

**INTERVIEW** - Chef-Statistiker Jürg Marti über die Vor- und Nachteile der neuen Unternehmensnummer.

**GEWERBE AKTUELL** - Hoffen und Bangen: Die Schweizer Hotellerie leidet unter dem starken Franken.

**SCHWERPUNKT** - Moderne Logistik ist die Grundvoraussetzung für den Geschäftserfolg.

6/7

# SCHWEIZERISCHE Gewerbezeitung

AZA 3001 Bern

DIE WOCHENZEITUNG FÜR KMU

## DIE MEINUNG



Hans-Ulrich Bigler,  
Direktor Schweizerischer  
Gewerbeverband sgv

## Sündenfall Buchpreisbindung

Nach siebenjährigem Hin und Her hat der Ständerat am 2. März in Sachen Buchpreise die Differenzen mit dem Nationalrat bereinigt und der Wiedereinführung der Buchpreisbindung zugestimmt – gegen den Willen des Bundesrats, des Bundesgerichts und der Wettbewerbskommission. Dabei soll dank dem Stichentscheid des Präsidenten des Ständerates, Hansheiri Inderkum, auch der Internethandel eingeschlossen werden.

Zum Glück ist dieser Fehlentscheid noch nicht definitiv: Am 18. März findet die Schlussabstimmung in beiden Räten statt. Und da ist zu hoffen, dass die ordnungspolitische Vernunft zurückkehrt und dieses unnötige neue Gesetz abgelehnt wird. Bei aller Sympathie für das «Kulturgut Buch»: Es gibt keine stichhaltigen Argumente, das Rad der Geschichte zurückzudrehen und wieder fixe Buchpreise einzuführen. Die befürchtete Verarmung der Bücherwelt hat nicht stattgefunden, als vor vier Jahren in der Deutschschweiz die Buchpreisbindung aufgehoben worden ist. Ebenso wenig hat sich das Lädelersterben beschleunigt, und auch die Titelvielfalt ist nicht kleiner geworden. Zudem werden mit fixen Preisen nicht die Bücher, sondern vor allem ausländische Grossverlage in der Schweiz und Internethändler gefördert. Und schliesslich ist es mehr als fraglich, ob der boomende Internethandel überhaupt kontrollierbar und das Gesetz damit umsetzbar ist. Es kann und darf nicht sein, dass man mit fehlerhaften Regulierungen einzelnen Marktteilnehmern – etwa dem Riesen Amazon – enorme Vorteile verschafft und sie zu Gesetzesumgehungen geradezu einlädt. Am Ende wären sowohl die kleinen Anbieter als auch das Buch an sich die Verlierer.

Es kommt aber etwas Grundsätzlicheres dazu: Die Wiedereinführung der Buchpreisbindung ist ein ordnungspolitischer Sündenfall erster Güte, vergleichbar mit der versuchten Wiederbelebung der Milchkontingentierung durch die Motion Aebi. Angebot und Nachfrage können sich nicht mehr frei entwickeln, die Bildung von Kartellrenten wird begünstigt, der Staat betreibt aktive Strukturpolitik. Wollen wir das? Es ist so sicher wie das Amen in der Kirche: Falls das Parlament am 18. März nicht die Notbremse zieht, werden weitere Branchen – ebenfalls unter dem Vorwand kultureller oder anderer nichtökonomischer Interessen – eine Ausnahmeregelung à la Buchpreisbindung verlangen. Dies gilt es im Interesse einer möglichst freien Wirtschaft zu verhindern.



Die KMU-Wirtschaft ist auf bildungswillige Mitarbeitende angewiesen. Darum müssen die Kosten für die Weiterbildung (hier ein Lehrgang an der «Baumeister-Akademie» in Sursee) möglichst voll abzugsfähig sein.

**WEITERBILDUNGSKOSTEN** - Der Bundesrat will den steuerlichen Abzug von 4000 auf bloss 6000 Franken erhöhen – viel zu wenig, findet der sgv.

## Besser – aber kleinlich!

Ein wirkliches Umdenken ist das nicht: Der Bundesrat will, dass die Kosten für die berufsorientierte Aus- und Weiterbildung künftig bei der direkten Bundessteuer bis zu einem Maximalbetrag von 6000 Franken abgezogen werden können. Im Vergleich zum Vernehmlassungsentwurf hat die Regierung diesen Betrag um gerade einmal 2000 Franken angehoben. Damit könnten, so der Bundesrat, «rund 85 Prozent der steuerpflichtigen Personen ihre selbst getragenen berufsorientierten Aus- und Weiterbildungskosten vollumfänglich abziehen». Die Kantone können die Obergrenze des Abzugs frei festlegen.

### Was ist abziehbar?

Heute können Bildungskosten nur abgezogen werden, wenn sie mit dem

aktuellen Beruf zusammenhängen oder für die zwingende berufliche Umschulung und den Wiedereinstieg notwendig sind. Berufsorientierte Aus- und Weiterbildungskosten gelten bis zum ersten Abschluss der Sekundarstufe II als Erstausbildung und sind damit nicht abziehbar. Kosten für berufsorientierte Aus- und Weiterbildungen, die nach dem ersten Abschluss der Sekundarstufe II absolviert werden, sind dahingegen neu steuerlich abziehbar.

### Spitzfindige Differenzen

In einem Positionspapier zur steuerlichen Behandlung der Aus- und Weiterbildungskosten hatte der Schweizerische Gewerbeverband sgv festgehalten, das heutige Steuerrecht bestrafe einen Teil der sich weiter-

bildenden Steuerpflichtigen, indem es «spitzfindige Differenzen macht zwischen Kosten für eine Weiterbildung, die als Gewinnungskosten von den Einkünften abgezogen werden können, und Kosten für eine Ausbildung, die als Lebenshaltungskosten gelten und nicht abzugsberechtigt sind». Und der sgv machte auf Abgrenzungsprobleme aufmerksam: «In der Praxis erweist sich die Unterscheidung als äusserst schwierig, was der beruflichen Weiterbildung und was der beruflichen Ausbildung zuzuordnen ist.» Es sei also «nicht weiter verwunderlich, dass in den einzelnen Kantonen extrem unterschiedliche Praktiken vorherrschen. Bedauerliche Konsequenz: In vielen Fällen werden berufliche Weiterbildungskosten (grundsätzlich abzieh-

bar) mit beruflichen Ausbildungskosten (nicht abziehbar) gleichgesetzt und deshalb nicht zum Abzug zugelassen.»

### sgv will 12 000 Franken

Der sgv und mit ihm viele andere an der Vernehmlassung teilnehmende Interessierte hatten sich zudem explizit gegen eine Begrenzung für steuerliche Abzüge bei der Aus- und Weiterbildung ausgesprochen. «12 000 Franken halten wir für eine vertretbare Grösse», sagt sgv-Vizedirektor Marco Taddei. Doppelt so viel also, als der Bundesrat in seiner Botschaft nun festhält. Entsprechend enttäuscht ist Taddei von der «kleinlichen, bloss scheinbaren Verbesserung», die der Bundesrat zuzugestehen bereit ist.

Obwohl also unzufrieden, verurteilt Steuerexperte Taddei die Haltung des Bundesrats dennoch nicht in Bausch und Bogen: «Die vorgeschlagenen Massnahmen vereinfachen das Steuerrecht, und sie schaffen fiskalische Anreize, welche die Wettbewerbsfähigkeit der KMU verstärken.» In Zeiten lebenslangen Lernens müsse die öffentliche Hand die Bildung – eine der wichtigsten Grundlagen für den Wohlstand in unserem Land – nachhaltig und umfassend fördern. Die vorgeschlagenen Massnahmen seien daher zumindest ein Schritt in die richtige Richtung.

Die Botschaft des Bundesrats wird am 4. und 5. April in der Kommission für Wirtschaft und Abgaben (WAK) des Ständerates beraten. Im Vorfeld wird der sgv weiter Druck machen: «Die Festsetzung einer Obergrenze – und notabene in der Höhe von bloss gerade 6000 Franken – akzeptieren wir nicht; wir werden für höhere Abzüge kämpfen», verspricht Taddei.

Eine weitere Bewährungsprobe in Sachen Berufsbildung hat der Ständerat nächste Woche zu bestehen: Er wird die Finanzierung der höheren Berufsbildung zu regeln haben.

En

BERICHT SEITE 5

**RADIO- UND TV-GEBÜHREN** - Seit Ende 2008 hat der Monopolkassierer nichts unversucht gelassen, um die KMU zu melken. Jetzt kann das Parlament für Erleichterungen sorgen.

## Baldiges Ende der Billag-Arroganz?

Nach seinem Amtsantritt als Verwaltungspräsident versprach Ex-Preisüberwacher Werner Marti letztes Jahr, dass die Billag kundenfreundlicher werde. Von einer Überwindung der sprichwörtlichen Bürokratenarroganz ist allerdings nichts zu spüren. 40 «Inspektoren» fahnden weiterhin unerbittlich nach Gebührenverweigerern. Rund 200 000 Kontrollen – in Billag-Sprache «Information und Beratung» – haben sie laut «Sonntags-Blick» 2010 durchgeführt.

Doch es trifft nicht nur die klassischen Schwarzseher und -hörer. Im-



Gibt es für die «K» unter den KMU bald keine Billag-Rechnungen mehr?

mer mehr Gewerbebetriebe bleiben im engmaschigen Netz hängen – oft zu Unrecht. «Wenn die Billag-Maschinerie einmal angehalten ist, lässt sie sich nicht mehr aufhalten», muss sgv-Jurist Patrik Kneubühl feststellen. Ein Beispiel von vielen: Die Billag betreibt gegenwärtig eine Bäckerei im Kanton Thurgau, welche die gewerbliche Radiogebühr verweigerte. Die Betreibung wurde eingeleitet, ohne den Betroffenen rechtliches Gehör zu gewähren. «Das kann und darf sich in einem Rechtsstaat niemand gefallen lassen», betont Kneubühl.

Damit das Schikanieren der KMU endlich ein Ende hat, unterstützt der sgv die parlamentarische Vorlage zur geräteunabhängigen Abgabe, bei der kleine Gewerbe-, Fabrikations-, Dienstleistungs- und Landwirtschaftsbetriebe von der Gebührenpflicht befreit werden. Die Neuregelung, die nächste Woche vor den Ständerat kommt, beinhaltet zudem wichtige Auflagen für die Billag: Das Inkassounternehmen soll zur Transparenz und zur Offenlegung der Jahresrechnung verpflichtet werden.

Lu

BERICHT SEITE 2



**RADIO- UND TV-GEBÜHREN** – Eine Bestandesaufnahme ein Jahr nach Beginn der sgv-Kampagne gegen die staatlich verordnete Abzockerei.

# Billag oder der ganz normale Wahnsinn

Es scheint eine banale aber unumstössliche Tatsache zu sein: Der Staat braucht Geld, viel Geld. Und dieses Geld fordert man bei denjenigen ein, die es haben. Das sind in aller Regel die KMU, die als Milchkuh und als Geldgeber für den Staat herhalten müssen. Bei den Radio- und TV-Gebühren aber hat sich der Staat für einmal verrechnet: KMU können nämlich weder fernsehen, noch Radio hören. Trotzdem hat die Billag seit Ende 2008 nichts unversucht gelassen, um die gewerbliche Wirtschaft (und die Freiberufler) kräftig zu melken.

## Gewerbekammer macht Druck

Das arrogante und im beträchtlichen Mass rechtswidrige Vorgehen der Billag ist bekannt. Sie unterhält nach wie vor ein Heer von sogenannten «Inspektoren», um Jagd nach Gebührenverweigerern zu machen. Die service-public-Firma scheute sich auch nicht, auf Kosten der Gebührenzahler teure TV-Werbung für ihre sogenannten Dienstleistungen zu machen. Das harte Vorgehen gegen Zehntausende von KMU sowie die vielen Ungereim-

heiten und Geheimnisse um die Billag selbst haben die Schweizerische Gewerbekammer im Januar 2010 zum Erlass einer Resolution bewogen. Gemäss der einstimmig gefassten Entschliessung des «Gewerbeparlamentes» ist dem «Gebührenwahnsinn» endlich Einhalt zu gebieten. Der sgv forderte u.a. den Verzicht auf die Einführung neuer Steuern und die Befreiung der KMU davon; verlangt wurde aber auch die Offenlegung der Geschäftsbücher und eine Effizienzüberprüfung der Billag.

Um den Druck zu erhöhen, hat der sgv im Frühjahr 2010 parallel verschiedene parlamentarische Vorstösse lanciert. Insgesamt handelt es sich um acht Motionen, je vier im National- und Ständerat. Ihre Inhalte entsprachen weitgehend den Forderungen der Kammerresolution.

## Leuenbergers Erbe

Aber auch die Bundesverwaltung ist nicht untätig geblieben und hat – noch unter Federführung von Bundesrat Moritz Leuenberger – über die nationalrätliche Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen (KVF)

eine Motion eingereicht, welche die Einführung einer geräteunabhängigen Abgabe für alle Haushalte und alle Betriebe verlangt. Der sgv erachtete die Abgabe als eine neue Steuer – und lehnte sie deshalb ab. Doch der Nationalrat folgte dem SP-Medienminister und stimmte ihr in der letztjährigen Herbstsession mit 96 zu 71 zu.

## Ständerat als «Retter»

Der sgv gab allerdings nicht auf und mobilisierte seine parlamentarische Gewerbegruppe. Und endlich konnte das Gewerbe erste Teilerfolge zu seinen Gunsten verbuchen. Die ständerätliche KVF hat im Januar 2011 einstimmig die Vorlage des Nationalrates abgeändert und eine durchaus gewerbefreundliche Variante geschaffen. Es bleibt zwar bei der geräteunabhängigen Abgabe, doch kleine Gewerbe-, Fabrikations-, Dienstleistungs- und Landwirtschaftsbetriebe sollen von der Gebührenpflicht befreit werden. Zudem soll das Inkassounternehmen zur Transparenz und zur Offenlegung der Jahresrechnung verpflichtet werden.



Der Kampf um die Billag geht weiter: Nächste Woche ist im Ständerat «Highnoon» angesagt.

## Warum der sgv zustimmt

Der Ständerat wird nun am kommenden Mittwoch über die Motion abstimmen. Der sgv plädiert aus folgenden Gründen für ein Ja:

■ Grundsätzlich hat das Gewerbe keine Ambitionen in der rein formellen Frage, ob das bisherige Gebührensystem beibehalten oder ein neues System eingeführt wird.

Die Frage der Geräteunabhängigkeit stellt sich angesichts der bundesrätlichen Neu-Interpretation der aktuellen gesetzlichen Regelung gar nicht (mehr). Denn heute wird derjenige als gebührenpflichtig erachtet, der ein zum Empfang geeignetes Gerät bereithält. Und das sind wegen des technischen Fortschritts halt alle denkbaren Geräte, insbesondere aber Handys und Computer. Mit der Klausel «bereithalten» ist ausserdem abgedeckt, dass die Geräte sich nicht an einem Netzanschluss befinden müssen. Es reicht, wenn man einen TV-Apparat originalverpackt im Keller einlagert.

■ Die zu schaffenden Ausnahmen stellen hingegen eine Herausforderung dar. Die gewerbliche Wirtschaft kann die Ausgestaltung dieser Ausnahmen nur dann billigen, wenn sie sich im Rahmen der europäisch und schweizerisch geltenden Rechtsgrundlagen und Richtlinien bewegen. Die neue Version der Motion spricht klar von «Kleinbetrieben». Damit ist das «K» in KMU gemeint: die kleinere Unternehmung. Laut geltenden bundesrechtlichen Definitionen sind dies Betriebe mit weniger als 50 Angestellten. Das bedeutet, dass praktisch alle KMU von der Gebührenpflicht befreit sein werden.

■ Der sgv begrüsst weiter, dass die finanziellen Folgen dieser Ausnahmeregelungen dargestellt werden. Wenn man die Zahlen des bundesrätlichen Berichts diesbezüglich zu Rate zieht, sieht man, dass die Betriebe im 2008 insgesamt fast 30 Millionen Franken an Gebühren bezahlt haben. Gesamthaft wurden im Jahr 2008 1,29 Milliarden Franken Gebühren eingezogen. Die Betriebe haben also 2008 rund 2,3 Prozent an den Gebührentopf beigesteuert. Die

von der ständerätlichen Kommission vorgeschlagene Lösung dürfte finanziell also kaum zu Buche schlagen.

