsprechend zu gestalten, auch wenn diese von traditionellen Bürozeiten abweichen.
- Klare Kommunikation pflegen und das berufliche und private Umfeld über die Arbeitsweise und die Verfügbarkeit informieren, um Missverständnisse und unnötige Erwartungen zu vermeiden.
- Selbstfürsorge nicht vernachlässigen und trotz der Integration auf ausreichende und bewusste Erholungszeiten, regelmässige Pausen und Aktivitäten achten, die Freude bereiten und Energie geben.
- Klare persönliche Grenzen definieren sowie lernen, "Nein" zu Anfragen zu sagen, die die Kapazitäten übersteigen oder die Erholungszeiten beeinträchtigen.
- Bewusste Planung von "arbeitsfreien" Zeiten, in denen man sich ausschliesslich privater Aktivitäten und Beziehungen widmet, um ein Ungleichgewicht zu vermeiden.

Auf den Punkt

Es existiert keine allgemeingültige Lösung für die Herausforderung der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben. Die Entscheidung zwischen Work-Life-Balance und Work-Life-Integration ist ein individueller Prozess, der von den persönlichen Bedürfnissen, der Art der Arbeit und den jeweiligen Lebensumständen abhängt.

Der Schlüssel liegt darin, ein tiefes Verständnis für die eigenen Präferenzen und Grenzen zu entwickeln und ein Modell zu wählen, das authentisch zur eigenen Persönlichkeit und dem Lebensstil passt. Unabhängig vom gewählten Modell ist es wichtig, die eigenen Erfahrungen regelmässig zu reflektieren und bei Bedarf Anpassungen vorzunehmen. Nur durch eine bewusste Gestaltung und fortlaufende Optimierung können Berufstätige ein erfülltes und gesundes Leben führen, in dem sowohl die berufliche Erfüllung als auch das Privatleben ihren angemessenen Platz finden.

Wie können wir dich unterstützen?

Bist du auf der Suche nach deinem persönlichen Modell? Oder möchtest du erleben, wie du gänzlich herunterfahren und abschalten kannst? Dann melde dich direkt bei Pascal von Gunten zu einem kostenlosen und unverbindlichem Analysegespräch.

Gerne geht er auf deine individuelle Situation ein und kann dir sicherlich auch schon die ersten Handlungstipps geben

«Mehr Leichtigkeit, Wegfall mentaler Last und spürbar erhöhte Stressresistenz sind wesentliche Ergebnisse aus dem Coaching. Ich verfüge über deutlich mehr innere Ruhe und Gelassenheit und meine körperlichen Beschwerden sind grösstenteils abgeklungen.»

Weitere Kundenmeinungen findest du unter:

<https://www.vongunten-partner.ch/pascal-von-gunten/kundenmeinungen.html>

Für weitere Infos oder zusätzliche Fachartikel besuche unsere Webseite:

www.vongunten-partner.ch



Pascal von Gunten
EXECUTIVE PARTNER

von Gunten Executive Partner AG · Pascal von Gunten

Partner für Unternehmens- und Persönlichkeitsentwicklung

Keynote Speaker · Executive Coach · Autor

Telefon 079 755 28 54 · Böhlstrasse 17 · 9300 Wittenbach

info@vongunten-partner.ch · www.vongunten-partner.ch

Anzeige

 **DocuWare**

A woman with long brown hair and glasses, wearing a denim jacket, is holding a green stuffed frog. She has a surprised or excited expression, with her mouth slightly open and her hand near her face.

**Moderne
Rechnungs-
verarbeitung
macht
Wünsche
wahr**

Mit DocuWare profitieren Sie von transparenten Daten in Echtzeit und gewinnen die volle Kontrolle über alle Rechnungsprozesse.

go.docuware.com/wuensche

Hybrides Arbeiten: Wie KMU von flexiblen Workspaces profitieren können

Die Rückkehr ins Büro stellt viele KMU vor Herausforderungen: Während Unternehmen den Teamgeist und die Produktivität vor Ort schätzen, möchten Mitarbeitende die im Homeoffice gewonnene Flexibilität und Selbstbestimmung nicht mehr missen. Die aktuelle Schweizer Social Collaboration Studie 2023 zeigt: 66 % der Befragten erleben durch hybrides Arbeiten ein gesteigertes Wohlbefinden, 82 % sehen eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Zudem betrachten 70 % hybrides Arbeiten als entscheidenden Wettbewerbsvorteil bei der Gewinnung und Bindung von Talenten.

Viele Unternehmen befinden sich jedoch noch in der Experimentierphase, was die Zufriedenheit der Mitarbeitenden beeinträchtigen kann.

Die Lösung liegt in einem hybriden Arbeitsmodell, das die Vorteile von Homeoffice und Büro vereint. Und damit keine Miete für halbleere Büros bezahlt werden muss, hilft die Integration flexibler Workspaces, die zudem eine Reihe weiterer Vorteile bieten.

Der Zürcher Anbieter Headsquarter zeigt anhand von Erfolgsbeispielen aus seiner Community wie es gelingt:

Was macht flexible Workspaces aus?

Flexible Workspaces bieten Unternehmen und ihren Teams eine moderne, inspirierende Arbeitsumgebung, die weit über das klassische Büro hinausgeht. Sie erfüllen vier zentrale Kriterien:

- **Flexibilität:** Arbeitsplätze können nach Bedarf und mit variablen Vertragslaufzeiten und bedarfsgerechten Nutzungsmodellen gemietet werden. Unterschiedliche Raumkonzepte – von Ruhezeiten über Kreativräume bis zu Gemeinschaftsbereichen – ermöglichen individuelles Arbeiten und fördern unterschiedliche Arbeitsstile.

«Unsere Mitarbeiter sind sehr zufrieden mit unseren Arbeitsplätzen und ziehen Headsquarter sogar der Arbeit von zu Hause aus vor. Hier erlebt man einfach, dass die Arbeit Spass machen und Pausen inspirierend sein können. Das kostenlose Sport- und Veranstaltungsprogramm zeigt, dass die Work-Life-Balance hier wirklich gefördert wird. Unser Team macht von diesen Angeboten regen Gebrauch und ist sehr dankbar dafür.»

Natascha D'Avino, Marketingleiterin Edubase

- **Kollaboration:** Neben privaten Meetingräumen und offenen Lounges fördern flexible Workspaces den Austausch innerhalb des Teams und mit anderen Professionals. Dadurch entstehen neue Netzwerke und

Synergien, die gerade für kleinere Unternehmen einen echten Mehrwert bieten.

«Die Headsquarter Community unterstützt unseren kompromisslosen Hybrid Work Ansatz – selbst wenn an manchen Tagen nur ein oder zwei Mitarbeitende vor Ort sind, haben sie Anschluss im Rahmen der Community und fühlen sich nicht allein.»

Roman Timm, CEO newhome

- **Infrastruktur:** Moderne Workspaces sind technisch bestens ausgestattet – mit Highspeed-Internet, Videokonferenzsystemen, ergonomischen Möbeln und zentraler Lage. Premiumanbieter kümmern sich zudem um Empfang, Reinigung und weitere Services, sodass sich Unternehmen auf ihr Kerngeschäft konzentrieren können.

«Was ich persönlich sehr schätze, ist das Gefühl, in einem Fünf-Sterne-Resort zu sein. Ich muss mich nicht um all die Dinge kümmern, die mit dem Facility Management zu tun haben, wie z. B. die Organisation von Catering, auffüllen von Büromaterialien oder Papierkram. Ich bin im Grunde nur mit meiner Handtasche und meinem Laptop ins Headsquarter eingezogen.»

Carole Ramuz, CEO, Brandsoul

- **Gesundheit und Wohlbefinden:** Sportprogramme, gesunde Snacks und eine durchdachte Innenarchitektur mit viel Tageslicht und Pflanzen schaffen ein Ambiente, das Motivation und Produktivität fördert.

«Der Community Brunch am Mittwoch motiviert nicht nur alle, ins Büro zu kommen, sondern schafft auch eine angenehme und entspannte Atmosphäre unter unseren Teammitgliedern. Es ist zu einer Tradition geworden: Jeden Mittwoch um 9.30 Uhr frühstücken wir gemeinsam, und ich denke, das gibt uns das gewisse Extra an positiver Energie, das und hilft, in unserem Job Bestleistungen zu erzielen.»

Sascha Meier, Country Manager Alps, EQS

Das Beste aus beiden Welten

Hybride Arbeitsmodelle mit flexiblen Workspaces bieten Unternehmen die Möglichkeit, klare Strukturen und Teamzusammenhalt zu gewährleisten, ohne die individuellen Bedürfnisse der Mitarbeitenden aus den Augen zu verlieren. Klare Regeln – etwa feste Präsenztage – sorgen für Verbindlichkeit, während gleichzeitig Raum für persönliche Präferenzen bleibt.

Fazit

Die Rückkehr ins Büro muss nicht das Ende der Flexibilität bedeuten. Im Gegenteil: Mit hybriden Modellen und flexiblen Workspaces schaffen

KMU attraktive Arbeitsbedingungen, steigern die Zufriedenheit und Wettbewerbsfähigkeit und holen das Beste aus beiden Arbeitswelten heraus.



Die Vollständige Checkliste für die erfolgreiche Rückkehr ins Büro, sowie weitere Infos zum Angebot von Headsquarter finden Sie auf www.headsquarter.com



Headsquarter
www.headsquarter.com

Das #1 Qualitätslabel für Schweizer KMU

Steigern Sie
Ihren **Umsatz**
mit digitalem
Vertrauen.

kunden[✓]versprechen.ch
Trust Is Everything

Jetzt kostenlos
registrieren!



Industrielle Putztücher für die effiziente Betriebsreinigung

Im Flow mit dem nachhaltigen Mewa-Putztuchsystem

Moderne Unternehmen befinden sich in einem steten Wandel. Das zwingt sie, agil und flexibel auf veränderte Marktsituationen zu reagieren und Arbeitsprozesse effizienter zu gestalten. Hier fügt sich das Mewa-Putztuchsystem perfekt in den Betriebsablauf ein. Davon profitieren alle: das Unternehmen, die Teams, in denen die Putztücher eingesetzt werden, und nicht zuletzt auch die Umwelt. Statt Putztücher zu kaufen und nach Gebrauch zu entsorgen, sorgt der Rundum-Service von Mewa dafür, dass immer hochwertige Tücher zur Verfügung stehen.

Bei der Reinigung von Maschinen oder Werkzeugen ist es praktisch, saugstarke Putztücher jederzeit und überall zur Hand zu haben. Dabei sollen die Mitarbeitenden in ihrem „Flow“ nicht unterbrochen werden. Leider geschieht dies noch allzu oft mit ungeeignetem Reinigungsmaterial. Beliebige Stoffreste sind wenig saugfähig, flusen oft und können sogar Kratzer hinterlassen. Und Einwegpapiere sind nicht umweltfreundlich, reissen und hinterlassen manchmal Rückstände, die nachträglich noch entfernt werden müssen. Mewa-Putztücher dagegen passen sich dem Arbeitsfluss an, reinigen nahezu ohne zu flusen und liegen durch ihre ideale Grösse gut in der Hand. Die Integration des Mewa-Putztuchsystems spart damit Zeit und Ressourcen, steigert die Produktivität und garantiert einen hohen „Reinigungsnutzen“.

Wie die Umwelt vom Putztuch profitiert

In vielen Industriebetrieben und Werkstätten wird vermehrt auf Nachhaltigkeit und Umweltschutz geachtet. Das Putztuchsystem von Mewa ist deshalb eine konsequente und sinnvolle Entscheidung. Es bindet die Mitarbeitenden in die Unternehmenskultur ein und beeinflusst die Kundenbeziehungen im gemeinsamen Umweltverhalten. Die Mehrweg-Putztücher sind eine umweltfreundliche Lösung, die zu einer deutlichen Reduktion der Abfallmenge führt. Mit seinem Rundum-Service sorgt Mewa nicht nur für die kontinuierliche Versorgung mit Textilien, sondern auch für deren umweltschonende Pflege und Instandhaltung. Im Rahmen dieses Services werden die gebrauchten Tücher abgeholt, gewaschen und kontrolliert, bevor sie wieder ausgeliefert werden.

Rundum-Service für mehr Sicherheit

Nicht nur bei den Kunden, auch in den Mewa-Betrieben hat der Umweltschutz oberste Priorität. Hochtechnologische Wasch- und Trocknerstrassen sorgen dafür, dass die Putztücher wasser- und energiesparend gewaschen und getrocknet werden. Für seine nachhaltigen und ressourcenschonenden Verfahren wurde Mewa in Deutschland und auch international ausgezeichnet. Bereits 1997 erhielt das Unternehmen als erstes seiner Branche die Umweltmanagement-Zertifizierung nach ISO 14001.

Das Mewa-System sorgt für mehr Sicherheit in jedem Produktionsbetrieb. So werden die gebrauchten Putztücher im hermetisch verschliessbaren Safety-Container gesammelt, der einen maximalen Schutz vor Brandrisiken sowie die problemlose Lagerung und den Transport der verunreinigten Tücher gewährleistet. Ein geschlossener Kreislauf, wie ihn Mewa mit seinem Putztuchsystem anbietet, steht für top Qualität, ist hocheffizient und bietet kleinen, mittleren und grossen Unternehmen viel Mehrwert. Für motiviertes und konzentriertes Arbeiten und für den besten Flow im harten Arbeitsalltag!



Fotos: Mewa

Die **Mewa**-Unternehmensgruppe mit Hauptsitz in Wiesbaden gehört zu den führenden Anbietern für Betriebstextilien im Rundum-Service in Europa und ist in Deutschland Marktführer. Schwerpunkt des Angebots sind Putztücher sowie Berufs- und Schutzkleidung für Industrie, Handwerk, Gastronomie und den Gesundheitssektor. Die B2B-Dienstleistung umfasst die Beratung, Bereitstellung, Pflege, Reparatur und den Austausch der Textilien nach zertifizierten Qualitäts-, Hygiene- und Sicherheitsstandards. Europaweit tragen über 1,1 Millionen Beschäftigte Berufskleidung von Mewa, rund drei Millionen nutzen zum Reinigen von Anlagen und Maschinen Mewa-Mehrwegtücher.

Mit 51 Standorten und rund 6.000 Mitarbeitenden versorgt das Familienunternehmen über 200.000 B2B-Kunden. Der Umsatz lag 2023 bei 896 Millionen Euro. Mewa wurde 1908 gegründet und ist Pionier des nachhaltigen Textil-Service. Die Unternehmensstrategie ist konsequent auf Nachhaltigkeit ausgerichtet. Für seine Kundenorientierung sowie sein Qualitäts- und Ressourcenmanagement wurde Mewa mehrfach ausgezeichnet.



MEWA Service AG

Wiggermatte 4 • 4665 Oftringen

Tel. 062 745 19 00 • info@mewa.ch • mewa.ch

Sandor Balogh, Gründer & Managin Partner von smino, im Interview

von Helmuth Fuchs



Sandor Balogh, Gründer & Managing Partner von smino

Moneycab: Herr Balogh, der neueste smino-Report widmet sich der Zusammenarbeit in der Bau- und Immobilienbranche: Laut Ihrer Umfrage sind nur 60 % der Befragten mit der Zusammenarbeit in den eigenen Bauprojekten zufrieden. Welche Strategien sehen Sie, um diese Zufriedenheit zu steigern und die Zusammenarbeit zu verbessern?

Sandor Balogh: Die 60 % sind ja eigentlich schon ein super Ergebnis. Man sieht aber auch, dass es noch ein bisschen Luft nach oben gibt. Wir leben heute in einem Informationszeitalter. Die Menschen sind sich gewohnt, Informationen überall herzubekommen und dass das auch eine gewisse Transparenz fördert. Transparenz ist die Voraussetzung für Vertrauen und Vertrauen ist die Voraussetzung für eine sehr gute Zusammenarbeit. Wir von smino setzen deswegen konsequent auf Transparenz, um die Zusammenarbeit weiter zu verbessern.

76 % der Befragten sehen eine bessere Zusammenarbeit als Schlüssel zur Profitabilität. Welche konkreten Mechanismen schlagen Sie vor, um diese Zusammenarbeit zu fördern und die Profitabilität zu steigern?

Eine gute Zusammenarbeit kann in der Tat ein wesentlicher wirtschaftlicher Faktor sein. Man hat dadurch viel weniger Reibungsverlust, mehr Effizienz und damit letztlich erfolgreiche Projekte. Am besten vergleicht man das mit dem Sport, mit dem Teamsport. Hier als Beispiel Fussball.

«Transparenz ist die Voraussetzung für Vertrauen und Vertrauen ist die Voraussetzung für eine sehr gute Zusammenarbeit.» Sandor Balogh, Gründer & Managing Partner von smino

Man hat ein Team, das zusammenarbeitet. Es gibt eine Transparenz, jeder weiss über die Taktik Bescheid. Man hat das Vertrauen, dass der eine dem anderen hilft, wenn man vielleicht einen Fehler gemacht hat. Man hat die Verantwortlichkeiten klar definiert. Jeder weiss, was er zu tun hat.

Und so hat man zusammen mit dem Fokus zielgerichtet den Sieg im Kopf. Und so sollte es auch bei Bauprojekten sein.

