ERFOLG

Offizielles Organ des schweizerischen kmu verbandes

Die starke Zeitung für Selbständige, Unternehmer und Existenzgründer

Nummer 6 • Juli/August 2008 • 2. Jahrgang • Preis Fr. 3.90 • www.netzwerk-verlag.ch • AZB 6300 Zug

TREUHAND
Balanced Scorecard Seite 4
Der Internet-Treuhänder Seite 6

FINANZIERUNG
Familien(finanz)planung Seite 9

MEHRWERTSTEUER
Vereinfachung der MWST Seite 11

RECHTSBERATUNG
Stundenlöhner Seite 12

GESUNDHEIT
Ein neues Lebensgefühl Seite 13

REPORTAGE
Auch KMUs brauchen Erholung Seite 14

AUS- UND WEITERBILDUNG
Was macht erfolgreiches Coaching aus? Seite 18

SCHWEIZERISCHER KMU VERBAND
Der Erfolg beginnt im Kopf Seite 20

Auch Unternehmer brauchen Erholung…

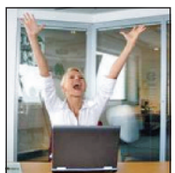
DRUCKSACHEN
UNSERE FLYER SIND NEU
ALLE AUCH MIT
UV-LACKIERUNG ERHÄLTLICH!
1000 VISITENKARTEN
CHF 129.–*
*exkl. MwSt.
WEITERE INFOS UNTER EXTREMPRINT.CH
extremprint.ch
extrem bissige preise !
FLYER – PLAKATE – VISITENKARTEN - 071 850 97 00 - info@extremprint.ch

CID: 447418

Bereits über 100 Unternehmen beteiligen sich am Mehrwertpartner-program und bieten Ihre Produkte und Dienstleistungen günstiger oder mit einem Mehrwert an Firmen und Privatpersonen an

A. Frei Clean-System GmbH	Reinigungen, Reinigungsmaschinen
abalon telecom it ag	Telekommunikations-Partner
ABZ Suisse GmbH	Lehrgänge, Haus-Gebäudetechnik
Ackle Computer Technologie	IT-Software / Technologie
Advokatur&Rechtsberatung Trias AG	Rechtsberatung
Alpamare Bad Seedamm AG	Wasserpark
APO NetCom AG	Telekommunikation / Optimierung
APU KUNTUR ALPACA	Grosshandel, Strickwaren
Atlantic Suisse AG	Elektro-Boiler, Radiatoren
Audia & Canali	Audio, Beleuchtung
Auto Züri West	Neuwagen & Occasionen
AVIS Autovermietung	Autovermietung / Autokauf
B.Peter Gebäudesysteme	Gebäudesystem- und AV-Technik
Bitlis Music + Game Shop AG	Music & Games
Bruno Murer Weinspezialitäten	Weine
Business Limousine AG	Limousinenvermietung
BW Mode GmbH	Masskleidung
Cirde GmbH	Reinigungsmaterialien
Claris Werbung & Partner	AdScreen Werbung
Classei.ch	Büroorganisation
Computer Service Bollinger	Informatik
Creavida Priska Flury	Events im Spielbereich
DekoPoint	Werbematerial
Delta Glas Zürich	Glas, Glasarbeiten
DEON	Kaffeemaschinen
Desinova	Webdesign, CMS
Digicomp Academy AG	IT-Schulungen, Weiterbildung
dikay 51-swiss	Masshemden
dir-net gmbh	Internet-Security
Don Tabaco GmbH	Cigarren, Humidor
DPG Systems-Engineering	Engineering
Druckerei Ennetsee AG	Druckerei
Educationpool	Online Testcenter und Lernplattform
eicom GmbH	Softwarehersteller
EMA Graphics	Grafik, Design, Druck
Energie Treff & Wellness Shop	Gesichtspflege, Massagen
Euro-Lotto Tipp AG	Euromillions, Tippgemeinschaft
Europokal	Pokale, Gravuren
EXECUTIVE Office GmbH	Telefon-Auftragsdienste
fam office gmbh	Buchhaltung, Steuern, Marketing
Fanti Soft Heiz	Softwareinstallationen
Fengshui Coaching	FengShui, Farb-Raumberatung
gamper media	Internetauftritte, Schulungen
gastro.mania	hospitality-services, Beratung
Golfodrome AG	Golf-Indoor-Academy
Hächler Services + Beratung	IT-Beratung / Buchhaltung
Henke GmbH	Brandschutz
Hochsee Team AG	Segelferien
HOTEL SEBLiCK AG	Seminarhotel und Bankett
Hydrops	Aussenwhirlpool, Fitnessgeräte
Hygiene Technik AG	Entkalkungsautomaten
IGM	Institut für ganzheitliche Methodik
Inkasso Organisation AG	Inkasso, Wirtschaftsauskünfte
Jet Schweiz IT AG	Server, PC, Notebook
Intrum Justitia AG	Inkasso, Wirtschaftsauskünfte
Kägi AG Reinigungen	Gebäudeunterhaltsreinigung
K&S Kappeler + Studerus AG	Unternehmensberatung
KeyCorner GmbH	Schlüssel, Fundmarken
KIS Consulting Studer	Software-Lösungen für KMUs
KLONDIKE Shop	Shop für Mensch und Tier
knot&tie ag	Mode-und Firmenkrawatten
Lamibind	Laminier- und Bindesysteme
Livretto.ch	Buchhandlung
Logista EG AG	Baugewerbe
Lutz Internet Services	WebServices
MAF Zürich Consulting	Wirtschaftsrecht, Finanzierungen
Michael Page International	Personalvermittlung / Rekrutierung
Movecom AG	Werbebranche
Mr. Lens GmbH	Kontaktlinsen, Pflegeprodukte
mvm security systems	Alarmanlagen
net-to-print gmbh	Druck, Flyer, Visitenkarten
Neuland AG	Moderationsmaterial
New Economy GmbH	Stellenportal
NewServ AG	IT-Services
Omnitext Markus Kessler	Partner für Texte und Werbung
PartnerConsult Hergiswil AG	Treuhanddienstleistungen
Predus AG	Coaching / Aus-und Weiterbilldung
Prografik, Jean-Pierre Heinzer	Schrift & Grafik
R.B. Bauberatung	Küchen, Bäder, Möbel
Refill- und Stempel-Shop GmbH	Stempel, Logo-und Grafikstempel
ReverseSpeech.ch	Rückwärtssprache, Analysen
Schlüssel Mittl AG	Schloss-und Schlüsselservice
Score Marketing	Marketingberatung
Secoma Controlling AG	Software, Buchführung, Beratung
seminarbausteine.ch GmbH	Ausbildung, Seminare
Sicherheitsberatungen Wyder	Sicherheit, Objektschutz
Sinform GmbH	Consulting, Kundenbindung
Star-Verlag	personalisierte Bücher
stüsa schriften	Beschriftungen, Reklamen
Sweet Promo GmbH	essbare Werbeartikel
SwissAdmin Bürgi	Software, Buchhaltung
TOKRA GmbH	Etikettiersysteme, Typenschilder
Treufin Reuter AG	Treuhand
WebSites4u	WebDesign
Webuniverse Informatik	WebDesign, PC-Schulungen,
WEKA Verlag AG	KMU Fachpublikationen
WERUS	erfolgsorientierte Bücher
Win-Lux GmbH	kundenspezifische IT-Lösungen
www.hemd-nach-mass.com	Hemden nach Mass
www.permanent-make-up.com	Permanent-Make-upYeah
Informatik GmbH	Tintenpatronen, Toner
Zirkumflex AG	Telekommunikation

Werden Sie Mehrwertpartnerfirma auf www.sparcard.ch und wir erweitern Ihr Kommunikationsumfeld.



Ich möchte Anbieter werden. Klicken Sie hier.

Im Rahmen eines ganzheitlichen Werbeansatzes nutzen Sie alle uns verfügbaren Medien. Mit über 500'000 Nennungen pro Jahr setzen wir Ihre Unternehmung als Mehrwertpartnerfirma crossmedial, interaktiv und eingebettet in laufenden Werbekampagnen ins Rampenlicht.

Als Gegenleistung gewähren Sie allen BesitzerInnen einer SparcCard mit Ihren Produkten und/oder Dienstleistungen einen Direktvorteil.

Informieren Sie sich auf www.sparcard.ch oder kontaktieren Sie uns

KMU Mehrwertpartner AG ,Bösch 104 ,6331Hünenberg ,Tel.:041 560 33 04 info@mehrwertpartner.ch

Editorial

Liebe Leserinnen und Leser
Endlich ist Urlaubszeit! Raus aus dem Geschäft, abschalten und entspannen.

Viele Unternehmerinnen und Unternehmer können sich, gerade in der Anfangszeit, nicht unbedingt 4-5 Wochen Urlaub pro Jahr gönnen. Wenn aber doch, dann sollten Sie den Urlaub richtig geniessen, entspannen und nicht unbedingt täglich die eigenen E-Mails checken und auch im Urlaub für alle Kunden telefonisch erreichbar sein. Einerseits kann man sich so nicht optimal erholen und andererseits kann dies die Familie, oder Freunde, welche auch mit auf Urlaub sind, stören.
Mit einer guten Vorbereitung, einem entsprechenden Ansagetexte auf dem Telefonbeantworter und einer entsprechenden Auto-Antwort mit dem hinweis auf den Urlaub im Mailsystem werden auch Ihre Kunden Ihnen den Urlaub gönnen und sich danach bei Ihnen melden.

Wie lange aber ist denn eigentlich Urlaub?
Auch wir vom «Erfolg» mussten feststellen, dass manche KMU's die Urlaubszeit generell auf Juli und Ausgust fixieren und diese für eine «werbefreie» Zeit erklärt haben. Wenn man aber bedenkt, dass die meisten Firmen nur 2 bis 3 Wochen am Stück wegen Urlaub geschlossen haben, so ist diese Zeit viel zu lange bemessen.

Für Werbung in dieser Zeit wäre es eigentlich optimal: Durch das kleinere Werbeaufkommen werden interessante Werbebotschaften eher gelesen und viele Zeitungen und Zeitschriften haben speziell günstige Werbetarife. Auch im Hinblick auf die kommenden Monate hat Werbung in dieser Zeit viele Vorteile: Viele Firmen bereiten sich schon jetzt auf Werbemassnahmen im 4. Quartal vor (es dauert ja nur noch 4 Monate bis Weihnachten) und so manche Unternehmerin und mancher Unternehmer nehmen sich im Urlaub vor, mehr Präsenz bei der Zielgruppe zu markieren und wollen dies direkt nach dem Urlaub umsetzen. Traditionell erhöht sich deshalb das Werbeaufkommen im September und Oktober um ein Vielfaches und vielleicht wird dann den eigenen Werbebotschaften zu wenig Beachtung geschenkt.
Aus diesem Grund unsere Empfehlung: Nutzen Sie die Gunst der Stunde und machen Sie auch im August Werbung und seien Sie bei Ihrer Zielgruppe präsent.

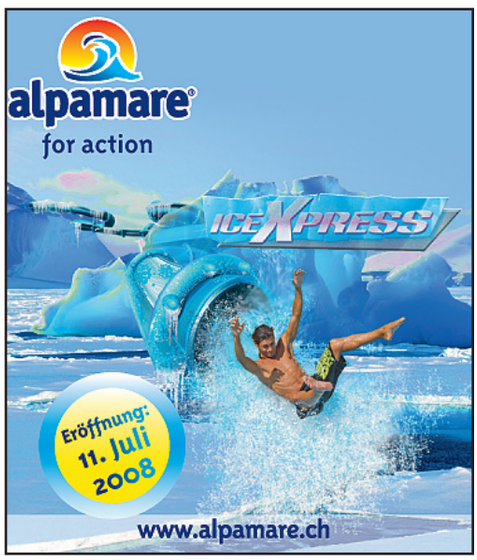
Roland M. Rupp
Verlagsleitung
verlag@netzwerk-verlag.ch

Passwort für die Ausgabe 6: Urlaub

Und so können Sie die aktuelle sowie die bisherigen Ausgaben auch online anschauen:

1. Gehen Sie auf www.netzwerk-verlag.ch
2. Wählen Sie die Rubrik «Aktuelle Ausgabe»
3. Wählen Sie die Rubrik «Für Abonnenten»
4. Tragen Sie das oben genannte Passwort ein und klicken Sie auf [OK]

Anzeigen



CID Nummern dieser Ausgabe:

Firmenname	CID Nummer
Deloitte	447335
Stylos	447727
BDO Visura	175703
KMU Mehrwertpartner AG	447418
fam office gmbh	447419
Anwälte Kriens	445620
Creditreform	447478
SAGE	373310

Bei jedem Fachbericht finden Sie eine CID Nummer. Mit dieser Nummer können Sie über die WebSite www.netzwerk-verlag.ch sofort alle Kontaktdaten, SHAB Publikationen und vieles mehr erfahren.
Tragen Sie einfach in die Suchbox die jeweils passende CID Nummer ein und schon werden Ihnen alle verfügbaren Kontaktinformationen angezeigt.

Wenn Sie Fragen zu einem der Artikel haben, so finden Sie auf Seite 30 dieser Ausgabe eine Auflistung, wer den Artikel geschrieben hat, so dass Sie direkt in Kontakt treten können.

Inhaltsverzeichnis

Mehrwertpartner
Liste der Mehrwertpartner 2

Treuhand
Balanced Scorecard 4
Der Internet-Treuhänder 6/7

Wirtschaft
Neueintragungen und Löschungen 5

Informatik
Salär-Services lohnen 8
KMU-Sessions bei Digicomp 21

Finanzierung
Familien(finanz)planung 9
Erfolgsfaktor Währungsmanagement 10
Liquiditätsprobleme in KMU 15

Mehrwertsteuer
Vereinfachung der MWST 11

Rechtsberatung
Stundenlöhner: Ferien und Feiertage 12

Gesundheit
Ein neues Lebensgefühl? 13

Reportage
Auch KMUs brauchen Erholung 14
Firmen-Anlass rechtzeitig buchen 16/17
XM-AG 28

Aus- und Weiterbildung
Erfolgreiches Coaching 18/19

schweizerischer kmu verband
Der Erfolg beginnt im Kopf 20

Strategie
Positive Provokation 22/23

Verkauf
Mit Kindenzufriedenheit zum Erfolg 24

Marketing
7 Gebote im Marketing 25
Neuromarketing 26
Tausend und eine Macht 27

Vorsorgeberatung/Versicherung
Stylos Sammelstiftung 29

Autorenverzeichnis/Kleinanzeigen 30

Impressum 31

CID: 447419

Balanced Scorecard

Anita Mandl

1992 stellten Robert S. Kaplan und David P. Norton das erste Konzept einer Balanced Scorecard vor. Der Untertitel lautete «Translating Strategy into Action» und sollte die Leser dazu bewegen, Ihre Ziele zu formulieren und umzusetzen.

Die Balanced Scorecard (BSC) stellt ein effektives und universelles Führungsinstrument zur konsequenten Ausrichtung der Aktionen (Handlungen, Massnahmen) einer Gruppe von Menschen (Unternehmen, Bereiche, Abteilungen, Projektgruppen etc.) auf ein gemeinsames Ziel dar. Sie dient der Konkretisierung, Darstellung und Verfolgung von Strategien und unterstützt deren Umsetzung. Den Führungskräften wird ein Tool in die Hand gegeben, das ihnen einen umfassenden Überblick über die Leistungsfähigkeit und Effektivität der Organisation bieten kann und eine Messung der Aktivitäten ermöglicht.
Ziele, Messgrössen und strategische Aktionen werden jeweils einer der wesentlichen vier Perspektiven Finanzen, Kunden, interne Geschäftsprozesse, Potentiale zugeordnet. Dies verhindert einseitiges Denken bei der Verfolgung der Ziele.

Die vier «klassischen» Perspektiven

Finanzperspektive: Welche Zielsetzungen leiten sich aus den finanziellen Erwartungen der Kapitalgeber ab? Diese Perspektive stellt die Messlatte für den Erfolg einer Strategie dar. Sie enthält Ziele und Messgrössen, die das finanzielle Ergebnis der Strategieumsetzung messen.

Kundenperspektive: Welche Ziele sind hinsichtlich Struktur und Anforderungen der Kunden zu setzen, um die finanziellen Ziele zu erreichen? Diese Perspektive konzentriert sich auf Ziele, die den Marktauftritt und die Marktpositionierung betreffen? Das Unternehmen muss klären, welche Kunden schwerpunktmässig bedient werden und welcher Nutzen angeboten wird bzw. wie es vom Kunden wahrgenommen werden möchte.

Prozessperspektive: Welche Ziele sind hinsichtlich der Prozesse zu setzen, um die Ziele der Finanz- und Kundenperspektive erfüllen zu können? Hier werden die notwendigen Outputs und Leistungsergebnisse von Prozessen definiert, um Kunden- oder Finanzziele zu erfüllen. Der Fokus liegt auf jenen Prozessen, die eine herausragende Bedeutung bei der Strategieumsetzung haben.

Zukunftsperspektive: Welche Ziele sind hinsichtlich der Potentiale zu setzen, um den aktuellen und zukünftigen Herausforderungen gewachsen zu sein? Die Ziele der Zukunfts- oder Potentialperspektive dienen der Entwicklung der strategisch benötigten Infrastruktur. Ressourcen sind u.a. Mitarbeiter, Wissen, Innovationen, Innovationskraft, Kreativität, Technologie, Information etc. Potentiale schaffen auch Voraussetzungen für die künftige Wandlungs- und Anpassungsfähigkeit.
Andere Perspektiven sind je nach Branche zu wählen. Ein Hersteller mit 80 % Zulieferungsanteil wird sinnvollerweise eine Zulieferperspektive in die BSC aufnehmen.

Ganzheitliche Ausrichtung

Jede Perspektive ist gleich wichtig, keine darf vernachlässigt werden. Dies führt zu einem «ausgewogenen Zielsystem» (= BSC). Weiters zeigt die BSC Beziehungen und Verknüpfungen der Ziele auf. Erst eine Analyse von Ursache-Wirkung beschreibt eine Strategie vollständig. Damit ermöglicht die BSC eine ganzheitliche Ausrichtung der unternehmerischen Massnahmen.