■ Schliesslich begrüsst der sgv, dass die Billag endlich gesetzlich zur Offenlegung der Bücher angehalten werden soll. Es geht nicht an, dass eine mit hoheitlichen Aufgaben betraute Organisation nicht bereit ist, ihre Bücher offen zu legen.

## Notfalls vors Volk

Vor diesem Hintergrund ist der sgv auch damit einverstanden, dass die hängigen Motionen von Ständerat Rolf Büttiker (Gebührenbefreiung der KMU) und Christoph Brändli (Billag-Effizienz) zurückgezogen werden. Hingegen wird sich der Ständerat noch zu den Verwaltungskosten der Billag (Motion von Jean-Louis Fournier) und der Verjährungsfrage (Vorstoss von Werner Luginbühl) äussern müssen. Eine Knacknuss für den sgv wird in naher Zukunft sicher die Begriffsdefinition des Kleinbetriebes sein.

Der sgv hofft nun, dass der Ständerat am 16. März klare, KMU-freundliche Zeichen setzt. Und er steht nach wie vor zu seiner Ankündigung, notfalls die Frage der Radio- und TV-Gebühren vom Volk entscheiden zu lassen.

Patrick Kneubühl



Der Autor dieses Beitrags, Patrick Kneubühl, hat als sgv-Jurist viele KMU-Reklamationen gegen die Billag bearbeitet.

**PETER BIERI** – Ein inakzeptabler Vorschlag des Zuger Ständerats.

## Wohin mit den Billag-Millionen?

Der Zuger Ständerat Peter Bieri ist ein findiger Mann. Er hat gemerkt, dass Nationalrat Adrian Amstutz in enger Abstimmung mit dem sgv im Juni 2010 mit einer Motion 67 Billag-Millionen an die Gebührenzahler zurückgeben wollte. Das Geld häufte sich an, weil beim Gebührensplitting zwischen der SRG und den Privaten nicht alle Beiträge ausgezahlt werden konnten. Der Bundesrat lehnte die Motion ab, weil für die Rückzahlung keine rechtliche Grundlage bestehe. Standesherr Bieri, ein profunder Kenner der Berufsbildung, will die schöne Summe nun zweckgebunden in diesem Bereich einsetzen. Mit einem



Ständerat Peter Bieri möchte «überflüssige» Billag-Millionen umverteilen.

Vorstoss bat er den Bundesrat zu prüfen, ob bei der nächsten Revision des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen eine gesetzliche Grundlage geschaffen werden könnte, welche es erlaubt, dass die 67 herrenlosen

Billag-Millionen in eine Stiftung (oder eine andere Rechtsform) überführt werden könnten. Der Zweck der Stiftung läge primär in der finanziellen Unterstützung anerkannter schweizerischer Ausbildungsinstitutionen für Journalismus und Medienmanagement.

Das von Ständerat Bieri eingereichte Postulat will also Umverteilung statt Rückverteilung. Er widerspricht damit diametral den Forderungen des Gewerbes. Ausserdem birgt sein Vorschlag viel Zündstoff. Der Staat würde nämlich die Journalistenausbildung (mit-) finanzieren und so Einfluss nehmen können auf die Pressefreiheit. *KbH*

ANZEIGE

SIU / Schweizerisches Institut für  
Unternehmensschulung im Gewerbe  
Schwarztorstrasse 26  
Postfach 8166, 3001 Bern  
Tel. 031 388 51 51, Fax 031 381 57 65  
gewerbe-be@siu.ch, www.siu.ch



**SIU IFCAM**  
Schweizerisches Institut für Unternehmensschulung

Im Frühling Start der SIU-Vorbereitungskurse  
auf die Höhere Fachprüfung zum/zur

**Eidg. dipl. Betriebswirtschafter/in  
des Gewerbes**

Sie erhalten ab Mai 2011 von kompetenten Referentinnen und Referenten mit aktuellstem Wissen in den Fächern

- Entwicklung der persönlichen Führungsfähigkeiten
- Aspekte des Unternehmensumfeldes
- Unternehmens-interne Managementaspekte
- Organisation und interne Kommunikation
- Personalmanagement
- Marketing
- Finanzmanagement und Controlling
- Strategische Unternehmensführung

das nötige Rüstzeug, um Ihren Betrieb in eine erfolgreiche Zukunft zu führen.

**Kursstarts:**  
Bern: 27. Mai 2011  
Zürich: 18. Mai 2011

**Es hat noch freie Plätze!**

## RECHTSSTAAT EIN FREMDWORT?

Wenn man den Eindruck erhalten hat, um die Billag sei es still geworden, dann täuscht man sich. Dem sgv liegen wieder Unterlagen vor, die das Verhalten der Billag mehr als fragwürdig erscheinen lassen. Betroffen ist eine Bäckerei im Thurgau. Die Bäckerleute haben die Billag mehr als einmal darauf aufmerksam gemacht, dass sie zwar bereit seien, Gebühren zu bezahlen, aber sowohl mit dem Inhalt wie auch dem Umfang der Gebühren-

forderung nicht zufrieden seien. Die Billag hat nie Stellung bezogen. Sie hat einfach ein Betreibungsverfahren eingeleitet. Den fundamentalen verfassungsmässigen Grundsatz, wonach vor dem Erlass einer Verfügung die Betroffenen anzuhören sind (sogenanntes rechtliches Gehör), scheint die Billag entweder nicht zu kennen oder er interessiert sie nicht. Das kann und darf sich in einem Rechtsstaat niemand gefallen lassen. *Kbh*



**JÜRIG MARTI** – Der Direktor des Bundesamts für Statistik erklärt, dass jede Verwaltungsstelle selber entscheidet, ab wann sich KMU bei ihr mit der neunstelligen Unternehmens-Identifikationsnummer identifizieren müssen.

# «UID trägt zur Entlastung bei»



«Es ist den betroffenen Behörden selbst überlassen, wann sie innerhalb der vorgegebenen Fristen die Umstellung vollziehen», sagt BFS-Direktor Jürg Marti.

**Gewerbezeitung:** Was bringt die UID den KMU?

■ **Jürg Marti:** Am 1. Januar 2011 hat das Bundesamt für Statistik BFS damit begonnen, jedem Unternehmen in der Schweiz eine einheitliche Unternehmens-Identifikationsnummer

**«UM DIESE KOSTEN MÖGLICHST TIEF ZU HALTEN, SIND EINFÜHRUNGSFRISTEN VON DREI BZW. FÜNF JAHREN VORGESEHEN»**

zuzuordnen. Diese UID wird schrittweise die heute in der öffentlichen Verwaltung existierenden Unternehmensidentifikatoren ersetzen. Daraus entsteht ein spürbarer Mehrwert. Mit dem übergreifenden und

## ZUR PERSON

Der 47-jährige Solothurner Jürg Marti ist seit 1. Januar 2009 ist Direktor des Bundesamts für Statistik. Er hat seine wirtschaftswissenschaftliche Ausbildung an der Universität St. Gallen absolviert. Seine fachlichen Fähigkeiten vertiefte er in verschiedenen betriebs- und volkswirtschaftlichen Beratungsprojekten am St. Galler Zentrum für Zukunftsforschung. 1994 promovierte Marti an der Hochschule St. Gallen (HSG). Zwischen 1995 und August 2000 war Marti Leiter der Wirtschaftsförderung des Kantons Solothurn und Stellvertreter des Amtes für Wirtschaft und Arbeit. 2000 bis 2002 agierte er Unternehmensberater. Von September 2002 bis Dezember 2008 war er Vize-Direktor im Bundesamt für Verkehr (BAV) und leitete dort die Abteilung Überwachung. Jürg Marti ist verheiratet und Vater von zwei Kindern.

einheitlichen Identifikator können Daten koordiniert verwendet und Doppelspurigkeiten abgebaut werden. Zahlreiche administrative Prozesse und die Zusammenarbeit zwischen den Unternehmen und der öffentlichen Verwaltung werden dank der UID effizienter, einfacher und sicherer. Die UID trägt somit dazu bei, die Unternehmen – namentlich auch die KMU – administrativ zu entlasten. Das ist ein zentrales Anliegen des BFS.

**Wie kommt ein KMU zu seiner UID?**

■ Ein Grossteil der in der Schweiz tätigen Unternehmen wird bereits mit einer UID identifiziert. Diesen wird das BFS im Verlauf des ersten Halbjahrs 2011 die UID schriftlich kommunizieren. Gleichzeitig erfolgt eine Information über die damit verbundenen Konsequenzen. Die Zuweisung einer UID an neu gegründete oder noch nicht identifizierte Unternehmen erfolgt im Rahmen bereits bestehender Verwaltungsprozesse, beispielsweise bei den Steuern, beim Handelsregister oder bei der Abrechnung von AHV-Beiträgen. Für die Unternehmen entstehen somit keine neuen Aufgaben als Folge der UID.

**Wie ist die UID aufgebaut?**

■ Die UID besteht aus neun Ziffern und wird zufällig zugeteilt. Um die schweizerische Herkunft der Nummer sichtbar zu machen, wird ihr die Landesidentifikation «CHE» vorangestellt. Bei der letzten Ziffer handelt es sich um eine Prüfziffer. Um die Lesbarkeit der UID zu erhöhen, wird sie mittels Bindestrich und Punkten strukturiert, beispielsweise als CHE-123.456.789.

**Was ist die UID-Ergänzung?**

■ Die UID-Ergänzung dient als Hinweis (z. B. auf Briefpapier, Rechnungen, Quittungen oder anderen Drucksachen), ob ein Unternehmen im Handelsregister eingetragen oder

mehrwertsteuerpflichtig ist. Ist ein Unternehmen sowohl im Handelsregister als auch im Mehrwertsteuerregister eingetragen, so können der UID die Ergänzungen HR und MWST nachgestellt werden. Ich gebe auch dazu ein Beispiel: CHE-123.456.789 HR/MWST. Erfolgt eine Löschung des Eintrags im Handelsregister und bleibt die Mehrwertsteuerpflicht bestehen, wird die UID-Ergänzung gestrichen.

**Wie und ab wann wird die UID als Mehrwertsteuernummer verwendet?**

■ Die mehrwertsteuerpflichtigen Einheiten sind gemäss Mehrwertsteuergesetz verpflichtet, auf Rechnungen den Hinweis ihrer Mehrwertsteuerpflicht darzulegen. Bislang genügte hierzu die Angabe der 6-stelligen MWST-Nummer. Mit der Ablösung derselben durch die UID wird dies

**«BIS ENDE 2013 HABEN UNTERNEHMEN ZWEI MEHRWERTSTEUER-NUMMERN»**

mit der UID-Ergänzung «MWST» bzw. «TVA» oder «IVA» ermöglicht. Das Format der neuen MWST-Nummer sieht somit wie folgt aus: CHE-123.456.789 MWST. Die Verwendung der UID als MWST-Nummer ist bereits jetzt möglich. Die 6-stellige MWST-Nummer ist noch bis zum 31.12.2013 gültig. Zwischen 2011 bis Ende 2013 haben Unternehmen somit zwei MWST-Nummern.

**Mit welchen Kosten ist die Umstellung verbunden?**

■ Für die Wirtschaft sind die Einführungskosten der UID gering, da den Unternehmen keine neuen Pflichten auferlegt werden und die erforderlichen Informationen für die Unternehmensidentifikation im Rahmen der ordentlichen Verwaltungskontakte erfasst werden. Die grösste Auswirkung ist durch die Ablösung der MWST-Nummer zu erwarten. Dabei sind Anpassungen bei Dokumenten und Formularen gemäss den Vorschriften der MWST vorzunehmen. Da jedoch die MWST ihre heutige Nummer in den nächs-

ten Jahren ohnehin durch einen neuen Identifikator hätte ablösen müssen, sind diese Aufwendungen nicht der Einführung der UID zuzuschreiben. Auch bei der öffentlichen Verwaltung fallen gewisse Einführungskosten an. Ich denke dabei insbesondere an Anpassungen von IT-Applikationen oder -Prozessen. Um diese Kosten insgesamt möglichst tief zu halten, sind Einführungsfristen von drei bzw. fünf Jahren vorgesehen. Diese Fristen ermöglichen es den betroffenen Stellen, die notwendigen Anpassungen im Rahmen periodischer Weiterentwicklungen oder anderer Informatikprojekte durchzuführen.

**Die Umstellung ist also erst 2015 abgeschlossen. Sind fünf Jahre nicht eine sehr lange Frist?**

■ Innerhalb dieses Zeitrahmens ist es den betroffenen Verwaltungsstellen selbst überlassen, wann genau sie die Umstellung vollziehen. Die Übergangsfrist dient dazu, die durch die Einführung der UID verursachten Anpassungen mit regulären Erneuerungsaktivitäten bzw. Weiterentwicklungen zusammenzulegen. Damit jedoch rasch ein möglichst breiter Nutzen aus der UID erzielt werden kann, wurde bei bedeutenden Registern (z.B. Handelsregister oder MWST) die Einführungsfrist auf drei Jahre verkürzt.

**Werden wenigstens die verschiedenen Gemeinden und Kantone zum selben Zeitpunkt die Verwendung der UID voraussetzen?**

■ Wie gesagt: Es ist den betroffenen Behörden selbst überlassen, wann sie innerhalb der vorgegebenen Fristen die Umstellung vollziehen. Da jedoch die 6-stellige MWST-Nummer auf den 1. Januar 2014 vollends durch die UID abgelöst wird, muss ab diesem Zeitpunkt überall dort, wo bislang die alte, 6-stellige MWST-Nummer verwendet wurde, die UID als MWST-Nummer verwendet werden.

**Warum ist eigentlich das UID-Register öffentlich zugänglich?**

■ Für die korrekte Zuteilung, Verwaltung, Verwendung und Abfrage der UID führt das BFS ein zentrales Unternehmensregister – das UID-Regis-

ter. Um eine möglichst breite Anwendung der UID zu ermöglichen und da die öffentliche Verfügbarkeit der UID für viele Nutzungsmöglichkeiten eine wichtige Voraussetzung darstellt, ist das UID-Register teilweise öffentlich zugänglich. Damit wird beispielsweise die Nachführung sowie der Abgleich von unternehmenseigenen Verzeichnissen erleichtert, und Angaben zu Unternehmen können online geprüft werden. Wir haben dazu mit [www.uid.admin.ch](http://www.uid.admin.ch) eine spezielle Internet-Adresse geschaffen.

Die im UID-Register enthaltenen Daten sind auf das für die Identifikation notwendige Minimum, wie Name oder Firma, die offizielle Sitzadresse, die UID sowie Hinweise auf bisherige Handelsregister- oder MWST-Nummern beschränkt. Der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden nur die Daten jener Unternehmen, die bereits in einem öffentlichen Register, wie z. B. Handelsregister oder MWST-Register, eingetragen sind oder die der Publikation ihrer Daten explizit zugestimmt haben.

**Welche Datenschutzvorkehrungen wurden getroffen?**

■ Bei der Einführung der UID und des UID-Registers wurde dem Datenschutz besondere Aufmerksamkeit geschenkt. Dies zeigt sich beispielsweise darin, dass das UID-Register

**«FÜR DIE WIRTSCHAFT SIND DIE EINFÜHRUNGSKOSTEN DER UID GERING»**

keine schützenswerten Personendaten beinhaltet, nur teilweise öffentlich zugänglich ist, die Verwendung der UID durch Dritte eingeschränkt ist und der Onlinezugriffe nur Einzel- und keine Massenabfragen zulassen. Beim Umgang mit Daten ist Zurückhaltung geboten. Das BFS trifft deshalb alle technischen und organisatorischen Massnahmen, um den Datenschutz und die Sicherheit der Registerführung zu gewährleisten.