Während die Digitalisierung fast sämtliche Lebensbereiche der Menschen erfasst und ganze Industrien umgestaltet, hebt der Report hervor, dass über 80% der Bauämter in Deutschland keine vollständig digitalisierten Prozesse haben. Wo kann man ansetzen, um die Digitalisierung in der Baubranche voranzutreiben und die Effizienz zu steigern?

Ich denke, dass es sicher wichtig ist, dass man die Schwachstellen findet und identifiziert, wo Optimierungspotenzial besteht. Da braucht es meiner Meinung nach auch dedizierte Teams, die genau darauf aus sind, diese Herausforderungen zu finden. Hat man diese mal gefunden, dann kann man sich für passende Tools entscheiden.

Hier ist es dann auch sehr wichtig, dass man die Leute bei der Digitalisierung mitnimmt. Es kann

nur funktionieren, wenn eine gewisse Akzeptanz vorhanden ist. Hier hilft es natürlich, wenn man sich dann auch für Möglichkeiten entscheidet, die möglichst einfach zu bedienen sind. Nur dann funktioniert eine Anpassung eines Prozesses.

Künstliche Intelligenz (KI) wird gerade zur formierenden Kraft in allen Lebensbereichen und verändert die Art, wie wir uns informieren, arbeiten und lernen. Wie setzt die Baubranche aktuell KI ein, welche konkreten Anwendungen sehen Sie in Zukunft?

Die künstliche Intelligenz entwickelt sich rasant und dringt in alle möglichen Bereiche vor, darunter natürlich auch die Bauwirtschaft. Zum Beispiel kann man per Knopfdruck in Sekunden schnelle wunderschöne Visualisierungen generieren. Man kann zahlreiche verschiedene Grundrissvarianten prüfen und herstellen lassen.

«Die künstliche Intelligenz entwickelt sich rasant und dringt in alle möglichen Bereiche vor, darunter natürlich auch die Bauwirtschaft.»

Die Möglichkeiten sind wirklich unbegrenzt. Schwieriger wird es bei Dokumenten und bei Informationen, weil da gibt es auch Risiken. Es kommen rechtliche Aspekte dazu, zum Beispiel die DSGVO, das Urheberrecht und viele weitere. Wir arbeiten aktuell an einer künstlichen Intelligenz in diesem Bereich.

Ich möchte da noch nicht zu viel verraten, aber es wird eine einmalige Sache. Und wir suchen aktuell noch Firmen, die mit uns diesen Weg beschreiten wollen und die künstliche Intelligenz in

der Bauwirtschaft vorantreiben möchten.

Wie in anderen Bereichen wäre Transparenz ein Schlüssel für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit und für erfolgreiche Projekte. Wie steht es um die Transparenz in der Bau- und Immobilienbranche, welche Massnahmen wären geeignet, die Transparenz zu verbessern?

Das ist eine sehr gute und eine sehr wichtige Frage. Wir stellen häufig fest, dass die Transparenz nicht mal innerhalb der Firmen gegeben ist und die Mitarbeitenden nicht adäquat informiert werden. Dadurch herrscht schon dort ein Mindset von Intransparenz. Wir glauben wirklich sehr stark, dass die Transparenz ein Thema des Mindsets ist und man erstmal dort ansetzen muss. Wie soll die Transparenz gegen aussen funktionieren, wenn nicht mal das eigene Team auf Transparenz getrimmt ist? Dort fangen die Probleme an. Wir können mit unserem Tool, mit unserer Digitalisierungslösung natürlich den Weg für die Transparenz ebnen. Wenn Transparenz in der Realität nicht gelebt wird, dann wird es auch schwierig, mit solchen Tools eine Transparenz hinzubekommen.

Projektallianzen werden als vielversprechendes Modell für die Bauwirtschaft diskutiert. Welche Erfahrungen hat smino mit diesem Modell gemacht, und wie sehen Sie dessen Zukunft in Deutschland und der Schweiz?

Bauprojekte werden immer komplexer. Es sind immer mehr Beteiligte in Bauprojekten involviert und man kommt nicht darum herum, da wirklich gut zusammenzuarbeiten. Das heutige System wird diesem Umstand nicht mehr gerecht und so versucht man jetzt mit Projektallianzen, diese Transparenz, diese Zusammenarbeit stärker zu fördern.

Wir spüren da in der Bauwirtschaft, dass sich das in diese Richtung bewegt, aber man ist zum Teil immer noch skeptisch. Es ist wieder etwas Neues und man fragt sich was das bringt? Es gibt jetzt viele Versuche mit neuen Normen, mit neuen Vertragssituationen, diese Projektallianzen zu fördern.

Wir sind sehr optimistisch, dass das der richtige Weg ist, weil wir sehen, nur in starken Teams kann man erfolgreiche Projekte und eine lebenswerte Umwelt bauen, was auch unser Motto ist.

Vor einigen Jahren galten Building Information Modeling (BIM) und Common Data Environments (CDE) als Zaubermittel für einen Innovationsschub in der Bauindustrie. Wie bewerten Sie den aktuellen Stand des Einsatzes von BIM und CDEs in der Baubranche, welche /ungenutzten) Potenziale sehen Sie hier?

Eine neue Studie, die vor kurzem rausgekommen ist, besagt, dass der Digitalisierungsindex in der Baubranche wieder zurückgegangen ist

(Anm. Studie ist der Digital Real Estate Index 2025 von POM+). Ich glaube, das hat auch viel mit BIM zu tun. Vor einigen Jahren wurde BIM als Heilmittel angesehen für die Baubranche. Das wurde von vielen Leuten gepusht und viele haben dann mit BIM versucht, vorwärts zu gehen.

«Es hat zu Überregulierung geführt. Plötzlich gab es überlange BIM-Abwicklungspläne und viele Leute hat das natürlich abgeschreckt.»

Und zu was hat das geführt? Es hat zu Überregulierung geführt. Plötzlich gab es überlange BIM-Abwicklungspläne und viele Leute hat das natürlich abgeschreckt. Das hat verständlicherweise dazu geführt, dass man ein paar Schritte zurückgegangen ist. Es wird aber kommen, definitiv. Es braucht einfach nochmal seine Zeit. Man muss sich da nochmal finden und die Prozesse nochmal vereinfachen. Man ist jetzt auf diesem Weg, aus dem Tal der Tränen rauszukommen, auf das Plateau der Produktivität. Common Data Environments sind eine Mischung zwischen BIM und dem Informationsaustausch. Das funktioniert schon besser, in immer mehr Projekten werden Common Data Environments verwendet und genutzt, sogar wenn nicht BIM gefordert ist.

Eine PwC-Studie 2024 nennt Fachkräftemangel und Cybersicherheit als grosse Herausforderungen für die Baubranche. Wie gehen Sie bei smino damit um, welche Ansätze sehen Sie zur Bewältigung dieser Herausforderungen?

Der Fachkräftemangel ist in der Tat eine grosse Herausforderung, aber es gibt auch Lösungen. Die Digitalisierung und die Effizienzsteigerung ist ein Teil dieser Lösungen. Man kann Prozesse, die viele Fachkräfte benötigen, versuchen zu verschlanken mit der Digitalisierung, entweder über Tools, über Software oder über Roboter, Vorfertigung etc.

Man sieht zum Beispiel unterdessen Roboter auf der Baustelle, welche die Malerarbeiten machen. Man sieht vermehrt Tools wie smino, die auf der Baustelle erfolgreich eingesetzt werden. Es gibt gute Methoden, wie man dieser Herausforderung begegnen kann. Die Cybersicherheit ist eine Kehrseite der Digitalisierung. Und da ist es sehr wichtig, dass man die Sicherheit jederzeit gewährleistet. Zum Schutz der Menschen, aber auch zum Schutz der Daten. Wir setzen die neuesten Technologien ein, um diese Cybersicherheit zu gewährleisten, mit verschiedenen Server-Standorten, mit Firewalls etc., sodass die Daten jederzeit zur Verfügung stehen und jederzeit geschützt sind vor Angriffen.

smino veranstaltet auch dieses Jahr wieder eine "Fuckup-Night". Was ist der Hintergrund und das Ziel der smino Fuckup-Night und wie trägt sie zur Kultur der Zusammenarbeit bei?

Die Fuck Up Night ist eines unserer Flagship-Events bei smino. Sie ist auch als Gegenbewegung gedacht zur Social-Media-Welt, wo alles immer super funktioniert, alle erfolgreich sind und jeder weiss eigentlich, dass dem nicht so ist. Überall, wo gearbeitet wird, fallen auch Späne, es entstehen Fehler, es gibt Misserfolge. Wir möchten mit Fuckup-Night diese Transparenz fördern, das Verständnis fördern und die Fehler enttabuisieren. Die Zuschauer, die dann bei der Fuckup-Night dabei sind, profitieren von dieser Transparenz und können etwas dazu lernen.

«Wir möchten mit Fuckup-Night die Transparenz fördern, das Verständnis fördern und die Fehler enttabuisieren»

Wir möchten die Fehlerkultur in der Baubranche verbessern. Wenn jemand Interesse oder eine spannende Geschichte hat: Melden Sie sich doch bei uns! Wir sind auf der Suche nach neuen Speakern mit spannenden Geschichten und möglichst grossen Fuckups.

Wie sehen Sie die zukünftige Rolle von smino in der Bauwirtschaft, und welche strategischen Schritte plant das Unternehmen, um das eigene Wachstum, die Zusammenarbeit und Digitalisierung der Bau- und Immobilienbranche weiter voranzutreiben?

Ich bin sehr stolz darauf, dass wir es mit diesem grossartigen Team geschafft haben, Marktführer in der Schweiz zu werden im Bereich Digitalisierung der Baubranche, mit der Bereitstellung einer zentralen Plattform. Und ich bin auch sehr stolz darauf, dass wir den Sprung in die Internationalität geschafft haben.

Unser Fokus liegt ganz klar in der Internationalisierung. Wir sind bereits im DACH-Raum (Deutschland, Österreich, Schweiz) vertreten, aber auch schon in 20 anderen Ländern tätig. Wir möchten unser Know-how und unsere Vision, wie man in Bauprojekten arbeitet, in die ganze Welt hinaustragen. Das ist unser Fokus für 2025 und darüber hinaus.

Das Software-Unternehmen smino bietet seit 2016 eine cloud-basierte Prozesslösung, die Effizienz und Transparenz im Bauwesen steigert. Mit Standorten in mehreren europäischen Städten und Nutzern aus 27.000 Unternehmen ist smino international aktiv. Namhafte Kunden wie die Stadt Wien und Drees & Sommer nutzen die Lösung. smino vernetzt mit Funktionen wie CDE, Aufgaben- und Mängelmanagement sowie Bauzeitenplan alle Projektbeteiligten und verbessert so den Informationsfluss im Bauprozess.

Moneycab.com – Helmut Fuchs
Sisum Vitg 148A • 7147 Vignon (GR)
Mobile 079 421 05 09
helmut.fuchs@moneycab.com
www.moneycab.com

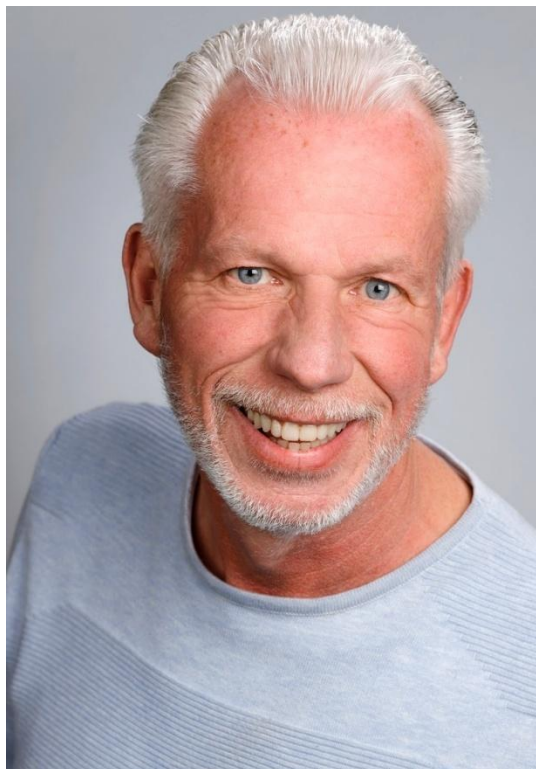


Sparen beim Tanken mit der Migrolcard

Mit der Migrolcard an über 400 Stationen bargeldlos bezahlen
und permanent von 3 Rp./L Treibstoffrabatt profitieren.
Erfahren Sie mehr zu Ihren Vorzugskonditionen auf
www.kmuverband.ch/migrol.



Erfolg durch Empowerment: Wie Mündigkeit Mehrwert für Unternehmen schafft



Empowerment gilt als Schlüsselement erfolgreicher Unternehmen. Immer mehr Konzerne setzen bewusst auf Werte und Massnahmen, die ihren Mitarbeitern viele Handlungsspielräume geben und die Team-Dynamik stärken. Der Motivationscoach und Autor Roger König beschreibt, wie Betriebe ein kreatives und attraktives Arbeitsumfeld schaffen.

Human Resources werden heute als das wichtigste Kapital gehandelt. Für Unternehmen kommt es darauf an, qualifizierte Fachkräfte zu werben und ein leistungsstarkes, gutes Team aus diesen zu machen. Um das zu schaffen, braucht es das richtige Umfeld. Empowerment baut genau dieses auf. Es schafft Strukturen, in denen Mitarbeiter viele Dinge selbst entscheiden. Statt auf strenge Hierarchien und Vorgaben durch den Chef, setzt dieser Ansatz auf Vertrauen und Unterstützung. Das Ziel: Mündige Mitarbeiter, die proaktiv, motiviert und effektiv handeln. Auf der anderen Seite stärkt Empowerment Dinge wie das Wohlbefinden der Mitarbeiter und ihre persönliche Entwicklung. Dadurch wird das Unternehmen zu einem attraktiven Arbeitgeber. Aber mit welchen Techniken und Werten bauen Unternehmer diese Dinge auf?

Kreativität und Offenheit aufbauen bedeutet Bürokratie abbauen

Ein erster wichtiger Schritt besteht darin, Bürokratie abzubauen und durch Offenheit und Kreativität zu ersetzen. Unternehmen sollten zeigen, dass sie Mitarbeitern vertrauen und Verantwortung

bewusst an sie abgeben. Dabei ist es wichtig, zu positiven Lösungen ein Feedback zu geben. Viele Führungskräfte nehmen sich zu dem Zweck vor, pro Tag mindestens fünf Personen ein persönliches Lob für eine Sache auszusprechen, die gut gelaufen ist. Wenn dies zur Gewohnheit wird, hat das viele Vorteile. Zum einen fühlen sich die Mitarbeiter wertgeschätzt und es entsteht eine gute Gesprächskultur. Ausserdem entstehen in solchen kleinen Gesprächen tolle neue Ideen. Generell sorgt ein aktives Lob dafür, dass kreative Lösungen beibehalten werden. Aus ihnen wird künftig eine feste Routine. Und die Mitarbeiter wissen, dass es sich lohnt, neue Wege zu gehen.

Vertrauen, Wertschätzung und Rückhalt beflügeln Mitarbeiter. Für die Dynamik in einem Team und die Motivation sind diese Werte entscheidend. Wenn es jeden Tag viel Arbeit gibt, sind sie jedoch keine Selbstverständlichkeit. Erfolgreiche Unternehmen überlassen diese Stützen der Unternehmenskultur nicht dem Zufall. Sie bauen sie aktiv auf. Empowerment leistet genau diese Aufbauarbeit. Der erste Schritt dabei ist zunächst ein Perspektivwechsel: Es steht nicht allein der wirtschaftliche Gewinn an erster Stelle. Die persönlichen Interessen, Motivationen und Lebensziele eines jeden Einzelnen werden wichtig. Viele Betriebe führen heute sehr individuelle Weiterbildungsmaßnahmen durch, die perfekt auf jede Laufbahn individuell zugeschnitten sind und zugleich das Team im Blick haben. Sie unterstützen Mitarbeiter nicht nur in der Onboarding-Phase, sondern langfristig durch ein ganzheitliches Mentoring.

Eine Kommunikationskultur, die verbindet und Menschen stärkt

Fortbildungsangebote beschränken sich nicht allein auf die berufliche Qualifikation. Angebote wie Yoga, Achtsamkeit und Meditation oder Kurse zur Persönlichkeitsentwicklung finden sich darunter. Und das aus gutem Grund: Die Unternehmen zeigen ihren Mitarbeitern, dass sie sie wirklich wertschätzen und auf ganzer Linie menschlich fördern. Auf diese Weise entsteht Glaubwürdigkeit. Im Unternehmensalltag bildet dieser Wert eine feste Grösse. Er bestärkt alle Mitarbeiter in einem ehrlichen und offenen Umgang. In diesem Rahmen entwickeln Mitarbeiter wiederum neue Stärken. Sich der eigenen Verletzlichkeit zu stellen und mit Schwächen umzugehen, ist eine davon. Intimität und der offene Umgang mit Gefühlen eine andere.

Die immer stärkere Orientierung an ganzheitlicher Persönlichkeitsentwicklung ist unübersehbar. Sie hat dazu geführt, dass sich die Teambuilding-Massnahmen in der modernen Arbeitswelt massiv gewandelt haben. Wo es früher vornehmlich um Leistung und Wettbewerb ging, steht heute die Teamdynamik im Mittelpunkt.