Strategische Ziele: Das Herzstück jeder BSC

Strategische Planungen sind die wesentlichen Leitlinien, die das Handeln von Führenden und Ausführenden festlegen. Strategische Ideen sind in klare Ziele zu überführen. Die BSC hilft insofern, als sie die einzelnen Perspektiven als Stützen vorgibt.

Auch Strategien sollen standardisiert dargestellt werden – wichtige Fragen sind zu beantworten:

- Welches sind die strategierelevanten Ziele?
- Welche Messgrössen sind geeignet?
- Welche Zielwerte passen?
- Welche Aktionen sollen priorisiert werden?
- Wie sind alle diese Inhalte zu planen, durchzusetzen und zu kontrollieren?

Über die Kennziffern in der BSC wird es möglich, die Entwicklung dieser Geschäftsvision zu verfolgen. Auf diese Weise ermöglicht die BSC dem Management, nicht nur die finanziellen Aspekte zu betrachten, sondern auch strukturelle Frühindikatoren für den Geschäftserfolg zu steuern.
Bei aller Planung gilt aber: Wer Ziele nur verbal vorgibt, kann sie nicht messen. Werden Ziele nur als Messgrösse vorgeben, besteht Gefahr, dass die Motivation zur Umsetzung fehlt. Es ist eine «ganzheitliche» Kommunikation gefragt.

Anita Mandl

Weitere Infos zur Autorin auf Seite 30

Anzeigen

fam office gmbh
finanzen – administration - marketing
Wir sind der Partner, der Sie begleitet!
fam office gmbh
Riedmatt 37
CH-6300 Zug
Tel: +41-41-740 15 84
E-Mail: info@fam-office.ch
Internet: www.fam-office.ch

A. Frei Clean-System GmbH
Reinigungsprodukte und -maschinen
Vermietung von Maschinen
Diverse Reinigungen
Bahnhofstrasse 279 • 8623 Wetzikon
www.clean-system.ch • info@clean-system.ch
Tel. 044 930 05 76 • Fax 044 970 20 65

CID: 447478

Neueintragungen und Löschungen SHAB

Neueintragungen

Mit 2'868 Publikationen neu eingetragener Firmen im Schweizerischen Handelsamtsblatt SHAB im Mai 2008 werden die Werte des Mai 2007 um 3.3% unterschritten. Vom 01.01. bis 31.05.2008 wurden in der Schweiz 15'681 neue Firmen gegründet. Im Vergleich zur gleichen Zeitspanne 2007 kann eine Zunahme von 2.3% verzeichnet werden.

Löschungen

Im Mai 2008 wurden 1'666 Löschungen von Firmen publiziert. Damit wird ein Rückgang gegenüber dem Mai 2007 von knapp 14% erreicht. In den ersten fünf Monaten 2008 verschwanden damit 8'692 Firmen aus den schweizerischen Handelsregistern. Der Vergleich mit der gleichen Periode des Vorjahres zeigt, dass der Rückgang mit 10.8% deutlich ausfällt.

Nettowachstum

Der deutliche Rückgang der Löschungen im laufenden Jahr lässt das Nettowachstum per 31.05.2008 um 25.1% auf 6'989 Firmen ansteigen. Damit wird der höchste Wert nach fünf Monaten eines Jahres seit Datenerhebung erreicht.

Schweiz	Neueintragungen			Löschungen			Nettowachstum		
	2007	2008	+/-	2007	2008	+/-	2007	2008	+/-
Mai	2965	2868	-3.3%	1965	1666	-13.9%	1000	1202	19.7%
Total 2008	**15'333**	**15'681**	**2.3%**	**8'746**	**8'692**	**-10.8%**	**6'587**	**6'989**	**25.1%**

Jan. - Mai	Neueintragungen			Löschungen			Nettowachstum		
	2007	2008	+/-	2007	2008	+/-	2007	2008	+/-
Zürich	2671	2779	4.0%	1486	1439	-3.2%	1185	1340	13.1%
Bern	1160	1151	-0.8%	895	655	-26.8%	265	496	87.2%
Ostschweiz	1969	2067	10.6%	1083	1000	-8.5%	776	1067	37.5%
Nordwestschweiz	2164	2073	-5.1%	1781	1591	-10.7%	400	482	19.6%
Zentralschweiz	2386	2419	1.4%	1169	1178	6.2%	1277	1241	-2.8%
Westschweiz	4140	4254	2.8%	2735	2326	-15.0%	1405	1928	37.2%
Tessin	923	936	1.6%	647	503	-22.3%	276	435	57.6%
Total Schweiz	**15'333**	**15'681**	**2.3%**	**8'746**	**8'692**	**-10.8%**	**6'587**	**6'989**	**25.1%**

Die deutliche Zunahme des Nettowachstums von 87.2% im Kanton Bern kommt dank einer deutlichen Abnahme der Löschungen zu Stande. Die Neugründungen erreichen das Niveau des Vorjahres nur knapp. Die grösste Zunahme bei den Neueintragungen verzeichnet die Ostschweiz mit +10.6%. Die Zentralschweiz weist als einzige Region ein negatives Nettowachstum auf. Grund ist die Zunahme bei den Löschungen, während die Zahl der Neugründungen den Vorjahreswert um gerade 1.4% übertroffen wird.

Firmen- und Privatkonkurse

Konkurse Firmen

Im Mai 2008 mussten über 332 Firmen Konkursverfahren eröffnet werden. Damit wird die Vorjahreszahl um 6.2% unterschritten. Vom 01.01. auf 31.05.2008 wurden insgesamt über 1'711 Firmen Konkursverfahren eröffnet. Damit sinkt die Zahl der Firmenpleiten gegenüber der gleichen Zeitspanne 2007 um 7.7% und erreicht den tiefsten Wert seit sechs Jahren.

Den Firmenkonkursen werden Konkurseröffnungen über im Handelsregister eingetragene Firmen zugerechnet. Darin enthalten sind ebenfalls Publikationen über im Handelsregister eingetragene Einzelfirmen. Die positive Entwicklung, die seit Januar 2005 verzeichnet werden kann, hält weiterhin an.

Konkurse Personen

Im vergangenen Monat wurden insgesamt 545 Privatkonkurse im SHAB publiziert. Damit wird gegenüber dem gleichen Monat 2007 eine Zunahme von 5.2% ausgewiesen. In den ersten fünf Monaten 2008 mussten bereits 2'736 Personen Insolvenz anmelden. Es ist der höchste Wert eines Jahres per 31.05. Diese Entwicklung dürfte für das laufende Jahr nichts Gutes bringen. Es ist mit einem neuen negativen Rekord der Privatpleiten rechnen!

Konkurse Total

Dank des Rückgangs der Firmenpleiten liegt die Zahl aller Konkurse in der Schweiz per Ende Mai 2008 0.4% unter den Werten des Vorjahres. Trotz des kleinen Rückgangs darf nicht vergessen werden, dass die 4'447 Konkurse den zweithöchsten Wert nach 2007 ausmachen.

Schweiz	Konkurse Firmen			Konkurse Personen			Konkurse Total		
	2007	2008	+/-	2007	2008	+/-	2007	2008	+/-
Mai	354	332	-6.2%	518	545	5.2%	872	877	0.6%
Total 2008	**1'854**	**1'711**	**-7.7%**	**2'610**	**2'736**	**4.8%**	**4'464**	**4'447**	**-0.4%**

Entwicklungen in den Regionen

Jan. - Mai	Konkurse Firmen			Konkurse Personen			Konkurse Total		
	2007	2008	+/-	2007	2008	+/-	2007	2008	+/-
Zürich	299	278	-7.0%	372	401	7.8%	671	679	1.2%
Bern	162	117	-27.8%	387	376	-2.8%	549	493	-10.2%
Ostschweiz	210	210	0.0%	277	319	15.2%	487	529	8.6%
Nordwestschweiz	338	270	-20.1%	373	445	19.3%	711	715	0.6%
Zentralschweiz	198	202	2.0%	154	157	2.2%	352	359	2.1%
Westschweiz	524	508	-3.1%	561	960	-0.1%	1485	1468	-1.1%
Tessin	123	126	2.4%	106	98	-7.5%	229	224	-2.2%
Total Schweiz	**1'854**	**1'711**	**-7.7%**	**2'610**	**2'736**	**4.8%**	**4'464**	**4'447**	**-0.4%**

Die Abnahme der Firmenkonkurse fällt vor allem in den Regionen Bern und Nordwestschweiz mit mehr als 20% sehr deutlich aus. Während die Ostschweiz auf dem Niveau des Vorjahres bleibt, sind im Tessin und der Zentralschweiz Zunahmen von 2.4% resp. 2.0% zu verzeichnen.

Bei den Konkursen über Private steigen die Zunahmen in der Nordwest- und der Ostschweiz deutlich an. Einen Rückgang verzeichnen die Kantone Tessin und Bern

Creditreform

Weitere Infos auf Seite 30

Anzeigen

Creditreform
Wirtschaftsauskünfte Inkasso Marketing

Creditreform Luzern Vogel AG
Kreisbüro Zentralschweiz
des Schweiz. Verbandes Creditreform
Seeburgstrasse 20
CH-6000 Luzern 15
Tel +41 41 370 19 44
Fax +41 41 370 19 46
info@creditreform.ch
www.creditreform.ch
www.verlustevermeiden.ch

Sie kennen Ihr Geschäft - Wir kennen Ihre Kunden

Auskünfte Inkasso Systemlösungen

Mit uns gewinnen Sie Sicherheit durch Wirtschafts- und Bonitätsinformationen über Firmen und Privatpersonen.

Mit uns realisieren Sie Ihre Forderungen.

Mit uns finden Sie Ihre massgeschneiderte IT-Lösung für ein integrales Kunden- und Creditrisikomanagement.

CID: 175703

Der Internet-Treuhänder

Markus Helbling

Webbasierte Buchfu¨hrung hat viele Vorteile und keine Makel. Falsches Sicherheitsdenken ist ebenso wenig am Platz und no¨tig wie die teure Installation neuer Software. Möglich macht es die auf die KMU-Bedürfnisse zugeschnittene Internet-Treuhand-Plattform von BDO Visura. Ihr grösstes Plus: Sie schafft mehr Zeit fu¨r die persönliche Betreuung durch den Berater.

Der Ist-Zustand

Papierstapel, viele Kopien. Informationen werden per Post, Telefax oder vor unbefugten Zugriffen nur unzureichend geschütztem E-Mail-Verkehr übermittelt. Dazu wird häufig eine firmeninterne Rechnungswesensoftware benutzt, die immer wieder Updates braucht und mit der Finanzplattform des Firmen-Treuhänders nicht kompatibel ist. Oder anders formuliert: Eine Nachfrage genügt – und die Sucherei geht los.

Der Soll-Zustand

In einem sicheren elektronischen Archiv gelagerte Daten. Kein E-Mail-Verkehr mit vertraulichen Informationen. Keine eigene Buchhaltungssoftware ist nötig. Alle Unterlagen sind übersichtlich archiviert und sofort auffindbar. Autorisierte Personen und die Mitarbeiter von BDO Visura haben jederzeit Zugriff auf alle nötigen Informationen. Kein Original-Dokument muss mehr die Firma verlassen. Ordnung und Übersicht herrscht; die Möglichkeiten des Internets werden vollumfänglich ausgeschöpft.

So wird der Ist- zum Soll-Zustand

BDO Visura lanciert den Internet-Treuhänder. Er bietet alle genannten Vorteile und noch einiges mehr. Damit werden gerade KMU von administrativen Prozessen entlastet. Gezielte Auswertungen sind kein Problem mehr, gewünschte Informationen können sowohl vom Kunden wie vom Treuhänder schnell und effizient ermittelt werden.

Ein ADSL-Zugang reicht aus

Aber der Reihe nach. Was benötigt der Kunde für den erfolgreichen Gebrauch des Internet-Treuhänders? Einen ADSLInternetzugang und Internet Explorer (ab Version 7). Lokal installierte Software ist nicht mehr nötig. Der virtuelle Treuhänder ist zudem ortsunabhängig, kann sowohl von zu Hause als auch vom Ferienhaus aus genutzt werden. Denn die nötigen Programme befinden sich auf dem Server des Treuhänders. Zugang erhält der Kunde mit einem Post-Zertifikat nach erfolgreicher Authentifizierung. Firmeninterne Rechnungswesen- und Administrationssoftware kann weiter verwendet werden, die Übermittlung sensibler Daten erfolgt absolut geschützt. Entweder werden sie direkt aus der firmeninternen elektronischen Ablage übermittelt, oder Buchungsbelege werden eingescannt und transferiert. Die Dokumente selbst verbleiben im Archiv der Firma.

Geschützter Server

Die gesamte Datenablage befindet sich auf dem geschützten Server von BDO Visura – aufgeteilt auf drei verschiedene Ordner. Auf die erste Datenablage hat exklusiv der Kunde Zugriff; für diesen sicheren Speicherplatz beim Treuhänder gibt es keine Ablagevorschriften. In einem zweiten Ordner befinden sich die gemeinsam vom Kunden und BDO Visura genutzten Daten. Sie sind nach klar definierten Ablagerichtlinien geordnet. Der dritte Ordner enthält eine für den Kunden nicht einsehbare Datenablage des Treuhänders.

Das sind die Vorteile

Die Vorteile liegen auf der Hand. Sowohl der Kunde wie auch der Treuhänder haben jederzeit Zugriff auf alle relevanten Informationen. Gezielte Auswertungen, beispielsweise zu Handen der Geschäftsleitung, können ständig erstellt werden. Administrative Arbeiten wie Kontierung und Verbuchung lassen sich nach Wunsch entsprechend vom Kunden selbst ausführen oder aber durch den Treuhänder erstellen. Alle gewonnenen Informationen sind rund um die Uhr abrufbar, befinden sich aber gleichzeitig in einem geschützten Bereich, zu dem nur der Kunde, seine Vertrauten oder der Treuhänder Zugriff haben.

Möglich wird dieser «virtuelle Treuhänder» durch die Ausschöpfung aller Potenziale, die das weltumspannende Netz heute zu bieten hat. BDO Visura verwendet dazu die Sharepoint-Software von Microsoft als Basis für das Content Management System (CMS) zusammen mit AbaWeb- Treuhand aus dem Hause ABACUS, das ja über eine umfangreiche Erfahrung in der Bereitstellung von Rechnungswesensoftware, insbesondere für KMU, verfügt.

Anzeigen

Mein Persönliches Konzept

Sinn- und gewinnbringende Berufs- und Lebenskonzepte für Unternehmer, Kader und Selbständige

www.konzept.org
tel. 071 66 00.836 fax .837

Rund-um-die-Uhr-Service

Die Zugriffsmöglichkeiten auf den neuen Internet-Treuhänder, 24 Stunden am Tag, sieben Tage in der Woche, sind vielfältig: Voraussetzungen für das unkomplizierte Loging ist ein Internetanschluss. Der genannte Authentifizierungsmechanismus verhindert, dass nicht autorisierte Personen auf das System Zugriff haben. Weitere Vorteile, die für den elektronischen Treuhänder sprechen: Alle Buchhaltungsprozesse können schlank und effizient gestaltet werden. Und: Die elektronische Datenablage auf dem sicheren Server von BDO Visura ist auch für die Archivierung aller Dauerakten verwendbar. Aktionärsbindungsverträge, Versicherungspolicen, Handelsregisterauszüge, Mietverträge oder auch Auftragsbestätigungen finden in dieser Datenablage einen geschützten Platz. Dazu ist neben der Kontierung beispielsweise auch die Erstellung einer kurzfristigen Erfolgsrechnung oder Zwischenbilanz möglich, Revisionsberichte oder die Jahresrechnung sind aktualisiert greifbar.

Im Rahmen von AbaWebTreuhand sind auch eine Lohnvorerfassung und eine Projekt-Leistungserfassung möglich. Da sämtliche Funktionen dieser Internet-Treuhänder-Plattform auf einer parametrisierbaren Standardsoftware laufen, kann sie auch zu vernünftigen Kosten an die spezifischen Kundenbedürfnisse angepasst werden. Das ermöglicht beispielsweise eine fast beliebige Struktur für die elektronische Datenablage beim Treuhänder. Mit der integrierten Suchmaschine sind gewünschte Dateien – unabhängig vom Dateiformat – rasch und unkompliziert auffindbar.

Weitere administrative Arbeiten sind delegierbar. Verwaltungstätigkeiten, Terminverwaltung oder individuelle Leistungserfassung von Arbeitsstunden sind einige Möglichkeiten, die das Tool bietet. Die eingesparte Zeit kann für eine optimale Zusammenarbeit mit dem Treuhänder von BDO Visura verwendet werden. Denn statt sich über technische Probleme, das Suchen von Belegen oder Datenaustausch unterhalten zu müssen, bleibt Raum für sinnvolle Beratung. Der Internet-Treuhänder spart auch Geld. Teure Software-Installationen fallen weg und wer Kontierungen intern erledigen lässt, profitiert von attraktiven Monatsund Jahresgebühren.