Interview: Matthias Engel

**LINK**

[www.uid.admin.ch](http://www.uid.admin.ch)

ANZEIGE

**sicherheitsshop24.ch**

Sicherheit muss (darf) nicht teuer sein





**alles mit 80% WIR**




[www.sicherheitsshop24.ch](http://www.sicherheitsshop24.ch)  
 Prospekte und Infos unter  
 Tel. 056 437 20 10 / Fax 056 437 20 15  
[info@mcs-partner.ch](mailto:info@mcs-partner.ch)  
[www.sicherheitsshop24.ch](http://www.sicherheitsshop24.ch) - Ihr Partner für

**Sicherheitsschuhe / Warnschutzbekleidung  
Erste-Hilfe-Koffer / Atemschutzmasken**



**TOURISMUS** – Zuwachs der Logiernächte um 1,7 Prozent: Schweizer Hotellerie 2010 im Zwischenhoch.

# Schweizer Hoteliers auf Erfolgskurs



Die Schweiz ist bei Besuchern aus Asien äusserst beliebt: Diese legten mit einem Plus von 374 000 Logiernächten (+17 Prozent) im vergangenen Jahr kräftig zu. Allein China (ohne Hongkong) generierte ein Wachstum von 133 000 Einheiten. Dies entspricht der stärksten absoluten Zunahme dieses Kontinents sowie aller ausländischen Herkunftsländer.

Im Jahr 2010 befand sich die Schweizer Hotellerie auf einem Zwischenhoch. Mit einem Zuwachs der Logiernächte um 1,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr fiel die Bilanz besser aus als erwartet. Der internationale Gästemix sowie die robuste Schweizer Konjunktur haben massgeblich zu diesem po-

sitiven Resultat beigetragen. Im laufenden Jahr dürfte der Schweizer Tourismus die Auswirkungen des starken Frankens nun aber verstärkt zu spüren bekommen. Umso mehr ist er auf günstige wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen und ein schlagkräftiges Marketing angewiesen.

## 36,2 Millionen Logiernächte

Mit einer Zunahme um 1,7 Prozent auf 36,2 Millionen Logiernächte kann die Schweizer Hotellerie entgegen den Erwartungen auf ein erfreuliches Jahr 2010 zurückblicken. Die Schweizer Gäste verzeichneten eine Zunahme von 2,2 Prozent – ein Resultat, das mit der robusten Entwicklung der Schweizer Wirtschaft einher geht. Mit einem Plus von 1,4 Prozent konnte der Anteil ausländischer Gäste ebenfalls deutlich gesteigert werden. «Der internationale Gästemix hat sich für die Schweizer Hotellerie ausbezahlt», meinte Christoph Juen, CEO hotellerieuisse, im Rahmen der Jahresmedienkonferenz in Zürich. Wachstumsmärkte wie die Golf-Staaten (+13%), China (+48,8%) und Indien (+21,1%) boomten und vermochten die rückläufige Nachfrage aus Europa abzufedern.

## Griffige Massnahmen gefragt

Der starke Franken dürfte den Schweizer Tourismus im laufenden Jahr auf die Probe stellen. Einerseits bewirke er, dass das Produkt Schweiz teurer werde. Andererseits lasse die hohe Kostenbasis in der Schweiz keinen Preiskampf zu. Mehr denn je sei der Schweizer Tourismus deshalb auf günstige wirtschaftspolitische

Rahmenbedingungen angewiesen. «Massnahmen zur Schliessung der Kostenschere gegenüber den anderen Ländern Europas sind mit aller Konsequenz zu verstärken», betonte Christoph Juen und verwies auf das Freihandelsabkommen mit der EU im Landwirtschafts- und Lebensmittelbereich.

Weiter gelte es, Qualität und Innovation als wichtige Differenzierungsmerkmale des Schweizer Tourismus zu fördern. hotellerieuisse befürwortet deshalb die Weiterführung von Innotour als bewährtes tourismuspolitisches Instrument. Der Verband setzt auf starke Partnerschaften im Bereich des Marketings, unterstützt seine Mitglieder bei der Rekrutierung von Mitarbeitenden und fördert das nachhaltige Denken in der Branche. «Insgesamt wünsche ich mir ein stärkeres Bewusstsein für die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in der Schweiz», hielt Christoph Juen fest.

## Entwicklung der Sterne und Regionen

Die von hotellerieuisse klassierten Betriebe generierten im Jahr 2010 drei Viertel aller Logiernächte. Rund 55 Prozent der gesamten Logiernächte in der Schweiz gingen auf das Konto der 3- und 4-Sterne-Hotels. Zu den grossen Gewinnern zählten die 5-Sterne-Betriebe, die sich am schnellsten von der Wirtschaftskrise erholten und im Jahr 2010 um 4,8 Prozent zugelegt haben. Wachstumstreiber waren vor allem die grossen Städte, wo sich die Nachfrage stark zyklisch mit der allgemeinen Wirtschaftslage verhält. So erzielten 2010 die Städte Basel, Bern, Genf, Lausanne und Zürich 7 Millionen Logiernächte, was einer Zunahme um 3,7 Prozent entspricht. Diese Entwicklung widerspiegelt gleichzeitig die Erholung des Geschäftstourismus. Der Alpenraum dagegen schloss mit einem Minus von 0,8 Prozent leicht unter dem Vorjahr ab.

## AUS DEN VERBÄNDEN

### Effizienz im Fokus

Für das Elektrogewerbe und die Geräteindustrie ist die ELITE-Gerätetagung der Schweizerischen Elektro-Einkaufsvereinigung eev Taktgeber und Branchentreffpunkt zugleich. Die 12. Ausgabe, die am 6. April von 11.30 bis 22.00 Uhr in der Eventlocation BallyLab in Schönenwerd über die Bühne geht, widmet sich dem aktuellen und für die Branche zentralen Brennpunkt Effizienz. Fachexperten erläutern wie in der Unternehmensführung, in der Teamarbeit und im Verkauf Effizienz zum Standard wird. Auch die begleitende Fachausstellung greift das Thema auf: Vertragslieferanten der eev präsentieren besonders energieeffiziente Gerätemodelle und die darin enthaltenen ökologischen Innovationen. Detailinformation: Telefon 031 380 10 10.

### Ein Schritt zur Planwirtschaft

Der sgv kritisiert den bundesrätlichen Entscheid, die freiwilligen Massnahmen im Bereich der Vorschriften zum Energieverbrauch ausser Kraft zu setzen. «Damit schießt der Bundesrat direkt auf die KMU», betont sgv-Ökonom Henrique Schneider. Neu soll die Exekutive nämlich für Anlagen, Geräte und Fahrzeuge Vorschriften direkt erlassen können und muss nicht wie bisher die Wirkung von freiwilligen Massnahmen abwarten. Für Schneider ist klar: «Mit diesem weiteren Schritt in Richtung Planwirtschaft verlieren vor allem die KMU, denn sie müssen sich an bürokratischen Vorgaben orientieren, die Kosten verursachen und Innovationen hemmen.» Der Bundesrat müsse sich an, mehr über die Technik zu wissen als die Berufspraktiker. «Der Schuss des Bundesrates geht deswegen nach hinten los: Unternehmen werden die neue Vorschrift erfüllen, aber nicht mehr forschen, um noch effizienter zu werden. Unsere Regierung melkt nicht nur die Unternehmen, sie zwingt sie auch noch dazu, passiv zu werden.» Der sgv verlange Respekt für unternehmerische Lösungen, die Verankerung des Prinzips der Freiwilligkeit in der schweizerischen Umweltpolitik und möglichst gute Voraussetzungen für Innovationen.

**SUISSETEC-SPENGLERTAG** – Sicherheit und Ästhetik im Fokus.

# Spenglerbranche in Bewegung

Fragen zum Normenwesen, zur Kalkulation sowie ausgewählte Praxisbeispiele standen im Mittelpunkt des suissetec-Spenglertags von Anfang März in Bern. Die gut 500 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus der ganzen Schweiz diskutierten Themen wie Sicherheit und Ästhetik im Bereich Gebäudehülle, und sie beschäftigten sich mit der Zukunft ihres Berufsstandes.

## Fachfragen und Ästhetik

Die schweizerische Spenglerbranche ist spürbar in Bewegung. Sich weiterbilden, sich vernetzen, Innovationen erleben und diese fördern – dies waren die Ziele der Tagung. Dass die Schweizer Spenglerinnen und Spengler diesbezüglich äusserst aktiv sind, zeigte sich anhand der Fachreferate. Neben Fragen zu Kalkulationsgrundlagen, zu revidierten Normen und deren Anwendung in der Praxis oder zur Dachentwässerung kam auch die Ästhetik zur Sprache. Zwei Referate drehten sich um Ornamentspenglerei bzw. um das neue Metalldach des Gotthardhospiz.

Die schweizerische Zentralpräsident Peter Schilliger wies auf eine der Kernkompetenzen seines Verbandes hin: Energietisches Bauen und Sanieren. «Das Thema Energie rückt auch im Bereich Spenglerei/Gebäudehülle mehr und

mehr ins Zentrum. Das ist eine riesige Chance.» Die Nachfrage nach energieeffizienten Lösungen am Markt sei riesig. «Hier müssen wir einhaken – einerseits um die Zukunft unserer Branche zu sichern, andererseits aber auch im Sinne eines verantwortungsvollen Umgangs mit unseren Ressourcen sowie aus Verantwortung der Gesellschaft gegenüber.»

## Herausragender Nachwuchs

Im Rahmen des Spenglertags bot suissetec dem Spenglernachwuchs erneut Gelegenheit, sich auf nationalem Parkett in Szene zu setzen. Zahlreiche Lernende aus der ganzen Schweiz hatten im Vorfeld des Spenglertags Arbeitsskizzen zum Thema «Energie und Umwelt» eingereicht, aus denen eine Fachjury die besten auswählte und die Schöpfer der metallischen Kunstwerke zur Präsentation im Kursaal Bern einlud. Pirmin Ott und Dragisa Capljak aus Unterägeri ZG (Lehrbetrieb: Werner Iten Spenglerei AG, Unterägeri) siegten im Kreativwettbewerb mit ihrer Skulptur, in deren Zentrum eine Bioethanolflamme leuchtet. Den zweiten Platz belegte Michael Bösch aus Nesslau SG (Lehrbetrieb: Lippuner EMT, Grabs). Der dritte Rang ging an Lorène Morezzi aus Aigle VD (Lehrbetrieb: Coutaz SA, St-Maurice).



Die Spengler Lernenden Dragisa Capljak (links) und Pirmin Ott aus Unterägeri/ZG gewinnen am nationalen Spenglertag in Bern im Kreativwettbewerb mit ihrem Modell den ersten Preis.

## WORTE DER WOCHE



«Ich kenne Wirte, die 80 Prozent rauchende Gäste hatten. Diese bleiben jetzt aus. Doch die meisten Wirte geben nicht auf, sondern nehmen die Umsatzverluste in Kauf und zahlen sich selber weniger Lohn. Das sind Kämpfernaturen, da steckt Leidenschaft drin, die geben nicht auf. Irgendwann wird die Ertragslage aber doch zum Problem.»

Bernard Kuster, Direktor GastroSuisse

ANZEIGE

## VILLMERGEN BAHNHOFAREAL

Ihre neue Adresse ab 1. Oktober 2011 an zentraler Lage

**Gewerbefläche Erdgeschoss**  
Geeignet als Laden-/Büro-/Praxisraum

Gesamtfläche Haus A	270.4 m <sup>2</sup>
(kann unterteilt werden)	
Gesamtfläche Haus B	84.5 m <sup>2</sup>

Miete m <sup>2</sup> / Jahr	CHF 180.00
Nebenkosten m <sup>2</sup> / Jahr	CHF 18.00

Sind Sie interessiert? Für weitere Informationen rufen Sie uns an oder besuchen Sie unsere Homepage

[www.bahnhofareal-villmergen.ch](http://www.bahnhofareal-villmergen.ch)

Wir beraten Sie gerne über die entsprechenden Möglichkeiten.

Frank Immobilien AG  
CH-4663 Aarburg  
Tel. 062 787 32 45  
[www.franke-immo.ch](http://www.franke-immo.ch)

FRANKE



## NACHLESE

## Die Wirtschaft versenkt

Mit seinen Entscheidungen bezüglich des CO<sub>2</sub>-Gesetzes hat der Ständerat nach Auffassung des sgv der Schweizer Wirtschaft den Rücken gekehrt. «In drei fundamentalen Fragen sprach sich die kleine Kammer diese Woche für Sonderinteressen von kleinsten Gruppierungen und von der Verwaltung aus», hielt Gewerbedirektor Hans-Ulrich Bigler fest. Sollte der Nationalrat im Sommer auf die Beschlüsse des Ständerates einschwenken, hätte dies böse Folgen: Die CO<sub>2</sub>-Reduktionsziele müssten ausschliesslich im Inland verwirklicht werden, Schweizer Unternehmen hätten sich den EU-Normen zu unterordnen und die Mitglieder der erfolgreichen Energieagentur der Wirtschaft sähen ihre Investitionen verpuffen.

Das «Stöckli» folgte konsequent den Anträgen der Kommissionsminderheit und desavouierte damit auch die eigenen Umweltexperten. Auch bei den Fragen, wie die zu ambitiös gesteckten Ziele zu erreichen sind, blieb der Ständerat konsequent und entschied sich dafür, Betriebe zu schliessen, Brenn- und Treibstoffpreise zu erhöhen (und damit unter anderem auch Lebensmittelpreise sowie Gesundheitskosten) und im Allgemeinen Energie zu rationieren. «Wir erachten diese Entscheidungen des Ständerates als untragbar», betont Bigler. Und: «Wenn der Nationalrat im Juni umfällt, werden wir die die Frage eines Referendums sorgfältig prüfen.»

## Freude für Berner KMU



Der Kanton Bern ist wieder mit zwei Bürgerlichen im Ständerat vertreten. Der Oberländer Unternehmer und Präsident des Schweizerischen Nutzfahrzeugverbands Astag, Adrian Amstutz (Bild), hat die Wahl um die Nachfolge von Bundesrätin Simonetta Sommaruga gewonnen. Der Sigriswiler setzte sich dabei gegen die linkslastige SP-Nationalrätin und Fraktionschefin Ursula Wyss durch. Das Resultat freut auch den kantonbernischen Gewerbeverband. Berner KMU hatte sich im Vorfeld – anders als FDP und BDP – an einer ausserordentlichen Delegiertenversammlung klar für Amstutz ausgesprochen. «Unsere Unterstützung hat sicher zu dem erfreulichen Resultat beigetragen», sagte Kathrin Anderegg, Präsidentin Berner KMU, nach der Wahl gegenüber der sgz. «Wichtig war uns, dass der Kanton Bern im «Stöckli» mit zwei Bürgerlichen vertreten ist – das ist mit Hilfe des Gewerbes gelungen.» Im Herbst werden sich beide Berner Ständeräte – nebst Amstutz auch Werner Luginbühl von der BDP – erneut einer Ausmarchung stellen müssen. Laut Anderegg «müssen sich die Bürgerlichen nun zusammenraufen, wollen wir den zweiten Sitz im Ständerat halten».

## Bald höhere Tunnel?

Erfolg für sgv-Vorstandsmitglied Rolf Büttiker: Der Bundesrat will prüfen, ob der Schienenkorridor Basel-Chiasso bereits im Hinblick auf die Eröffnung des Gotthard-Basistunnels 2016/2017 durchgängig für den Transport von Sattelschleppern mit vier Metern Eckhöhe ausgebaut werden kann. Bislang galt ein Zeithorizont bis 2030. Wie die Regierung in ihrer Antwort auf gleich lautende Motionen von Ständerat Büttiker (FDP/SP) und Nationalrat Norbert Hochreutener (CVP/BE) schreibt, sei der geforderte Ausbau aller Gotthard-Zufahrtsstrecken bis 2016/2017 eine grosse Herausforderung sowohl für die Finanzierung als auch für die Umsetzung. Der Bundesrat will das Anliegen jedoch prüfen. Im Rahmen des nächsten Verlagerungsberichts will er Ende des laufenden Jahres über Kosten, Finanzierung, Zeitrahmen und Umweltauswirkungen eines Vier-Meter-Korridors Auskunft geben und Massnahmen vorschlagen.

«Ich bin sehr erfreut, dass der Bundesrat den dringenden Handlungsbedarf in der Sache anerkennt», lobte Büttiker gegenüber der Gewerbezeitung. Die Zahl der Sattelaufleger nehme laufend zu – sowohl im Transit- wie auch im Güterverkehr. Sie seien auf eine Eckhöhe von vier Metern angewiesen, weshalb die Annahme des Postulats durch den Bundesrat ein gutes Zeichen für diesen «Zukunftsmarkt» sei.

**HÖHERE BERUFSBILDUNG** – Der Ständerat hat es in der Hand, endlich für die Realisierung längst fälliger gesetzlicher Vorgaben zu sorgen. Dazu braucht 100 Millionen Franken.