In Seminaren lernen Mitarbeiter, sich voreinander zu öffnen und ehrlich über Sorgen und Gefühle zu sprechen. Eine emotionale Kommunikationskompetenz schafft eine gute Atmosphäre im Team. Sie sorgt dafür, dass Probleme angesprochen und anschliessend gemeinsam gelöst werden. Ausserdem wird auf diese Weise Vertrauen und Empathie aufgebaut.

Autonomie und Verantwortung im Arbeitsumfeld schaffen

Zentral ist auch der richtige Umgang mit Selbstorientierung. Dieser Begriff bezeichnet Mitarbeiter, die sich nicht am gemeinsamen Ergebnis orientieren, sondern nur auf ihr eigenes Vorankommen achten. Wenn ein solches Verhalten nicht angesprochen wird, leidet das Vertrauen massiv darunter. An der Stelle ist es enorm wichtig, eine offene Kommunikation aufzubauen. In ihr wird unkooperatives Verhalten angesprochen und korrigiert. Das Ziel sind Teams, die zwei Dinge schaffen: Erstens steht das gemeinsame Ergebnis an erster Stelle. Zweitens ist zu jedem Zeitpunkt klar, dass alle Beteiligten ihre Wünsche und Bedürfnisse offen ansprechen können. Eine gute Gruppe nimmt Rücksicht auf diese.

Auf keinen Fall vergessen werden darf bei der Umstellung auf Empowerment ein letzter wichtiger Punkt. Das ist die Frage der Zuverlässigkeit. Nur wenn Teammitglieder ihren Teil erledigen, kann am Ende ein gutes Ergebnis stehen. Anhaltende Erfolge und ein toller gemeinsamer Leistungsstand bei Projekten wirken stark motivierend auf Gruppen. Aber wie unterstützt man die Zuverlässigkeit durch Empowerment statt durch Vorgaben? Im digitalen Zeitalter gibt es glücklicherweise tolle Tools, die beim Zeitmanagement helfen. Viele Unternehmen nutzen Messaging-Software, die Kurznachrichten mit einem gut organisierten Projektmanagement verbindet. Neben Plattformen wie Slack gibt es beispielsweise ClickUp oder Microsoft Teams. Falls die Zuverlässigkeit an einer Stelle massiv leidet, greifen Führungskräfte unterstützend ein.

Roger König Traumleben

Epulbi Verlag 2024, 268 S,
21,90 CHF
ISBN: 978-3-7584-9005-7
rogerkoenig.net



Silicon Personas, synthetische Daten und Agentic AI: Neue Ansätze für skalierbare Personalisierung



Dimitros Haratsis, assoziierter Berater bei elaboratum

Personalisierung galt lange als aufwendig, teuer und kaum skalierbar. Doch der Fortschritt in der künstlichen Intelligenz (KI) verändert die Spielregeln. Hochindividuelle Ansprache wird selbst für Unternehmen ohne perfekte Datenbasis zur realisierbaren Option. Der Schlüssel: synthetische Daten und sogenannte Silicon Personas.

Statt sich ausschliesslich auf reale, historische Kundendaten zu verlassen, nutzen moderne Systeme synthetische Daten. Synthetische Daten sind künstlich erzeugte, realitätsnahe Datensätze, die auf bestehenden Mustern und statistischen Zusammenhängen basieren. Sie simulieren echte Nutzer- oder Kundenprofile, enthalten aber keine direkten Informationen über reale Personen. Dadurch ermöglichen sie Analysen und Modellierungen, ohne Datenschutzvorgaben zu verletzen. Unternehmen können so innovative Lösungen entwickeln, neue Zielgruppen testen und KI-Modelle trainieren, ohne auf sensible Originaldaten angewiesen zu sein. Das schafft Raum für Innovation trotz Datenschutzanforderungen.

In der Schweiz kommen synthetische Daten insbesondere in folgenden Bereichen verstärkt zum Einsatz:

- **Digitales Marketing:** Für Testszenarien, die Erweiterung unterrepräsentierter Zielgruppen und die Entwicklung datenschutzkonformer KI-Modelle. Unternehmen reagieren damit auf das Ende von Third-Party-Cookies und setzen vermehrt auf First- und Zero-Party-Daten in Kombination mit synthetischen Daten, um personalisierte Kampagnen umzusetzen.
- **Gesundheitswesen:** Für die Krankheitserkennung und medizinische Forschung. Bis zu 60 % der Daten im Health-Bereich sind bereits synthetisch.^[1]
- **Finanzsektor:** Für Risikomodellierung, Betrugserkennung und Softwaretests ohne Verwendung sensibler Kundendaten.

Silicon Personas: Von echten Menschen zu simulierten Gruppen

Aus synthetischen Daten entstehen sogenannte Silicon Personas: KI-generierte Zielgruppen-Avatare, die kollektives Verhalten simulieren, Reaktionen antizipieren und Marketingstrategien vorab testen. Anders als Digital Twins, die individuelle Nutzerdaten abbilden, agieren Silicon Personas auf Segmentebene und repräsentieren typische Zielgruppencluster. In der

Schweiz wächst die Bereitschaft, solche Modelle einzusetzen – besonders in datenintensiven Branchen wie dem Einzelhandel, der Telekommunikation, dem Finanzwesen, dem Gesundheitssektor und im Marketing.^[2] Die hohe Nachfrage zeigt sich in der globalen Entwicklung: Der Markt für synthetische Daten wächst rasant und wird für 2025 auf rund 0,51 Milliarden USD geschätzt – mit einer jährlichen Wachstumsrate von über 39 %.

Testumgebungen und Integration: Pragmatischer Einstieg in die Praxis

Der Einsatz von Silicon Personas beginnt selten im Live-System. Meist werden sie zunächst in einer kontrollierten Umgebung eingesetzt, um Verhalten zu analysieren, Content auf Resonanz und Relevanz zu testen und Kampagnenideen zu validieren.

Erst nach erfolgreicher Simulation erfolgt die operative Integration – etwa über APIs, Attribut-Mappings oder Segment-Tags in CRM- und Marketing-Systeme. Dort verhalten sich Silicon Personas wie klassische Zielgruppen, unterscheiden sich aber durch ihren vorausschauenden, KI-basierten Charakter.

Gerade für Unternehmen mit fragmentierten Technologiestacks ist dieser pragmatische Ansatz zentral. Laut Studien verfügen viele Firmen noch nicht über skalierbare KI-Infrastrukturen – profitieren aber von modularen Integrationen, die keine Komplettumbauten erfordern.^[3]

Regulatorischer Rahmen: DSG und synthetische Daten

Seit dem 1. September 2023 regelt das revidierte Datenschutzgesetz (revDSG) die Nutzung von KI und Datenverarbeitung in der Schweiz. Im Unterschied zur DSGVO ist das revDSG weniger formalistisch, sieht aber bei Verstössen persönliche Haftung mit Geldbussen bis zu 250.000 CHF vor.

Für synthetische Daten gelten im Gegensatz zu personenbezogenen Daten weniger strenge Vorgaben, sofern keine Rückschlüsse auf reale Personen möglich sind. Dies macht sie besonders attraktiv für Schweizer Unternehmen, die Innovation und Datenschutz in Einklang bringen müssen.

Initiativen wie DigiSanté und der Aufbau von digitalen Gesundheitsdatenräumen fördern zudem gezielt den Einsatz synthetischer Daten im Gesundheitswesen – nicht zuletzt zur Verbesserung von Versorgung und Forschung.

Agentic AI und die nächste Stufe der Personalisierung

Silicon Personas ermöglichen heute präzise Segmentierung, Content-Testing und die Simulation von komplexem Zielgruppenverhalten. Sie entstehen künstlich, verhalten sich dynamisch und lassen sich automatisiert in bestehende Systeme integrieren.

Doch die nächste Evolutionsstufe geht über die rein reaktive Nutzung hinaus: Mit dem Konzept der Agentic AI treten nun intelligente Agenten auf den Plan, die nicht nur analysieren, sondern aktiv Entscheidungen treffen und Handlungen ausführen können.

Agentic AI beschreibt autonome Systeme, die auf Basis vordefinierter Ziele und Lernprozesse eigenständig Marketingprozesse orchestrieren – von der Auswahl geeigneter Kommunikationskanäle über die Optimierung von Inhalten bis hin zur Durchführung und Evaluation ganzer Kampagnen in Echtzeit. Sie vereinen Machine Learning, Entscheidungsbäume, Natural Language Processing und Reinforcement Learning zu einem kontinuierlichen Lern- und Handlungskreislauf.

Praxisbeispiel: Ein Agentic-System erkennt stagnierende Engagement-Raten bei einer Kundengruppe, testet automatisiert neue Ansprachen auf Social Media, passt den Content dynamisch an und verlagert die Kampagne auf den performanteren Kanal – alles ohne manuelles Eingreifen. Die Systeme agieren nicht auf der Ebene einfacher Regeln, sondern optimieren sich durch Feedbackschleifen und Ziel-KPI-Steuerung selbst.

Für Unternehmen eröffnet dies strategisch neue Perspektiven: Statt sich auf punktuelle Optimierungen zu beschränken, können Marketing-Ökosysteme künftig als lernende, adaptive Netzwerke gestaltet werden – ein essenzieller Vorteil in einem Markt, in dem Präzision, Qualität und Effizienz zentrale Wettbewerbsfaktoren darstellen. Gleichzeitig stellt Agentic AI erhöhte Anforderungen an Governance, Datenethik und Kontrollmechanismen. Nur wenn Datenschutz, Transparenz und Kundenzentrierung in der Systemarchitektur berücksichtigt sind, wird langfristig das Vertrauen der Nutzer*innen gesichert.

Neue Spielräume für Marketing-Innovationen

Silicon Personas und synthetische Daten markieren einen Wendepunkt für Unternehmen auf dem Weg zu skalierbarer, intelligenter Personalisierung. Sie ermöglichen hochgradig individuelle Kundenerlebnisse – ohne datenschutzrechtliche Kompromisse und ohne auf eine perfekte Datenbasis angewiesen zu sein. Unternehmen, die jetzt in modulare KI-Infrastrukturen, synthetische Datenmodelle und Agentic AI investieren, schaffen die Grundlage für nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit.

Von Dimitrios Haratsis, assoziierter Berater bei elaboratum

elaboratum

elaboratum suisse GmbH

Uraniastrasse 31 • 8001 Zürich
Telefon 076 42 33 525

Achtsamkeit – Heute. Hier. Jetzt.



Sonja Kupferschmid leitet als Co-Geschäftsführerin das Coachingzentrum in Olten.

Achtsamkeit lässt sich mit einem Zitat von Leo Tolstoi beschreiben: «Denke immer daran, dass es nur eine wichtige Zeit gibt: Heute. Hier. Jetzt.». Achtsamkeit hat in den letzten Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen und wird oft als "Allheilmittel" für die Herausforderungen des modernen Lebens beschrieben. Sie eröffnet neue Wege, um bewusster und erfüllt zu leben.

Mit vollem Bewusstsein im Hier und Jetzt zu sein, mag einfach klingen, doch in einer Welt voller Ablenkungen fällt es vielen schwer. Kinder beherrschen diese Kunst noch instinktiv: Sie gehen in ihren Tätigkeiten auf, sind präsent und neugierig. Leider verlieren wir diese Fähigkeit mit der Zeit und übernehmen stattdessen die rastlosen Muster des Erwachsenenlebens. Die gute Nachricht? Mit gezieltem Training lässt sich Achtsamkeit wieder kultivieren.

Bewusst im Hier und Jetzt ohne Wertung

Achtsamkeit besteht aus drei Komponenten:

1. Das bewusste Fokussieren
2. Das Hier und Jetzt und
3. Das Nicht-bewerten

Es geht darum, sich auf den gegenwärtigen Moment zu konzentrieren, ohne zu bewerten oder etwas verändern zu wollen. Konkret bedeutet das, bewusst wahrzunehmen, was gerade geschieht: «Ich sehe einen Hund mit weissem Fell. Mein Magen knurrt. Ich rieche den Duft von frisch gebackenen Brezeln.»

Achtsam sein können Sie bei allen Tätigkeiten: Gehen, Essen, Atmen oder sogar beim Geschirrspülen. Eine gute Einstiegsübung ist bewusstes Atmen: Konzentrieren Sie sich nur auf Ihre Atmung, ohne diese verändern zu wollen. Wenn Ihre Gedanken abschweifen, bemerken Sie dies einfach und kehren zur Atmung zurück.

Was die Wissenschaft über Achtsamkeit sagt

Die wissenschaftlich nachgewiesenen Vorteile

regelmässiger Achtsamkeitspraxis sind beeindruckend. Menschen werden nachweislich wacher und aufmerksamer in ihrem täglichen Leben. Sie entwickeln eine bessere Stress-Resistenz und bewältigen belastende Situationen gelassener.

Achtsamkeitsübungen haben messbare körperliche Effekte: Sie stärken das Immunsystem und verändern sogar bestimmte Gehirnbereiche. Die Amygdala, verantwortlich für Ängste, schrumpft, während der Hippocampus, wichtig für das Gedächtnis, wächst. Zudem entwickeln Menschen durch regelmässige Achtsamkeitspraxis mehr Wohlbefinden – gegenüber sich selbst und anderen. All dies führt zu mehr Lebensfreude und Zufriedenheit.

Achtsamkeit im Alltag leben

Achtsamkeit lässt sich mit einfachen, aber wirkungsvollen Methoden in Ihren Alltag integrieren:

- Alltagsroutinen bewusster gestalten: Nehmen Sie beim Duschen, beim Morgenkaffee oder auf dem gewohnten Spaziergang bewusst alle Sinneseindrücke wahr.
- Atempausen einlegen: Bewusstes Atmen kann jederzeit praktiziert werden und hilft, in stressigen Situationen zur Ruhe zu kommen.
- Achtsam essen: Konzentrieren Sie sich vollständig auf Ihre Mahlzeit, anstatt nebenbei aufs Smartphone zu schauen oder Zeitung zu lesen.
- Digital Detox: Planen Sie regelmässige Auszeiten von digitalen Geräten, um präsenter im Moment zu sein.
- Dankbarkeit üben: Nehmen Sie sich täglich Zeit, um über drei Dinge nachzudenken, für die Sie dankbar sind.

Achtsamkeit trainieren durch die 5-4-3-2-1-Übung

Mit dieser einfachen Übung können Sie jederzeit und überall in den gegenwärtigen Moment zurückkehren:

- Nennen Sie 5 Dinge, die Sie sehen können
- Nennen Sie 4 Dinge, die Sie hören können
- Nennen Sie 3 Dinge, die Sie spüren können
- Nennen Sie 2 Dinge, die Sie riechen können
- Nennen Sie 1 Ding, das Sie schmecken können

Das Besondere: Die Übung spricht alle Sinne an und hilft Ihnen, in die Gegenwart zurückzukehren. Wichtig ist, die wahrgenommenen Dinge nicht zu bewerten, sondern sie einfach zu bemerken. Mit regelmässiger Anwendung lernen Sie, Ihre Aufmerksamkeit bewusster zu steuern, was zu mehr Achtsamkeit und besserer Stressbewältigung führt.

Die Mañana-Kompetenz: Ihr persönlicher Weg zur Achtsamkeit

Die Mañana-Kompetenz bietet einen erfrischend individuellen Ansatz. Statt standardisierter Techniken setzt sie bei Ihren persönlichen Wohlmomenten an – sei es ein warmes Bad, ein Treffen mit Freunden oder ein Spaziergang in der Natur.

Es geht darum, diese individuellen Momente des Wohlbefindens bewusst in Ihren Alltag zu integrieren. Dies geschieht durch kleine, regelmässige Auszeiten, die Ihren Tag strukturieren – bewusst gestaltete Mittagspausen, ein achtsames Feierabend-Ritual oder kurze Momente der Besinnung zwischendurch.

Hilfreich sind persönliche Erinnerungshilfen – etwa ein besonderes Bild am Arbeitsplatz oder ein bedeutungsvoller Gegenstand, der Sie an das gewünschte Wohlfühlgefühl erinnert. Die Mañana-Kompetenz zeigt: Achtsamkeit muss nicht kompliziert sein, sondern findet sich in den kleinen, persönlichen Momenten des Alltags.

Starten Sie heute mit mehr Achtsamkeit

Beginnen Sie mit kleinen Schritten. Vielleicht mit einer bewussten Tasse Tee am Morgen oder drei tiefen Atemzügen vor wichtigen Gesprächen. Entdecken Sie, welche Achtsamkeitsübungen zu Ihnen passen und integrieren Sie diese nach und nach in Ihren Alltag.

Das Wichtigste: Es geht nicht um Perfektion, sondern um regelmässige Übung. Mit der Zeit werden Sie merken, wie Sie gelassener, präsenter und zufriedener durch den Alltag gehen.

Die Autorenschaft

Sonja Kupferschmid leitet als Co-Geschäftsführerin das Coachingzentrum in Olten. Die Arbeits- und Organisationspsychologin verbindet Expertise in Persönlichkeitsentwicklung mit fundierter Praxiserfahrung.

Pascal von Känel studiert Klinische Psychologie und Gesundheitspsychologie an der Universität Bern und bringt Erfahrungen aus Bildungswesen und Psychiatrie ein.