Schnellinfo:

Das neue Tool von BDO Visura, der Internet-Treuhänder, entlastet insbesondere KMU spürbar von buchhalterischen Aufgaben und lässt sich zudem zu einem veritablen Content-Management- System (CMS) ausbauen.
Die Anschaffung oder ein Update der Buchhaltungssoftware auf Kundenseite wird überflüssig, vertrauliche Daten können abhörsicher übermittelt und vor jedem unbefugten Zugriff geschützt auf dem Server von BDO Visura abgelegt werden. Sowohl Treuhänder wie Kunde haben nicht nur reservierten Zugriff auf eigene Bereiche, sondern auch gemeinsam Zugriff auf zusammen zu pflegende Daten.

www.bdo.ch/de/kompetenzen/internet-treuhaender

Markus Helbling
Weitere Infos zum Autor auf Seite 30

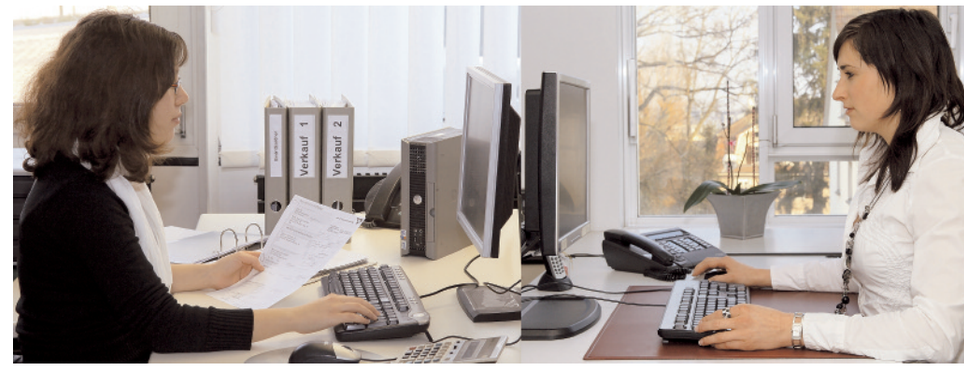
Verfügbare Programme

Lohn Vorerfassung

11	Lohnabrechnungen vorerfassen
15	Lohnabrechnungen ausgeben
211	Detailjournal
215	Vorerfassungsjournal aktuelle Periode
31	Personalstamm
32	Lohndaten
33	Zahlstellen
382	Personalwert-Mutationen ausgeben
45	Adressen

Fibu Vorerfassung

11	Buchen
15	Journalauswertung
21	Kontenstamm
22	Kontoauszü¨ge
23	Kontenplan
31	Bilanz / Erfolgsrechnung / Saldi
41	KST-Stamm
42	KST- / KTR-Auszu¨ge
43	KST-Plan



Beim virtuellen Treuhänder haben der Kunde wie der Treuhänder sowohl einen reservierten Zugriff auf eigene Bereiche, als auch einen gemeinsamen Zugriff auf zusammen zu pflegende Dateien.

Anzeigen

ender informatics

rietlistrasse 1
6345 neuheim
t: 041 755 00 88
f: 041 755 34 88
info@ender-informatics.ch
www.ender-informatics.ch

Für Sie sorgen wir für:

- SPAM- und virenfreie Mailboxen
- Bis zu 100% Einsparung von Lizenzkosten mit Free- und Open Source Software
- Umfassende, effiziente und persönliche Betreuung Ihrer Informatikmittel

CID: 373310

Salär-Services sind eine lohnende Investition

Bis zu 60 Prozent der Arbeitszeit bindet die Lohnabwicklung in der Personalbteilung eines KMU. Spezielle Service-Pakete für die Salärabrechnung reduzieren den administrativen Aufwand rund um Quellensteuer, Kinderzulagen und Pensionskassen.

Bereist bei kleineren KMU ist die Lohnabrechnung mit vielen aufwändigen Arbeitsschritten verknüpft. Die Pflege der Mitarbeiterdaten inklusive Zeitabrechnung, die Absenzen- und Urlaubsplanung, der Versand der Lohnausweise sowie die Kommunikation mit den Ämtern, Pensionskassen und Versicherungen gehören zu den Aufgaben. Zusätzlicher Verwaltungsaufwand entsteht, wenn das KMU neben Schweizern auch Mitarbeiter aus dem europäischen oder aussereuropäischen Ausland beschäftigt. Aufenthalts- und Arbeitsbewilligungen müssen beschafft oder verlängert werden. Ausserdem gilt es, Fragen zum Doppelbesteuerungsabkommen, zur Sozialversicherung oder zur Pensionskasse zu klären. Nicht zu vergessen die Quellensteuer oder auch Anträge auf Kinder- und Ausbildungszulagen.

Abgestufte Servicepakete schaffen Freiräume

Qualifizierte Dienstleister mit langjähriger Erfahrung im Human Resource Management wie Sage Schweiz, entlasten die HR-Verantwortlichen eines KMU, indem sie die Salärabrechnung mit allen Verwaltungsaufgaben und Dokumentationspflichten übernehmen. Abgestufte Service-Pakete für lokal, national und international aufgestellte Unternehmen decken je nach Anforderung die vielfältigen Aufgaben rund um die Lohnadministration ab. Ob nur die Lohnabrechnung inklusive der Pflege der Mitarbeiter- und Lohndaten sowie des Versands ausgelagert wird, entscheidet das KMU entsprechend seiner Kapazitäten.

Bei Bedarf lässt sich das Service-Paket erweitern, z. B. indem bei Unfall oder Krankheit mit den Versicherungen kommuniziert und die Krankentaggeld-Abrechnung übernommen wird. Auch steuerrelevante Bestätigungen für Firmenfahrzeuge oder Spesenabrechnungen zu erstellen gehört zum Leistungsportfolio. Selbst der zeitlich begrenzte Ausfall des HR-Verantwortlichen lässt sich kompensieren. Mit Lohnbuchhaltungsprogrammen, die swissdec-zertifiziert und für das Elektronische Lohnmeldeverfahren ELM zugelassen sind, ist der Salär-Service-Experte gut gerüstet, um die aktuellsten gesetzliche Regelungen zu berücksichtigen oder auch Zahlungsanweisungen via E-Banking auszuführen. Damit kann das KMU aus einem breiten Spektrum an lohnspezifischen Dienstleistungen die passende Kombination auswählen und sich zusätzliche Freiräume für seine strategischen Aufgaben schaffen.

Thomas Kircher

Weitere Infos zum Autor auf Seite 30

Anzeigen

sage Schweiz Suisse Svizzera
Die sympathische KMU Business-Software
www.sageschweiz.ch
Wir nehmen alles persönlich. Speziell Ihre Wünsche.

intellisite®
Die intelligente Internetseite

CID:373310

Familien(finanz)planung kann Schlimmeres verhüten

Wann gab es die letzte Gehaltserhöhung und wann ist die Miete gestiegen? Können wir uns die Fernreise überhaupt leisten? Wieviel Monatsraten sind für das Darlehen noch fällig? Wenn die Gedanken um die familiären Finanzen den Schlaf rauben und nicht die «Familienplanung», ist es Zeit, Schlimmeres zu verhüten.

Ein IT-gestützter Finanzplan für den heimischen PC kann dabei für Entspannung sorgen. Gut für den Haushaltsvorstand, wenn sein «Familienunternehmen» von der Erfahrung des führenden Anbieters betriebswirtschaftlicher Gesamtlösungen für KMU in der Schweiz profitieren kann. Darum wurde Sage Private Finance als «Software für´s Private» daraufhin entwickelt, Familien, Ehepaaren und Singels anhand aussagekräftiger Tabellen und Grafiken ihre finanziellen Aktivitäten zu veranschaulichen.

Software meldet Budgetüberschreitungen

So ist u. a. klar ersichtlich, welche Monatsraten für ein Darlehen anfallen oder wann die Rückzahlung eines Kredits fällig wird. Die Ausgaben sind gezielt nach Miete, Auto, Rücklagen, Kinder etc. aufschlüsselbar und unter den Einnahmen führt die Software die Lohn- und Gehaltszahlungen oder auch Zinserträge aus Wertschriften. Werden die budgetierten Beträge überschritten, meldet das System das Ungleichgewicht zwischen Soll und Haben. Auftretende Zweifel an den ermittelten Werten sind mit dem integrierten Taschenrechner schnell ausgeräumt. Ausserdem lassen sich allfällige Überweisungen direkt per E-Banking über die roten bzw. orange-farbigen Einzahlungsscheine ausführen.

Das ist Cashmanagement ganz privat und immer auf dem aktuellen Stand der Vermögenssituation. Die Lösung kann über die Sage-Homepage (www.sageschweiz.ch) als Demoversion heruntergeladen bzw. bestellt werden.

Marc Ziegler

Weitere Infos zum Autor auf Seite 30

Unternehmen

Sage Schweiz AG, Tochtergesellschaft des britischen Softwarekonzerns Sage plc, ist führender Anbieter von betriebswirtschaftlichen Gesamtlösungen in der Schweiz. Das umfassende Softwareangebot für KMU zeichnet sich durch Bedienerfreundlichkeit, hohe Funktionalität und moderne Technologie aus.

Durch die offene Softwarearchitektur sind die Softwarelösungen jederzeit mit branchenspezifischen Produkten anforderungsgerecht erweiterbar. Darüber hinaus verfügt das Unternehmen über eine breite und kundennahe Dienstleistungspalette: Neben dem klassischen Produktsupport und einem breiten produkt- und fachspezifischen Schulungs- und Ausbildungsangebot bietet Sage Schweiz AG als Gesamtanbieter auch umfassende Dienstleistungen in den Bereichen Financial Services und HR-Outsourcing.

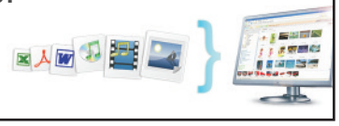
Anzeigen

Endlich Ordnung in der Datenbank

eyebase® album

eyebase® - die Lösung zur unternehmens weiten Verwaltung, Verteilung und Archivierun wertvoller Daten wie Bilder, Dokumente ode Video Dateien. Ihr Sieg über das täglic wachsende Daten-Chaos.

www.eyebase.com



MuGrow
Institut für nachhaltiges Wachstum

Wachsen mit System – gemeinsam finden wir einen Weg, der Sie nachhaltig auf die Erfolgsspur bringt

Beratung - Training - VR-Mandate

MuGrow AG
Landstrasse 340, 9495 FL-Triesen
Tel: +423 392 32 40
www.mugrow.net, info@mugrow.net

Wertschaffendes Währungsmanagement als Unternehmerischer Erfolgsfaktor

Nichts ist so beständig wie der Wandel. Besonders deutlich wird dies heute in der rasanten Entwicklung unserer Informationsgesellschaft, der Wachstumsdynamik neuer Märkte oder der Erschliessung neuer Absatzmärkte. Veränderungen dieser Art stellen Unternehmen vor gewaltige Herausforderungen. Neue Märkte müssen erschlossen, bisher nicht erkannte oder nicht beachtete Risiken müssen vermieden und ganze Wertschöpfungsketten neu strukturiert werden. Und das bei einer wachsenden Innovationsgeschwindigkeit. Diese Aufgaben zu meistern wird aber ohne ein gezieltes Währungs- und Zinsmanagement nicht möglich sein. Zu gross ist inzwischen der Einfluss dieses Finanzbereichs auf den Unternehmenserfolg.

Die Schweiz ist wirtschaftlich sehr eng mit dem Ausland verflochten. Absatz- und Einkaufsmärkte dehnen sich aus und überwinden geografische und politische Grenzen. Auch mittelständische Unternehmen werden heute verstärkt mit Devisengeschäften konfrontiert. Das gezielte Währungsmanagement wird somit zum unternehmerischen Erfolgsfaktor. Die intensiven Verflechtungen der Weltmärkte, die wachsenden Handelsbeziehungen mit neuen Märkten und auch die starken Schwankungen an den internationalen Devisenmärkten bedeuten für Unternehmen Chancen, aber auch Risiken. Besonders betroffen sind sicherlich Unternehmen mit grossem Anteil an Importen oder Exporten aber auch Vermögensverwalter, Treuhänder und eine ganze Reihe anderer Unternehmensarten müssen sich zunehmend mit Devisenkursschwankungen auseinandersetzen, um die gewünschten Ergebnisse zu erzielen. Kurzum kann man sagen, dass alle Unternehmen welche nicht ausschliesslich am heimischen Markt tätig sind, vor der Herausforderung stehen, Wechselkurse abzusichern, dabei aber möglichst auch die sich bietenden Chancen zu nutzen.

Sowohl bei kotierten wie auch bei nicht kotierten Unternehmen setzt sich die Erkenntnis durch, dass die systematische Ausrichtung der unternehmerischen Tätigkeiten auf die finanzielle Wertschaffung die Voraussetzung für eine nachhaltige Unternehmensentwicklung darstellt.

Das Erfassen und Aufzeigen von Finanzrisiken wird somit immer wichtiger. Die Firmen brauchen verlässliche Informationen als Grundlage für ihre Handlungen. Zusätzlich wird heute von den Rechnungslegungsgrundsätzen (Swiss-GAAP, FER, IFRS, US-GAAP) klar vorgegeben, wie Absicherungen aus vorhandenen wie auch zukünftigen Fremdwährungsrisiken gemessen werden müssen, um als effektiv zu gelten. Ausserdem sind mit Basel II klare Kriterien vorgegeben, um bessere Kreditbedingungen zu erhalten.

Erfolgreiches Währungsmanagement beinhaltet regelmässiges überprüfen und absichern von Fremdwährungs-Exposures. Als Fremdwährungs-Exposures werden sämtliche bestehende und zukünftige Bestandes- und Flussgrössen im Unternehmen in ausländischer Währung bezeichnet. Das heisst, dass sowohl Positionen der Bilanz wie auch Erfolgsrechnung bzw. des Cashflows betroffen sind. Durch strategisches bewirtschaften zukünftiger Kontrakte und ständiger Beobachtung der Wechselkurse können auch kurzfristige Schwankungen im Devisenmarkt zur Realisierung von Gewinnen genutzt werden, die dann wiederum dem Unternehmen zur Stärkung des Kerngeschäftes zur Verfügung stehen. Die derzeit hohe Volatilität der Devisenmärkte zeigt dies in aller Deutlichkeit. Ebenfalls von Bedeutung sind die Kenntnis und die Handhabung der Fremdwährungsinstrumente und deren Einfluss auf oben genannte Positionen. Diese können so kombiniert werden, dass für die einzelne Unternehmung eine optimale Absicherung zu sehr niedrigen Kosten betrieben werden kann. Durch währungsbedingte Kursgewinne kann somit zusätzlicher Nutzen generiert werden, welcher auf optimalem Timing und konstanter Marktbeobachtung basiert.

Mit zunehmender Notwendigkeit der Marktbewertungspflicht von Finanzinstrumenten werden die Auswirkungen von Absicherungsstrategien in der Jahresrechnung vermehrt ersichtlich. Die resultierende Volatilität in Bilanz und Erfolgsrechnung sowie auf Stufe des Cashflows kann dabei eine unerwünschte Grössenordung annehmen. Die erhöhte Transparenz bezüglich Absicherungstätigkeiten sollte zwar nicht dazu führen von der grundsätzlichen Ausrichtung des Risikomanagements abzuweichen, das Unternehmen muss jedoch im Wissen um den Stellenwert der Jahresrechnung für die Entscheidungsfindung der Kapitalgeber die Auswirkungen von Absicherungsgeschäften auf Bilanz und Erfolgsrechnung kennen. Zeigen sich bei der Beurteilung einer Absicherungsstrategie untragbare Auswirkungen auf die Jahresrechnung, müssen Anpassungen an den geplanten Transaktionen vorgenommen werden.

All dies gilt nicht nur für Unternehmen welche nach internationalen Rechnungslegungsvorschriften operieren. Da die Kreditfähigkeit eines Unternehmens immer strengeren Kriterien unterworfen wird, ist es schon aus diesem Grund unverzichtbar, transparente Strukturen im Zusammenhang mit unternehmerischem Währungsmanagement zu schaffen und einen Prozess einzuführen welcher es erlaubt die jeweiligen Fremdwährungspositionen systematisch zu bewirtschaften.

Die Forex Management GmbH, mit Sitz in Zug, ist auf strategisches Währungsmanagement spezialisiert. Mit dem Forex Exposure System® bietet sie mittelständischen Unternehmen ein Risikomanagement Tool, welches die bestehenden Währungsrisiken sichtbar macht. Mit einer, auf die Firmenphilosophie angewendeten Methodik, kann das sichtbar gemachte Exposure optimal bewirtschaftet werden und trägt so zur unternehmerischen Wertschöpfung bei.

Andrej Valenti

Weitere Infos zum Autor auf Seite 30

CID:447335

Botschaft zur Vereinfachung der MWST

Zweiteilige Vorlage:
Teil A: Technische Anpassung mit systematischen Vereinfachungen
Teil B: Einheitssatz von 6.1% mit Abbau zahlreicher Ausnahmen, insbesondere im Gesundheitswesen

Heute hat der Bundesrat die Botschaft zum revidierten MWSTGesetz zuhanden des Parlaments veröffentlicht. Das Fundament der Vorlage bildet das vollständig überarbeitete MWSTGesetz (Teil A). Hinzu kommt als unabhängiger Teil B die Einführung des Einheitssatzes mit weiteren Steuerausnahmen.

Teil A

Dieser Teil beinhaltet die politisch weitgehend unbestrittenen Massnahmen, deren Umsetzung rasch erfolgen kann, da sie nicht dem obligatorischen Referendum unterliegen.

- Alle Unternehmen sind steuerpflichtig; sie sind aber von der Steuer und Abrechnungspflicht befreit, solange sie die Umsatzgrenze von 100,000 Franken nicht überschreiten. Sie können aber auf diese Befreiung verzichten und freiwillig über die Steuer abrechnen. So können beispielsweise Startups eine Taxe occulte vermeiden.
- Die heutigen drei Mindestumsatzgrenzen (75,000, 150,000 und 250,000 Franken) werden durch eine einheitliche Umsatzgrenze von 100,000 Franken ersetzt.
- Die Ausweitung der Saldosteuersatzmethode – Anhebung des maximalen Jahresumsatzes von 3 auf 5 Millionen Franken und Verkürzung der Wechselfristen von der einen zur anderen Methode.
- Die formalen Vorschriften an MehrwertsteuerBelege werden stark gelockert.
- Es wird die Möglichkeit der freiwilligen Versteuerung beim Verkauf oder der Vermietung aller Immobilien geschaffen, die vom Empfänger nicht zu Wohnzwecken genutzt werden. Das ermöglicht den Vorsteuerabzug und damit für diesen Bereich die Vermeidung der Taxe occulte.
- Der baugewerbliche Eigenverbrauch wird nicht mehr besteuert.
- Steuerkontrollen haben für den ganzen geprüften Zeitraum abschliessende und damit rechtsgültige Wirkung.
- Unternehmen können die Durchführung einer Kontrolle verlangen.
- Die rechtlichen Verfahren werden gestrafft, indem nach einer Kontrolle die Verjährung auf 2 Jahre verkürzt wird.
- Der bis anhin fixe Verzugs und Vergütungszinssatz von 5 % wird neu flexibel nach marktüblichen Kriterien festgesetzt.
- Die absolute Verjährungsfrist, innert welcher die Steuer festgesetzt werden kann, wird um einen Drittel von 15 auf 10 Jahre verkürzt.
- Das Strafrecht wird auf schwerwiegende Verfehlungen fokussiert.
- Bei Unternehmen in schwierigen Situationen wird die Möglichkeit zum Erlass der Steuer ausgeweitet.
- Um unehrlichem Verhalten keinen Vorschub zu leisten, werden die Möglichkeiten der Eidgenössischen Steuerverwaltung zum Inkasso der MWST verbessert.