## Halbe Sachen genügen nicht

Gemäss dem seit sieben Jahren geltenden Berufsbildungsgesetz ist der Bund verpflichtet, 25 Prozent der Aufwendungen der öffentlichen Hand für die Berufsbildung zu übernehmen. Dieser Anteil liegt heute aber erst bei 19 Prozent. Mit der Botschaft über die Förderung von Bildung, Forschung und Innovation im Jahre 2012 (BFI-Botschaft) hat der Ständerat die Chance, diesen Mangel zu beheben.

## Die Ziele des Bundesrates

Am Mittwoch nächster Woche wird die kleine Kammer die Anträge der Kommission für Wissenschaft, Bildung und Kultur (WBK) zur Förderung von Bildung, Forschung und Innovation im Jahre 2012 (BFI-Botschaft) diskutieren. Es geht dabei um eine einjährige Verlängerung der BFI-Botschaft 2008 bis 2011, um dann ab 2013 in einen neuen Zahlungsrhythmus zu gelangen. Dabei werden alle nationalen Massnahmen in den Bereichen Berufsbildung, Hochschulen (ETH, Universitäten, Fachhochschulen), Grundlagen- und angewandte Forschung und Entwicklung sowie Innovation einbezogen. Der Bundesrat verfolgt die folgenden Ziele:

- bei der Bildung nachhaltige Sicherung und Steigerung der Qualität;
- bei der Forschung und Innovation Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit und des Wachstums.

## Finanzen sichern

Seit einiger Zeit wird in Bundesbern endlich ernsthaft über die Aufwertung der höheren Berufsbildung diskutiert. Dazu ist viel Geld nötig – das Anliegen muss nicht nur ideell, sondern auch finanziell abgesichert werden. Zusammen mit den Sozialpartnern forderte der sgv bereits in der WBK des Ständerates beim Bundesbeschluss über die Finanzierung der Berufsbildung eine Erhöhung um 100 Millionen Franken. Diese Summe wird vom Bundesamt für Berufsbildung und Technologie (BBT) als notwendig erachtet, damit der Bund die Aufwendungen der öffentlichen Hand in der Berufsbildung von 19 auf 25 Prozent aufstocken kann. Bislang wurde dies wegen Finanzknappheit hinausgezögert.

Dieses Bremsen hat böse Folgen: Gerade im Bereich der höheren Berufsbildung führen knappe Ressourcen des Bundes zum vermehrten Rückzug der Kantone aus den Vorbereitungskursen für Berufs- und Höhere Fachprüfungen. Das büssen wiederum die Teilnehmenden mit immer höheren Eigenleistungen. Damit wird der Verfassungsauftrag der Anerkennung der Gleichwertigkeit von beruflicher und akademischer Bildung aber einmal mehr krass verletzt und die Berufsbildung sowie ihre Weiterbildungsmöglichkeiten gegenüber dem akademischen Bildungsweg diskriminiert.

## 50 Millionen genügen nicht

Leider hat die ständerätliche WBK diesem Anliegen mehrheitlich nur halbherzig Rechnung getragen und beantragt bloss 50 anstelle der benötigten 100 Millionen Franken. Deshalb legt der sgv dem «Stöckli» nahe, den Minderheitsantrag der SP-Ständerätinnen Fetz, Maury Pasquier und Savary anzunehmen, die den Kredit auf 100 Millionen Franken erhöhen wollen.

Gemäss Berufsbildungsgesetz leistet der Bund diese Beiträge in Form von Pauschalbeiträgen an die Kantone. Berechnet wird die Höhe dieser Pauschalbeiträge zur Hauptsache auf der



Die duale Ausbildung ist die ideale Basis, auf der sich mit der höheren Berufsbildung – bis zum akademischen Niveau – aufbauen lässt.

## Kantone sind in der Pflicht

Damit ist eigentlich klar, dass sich die Kantone aus dieser Verpflichtung nicht herausstellen können. Es ist nun am Ständerat, den Tatbeweis zu erbringen, dass die höhere Berufsbildung wirklich in diesem Bereich konkret gefördert wird. Die Gefahr, dass die Berufsverbände ihre Kompetenzen an schulische Anbieter wie Fachhochschulen abgeben, weil die Teilnehmenden nicht mehr bereit sind, auf Vollkostenrechnungen basierende Teilnahmegebühren zu entrichten, muss unbedingt gebannt werden.

Eines ist klar: Wenn sich das Parlament schon gegen eine Verakademisierung ausspricht, weil dies weder der Wirtschaft noch der Gesellschaft die nötigen praxisorientierten Fachkräfte liefert, muss es konsequent sein. Im Klartext: Es hat dem Bund zumindest die gesetzlich vorgeschriebenen Mittel zur Verfügung stellen.

Christine Davatz-Höchner,  
sgv-Vizedirektorin

Grundlage der Anzahl Personen, die sich in der beruflichen Grundbildung befinden. Dabei muss dem Umfang und der Art der Grundbildung, aber auch dem Angebot an höherer Berufsbildung angemessene Rechnung getragen werden. Unter anderem ist dies für vorbereitende Kurse zu eidg. Berufs- und die eidg. höheren Fachprüfungen sowie für berufsorientierte Weiterbildung vorgesehen. Zudem

hätte der Bund sogar noch eine Klausel in der Berufsbildungsverordnung, die es ihm ermöglicht, den Pauschalbeitrag an einen Kanton entsprechend zu kürzen, wenn dieser seine Aufgaben in der höheren Berufsbildung und berufsorientierten Weiterbildung nicht wahrnimmt. Allerdings hat das BBT gemäss Recherchen des sgv bis jetzt noch nie von diesem Recht Gebrauch gemacht.

## ANZEIGE

www.peugeot-professional.ch

# Peugeot Easy Change



**AUF DIE PEUGEOT-NUTZFAHRZEUGE:  
BIS 26% RABATT + CHF 3 000.–  
EINTAUSCHPRÄMIE\* GESCHENKT**



## DIE PEUGEOT-NUTZFAHRZEUGE, VON PROFIS FÜR PROFIS.

- **Bipper**: mit –21% Rabatt und CHF 1 000.– Easy Change-Prämie.
- **Partner**: mit –23% Rabatt und CHF 1 000.– Easy Change-Prämie.
- **Expert**: mit –25% Rabatt und CHF 2 000.– Easy Change-Prämie.
- **Boxer**: mit –26% Rabatt und CHF 3 000.– Easy Change-Prämie.



PEUGEOT  
PROFESSIONAL

\*Alle Preisangaben inkl. 8% MWST. Gültig für Bestellungen vom 1.1. bis 31.3.2011. Angebot kumulierbar. Ausschliesslich gültig bei allen teilnehmenden Peugeot-Partnern. Preisänderungen vorbehalten. Die angebotenen Nutzfahrzeuge sind für gewerbliche und berufliche Nutzung bestimmt, die Angebote sind damit ausschliesslich für Flottenkunden gültig.



**SENDUNGEN VERFOLGEN** – Geschäftskunden der Schweizerischen Post können ihre Sendungen online verfolgen, sogar Bilddaten der Pakete stehen zur Verfügung.

# Zufriedene Kunden dank gutem Service

Die Post verfügt über eine enorme Datenmenge zu den ihr anvertrauten Sendungen und stellt diese den Geschäftskunden gratis zur Verfügung.

## DIE SCHWEIZERISCHE POST

### Auch das ist Logistik

Die Post ist die grösste Logistikanbieterin der Schweiz. PostLogistics, der Logistikbereich der Post, befördert nebst Kurier-, Express- und Paket-sendungen auch Stückgut pünktlich und zuverlässig. Lagerlogistik rundet das Angebot der Post ab. E-Logistics genießt bei der Post einen hohen Stellenwert. E-Logistics-Dienstleistungen wie z. B. «Sendungen verfolgen» werden kontinuierlich optimiert und neu entwickelt.

#### LINK

[www.post.ch/logistik](http://www.post.ch/logistik)

Raphael Bolliger, Produktmanager, erklärt nicht ohne Stolz: «Wir erbringen unsere Leistungen in einer dermassen guten Qualität, dass wir nichts verstecken oder vertuschen müssen. Es gibt für uns keinen Grund, diese Daten unseren Kunden nicht zur Verfügung zu stellen.»

#### Sendungen verfolgen

Viele Firmen sind froh um diese Daten und nutzen die Sendungsverfolgung rege. Nebst Informationen zur Aufgabe, Sortierung und Zustellung (mit Angabe der detaillierten Zustelladresse) bietet die Post auch Fotos der Pakete. Auf den Bildern ist die Lieferadresse ersichtlich, die Versandart und allfällige Zusatzleistungen wie «Signature». Auch über die Grösse und das Gewicht des Paketes ge-

ben die vorhandenen Daten genauestens Auskunft. Bei Sendungen, die gegen Unterschrift ausgeliefert werden müssen, ist zusätzlich das digitale Bild der Unterschrift des Empfängers vorhanden. Nicht nur Daten von Paketen und Express-Sendungen sind abrufbar, die Post bietet auch Informationen über Einschreibebriefe und Stückgut-sendungen an. Der unterschriebene Transportschein beispielsweise wird eingescannt und ist am Folgetag online abrufbar. Die Daten zu Paketsendungen werden im Halbstundentakt aktualisiert. Wird also ein Paket im Paketzentrum sortiert, ist dieses Ereignis spätestens eine halbe Stunde später sichtbar. Sendungen können sowohl nach Aufgabedatum als auch nach Sendungsnummer gesucht werden.



Mit «Sendungen verfolgen» wissen Post-Kundinnen und -kunden jederzeit, wo sich ein Paket befindet.

## WEBSERVICE «SENDUNGEN VERFOLGEN»

Geschäftskunden, die ihren Endkunden den Status der bestellten Ware lückenlos aufzeigen wollen, können mit dem Webservice «Sendungen verfolgen» die Daten der Post in ihre Systeme integrieren. Dafür ist eine Programmierung im eigenen System notwendig. Der Datenaustausch zwischen dem Kundensystem und der Datenbank der Post erfolgt elektronisch und die

Daten können flexibel weiterverwendet werden. So ist es möglich, auf der Webseite die verschiedenen Status der Sendungen lückenlos aufzuzeigen. Auch Bilddaten können mit dem Webservice «Sendungen verfolgen» übermittelt werden. Kundinnen und Kunden können so ihre Sendungen virtuell begleiten und wissen, wann sie das Paket in Empfang nehmen können.

#### Kompetenter Kundendienst

Durch die Dienstleistung «Sendungen verfolgen» können Kundendienstmitarbeitende entsprechende Anfragen schnell und kompetent beantworten. Viele Anrufer sind froh um die Auskunft, wer das Paket entgegengenommen hat oder dass der erste Zustell-

versuch nicht geklappt hat und das Paket auf der Poststelle abgeholt werden kann. Da die Daten fast ein Jahr lang zur Verfügung stehen, können die Kundendienstmitarbeitenden auch dann helfen, wenn sich die Kunden erst Monate nach dem Versand bei ihnen melden.

Manchmal sind Geschäftskunden froh um die elektronische Unterschrift des Empfängers. Wenn ein Endkunde sich weigert, eine Rechnung zu bezahlen mit der Begründung, die Sendung nie erhalten zu haben, kann durch die elektronische Unterschrift im System der Sachverhalt schnell geklärt werden. Laut der Post sind solch unschöne Geschichten aber die Ausnahme. Meistens dienen die Daten dazu, Kunden zu helfen und Auskünfte zu erteilen.

**RASANTE ENTWICKLUNG** – Nachschub und Versorgung sind heute wichtige Aufgaben – nicht nur Militärbereich, sondern in der gesamten Wirtschaft.

# Viele Räder müssen drehen



In einer funktionierenden Logistik müssen – wie hier im Container-Terminal Basel – unzählige Räder ineinandergreifen.

Ihren Ursprung hat die Logistik im militärischen Bereich. Schon bei den Römern sorgten «logisticas» für den Nachschub und die Versorgung der Legionen. Nach Ende des 2. Weltkrieges wurden – zunächst in den USA – die im Militärbereich gewonnenen Logistikerkenntnisse auf den Bereich der Wirtschaft übertragen. In den 1970er-Jahren schwappte die Logistikwelle dann nach Europa über. In den letzten 30 Jahren hat sich die Logistik dabei von einer primär auf die physischen Abläufe fokussierten Unternehmensfunktionen zu einem ganzheitlichen, Managementkonzept und Führungsinstrument entwickelt.

#### Ganzheitliche Lösungen

Die Aufgabe der Logistik besteht darin, die richtige Menge der richtigen Objekte (etwa Güter, Personen, Energie, Informationen) am richtigen Ort zum richtigen Zeitpunkt in der richtigen Qualität zu den richtigen Kosten bereitzustellen. Dieser Ansatz ist für die Ver- und Entsorgung von Unternehmen und Unternehmensnetzwerken (Supply Chains) ebenso anwendbar wie beispielsweise auf die Paketzustellung

am Samstagvormittag oder militärische Fragestellungen.

Mit Logistik beschreibt man heute die ganzheitliche, effektive und effiziente Planung, Realisierung, Steuerung und Kontrolle des ausser- und innerbetrieblichen Materialflusses und der dazugehörigen Informations- und Wertflüsse. Die Logistik stellt für Gesamt- und Teilsysteme in Unternehmen, Konzernen, Netzwerken und sogar virtuellen Unternehmen prozess- und kundenorientierte Lösungen bereit. Die Beschaffungs-, Produktions-, Distributions-, Entsorgungs-, Verkehrs- und Materialflusslogistik sind dabei wichtige Teilgebiete der Logistik, die in alle Prozessketten und -kreisläufe einfließen. Im Mittelpunkt dieses ganzheitlichen Konzeptes steht ein Denken in Prozessen, Strömen und Netzwerken. Logistiker von heute sind «Prozessmanager», die in der Lage sein müssen, die «Supply Chain» organisatorisch und wirtschaftlich zu planen und zu steuern. Breites Fach- und Methodenwissen sowie Führungskompetenzen sind notwendig, um die Komplexität der Aufgaben zu bewältigen.

#### Hohe Anforderungen

Logistiker müssen in der Lage sein, technische und wirtschaftliche Probleme zu erkennen und zu beurteilen sowie Kosten und Service gegeneinander abzuwägen. Sie müssen mit den oft nur entweder in wirtschaftlichem oder technischem Denken geschulten Partnern der unterschiedlichen Unternehmensbereiche zusammenarbeiten. Dies erfordert nicht nur ein grosses interdisziplinäres Fachwissen, sondern auch ein hohes Mass an sozialen Kompetenzen, wie etwa Kommunikations- und Führungsfähigkeit. Der Logistiker soll sowohl politische Fähigkeiten des Verhandels, der Konfliktlösung und der Konsensbildung als auch die Fähigkeit zur Anpassung und Veränderung besitzen.

#### ANZEIGE

#### Auch KMU betroffen

Auch zukünftig wird der Logistik eine bedeutende Rolle zukommen. Global vernetzte Wirtschaftsstrukturen werden weiterhin hochverfügbare Logistiksysteme erfordern, die die physische und informatorische Verbindung in und zwischen Unternehmen sowie mit ihren Kunden und Lieferanten gewährleisten. In diesem Zusammenhang wird sie beispielsweise als ein strategisches Führungsinstrument in Unternehmen und Unternehmensnetzwerken eingesetzt. Entwicklungen im Bereich der Logistik haben daher weitreichende Folgen für die Wettbewerbsfähigkeit – und da sind die KMU ganz besonders betroffen.

Gst

## MY POST BUSINESS

«Sendungen verfolgen» ist nur eine von vielen Funktionen auf My Post Business, der Geschäftskundenplattform der Schweizerischen Post. My Post Business können Geschäftskunden mit einer eigenen Debitoren- oder Frankierenlizenznummer benutzen. Der Kunde loggt sich mit einem persönlichen Passwort ein und kann die Daten der von ihm aufgegebenen Sendungen abrufen. Durch das persönliche Login stellt die Post sicher, dass Kunden keine fremden Daten sichten können.

#### LINK

[www.post.ch/mypostbusiness-info](http://www.post.ch/mypostbusiness-info)

**Zeitwirtschaft von Mobatime**  
Absenzmanagement, Personaleinsatzplanung, Betriebsdatenerfassung und mehr. Integrierbar in alle ERP Systeme.