CZO Coachingzentrum Olten GmbH

Konradstrasse 30 · 4600 Olten

Telefon 062 926 43 93 · www.coachingzentrum.ch

Altersdiversität und Unternehmenskultur: Vielfalt als Schlüssel zum Erfolg

von Andrea Nussbaumer, Gesundheitsförderung Schweiz



Image by [Joseph Mucira](#) from [Pixabay](#)

In der heutigen Arbeitswelt treffen mehrere Generationen aufeinander – eine Chance, die Unternehmen aktiv nutzen sollten. Altersdiversität steigert Innovationskraft, Teamdynamik und Wissenstransfer. Doch Vorurteile und fehlende Strategien stehen dem oft im Weg. Wie gelingt es, altersübergreifende Teams erfolgreich zu gestalten? Ein durchdachtes betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) bietet Lösungen.

Die Schweizer Arbeitswelt erlebt einen tiefgreifenden demografischen Wandel. Während ältere Mitarbeitende länger im Erwerbsleben bleiben, drängen junge Generationen mit neuen Erwartungen in den Arbeitsmarkt. Unternehmen stehen vor der Herausforderung, eine Arbeitsumgebung zu schaffen, in der verschiedene Generationen produktiv und harmonisch zusammenarbeiten.

Wenn Unternehmen gezielt altersgemischte Teams fördern, profitieren sie erstens von gesteigerter Innovationskraft. Ältere Mitarbeitende bringen wertvolle Fachkenntnisse und Branchenwissen mit, während Jüngere technologische Kompetenz und neue Ideen einbringen. Zweitens wird die Anpassungsfähigkeit gefördert. Gemischte Teams können besser mit Veränderungen umgehen, da sie auf unterschiedliche Perspektiven und Bewältigungsstrategien zurückgreifen können. Drittens kann dies zu einer gesunden Unternehmens-

kultur führen. Unternehmen, die auf eine inklusive und wertschätzende Unternehmenskultur setzen, fördern die Motivation und Loyalität ihrer Angestellten.

Doch um dieses Potenzial zu nutzen, müssen Unternehmen Vorurteile abbauen und Rahmenbedingungen für eine erfolgreiche Zusammenarbeit schaffen.

Herausforderungen und Vorurteile abbauen

Trotz der Vorteile hält sich in vielen Unternehmen ein stereotypisches Denken über verschiedene Altersgruppen: Ältere Mitarbeitende werden oft als weniger flexibel und weniger technikaffin wahrgenommen. Jüngeren Mitarbeitenden wird gelegentlich eine geringere Loyalität oder mangelnde Erfahrung unterstellt. Diese Vorurteile sind wissenschaftlich nicht haltbar und können gezielt abgebaut werden. Ein erster Schritt ist, eine Unternehmenskultur zu fördern, in der gegenseitiges Lernen, Austausch und Wertschätzung im Mittelpunkt stehen.

Eine altersfreundliche Personalpolitik umfasst beispielsweise:

- Förderung altersgemischter Teams zur Stärkung des Wissenstransfers

- Gezielte Weiterbildung für alle Altersgruppen, um lebenslanges Lernen zu ermöglichen
- Mentoring-Programme, in denen ältere Mitarbeitende ihr Wissen weitergeben und von Jüngeren digitale Kompetenzen erwerben
- Flexible Karrieremodelle, die individuelle Lebensphasen berücksichtigen

Betriebliches Gesundheitsmanagement als Schlüssel zur Integration

Ein erfolgreiches BGM, also die systematische Optimierung relevanter Faktoren für die Gesundheit im Betrieb, trägt entscheidend dazu bei, altersgemischte Teams zu integrieren und langfristige Arbeitsfähigkeit zu gewährleisten. Wichtige Massnahmen eines zukunftsorientierten BGM könnten sein:

- Flexible Arbeitsmodelle: Teilzeitangebote und Homeoffice-Optionen für verschiedene Lebensphasen oder Sabbaticals oder gleitende Übergänge in die Rente für ältere Mitarbeitende
- Gezielte Weiterbildungsangebote: Programme zur Entwicklung digitaler Kompetenzen für Ältere, Laufbahnentwicklung für Jüngere, um langfristige Karriereperspektiven zu schaffen

- Gesundheitsfördernde Massnahmen: Präventionsprogramme für Stressmanagement und psychische Gesundheit, ergonomische Arbeitsplätze, die den Bedürfnissen aller Altersgruppen gerecht werden

Unternehmen, die diese Massnahmen konsequent umsetzen, können nicht nur ihre Attraktivität als Arbeitgebende steigern, sondern auch langfristig ihre Produktivität sichern.

Unternehmenskultur als Erfolgsfaktor für Altersdiversität

Eine offene und wertschätzende Unternehmenskultur ist die Grundlage dafür, dass Altersdiversität nicht nur geduldet, sondern aktiv gelebt wird. Führungskräfte spielen hierbei eine entscheidende Rolle. Sie setzen den Rahmen für eine offene Kommunikation und einen respektvollen Austausch zwischen den Generationen. Sie sind zudem in der Lage individuelle Stärken zu erkennen und diese gezielt einzusetzen. Besonders wichtig ist, dass Unternehmen aktiv auf die Bedürfnisse verschiedener Altersgruppen eingehen und gezielt Massnahmen ergreifen, um eine produktive Zusammenarbeit zu ermöglichen.



BGM-Tagung 2025: Best Practices für Altersdiversität erleben

Wie können Unternehmen Altersdiversität erfolgreich gestalten? Welche Best Practices gibt es? Und wie können Organisationen eine generationenfreundliche Unternehmenskultur etablieren?

Antworten auf diese und viele weitere Fragen gibt es an der BGM-Tagung 2025.

Datum: Dienstag, 26. August 2025

Ort: Kursaal Bern

Mehr Informationen und Anmeldung: www.bgm-tagung.ch

Nutzen Sie die Gelegenheit, um sich mit Fachleuten auszutauschen und wertvolle Impulse für Ihr Unternehmen zu gewinnen.

Die BGM-Tagung wird organisiert von Gesundheitsförderung Schweiz, einer Stiftung, die von Kantonen und Versicherern getragen wird. Mit gesetzlichem Auftrag initiiert, koordiniert und evaluiert sie Massnahmen zur Förderung der Gesundheit und zur Verhütung von Krankheiten (Krankenversicherungsgesetz, Art. 19).

www.gesundheitsfoerderung.ch



Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

Gesundheitsförderung Schweiz

Wankdorfallee 5 • 3014 Bern

Tel. 031 350 04 04

Wie Führungskräfte in turbulenten Zeiten ihre Entscheidungsschwäche überwinden

von Christof Zill



Christof Zill

Von der Stärke der Entscheidungsschwachen

In der Theorie sind Entscheider stark. Sie wägen ab, treffen mutige Urteile, tragen Verantwortung. Doch gerade in Zeiten multipler Krisen – Lieferkettenstress, Personalengpässe, Disruption von Geschäftsmodellen – zeigt sich eine andere Realität: Zunehmend berichten Führungskräfte hinter vorgehaltener Hand, dass sie sich entscheidungsschwach fühlen. Nicht aus Mangel an Kompetenz, sondern wegen eines inneren Lärms, der Klarheit verhindert.

Diese Entscheidungsschwäche könnte man – paradoxerweise – als Ausdruck von Kompetenz deuten: Sie zeugt davon, dass jemand die Tragweite seiner Entscheidung wirklich erfasst. Denn nur Unentscheidbares verlangt eine Entscheidung. Entscheidbares – etwa die Wahl zwischen einer klar besseren und einer schlechteren Alternative – lässt sich durch Analyse, Heuristik oder Erfahrungswissen auflösen.

Doch viele unternehmerische Entscheidungen fallen nicht in diese Kategorie. Sie bewegen sich in unscharfen, komplexen oder sich rasch wandelnden Systemumfeldern – und damit jenseits klassischer binärer Entscheidungslogik. Genau hier liegt der Knackpunkt: Unsicherheit ist nicht das Problem – unser Verhältnis zu ihr ist es.

Bevor Führungskräfte zu neuer Entscheidungskraft zurückfinden, brauchen sie eine andere Kompetenz: Unsicherheitskompetenz – also die Fähigkeit, mit innerer Ruhe durch äussere Unklarheit zu navigieren, statt sich durch lähmende Grübeleien selbst zu blockieren oder verkrampft nach Sicherheit zu suchen, wo keine zu finden ist.

Entscheidungskraft lässt sich also zurückgewinnen – wenn auch nicht durch noch mehr Marktanalysen, sondern durch Selbstklärung.

Von aussen nach innen: Warum rationale Modelle nicht reichen

Viele Entscheidungshilfen zielen auf die externe Logik: Pro-und-Contra-Listen, SWOT-Analysen, Szenarien. Sie strukturieren die äussere Welt. Doch wenn sich eine Entscheidung trotz sorgfältiger Analyse nicht treffen lässt, liegt das Hindernis meist im Inneren. Dann spricht nicht der Verstand – sondern ein inneres Stimmengewirr: Ein Anteil will Sicherheit, ein anderer drängt auf Mut. Einer fürchtet das Scheitern, der nächste das Verpassen. Was wir dann erleben, ist kein Denkfehler, sondern ein emotionales Vielklang-Chaos, das noch keine Form gefunden hat.

Fallbeispiel: Entscheidungslähmung in der Geschäftsleitung

Ein Geschäftsführer eines produzierenden KMU steht vor einer strategischen

Weichenstellung. Zwei Optionen liegen auf dem Tisch: eine kostenintensive, zukunftsichere Automatisierung – oder eine risikoärmere Prozessoptimierung mit dem Bestandspersonal. Beide Wege sind plausibel, gut vorbereitet, mehrfach geprüft. Und doch: Die Entscheidung zieht sich über Monate. Im Coaching sagt er: „Ich will nichts falsch machen. Aber je länger ich warte, desto mehr schwindet mein Handlungsspielraum.“

Wir entscheiden uns gegen weitere Analysen – und wenden die Selbstklärungskette an. Sie dient als strukturierter Erkenntnisweg, um die inneren Dynamiken sichtbar zu machen, die seine Blockade nähren.

Die Selbstklärungskette: Sechs Schritte zur inneren Entscheidungsklarheit

1. Thema benennen – den Nebel fokussieren

Nicht: „Ich weiss nicht, was ich tun soll“, sondern präziser: „Was blockiert mich, mich für die Automatisierung zu entscheiden?“ Diese Präzisierung schafft einen psychologischen Zielpunkt.

2. Innere Stimmen sichtbar machen

Der Geschäftsführer taucht in eine typische Grübel-Szene ein und notiert – ungefiltert – seine real erlebten Gedanken-Gefühls-Kombinationen:

- „Ich weiss nicht, wie ich mich entscheiden soll.“ (*Orientierungslosigkeit*)
- „Wenn ich danebenliege, zahle ich den Preis.“ (*Angst, Druck*)
- „Ich enttäusche die Erwartungen, die man in mich gesetzt hat.“ (*Schuld*)
- „Ich werde aber dafür bezahlt, richtige Entscheidungen zu treffen.“ (*Forderung, Leistungsdruck*)
- „Bevor ich mich falsch entscheide, entscheide ich besser erstmal nicht.“ (*Vermeidung*)
- „Dann arbeite ich eben noch mehr. Irgendwie muss ich es ja wiedergutmachen.“ (*Selbstbestrafung*)

3. Prozesslogik erkennen – aus dem Chaos eine Kette machen

Jetzt beginnt das Puzzeln. Was ist inneres Erleben – was ist Reaktion? Welche Stimme folgt welcher?

Beispielhaft:

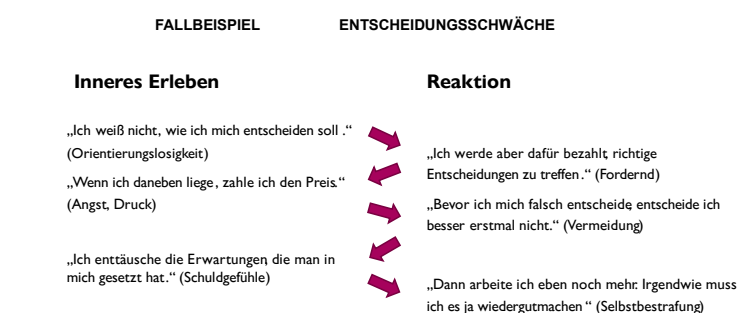
- „Ich weiss nicht, wie ich mich entscheiden soll.“ (*Erleben*)
- „Ich werde dafür bezahlt, richtige Entscheidungen zu treffen.“ (*Reaktion*)
- „Ich entscheide besser erstmal nicht.“ (*Vermeidungsreaktion*)

So entsteht eine innere Ablaufkette, die zeigt: Nicht die Komplexität der Entscheidung ist das Problem – sondern das inwendige Knäuel aus Ambivalenz, Angst und innerem Druck

4. Lücken aufspüren – der blinde Fleck

Oft fehlt ein zentrales Glied: ein unangenehmes Gefühl, das wir nicht spüren wollen. In diesem Fall: eine tief verankerte Versagensangst. Die Wurzel vieler Vermeidungsstrategien ist nicht Faulheit oder Unentschlossenheit – sondern der Versuch, sich selbst nicht zu enttäuschen. Wer das erkennt, gewinnt einen neuen Zugang zur eigenen Entscheidungssituation.

Abb. Fallbeispiel Ablaufkette Entscheidungsschwäche



5. Neue Kette entwickeln – das innere Skript umschreiben

Zentrale Überzeugungen werden überprüft. Aus „Ich muss allein entscheiden“ wird: „Teamentscheidungen sind in komplexen Lagen besser als Einzelentscheidungen.“

Darauf aufbauend entsteht eine neue innere Kette:

- „Ich darf mir Unterstützung holen.“ (*innere Erlaubnis*)
- „Ich bespreche mit meinem Führungsteam Szenarien.“ (*Handlungsimpuls*)
- „Wir treffen eine abgestufte Entscheidung mit Exit-Option.“ (*neue Handlungskompetenz*)

6. Integration – aus Einsicht wird Führungskraft

Der Geschäftsführer testet die neue Kette im Alltag. In der nächsten Leitungsrunde benennt er seine Ambivalenz offen und lädt das Team ein, Perspektiven mitzuentwickeln. Das Ergebnis: Die Entscheidung fällt nicht in einem Wurf, aber in Etappen – getragen vom Team. Rückblickend sagt er:

„Ich habe nicht nur eine Entscheidung getroffen. Ich habe Führung zurückgewonnen.“

Fazit: Entscheidungskraft beginnt mit innerer Ordnung – und endet in geteilter Verantwortung

Entscheidungsschwäche ist kein Zeichen von Führungsschwäche – sondern oft Ausdruck einer komplexen äusseren wie inneren Realität. In turbulenten Zeiten sind es nicht nur die Märkte, die uns fordern – sondern auch die eigenen inneren Widersprüche. Die Selbstklärungskette bietet einen Weg, diese Widersprüche zu klären und zu transformieren, sodass wir uns mit ungeteilter Aufmerksamkeit mit den Herausforderungen beschäftigen können – und nicht mehr mit uns.

Kurzinfo zum Tool

Die Selbstklärungskette ist ein (Selbst-)Coaching-Tool für Führungskräfte in Entscheidungs- oder Konfliktsituationen. Sie strukturiert das innere Erleben in einer logischen Prozesskette und fördert so Klarheit, Selbstführung und emotionale Resilienz.

Weitere Informationen: www.das-k-team.com

Christoph Zill

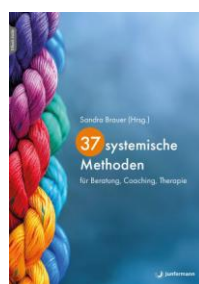


Christoph Zill ist Diplom-Pädagoge, Coach und Mediator mit über 20 Jahren Erfahrung in Konfliktklärung, Führungskräfteentwicklung und wertebasierter Zusammenarbeit. Als zertifizierter Klärungshelfer kombiniert er Mediation, hypnosystemische Beratung und Organisationsentwicklung. Seine Erfahrung als Musiker prägt seinen Coaching-Ansatz im Zusammenspiel von Emotionen, Kognition und Selbstklärung. Die von ihm entwickelte Selbstklärungskette wurde 2024 als Finalist beim Psychologie Award ausgezeichnet.

„37 systemische Methoden für Beratung, Coaching, Therapie“

Das Buch „37 systemische Methoden für Beratung, Coaching, Therapie“ bietet eine praxisnahe Sammlung bewährter und innovativer Methoden, die in verschiedenen professionellen Kontexten eingesetzt werden können.

Christoph Zill stellt in seinem Beitrag die **Selbstklärungskette** vor – eine Methode, die hilft, emotionale und kognitive Muster zu erkennen und gezielt neue Handlungsoptionen zu entwickeln. Sein Ansatz ermöglicht Perspektivwechsel und unterstützt dabei, innere Klarheit zu gewinnen.



37 systemische Methoden für Beratung, Coaching, Therapie

Verlag: Junfermann

Zum Buch: www.junfermann.de

Erscheinungstermin: Juni 2025

Der Klimawandel und seine Risiken für Schweizer KMU



Bild: ZVG von EBP

Der Klimawandel ist längst keine abstrakte Bedrohung mehr. Hitzeperioden, Starkniederschläge oder schneearme Winter sind auch in der Schweiz spürbar.