Teil B

Dieser Teil beinhaltet die politisch eher umstrittenen Massnahmen, welche dem obligatorischen Verfassungsreferendum unterliegen.

- Einführung des Einheitssatzes von 6.1%
- Unterstellung des Gesundheitswesens, des Sozialwesens (Altersheime, Kinder und Jugendbetreuung), der Bildung und Forschung, der Kultur, des Sports und der Post unter die MWST
- Erhöhung der für die Steuerpflicht massgebenden Umsatzgrenze auf CHF 300,000 Franken für gemeinnützige Institutionen und für ehrenamtlich geführte Vereine und einfache Gesellschaften, die weder einen wirtschaftlichen Zweck verfolgen noch der Buchführungspflicht gemäss dem Obligationenrecht unterstehen.
- Finanz und Versicherungsdienstleistungen, dazu zählen auch Umsätze von Sozialversicherungen untereinander (Ausgleichs und Arbeitslosenkassen) und Beiträge der SUVA an Berufsunfallverhütungsmassnahmen
- Umsätze bei Wetten, Lotterien und sonstigen Glücksspielen
- Verkauf und Vermietung von Immobilien
- Urproduktion/Landwirtschaft
- Hoheitliche Leistungen der öffentlichen Hand
- Subventionen

Sofern Volk und Stände der separaten Vorlage zur Sanierung der Invalidenversicherung zustimmen (siehe unser Newsletter vom 23. Juni 2008) werden die MWSTSätze per 1. Januar 2010, unabhängig von dieser Änderung des MWSTGesetztes auf 8.0 %, 3.8 % resp. 2.5 % erhöht. Bei der Variante «Einheitssatz» dürfte sich der Einheitssatz entsprechend auf 6.4 % belaufen. Die Vorlage geht nun an die Kommission für Wirtschaft und Abgaben. Es steht noch nicht fest, ob der National oder Ständerat die Vorlage als Erstrat behandeln wird. Die eine oder andere Bestimmung wird dem politischen Druck wohl nicht standhalten. Gemäss heutigem Zeitplan dürfte Teil A voraussichtlich per 1. Januar 2011 in Kraft treten, bestenfalls per 1. Januar 2010 und Teil B frühestens 1 Jahr danach.

Benno Suter

Weitere Infos zum Autor auf Seite 30

Eddie's Ballon Shop
Alles rund um den Luftballon
www.eddiesballonshop.ch
info@eddiesballonshop.ch
Mitglied von Qualatex Balloon Network
Balloon-Magic
Ballonfiguren für jeden Anlass
www.balloon-magic.ch
A1 Toner und Tinte
Druckerzubehör aller Art
www.toner-tinte-shop.ch 30%
info@toner-tinte-shop.ch WIR
Aloe Vera Produkte
www.troxler.eagle-group.ch
056 622 59 88 / 078 849 02 57
Grafik Werbung und Textilveredelung

CID: 445620

Stundenlöhner: Aufgepasst bei Ferien und Feiertagen!

Monika Lütolf-Geiser

Die Arbeitgeber zahlen den Angestellten im Stundenlohn meist nur Lohn, wenn sie arbeiten. Während den Ferien und an Feiertagen wird nichts ausbezahlt. Dafür gibt es einen Lohnzuschlag für nicht bezogene Ferien und Feiertage von mindestens 8.33%.

Trotz landläufiger Meinung, bei Stundenlöhnern seien die Ferien mit diesen Lohnzuschlägen abgegolten, mussten Arbeitgeber immer wieder böse Überraschungen erleben. Die Gerichte zwangen sie dazu, den Ferienlohn am Ende des Arbeitsverhältnisses nochmals zu entrichten. Dies kann bei langjährigen Mitarbeitern oder vielen Stundenlöhnern massiv ins Geld gehen.
Ebenfalls verbreitet ist die Meinung, in der Schweiz gäbe es viele bezahlte Feiertage. Dies trifft jedoch nicht zu.

Will man sich im Internet über die Problematik zum Stundenlohn informieren, findet man unzählige Muster für Arbeitsverträge oder Lohnabrechnungen. Dies ist auf den ersten Blick sehr positiv. Erschreckend ist jedoch, dass die meisten dieser Muster auf die drohende Problematik der Doppelzahlung nicht oder nur unvollständig hinweisen. Darunter fallen auch Muster auf behördlichen Internetseiten!

Ferienlohn

Gemäss Art. 329d Abs. 1 OR hat der Arbeitgeber dem Arbeitnehmer für die Ferien den gesamten darauf entfallenden Lohn zu bezahlen. Das heisst, dass der Arbeitnehmer während den Ferien lohnmässig nicht schlechter gestellt werden darf, als wenn er in dieser Zeit gearbeitet hätte.
Art. 329d Abs. 2 OR bestimmt zudem, dass die Ferien während der Anstellungszeit nicht durch Geldleistungen oder andere Vergünstigungen abgegolten werden dürfen. Sie müssen real bezogen werden.
Beide Bestimmungen sind zwingend.
Wer diese zwingenden Bestimmungen zu umgehen versucht, riskiert, dass sie trotzdem angewendet werden. Daraus folgt, dass Ferien, die während des Arbeitsverhältnisses durch Geld abgegolten wurden, als nicht bezogen gelten und vom Arbeitgeber am Ende des Arbeitsverhältnisses grundsätzlich **nochmals** zu bezahlen sind.

Bei unregelmässigen Beschäftigungen, namentlich bei Teilzeitangestellten, hat das Bundesgericht eine Abgeltung des Ferienlohnes in Abweichung vom Gesetzestext **ausnahmsweise** zugelassen. Das Bundesgericht verlangte jedoch einerseits, dass im Arbeitsvertrag der Ferienlohn separat ausgewiesen wird, entweder mit einem fixen Betrag oder einem Prozentsatz (8.33 % bei 4 Wochen Ferien, 10.64% bei 5 Wochen Ferien oder 13.04% bei sechs Wochen Ferien). Andererseits muss aus jeder Lohnabrechnung klar ersichtlich sein, welcher Teil des Lohnes den Ferienlohn abgelten soll.
Das Bundesgericht scheint jedoch seine bisherige Rechtsprechung zu überdenken und hat in BGE 129 III 493 angedeutet, dass es künftig die laufende Auszahlung von Ferienlohn auch bei unregelmässiger Arbeit nicht mehr gestatten werde.

Deshalb ist auch bei unregelmässigen oder kurzen Arbeitseinsätzen von einer laufenden Auszahlung des Feriengeldes mit jeder Lohnzahlung abzuraten. Nur so kann der Gefahr einer Nachzahlung entgangen werden. Zu empfehlen ist, den Ferienzuschlag zwar auf jeder Lohnabrechnung zu berechnen und auszuweisen, aber erst beim Ferienbezug auszubezahlen.

Feiertage

Auch an Feiertagen erhalten Stundenlöhner häufig keine Lohnzahlungen des Arbeitgebers.
Die Schweiz kennt nur einen eidgenössischen Feiertag, für welchen die Lohnzahlung vorgeschrieben ist, nämlich den 1. August. Für alle übrigen Feiertage gibt es keine gesetzliche Lohnzahlungspflicht.
Bei Angestellten im Wochen- oder Monatslohn ist es jedoch üblich, ihnen für die Feiertage keinen Lohnabzug zu machen.
Im Gegensatz zum Ferienlohn, welchen der Arbeitnehmer gegebenenfalls zweimal verlangen kann, sieht die Situation bei den Feiertagen anders aus. Die Feiertage sind, mit Ausnahme des 1. August, nur zu entschädigen, wenn sich der Arbeitgeber zu einem separaten Feiertagszuschlag verpflichtet hat.

Monika Lütolf-Geiser
Weitere Infos zur Autorin auf Seite 30

Anzeigen

Informatik seit 1984
SEKOM

Sekom GmbH
Blauenstrasse 3a
Postfach 726
CH-4142 Münchenstein

Telefon +41 (0)61 562 99 88
Fax +41 (0)61 562 94 05
info@sekom.ch
www.sekom.ch

VoIP-Telefonie
80% tiefere Gesprächsgebühren, 50% tiefere Anschlussgebühren, kostenlose Telefonie im selben Netz. Alles andere bleibt bestehen

IT/EDV Computer, Server, Netzwerk, Zubehör und Internet
Alles aus einer Hand

Industrie Design
Produktentwicklung
CI Beratung
Grafik

Deck 4
Industrie Design

+41 (0)43 818 59 44
www.deck4.ch
8008 Zürich

Ein neues Lebensgefühl?

Peter Lüthi, Valerie Zwyssig, Thomas Truttmann

Der Sommer lockt uns nach draussen in die Weite der Welt. Wir lassen uns fröhlich stimmen von der Frische und unerschöpflichen Kraft des Lebens. Öffnen zu Hause Tür und Fenster im Verlangen nach Leichtigkeit, Wärme und der Lust auf Bewegung und Begegnung.

Das Leben nun in die eigenen Hände nehmen? Sich verändern? NACHHALTIG?! In Kontakt kommen mit unseren Gefühlen, und Wünschen?

Bereit für die Veränderung?

«Ich möchte ja schon, aber…» Woran liegt es denn, dass wir unsere eigentlichen Wünsche und Visionen nicht realisieren? Was ist es, das uns immer wieder in die alten, grauen Bahnen zurückholt? Oft reichen unsere Erklärungen nicht weiter, als dass uns der Mut fehle, oder wir doch eigentlich ganz zufrieden seien mit unserer Situation usw. Der bittere Selbstvorwurf, es wieder nicht geschafft zu haben, verdrängen wir ins Unterbewusste, bis er eines Tages in neuer Form ans Tageslicht drängt. In der Polarity -Therapie gelingt es mittels Körperbehandlung und Gespräch eine direkte Verbindung zu unseren unbewussten Mustern und Blockaden herzustellen. Anders als beispielsweise in der Psychotherapie, wo wir unsere Denk- und Verhaltensmuster über unseren Verstand analysieren, erleben wir diese bei einer Polarity – Behandlung direkt an und in unserem Körpersystem. Ohne uns den Kopf darüber zu zerbrechen, wie es zu diesen Negativ-Mustern gekommen ist und wie wir sie nun loswerden, lassen wir diese von den uns innewohnende Selbstheilungskräften lösen. In der Verbindung mit unserem Wesenskern und der professionellen Begleitung des Therapeuten, lassen wir die Körperintelligenz und unsere ureigenen Ressourcen den Heilprozess initiieren. Polarity bietet Hilfe bei zahlreichen Symptomen wie Kopf- und Rückenschmerzen, Verspannungen, Schlafstörungen, Stress, Nervosität, Erschöpfungszuständen und bei der Bewältigung von Lebenskrisen oder psychosomatischen Erkrankungen. Das Ziel dieser ganzheitlichen Körpertherapie ist der freie Fluss der Lebensenergie und eine tiefe körperliche, wie auch mentale Entspannung.

Natürlich Gesund

Das freie Fliessen ihrer Energie erleben sie während und nach der Behandlung in Form von Freude, Ruhe, vitaler Kraft, Wärme oder auch als Leichtigkeit. Auswirkungen regelmäßiger Behandlungen zeigen sich in gesteigertem Wohlbefinden, mehr Lebensfreude und Vitalität. Polarity stärkt das Selbstvertrauen und fördert die Eigenverantwortung. Körperarbeit dieser Art ist eine effektive Möglichkeit die Zusammenhänge zwischen ihren Gedanken, Gefühlen und Körperempfindungen bewusst wahrzunehmen. Diese «innere Aufmerksamkeit» ermöglicht den Zugang zu unserer ureigenen körperlichen Intelligenz und Heilkraft.

Die Anzahl der Sitzungen ist situationsabhängig. Sie bestimmen letztendlich wohin und wie weit Sie gehen möchten.
Wir empfehlen eine Serie von mindestens 3 Sitzungen um an ihre «Punkte» zu kommen und auch das nötige Werkzeug zu erlernen.
Polarity Therapie begeistert uns und unsere Klienten immer wieder durch ihre erlebnisreiche und intensive Wirkung.

Gesundheit und Wohlbefinden sind ein dynamisches Gleichgewicht der Lebenskräfte.
Polarity ist eine Methode, dieses Gleichgewicht zu erreichen und zu erhalten. Sie fördert die Flexibilität, Kreativität und Klarheit welche uns befähigen, die Höhen und Tiefen des Lebens bewusst anzunehmen und zu meistern.

Tun Sie es dem Sommer gleich! Leben Sie in Ihrer Kraft und erfüllt von Freude!
– Wir unterstützen Sie und Ihr Wohlbefinden!

Thomas Truttmann
Weitere Infos zum Autor auf Seite 30

Anzeigen

Entspannung
Wellness
Gelassenheit
Vitalität
Motivation
Gesundheit
Aha-Erlebnisse

Wir revitalisieren Sie und Ihre Mitarbeiter-Innen!
Polarity – die vielseitigste Körpertherapie!

Haus zur Eibe
Neugasse 18
6340 Baar

Telefon: 041 760 60 42

http://www.polarityatelier.ch

Geschäftlich im Tessin oder einmal vom Business ausspannen?

Hotel Atlantico Lugano

Das gepflegte 2 Stern Hotel zwischen Monte Brè und San Salvatore

Hotel Atlantico
via Concordia 12
6900 Lugano (Schweiz)
Tel. 091 971 29 21
Fax 091 971 29 22
info@atlantico-lugano.ch
www.atlanticolugano.ch

Auch KMUs brauchen Erholung

Hoch über dem Thunersee ist ein kleines, exklusives Hotel entstanden. Sieben einzigartige Themen-Suiten sind zu sinnlichen Liebeslauben ausgestaltet worden und erfüllen alle nur erdenklichen Wünsche.

Zugegeben: Das Hotel Beatus auf dem Beatenberg war baufällig und in einem schlechten Zustand. Die faszinierende Aussicht auf den Thunersee ist aber dennoch dermassen berauschend, dass sich aus dem alten «Beatus» durchaus eine Oase für Verliebte machen lässt, sagte sich Inhaber Andreas Kuchen. Eineinhalb Jahre und viel Handwerkereinsatz später ist daraus das erste «Zeit & Traum»-Hotel der Schweiz entstanden. «Hotelzimmer, die zu Liebesoasen veredelt worden sind, liegen im Trend», stellt Kuchen fest. Er ist auch Initiant des ersten romantisch-erotischen Hotelführers der Schweiz, www.loveroom.ch. Die Nachfrage dort ist beachtlich. Neben der Aussicht bietet das Themen-Hotel hoch über dem See aber noch viel Erbauendes mehr. «Wir wollen, dass unsere Gäste mitten in ein besonderes Erlebnis eintauchen können», erklärt dazu Priska Hunziker, die auf dem Beatenberg die einmalige Residenz betreibt. «Jeder Mensch hat andere Vorstellungen von erotischer Entspannung. Mit unseren sieben Suiten bieten wird für jeden Geschmack verführerisch-entspannende Lösungen.»

Vom Chalet Alpenglut bis Bounty Beach

Die vom Theater- und Kulissenbauer Manfred Schmid geschaffenen Zimmer lassen in Sachen Kreativität kaum Wünsche offen. Angefangen beim «Chalet Alpenglut»; in der in Holz gestalteten Suite knistert es mitunter nicht ausschliesslich im Cheminée. Und das «Château d'amour»garantiert prickelnde Momente in einer opulent eingerichteten Suite, samt Himmelbett, Kronleuchter, Engel-Stuckaturen und voller kuscheligen Kissen. «Bounty Beach»– ist eine fantasievoll hergerichtete Liebesoase, wo betörende Wunschträume wahr werden. Herzstück: ein rundes Bett unter den alten Dachbalken. Ein Hauch orientalische Leidenschaft öffnet sich den Gästen im «Maharadscha Palace». Die 87 m2 grosse Kuscheloase versprüht fremdländischen Charme. «Fujiama Lovegarden», einem japanischen Liebesgarten nachempfunden, bietet Sicht auf den Niesen, der dem Fujiama sehr ähnelt. Da lassen sich allerhand utopischen Liebes-träume erleben.

Suiten mit Aktivitäten

Leidenschaft macht kreativ. In der «La cucina erotica»kann man dies gleich selber unter Beweis stellen. Liebe geht ja durch den Magen. Eine eingebaute Küche ermöglicht es den Paaren, selber aphrodisierende Speisen auf den Tisch zu zaubern. Alle nötigen Zutaten werden

vorbereitet, so dass der Liebesschmaus im richtigen Moment nur noch zusammengestellt werden muss. Genüsse, die alle Sinne anregen. Auch in der «Sin City-Suite», wo's so schön funkelt und glitzert, als ob man in Las Vegas wäre, ist Action angesagt: Etwa seinem Angebeteten oder seiner Flamme mit verführerischen Gesängen die Liebe erklären oder aus der Jukebox sein Lieblingslied spielen lassen. Eine Bühne mit einer Karaoke-Anlage regt zusätzliche Fantasien an.

Luxus inbegriffen

Rund 800'000 Franken wurden in den Umbau der bis 120 m2 grossen, geräumigen Luxussuiten investiert. «Wir wollen alle nur denkbaren Wünsche erfüllen», erklärt dazu Priska Hunziker. Alle Suiten verfügen über Privatsauna und/oder Dampfdusche und Whirlwanne für 2 Personen. Die grosszügigen Terrassen mit herrlicher Aussicht werden von den Gästen sehr geschätzt. Die «Zeit & Traum»-Suiten kosten zwischen 380 und 780 Franken. Damit das Paar ungestört bleibt, gehört es zum Service, dass verschiedene Schlemmereien und Getränke im Zimmer bereitgestellt werden, die nach Lust und Laune genossen werden können. So steht etwa der Prosecco schon bei der Ankunft schön gekühlt zum Anstossen parat. Im Preis mit eingeschlossen ist ein ans Bett serviertes und ebenso köstliches wie üppiges Frühstück.