Mobatime Swiss AG  
8600 Dübendorf  
Tel.: +41 44 802 75 75  
E-Mail: info-d@mobatime.ch

Mobatime Swiss SA  
1052 Le Mont-sur-Lausanne  
Tel.: +41 21 654 33 50  
E-Mail: info-s@mobatime.ch

Zeitfassung  
Kombinierbar mit Zutrittskontrolle (Bis 8m Lesedistanz.)

MORATIME



**WARENSTRÖME** - Gemäss der Logistikmarktstudie 2011 hat die Schweizer Logistik ein wertbezogenes Gesamtvolumen von 34,5 Milliarden Franken erwirtschaftet. Das ist zwar ein Rückgang gegenüber dem Vorjahr, doch die Zeichen stehen auf Wachstum.

# Alle Zeichen stehen auf Wachstum



Die Warenströme verändern sich - und mit ihnen die Logistikkonzepte.

BILD DEUTSCHE POST DHL

Zum vierten Mal hat der Lehrstuhl für Logistikmanagement den Schweizer Logistikmarkt vermessen und weiter aktualisiert. Demnach erwirtschaftete die Schweizer Logistik ein wertbezogenes Gesamtvolumen von 34,5 Milliarden Franken. Im Vergleich zum Vorjahr (Basisjahr 2008) ging das wertmässige Marktvolumen um knapp 3,4 Prozent resp. 1,2 Milliarden Franken zurück. Auch der ausgelagerte Logistikkanteil reduzierte sich um 4 Prozent auf neu 19,1 Milliarden Franken. Durch den krisenbedingten Umsatzrückgang - der Schweizer Export verringerte sich 2009 um 12,6 Prozent und die Importe gingen um 14,3 Prozent zurück - reduzierte sich auch die Anzahl der Mitarbeiter um 3050 auf neu 165 850 Personen. Somit sind knapp 4 Prozent aller Schweizer Arbeitskräfte in der Logistikbranche tätig. Vom gesamten Logistikmarkt werden 42,8 Prozent durch die Stückgutlogistik erbracht. 15,6 Prozent entfallen auf die Komplettladungslogistik, 11,7 Prozent auf Tank- und Silodienste, 10,2 Prozent auf Post- und Briefdienste, 9,2 Prozent auf die KEP-Dienste, 7,1 Prozent auf die Massengutlogistik und 3,3 Prozent auf die Schwergutlogistik. Die Querschnittsmärkte Terminaldienst und Warehousing weisen ein Volumen von knapp 4 Prozent und die Kontraktlogistik 15,5 Prozent auf. Der krisenbedingte Rückgang der transportintensiven Im- und Exporte führte zu einem Abbau der Transportkapazitäten. Bezogen auf den Schienengüterverkehr verringerte

sich die transportierte Menge um 4,5 Millionen Tonnen, und auf der Strasse wurden gegenüber dem Vorjahr eine Millionen Tonnen weniger Güter transportiert.

#### Herausforderungen der Zukunft

Die Schweizer Wirtschaft ist stark in den internationalen Wertschöpfungsprozess eingebunden, und entsprechend ist auch die Schweizer Logistikbranche in den internationalen Kontext zu setzen. Und hier warten auch in Zukunft gewaltige Herausforderungen. Megatrends wie Globalisierung, Wertorientierung, integrierte Managementsysteme, individuelle Kundenbedürfnisse und Umweltorientierung werden die Akteure auch zukünftig stark fordern, damit sich das richtige Produkt in der richtigen Menge, zur richtigen Zeit am richtigen Ort befindet - und dies möglichst kostengünstig.

#### Neuordnung der Warenströme

Zu den grossen Herausforderungen gehört die Neuorganisation des Welthandels, denn dieser wird bis in 20 Jahren zu einem grossen Teil über die Schwellenländer abgewickelt. Neu entstehende Logistikkonzepte machen etablierten Unternehmen Marktanteile streitig, die Karten für die grossen Transportaufträge werden komplett neu gemischt. Neue Handelsrouten verändern die weltweite Lieferkette massgeblich, Nordamerika und Westeuropa verlieren an Bedeutung. Zu diesem Schluss kommen PricewaterhouseCoopers PwC und das Supply Chain-

Management Institut der European Business School EBS im dritten Teil ihrer Studienreihe «Transportation & Logistics 2030», für den 90 Branchenspezialisten in 28 Ländern befragt wurden, die Hälfte davon aus den aufstrebenden Volkswirtschaften China, Indien, Russland und Südafrika.

Die Schwellenländer engagieren sich mit einer eigenen Logistikinfrastruktur zunehmend auch in rohstoffreichen Entwicklungsländern. China verfügt schon heute über sieben der zwanzig grössten Häfen der Welt. In Zukunft werden auch Indien, Russland und Südafrika zu den Logistikriesen zählen. Der Handel zwischen Asien und den früheren Sowjetstaaten wächst jährlich um 42 Prozent. Auch die Transportmengen auf der Süd-Süd-Route zwischen Südamerika und Afrika legen zweistellig zu. Dass die Logistiker der Schwellenländer weiteres Wachstum in den entwickelten Märkten Europas und Nordamerikas suchen, halten die Experten hingegen für wenig wahrscheinlich.

#### Chancen für Schweizer Logistiker

Die Neuausrichtung der Warenströme bietet auch für Schweizer Unternehmen Chancen: «Die führenden Schweizer Logistiker operieren bereits seit Jahren in den stark wachsenden Logistikmärkten Asien, Afrika und Südamerika. Sie haben dort Wachstumsaussichten mit zweistelligen Zuwachsraten», sagt Thomas Brüderlin, Partner und Leiter des Branchensektors Transport und Logistik bei PwC Schweiz.

#### Transportinfrastruktur im Fokus

Einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren für die Wettbewerbsfähigkeit eines Landes ist die Transportinfrastruktur. Sie zu erhalten und der steigenden Nachfrage entsprechend auszubauen, ist in den nächsten 20 Jahren eine der zentralen finanziellen Herausforderungen für die Schweiz und die Regierungen weltweit. Im zweiten Teil der Studienreihe «Transportation & Logistics 2030» gehen die Experten davon aus, dass die Industriestaaten bei den Transportinfrastrukturen auch 2030 eine führende Rolle einnehmen werden. Für die anstehenden Investitionen werden die Privatwirtschaft und der Staat eng zusammenarbeiten. Dabei schätzen die Befragten den Erhalt der bestehenden Infrastrukturen als grössere Herausforderung ein, als für neue Infrastrukturen Investoren zu finden.

#### Wachstum und Nachhaltigkeit

Die Experten sind sich einig: regulatorische Massnahmen wie Gebühren für die Strassennutzung und Verkehrsüberlastung werden für die Finanzierung der nötigen Investitionen eine wichtige Rolle spielen. Dabei werden auch externe Kosten wie die Umweltbelastung zunehmend in die Vollkostenrechnung mit einbezogen. «Die grösste Herausforderung wird es künftig sein, die stetig wachsenden Warenströme mit einer ökologisch nachhaltigen Entwicklung in Einklang zu bringen», sagt Thomas Brüderlin von PwC Schweiz dazu.

#### Infrastruktur optimieren

Die Schweiz ist gefordert: In Bezug auf die Kapazitätsauslastung der Schweizer Strassen-, Schienen- und Luftinfrastruktur bestehen bereits heute zahlreiche Engpässe. Und auch zukünftig ist aufgrund des langfristig zunehmenden Verkehrs- und Transportaufkommens bei diesen Verkehrsträgern nicht mit einer Entspannung zu rechnen. Lediglich bei der Binnenschifffahrt sind zum heutigen Zeitpunkt ausreichende Kapazitäten vorhanden, wie aus der Logistikmarktstudie hervorgeht. Beim weiteren Ausbau der Infrastrukturen stösst die Schweiz aber an ihre Grenzen. Entscheidend wird sein, ob sie in der Lage ist, die Nutzung der bestehenden Infrastrukturen zu optimieren. Dabei stehen die Verkehrstelematik und die Leitsysteme im Vordergrund, um den Verkehr besser zu planen und zu lenken. «Um die Umweltkosten verursachergerecht zu verteilen, wird auch die Schweiz mittelfristig alternative Finanzierungsmodelle wie beispielsweise das Road Pricing prüfen müssen», zeigt sich Thomas Brüderlin überzeugt.

#### Neue Transportkonzepte

Generell wird die Entwicklung neuer Transportkonzepte ein weiterer gros-

ser Trend der kommenden Jahrzehnte sein. Hintergrund ist dabei die Urbanisierung als ein Megatrend des 21. Jahrhunderts. Im Jahr 2030 werden gemäss einem Bericht der Vereinten Nationen über 60 Prozent der Weltbevölkerung in Städten leben. Wachstumstreiber sind auch hier Asien und Südamerika, wo derzeit zwei Drittel der weltweiten Megacities liegen, also Städte mit je nach Definition drei, fünf, acht oder zehn Millionen Einwohnern, wie die European Business School im ersten Teil der «Transportation & Logistics 2030»-Triologie schreibt. Gerade in Schwellenländern wachse die Bevölkerung rasant und die Infrastruktur entwickle sich nicht der neuen Grösse entsprechend. Verstärkung erfordere höheres Transportaufkommen von Waren und gleichzeitig auch von Menschenströmen.

Die Aufgaben für Logistiker werden in den kommenden Jahren entsprechend komplexer. Die Entwicklung der Megacities bedeutet für die logistischen Prozesse eine sorgfältige Organisation und Koordination. Ein mögliches Transportkonzept für Logistikdienstleister in Grossstädten stellt die Kooperation mit Mitbewerbern dar, die sogenannte «Co-opetition». So könnte beispielsweise eine Aufteilung der Belieferungszonen oder eine gemeinsame Regalbelieferung konkurrierender Hersteller das Transportaufkommen in Megastädten entscheidend verringern.

#### Modelle für Innenstädte

Technologische Innovationen im Bereich des autonomen Transports sind mittlerweile über den geschlossenen Kreislauf der Intralogistik hinaus einsetzbar. Eine grosse Anzahl von Pilotprojekten vermittelt Lösungsansätze für die vor dem Verkehrskollaps stehenden Innenstädte. So testet das EU-Projekt Citymobil unterschiedliche Transportalternativen in europäischen Grossstädten. In London oder Rom, aber auch in Lausanne oder in der spanischen Region Kastilien werden sogenannte Cybercars, Hightech-Busse oder Schnellbahnen getestet. Voraussetzung hierfür sind eine moderne Transportinfrastruktur und geschlossene Lieferketten.

Ein Blick in die Zukunft zeigt, dass beispielsweise in manchen Industriezweigen und Regionen «Lokalmatadoren» von der wachsenden Regionalisierung von Lieferketten profitieren könnten. Die wachsende Urbanisierung könnte zu einem Boom bei Unternehmen führen, die sich auf Lieferung frei Haus spezialisieren und in der Lage sind, «last mile»-Lieferungen in den verstopften urbanen Landschaften zu bewältigen.

Patrick Gunti

#### LINKS

[www.logistikmarkt.ch](http://www.logistikmarkt.ch)  
[www.pwc.ch](http://www.pwc.ch)



In der Schweizer Strassen-, Schienen- und Luftinfrastruktur bestehen bereits heute zahlreiche Engpässe.

BILD FLUGHAFEN ZÜRICH AG



PostLogistics beim Güterumschlag.

BILD SCHWEIZERISCHE POST



Modernes Hochregallager von Swisslog.

BILD SWISSLOG



**CEBIT 2011** – Auf der weltgrössten Computerfachmesse stand dieses Jahr das Cloud-Computing im Vordergrund. Zum Supertrend gehören aber auch Tablets und 3-D-Geräte.

# Die Zukunft gehört der Wolke

Über Hannover schwebte letzte Woche eine Wolke. Niemand konnte sie sehen, aber alle sprachen an der CeBIT darüber. Die sogenannte Cloud steht für das Auslagern von Diensten und Daten ins Internet. Ziel des Cloud-Computings ist es, auf lokalen Rechnern möglichst keine Software mehr zu installieren und Rechenarbeit auf Serverfarmen zu verteilen. Idealerweise arbeitet der Anwender nur noch im Browser. Dem Hype zum Trotz: Das Cloud-Prinzip ist gar nicht neu, Webmailer gibt es seit Jahren. Doch durch schnelles Internet und neue Browser-Technologien sind inzwischen viel – auch grafisch – an-

spruchsvollere Anwendungen möglich: von der Musik- und Videowiedergabe bis hin zu Textverarbeitung, Bildbearbeitung, gemeinsamem Arbeiten oder Spielen.

## Eine Flut von Tablet-PC

Dass Hardware wichtig bleibt, zeigte an der CeBIT die Unmenge neuer Tablet-PCs. Ein neuer Trend im Trend sind Tablets, die sich in Netbooks verwandeln können. So zeigte Asus das 10-Zoll-Gerät Eee Pad Slider mit ausfahrbarer Tastatur und Android 3.0 (Honeycomb). Der gleich grosse Eee Pad Transformer lässt sich an eine Tastatur mit Zusatzakku anstecken



Die Tablets sind im Vormarsch – dennoch setzt der taiwanische Hersteller Gigabyte auf die Netbooks: Das superdünne Topmodell T 1028 verfügt sogar über einen Touchscreen.

## iPAD 2 KOMMT AM 25. MÄRZ

Nicht an der CeBIT, sondern im heimischen Kalifornien hat Apple-Boss Steve Jobs am letzten Mittwoch das geheimnisumwitterte iPad 2 vorgestellt. Hier die wichtigsten Neuerungen:

■ **Masse:** Gleiche Grösse wie der Vorgänger, dafür nur noch 8,6 mm dick (dünner als das iPhone 4!). Mit 600 Gramm auch deutlich leichter.

■ **Bildschirm:** Die 9,7-Zoll-Anzeige ist fingerabdruckabweisend und stellt Bilder und Videos im 4:3-Format dar.

■ **Multimedia:** Zwei Kameras, eine vorne und eine hinten. Die Front-Kamera hat VGA-Auflösung (640 × 480 Pixel) und ist für Video-Chats und Schnappschüsse gedacht. Mit der rückseitigen Kamera lassen sich sogar HD-Videos (720p Auflösung) aufnehmen.



■ **Leistung:** Dank einem neuartigen Zwei-Kern-Prozessor doppelt so schnell wie sein Vorgänger; Grafikleistung verneunfacht.

■ **Laufzeit:** Trotz enormer Leistungssteigerung weiterhin zehn Stunden. Verkaufsbeginn in Europa soll laut Jobs der kommende 25. März sein; die Preise sollen gleich wie bei der ersten Version sein.

und läuft mit Windows 7. Beide Neuheiten sollen ab dem Frühjahr erhältlich sein. Samsung will seinen Tablet Sliding PC 7 mit SSD-Platte und Ausziehtastatur ab April anbieten. Fujitsu (2/B38) stellt ein neues 10,1-Zoll-Tablet namens Slate vor und setzt auf Windows 7 als Betriebssystem. Bereits auf dem Markt ist der Inspiron Duo von Dell. Das ebenfalls mit Windows und einem 10,1-Zoll-Touchscreen ausgestattete Gerät lässt sich entweder als Netbook oder mit umgeklappter Tastatur als Tablet-PC verwenden. Auch MSI bietet Neues, zum Beispiel den Angelow, einen All-in-one-PC mit zugehörigem Tablet zum Sofasurfen.

Übrigens: WLAN bleibt Tablet-Standard, immer mehr Geräte haben je-

doch auch UMTS als ständige Verbindung zur Internet-Wolke.

## Warten auf 3-D ohne Brille

Die Brücke ins Wohnzimmer schlägt die 3-D-Technologie. An die neuen 3-D-Displays mit HDMI-1,4-Schnittstelle finden Konsolen oder Blu-ray-Player direkt und ohne PC-Anschluss. Noch funktioniert 3-D nicht ohne die recht klobigen Shutter-Brillen. Die Produzenten bemühen sich derzeit krampfhaft um einen Standard, der mehr Brillen und bessere Preise bringen soll. Doch auch hier könnte der Fortschritt radikale Umwälzungen bringen: Toshiba hat erste 3-D-Displays, die ohne Brille auskommen, für Ende 2011 angekündigt.

**RISSIP** – Der neue Marktplatz für Kurse im Internet bietet KMU eine effiziente, kostengünstige Möglichkeit, Mitarbeitende zu schulen.