Zunehmend treffen die Folgen des Klimawandels auch Unternehmen. Die Erwartungen an Unternehmen klimafreundlich zu wirtschaften steigen stetig, Extremwetterereignisse führen zu Unterbrüchen in der Lieferkette oder die zunehmende Hitze belastet die Mitarbeitenden. Der Klimawandel birgt diverse Risiken für Unternehmen mit teils drastischen Folgen. Solche Klimarisiken zu kennen und Wege zu identifizieren, um mit ihnen umzugehen ist daher hochrelevant – gerade auch für KMU.

Welche Klimarisiken gibt es?

Klimarisiken lassen sich in zwei Hauptkategorien einteilen: physische Risiken und Transitionsrisiken.

Physische Risiken entstehen durch wetterbedingte Schäden oder langfristige Klimaveränderungen. Dazu

zählen beispielsweise akut auftretende Extremereignisse wie Stürme, Überschwemmungen, Hagel, Waldbrände oder Hitzewellen ebenso wie schleichende, chronische Veränderungen des Klimas. Letztere umfassen etwa den allmählichen Temperaturanstieg, häufigere Trockenperioden, die Reduktion der Schneedecke in den Alpen, steigende Meeresspiegel sowie Veränderungen in Ökosystemen und Wasserverfügbarkeit. Physische Risiken wirken sich direkt auf Produktionsanlagen, Lieferketten, Infrastruktur und Mitarbeitende aus: Fabriken können durch Überflutungen beschädigt, Transportwege unterbrochen oder Kühlungsanlagen bei Hitzewellen überlastet werden. Gleichzeitig steigen Versicherungsprämien oder Deckungslücken, weil Schäden teurer und häufiger werden. Unternehmen müssen deshalb ihre Standorte, Prozesse und Notfallpläne kritisch prüfen, um widerstandsfähig gegenüber den zunehmenden physischen Auswirkungen des Klimawandels zu bleiben.

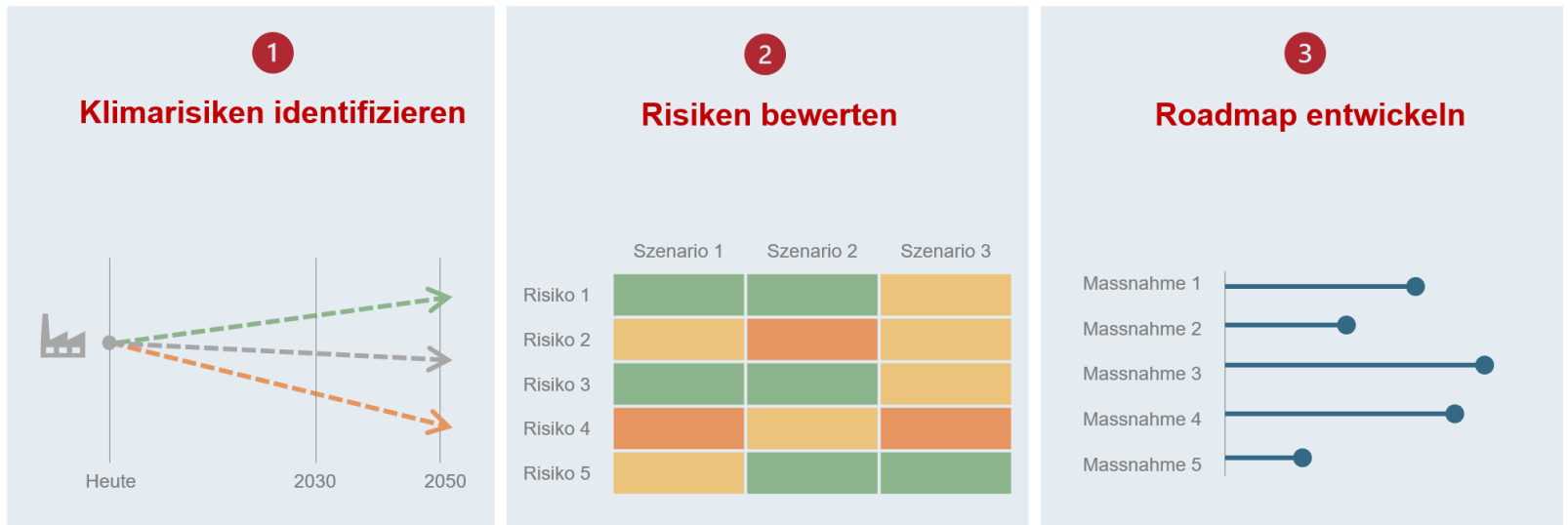
Neben den direkten Schäden gibt es auch sogenannte Transitionsrisiken, die durch den Wandel hin zu einer klimafreundlichen Wirtschaft entstehen. Staaten, Unternehmen und Gesellschaften weltweit ergreifen Massnahmen, um Treibhausgasemissionen

zu reduzieren und Klimaziele zu erreichen. Dieser Wandel bringt neue Gesetze, strengere Umweltvorgaben, technologische Veränderungen und veränderte Marktanforderungen mit sich. Für Unternehmen bedeutet das: Wer sich nicht rechtzeitig anpasst, läuft Gefahr, Aufträge zu verlieren, höhere Kosten zu tragen oder von Kundenschaft und Partnerinnen und Partner gemieden zu werden. Auch in der Schweiz steigen die Anforderungen, etwa durch CO₂-Abgaben, neue Transparenzpflichten oder Vorgaben in Ausschreibungen oder Lieferantenverträgen.

Neben Risiken können sich auch Chancen für Unternehmen im Zusammenhang mit dem Klimawandel und dem Übergang zu einer CO₂-armen Gesellschaft ergeben. Dazu gehören beispielsweise die Entwicklung neuer Produkte oder Technologien, welche helfen Emissionen zu reduzieren oder neue Geschäftsmodelle im Bereich der Kreislaufwirtschaft.

Fallbeispiel Stadler Rail

Dass der Klimawandel bereits heute ernstzunehmende Folgen für ein Unternehmen haben kann, illustriert das Beispiel Stadler Rail. Die Firma wurde im Jahr 2024 gleich von drei Unwettern massiv getrof-



fen. So führten Überschwemmungen im Wallis, in Österreich und in Spanien zu massiven Produktionsunterbrüchen, Lieferverzögerungen und Herausforderungen in der Beschaffung. Unter anderem als Folge dieser Katastrophen sank der Umsatz von Stadler Rail im letzten Jahr um rund 10% **(1)**. Auch KMU können direkt von ähnlichen Ereignissen getroffen werden oder indirekt betroffen sein, wenn sie Firmen wie Stadler Rail beliefern oder von ihnen Produkte beziehen.

So können KMU mit den Risiken umgehen

Um Klimarisiken zu adressieren sind drei Schritte notwendig:

- 1. Klimarisiken identifizieren:** Das KMU identifiziert diejenigen Klimarisiken, die sich für sein Unternehmen langfristig in unterschiedlichen Szenarien der Klimaentwicklung ergeben. Dazu analysiert das KMU beispielsweise, inwiefern eigene Produktionsstandorte heute oder in Zukunft von Überflutungen betroffen sein könnten oder wie stark das KMU von gesetzlichen Veränderungen wie steigenden CO₂-Preisen betroffen wäre. Wichtig ist es, diese Analyse gezielt für das eigene Unternehmen mit seinen spezifischen Standorten, Geschäftsfeldern, Lieferketten, Kundschaft und weiteren Stakeholdern durchzuführen.
- 2. Klimarisiken bewerten:** Im nächsten Schritt werden die identifizierten Risiken bewertet. Dazu analysiert das KMU, wie wahrscheinlich es ist, dass das Klimarisiko eintritt und wie hoch der erwartete Schaden ist. Dies erlaubt es, die wirklich relevanten Risiken zu identifizieren.
- 3. Roadmap entwickeln:** Hat das KMU die relevanten Risiken identifiziert, kann eine Roadmap mit konkreten Massnahmen zur Minderung der Risiken und einem konkreten Umset-

zungsplan entwickelt werden. Mögliche Massnahmen können dabei sein, die eigenen CO₂-Emissionen zu erfassen und zu reduzieren, die Lieferkette zu diversifizieren, Mitarbeitende gegen Hitze zu schützen oder in den Schutz der eigenen Gebäude vor Extremereignissen zu investieren.

Diese Schritte können KMU in unterschiedlichem Detailgrad durchführen, entweder in Eigenregie oder mit externer Unterstützung. Die Analyse kann dabei unterschiedlich aufwändig sein. Dies reicht von einem einfachen «Quick-Check» in Form eines Fragebogens, zu Workshops mit unterschiedlichen Personen des Unternehmens bis hin zu komplexen Modellierungen.

Eine vereinfachte Analyse ist dabei auch für KMU mit begrenztem Budget möglich und bietet zahlreiche Chancen.

Warum sollte sich ein Unternehmen mit diesen Risiken beschäftigen?

Die Auseinandersetzung mit Klimarisiken lohnt sich auch für KMU aus verschiedenen Gründen.

7. Finanzielle Auswirkungen vermeiden

Treffen Klimarisiken wie Extremwetterereignisse plötzlich ein, kann dies zu hohen direkten Schäden und zu Folgekosten wie Reparaturen, Lieferverzögerungen oder Produktionsausfällen führen. Ist man sich der Risiken bewusst, kann man diese im Voraus reduzieren oder Vorbereitungen treffen, um im Ernstfall schnell zu reagieren.

8. Gesetzliche Vorgaben nehmen zu

Sowohl auf Bundesebene (z. B. Klima- und Innovationsgesetz) als auch durch internationale Vor-

gaben Vorgaben (EU-Taxonomie, CSRD) steigt der Druck auf Unternehmen, ihre Emissionen zu senken und Nachhaltigkeit nachzuweisen.

9. Chancen nutzen – Wettbewerb stärken

Klimaschutz ist auch ein Innovationstreiber. Unternehmen, die frühzeitig auf nachhaltige Prozesse und Produkte setzen, können:

- neue Märkte erschliessen (z. B. klimafreundliche Dienstleistungen)
- für Kundinnen und Kunden sowie Investorinnen und Investoren attraktiver werden
- ihre Wettbewerbsfähigkeit langfristig sichern

Fazit & Ausblick

Klimarisiken sind real – und betreffen auch KMU in der Schweiz. Wer frühzeitig handelt, kann nicht nur Schäden vermeiden, sondern auch neue Chancen nutzen. Der erste Schritt ist die Auseinandersetzung mit den eigenen Risiken – und das lohnt sich.

Denn: Wer Risiken kennt, kann besser entscheiden. Wer jetzt handelt, bleibt wettbewerbsfähig.

EBP  **CLIMADA Technologies**

EBP Schweiz AG

Mühlebachstrasse 11 • 8032 Zürich

Tel. 044 395 16 16

www.ebp.global

Unsere Partner im Bereich Aus- und Weiterbildung

Eines der vorrangigen Ziele des Schweizerischen KMU Verbandes ist die Aus- und Weiterbildung der Mitglieder. Unsere Partner im Bereich Aus- und Weiterbildung, bieten ein umfangreiches Angebot an verschiedensten Themen an.

| | |
|--|--|
| atlas business language | Als Mitglieder des Schweizerischen KMU Verbandes erhalten Sie die ersten beiden Lektionen eines Sprachkurses kostenlos |
| 3P Professionals | – |
| BWL Institut Basel | Als Mitglieder des Schweizerischen KMU Verbandes erhalten Sie auf alle Lehrgänge des BWL Institut Basel einen Rabatt von 10% |
| Coachingzentrum Olten GmbH | – |
| Executive School der Universität St. Gallen | 10 % Rabatt für SKV Mitglieder auf die Diplomlehrgänge WRM-HSG und MLP-HSG |
| Fachhochschule Graubünden | – |
| Fachhochschule Nordwestschweiz | – |
| Freiraum Strategen | – |
| Gefahrgut-Shop | – |
| iffb Institut für Finanzbildung | – |
| Rochester-Bern Executive MBA | – |
| SERV Schweizerischer Exportrisikoversicherung | – |
| STAUFEN.INOVA AG | 10% Rabatt für SKV Mitglieder auf alle Seminare |
| SVEB Schweizerischer Verband für Weiterbildung | – |
| Swiss Coaching Association | – |
| ZHAW MarTech Lab | – |

Anzeigen



eBill

**Deine Rechnung.
Einfach bezahlt.**

Die digitale Rechnung für die Schweiz.

[Jetzt informieren](#)

S/4HANA-Umstieg auf später verschoben? Warum Schweizer Unternehmen nicht länger warten sollten



Patrick Sommer, Managing Director bei CNT Management Consulting

Für viele Schweizer Unternehmen ist es ein Projekt, das sie schon lange vor sich herschieben: der Umstieg von SAP-Altsystemen auf S/4HANA. Gründe wie fehlende Ressourcen oder die Befürchtung, dass Geschäftsprozesse gestört werden könnten, führten dazu, dass viele Schweizer Betriebe dieser notwendigen Massnahme bislang keine Priorität eingeräumt haben. Eine Umfrage aus 2024 zeigt: Erst ein Viertel der Schweizer Unternehmen hat die Umstellung hinter sich gebracht. Mit der kürzlich angekündigten Verlängerung des Wartungszeitraums für SAP ECC bis 2033 scheint der Druck zunächst geringer – doch der Schein trügt. Warum dringend Handlungsbedarf besteht und von welchen Vorteilen Schweizer Betriebe nach dem Systemwechsel profitieren, erläutert Patrick Sommer, Managing Director des Beratungsunternehmens CNT Management Consulting in der Schweiz.

Laut einer KPMG-Studie aus 2024 nutzen über 70 Prozent der befragten Schweizer Unternehmen S/4HANA noch nicht produktiv: Ein Viertel hat zwar bereits migriert, ein Drittel ist in der Umsetzung und 28 Prozent planen den Umstieg – 15 Prozent haben allerdings derzeit keine Migration vorgesehen (1). Nun – nach Forderungen der Kund:innen die Frist mit Ende 2027 zu verlängern – wird der Support für SAP ECC verlängert. «Das gibt vor allem Unternehmen mit grossen SAP-Landschaften mehr Zeit – doch die Fristverlängerung ist an Bedingungen geknüpft. Ein zeitnahe

Wechsel auf S/4HANA bleibt die beste Lösung», ist Patrick Sommer von CNT Management Consulting überzeugt. Denn die Standard-Wartung für ältere ERP-Systeme endet weiterhin 2027, mit der teureren Extended Maintenance erst 2030. «Eine Fristverlängerung bis 2033 gilt nur für SAP ECC. Die Systeme müssen auf einer HANA-Datenbank laufen, andere Datenbanken werden nicht unterstützt. Auch der alte Java-Stack kann nicht übernommen werden», so Sommer weiter. Das neue Angebot sei zudem an Bedingungen geknüpft: Unternehmen müssen sich langfristig an SAP binden und sich für einen Wechsel auf RISE with SAP entscheiden. Zudem drohe eine erweiterte Gebühr von 2031 bis 2033. «Kurzfristig mag es sinnvoll erscheinen, alte Systeme noch am Laufen zu halten. Doch auf lange Sicht kostet es Unternehmen mehr Zeit, Geld und Innovationskraft», zeigt sich der Managing Director überzeugt.

Das Ende rückt näher – Was nun die ersten Schritte sind

Mit der Verlängerung schafft der Softwarekonzern vor allem eine Übergangsfrist für grosse Unternehmen mit einer komplexen Systemlandschaft. Für Schweizer Betriebe, die mit einem einzelnen SAP-System arbeiten, sollte laut Sommer eine Umstellung vor 2030 durchaus realisierbar sein. Er rät als ersten Schritt dazu, die Dringlichkeit der Migration im Unternehmen umfassend zu kommunizieren, um ein Bewusstsein dafür zu schaffen. «Betriebe sollen zudem die Vorteile von S/4HANA, wie Echtzeitdaten und die Optimierung und Automatisierung von Geschäftsprozessen, verinnerlichen. Es benötigt ausserdem nicht nur eine klare Strategie, welche die Geschäftsziele des Unternehmens berücksichtigt, sondern auch eine umfassende Analyse der aktuellen SAP-Systemlandschaft», so Sommer. Er empfiehlt, nicht mehr benötigte Daten zu archivieren oder zu löschen und die Datenqualität zu verbessern, um eine reibungslose Migration zu gewährleisten. Zum zeitlichen Aufwand äussert sich der Managing Director: «Generell dauert die Umstellung zwischen 12 und 36 Monaten, wobei kleinere Unternehmen diese möglicherweise in bis zu 18 Monaten abschliessen können. Komplexere Systeme in grossen Betrieben benötigen hingegen eher bis zu 36 Monate.» Wichtig zu beachten sei dabei, dass die Vorbereitungsphase, in welcher die Strategie und die Bestandsaufnahme erfolgen, einen wesentlichen Teil dieses gesamten Zeitplanes ausmache.

Warum jetzt schon handeln, wenn vermeintlich noch Zeit bleibt?

Mit Blick auf die Fristen, erscheint der Handlungsbedarf für Schweizer Unternehmen derzeit noch nicht sonderlich gross, wie auch die KPMG-Umfrage belegt. Doch Sommer warnt: «Auch wenn es kurzfristig sinnvoll erscheinen

mag – langfristig ist ein Wechsel auf neue Systeme immer die bessere Entscheidung. Denn wer sich rechtzeitig für eine moderne Lösung entscheidet, sichert sich Investitionsschutz, kann neue Technologien nutzen und profitiert von höherer Automatisierung und effizienteren Prozessen.» So ermöglicht S/4HANA, das auf der In-Memory-Datenbank SAP HANA basiert, eine blitzschnelle Datenverarbeitung. Dies erlaubt Unternehmen, in Echtzeit auf wichtige Informationen zuzugreifen und fundierte Entscheidungen zu treffen. Intelligente Technologien wie KI, maschinelles Lernen und IoT ermöglichen es, Vorhersagen zu treffen und neue Geschäftsmodelle zu entwickeln. «Die Optimierung und Automatisierung von Geschäftsprozessen durch S/4HANA führt zudem zu einer höheren Effizienz, geringeren Kosten und besserer Kundenzufriedenheit», so Sommer weiter.