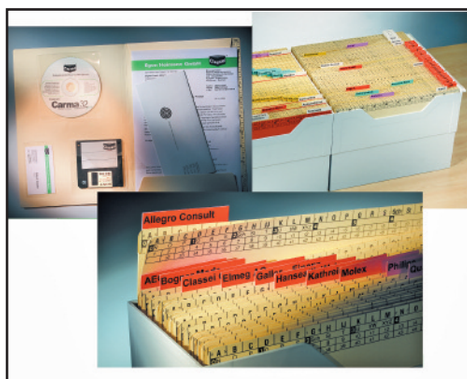
Am einfachsten via Internet

Die Zimmer bucht man am einfachsten über die Internetseite www.loveroom.ch. Dort sind, neben dem «Zeit & Traum»-Hotel Beatus Beatenberg rund 80 Hotels aus der Schweiz, Österreich und Deutschland aufgeführt. Der elektronische Hotelführer vermittelt Zimmer, die zu sinnlichen Liebeslauben veredelt wurden. Weitere Infos: www.loveroom.ch. Tel. 033 823 70 86

Andreas Kuchen

Weitere Infos zum Autor auf Seite 30

Anzeigen



Nutzen Sie auch die Feiertage, um Ihr Büro aufzuräumen ?

Noch nie war es so einfach, den Überblick zu bewahren!

Schaffen Sie Transparenz und Ordnung in Ihrem Büro! Vergessen Sie Ordner, Hängeregister und Ablagekästen und ersetzen Sie alles durch ein System! Sie sparen Zeit und Geld und das Suchen hat ein Ende!

Besuchen Sie unsere WebSite www.classei.ch und schauen Sie, wie einfach Büroorganisation sein kann.

Liquiditätsprobleme in KMU

Klaus Preindl, Coach

Auswirkungen, Ursachen, Lösungen

Ungenügende oder sogar fehlende Liquidität ist zunehmend in immer mehr KMU anzutreffen. Dies vor allem in kleineren Unternehmen von bis zu 25 Mitarbeitern. (aus Vereinfachungsgründen wird nachstehend die männliche Form verwandt – gemeint sind gleichermassen auch Unternehmerinnen).

Die Auswirkungen

Ein Liquiditätsproblem bedeutet zweifellos eine Notlage für das Unternehmen. Die Schwierigkeiten, Materialeinkäufe zu tätigen ((ggfs. nur gegen Vorkasse), Löhne pünktlich zu zahlen, die Kreditoren in den Griff zu bekommen, drohende Betreibungen abzuwenden, das von der Hausbank gewährte Kontokorrent-Limit nicht zu überschreiten usw., sind eine tägliche Herausforderung für den Unternehmer. Und dann sind da noch oftmals die Debitorenstände, deren zeitgerechte Einbringlichkeit ein Fragezeichen aufwirft.

Der Unternehmer ist hierbei von seiner dringend notwendigen produktiven Arbeit absorbiert, weil er sich pausenlos mit den Fragen

- Wie löse ich mich vom Druck der Gläubiger?
- Wie löse ich mein Liquiditätsproblem?
- Wie überzeuge ich meine Bank?
- Wie schaffe ich den Turnaround?
- Wie komme ich an meine Aussenstände?

beschäftigt. Und dann «nerven» auch noch die Gläubiger am Telefon.

In dieser Situation ist das Unternehmen in hohem Masse handlungsunfähig geworden, operativ gelähmt und in seiner Wettbewerbsfähigkeit behindert. Das Ansehen bei den Gläubigern schwindet zunehmend, weil «Versprechungen» zu Zahlungen nicht eingehalten werden können. Der Unternehmer «reagiert» anstatt zu «agieren». Und die Spirale beginnt sich zu drehen. Wenn das Unternehmen auch bislang strategisch gut orientiert gewesen sein mag, wird diese Ausrichtung zunehmend zur Makulatur, weil jetzt die Priorität ausschliesslich auf das Überleben ausgerichtet wird.

Die Ursachen

Hinsichtlich einer nachhaltigen Lösung der Probleme ist es zuerst einmal wichtig, die Ursachen dieser Entwicklung zu analysieren. Die Gründe, die zur mangelnden Liquidität führten, lassen sich zwar in Kategorien gliedern, sind aber für jedes Unternehmen spezifisch. Übergreifend sind nach unserer langjährigen Erfahrung die wichtigsten Gründe (um nur einige zu nennen):

- Verlust von Erfolgspotentialen, d.h. die Auftragslage entwickelte sich rückläufig
- zu hoher Personalbestand in Zeiten sinkender Auslastungsgrade
- erhebliche Debitorenverluste
- Verlust eines langjährigen Grossabnehmers
- eine unerwartete Nachsteuer
- ein geplatzter Liefervertrag usw.

Auch wenn vielfach diese Ursachen bereits nicht mehr existent sind, sind es die Folgen, die das Unternehmen daran hindern, sich zu erholen und wieder Fuss zu fassen. Sie wirken sich erdrückend und erfolgshemmend in der Gegenwart aus.

Die Lösungen

Wenn Auswirkungen und Ursachen als unternehmensspezifisch zu betrachten sind, ist auch der Lösungsweg individuell anzugehen. So ist das Nachfolgende auch kein «Generalkonzept», sondern eine stichpunktartige Aufführung als Muster einer Vorgehensweise. Wir unterscheiden beim Lösungsansatz zwei Arten:

1. Operative Sanierung (Turnaround)
2. Bilanzsanierung

Nachfolgend befassen wir uns ausschliesslich mit der operativen Sanierung (Wiederherstellung der Rentabilität / Turnaround), weil eine Bilanzsanierung zuerst einmal Kapital benötigt und es zumindest zweifelhaft ist, ob allein dadurch das Unternehmen gerettet werden kann.

Die Operative Sanierung

Die erste Frage, die sich einem objektiven Betrachter stellt, lautet:

Ist das Unternehmen überlebensfähig?

Bei der Beurteilung hierzu spielen zumindest die beiden Ebenen

a) Der operative Geschäftsgang
b) Stand der konkreten Bedrohung durch die Gläubiger eine Rolle.

a) Der operative Geschäftsgang

Die Überlebensfähigkeit eines Unternehmens wird nicht aufgrund der Vergangenheit, sondern der Fähigkeit, in der Gegenwart Cash Flow zu generieren, beurteilt (Kreditfähigkeit). Weiterhin spielt die Kreditwürdigkeit des Unternehmers eine bedeutende Rolle.

Kann man der Hausbank, unterstützt und federführend durch einen erfahrenen Coach, dokumentieren,

- wodurch die Liquiditätslage entstanden ist,
- dass mögliche vorhandenen Defizite ausgeräumt sind oder werden,
- dass das Unternehmen wieder Cash Flow erwirtschaftet,

bestehen in der Regel gute Aussichten, dass die Bank den Erholungsprozess finanziell begleitet.

Die notwendigerweise hierfür zu erarbeitenden Unterlagen sind:

- Ein Budget für 12 Monate nach Deckungsbeitrags-Gesichtspunkten, ab sofort beginnend
- Ein Finanz- und Liquiditätsplan nach banküblichen Kriterien
- Detaillierung des Auftragsbestandes mit Rentabilitätsdarlegungen
- Eine aussagefähige und künftig verlässliche Unternehmensstrategie.
- Ein einfaches Controlling, welches auch der Bank als Information über den operativen Geschäftsverlauf zur Verfügung gestellt werden kann.

Die Hinzuziehung eines erfahrenen Coaches erhöht das Vertrauen der Bank in das Unternehmen!

b) Bedrohung durch die Gläubiger

Wie schon erwähnt, hat das Ansehen des Unternehmers bei den Gläubigern mehr oder weniger erheblich gelitten und er selbst wird in der Regel Schwierigkeiten haben, neues Vertrauen zu gewinnen. Hier sollte ein externer Coach eingeschaltet werden, um Verhandlungen mit den Gläubigern zu führen. Ein verlässlicher Tilgungsplan (erstellt in Einklang mit dem Finanz- und Liquiditätsplan) wird hier nach unserer Erfahrung grösstmöglichen Erfolg ergeben.

Es gibt fast immer Lösungen – man muss sie nur finden und konsequent bearbeiten!

Klaus Preindl, Coach
Partner der bdc management ag

Ja ist denn schon Weihnachten? Der Firmen-Anlass sollte rechtzeitig gebucht werden

Stehen Sie auch jedes Jahr vor den gleichen Entscheidungsfragen: Wie gestalten wir unsere diesjährige Weihnachtsfeier? Wo und wie soll dieser Event durchgeführt werden?

Vielfach wird bei dieser Entscheidung aber auch der richtige Zeitpunkt komplett verschlafen. Es ist ein Thema, dass um diese Zeit noch in weiter Ferne scheint, und wird daher von den Verantwortlichen gerne vor sich her geschoben: «...damit können wir uns dann noch im Herbst beschäftigen...» beinhaltet aber für Firmen-Events eine trügerische Aussage, die nicht selten in eine Sackgasse führt. Wer richtig und frühzeitig plant, sichert sich nämlich JETZT die besten Tage und Plätze an exklusiven und sehr beliebten Gala-Dinner-Shows, die sich für firmeninterne Weihnachtsfeiern oder Kundeneinladungen geradezu ideal eignen. Eine davon stellen wir Ihnen in diesem Bericht vor.

GALARENA – Fine Dining & Show

Bereiten Sie Ihren Mitarbeitern, Geschäftspartnern oder Kunden zum Jahresende ein Show-Erlebnis der Extraklasse und tauchen Sie gemeinsam in eine einmalige Winterzauber-Erlebniswelt ein. Vom 20. November 2008 bis 4. Januar 2009 öffnet GALARENA in Risch-Rotkreuz bei Zug die Pforten – oder besser gesagt, die Zelteingänge. GALARENA bietet mit White

Anzeigen

Magic «Die fantastische Weihnachts-Gala-Show» eine Verschmelzung aus kulinarischen Genüssen und multimedialen Darbietungen aus Magie, Poesie und Nervenkitzel die ihre Zuseher in den Bann ziehen wird – und dies im höchsten Zelt der Schweiz.

Genuss mit allen Sinnen

Meister der Koch- und Körperkunst verführen Ihre Gäste während dem 4-Gang Gala-Dinner und der exklusiven Show in eine mystische Traum-Erlebniswelt. Raffinierte Show- und Lichteffekte integrieren die Auftritte einiger der weltbesten Artisten in eine musicalähnliche Handlung die das Publikum in eine winterweihnachtliche Welt einsinken lässt.

Zeigen Sie ihren Kunden und Mitarbeitern Ihre Wertschätzung und buchen Sie ein unvergessliches Erlebnis. Geniessen Sie gemeinsam im stilvollen Ambiente das einmalige Programm bei ausgesuchten, kunstvoll angerichteten Menüs, die keine kulinarischen Wünsche offen lassen. Der Innenraum des Zeltes erscheint wie ein grosser Kristallpalast. Alle 708 Plätze im beheizten Zelt sind Gala Plätze, an denen Sie und Ihre Gäste an festlich gedeckten Tischen in der Arena Platz nehmen. Damit auch alle die Show optimal mitverfolgen können, kommt das Zelt ganz ohne Sicht verdeckende Masten aus.

Höhenflüge während der Show ist der Spitzenkoch Béda Zingg. Der sternegekrönte Koch aus Canada setzte lange Zeit genussvolle Meilensteine im Ausland und war auch langjähriger Küchenchef des Restaurants Gütsch.

Fantastisches Event-Erlebnis

Ein unvergesslicher Abend für Ihre Gäste ist Programm, denn GALARENA steht unter der Trägerschaft von zwei Superstars der Zirkuswelt. Freddy Nock jun. ist der jüngste und erfolgreichste Spross der Zirkusdynastie Nock und sorgt bei jeder Vorstellung, mit seinen waghalsigen Showacts in luftiger Höhe, für grossen Nervenkitzel. André Sarassani steht seit dem Jahr 2000 an der Spitze eines der erfolgreichsten deutschen Zirkusunternehmen, das auf eine mehr als hundertjährige Tradition zurück blicken kann, und liefert unter anderem das gigantisch schöne Zelt der GALARENA.

Das Aushängeschild für die kulinarischen

Buchen Sie JETZT

Entscheiden Sie sich für das Besondere und buchen Sie gleich jetzt Ihre Plätze für eine der 34 Gala-Dinner-Shows oder der 12 Abendvorstellungen ohne Essen zwischen dem 20.11.2008 und 4.1.2009. Für Grossfirmen besteht die Möglichkeit das komplette Zelt mit Show und Dinner zu reservieren. Die beliebten Plätze sind heiss begehrt und meist schon im Sommer vergeben. Es lohnt sich also in jedem Fall jetzt schon Ihren Firmen-Anlass zu planen. Anfragen und Reservationen können telefonisch an die Nummer: 041-740 09 09 gerichtet werden oder per E-Mail an: office@event1.ch Weitere Infos unter: www.galarena.ch *Event One GmbH*

Weiter Infos auf Seite 30

Was macht erfolgreiches Coaching aus?

Martin Betschart

Heutzutage wird unter dem Titel Coaching alles Mögliche verkauft. So gibt es Menschen, die banale Tipps verteilen und dies als intuitives Coaching bezeichnen. Dabei hat ihr Vorgehen in Wirklichkeit nichts mit Coaching, sondern bestenfalls mit Beratung zu tun. Nicht zu vergessen, sollte eine Beratung unbedingt sachlich fundiert sein, sonst bringt sie niemanden weiter. Leider verstehen sich viele Menschen als selbst ernannte Fachleute, die gerne gut gemeinte Ratschläge geben. Solche Ratschläge entpuppen sich aber meistens eben buchstäblich als schmerzhafte Schläge. Mangelnde Qualifikation und Erfahrung ersetzen keine noch so gute Absicht. Schliesslich gehen Sie mit einem Motorschaden ja auch nicht zum Arzt!

Trotzdem gibt es immer wieder typische Stammtischexperten, die uns zum Beispiel erzählen, auf welche Weise man ein Unternehmen wie Swiss führen sollte. Beim Thema Fussball halten sich sogar Millionen Menschen für Kenner. Da kann man nur mit dem deutschen Kabarettisten Dieter Nuhr sagen: «Wenn du mal von was keine Ahnung hast, einfach mal Klappe halten». Gute Beratung dagegen – etwa in Steuersachen, bei juristischen Angelegenheiten oder beim Bau eines Hauses – ist überaus wichtig und sinnvoll. In allen diesen Fällen brauchen Sie einen Fachexperten, der sich mit den Fakten auskennt. Stehen jedoch eher «softe» Themen wie Erfolgsstrategien, Motivation oder Kommunikation im Mittelpunkt, lohnt sich die Begleitung durch einen anerkannten Coach sehr viel mehr.

Bei einer Beratung geht es um Inhalte, beim Coaching um den Prozess.

Der grosse Unterschied zur Beratung besteht darin, dass der Coach keine Regeln und Rezepte vorgibt, sondern dem Klienten hilft, selber die Lösung zu finden. Denn wir tragen alle unser Lösungspotenzial in uns. Immerhin kennt kein anderer Mensch uns so gut wie wir uns selbst. Die Lösungen, die aus uns kommen, sind somit um ein Mehrfaches sinn- und wirkungsvoller als fremder Rat. Nur die Selbsthilfe passt wirklich zu uns und unserer Sichtweise der Welt. Zudem ist es wesentlich wahrscheinlicher, dass wir unsere eigenen Lösungsansätze auch wirklich umsetzen als die Tipps von Aussenstehenden. Denn die Ratschläge der anderen passen eben in den meisten Fällen vor allem zu der Persönlichkeit und der Weltsicht der anderen und nicht zu unserer eigenen.

Aus diesem Grund stellt die Vermischung von Beratung und Coaching – wie sie zum Beispiel im Spitzensport häufig anzutreffen ist – einen ungünstigen Fall dar.

Coaching bedeutet, zum richtigen Zeitpunkt die richtigen Fragen zu stellen.

Das sieht bei einem professionellen Coach oft sehr leicht aus, dabei steckt dahinter hochkonzentrierte Arbeit, die häufig viel anspruchsvoller als blosse Beratung ist. Denn ein Coach hört nicht nur aufmerksam auf die Worte seines Klienten, sondern deutet auch das, was dieser zwischen den Zeilen sagt. Ein guter Coach weiss, wie ein bestimmter Tonfall zu interpretieren ist, und kann Körpersprache deuten, die bekanntlich nicht lügt. Aufgrund dieser Beobachtungen weiss ein Proficoach genau, welche Fragen er zu einem bestimmten Zeitpunkt stellen muss und welche mentalen Prozesse er damit beim Klienten auslöst und steuert.
Ein guter Coach verfügt – bildlich gesprochen – über mindestens drei Paar Ohren: Erstens hört er, um was es im Gespräch mit dem Klienten inhaltlich geht, das umfasst Zahlen, Daten und Fakten (ZDF). Auf einer zweiten Ebene nimmt der Coach wahr, welche Gefühle im Spiel sind, und drittens hört er aus den Äusserungen seines Klienten heraus, welche Bedürfnisse dieser hat. Der Coach muss demnach in erster Linie ein sehr guter Zuhörer sein.

Ressourcezustand → Lösung/Ziel
↓
Problem/Herausforderung

Anzeigen

Wie verläuft ein erfolgreicher Coachingprozess?

1. Vertrauen

Die Grundlage jedes Coachings ist Vertrauen. Daher sollte ein guter Coach zunächst eine Vertrauensbasis schaffen, die den Erfolg des weiteren Coachingprozesses überhaupt erst ermöglicht. Entsteht kein vertrauensvolles Verhältnis zwischen Klient und Coach, funktioniert die gemeinsame Arbeit in der Regel nicht. In dieser ersten Coachingphase ist es darüber hinaus sinnvoll, alles Organisatorische zu klären und die Rahmenbedingungen wie Zeit, Form etc. festzulegen. Vor allem aber muss gleich zu Beginn ein zumindest vorläufiges Ziel des Coachings definiert werden.