# Neuartiges E-Learning nach Mass

Grossunternehmen haben das Lernen im Web, sogenanntes E-Learning, seit langem für sich entdeckt. Mitarbeitende werden in der Regel mit dem eigenen Lernsystem am Arbeitsplatz geschult. Für kleine und mittlere Unternehmen kann die Anschaffung eines solchen elektronischen Lernsystems jedoch zu kostspielig sein. Das muss nicht sein: Mit rissip steht ein neuartiger Marktplatz für Kurse im Internet zur Verfügung. KMU-Mitarbeitenden wird damit die Möglichkeit

geboten, individuell und entsprechend ihrem eigenen Können im Internet ihre Weiterbildung zu absolvieren, ohne dass das Unternehmen in ein eigenes Lernsystem investieren muss.

## Einfacher Einstieg

Hat man den passenden Kurs ausgesucht, kann er in das eigene Lernkonto gestellt werden, um damit zu lernen. So gibt es zum Beispiel schon ab rund 50 Franken Windows-Office-

*«Digitale Eingeborene» erwarten, am Arbeitsplatz lernen zu können, wenn sie Zeit haben und das Wissen brauchen.*



Kurse für den Umstieg auf Office 2010. Andere Kurse wie beispielsweise ein Brandschutzkurs der Gebäudevversicherung stehen gratis zur Verfügung; Sprachkurse – mit Betreuung durch einen Lernbegleiter am Telefon – kosten einige hundert Franken.

## Bedarfsorientiertes Lernen

KMU können ihren Mitarbeitenden mit rissip eine effiziente, kostengünstige und nachhaltige Weiterbildung anbieten. Der administrative Aufwand für die Kursorganisation entfällt, und es entstehen keine Absen-

zen durch den Besuch externer Kurse. Mitarbeitende lernen an ihrem Arbeitsplatz, im eigenen Tempo – und vor allem dann, wenn sie es brauchen. Bedarfsorientiertes Lernen ist effizient, weil die Motivation, etwas Neues zu lernen, immer dann am grössten ist, wenn ein Problem zu lösen ist. rissip unterstützt die Problemlösung mit einer einfach zu bedienenden und jederzeit zugänglichen Technik. Es braucht nur einen Internetanschluss. Pd

**LINK**  
[www.rissip.com](http://www.rissip.com)

## «DIGITALE EINGEBORENE» TICKEN ANDERS

Die junge Berufsleute von heute sind aufgewachsen mit Computer, Videospiele, Mobiltelefon und Internet. Gemäss Lernexperte Marc Prensky haben junge Menschen beim Eintritt in die Mittelschule weniger als 5000 Stunden gelesen, aber 10 000 Stunden Videogames gespielt. Diese habe deren Gehirn so stark beeinflusst, dass es mit grosser Wahrscheinlichkeit sogar physiologisch anders funktioniert als das Gehirn früherer Generationen. Sicher sei, so Prensky, «dass sich die Denkstrukturen verändert haben». Diese «digitalen Eingeborenen» erwarten von einem Betrieb, dass sie für Kurse den Arbeitsplatz nicht mehr verlassen müssen. Sie sind es

gewohnt, Informationen online zu beschaffen, dann, wenn sie sie benötigen.

Sie sind zudem in einer Zeit aufgewachsen, in der die Halbwertszeit von Wissen immer kürzer wird. Das heisst, sie haben die Erfahrung gemacht, dass es sich oft nicht lohnt, Wissen auf Vorrat zu erwerben, da es, wenn man es schliesslich braucht, bereits überholt ist. Diese beiden Faktoren haben einen mitentscheidenden Einfluss auf die Art, wie jüngere Leute lernen wollen: Gewünscht werden Angebote, die online, das heisst übers Internet zugänglich sind, und die ein bedarfsorientiertes Lernen, unabhängig von Ort und Zeit, erlauben.

## NEU IM WEB

# Vertrauenswürdige KMU-Webauftritte

Das Einkaufen im Internet gehört in der Schweiz mittlerweile zum Alltag. Sind die Anbieter jedoch kaum bekannte KMU, stellt sich der Kundschaft vor einem Kaufentscheid zuerst die Vertrauensfrage. Doch worauf genau achten Kundinnen und Kunden? Welche Faktoren beeinflussen ihre Kaufentscheidung – bewusst oder unbewusst? Wie müssen KMU ihren Online-Auftritt gestalten, damit er vertrauenswürdig ist und von den Kunden auch so wahrgenommen wird?

Diese Fragen beantwortet die «Checkliste Online-Auftritte KMU». Sie enthält Tipps und Beispiele für KMU zu 14 verschiedenen Bereichen, die aus Kundensicht für ein sicheres und vertrauenswürdiges Webangebot relevant sind. Dabei geht es beispielsweise um die Optimierung von Bestellprozessen, die Webadresse, die Struktur der Website oder auch um den Umgang mit Kundendaten.

Die Checkliste ist eine gemeinsame Publikation des Bundesamts für Kommunikation (BAKOM), des Staatssekretariats für Wirtschaft (SECO) und des Vereins InfoSurance. Sie steht auf Deutsch, Französisch und Italienisch zur Verfügung und kann gratis heruntergeladen werden.

## LINK

[www.kmu.admin.ch/publikationen](http://www.kmu.admin.ch/publikationen)

# Maus in Stiftform

Eine neue Computermaus in Stiftform soll das Arbeiten unterwegs erleichtern: Die sogenannte Pen Maus von Genius nutzt die Technologie der elektronischen Stifte von Grafiktablets. Im Gegensatz zu diesen soll sie aber auf jeder Oberfläche funktionieren. In der Spitze des Mausstifts stecken der Sensor, der mit bis zu 1200 dpi auflöst, und ein Schalter, der die linke Maustaste steuert. Für einen Rechtsklick muss der Nutzer auf die Oberseite des Geräts drücken. Im Preis von 40 Euro enthalten sind eine Transporttasche und ein Programm, mit dem sich der Stift für Linkshänder konfigurieren lässt.



## LINK

[www.genius-europe.com](http://www.genius-europe.com)

# «Super Speed USB»

Ein MP3-Song rauscht in weniger als einer Sekunde auf die Festplatte, ein HD-Film in gut einer Minute: Der Standard USB 3.0 soll die Datenübertragung zwischen technischen Geräten deutlich beschleunigen. Bis zu fünf Gigabit pro Sekunde sind möglich. Die Standardisierungsorganisation USB-IF geht davon aus, dass die Technologie in diesem Jahr in den Massenmarkt vordringt. USB-IF vermarktet den Standard, der zehnmal schneller wie USB 2 ist, als «Super Speed USB». Ein wichtiger Vorteil: Eine Festplatte mit USB-3.0-Anschluss läuft beispielsweise auch an einem Rechner mit USB-2.0-Schnittstelle – wenn auch nicht mit voller Geschwindigkeit. Umgekehrt funktionieren Geräte mit dem alten Standard an den neuen Anschlüssen.

## LINK

[www.usb.org/developers/ssusb](http://www.usb.org/developers/ssusb)

# Schnurloser Bildschirm

Der Monitorhersteller Fujitsu hat den weltweit ersten schnurlosen Bildschirm präsentiert. Die «Smart Universal Power Antenna» – kurz SUPA – speist den Monitor über eine, etwa im Tisch eingebaute, Transmitter-Antenne per Magnetinduktion mit Strom. Die SUPA-Technologie soll den Weg für das «park and play»-Computing bereiten. Damit können Monitore, aber auch Laptops oder Tablet-PCs über einen im Tisch eingebauten Hot-Spot mit Strom versorgt werden. Zudem können Bilder mittels Wireless USB drahtlos von PC oder Notebook auf bis zu zehn Meter Entfernung auf den Monitor übertragen werden. Der schnurlose Bildschirm soll 2012 in Produktion gehen.



**VERKAUFSSTRATEGIEN** – Immer mehr Schweizer treffen ihre Kaufentscheide im Internet. Umso wichtiger ist es für Fachhändler, die Kunden ins eigene Geschäft zu locken.

# Dem Internet Paroli bieten

Bis vor wenigen Jahren war es nahezu selbstverständlich, dass ein Kunde, wenn er sich für einen Fotoapparat, eine HiFi-Anlage oder einen Gebrauchtwagen interessierte, einen Händler aufsuchte. Dort liess er sich die passenden Modelle präsentieren und fällte den Kaufentscheid. Bei höherpreisigen Produkten konsultierte er in der Regel noch andere Anbieter, um sich eine bessere Übersicht zu verschaffen.

Dieses Verhalten ist weitgehend passé. Heute informiert sich eine Mehrheit zunächst via Internet über das

Angebot. Anschliessend werden auf Spezial-Webseiten wie Comparis.ch die Preise gecheckt. Und erst danach nehmen die Kunden – sofern sie sich nicht für einen Online-Kauf entscheiden – Kontakt mit den Verkäufern auf – meist per E-Mail oder Telefon.

## Schnäppchenjagd mit Folgen

Für den Handel hat dieser Wandel des Käuferverhaltens weitreichende Folgen. Sie konkurrieren heute nicht mehr nur mit den lokalen oder regionalen Mitbewerbern, sondern mit den Anbietern schweizweit oder gar

aus dem Ausland. Zudem verleitet die einfache Marktübersicht so manchen Kunden zur Schnäppchenjagd. Und selbst wenn ein Interessent nicht ernsthaft erwägt, den weiten Weg von Gossau nach Sitten zu fahren, um dort einen Gebrauchtwagen oder ein Fernsehgerät zu kaufen, so konfrontiert er doch den Händler vor Ort mit dem «unschlagbar günstigen» Angebot aus Gossau. Somit stehen viele Verkäufer vor der Frage: Wie kann ich mit Konkurrenten mithalten, die wegen ihres Provinz-Standorts viel niedrigere Mieten und Löhne zahlen?

Hinzu kommt: Aufgrund ihrer Internetrecherche sind die Kunden heute zuweilen besser über das Angebot im Markt informiert als die Verkäufer. Entsprechend selbstbewusst treten sie auf. Und entsprechend schwer fällt es vielen Händlern, Interessenten zur Kaufentscheidung zu führen – zumindest dann, wenn sie nicht jeden Kundenwunsch hinsichtlich des Preises erfüllen können oder möchten.

## E-Mails schnell beantworten

Aus dieser veränderten Marktsituation resultieren neue Anforderungen an die Händler und ihre Mitarbeitenden. Für sie gewinnen zwei Fragen an Bedeutung: Wie können wir Inte-

ressenten, die sich via E-Mail und Telefon über Produkte, Preise und Verfügbarkeit informieren, von unserem Angebot überzeugen? Und wie können wir sie zu einem Besuch unseres Geschäfts motivieren – selbst wenn unsere Preise höher sind? Mit diesen Fragen haben sich viele Händler nicht ausreichend befasst. Und schon gar nicht haben ihre Verkäufer verinnerlicht, welche Anforderungen das veränderte Käuferverhalten an sie stellt.

Inzwischen verfügen die meisten Händler über eine Website. Auch in den Suchmaschinen der gängigen Web-Portale sind sie registriert. Stellt ein Kunde aber per E-Mail eine Anfrage, reagieren sie darauf oft sehr spät – oder gar nicht. Zudem beschränkt sie sich ihre Rückmeldung meist auf das reine Beantworten der Fragen zu Produktdetails oder Verfügbarkeit. Nur wenige Händler nutzen die Gelegenheit, um selbst aktiv zu werden – etwa indem sie als Elektrohändler den Kunden eine telefonische Beratung anbieten.

## Aktiv auf Kunden zugehen

Ähnliches gilt für die Telefonkontakte. Auch sie beschränken sich oft auf eine kurze, sachliche Information der Kundschaft. Selten werden sie ge-



Der Autor dieses Beitrages, Uwe Reusche, ist Geschäftsführer des im deutschen Urbar ansässigen ifsm Institut für Salesmanagement. Dieses führt u. a. Weiterbildungen zum Sales-Coach durch.

nutzt, um sich gezielt nach den Wünschen des Interessenten zu erkundigen – und um ihm ein konkretes Angebot zu unterbreiten. Zum Beispiel in der Form: «Wenn Sie ein sicheres Familienauto suchen, empfehle ich Ihnen ... Wann haben Sie Zeit für eine Probefahrt?»

Ein solch proaktives Handeln gewinnt an Bedeutung. Denn selbst wenn die meisten Kunden es weiterhin vorziehen, zumindest service- und beratungsintensive Produkte bei Anbietern in der Region zu kaufen, so informieren sie sich doch zunehmend zuvor per Telefon und Internet. Und nur wenn sie hierbei einen positiven Eindruck vom Händler und seinem Angebot gewinnen, suchen sie dessen Geschäft auf. Also müssen die Händler und ihre Mitarbeiter auch im Telefon- und E-Mail-Kontakt ihre (verkäuferische) Kompetenz beweisen.

Uwe Reusche



Die Konkurrenz des Internets erfordert neue Strategien: Ein Fachhändler kann etwa Serviceleistungen als Trumpf ausspielen.

BILD ZF

ANZEIGE

**VERKAUFGESPRÄCH** – Wie kann die Kundschaft emotionalisiert werden?

# Mehrwert statt Schnäppchenpreis

Für einen Kunden ist ein Computer oder eine Kaffeemaschine ein toter Gegenstand – solange der Verkäufer ihn nicht zum Leben erweckt. Dazu muss er zunächst erkunden, was dem Interessenten beim Kauf des Produkts wichtig ist und von welchen Kriterien er sich bei der Kaufentscheidung leiten lässt. Erst dann kann er der Kundschaft die relevanten Modelle so präsentieren, dass bei dieser das Gefühl entsteht: Genau das will ich haben!

Um dieses Ziel zu erreichen, genügt es nicht, dass zum Beispiel ein Autohändler seinem Kunden erklärt, dass das Modell XY über eine Parkierungsautomatik verfügt. Er muss die Info auf den Kunden beziehen. Mit Sätzen wie: «Wenn man wie Sie viel in der Stadt fährt und oft in enge Parklücken einparken muss, ist die Automatik eine echte Erleichterung.» Dasselbe gilt für den Verkäufer von Kaffeemaschinen. Er könnte das liebe Produktmerkmal «kurze Brühzeit» so übersetzen: «Wenn's bei Ihnen morgens schnell gehen soll, ist dieser Automat das Richtige für Sie. Ein Knopfdruck und 15 Sekunden später wartet ein fantastischer Espresso auf Sie.»

Wichtig ist, dass der Kunde eigene Erfahrungen mit dem Produkt machen kann. Indem er sich etwa ins Fahrzeug setzt und den Bordcomputer bedient. Erst über das Anfassen und Ausprobieren baut der Kunde

eine Beziehung zum Produkt auf. Und die lässt allmählich die Konkurrenzangebote verblassen, die er beim Betreten des Geschäfts noch im Hinterkopf hatte.

## Den Preis relativieren

Selbst wenn sich ein Kunde bereits emotional für ein Produkt entschieden hat, wird er zum Verkäufer sagen: «Der Wagen gefällt mir. Aber der Händler im Nachbardorf bietet den gleichen 800 Franken billiger an.» Oder: «Der Espressoautomat ist spitze. Aber übers Internet bekomme ich ihn 15 Prozent günstiger.» Nun braucht der Verkäufer Argumente, um den höheren Preis zu begründen. Ein gutes Beispiel wäre: «Ja, dieses Fahrzeug ist etwas teurer. Dafür ist er in einem Superzustand, wie Sie sehen. Ob das bei dem Gebrauchtwagen im Nachbardorf der Fall ist, davon müssen Sie sich erst überzeugen.» Oder: «Natürlich können Sie diese Kaffeemaschine auch im Versandhandel kaufen. Aber wer hilft Ihnen dann, wenn Sie Probleme mit der Inbetriebnahme oder Wartung haben?» Hat der Verkäufer eine solche Argumentation parat, relativiert sich der Preisunterschied für den Kunden meist schnell. Werden ihm dann eine Fussmatte oder ein Päckchen Kaffeekapseln gratis offeriert, hat er das Gefühl «Ich habe gut verhandelt» und willigt in das Geschäft ein.

UR



Ihr Partner für alle Sicherheitsfragen.