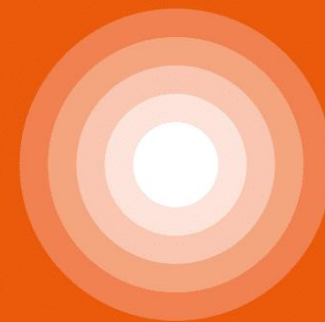
Cloud-Strategie polarisiert – Empfehlung muss individuell erfolgen

Doch laut einer DSAG-Befragung kommt es bei Schweizer Betrieben schlecht an, dass SAP bei S/4HANA die Cloud-Variante empfiehlt. Knapp ein Viertel bewertet dies negativ, 13 Prozent der Befragten wiederum positiv. «Die Frage nach der optimalen Strategie – ob Cloud oder On-Premise – ist komplex und hängt stark von den individuellen Bedürfnissen und Prioritäten eines Unternehmens ab. S/4HANA Public Cloud eignet sich für Betriebe, die eine standardisierte Lösung bevorzugen, schneller agieren und sich auf ihr Kerngeschäft fokussieren möchten. Die S/4HANA Private Cloud oder on-premise-Variante hingegen ist für komplexere Geschäftsprozesse, strenge Compliance-Anforderungen und bei einem hohen Individualisierungsbedarf, beispielsweise in der Produktion, geeignet», erklärt Sommer. Eine pauschale Empfehlung gebe es also nicht – die Entscheidung sollte laut dem Managing Director auf einer gründlichen Analyse der Anforderungen basieren. CNT unterstützt Schweizer Unternehmen dabei, frühzeitig Klarheit über ihren Migrationspfad zu gewinnen – sei es in die Cloud oder On-Premise. Abschliessend hält Sommer noch fest: «Der Umstieg auf S/4HANA ist mehr als nur ein technisches Update. Es ist eine Chance für Unternehmen, ihre Prozesse zu optimieren, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und sich auf die digitale Zukunft vorzubereiten.»



CNT Management Consulting AG
Stelzenstrasse 8 • 8152 Opfikon-Glattbrugg

POWER-PRODUKTE
FÜR STARKE LEISTUNGEN



LEDVANCE



SANIEREN ODER NEU BAUEN?
MIT LEDVANCE MODERNISIEREN
SIE IHRE BELEUCHTUNG EFFIZIENT
UND NACHHALTIG.

Unsere LED-Lösungen für Industrie und Gewerbe senken Betriebskosten, lassen sich flexibel einsetzen und bringen echten Mehrwert, passgenau für Ihre Projektziele.

Make Schweiz Great Again

Warum wahre Grösse mit innerer Haltung beginnt – nicht mit Lautstärke oder Aktionismus

Von Natalie Stürchler & Mahdi Shubbar



Natalie Stürchler



Mahdi Shubbar

**In den letzten fünf Jahren ist viel passiert.
Global, national, emotional.**

**Pandemie, Stillstand, Orientierungslosigkeit.
Ein Umbruch mit angezogener Handbremse.**

Viele Unternehmer:innen und Leistungsträger haben in dieser Zeit Grosses geleistet: durchgehalten, neu gedacht, angepackt. Aber auch viel verloren: Hoffnung, Energie, Klarheit, Freude.

Obwohl vieles heute wieder „normal“ scheint, spüren wir: Etwas hat sich verändert, etwas ist geblieben. Eine leise Verunsicherung, ein innerer Rückzug. Ein Gefühl von: „Ich tue doch schon so viel - warum brenne ich trotzdem nicht mehr?“

Haben wir die Krise wirklich verarbeitet? Oder haben wir uns nur daran gewöhnt, auf Sparflamme zu laufen?

Denn vieles, was wir als „Trägheit“ oder „Motivationsloch“ abtun, ist in Wahrheit: Unverarbeiteter Stress, gespeicherte Angst, pure Erschöpfung.

Und dann kommt sie, diese leise Frage: „Was soll ich denn noch tun?“

Wir hören sie oft. Von Menschen, die Verantwortung tragen. Die keine Ausreden suchen, sondern Lösungen. Menschen wie dich.

Ja, genau dich.

Denn diesen Artikel lesen keine Mitläufer. Sondern Menschen, die gestalten. Die andere mitziehen. Die Haltung zeigen - selbst dann, wenn es schwerfällt.

Und genau du brauchst Raum. Nicht für weitere To-dos. Sondern für echte Ta-da-Momente. Für Klarheit, Präsenz und neue Energie.

Wahre Selbstführung zeigt sich in herausfordernden Zeiten

Denn Grösse zeigt sich nicht, wenn alles glatt läuft. Sondern dort, wo du trotz äusserem Druck innerlich aufrecht bleibst. Wo du bewusst handelst, statt reflexhaft zu reagieren. Wo du kompromisslos bei deinen Werten bleibst.

Dort, wo du erkennst:

- Was raubt mir Energie, Zeit und Klarheit?
- Was gibt mir Fokus, Sinn und Selbstermächtigung zurück?
- Wie kann ich bewusst führen, mich selbst und andere, statt ständig im Aussen zu funktionieren?

Selbstführung bedeutet nicht, perfekt zu sein. Sondern ehrlich hinzuschauen. Dich zu regulieren, bevor du explodierst. Dich zu zentrieren, statt dich zu zerreißen. Führung aus der Mitte, für dich, dein Unternehmen, dein Umfeld.

Make Schweiz Great Again - beginnt bei dir

Mit jedem reflektierten Gedanken.

Mit jeder bewussten Entscheidung.

Mit jeder Handlung, die aus innerer Haltung entsteht, nicht aus Druck oder Angst.

Nicht Härte macht dich stark, sondern Empathie.

Nicht Tempo macht dich erfolgreich, sondern Klarheit.

Nicht Lautstärke macht dich gross, sondern Haltung.

„Die wahre Grösse eines Menschen zeigt sich nicht in seiner Stärke, sondern in seiner Fähigkeit, sich immer wieder neu auszurichten.“ – frei nach Viktor Frankl.

Wer wir sind und warum wir diesen Weg mit dir gehen

Natalie Stürchler ist Unternehmerin, Mentorin und Reitsportlerin. Sie begleitet Menschen, die beruflich wie privat wieder fest im Sattel sitzen wollen – mit Feingefühl, Struktur und einem klaren Blick für das Wesentliche.

2022 hat sie alle alten Zelte abgebrochen und im Ausland ein neues Leben und Business aufgebaut – aus Überzeugung. Denn Selbstbestimmung und Authentizität gehören zu ihren Grundwerten.

Mahdi Shubbar ist Business-Sparringspartner, High-Performance-Mentor und Produktentwickler mit 30 Jahren Führungserfahrung. Seine Philosophie: nachhaltiger Erfolg durch körperliche, mentale und strategische Stärke – nicht durch Selbstausbeutung.

Als zweifacher Burnout-Survivor weiss er genau, wie es sich anfühlt, in einer Sackgasse zu stecken, total erschöpft zu sein – und sich Schritt für Schritt ins Leben zurückzukämpfen.

Lass uns gemeinsam Verantwortung neu definieren

Wir glauben:

Die Schweiz braucht keine neuen Parolen. Sie braucht Menschen mit Haltung. Menschen, die sich selbst führen können, um andere zu inspirieren.

Willst du dazugehören?

Dann melde dich jetzt an für unser kostenloses Webinar. Dort erfährst du, wie du als Unternehmer körperlich, mental und geschäftlich wieder in Führung kommst, ohne dich selbst zu verlieren.

Natalie Stürchler
+49 1718193988

nastuerchler@gmail.com
www.linkedin.com/in/nataliestuerchler
www.instagram.com/natalie.stuerchler

Mahdi Shubbar
+49 1712136574

www.mahdi-shubbar.de
hallo@mahdi-shubbar.de
www.linkedin.com/in/mahdi-shubbar
www.instagram.com/mahdi.shubbar

Sind Sie auf der Suche nach einer engagierten und motivierten Nachfolge für ihr Unternehmen?



Bild von [Gerd Altmann](#) auf [Pixabay](#)

Viele Unternehmensinhaber stehen vor der grossen Herausforderung, einen **geeigneten Nachfolger** zu finden – jemanden, der ihre Werte teilt, das nötige Engagement mitbringt und die Fähigkeiten besitzt, ihr Lebenswerk verantwortungsvoll weiterzuführen. Kommt eine familieninterne Nachfolge nicht infrage, bietet sich eine **Buy-out-/Buy-in-Option** an, um den Übergang strukturiert und nachhaltig zu gestalten.

Ich suche genau diese Möglichkeit: Ein etabliertes Unternehmen, dessen Zukunft ich aktiv gestalten- und dessen Tradition und Werte ich aufrecht-erhalten kann.

Die Herausforderung des Unternehmertums hat mich schon immer fasziniert. Jedoch wollte ich einen anderen Weg gehen als den der klassischen Neugründung. Im Rahmen meiner Masterarbeit habe ich mich intensiv mit dem Thema „Unternehmensübernahme als Nachfolgeplanung“ auseinandergesetzt, wodurch mein Wunsch verstärkt wurde, dieses bislang theoretische Konzept in die Praxis umzusetzen.

Mit meinem **Hintergrund als Ingenieur und Projektleiter** in verschiedenen Branchen kann ich auf ein breit gefächertes und gleichzeitig fundiertes Fach-, Prozess- und Führungswissen zurückgreifen. Mein **Enthusiasmus und Unternehmmergeist** ergänzen dieses Know-how und treiben mich an.

Sind Sie auf der Suche nach einer engagierten und motivierten Nachfolge? Dann freue ich mich auf die Kontaktaufnahme um Sie und Ihr Unternehmen kennen zu lernen.

Gesucht wird ein kleines oder mittleres Unternehmen aus allen technischen Bereichen (beispielsweise Handelsunternehmen, Maschinen- und Anlagenbau, Produktionsunternehmen, Fahrzeuge / Logistik / Transport). Der Fokus liegt auf Unternehmen in den Regionen Zürich, Schwyz, Glarus, Zug.

Ich setze grossen Wert darauf, das Unternehmen nachhaltig weiterzuführen und es mit Umsicht und Engagement weiterzuentwickeln. Idealerweise bleiben die übergebenden Inhaber über eine gewisse Zeit hinweg engagiert und aktiv, um einen reibungslosen Übergang zu gewährleisten und für alle Beteiligten ein optimales Ergebnis zu erzielen.



Beat Baur

+41 76 447 39 13

beat.baur@outlook.com

Denk Kreativ

Improvisationstheater für Teambuilding und Persönlichkeitsentwicklung



Improvisationstheater ist eine spielerische Methode, um Sozialkompetenzen wie Teamwork, Selbstvertrauen, Kreativität und vieles mehr zu stärken. Die Teilnehmer*innen können diese Erfahrungen nicht nur im beruflichen Umfeld, sondern auch im privaten Leben anwenden.

Denk Kreativ bietet Improvisationstheater-Workshops zur Förderung von Teamarbeit, Achtsamkeit und Spontaneität. Meine massgeschneiderten Workshops richten sich an Unternehmen, Schulen und Privatpersonen, die ihre sozialen Kompetenzen stärken und die Zusammenarbeit in Teams verbessern möchten.

Mein Ansatz basiert auf der Überzeugung, dass Improvisationstheater eine kraftvolle Methode zur Förderung von Teamarbeit und persönlichem Wachstum ist. Ich glaube an die transformative Kraft des gemeinsamen Spielens und Schaffens. Meine Workshops bieten einen sicheren Raum, um Achtsamkeit, Kreativität und Spontaneität zu entwickeln, sowohl auf individueller als auch auf teamorientierter Ebene.

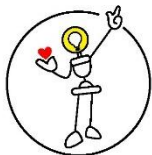
Greth Furger ist Mutter von zwei erwachsenen Kindern und ein Mensch mit Humor. Ihr Herz schlägt für Achtsamkeit, Empathie und Kreativität – Werte, die sie auch in ihren Workshops vermitteln möchte.

Warum Denk Kreativ?

Der positive Gedanke ist im Kopf, der kreative im Herz. Mein Ziel ist es, beide zu verbinden.

Mit Improvisationstheater gelingt genau das – es bringt Menschen zusammen, fördert das gegenseitige Verständnis und macht gleichzeitig grossen Spass.

Improvisationstheater muss man erleben, um es zu verstehen. Ich arbeite prozessorientiert und hole die Gruppe genau dort ab, wo sie steht.



DENK KREATIV
IMPROVISATIONSTHEATER

Denk Kreativ
Improvisationstheater
Greth Furger
Lindenmatt 23 • 6343 Rotkreuz
Tel. 079 649 24 18
www.grethfurger.ch



Partner- angebot

SKV-Mitglieder profitieren bei iba

- 10% Rabatt auf Ihre Grossbestellung (einmal einlösbar pro Jahr)
- Gratis-Lieferung innerhalb von 24 h
- Kein Mindestbestellwert
- Best Price Garantie – Sie erhalten Ihre Ware immer zum günstigsten Tagespreis

SKV-Sonderkonditionen

PROFIT® Top Konditionen auf dem gesamten iba Sortiment und Dienstleistungsangebot

- Büromaterial
- Geschäftsdrucksachen, Visitenkarten und Werbeartikel
- Logistikdienstleistungen
- Druckgeräte und Zubehör
- Büroeinrichtungen

Bei iba noch nicht
als SKV-Mitglied
erfasst?

Senden Sie
Ihre Koordinaten
mit dem
Vermerk SKV an
member@iba.ch

Treuerabatt
20.–

auf Ihre Bestellung ab CHF 100.–

Dieser Rabatt kann nur einmal eingelöst werden und ist nicht gültig für Dienstleistungen und nicht kumulierbar mit weiteren iba Rabatt-Gutscheinen. Preise exkl. MwSt. Gültig bis 31. Dezember 2024.

Im Online-
Warenkorb
Code
SKV24

eingeben
oder am Telefon
erwähnen

Essen und Psyche: Wie unsere Ernährung die mentale Gesundheit beeinflusst

Du bist, was du isst: an diesem bekannten Sprichwort ist tatsächlich etwas Wahres dran.



Irene Held ist Ernährungs-Psychologische Beraterin und Präsidentin des epb-schweiz, dem Berufsverband der Ernährungs-Psychologischen BeraterInnen IKP.

Immer mehr Studien zeigen, dass eine gesunde Ernährung wesentlich zur mentalen Gesundheit beiträgt. Der Einfluss bestimmter Nährstoffe und die Rolle unseres Darms sind dabei von besonderer Bedeutung. Durch eine bewusste Auswahl von Lebensmitteln und Achtsamkeit beim Essen lassen sich psychische Erkrankungen vorbeugen und das Wohlbefinden fördern.

Nährstoffe und ihre Rolle für die Psyche

Das Gehirn benötigt eine Vielzahl von Nährstoffen, um optimal zu funktionieren. Omega-3-Fettsäuren, die zum Beispiel in Baumüssen und Fisch wie Lachs oder Makrele vorkommen, sind besonders wichtig für die psychische Gesundheit. Sie wirken entzündungshemmend und fördern die Kommunikation zwischen den Gehirnzellen. Laut Forschungen leiden Menschen, die regelmässig Omega-3 zu sich nehmen, seltener an Depressionen und Angststörungen. Auch die Vitamine D, B12 und Folsäure sind zentral für die mentale Gesundheit. Ein Mangel an Vitamin D, das durch Sonnenlicht und einige Lebensmittel wie Eier und fetten Fisch aufgenommen wird, kann depressive Verstimmungen begünstigen. Ebenso unterstützen B12 und Folsäure das Nervensystem und die Produktion von Neurotransmittern, die unsere Stimmung steuern.

Darmgesundheit und Psyche

Nicht nur unser Gehirn profitiert von einer ausgewogenen Ernährung, auch unser Darm spielt eine entscheidende Rolle für das psychische Wohlbefinden. Der enge Zusammenhang zwischen Darm und Gehirn, die sogenannte Darm-Hirn-Achse, wird immer besser verstanden. Dabei zeigt sich zunehmend, wie stark unser „Bauchhirn“ unsere psychische Gesundheit beeinflusst. Zwischen Darm und Gehirn besteht eine enge Kommunikation, die über Neurotransmitter sowie über das Nerven- und Immunsystem abläuft. Unsere Darmbakterien spielen eine zentrale Rolle bei der Produktion von Neurotransmittern wie dem „Glückshormon“ Serotonin. Es beeinflusst nicht nur unser Hunger- und Sättigungsgefühl, sondern kann auch ins Gehirn gelangen und dort unsere Stimmung positiv beeinflussen. Eine ausgewogene Ernährung, reich an Nahrungsfasern aus frischem Gemüse, Obst, Hülsenfrüchten, Samen, Nüssen und Vollkorngetreide, probiotischen Lebensmitteln wie Bifidus-Joghurt oder Sauerkraut, Kombucha, Kefir, sauren Gurken und Miso fördert eine gesunde Darmflora. Eine gestörte Darmflora hingegen kann das Risiko für Depressionen und Angstzustände erhöhen.