2. Ausgangslage

Im nächsten Schritt geht es darum, die Ausgangssituation des Klienten konkret zu bestimmen. Worin genau besteht sein Problem bzw. seine Herausforderung? Dabei muss der Coach nicht einmal zwingend wissen, um was es inhaltlich geht. Dieser Fall hat sogar den grossen Vorteil, dass der Coach gar nicht erst versuchen kann, beratend einzuwirken. Entscheidend ist lediglich, dass sich der Klient ganz genau bewusst wird, was ihm Schwierigkeiten bereitet. Dazu gehört auch herauszufinden, ob sein Problem vielleicht nur einen Teil eines noch grösseren Problemkomplexes darstellt. Dieses Wissen wird im Coachingprozess unbedingt gebraucht, um den eigentlichen Kern einer Schwierigkeit zu erkennen und anschliessend zu bearbeiten.
Am Ende dieser Phase sollten die Ergebnisse mit dem vorläufigen Ziel aus der ersten Phase abgeglichen werden, um zu überprüfen, ob dieses Ziel weiterhin aktuell bleibt oder einer Präzisierung bedarf.

3. Ressourcezustand

Sobald das Problem einmal klar erkannt wurde, muss der Klient als Nächstes in den richtigen Zustand kommen, um sein Lösungspotenzial zu nutzen. Ressourcezustand nennen wir das. Wie der Name schon sagt, besteht die Aufgabe des Coaches darin, im Klienten zunächst das Bewusstsein für seine eigenen Mittel und Fähigkeiten zu verstärken. Mit Hilfe des Coaches kann der Klient von diesem Ausgangspunkt dann selber verschiedene Lösungswege erarbeiten. Nach Möglichkeit sollten dabei tatsächlich mehrere Lösungen in Betracht gezogen werden, um über Handlungsalternativen zu verfügen. Denn erfahrungsgemäss sind die ersten Ideen nicht immer die besten.

4. Ethik

Bei allen Lösungen stellt sich immer auch die Frage, ob sie grundsätzlich ins Wertesystem des Klienten passen und stimmig für ihn sind. Doch selbst wenn ein Lösungsweg klar und richtig für den Klienten erscheint, sollte man zusätzlich überprüfen, ob die Lösung auch allgemein ethisch vertretbar ist. Denn keine Lösung darf auf Kosten anderer zustande kommen oder Dritten schaden. Wenn Zweifel an dieser «Schadensfreiheit» bestehen, sollte man lieber nach anderen, besseren Wegen suchen, die für alle Beteiligten nützlich und sinnvoll sind.

5. Konkrete Strategie/Transfer

Die letzte Phase des Coachingprozesses dreht sich um die Zielprogrammierung und die Umsetzung konkreter Strategien. Zu diesem Zweck visualisiert der Klient sein Ziel, um es auf diesem Weg ins Unterbewusstsein zu programmieren. Dazu geht der Klient gedanklich in die Zukunft, um seine Lösung praktisch zu testen. Häufig gewinnt er in diesem Prozess noch neue Erkenntnisse, die mitberücksichtigt werden sollten.

Danach beginnt die Arbeit auf der Handlungsebene. Sinnvollerweise sind jetzt konkrete Schritte auszuarbeiten, die festlegen, wie der Klient künftig seine Schwierigkeiten bewältigt. Dabei verpflichtet sich der Klient, genau diese abgesprochenen Schritte zu gehen. Sollte der Klient die gemeinsam geplanten Strategien trotzdem nicht umsetzen, gibt es dafür zwei mögliche Gründe: Entweder ist der Coachingprozess nicht optimal verlaufen oder dem Klienten fehlt die nötige Motivation, um seine Situation zu verändern. Dementsprechend sollte in weiteren Sitzungen gemeinsam an Optimierungsmöglichkeiten bzw. Motivationsanreizen gearbeitet werden. Hält sich ein Klient jedoch fortgesetzt nicht an die Vereinbarungen, macht es keinen Sinn, den Prozess weiterzuführen. Denn die Verantwortung für die Umsetzung der Massnahmen liegt zu hundert Prozent beim Klienten.

Fazit: Ein exzellenter Coach ist ein guter Zuhörer, stellt die richtigen Fragen zur richtigen Zeit und bietet seinem Klienten Hilfe zur Selbsthilfe.

Martin Betschart
Weitere Infos zum Autor auf Seite 30

Martin Betschart ist Erfolgs-Coach, Management-Trainer, Bestsellerautor und TV-Talkmaster.
Er ist der Begründer der Ressourcing® Methode und leitet die Ressourcing Akademie AG in der Schweiz.

Tel.: 0041 62 767 50 50
E-Mail: info@ressourcing.ch
Web: www.raag.ch

Anzeigen

Sie möchten mehr Präsenz bei Ihrer Zielgruppe?

Zum Beispiel 5 Monate lang mit Werbung in der Zeitung, im Internet und in eNewslettern?
Bereits ab Fr. 660.– sind Sie dabei.

Rufen Sie uns an:
041 560 33 01
Herr Rupp gibt Ihnen gerne mehr Infos

Heizen mit Öl war gestern!

Mit einer Infrarot-Heizung können einzelne Räume oder ganze Gebäude äusserst effizient und kostengünstig beheizt werden. Ein einfacher Stromanschluss genügt.

Die INFRAROT - Heizung

30-50% geringere Investitions-Kosten
40-60% Energie-Einsparung
in 3-4 Jahren amortisiert
keine Emissionen und Nebenkosten
und ein gesundes Raumklima

www.agon-trading.ch

AGON*Schweiz* 5415 Nussbaumen
Telefon 056 534 30 88 079 635 59 06 info@agon-trading.ch

Der Erfolg beginnt im Kopf

Konrad H. Marzohl

Kmu – Die Geschäftsidee und die Vision (Ideenscript) beginnt erfolgreich im Kopf. Auch kmu brauchen Leitbilder und der Inhaber gibt seine eigene Firmenkultur vor. Mit dieser Arbeit wird er Einzigartig und findet im Marktfeld sein Erfolgsfaktor.

Es ist sehr wichtig von der richtigen Idee zu 110 % überzeugt zu sein, alle Kräfte zu mobilisieren und die Chance zu packen. Der Erfolg beginnt im Kopf.
Die Entwicklung einer Vision und eines Gedächnisbildes ist für das kmu Unternehmen der Startschritt.
Es ist die zielgerichtete Auseinandersetzung mit der heutigen Situation und der Zukunft. In einem intensiven Prozess erarbeiten wir die kreativen, innovativen und erfolgswilligen Personen und externe Partner (Coaching/Berater usw) ein konkretes Zukunftsbild. Aus diesem entsteht das Leitbild = Es ist unser Navigationsinstrument des Kleinbetriebes und es kann weder gekauft noch kopiert werden.
Wir definieren unsere Ziele und das gültige Verhalten und richten unsere unternehmerischen Tätigkeiten in den Brennpunkt der Leistungen welche unsere kmu zu Bestleistungen und Erfolg und führen sollen. Wir notieren unsere Ideen zum ersten klaren Leitbild.
Dieses Bild muss die Richtung aufzeigen wohin wir uns entwickeln wollen.

Dieses Bild unserer kmu muss die Grundsätze und Wirkungen beinhalten wie

- ist glaubhaft.
- ist verständlich formuliert.
- bringt dem Partner auch einen persönlichen Nutzen.
- ist motivierend.
- ist realistisch und in der täglichen Aufgabe umsetzbar.
- ist eine Verpflichtung zum Handeln.
- ist zukunftsorientiert.
- stärkt das Selbstvertrauen.
- ist der Imageträger unserer kmu.

Der zukünftige Partner und Kunde kann sich mit unserem Leistungsbild klare Vorstellung machen was wir wollen und was wir können. Er erkennt, welches die Ziele der Idee ist und auf welchen Grundlagen sie erreicht werden soll und kann.
Das vermittelte Bild gibt das Gefühl einer besonderen kmu und bringt zum Ausdruck: dass wir eine eindeutige, unverwechselbare Identifikation am Markt haben.

Sie als kmu mit einer neuen Geschäftsidee oder einer unverwechselbaren Dienstleistung brauchen die Partnerschaft eines starken schweizerischen kmu verbandes. Eine sehr aktive Trägerschaft mit Netzwerk pur welche Ihre Interesswen prüft – vertritt und Ihnen eine Plattform für Ihren Start am nächsten Netzwerktreff – der Tischmesse bietet.
Wollen Sie mehr wissen … so melden Sie sich bei der Geschäftsstelle… *Konrad H. Marzohl*

Weitere Infos zum Autor auf Seite 30

Werden Sie Mitglied im schweizerischen kmu verband

Beitrittsformular Mitgliedschaft

schweizerischer kmu verband

Ich ersuche um die Mitgliedschaft beim schweizerischen kmu verband

Kleinbetriebe (bis 10 Beschäftigte):	CHF 100.–
Mittlere Betriebe (11 bis 50 Beschäftigte):	CHF 150.–
Grossbetriebe (über 50 Beschäftigte):	CHF 220.–

Firmenname .....
Vorname .....
Nachname .....
Strasse .....
Postfach .....
PLZ, Wohnort .....
Telefon .....
Fax .....
E-Mail .....

Einfach ausschneiden und einsenden an:

Schweizerischer KMU Verband
Eschenring 13
6300 Zug

Telefonhotline:
041 740 42 25

Fax : 041 740 42 26
Mobil : 079 646 58 05
www.kmuverband.ch

CID: 373310

DIGICOMP

KMU-Sessions bei Digicomp

Die KMU Sessions sind gezielt auf die Bedürfnisse des Motors der Schweizer Wirtschaft ausgerichtet: Den Teilnehmer erwarten Antworten auf die brennenden IT-Fragen in KMUs.

Diesmal stehen die Herausforderungen der Implementation im Spotlicht der Sessions. Mit Office 2007 inklusive SharePoint- und Exchange-Integration und dem demnächst auf dem Markt erscheinenden Small Business Essential Server stehen interessante Produkte zur Auswahl, die KMUs bei ihren Business-Herausforderungen tatkräftig und kostengünstig unterstützen können. Allerdings sollten KMUs bei der Einführung dieser Effizienztreiber auf ein paar wichtige Punkte achten. Digicomp stellte sie an den KMU Sessions vor.

Themen diesmal:

Windows Small Business Essential Server 2008
Was kann er? Was bringt er mir als Klein- und Mittelunternehmer? Wie wird er eingesetzt? Und was kann er nicht? Sowohl Small als auch Essential Server kommen mit einer Vielzahl integrierter Server daher: SharePoint 2007, Exchange Server 2007 und als Premium Edition SQL Server 2008. Der Small Business Essential Server wird in der zweiten Jahreshälfte von Microsoft lanciert. Vor allem im Pricing und bei der Lizenzierung bietet der SBES enorme Vorteile für KMUs gegenüber der kompletten Windows Server 2008. Roland Cattini wirft gemeinsam mit Ihnen jetzt schon einen Blick auf die Preview-Version – optimal für Sie als Entscheidungshilfe.

Referent:
Roland Cattini, Dipl. Elektroingenieur HTL, Betriebsingenieur HTL/STV, IMV Informatik GmbH. Beta-Tester der ersten Stunde. Er kennt den neuen Server 2008 in allen Varianten. Der Small oder der Essential Business Server 2008 ist seiner Meinung nach eine extrem gute Option für KMU, was Preis-Leistung betrifft. Roland Cattini verfügt über das Microsoft Certified Trainer (MCT)-, über das MCSE / MCSA (Windows Server 2003)- und das ITIL Foundation-Zertifikat. Als erfahrener Software-Entwickler und Projektleiter führt Roland Cattini eine eigene Beratungs- und Schulungsfirma.

Office 2007 Migration
Wie migriere ich Office 2007 am einfachsten in meinem Unternehmen? Wie steht es mit der Abwärtskompatibilität? Wie kann ich meine Mitarbeiter für die Migration begeistern? Was muss man unbedingt bei Makros und Ribbon beachten? Kann ich gleich auch SharePoint integrieren? Und wie viel ist sinnvoll für welche KMU Grösse? Gerade bei der Integration von Office mit SharePoint und Exchange müssen sich KMU immer die Frage stellen, in welche Funktionen für Ihr Unternehmen wirklich geschäftsfördernd sind und welche folgenlos weggelassen werden können. Dies beschleunigt eine Migration enorm und erhöht die Akzeptanz der neuen Anwender.

Referent:
Oli Ryf, Solutions Architect, Fonstone GmbH
Als Consulter hat er bereits zahlreiche Office und SharePoint Migrationen in Unternehmen verschiedenster Grössen begleitet. Er lässt uns an seiner Praxis-Erfahrung teilhaben. Oli Ryf ist seit mehr als 15 Jahren im Trainings- und Beratungsgeschäft tätig und immer noch interessiert und motiviert, verschiedene Microsoft Technologien kundengerecht und verständlich zu vermitteln und zu implementieren.

Die KMU-Sessions finden im September statt: Am 9.9. in Basel, am 11.9. in St. Gallen, am 16.9. in Bern und am 23.9. in Zürich.

Die KMU-Sessions kosten CHF 120.– pro Teilnehmer. Mit inbegriffen: Small Business Essential Server 2008 Preview auf CD, Networking-Apéro und Kursgutschein für Digicomp Kurse im Wert von CHF 100.–.

Details und Anmeldung unter www.digicomp.ch/kmu

Über Digicomp
Digicomp ist mit über 600 verschiedenen Seminarthemen, 40 Lehrgängen, 10 Bootcamps, Workshops, E-Learning und 300 erfahrenen Trainern der führende professionelle IT-Bildungspartner der Schweiz. Mit eigenen, äusserst zentral gelegenen Seminarzentren in Zürich, Basel, Bern, St. Gallen, Lausanne und Genf und dem Partnerstandort in Bellinzona unterstützt Digicomp jährlich 14'000 Kursteilnehmende, ihre beruflichen und privaten Ziele zu erreichen.
Die Dienstleistungen der Digicomp Academy AG sind Benchmark im Schweizer Bildungsmarkt. Dank einer Kundenzufriedenheit von über 95 Prozent und maximaler Lerneffizienz trägt Digicomp dazu bei, die Mitarbeitenden unzähliger Firmen im Arbeitsalltag nachhaltig weiterzubringen und ihre Produktivität und ihr Know-how zu steigern.

«Positive Provokation» - Wie herausforderndes Training zur Führungskräfteentwicklung beiträgt

BUSINESS PERFORMANCE ACADEMY® Living Leadership

Informationstechnologie, Globalisierung und demographischer Wandel haben in den letzten Jahrzehnten eine völlig neue ökonomische und soziale Realität geschaffen. Wissen und Lernen sind zu einem entscheidenden Produktionsfaktor geworden und müssen in die Unternehmensstrategie einfließen, um Know-how-Entwicklung und Innovationskraft zu sichern. In Zeiten beständiger Veränderung muss Lernen im Spannungsfeld zwischen Stabilität und Instabilität gewährleistet werden. Die große Herausforderung für Unternehmen und Organisationen besteht darin, diesen permanenten Veränderungsprozess zu managen und nicht ihn seinem Strudel zu versinken.

Gemeinhin werden drei Lernformen unterschieden: Das Kognitive Lernen oder Training zielt vor allem auf die Aneignung von Wissen, das zu einem späteren Zeitpunkt erinnert und abgerufen werden kann. Beim Skill Training geht es im Kern darum, Fertigkeiten zu entwickeln, die unmittelbar eine Anwendung in der Praxis finden. Ohne diese beiden Arten der Wissensvermittlung kommt keine lernende Organisation aus.

Wettbewerbsentscheidend ist aber am Ende der Einsatz und das Gelingen von Verhaltenstrainings. Es sind niemals Fachwissen und Erfahrung allein, die einen gewünschten Führungsstil herbeiführen, sondern ausschlaggebend ist am Ende das Verhalten des Managements bzw. des gesamten Systems.

Eine von oben nach unten strukturierte Organisation korrespondiert in weiten Teilen nicht mehr mit unserer dynamischen und komplexen Welt; die Ebenen müssen sich durchdringen, kooperieren und voneinander lernen. Ambition, Motivation und Persönlichkeit des einzelnen kommen an dieser Stelle ins Spiel; die besondere Herausforderung besteht darin, an der eigenen Wahrnehmung zu arbeiten und vor allem auch andere Sichtweisen wertschätzen zu lernen.

Die Führungs-Kraft der Führungskräfte entwickeln

An der Stellschraube Verhalten zu drehen ist nicht einfach: 90 % unseres Verhaltens werden instinkthaft und unbewusst abgerufen. Bewertet werden wir hingegen von anderen nach unserem offensichtlichen, dem sichtbaren Verhalten. Dies führt in weiten Teilen zu einer Diskrepanz zwischen Selbstbild und Fremdbild. Tiefes Verständnis, Identifikation mit dem anderen oder gar Motivation von Mitarbeitern sind so nicht möglich.

Verhalten ist also nicht nur die Summe aus Persönlichkeit, Fachwissen, Fertigkeiten und Erfahrung, sondern wird erst vollständig, wenn auch unsere Umgebung – die Sicht der anderen auf uns – mit einbezogen wird. Was kann ich, was weiß ich, welche Erfahrungen habe ich gemacht und – ganz wichtig – wie sehen mich die anderen: Die Kombination dieser Faktoren führt zu unserem persönlichen Mindset - unserer Denkweise oder Haltung. Das ist insbesondere Managern nicht leicht zu vermitteln.

Angenommen, die Fachexpertise einer Führungskraft ist hoch und auch der Erfahrungsschatz ist beachtlich, so gilt es doch, diese Aspekte in der Kommunikation mit anderen zunächst hinten an zu stellen: Zuhören, ohne schon die Antwort zu formulieren, Feedback geben, ohne persönlich zu werden, den Führungsstil dem zu Führenden anpassen, – das sind Verhaltensskills, die wirklich zu Motivation und Leistungsbereitschaft, zu Vertrauen und Veränderung führen.

Verhalten kann nur durch Verhalten verändert werden

Das Verhalten von Führungskräften zu ändern, die dann wiederum das Verhalten Ihrer Mitarbeiter und Teams beeinflussen sollen, stellt eine besondere Herausforderung dar. Vielfach sehen Vertreter des Managements die Notwendigkeit einer inneren Entwicklung nicht, sondern sind eher auf konkurrenzbetonte Aspekte und übertriebene Szenarios aus: Der Beste werden, die Karriereleiter empor klettern, wichtig, mächtig und bekannt werden. Das ist nicht selten Teil der Persönlichkeit.