 **SECURITAS**



**VARAZZE** – Die Casa Henry Dunant am Ligurischen Meer geht in eine weitere erfolgreiche Saison.

# Früh reservieren lohnt sich

Seit März ist die Prachtvilla an der Riviera di Ponente mit dem atemberaubenden Blick auf das Ligurische Meer wieder offen. Wer sich einen der begehrten Plätze sichern will, sollte sich beeilen und demnächst buchen. Freie Termine finden Sie auf dieser Seite.

Die Casa Henry Dunant, wunderschön gelegen in Varazze an der Küste Liguriens, ist das Geschenk des Schweizerischen Gewerbeverbands sgv an die Schweizer Berufsjugend. Das Idyll im

nahen Italien – erreichbar ab Bern in rund 450 Kilometern – hat sich zunehmend auch für die Durchführung von Seminaren etabliert.

Auch Sportbegeisterte haben die «Casa» längst entdeckt. Den «Casa»-Gästen steht in der nahen Umgebung der Villa (zwischen Varazze und Cogoleto) sowohl ein Hallen- als auch ein Aussenplatz (Sand) fürs Tennisspiel zur Verfügung. Der Platz bietet eine einmalige Gelegenheit, in einer traumhaften Umgebung eine gute Form aufzubauen. Und das zu unschlagbar günstigen Konditionen. Aber auch den Radbegeisterten bietet «Varazze» beste Möglichkeiten: In der Umgebung gibt es jede Menge toller Radstrecken in verschiedenen Schwierigkeitsgraden. Nicht von ungefähr ist Varazze immer wieder Etappenort des Giro d'Italia...

### Jede Menge guter Gründe

An guten Gründen, in der «Casa» in Varazze Projektwochen und Seminare durchzuführen oder aber auch nur



eine Erholungsphase einzuschalten, fehlt es nicht.

- einmaliges Ambiente an der ligurischen Küste;
- zweckmässige Schulungsräume;
- Casa und Park zum Verlieben;
- hervorragende italienisch-schweizerische Küche;
- nordisch schlafen in Mehrbettzimmern (rollstuhlgängig);
- optimale Betreuung durch die Herbergsleitung;
- eigener Badestrand;
- faire Pensionspreise.

### Überraschen Sie Ihre Familie

Damit nicht genug: Überraschen Sie doch Ihre Familie oder Ihre Freunde mit einem kurzfristig geplanten Aufenthalt am Ligurischen Meer. Verbinden Sie Ihre Ferien mit einem Besuch

im nahe gelegenen Savona (wichtiger Umschlagshafen für Bananen) oder im 25 Kilometer entfernten Genua zum Shopping, zum Museumsbummel oder zum Besuch des grössten Aquariums in Europa. Oder besuchen Sie – an der gegenüberliegenden Riviera di Levante gelegen – das atemberaubend schöne Städtchen Camogli, rund 20 Kilometer südlich von Genua.

«Zu Hause» in Varazze spazieren Sie auf dem Fussgängerweg dem Meer entlang ins Städtchen. Erkunden Sie die Casa und deren Umgebung für einen Ihrer nächsten Geschäftsanlässe (Ausflug, Seminar usw.) und lassen Sie sich vom Küchenchef aus seiner neuen Küche kulinarisch verwöhnen! Bei einer raschen Buchung sichern Sie sich das für Sie schönste Zimmer!

### FREIE TERMINE 2011

Woche	von	bis	Freie Plätze
11	13.3.	19.3.	65
14	3.4.	10.4.	35
16	17.4.	22.4.	10
17	24.4.	30.4.	15
19	8.5.	13.5.	10
20	14.5.	22.5.	30
*22	28.5.	4.6.	*15
23	5.6.	11.6.	65
25	19.6.	25.6.	15
32	7.8.	13.8.	20
35	28.8.	3.9.	65
36	4.9.	10.9.	40
38	18.9.	24.9.	15
42	16.10.	22.10.	15
43	23.10.	27.10.	65

\*Auffahrt Donnerstag 2.6.

**Wichtig:** für Einzelpersonen oder Familien gibt es evtl. eine Möglichkeit, auch ausserhalb der freien Termine ein Zimmer zu reservieren! Die freien Termine werden laufend aktualisiert.

Infos: [www.varazze.ch](http://www.varazze.ch)

Für weitere Infos/Fotos besuchen Sie unsere Homepage [www.varazze.ch](http://www.varazze.ch) oder wenden Sie sich an die Stiftung Casa Henry Dunant, Urs Wyler, Geschäftsführer, Schwarztorstr. 26, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 380 14 10; Fax: 031 380 14 15; Mail: [stiftung.casa@varazze.ch](mailto:stiftung.casa@varazze.ch)



ANZEIGEN



**économie**  
Die Geschäftstermine für die Lösungen für industrielle Zulieferung  
[www.economia.org](http://www.economia.org)

Centre de congrès l'Axone  
Montbéliard - Frankreich  
(1 Stunde von Basel, 2 Stunden von Zürich)  
**18. und 19. Mai 2011**

**: 7. Ausgabe von den Geschäftstermine für die Lösungen für industrielle Zulieferung im ersten industriellen französischen Gebiet**

**Ihre Vorteile :**

- 2 Tage lang bis zu 30 ausgewählte Lieferanten zu treffen
- Ein optimierter Zeitplan mit Terminen von je 30 Minuten
- Eine detaillierte Analyse Ihrer Anwendung und persönliche Begleitung, um gezielte Termine zu gewährleisten und vorzuschlagen
- Eine volle Erstattung Ihrer Kosten (Transport, Unterbringung, Verpflegung)

CCIT du Doubs - Montbéliard  
Tél: +33 (0)3 81 31 25 19 - GSM +33 (0)6 99 38 84 53  
Email: [cmascaro@cciinternational.fr](mailto:cmascaro@cciinternational.fr)











**Mehr drin für KMU.**

Profitieren Sie vom besten Service für Ihre Firma. Lassen Sie sich im KMU+ Center in einem Swisscom Shop in ihrer Nähe kostenlos beraten oder erfahren Sie mehr über unsere Service-Angebote für KMU unter [www.swisscom.ch/kmu-service](http://www.swisscom.ch/kmu-service)







**MARIE-CHRISTINE EGGER** – Ob als Bettelweib oder als edle Patrizierin: Die Solothurnerin verbindet auf ihren Stadtführungen historische Fakten mit Wortwitz und kulinarischen Köstlichkeiten.

# Stadtführung in Eigenregie



Marie-Christine Egger führt in 12 verschiedenen Rollen durch die Solothurner Altstadtgassen.

Solothurn gilt weit über die Kantons- grenzen hinaus als die schönste Barockstadt der Schweiz. Daher lohnt es sich, den schmucken Kantons- hauptort einmal auf einem Stadt- rundgang zu entdecken. Was aber tun, wenn die Gefahr besteht, dass bei einem entsprechenden Geschäfts- ausflug die Geschichtsmuffel in Über- zahl sind und sich nicht für jene An- einanderreihung von Jahreszahlen begeistern können, die der Chef vom iPhone abliest?

Ein richtiger Solothurn-Kenner vermeidet diese Situation, in dem er von

Anfang an für die Stadtführung jene Dame engagiert, welche die Stadt und die Zeit des Barocks wie keine zweite kennt: Madame de Coin.

Die elegante Patrizierdame führt von einem schmucken Solothurner Barockbau zum nächsten – standes- gemäss in Reifrock und Perücke. Mit Charme gibt sie Auskunft über jene Zeit von 1530 bis 1792, als die französischen Ambassadoren, also die Gesandten bei den Eidgenössischen Orten, ihren Sitz in Solothurn hatten.

## Bei Regen schickt Madame ihre Magd

«Mein Mann ist als Offizier zur Welt gekommen, das ist üblich in Soleure. Jeder Patrizier verdient in französischen Diensten seine Sporen ab, dann steigt er ein in die Politik», verrät Madame de Coin jeweils ihren Gästen. Wer in Politik und Militär genug Zeitvertrieb habe, brauche keine Industrie. «In Frankreich hat mein Mann höfische Umgangsformen erlernt. Das ist wichtig, denn hier in Soleure sur l'Aar verkehren viele Diplomaten. Hier findet in kleinerem Rahmen das Leben von Versailles statt.»

Wer Madame de Coin um eine Stadt- führung mit dem Titel «Perücken und Puder, Parfum und Parasiten – Das barocke Leben in der Ambassadors- stadt» bittet, lernt den vornehmen Charakter der Stadt authentisch wie nie zuvor kennen. Wenn die Patri- zierdame von Bildung, Theater, Mu- sik, Tanz, Mode, Hygiene und natür- lich dem prunkvollen Leben am Am- bassadorenhof erzählt, wird Ge- schichte lebendig.

Weil Madame de Coin aber schlech- tes Wetter scheut, bleibt sie bei Re- gen Zuhause und schickt stattdessen ihre Magd Marie zu den Solothurn- Interessierten. Doch keine Angst: Auch bei dieser Umsetzung ist die barocke Stadtführung von gewohnt hoher Qualität. Denn hinter der Magd verbirgt sich dieselbe Person wie hin- ter der Herrin: Marie-Christine Egger,

die seit 1987 regelmässig durch ihre Heimatstadt führt und 2001 den Sprung in die Selbständigkeit wagte.

## Eine Fasnachtsidee

«Dank der Solothurner Fasnacht ha- be ich zu meiner Berufung gefunden. Es war 1987, ich war maskiert unter- wegs und wollte noch nicht nach Hause, als ich einen Mann kennen- lernte, der in seiner Freizeit Stadtfüh- rungen machte», erzählt sie. Sie sei von seiner Tätigkeit so fasziniert ge- wesen, dass sie sich entschloss, we- nige Tage später einen Ausbildung- kurs für Stadtführerinnen zu besu- chen. Sie bestand auf Anhieb und war fortan im Auftrag von Solothurn Tourismus als Stadtführerin unter- wegs. «Schon damals gestaltete ich meine Rundgänge farbenfroher als meine Kolleginnen. Als dies dem Tou- rismusverein zunehmend missfiel, machte ich mich selbständig», erin- nert sie sich. Da der damals nicht ganz freiwillige Neustart in der Lo- kalpresse heftig diskutiert wurde, hatte Marie-Christine Eggers Angebot von Anfang an im Raum Solothurn einen gewissen Bekanntheitsgrad. Trotz diesen günstigen Startbedin- gungen hätte sie aber «nie den heu- tigen Erfolg erwartet».



Madame de Coin tritt standesgemäss in Reifrock und Perücke auf.

So bietet Egger auch zahlreiche Füh- rungen über frühere Zeitepochen an. Besonders beliebt sind «Von Salodu- rum nach Solothurn – Römerführung für Kinder» mit der Keltorömerin Queta und «In Statmure Burger und Swine – Führung durch die mittelal- terliche Stadt» mit dem im 14. Jahr- hundert lebenden «Frauenzimmer» Marie Eggerin. «In diesen beiden Führungen sind die Rollen von Gut und Böse klar verteilt. Zudem pasi- siert viel, weshalb die beiden Füh- rungen auch für Kinder sehr kurz- weilig sind», erklärt Egger.

## Vorbereitung in der Alphütte

Insgesamt hat sie rund drei Dutzend verschiedene Führungen im Angebot, mehrere davon rücken bestimmte Be- völkerungsgruppen wie «Heilige, Da- men, Weiber und Hexen», «Damen und Dirnen, Sitten und Unsitten» oder «Räuber, Mörder, Richter und Henker» in den Mittelpunkt. Und wer will, kann in einer abendlichen Füh- rung, die garantiert Gänsehaut er- zeugt, «Geistern, Gespenstern und Wiedergängern» begegnen.

«Ich habe stets neue Ideen. Einmal im Jahr ziehe ich mich eine Woche in eine Alphütte zurück und arbeite an neuen Rundgängen», so Egger. Sie liest sich in Bibliotheksbücher ein und kontaktiert bei Fragen Historiker. Ihr eigenes Wissen kommt in der Führung «Aderlassen und Glieder- richten – Medizin im alten Solo- thurn» zum Zuge, ist sie doch ausge- bildete Krankenschwester. «Ich hätte einst gerne Geschichte studiert, doch war bei meinen schlechten Mathe- matikkenntnissen ein Studium nicht realistisch», verrät sie. So lebt sie ihre Leidenschaft für historische The- men stattdessen in Solothurns Gas- sen aus – zur Freude vom Solothurn- Interessierten und (vorherigen) Ge- schichtsmuffeln.

Matthias Engel

## LINK

[www.solothurn-stadtfuehrungen.ch](http://www.solothurn-stadtfuehrungen.ch)

## DAS UNTERNEHMEN

Marie-Christine Egger bietet seit 2001 kulturhistorische Füh- rungen in Solothurn an. Sie ist ei- genständige Unternehmerin und hat keine Angestellten. Bei man- chen Führungen treten Musiker und Kleinkünstler als Gäste auf, in jede Veranstaltung ist zudem mindestens ein lokales Restau- rant involviert. Mit ihrer Kultur- historische Führungen Solothurn GmbH ist sie Mitglied der KMU Frauen Solothurn. 2010 führte sie 260 Stadtrundgänge und sonsti- ge kulturhistorische Veranstaltun- gen durch.

Marie-Christine Egger arbeitet eng mit Solothurner Wirtsleuten zusammen.

# Historischer Genuss

Wer mit Marie-Christine Egger be- ziehungsweise mit einer ihrer histo- rischen Figuren wie Madame de Coin in Solothurns Altstadt unterwegs ist, bleibt weder durstig noch hungrig. Es sei denn, er befinde sich auf dem «Bettler-Rundgang», bei dem nur Wasser und Brot verteilt wird. «Bei jeder Führung mache ich einen Halt in einem Restaurant, bei dem meine Gäste in den Genuss einer kleinen Verpflegung kommen, die zum jewei- ligen Thema des Rundgangs passt», so Egger. Das sei mal ein (einstiges) Luxusgetränk wie Kaffee, ein al- koholischer Zaubertrank oder ein längst vergessener Snack. «Die Zu- sammenarbeit mit den jeweiligen Wirtsleuten ist sehr unkompliziert, je nach Gruppengrösse ist ein Tisch reserviert oder gar ein ganzes histo- risches Sääl», so die Stadtführerin. So habe sie auch die Möglichkeit, bei schlechtem Wetter den Rundgang kurzerhand in die Gaststätte zu ver- lagern.

Wer Lust auf eine besondere Beizen- tour hat, sollte sich die Apéro-Füh- rung «Pinten, Schenken und Taver- nen» nicht entgehen lassen, bei der Egger ihre Gäste zu fünf historisch bedeutenden Gaststätten führt, in denen sie die Geschichte dieser Häuser sowie deren Ess- und Trinkkultur er- zählt.



Fruchtige Tischdeko- ration beim «Lustmahl nach Casanova».

## Essen mit «Zwischen Gang»

Wer will, kann sich bei Egger auch für kulinarisch-kulturelle Leckerbi- sen anmelden. So bietet sie ein Essen an, dessen drei Gänge in den drei geschichtsträchtigen Solothurner Gasthäusern Krone, Roter Turm und Zunfthaus zu Wirthen serviert wer- den – auf dem Spaziergang zwischen den Gängen erfährt der Gast in drei Theaterführungen jeweils 30 Minu- ten lang Wissenswertes zum 14., 16. und 18. Jahrhundert.

Verschiedene Mahlzeiten mit histo- rischen Menüreationen finden da- gegen in jeweils einem Restaurant statt, wobei das Personal historische

Kostüme trägt und Marie-Christine Egger zwischen jedem Gang histori- sche Bonmots zum Besten gibt. «Ein Grossteil dieser Essen findet im «Roten Turm» statt. Wie in den anderen Restaurants werden die Tische je- weils prächtig, zum Thema passend dekoriert», verrät sie.

Ihr kulinarischer Tipp für den Früh- ling ist im Übrigen ein «Lustmahl nach Casanova», bei der lustanregen- de Speisen serviert werden. Wer die Gäste unter dem Motto «Wer schläft, sündigt nicht; wer vorher sündigt schläft nachher besser» ins roman- tisch-verspielte 18. Jahrhundert ein- führt? Natürlich Madame de Coin.



Auf den Stadtführungen geht es leb- haft zu und her.