Lebensmittel, die auf das Gemüt schlagen

Während gesunde Nährstoffe das Gehirn unterstützen, können zu viel Salz, gesättigte Fettsäuren, Alkohol, künstliche Süsstoffe und Zucker negative Folgen haben. Zucker beispielsweise verursacht schnelle Blutzuckerschwankungen, was zu Müdigkeit, Reizbarkeit und sogar Angst führen kann. Langfristig kann eine zuckerreiche Ernährung Entzündungen fördern. Oft greifen Menschen in stressigen oder emotional belastenden Situationen zu ungesunden, süssen oder besonders fettigen Snacks. Dieses sogenannte „emotionale Essen“ kann langfristig das Wohlbefinden beeinträchtigen. Es führt häufig zu Überessen und in der Folge zu Schuld- und Schamgefühlen, was die Psyche weiter belastet.

Tipps für eine gesunde Ernährung

Eine ausgewogene Ernährung ist essenziell, um die Psyche positiv zu beeinflussen. Frisches Gemüse und Obst liefern wichtige Vitamine und Mineralstoffe, während fettreicher Fisch oder pflanzliche Omega-3-Quellen regelmässig auf dem Speiseplan stehen sollten. Nahrungsfaserreiche Lebensmittel fördern die Darmgesundheit. Im Bestfall sind sie regional, unverarbeitet und so naturbelassen wie möglich. Verarbeitete und zuckerreiche Lebensmittel hingegen sollten am besten nur in Massen genossen werden. Schliesslich lohnt es sich, auf das eigene Hunger- und Sättigungsgefühl zu hören und emotionales Essen zu vermeiden.

Sanasearch in Zusammenarbeit mit dem epb Schweiz und Irene Held.

Zur Autorin

Irene Held ist Ernährungs-Psychologische Beraterin und Präsidentin des epb-schweiz, dem Berufsverband der Ernährungs-Psychologischen BeraterInnen IKP.

<https://ireneheld.ch> / <https://www.epb-schweiz.ch>

Ein Termin in Ihrer Praxis in Dübendorf kann online unter www.sanasearch.ch angefragt werden.



Sanasearch

Hardturmstrasse 169 • 8005 Zürich

Telefon 044 444 50 80

info@sanasearch.ch • www.sanasearch.ch

SKIV
Gutschein

**Gesundheit stärkt -
Mitarbeiter und Unternehmen!**

Als SKV-Mitglied erhalten Sie auf der grössten Schweizer Therapeutenplattform www.sanasearch.ch CHF 10.- Rabatt auf Ihre erste Buchung mit dem Code "SKV10".



So funktioniert's:

1. Passenden Therapeuten auf Sanasearch.ch finden.
2. Gutscheincode bei der Online-Buchung angeben.
3. Fertig! Sie erhalten CHF 10.- Rabatt.



www.sanasearch.ch | 044 444 50 80 | hilfe@sanasearch.ch

Aufatmen dank stopsmoking



Das Beratungsteam stopsmoking (von links): Elisabeth Zehnder, Elisa Daini, Thérèse Tolotti, Sarja Bernhard und Leiterin Selina Schättin

Das Beratungsangebot stopsmoking begleitet Menschen auf ihrem Weg in ein tabak- und nikotinfreies Leben. Die dazugehörige Plattform bietet viele Informationen und Kommunikationsmaterialien zum Rauchstopp.

Es gibt Faktoren, die das Krebsrisiko erhöhen – eine davon ist das Rauchen. Ein Rauchstopp lohnt sich, denn wer mit Rauchen aufhört, lebt gesünder und länger. «62 Prozent der Rauchenden in der Schweiz möchten aufhören», weiss Selina Schättin, Leiterin des Beratungsangebots stopsmoking. Doch wie am besten? Hier setzt stopsmoking an. Die Beraterinnen begleiten Menschen auf dem Weg in ein Leben ohne Tabak und Nikotin – online oder telefonisch, persönlich und kompetent, anonym und kostenlos und in zwölf Sprachen

Team mit viel Fachwissen

Das interdisziplinäre Team bringt Fachwissen aus Psychologie, Pflege, Sozialarbeit und Gesundheitsförderung mit. Alle Beratenden sind speziell für die Tabak- und Nikotinentwöhnung ausgebildet. Im Zentrum steht die betroffene Person. «Die Forschung und die Erfahrungen zeigen, dass ein begleiteter Rauchstopp öfter und langfristiger gelingt als ohne Begleitung», sagt Selina Schättin. Mit wissenschaftlich fundierten Methoden wie der motivierenden Gesprächsführung fördern die Beratenden Selbstwirksamkeit und unterstützen nachhaltige Verhaltensänderungen – Schritt für Schritt und auf Augenhöhe.

Neben der persönlichen Beratung bietet stopsmoking auch verschiedene Selbstmanagement-Tools – wie zum Beispiel einen Rauchfrei-Zähler, einen Nichtraucher-Vertrag oder Erfahrungsberichte von anderen Rauchstoppwilligen. Dazu gibt es viele Informationen zu Gesundheit, Entwöhnung und Rückfallprävention.

Plattform für Ratsuchende und Fachleute

Neben Ratsuchenden profitieren auch Fachleute: Über ein einfaches Überweisungsformular können sie Patientinnen und Patienten direkt bei stopsmoking anmelden. Zusätzlich bietet die Plattform hilfreiche Inhalte für den Praxis- und Beratungsalltag.



Ein weiteres Plus: Um möglichst viele Menschen in der Schweiz zu erreichen, stellt stopsmoking.ch kostenlose Kommunikationsmaterialien in den drei Landessprachen zur Verfügung: zum Bestellen, Herunterladen oder Ausdrucken. Die Flyer, Plakate oder digitalen Vorlagen helfen, stopsmoking bekanntzumachen. Sie finden sie unter:

stopsmoking.ch/kommunikationsmaterialien-beratungsangebot

Das Beratungsangebot wie auch die Plattform werden von der Krebsliga Schweiz und Infodrog betrieben. Finanziert wird das Projekt durch den Tabakpräventionsfonds vom Bund.

«62 Prozent der Rauchenden in der Schweiz möchten aufhören.»

Selina Schättin, Leiterin stopsmoking

Rauchstopp mit stopsmoking

Bedenken? Schreiben hilft!

<https://stopsmoking.ch/beratungsangebot-stopsmoking/online-beratung>

Motivationstief? Reden hilft! 0848 000 181



krebsliga

Wie der Verein upway mit einer WebApp die psychische Gesundheit fördert - mit Vision und Verantwortung

In einer Welt, die sich immer schneller dreht, wächst der Druck auf den Einzelnen – mit drastischen Folgen für die psychische Gesundheit. Genau hier setzt der Verein upway an. Gegründet mit dem Ziel, psychische Gesundheit in der Gesellschaft stärker zu fördern, bringt upway Menschen zusammen, die von psychischer Belastung betroffen sind – direkt oder als Angehörige. Kernstück dieser Vision ist die gleichnamige upway-WebApp, die seit Kurzem online ist.

Ein digitaler Begleiter mit Herz und Haltung

Was die upway-WebApp besonders macht, ist ihr niederschwelliger Zugang: Sie versteht sich nicht als klassisches Therapieangebot, sondern als **digitale Stütze im Alltag**, die Orientierung, Motivation und menschliche Nähe vermittelt – auch und gerade dann, wenn alles andere zu viel wird. In einem bewusst klaren und ruhigen Design (Farbschema: Lila, Grün, Weiss) kombiniert die App **Community-Elemente, Selbstreflexions-Impulse, eine strukturierte Fachstellensuche, Anreize zur Selbstfürsorge und Information über Krankheitsbilder und deren Therapiemöglichkeiten**.

Hilfe auf Augenhöhe

Während viele Plattformen Expertensysteme in den Mittelpunkt stellen, geht upway einen anderen Weg: **Menschen helfen Menschen**. Die WebApp schafft Raum für persönliche Geschichten, achtsamen Austausch und eine wertschätzende Gemeinschaft. Besonders in herausfordernden Lebensphasen fühlen sich Nutzer und Nutzerinnen hier verstanden – weil andere die gleichen Wege gehen oder gegangen sind.

Ein weiteres Alleinstellungsmerkmal: upway verzichtet bewusst auf **spielerische Anreizsysteme wie Punktesammlungen, Ranglisten oder tägliche Zielerinnerungen**, wie sie in vielen digitalen Anwendungen üblich sind. Solche Elemente erzeugen häufig **künstlichen Leistungsdruck** – also das Gefühl, ständig etwas leisten oder verbessern zu müssen, selbst wenn es einem gerade nicht gut geht. upway setzt stattdessen auf echte Resonanz, Ermutigung und Authentizität – und gibt den Menschen damit die Freiheit, sich in ihrem eigenen Tempo weiterzuentwickeln. Werte, die im digitalen Raum oft fehlen.

Aufruf an KMU:

Förderung der psychischen Gesundheit der Belegschaft als gemeinsame Aufgabe

Besonders kleine und mittlere Unternehmen (KMU) sind eingeladen, das Projekt upway aktiv zu unterstützen – durch sogenanntes «App-Nutzungscode-Sponsoring». Unter www.upwayapp.com/partner/#institutionen erfahren Unternehmer, wie sie einen konkreten Beitrag leisten und sich für psychische Gesundheit ihrer Mitarbeiter engagieren können.

Das Ziel: Alle Mitarbeitenden dieser Unternehmen sollen auch dann kostenfreien Zugriff auf die upway-WebApp erhalten, wenn diese kostenpflichtig wird. Ein starkes Signal für Fürsorge, soziale Verantwortung und nachhaltige Unternehmenskultur.

Ein besonderer Appell an alle CEO's und Betriebsinhaber:

Helfen Sie mit, dass die noch junge upway-Applikation einen markanten **Schub an wertvollen Inhalten** erfährt – mit vielen aktiven Nutzer und Nutzerinnen, die **Beiträge schreiben, Kommentare hinterlassen, Erfahrungsberichte teilen** und sich in **geschützten Gruppen** offen und sicher austauschen. Je mehr Menschen die Plattform aktiv nutzen, desto grösser wird die Wirkung – für jede einzelne Person und für die gesamte Gesellschaft.

Denn: **Psychische Gesundheit ist keine Privatsache. Sie ist eine gemeinsame Verantwortung.**

Gemeinwohlorientiert und offen für Partnerschaft

Der Verein upway ist Eigentümer der WebApp und verfolgt keine kommerziellen Ziele. Vielmehr versteht sich der Verein als **Zukunftslabor für soziale Innovation**.

Derzeit wird **aktiv ein Partner gesucht**, der die Vision nicht nur teilt, sondern bereit ist, sie dauerhaft mitzutragen – perspektivisch auch in der Rolle des Vereinspräsidenten. Werner Klecka (upway-Initiant und Vereinspräsident) freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme unter werner.klecka@upwayapp.com

Parallel läuft ein **Spendenauftrag**, um die Weiterentwicklung der Plattform, Community-Events und ein geplantes Mentoring-Programm zu realisieren.

Der Blick nach vorn

Obwohl upway noch jung ist, zeigt sich bereits: Hier entsteht etwas Nachhaltiges. Die WebApp ist nicht einfach ein Tool – sie ist ein **Statement für ein neues Miteinander**. Ein digitales Zuhause für alle, die psychische Gesundheit endlich als gesamtgesellschaftliche Aufgabe begreifen.

Mehr erfahren und Teil der Bewegung werden

Wer tiefer in die Philosophie von upway eintauchen möchte, findet auf der offiziellen Website www.upwayapp.com nicht nur ausführliche Informationen zu den Hintergründen und Zielen des Projekts, sondern auch ein einfühlsames Einführungsvideo. Dieses macht das zentrale Anliegen der App spürbar: Menschen mit psychischer Belastung Orientierung, Verbindung und Unterstützung im Alltag zu bieten – ohne Druck, dafür mit echter Menschlichkeit.

Über die Website kann man sich ausserdem schnell und kostenlos in der upway-WebApp registrieren oder einloggen – und damit den ersten Schritt auf einem Weg gehen, der von Verständnis, Selbstfürsorge und digitaler Nähe begleitet wird.



QR-Spenden



Verein upway

Seestrasse 6 • 2576 Lüscherz

Tel. 079 209 14 69

www.upwayapp.com • info@upwayapp.com

Mehrwertpartner die Ihre Produkte und Dienstleistungen mit einem Mehrwert anbieten

Ihr Mehrwert bei über 40 Mehrwertpartnern und 100 Onlineshops

Über 40 Firmen machen als Mehrwertpartner mit und bieten ihre Produkte und Dienstleistungen mit einem Mehrwert an, von welchem SKV Mitglieder direkt profitieren.!

| | | | |
|-------------------|---------------------------------|--|---|
| Arbeitsplatz | Headsquarter | Flexible Arbeitsplätze | Profitieren Sie von flexiblen Vertragslaufzeiten und einem all-inclusive Preismodell |
| | LEDVANCE AG | Beleuchtungen | Effizienz, Funktion, Konzentration |
| | MEWA Service AG | Arbeitsschutzartikel | 5 % Rabatt oder Gutschein im Wert von CHF 60.– (SKV Mitglieder) |
| | Rent a Bike | Mobilität | Vorteilsangebote für E-Bikes und Velos |
| Büroservice | SLKK | Krankenkasse | Als SKV-Mitglied profitieren Sie von attraktiven Angeboten |
| | IBA | Büromaterial / -möbel | Sonderkonditionen nach Anmeldung im iba Shop mit Vermerk «SKV Mitglied» |
| Finanzierung | aequitex AG | Vorfinanzierung | 30% Rabatt auf die Plattform-Gebühr im ersten Jahr |
| | CETI Bridge Facility | Investorenplattform | Kostenlose Erstberatung |
| | Noventus | Vorsorgelösungen | - |
| | Wechselstube.ch | Wechselkurse | Beste Wechselkurse der Schweiz, bis 84% günstiger |
| Genuss | ibervinos AG | Weine & Reisen | |
| Gesundheit | CforC GmbH | Gesundheitsmanagement Persönlichkeitsentwicklung | 10% Rabatt für SKV Mitglieder auf Coaching oder Workshops |
| | Krebsliga Schweiz | Coaching | Coaching für Vorgesetzte zu «Krebs und Arbeit» |
| | Sanasearch.ch | Therapeutennetzwerk | Als SKV-Mitglied profitieren Sie von 10 % Rabatt auf Sanasearch-Gutscheine |
| | Stedtnitz design your life GmbH | Prävention und Recovery | Neue Lebensfreude mit einem gezielten Programm |
| | UPWAY | Prävention | Hilfe bei psychischen Probleme |
| | VDM-Academy GmbH | Nahrungsergänzungsmittel | |
| | | | |
| Hotels & Reisen | Allianz Travel | Reisen-/Cyber-Versicherungen | Versicherungen zu Spezialkonditionen |
| | Hotelcard AG | Hotel/Reisen | Sie sparen CHF 20.– (d.h. CHF 79.– statt CHF 99.–) |
| | Migrol AG | Treibstoff | Migrolkarte bestellen und von Spezialkonditionen profitieren |
| | Radisson Blu Hotel St. Gallen | Hotel/Reisen | |
| | Volvo Car Switzerland | Mobilität | 8% Rabatt für SKV Mitglieder bei aktuellen Modelle |
| Informatik | Brevo | CRM-Suite für KMU | CRM-Suite für Unternehmen |
| | DocuWare GmbH | Documentmanagement-System | 10% Rabatt auf sämtliche Dienstleistungen |
| | KUMAVISION AG | Business-Software | 10% Rabatt auf sämtliche Dienstleistungen |
| | PrivacyBee | Compliance & Sicherheit | Deine sicher Datenschutzerklärung in nur 5 Minuten |
| | SuperSub | WebSites | SperSub nacht's möglich – holen Sie sich Ihr Angebot |
| | You.cept | Wissensaustausch | Eine Plattform für gezielten Wissensaustausch unter KMU und Experte |
| Internet | Gryps | Onlineshop | Clever einkaufen, erfolgreicher geschäften |
| | Innovate Switzerland | KI-Community | KI-Schulungsleitfaden für Schweizer KMU |
| | Kundenversprechen | Onlinenetzwerk | Eintrag im Vertrauens-Netzwerk |
| Marketing | Goldbach Group AG | Werbemassnahmen | Massgeschneiderten Lösung, damit Sie Ihr Produkt im richtigen Moment an die richtige Zielgruppe bringen können |
| | miiting.com | Business Netzwerk | Auf miiting finden Business Netzwerker neue Kontakte und Geschäftsmöglichkeiten. PREMIUM kostenlos für SKV-Mitglied |
| | Spreadz | Digitale Weiterempfehlungen | Die digitale Form von Mund zu Mund Propaganda |
| | Terraalpine | Vertrieb | Digitale Transformation |
| | Werbeagentur Forster | Webdesign und Onlinemarketing | 10% Rabatt auf sämtliche Dienstleistungen |
| Telekommunikation | Sunrise GmbH | Telekommunikation | All-in-one-Lösung für KMU und Selbständige |



Die atemberaubende
Aussicht
kann kommen.