Anzeigen

Sind Sie ein Macher?

Die Fachzeitschrift **ERFOLG** sucht per sofort oder nach Vereinbarung

einen versierten oder eine versierte

Inserateverkäufer/Inserateverkäuferin

mit freier Zeiteinteilung

Als Bindeglied zwischen Verlag und Kundschaft tragen Sie massgeblich zum Erfolg unserer Zeitschrift bei.
Sie haben ein gewinnendes Auftreten, sind selbständiges Arbeiten gewohnt, erfolgsorientiert und redegewandt.
Wir bieten Ihnen ein angenehmes Arbeitsklima in einem aufgestellten Team und eine zeitgemässe Entlöhnung.

Kontakt: Herr Roland Rupp, KMU Netzwerk Verlag GmbH, Bösch 104, 6331 Hünenberg, 041 560 33 01 • verlag@netzwerk-verlag.ch

Scheitern wird gerne den äußeren Umständen angelastet, das mögliche eigene Unvermögen wird nicht erkannt.

Verhaltenstraining ist hier eine wirksame Intervention. Und: Verhalten kann nur durch Verhalten geändert werden. Das bedeutet, dass die Führung zunächst an ihrem Verhalten arbeiten muss, um andere zu Veränderungen zu bewegen.

Die «positive Provokation» als Interventionsinstrume

Erste entscheidende Voraussetzung für Verhaltensänderung durch Training ist die aktive Mitwirkung der Teilnehmer. Und Verhalten benötigt ein Feedback, eine Spiegelung, die im Training erfolgen kann.

Wir bei der Business Performance Academy haben hierfür eine Didaktik entwickelt, die wir als «positiv provokativ» bezeichnen. Hiermit bringen wir die Führungskräfte zum reden und zum handeln. Unsere Trainer fordern die Teilnehmer heraus, nicht nur über ihre Leistungen und Erfolge zu sprechen, sondern auch über die Anteile, die verbessert werden können und sollen. Denn wer andere führen will, muss zunächst sich selbst managen und das bedeutet auch, sich selbst zu verbessern.

Unsere Trainings basieren auf einem Höchstmaß an Aktivität der Teilnehmer. Auch in der Trainingsgruppe richten wir unser Augenmerk auf die einzelne Person und coachen sie. Nicht nur die Vermittlung der Lerninhalte steht im Fokus – entscheidend ist die sofortige Reaktion des Trainers auf ein bestimmtes Verhalten. Feedback erfolgt unmittelbar, direkt und lösungsorientiert. Fällt beispielsweise ein Teilnehmer durch eine Schwäche bei einem bestimmten Kommunikationsverhalten auf, wird er eingeladen, an einer Übung mitzuwirken, um so den Mangel selber zu erkennen und zu revidieren. Dies führt zu einer großen Dynamik in der Gruppe, bei der die Teilnehmer nie Zaungast, sondern immer aktive Mitspieler sind.

Besonderen Wert legen wir bei der Business Performance Academy auf Präzision in der Kommunikation. Uneindeutigkeiten oder Rechtfertigungen auf bestimmte Fragestellungen werden entlarvt und durch eine geschickte «sokratische» Fragetechnik des Trainers zu eindeutigen Antworten entwickelt: Vom «Ja, aber ...» zu «Ja, und ...» – vom reaktiven Kommunizieren zur Pro-Aktivität.

Überhaupt spielt die Kunst des richtigen Fragens eine entscheidende Rolle. Im Führungsalltag wie auch in Führungskräftetrainings. Viele Manager haben Schwierigkeiten, offene Fragen zu formulieren, die dem Angesprochenen Raum für die Entwicklung eigener Gedanken geben.

«Heute sind geschlossene Fragen verboten» ist eine häufige Anweisung in unseren Trainings. Dies führt die Teilnehmer nicht selten an ihre Grenzen. Sie bemerken durch das «Verbot», wie wenig sie in der Lage sind, offene Fragen zu formulieren und aus ihren lieb gewonnenen Denk- und Verhaltensmustern auszubrechen. Erhöht man den emotionalen Druck durch eine gezielte «positive Provokation», öffnet man die Menschen für Erkenntnisse und Veränderungen.

Kein Komfort, aber auch keine Panik

«Tough on the contents, gentle with the relationships»: Verhaltenstrainings müssen die Teilnehmer emotional ansprechen. Wir unterscheiden bei der Führungskräfte-Entwicklung drei Zustände: die «Komfort Zone», die «Stretch-Zone» und die «Panik-Zone». Die positiv-provokative Didaktik des Trainings motiviert die Teilnehmer, sich aus eigenem Antrieb heraus in die Strech-Zone zu bewegen, ohne in die Panik-Zone zu geraten. Nur in diesem Zustand erzielt der Lernprozess die angestrebten Resultate. Für den Trainer bedeutet das, jedem Teilnehmer gleichermaßen und nach jedem Übungsabschnitt Feedback zu geben. Und zwar in Bezug auf sein sichtbares und sein unbewusstes Verhalten.

Zu allen 13 Führungskompetenzen, die bei uns geschult werden, erhält der Teilnehmer kontinuierlich Feedback – während der Trainingstage und nach Abschluss der fünftägigen Einheiten. Zusätzlich sind die Teilnehmer aufgefordert, nach jedem Trainingsabschnitt bzw. Coachingtag ihren individuellen‚Persönlichen Entwicklungs-Plan' (PEP) aufzustellen.
Ziel dieser Pläne ist es, in Abstimmung mit dem Vorgesetzten oder Coach, die eigenen Aktionspläne auf die Ziele des Unternehmens auszurichten. Das neue Verhalten soll schließlich zu den Ergebnissen führen, die aus Unternehmenssicht angestrebt werden.

Menschen wollen sich verändern, aber sie möchten nicht verändert werden

Wenn wir etwas Neues lernen und anwenden wollen, zählt das goldene Gesetz der Wiederholung. Das neue Verhalten muss regelmäßig eingeübt und schnellstmöglich in einen praktischen Zusammenhang im Businesskontext verankert werden. Es gilt dann als verinnerlicht, wenn die ersten erzielten Veränderungen den Teilnehmer motivieren, an dieser Stelle weiter zu arbeiten.

Menschen wollen sich verändern, aber sie möchten nicht verändert werden. Sie müssen selber die Macht und Emotion der Veränderung spüren. Sie müssen bemerken, dass Sie mehr zurück bekommen, als sie investiert haben. Veränderung im Unternehmen ist Verhaltensänderung – pro-aktiv, positiv und provokativ.

Hans M. Verheijke

Weitere Infos zum Autor auf Seite 30

Anzeigen

newsign
KREATIVE GRAFIK
CORPORATE . PRINT . WEB
Newsign Grafik Orlando
Im Reinacherhof 163 . 4153 Reinach BL
061 599 50 05 . www.newsign.ch

GLOBALCARTRADING.CH

Mit Kundenzufriedenheit zum Erfolg

Kundenzufriedenheit erlangt man nicht nur mit der Qualität oder Leistungsfähigkeit eines Produktes, sondern auch, oder vor allem, durch weiterreichende Angebote und Dienstleistungen.

Um die zunehmenden Kundenerwartungen zu erfüllen braucht es Flexibilität und Anpassungswille. Der weltumspannende globale Wettbewerb und Leistungsdruck zwingt zur Veränderung von bisher erfolgreichen Strategien. Es ist heute besonders wichtig

- Verbesserungsziele und Prozessmanagement durch Teams zu verwirklichen
- Veränderungsprozesse einzuleiten um die Effizienz der ganzen Firma zu steigern und das Personal auf ein Self-Learn und Self-Motivating-Level u bringen
- Neue Märkte zu erschliessen
- Kundenbedürfnisse und –Erwartungen vollständig zu kennen

Der Kunde ist das wichtigste Kapital

Dies gilt für jedes Unternehmen. Es ist unerlässlich, dass dem guten Kundenkontakt die grösste Aufmerksamkeit geschenkt wird und zwar auf allen Abteilungsstufen. Es dürfen keine Möglichkeiten vergeben werden, nur weil die Kundenzufriedenheit nicht optimal angestrebt wird. Jeder Kontakt der über das Gewohnte (Normale) hinausgeht, bringt auch die Chance, neue Kunden zu gewinnen und sich positiv vom Mitbewerb abzuheben.

Partnerschaft mit dem Kunden realisieren

Wird eine Kundenpartnerschaft angestrebt und realisiert, kann langfristig eine Kooperation und Produktivität erreicht werden, die Vertrauen schafft und den Erfolg garantiert. Dieser Know-how-Transfer ist der Schlüssel von Steigerung von Auftragsbestand, Umsatzvolumen, Rentabilität, Stabilität, Selbständigkeit, Progression und Zukunftsaussichten. Demzufolge ist auch wichtig, dass Partner kreativ und innovativ sind und neue Produkte oder Dienstleistungen mit neuen Strategien in neuen Märkten erproben und erfolgreich einführen.

Urs-Peter Lehmann

Weitere Infos zum Autor auf Seite 30

Urs-Peter Lehmann
Diplomkaufmann Handel Verkauf
Geschäftsführer der
Line-up Consulting 5615 Fahrwangen
Spezialisierung in Verkauf, Marketing, Franchising, Consulting und Qualitätsmanagement (TQM)
lineup@upl.ch

Anzeigen

7 unumstössliche Gebote im Marketing

Marketing ist ein Wettstreit – nicht der angebotenen Produkte, sondern der subjektiven Wahrnehmungen. Wie schaffen Sie es in die Gunst der Kunden?

1. Gebot: Seien Sie Erster
Seien Sie der erste Anbieter in Ihrer Produktkategorie, anders gesagt: Bringen Sie ein Pionierprodukt auf den Markt. Die Menschen haben den Ersten auf lange Zeit im Gedächtnis – das ist bei der Mondlandung genau gleich wie im Autogewerbe oder in der Computerwelt. Als Nachfolger starten Sie bereits mit Rücklage und müssen die Kunden überzeugen, dass Sie besser sind als der Erste. Wer aber erinnert sich an den zweiten Solo-Atlantikflieger? (Obwohl Bert Hinkler schneller flog und weniger Sprit verbrauchte als Charles Lindbergh.)

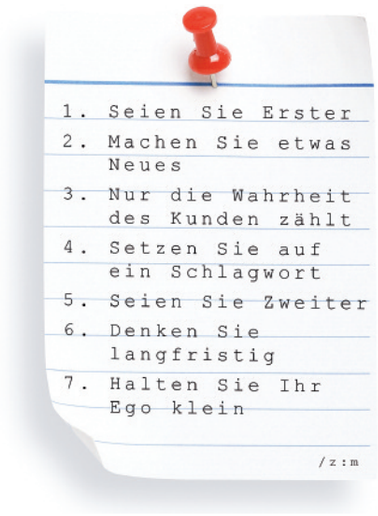
2. Gebot: Machen Sie etwas Neues
Was können Sie tun, wenn Sie mit Ihrem Angebot nicht die Nummer eins sind? Schaffen Sie eine neue Produktkategorie, in der Sie der erste Anbieter sind, und kommunizieren Sie diesen Unterschied. IBM war der erste und führende Anbieter im Computerbereich. Dell verkaufte auch bloss Computer – aber tat dies als erstes Unternehmen per Telefon. Heute ist Dell in dieser Kategorie unangefochten Marktführer und gehört zu den Top 3 im Computermarkt.

Die Kunden interessieren sich für das, was neu ist im Markt. Der Entscheid, welches der «gleichen» Produkte besser ist, interessiert sie weniger und er wird erst noch irrational gefällt (siehe 3. Gebot).

3. Gebot: Nur die Wahrheit des Kunden zählt
Viele Anbieter sind überzeugt, im Mitbewerbervergleich das bessere Angebot zu haben. Und sie glauben, dass sich das langfristig durchsetzen wird. Nur: Das einzige, was zählt, ist die Wahrnehmung des Kunden, und die ist immer subjektiv! Objektive Realität ist eine Illusion des Anbieters. Denn Wahrheit ist nicht das gleiche wie Wahrnehmung – das gilt im Marketing ganz besonders. Befassen Sie sich deshalb vor der Marketingplanung mit der Art, wie sich Ihre Kunden ihr Bild machen.

4. Gebot: Setzen Sie auf ein Schlagwort
Sie öffnen den Weg in die Köpfe der Kunden, wenn Sie Ihr Angebot auf ein einziges, einfaches Wort oder Konzept konzentrieren und dieses mit Nachdruck kommunizieren. Volvo hat seine Autos eng mit dem Wort «Sicherheit» verbinden können. Maggi hat es geschafft, zum Synonym von Flüssigwürze zu werden. Und Google hat in jüngster Zeit ein neues Wort für «Suchen» kreiert. Übrigens: Kupfern Sie kein Schlagwort ab! Denn welche Anstrengungen Sie auch immer unternehmen, Sie werden es nicht schaffen, die Gedanken des Kunden umzupolen. Mit jeder Werbung würden Sie die Kampagne des Mitbewerbers unterstützen, der dieses Schlagwort als erster besetzt hat. Woran denken Sie, wenn Sie hier «zoom – what else?» lesen?

5. Gebot: Seien Sie Zweiter (wenn Sie nicht Erster sein können)
Die Kunden mögen Monopolisten nicht so gerne, sie haben lieber einen zweiten Anbieter zur Auswahl. Ein zweiter aber genügt, die Nummern drei bis siebenhundertzweidreissig



werden kaum je ernsthaft evaluiert. Auf lange Sicht entwickelt sich jede Produktkategorie zum Wettbewerb zwischen zwei Anbietern: Swisscom und Sunrise, Migros und Coop, Pepsi und Coca Cola. Mit zunehmender Marktreife wird es für die hinteren Ränge immer schwieriger: Die Kunden setzen nämlich «marktführend» oft mit «gutem Angebot» gleich (siehe Gebot 4, subjektive Wahrnehmung).

6. Gebot: Denken Sie langfristig
Es dauert seine Zeit, bis Marketingaktivitäten ihre Wirkung zeigen. Prüfen Sie bei Ihren Werbeaktivitäten auch, ob kurzfristige Effekte langfristig nicht den Geschäftserfolg torpedieren. Aktionsangebote z.B. stimulieren den Absatz kurzfristig, lehren den Kunden aber auch, dass sich der Kauf zum Listenpreis nicht lohnt.

7. Gebot: Halten Sie Ihr Ego klein
Hochmut kommt vor dem Fall. Machen Sie es sich zur Gewohnheit, dass Ihre Meinung nicht die allein entscheidende ist (ja vielleicht nicht einmal die wichtigste). Bemühen Sie sich stets um die Aussensicht und beachten Sie die Meinung Ihrer Mitarbeitenden. Erfolgreiche Projekte stärken das Ego und erhöhen die Gefahr, das eigene Urteil als unfehlbar einzustufen und die Wahrnehmung des Kunden zu vergessen.

(Nach dem Buch **«Die 22 unumstösslichen Gebote im Marketing»** von Al Ries und Jack Trout / ECON Verlag) *Helen Töngi*

Weitere Infos zur Autorin auf Seite 30

Zoom Marketing GmbH ist spezialisiert auf integriertes Marketing für kleine und mittlere Unternehmen. Die Dienstleistungen gehen von der Lösung strategischer Marketing- und Kommunikationsfragen über die Konzeption und Umsetzung taktischer Marketingaktivitäten hin zur nachhaltigen Pflege der Beziehungen zu Kunden und Geschäftspartnern.

Anzeigen

Neuromarketing zwischen Mode und Notwendigkeit

«Kaufknopf gefunden!»
So stand es auf der ersten Seite der Bild-Zeitung. Und da Journalisten die Wahrheit und nichts als die Wahrheit verkünden, hat diese Schlagzeile Folgen. Bewährte Rezepte geraten plötzlich in den Verdacht, giftige Substanzen zu verwenden. Medizinische Untersuchungen sollten mit Marktforschungsinstituten abgesprochen werden. Und wer nicht limbisch denken kann, soll gefälligst einen entsprechenden Workshop besuchen. Mit meinen Ausführungen zum Trendbegriff Neuromarketing möchte ich die allzu Aufgeregten beruhigen und die allzu Ruhigen aufregen. Denn weil ich mich seit zwei Jahrzehnten intensiv mit den Erkenntnissen der Neurowissenschaften auseinandersetze, sehe ich die Dinge etwas gelassener.

Klären wir zuerst die Sachlage. Unter Neuromarketing versteht man heute mehr als das Messen von Hirnströmen und Betrachten gescannter Hirnwindungen. So faszinierend es ist, Menschen in eine sündhaft teure High-Tech-Röhre zu schieben, ihnen Fragen zu stellen oder Waschmittelverpackungen zu zeigen und die Resultate auf dem Computer zu betrachten, so erbärmlich sind die Resultate. Oder ist Ihnen die männliche Vorliebe für Sportwagen neu? Überrascht Sie die Aussage, dass starke Marken besser im Gedächtnis haften bleiben. Mein Erstaunen war jedenfalls nicht gross, als mir der zuständige Mann von Henkel sagte, sein Unternehmen würde sich von solch teuren Übungen wieder verabschieden. Good by Buy button. Vielleicht später wieder.

Spannend wird Neuromarketing jedoch, wenn wir es als Treffpunkt sehen, auf dem sich For-scher und Praktiker verschiedenster Interessen einfinden. Denn nirgendwo tauschen sich Hirnforscher, Verhaltenswissenschaftler, Künstler und Psychologen aller Richtungen intensi-ver aus. Und ihr gemeinsames Ziel lautet: Den Menschen besser kennen lernen, so wie er tatsächlich ist. Wie er sein soll, steht klar weniger im Zentrum. Was all solche Gespräche ergeben, gibt Stoff genug, um bisherige Strategien zu überdenken und neue Instrumente der Verführung zu entwickeln. Denn obwohl sich Ideologen daran stören mögen, Marketing ist und bleibt die Beeinflussung menschlichen Wahlverhaltens. Und dazu ist Verführung wesentlich besser geeignet als Belehrung.