## 260 Anlässe pro Jahr

«2010 veranstaltete ich 260 Füh- rungen und sonstige Anlässe. 2011 sind 300 Anlässe mein Ziel», erzählt sie. Ihr Veranstaltungsprogramm umfasst öffentliche Sonntagabend-Füh- rungen, Gruppenführungen auf Anmel- dung sowie kulinarisch-historische Stunden in Solothurner Gasthäusern (siehe Artikel links). Auch wenn es bei einer Führung zu regnen beginnt, verlegt Egger ihre historischen Streif- züge schon mal in ein geschichts- trächtiges Restaurant. Bleibt die Frage, warum Madame de Coin im Gegensatz zu Marie-Christine Egger bei schlechter Witterung passt. «Das Kostüm und die Perücke sind zu wertvoll, um sie regnerischer Witterung auszusetzen», bittet sie um Verständnis.

## Verschiedene Zeitepochen

An anderen Führungen von Egger wäre die Figur der Madame de Coin gar fehl am Platz. Denn Solothurn stammt nicht etwa aus der Barock- zeit, bereits die Römer haben hier gelebt.

## IMPRESSUM

**Herausgeber/Verlag:** Schweizerischer Gewerbeverband sgv Schwarztörstrasse 26, Postfach, 3001 Bern  
Tel. 031 380 14 14 - [verlag@sgv-usam.ch](mailto:verlag@sgv-usam.ch) - [www.sgv-usam.ch](http://www.sgv-usam.ch)  
**Herausgeber:** Hans-Ulrich Bigler, Direktor - **Verlagsleiter:** Urs Wylter

**Kommunikation/Redaktion:** Ruedi Christen, Leitung  
Patrick M. Lucca, Chefredaktor - Gerhard Eggist, Stv. Chefredaktor  
Matthias Engel, Redaktor  
[redaktion@sgv-usam.ch](mailto:redaktion@sgv-usam.ch) - Tel. 031 380 14 14

**Anzeigen:** Publicitas Publimag AG, Seilerstrasse 8 - Postfach, 3001 Bern - Tel. 031 387 22 11 - [service.be@publimag.ch](mailto:service.be@publimag.ch) - **Leitung:** Alfred Blaser  
**Herstellung:** St. Galler Tagblatt AG - **Auflage:** 108 536 Exemplare (WEMF-Beglaubigung 2010). Der Abonnementspreis ist im Mitgliederbeitrag inbegriffen



TRIBÜNE

# Noten für die Banken

Warentests von «k-tipp», «Saldo» und TCS, kritische Konsumentensendungen wie «Espresso» und «Kassensturz» haben, kombiniert mit der europäischen Produkthaftpflicht, zu ständigen Qualitätsverbesserungen von Konsumgütern und zur besseren Marktübersicht für Konsumenten beigetragen.

Bei Konsumgütern haben wir heute eine Art Garantiekultur. Doch wie steht es bei Finanzmarktprodukten und Geldanlagen? Dort gibt es keine vergleichbare Qualitätskontrolle. Im Anlagebusiness und Private Banking ist vielmehr eine Täuschungskultur mit einer Disclaiming-Praxis entstanden. Disclaiming heisst: Risikooberwälzung auf den Kunden. Seit drei Jahren testet die Wirtschaftszeitschrift «Bilanz» die Beratungsqualität der Banken gegenüber Privatanlegern. Gerade für KMU-Inhaber oder solche, die nach der Geschäftsaufgabe ihr Vorsorgekapital verwalten lassen, ist dieses Banken-Rating eine Hilfe.

Die Testanlage des «Bilanz»-Ratings ist anonym und neutral: Durch eine Treuhandfirma werden Schweizer Banken eingeladen, eine Anlageofferte für einen konkreten, nicht genannt sein wollenden Privatkunden, der sein Geschäft veräussert hat, nach allen Regeln der Kunst einzureichen. Im ersten Jahr 2008 waren es rund 2 Millionen, im 2009 rund 3,5 Millionen und im 2010 zweimal 7,5 Millionen Franken Anlagekapital, das dem Anlegerkunden für den späteren Lebensunterhalt nach seinem Rücktritt aus dem Geschäftsleben dienen soll.

Eine spezialisierte Firma in München, die auch die deutsche Zeitschrift «Euro» berät, beurteilt die Anlagevorschläge; eine schweizerische Jury aus zwei unabhängigen professionellen Anlageberatern, einem Steuerexperten, einem Wirtschaftsredaktor und dem Schreibenden als ehemaligem Preisüberwacher erstellt unter der Leitung des Zürcher Finanzprofessors Thorsten Hens das Banken-Rating zur Qualität und Seriosität der Anlageberatung.



Rudolf Strahm, ehemaliger Preisüberwacher und alt Nationalrat, über die Beratungsqualität von Banken für Privatanleger.

Das jüngste Banken-Rating aufgrund eines Tests der Beratungsqualität von 66 Banken ist kürzlich in der «Bilanz» (Ausgabe 4-2011) veröffentlicht worden. Erster Rang in der Kategorie der national agierenden Universalbanken: die Zürcher Kantonalbank (ZKB). Erster Rang bei den regionalen Universalbanken: die Neue Aargauer Bank (NAB). Erster Rang bei den Privatbanken: LGT. Beste Gesamtwertung aller geprüften Banken: ZKB. Bei den vorjährigen Ratings glänzten die Raiffeisenbank, die Berner, Luzerner und Aargauer Kantonalbanken sowie Julius Bär. Die von den Banken eingereichten Anlagevorschläge für den beschriebenen Privatanleger sind mit rund 60 Kriterien bewertet, beurteilt und gewichtet worden. Zum Beispiel, ob die Anlageempfehlung aufgrund von Rückfragen bei der Treuhandfirma massgeschneidert gestaltet wurde. Oder die Beurteilung der Anlagenverteilung auf Finanzprodukte und Währungen aufgrund der angegebenen Risikobereitschaft des Kunden. Oder die Ehrlichkeit und Transparenz bezüglich Kickbacks, Gebüh-

ren, Risikoeinschätzungen. Was beim Rating fehlt, ist ein Mangel des Prüfungskonzepts, sind die effektiv erzielten langfristigen Anlagerträge (Performance) in der Rückschau. Zwischen den Schweizer Banken bestehen enorme Unterschiede, zum Beispiel bei den Vermögensverwaltungskosten (All-in Fees mit Depotgebühren, Transaktionskosten, eigenen und fremden Courtagen usw.). Sie schwanken zwischen 0,5 und über 1,0 Prozent des Anlagekapitals pro Jahr. Zu den teuersten Offerten gehören jene der beiden Grossbanken UBS und Credit Suisse. Beide fielen nicht nur dieses Jahr, sondern auch im Vorjahr aus den Topbewertungen.

Beide Grossbanken, CS und UBS, fielen den Vermögensberatern auch dadurch auf, dass sie zu viele Titel aus eigenen Anlagefonds resp. aus eigenen Dachhedgefonds ins empfohlene Anlageportfolio einschlossen. Diese Anpreisung von (zum Teil teuren) Eigenprodukten ist bei unabhängigen Anlageberatern verpönt. Es signalisiert mangelnde Unabhängigkeit, Neutralität und Risikostreuung der Anlagemanagements.

Beide Grossbanken empfahlen auch höhere Anteile an sogenannten «alternativen Anlagen», also an hochrisikanten Anlagen in spekulativen Hedgefonds, Dachhedgefonds und Termingeschäften, obschon der Anlegerkunde von der Treuhandfirma zuvor ausdrücklich als «konservativ» beschrieben worden war. Der Anteil von Hedgefonds-Anlageempfehlungen ist allerdings – eine positive Entwicklung – in den letzten zwei Jahren heruntergeschraubt worden.

Enorme Unterschiede zwischen Banken bestehen auch bei der Pflege der individuellen Beratung. Während einige Privatbanken und Kantonalbanken sehr detailliert auf die Kundenbedürfnisse eingehen, ihr Alter, ihren Finanzbedarf, ihre Risikoneigung beim Treuhänder durch Rückfragen in Erfahrung zu bringen versuchten, lieferten die Grossbanken Standardofferten mit eingedruckten Textbausteinen. Sie signalisierten damit ihr Desinteresse an «kleinen» Kunden mit bloss tiefen Millionenbeträgen. Doch Privatanleger wollen individuell angepasste Lösungen. Auch deshalb fielen die Grossbanken aus der Topliste der Qualitätsbanken.

Ein besonderer Schwachpunkt bei fast allen Banken ist immer noch die Kickback-Kultur. Kickbacks oder Retrozessionen sind Entschädigungen, die der Anlage- oder Bankberater unter dem Tisch durch für seine Anlageempfehlungen erhält. Dies verfälscht den Wettbewerb. Denn der Kunde wird getäuscht, wenn er nicht weiss, dass sein Berater für seine Empfehlungen verdeckt entschädigt wird. Nach OR Artikel 400 müssten solche Vergütungen unangefordert ausgewiesen werden und sie gehören dem Kunden. Doch nur gerade sechs Banken erwähnten die Kickbacks und deren Zuteilung. Diesen Missstand zu regeln ist allerdings primär Sache der Finanzmarktaufsicht (Finma), die bisher diese Unsitte in bankenhöflicher Art und Weise zulässt. In Sachen Kickbacks hat die Finma noch ihre Hausaufgabe zu lösen.

Die Tribüne-Autoren geben ihre eigene Meinung wieder; diese muss sich nicht mit jener des sgv decken.

FRAUENFÖRDERUNG

## Der Wettbewerb um die Besten

Mehr Frauen in Führungspositionen sind auch im Interesse der Unternehmen, findet das SECO. Das Staatssekretariat für Wirtschaft hat darum eine Sammlung von «good practices» für Wirtschaftskreise veröffentlicht. Die Initiative wird vom Schweizerischen Gewerbeverband sgv und vom Schweizerischen Arbeitgeberverband unterstützt.

Die jüngsten Statistiken zeigen, dass Frauen in Führungspositionen in den Unternehmen in der Schweiz immer noch untervertreten sind. Die Situation hat sich seit rund zehn Jahren nicht wesentlich verändert. «Dabei trägt», hält das SECO fest, «ein ausgewogener Frauenanteil an der Firmenspitze massgeblich zum wirtschaftlichen Erfolg bei. Für zahlreiche Firmenchefs steht fest, dass gemischte Teams kreativer sind und den Ansprüchen der Kunden besser gerecht werden.»

Die vom SECO herausgegebene Sammlung «Frauen in Führungspositionen: so gelingt's» zeigt «good practices» von Unternehmen unterschiedlicher Grösse, denen es gelungen ist, ihren Frauenanteil zu erhöhen. Die Unternehmensverantwortlichen bestätigen die Notwendigkeit, auf Frauen zu setzen, und zeigen, wie es funktioniert.



### Unterstützung von Seite der Arbeitgeber

Die Direktoren des Schweizerischen Gewerbeverbands und des Schweizerischen Arbeitgeberverbands, Hans-Ulrich Bigler und Thomas Daum, unterstützen diese Initiative. Daum betont, die Unternehmen müssten sich bewusst werden, dass sie in ihren Leitungsorganen nicht auf Frauen verzichten könnten. Und Bigler ermutigt die KMU, ihre Stärken in diesem Bereich, etwa den direkten Kontakt und die unmittelbare Erkennbarkeit von Talenten, systematischer auszuspielen, um den Wettbewerb um die besten Leute zu gewinnen.

ECHO

## Achtsamkeit bei der Formulierung

«Kritik ist möglich», sgv vom 18. Februar

Mit Interesse habe ich Ihren Artikel zum Thema Arbeitszeugnisse gelesen. Es wird davon ausgegangen, dass eine Person, die ein Zeugnis schreibt, auch das nötige Wissen (Weiterbildung) darüber mitbringt und sie sich über die Konsequenzen ihrer Wortwahl für die Mitarbeitenden bewusst ist. Das ist leider nicht immer so. KMU haben nicht per se eine HR-Abteilung mit professionell ausgebildetem Personal. Zeugnis-schreiberinnen und Zeugnis-schreiber kennen oft weder die Zeugnissprache noch die gesetzlichen Grundlagen. Für aus dem Betrieb ausscheidende Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die auf Stellensuche sind, kann diese Unwissenheit, Unachtsamkeit bis Gleichgültigkeit aber schwerwiegende Folgen haben.

Die Fragen sind u.a.:

- Was können KMU tun, um sicherzustellen, dass Zeugnisse nur von professionell ausgebildeten Personen verfasst werden dürfen?
- Was für Rechte diesbezüglich haben die Mitarbeitenden?

Als Beraterin suchen mich u.a. Menschen auf, die am Arbeitsplatz mit Vorgesetzten Probleme haben. Meistens ist der/die Vorgesetzte Teil der Ursache mit seinem/ihrer Verhalten. Ein Zeugnis bleibt eine «Einwegbotschaft», in der Begeisterung über Leistung/Verhalten und Bedauern über den Weggang bekundet werden kann. Enttäuschung über den Weggang, wenn die Mitarbeitenden sich weiterentwickeln wollen, bis hin zu Mobbing/Konkurrenz ausschalten, können die Leistung und das Verhalten im Zeugnis zum Schaden der Mitarbeitenden formuliert werden. Ein Zeugnis ist zugleich Einstieg wie Rückweisung. Ob es zu einem ersten Vorstellungsgespräch kommt, hängt weitgehend von der Formulierung ab. Dabei ist höchste Achtsamkeit geboten.

Madeleine Fischer, Zürich



Die Beratungsqualität bei Privatanlagen ist nicht über alle Zweifel erhaben, wie das jüngste Banken-Rating der «Bilanz» zeigt.

ZAHLEN DER WOCHE

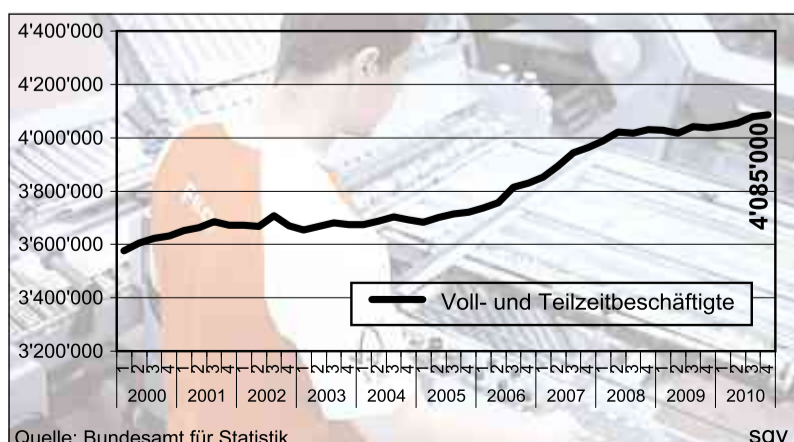
## Solides Beschäftigungswachstum

Gemäss Beschäftigungsstatistik zählte die Schweiz im 4. Quartal 2010 insgesamt 4,085 Millionen Beschäftigte, was einer Jahreszunahme von 48 000 (+ 1,2 Prozent) entspricht. Dank einer anhaltend positiven Entwicklung beschleunigte sich das Beschäftigungswachstum im sekundären Sektor (+ 1,4 Prozent), während der tertiäre Sektor im fünften aufeinanderfolgenden Quartal ähnliche Zuwachsraten verzeichnete (+ 1,1 Prozent).

Im sekundären Sektor registrierten die Genferseeregion (+ 2,0 Prozent), das Tessin (+ 2,9 Prozent) und die

Ostschweiz (+ 3,2 Prozent) im Jahresvergleich starke Zunahmen. Der Espace Mittelland erlebte eine Trendwende (+ 0,9 Prozent), während die Nordwestschweiz weiterhin ein leichtes Minus notierte (-0,2 Prozent). Im tertiären Sektor nahm die Beschäftigung überall zu. Besonders markant war der Anstieg in der Zentralschweiz mit einem Plus von 2,2 Prozent.

Die in die nahe Zukunft gerichteten Indikatoren weisen auf ein weiteres Beschäftigungswachstum im nächsten Quartal im sekundären und im tertiären Sektor hin. Sowohl der Index der offenen Stellen (+ 17 Prozent) als auch der Indikator der Beschäftigungsaussichten (+ 2,6 Prozent) signalisieren im Jahresvergleich



eine weitere Beschäftigungszunahme für das kommende Quartal. Die Betriebe melden infolgedessen erneut

Schwierigkeiten bei der Rekrutierung von qualifizierten Arbeitskräften (+ 5,5 Prozent).