Mit dem Reiseschutz von Allianz Travel.



Jetzt online abschliessen unter
www.allianz-travel.ch/skv
Ihr 20% Rabattcode: 201051-p-SKV



Nachhaltige Frische für Ihre Liegenschaft – mit Hazeraj Immo & Services

Die Temperaturen steigen, der Durst auch: Gerade in Wohn- und Gewerbeliegenschaften steigt der Bedarf nach hygienischer, nachhaltiger und unkomplizierter Wasserversorgung. Genau hier setzt unsere aktuelle Kampagne an: Mit einem Wasserspender mit Festanschluss, der ökologisch sinnvoll, praktisch und ästhetisch zugleich ist

Jetzt bei uns für CHF 1'111.00 – Gerätepreis exklusive Montage.

Der Wasserspender ist Teil unseres umfassenden Facility Management-Angebots. Als junges, dynamisches Unternehmen mit regionaler Verankerung und breitem Leistungsportfolio betreut Hazeraj Immo & Services Kundinnen und Kunden in den Bereichen Reinigung, Hauswartung, Immobilienverwaltung und Projektleitung.

Wer wir sind

Hazeraj Immo & Services ist ein wachsendes Dienstleistungsunternehmen mit Sitz in Biel/Bienne. Wir stehen für Zuverlässigkeit, regionale Verankerung und schweizweite Einsatzbereitschaft mit ganzheitlicher Betreuung im Bereich Immobilien und Facility Management. Unsere Auftraggeber profitieren von kurzen Wegen, klarer Kommunikation und praxisnahen Lösungen.

Ein besonderer Fokus liegt auf unserem Bereich **Projekte & Portfolio**, in dem wir massgeschneiderte Dienstleistungen für Bauherren, Verwaltungen und Eigentümergemeinschaften anbieten. Ob Projektleitungen für Sanierungen, Begleitung bei öffentlichen Ausschreibungen oder die Umsetzung von Sondernutzungen – wir koordinieren professionell, budgettreu und mit Weitblick.

Unser Angebot im Überblick:

- **Facility Services:** Reinigung, Unterhalt, Hauswartung, Kleinreparaturen
- **Wasserspender mit Festanschluss** (Teilbereich FM): hygienisch, wartungsarm, fest integriert – ideal für Eingangsbereiche, Aufenthaltsräume oder Etagen
- **Immobilienbewirtschaftung:** Mietliegenschaften, Stockwerkeigentum, Erstvermietung
- **Projektleitungen:** Baukoordination, Ausschreibungsbegleitung, Sondernutzungen

Warum ein Wasserspender?

Ein Wasserspender mit Festanschluss spart Plastik, senkt Logistikaufwand und bietet eine saubere, permanente Versorgung mit frischem Wasser. Er ist nicht nur für Mieterinnen und Mieter ein Mehrwert, sondern auch für Mitarbeitende, Kunden und Besucher. Durch unsere Expertise im Facility Management können wir Gerät, Installation und regelmässige Wartung aus einer Hand anbieten.

Jetzt Kontakt aufnehmen

Wir beraten Sie gerne unverbindlich und finden gemeinsam mit Ihnen die passende Lösung für Ihre Liegenschaft.

Hazeraj Immo & Services

Freiburgstrasse 49 • 2503 Biel/Bienne

Tel 032 508 15 97

www.hazeraj-immo.ch

info@hazeraj-immo.ch



The advertisement features a black water dispenser with a digital display showing '111.-' in large white numbers. Above the dispenser is the Hazeraj Immo & Services logo, which consists of a stylized house icon with an 'H' inside, followed by the text 'HAZERAJ IMMO&SERVICES'. The background is a vibrant purple with two bright, diagonal light beams. Below the dispenser, the text 'Wasserspender mit Festwasseranschluss' is written in white, followed by 'Preis exkl. Montage bis 31.07.2025'. At the bottom, the contact information is listed: '032 508 15 97', 'info@hazeraj-immo.ch', and 'Freiburgstrasse 49, 2503 Biel/Bienne'.

HAZERAJ IMMO&SERVICES

111.-

Wasserspender mit Festwasseranschluss

Preis exkl. Montage bis 31.07.2025

032 508 15 97
info@hazeraj-immo.ch
Freiburgstrasse 49, 2503 Biel/Bienne

Die digitale Rechnung für die Schweiz

eBill



50% Schweizer Haushalte

Mit über 3.5 Millionen Nutzerinnen und Nutzern erreicht eBill mittlerweile gut die Hälfte aller Schweizer Haushalte.

80 Mio. Transaktionen

eBill-Transaktionen im Jahr 2024. Jeden Monat versenden Unternehmen Millionen von eBill-Rechnungen.

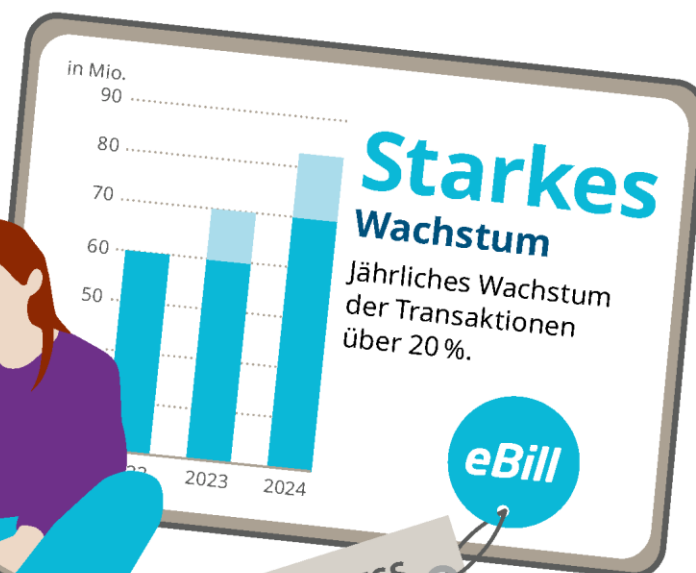
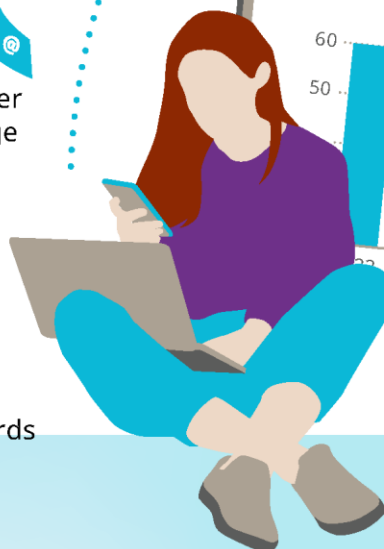
Hohe Zahlungszuverlässigkeit

Rechnungen werden mit eBill pünktlicher bezahlt. Dadurch sind Zahlungseingänge besser kalkulierbar.



Hohe Sicherheit

Mit eBill profitieren sie von den hohen Sicherheitsstandards des Schweizer Finanzplatzes.



Starkes Wachstum

Jährliches Wachstum der Transaktionen über 20%.



Die Lösung wird in der Schweiz entwickelt und betrieben.



95% Abdeckung

Alle grossen Banken der Schweiz bieten eBill an. So erhalten Sie Ihre Rechnungen direkt im Online Banking.



Privat- und Geschäftskunden

Alle können von eBill profitieren. Jetzt umstellen und eBill aktivieren.

Viele Unternehmen

setzen für ihre Rechnungsstellung bereits auf eBill – Tendenz steigend. Darunter die grössten Krankenkassen und Versicherungen, alle Schweizer Telecom-Anbieter sowie die Energieversorger der grössten Schweizer Kantone.



Nachhaltigkeit und Spenden

Eine eBill-Rechnung schont Ressourcen und spart Papier. Mit der neuen Spende-Funktion können eBill-Nutzerinnen und -Nutzer zukünftig aktiv gemeinnützige Projekte unterstützen.



Jetzt mehr erfahren auf ebill.ch oder direkt bei unseren Partnern



Wenn Täuschung zum Risiko wird – Neues Intensivseminar zu Betrugsprävention an der ZHAW



Bernhard A. Hofer.
Gründer, Geschäftsführer, Fachexperte, Dozent, Autor, Verleger, Kriminalist.

Wirtschaftskriminalität gehört zu den unterschätzten, aber potenziell existenzbedrohenden Risiken für Unternehmen und öffentliche Institutionen. Mit dem neuen Intensivseminar „Fraud Risk Management“, das vom 29. bis 31. Oktober 2025 an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) stattfindet, erhalten Fach- und Führungskräfte praxisnahes Wissen zur Früherkennung, Prävention und Untersuchung von Betrugsfällen.

Initiiert und geleitet wird das Seminar von **Bernhard A. Hofer**, einem erfahrenen Kriminalisten und ehemaligen Leiter der Betrugsprävention bei der Bank Julius Bär. Heute ist Hofer als Dozent, Berater und Autor tätig – spezialisiert auf ökonomische Delikte, internes Kontrollwesen und integriertes Risikomanagement.

Das Seminar richtet sich an ein breites Publikum: von Risikomanagern über Compliance-Verantwortliche bis hin zu IT-Fachkräften und Mitarbeitenden der öffentlichen Verwaltung. Thematisiert werden insbesondere sogenannte „Occupational Frauds“ – also Delikte, die innerhalb eines Unternehmens verübt werden. Dabei geht es nicht nur um Zahlen, sondern auch um menschliche Risikofaktoren: Welche Persönlichkeitstypen neigen zur Täuschung? Welche Schwächen im System werden von Tätern ausgenutzt?

Ein zentraler Bestandteil ist das Arbeiten mit konkreten Fallbeispielen. Die Teilnehmenden lernen, wie interne Untersuchungen ablaufen – von der ersten Verdachtsmeldung über Interviews bis hin zur rechtssicheren Dokumentation. Besonderes Augenmerk gilt dabei den „Dos & Don'ts“: Was darf ein

Unternehmen im Zuge der Aufklärung tun – und wo droht rechtliches Ungemach?

Im dritten Modul des Seminars liegt der Fokus auf strategischen Fragestellungen: Wie kann ein Unternehmen eine nachhaltige Anti-Fraud-Strategie entwickeln? Welche Elemente müssen in ein effektives Kontrollsystem integriert werden? Und wie lässt sich die Resilienz gegenüber nicht-finanziellen Risiken erhöhen?

„Das Ziel ist, Organisationen dazu zu befähigen, frühzeitig Alarmzeichen zu erkennen und professionell zu reagieren, bevor ein Schaden entsteht“, sagt Seminarleiter Hofer. Sein Ansatz ist ganzheitlich: Es geht um Technik, Prozesse und – nicht zuletzt – um Kultur.

Das dreitägige Seminar findet in deutscher Sprache am ZHAW-Standort in Winterthur statt. Die Teilnahme kostet 2'590 Franken. Die Zahl der Teilnehmenden ist auf 30 begrenzt.

Dieses Seminar eignet sich insbesondere auch gut für KMU und orientiert sich weitgehend am aktuellen COSO Risk Management Framework sowie an ISO 31000 Risk Management Principles.

Weitere Informationen: [Hofer Fraud & Risk Consulting - NEUIGKEITEN](#)

Datum: 29. bis 31 Oktober 2025

Ort Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW)

Anmelden und Fraud & Risiken reduzieren! Die Anzahl Plätze ist beschränkt.
[Hofer Fraud & Risk Consulting - TRAININGS / ANMELDUNG / KONTAKT](#)



Hofer Fraud & Risk Consulting
Rebbergstrasse 16 • 8444 Henggart
Tel. 079 579 23 94
info@fraudrisk.ch
www.fraudrisk.ch

Kalender / Veranstaltungen

Juni 2025

| | | | |
|----------------|------------|---|---|
| 17.06.2025 | Online | KI verstehen und anwenden. Ein Schulungsleitfaden für Schweizer KMU | Innovate-switzerland.ch |
| 17.06.2025 | Zürich | Sustainable Procurement Day 2025 | Sustainable-procurement.ch |
| 19.06.2025 | Rüschlikon | 5th International Food Innovation Conference | gdi.ch |
| 19.06.2025 | Basel | Art Basel | Artbasel.com |
| 23.06.2025 | | Schweizer Markenkongress | |
| 24.-25.06.2025 | Rüschlikon | Kommunikations-Psychologie und Menschenkenntnisse | zfu.ch |
| 24.-25.06.2025 | Düsseldorf | Contra 2025 | Die-contrade.de |
| 25.-27.06.2025 | Luzern | KHM-Kongress 2025 | Khm-kongress.ch |

Juli 2025

| | | | |
|----------------|---------|--|---|
| 01.07.2025 | Online | Update Lohn und Sozialversicherungen | Praxisseminare.ch |
| 01.07.2025 | Online | Lohnbuchhaltung | Praxisseminare.ch |
| 02.07.2025 | Online | Spezielle Arbeitsverhältnisse rechtssicher vertraglich gestalten | Praxisseminare.ch |
| 03.07.2025 | Online | Rechtssicherer Umgang mit Absenzen und Ferien | Praxisseminare.ch |
| 12.-14.07.2025 | München | TrendSet | Trendset.de |

August 2025

| | | | |
|------------|----------------|---------------------|---|
| 28.08.2025 | Holzhäusern ZG | ONE Fachforum | whatsnetx-connect.ch |
| 29.08.2025 | Bern | RoBe Economic Forum | Rochester-bern.ch |

ERFOLG

Offizielles Organ des Schweizerischen KMU Verbandes

Redaktions- und Anzeigenschluss:
22. August 2025

Nächste Ausgabe:
12. September 2025

Impressum

Schweizerischer KMU Verband

Bösch 43 · 6331 Hünenberg
Telefon 041 348 03 30
www.netzwerk-verlag.ch
verlag@kmuverband.ch

Verlags- und Redaktionsleitung

Euplio.Di Gregorio 041 348 03 30
euplio.digregorio@kmuverband.ch

Verkauf

Schweizerischer KMU Verband

Bösch 43 · 6331 Hünenberg
Telefon 041 348 03 35
verlag@kmuverband.ch
www.kmuverband.ch

Redaktions-/Anzeigenschluss

Jeweils 14 Tage vor Erscheinungstermin

Abonnementsverwaltung

Alexandra Rupp
abo@kmuverband.ch

Auflage

Das SKV-Magazin Erfolg wird Online an über 60'000 Empfänger gesendet und zusätzlich in den SKV Newsletter integriert.

Erscheinung

erscheint zweimonatig

Copyright

Das Abdrucken von Texten und Inseraten nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags.

Titelfoto

Bild von Gerd Altmann auf [Pixabay](https://pixabay.com)

Anzeige

Menschen bewegen. Zukunft gestalten.

Potenziale entdecken und entfalten – und dabei selbst wachsen.
Unsere Coaching-Ausbildungen eröffnen neue Perspektiven für echte Veränderungen.
Starten Sie jetzt Ihre Zukunft als Coach.
coachingzentrum.ch





**Willst Du mit mir echte Transparenz in
allen Unternehmensbereichen schaffen?**

Wir stellen die richtigen Fragen an der richtigen Stelle.

Denn nur durch einen vertrauensvollen Dialog auf Augenhöhe realisieren wir die Business-Software-Lösung Ihrer Träume, mit der Sie viele Jahre glücklich und zufrieden sein werden. Informieren Sie sich jetzt, wie Sie in kurzer Zeit eine zukunftssichere ERP- oder CRM-Lösung mit KUMAVISION einführen.

www.kumavision.ch

 **KUMA**
VISION | ERP
CRM
DMS
CLOUD



Wir sind stets kompetent und persönlich für Sie da

*Damit Ihre Mitarbeitenden
oder Mitglieder ihren
Alltag geniessen können!*

10% Rabatt auf Kranken- kassen-Zusatzversicherungen für SKV-Mitglieder

SLKK VERSICHERUNGEN hat ihren Sitz im Raum Zürich
und fungiert nach folgenden 3 Grundsätzen:

Vernünftig

«Wir beraten unsere Versicherten mit Vernunft, Transparenz und gesundem Menschenverstand».

Menschlich

«Die Beziehung zu unseren Versicherten pflegen wir über Generationen, sie folgt der Maxime «von Mensch zu Mensch». Wir kommunizieren offen und ehrlich und setzen uns persönlich für das Wohl des Einzelnen ein».

Solide

«Wir bieten nachvollziehbare, attraktive Leistungen mit konstanten, fair kalkulierten Prämien».

Das Angebot ist gültig für: SKV-Mitglieder, Mitarbeitende und deren im gleichen Haushalt lebenden Personen.

- Kollektivrabatt von 10% auf die Produkte: QualiCare, Medico-Plus und Spitalzusatzversicherungen
- Assistance (Transport, Rettung) inbegriffen
- Familienrabatt ab 3 Personen
- Kinderrabatt ab dem 3. Kind
- Skonto bis zu 1%
- persönlicher Ansprechpartner

Wie vorgehen?

Ganz einfach unter partner@slkk.ch melden und eine Bestätigung der SKV-Mitgliedschaft mitsenden. Sie werden umgehend Ihre persönliche Offerte erhalten.

*«Wir engagieren uns leidenschaftlich
für unkomplizierte, verlässliche und
flinke Lösungen, die begeistern.»*

SLKK

KRANKENKASSE SLKK
Hofwiesenstrasse 370
CH-8050 Zürich

T +41 (0)44 368 70 30
info@slkk.ch
www.slkk.ch