Wenn Sie zu den Menschen gehören, denen beim Wort Verführung gleich unwohl wird, sollten Sie Hirnforschern besonders gut zuhören. Zumal ihre wichtigste Botschaft Altmeister Goethe seinem Mephisto, also dem Teufel, schon vor zweihundert Jahren in den Mund legte. Sie lautet: Du glaubst zu schieben, und du wirst geschoben. Die Hirnforscher umschreiben diesen Tatbestand lediglich anders, wenn sie sagen, dass unser Handeln von neuronalen Mustern bestimmt wird, auf die das Bewusstsein zum grössen Teil keinen direkten Einfluss ausübt. Also was ist die Konsequenz? Wer auf menschliches Verhalten Einfluss nehmen will, muss die Zeichensprachen des Unbewussten kennen und anwenden. Und wer sie nicht kennt, muss sie eben lernen.

Zu den wichtigsten Lektionen gehört das Wissen, wann und wie die unbewusst arbeitenden Hirnareale geprägt werden. Was geschieht in der frühen Kindheit, was in der Pubertät? Wie funktioniert das menschliche Datenverarbeitungssystem? Welche Rolle spielen die Gefühle und wie kann ich besonders starke Emotionen auslösen? Wieso verarbeitet unser Gehirn Informationspakete als Geschichten? Welchen Regeln gehorchen Geschichten, die besonders gut in Erinnerung bleiben?
Angewandte Hirnforschung heisst, die wissenschaftlichen Erkenntnisse der letzten beiden Jahrzehnte in eine Sprache zu übersetzen, die uns vertraut ist. Deshalb spreche ich in meinem Buch **«Tausend und eine Macht. Marketing und moderne Hirnforschung»** von Helden, Schönheit, Bild, Einfachheit, Ritualen oder Kitsch. Deshalb reduziert mein deutsche Kollege Hans-Georg Häusel das emotionale System auf die drei Kategorien Balance, Dominanz und Stimulanz. Und deshalb zeichnet Gerald Zaltman, Professor für Marketing an der Harvard Business School mentale Landkarten, auf denen Ersterlebnisse, bedeutende Ereignisse oder notwendige Vorurteile eingetragen sind.

Neuromarketing ist angewandte Hirnforschung, weil seine Konzepte auf dem Glauben beruhen, der Mensch habe zwar durchaus vernünftige Seiten, werde aber in erster Linie vom Unbewussten gesteuert. Also steht die Suche nach den Geschichten im Vordergrund, die wir den Marktforscher nicht oder nur ungern erzählen. Wer die wichtigsten Geschichten seiner Kunden kennt und an sie andocken kann, bekommt ein Instrument in die Hand, das sich nicht einfach kopieren lässt. Good by Buy button. Herzlich willkommen Neuromarketing.
www.propeller.ch
www.1001macht.ch

Dr. Werner T. Fuchs
Weitere Infos zum Autor auf Seite 30

Anzeigen

ERFOLG
zielgerichtet
inserieren
041 740 42 25

SMS Termin
SMS versenden:
• Minutengenau ab Terminkalender
• Einzelne Empfänger oder ganze Gruppen
• Keine Installation
• Keine Systemgebundene Software
Termin
Die Webbasierende SMS-Lösung für alle Business Anwendungen
Providerwechsel jederzeit möglich, keine Grundgebühren
keine monatliche Kosten
www.SMS Termin.ch

Tausend und eine Macht. Marketing und moderne Hirnforschung

Dr. Werner T. Fuchs

Was in Ihrem Kopf vorgeht, beantwortet die Hirnforschung. Wie Sie andere Menschen beeinflussen können, weiss das Marketing. In diesem Buch werden die beiden Gebiete erstmals zusammengeführt. Und wenn sich Wissenschaft in so leichtfüssig erzählten Geschichten zu Wort meldet, wird Geheimnisvolles plötzlich verständlich. Ein Buch für: Menschen, die Produkte, Ideen, Leistungen oder sich selbst verkaufen wollen. Beeinflusser sämtlicher Branchen, Funktionen und Lohnkategorien. Alle, die sich für menschliches Verhalten interessieren. Locker geschrieben, mit ungewöhnlichen Zitaten gespickt, wunderschön gestaltet und mit aussergewöhnlichen Fotos von Peter Tillessen.

Inhalt:
Nachdem sich die moderne Hirnforschung in den letzten zwanzig Jahren rasant entwickelte, nahm auch das öffentliche Interesse an ihren Resultaten zu. Was will der Mensch? Was steuert sein Verhalten? Entscheidet er selbst? Oder ist er nur das Opfer chemischer und neuronaler Vorgänge? Das sind spannende Fragen, besonders für Werbung, Marketing und Kommunikation. Denn schliesslich geht es in diesen Branchen ganz besonders um die Beeinflussung menschlichen Wahlverhaltens. Nimmt man die Erkenntnisse der Hirnforschung tatsächlich ernst, bedeutet dies auch den endgültigen Abschied vom Homo Oeconomicus. Aber was tritt an seine Stelle. Genau darauf gibt das Buch Antworten, deren Befolgung sich in der Praxis bereits bewährte.

Im Buch finden sich zwölf Instrumente oder Werkzeuge, mit denen der Kampf um das knappe Gut Aufmerksamkeit eher gewonnen wird als mit Schulbuchwissen. So radikal einige Verlautbarungen der modernen Hirnforschung sind, so radikal mag der einigen Lesern der neue Marketingansatz vorkommen. Doch nur wer auch anders handelt, denkt auch wirklich anders. Doch «Tausend und eine Macht» ist nicht einfach ein How-to-do-Buch. Es ist eine fast unerschöpfliche Fundgrube für alle, die gerne wüssten, was in ihrem Kopf vor- und abgeht.

Werner T. Fuchs lebt in Zug (Schweiz) als Marketingexperte und Werbefachmann. Er ist Inhaber der Agentur Propeller Marketingdesign.

Tausend und eine Macht.
Marketing und moderne Hirnforschung
Orell Füssli Verlag 2. Aufl. 2007
264 Seiten, gebunden
Fr. 49.– / €29.80
ISBN 3-280-05033-2

Das neue Buch von Dr. Werner T. Fuchs

Management by Heroes…

Anzeigen

ILP - Innovative Lernprojekte
Schutzengelstrasse 57
CH-6340 Baar
Telefon 041 768 05 75
info@ilp.ch

Herbstseminare der ILP

Ausbildung zum dipl. Mental-Trainer ILP
Sind Ihre Ziele unklar? Wollen Sie eigene Ressourcen (wieder) mobilisieren und umsetzbare Visionen für sich und Ihr Unternehmen entwickeln?

Termine 2008: I. 23./24. Aug. oder 26./27. Sept.
II. 23. - 25.Okt.
III. 12. - 16. Nov.

Organisational Savvy -
Einfluss gewinnen in einem politischen Umfeld
«Politik» spielt in jedem Unternehmen eine wichtige Rolle und häufig entscheidet sie über Erfolg von Projekten und Karrieren.

Termine 2008: 11./12. Oktober

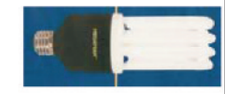
Unsere Dozenten sind Unternehmensberater!
Auskunft und Anmeldung unter 041 768 05 79 und www.ilp.ch

SOG -UNILight AG
licht – Media – Elektrotechnik – Elektro
Verkauf – Planung – Ausführung – Logistik

CO2 – Reduktion dank neuesten Energiespartechniken von MEGAMAN – Testsieger Stiftung Warentest 03/2008

Für KMU, Gewerbe, Industrie, Elektro:
Kosten- und Stromreduktion, hohe Energieeffizienz, lange Lebensdauer
Ablösung aller HQI- + GL-Lampen

Infos, Showroom + Demo:
SOG-UNILight AG
Lerzenstrasse 20, CH-8953 Dietikon
Tel. 043 317 81 22 Fax 043 317 81 22



info@sog-unilight.ch www.sog-unilight.ch

XM-AG EXECUTIVE MANAGEMENT Aktiengesellschaft für Human Resources

Wolfgang Richter

Die XM-AG etabliert und empfiehlt sich in der Schweiz für:
- **Executive Search**
- **Personalmanagement**
- **Demographieberatung**
- **Interimmanagement**

Executive Search
- ist die punktgenaue, systematische Suche nach qualifiziertem Fach- und Führungspersonal durch Direktansprache.
- ist Newplacement oder ausgelagerte Personalentwicklung auf höchstem Niveau.

Der ganzheitliche Ansatz
Was uns von unseren Wettbewerbern im Besonderen unterscheidet ist die Auswahl der Kandidaten unter Beachtung des ganzheitlichen Ansatzes im Rahmen der Prozessorientierung. Manager und Mitarbeiter, die präventiv und ganzheitlich denken und handeln, die ein Unternehmen als lebendiges Gebilde sehen, unterscheiden sich in Haltung, Kultur und ihren Erfolgen ganz wesentlich von ihren Mitbewerbern.

Der Nutzen für Ihr Unternehmen vom Einsatz dieser Führungskräfte und Mitarbeiter rechnet sich nicht nur in Franken und Rappen, sondern auch in einer ganz anderen Qualität von Mitarbeiter- und damit Kundenzufriedenheit.

Durch die spezielle Auswahl von Kandidaten sind wir in der Lage, Menschen an den Arbeitsplatz zu vermitteln, der zu ihnen passt. Eine Wunschvorstellung jedes Unternehmers, Arbeitnehmer in seiner Firma zu wissen, die wie das Tüpfelchen auf dem «i» zum bestehenden Team und den Kunden passen. Genau das sind unsere Stärken, wir werden Sie dabei unterstützen, ein homogenes Ganzes im Unternehmen entstehen zu lassen. Durch sensible und individuelle Abklärungen der Wünsche, die der Arbeitgeber an seinen zukünftigen Arbeitnehmer hat und umgekehrt, erspart sich jede Seite Überraschungen. Sehen Sie uns als Partner und Vermittler für beide Seiten.

Personal Management
- ist die an Unternehmenszielen orientierte individuelle Entwicklung von Mitarbeitern, insbesondere Führungskräften
- ist «gelebte Wertschätzung» der Menschen eines Unternehmens
- ist Investition in die Resource Human Capital

Hierbei übernehmen wir die Rolle des «kritischen Coaches» für Ihr Management bzw. für Sie als Unternehmer und stellen uns gemeinsam z. B. folgende Fragen:
- Ist unsere Führungsmannschaft auf allen Positionen richtig besetzt?
- Informieren wir umfassend und kommunizieren wir ergebnisorientiert?
- Fordern wir Innovation und Kreativität heraus?
- Haben wir uns die richtigen und anspruchsvollen Ziele gesetzt?
- Prägen wir ein Arbeitsumfeld voller Vertrauen, indem wir transparent belohnen und Fehler offen und fair ansprechen?
- Ist unsere Hierarchie flach genug und somit die Verantwortung «vor Ort»?
- Was lebt das Management konkret vor?

Dabei erarbeiten wir gemeinsam die jeweils unterschiedlichen Ausgangslagen und entwickeln umsetzbare Vorgehensweisen vornehmlich unter dem Motto: «Hilfe zur Selbsthilfe».
Zur Erreichung der vereinbarten Entwicklungsziele bieten wir Instrumente und Leistungen, die möglichst «on the job» unternehmens- und aufgabenzentriert die Teilnehmer trainieren. Der unmittelbar anwendbare Nutzen steht im Vordergrund, d. h. wir arbeiten an konkreten Fällen aus der Praxis unserer Kunden. Jeder Teilnehmer hat einen individuellen Ziel- und Maßnahmenplan sowie bei Bedarf eine firmeninterne oder externe Transferbegleitung.
«Professionelles Personal Management» darf alles bisher Erreichte bewusst in Frage stellen. Wir sind dabei der externe Begleiter zur Bildung einer «second opinion». Diese erweitert den Horizont und führt auch zu neuen Lösungsansätzen, z. B. im Ratingprozess Basel II. Die konsequente Strategieumsetzung erhöht die Mitarbeiterzufriedenheit, verbessert somit die geschäftlichen Ergebnisse und optimiert Ihre Unternehmensbewertung.
Persönliches Coaching im Bereich der beruflichen Weiterentwicklung. Persönliches Coaching ist ein weitgefecherter Bereich. Da die Persönlichkeit eines Menschen nicht nur im beruflichen Bereich zum Ausdruck kommt, sondern auch von seinem privaten Umfeld abhängt. Das persönliche Coaching beinhaltet die Entwicklung der eigenen Persönlichkeit, als Ganzheitlichkeit. Es fängt damit an, was will die Person wirklich und wo und wie können wir behilflich sein, die geeignete Position zu finden. Jeder der an dem Arbeitsplatz eingesetzt wird, an dem er sich 100% wohl fühlt, wird auch zu 100% oder oftmals zu mehr als 100%tige Produktivität fähig sein. Die Persönlichkeit und das persönliche Wohlbefinden umfasst wie schon gesagt, auch die persönliche Situation, die sich ganz klar nicht immer vom beruflichen und die damit verbundene Leistungsfähigkeit im beruflichen Bereich trennen lässt. Unser Anliegen ist von daher in allen Lebensbereichen unterstützend zur Seite zu stehen, dass die 100%tige Produktivität im beruflichen Bereich überhaupt möglich wird. Das Coaching beinhaltet berufliche, sowie private Ziele und Wünsche eine Anschauung der Ganzheitlichkeit.

Interim Management
Interim Management ist die zeitlich befristete Übernahme von Managementfunktionen auf freiberuflicher Basis, wenn zusätzliches Management-Know-how kurzfristig benötigt wird. Dabei werden entweder Vakanzen überbrückt wie zum Beispiel:
- Interimsleitung oder Stellvertretung
- Überbrückung bei Unternehmer Nachfolge (Generationswechsel) oder es handelt sich um Aufgaben mit einmaligem Charakter, das kann sein:
- Projektarbeit wie z. B.: Trouble-Shooting, Turn-Around, Sanierungen, Wachstumssicherung, Projektleitung, Coaching von Nachwuchsmanagern

Interim Management ist Management vor Ort, d. h. während der Dauer des Einsatzes ist der Interim Manager in das Unternehmen integriert. Dies bedeutet:
- Arbeitsplatz im Unternehmen beim Kunden
- Managementübliche Arbeitszeit
- Einsatz auf freiberuflicher Basis

Auf Grund des weitverzweigten Netzwerkes verfügen wir über exzellente Kontakte zu Managern, die eine hochqualifizierte Ausbildung, eine umfangreiche Management- und Lebenserfahrung sowie einschlägige Erfahrungen als Interim Manager mitbringen.
Nehmen Sie Kontakt mit uns auf und lernen uns persönlich kennen.

Wolfgang Richter

Weitere Infos zum Autor auf Seite 30

CID:447727

Stylos BVG-Sammelstiftung

Berufliche Vorsorge für Arbeitnehmer und Arbeitgeber

Neben den Kosten gilt es auch die Verzinsung des Altersguthabens zu prüfen. Nicht alle Stiftungen verzinsen das überobligatorische Altersguthaben zum selben Satz wie das gesetzliche BVG-Guthaben.
Dadurch verringert sich das Altersguthaben gegenüber einer Lösung mit einer einheitlichen Verzinsung schnell mal um einige zehntausend Franken was zu enormen Einbussen im Alter führen kann.

Die Stylos Sammelstiftung hat sich zum Ziel gesetzt, qualitativ hoch stehende Leistungen zu einem fairen Preis anzubieten.
Neu können wir unseren Kunden einen weiteren Zusatznutzen anbieten.
Mit der SWICA Gesundheitsorganisation konnten wir einen speziellen Rahmenvertrag für die Taggeldversicherung abschliessen. Dank den äusserst günstigen Konditionen sparen unsere Kunden zusätzlich wertvolle Prämienfranken.

Die geeignete Pensionskasse für seinen Betrieb und die Mitarbeiter zu finden ist in Anbetracht der ständig erscheinenden Negativschlagzeilen ein schwieriges Unterfangen. Dennoch lohnt es sich, die Kosten der verschiedenen Anbieter zu vergleichen. Die Differenz der Verwaltungs- und Risikokosten sind teilweise beachtlich: Einsparungen bis zu 10% der Gesamtkosten sind durchaus realistisch.

Dank der schlanken Nonprofit-Organisation kann die Stylos Sammelstiftung mit sehr tiefen Verwaltungs- und Risikokosten arbeiten und den Versicherten steht die volle Partizipation am Anlageertrag zu.

Vorsorge Check-up

Falls Sie bei der Beantwortung der nachstehenden Fragen ein nein ankreuzen müssten, raten wir Ihnen sich über die Dienstleistungen der Stylos zu informieren.

Sie sind mit ihrer bestehenden Pensionskassenlösung vollumfänglich zufrieden?	❑ Ja	❑ Nein
Sie sind sicher das jeder Prämienfranken den sie ausgeben nötig ist?	❑ Ja	❑ Nein
Sie werden in administrativen Belangen entlastet und fachkundig unterstützt?	❑ Ja	❑ Nein
Sie erhalten bei Anfragen stets kompetent und rasch die gewünschte Auskunft?	❑ Ja	❑ Nein

Wir eröffnen Horizonte

Anzeigen

stylos
Gemeinsam Ziele erreichen!

Stylos BVG Sammelstiftung
Guggisbergstrasse 8
Postfach 98
3150 Schwarzenburg

Tel. +41(0)31 731 38 48
Fax +41 (0)31 734 22 80
www.stylos-bvg.ch

Seite 4
fam office gmbh
Riedmatt 37
6300 Zug
www.fam-office.ch

Seite 5
Creditreform Luzern Vogel AG
Kreisbüro Zentralschweiz
Seeburgstrasse 20
6000 Luzern 15
www.creditreform.ch

Seite 6/7
BDO Visura
Fabrikstrasse 50
8031 Zürich
www.bdo.ch

Seite 8/9
Sage Schweiz AG
Oberneuhofstrasse 3
6340 Baar
www.sageschweiz.ch

Seite 10
Forex Management GmbH
Sumpfstrasse 26
6301 Zug
andrej.valenti@fx-management.ch

Seite 11
Benno Suter
Partner / Swiss VAT Leader
www.deloitte.ch

Seite 12
Rechtsnwälte
Luzernerstrasse 51a
6010 Kriens
www.anwaelte-kriens.ch

Seite 13
polarityatelier
Neugasse 18
6340 Baar
www.polarityatelier.ch

Seite 14
Loveroom.ch GmbH
Obere Goldey 85
3800 Unterseen
www.loveroom.ch

Seite 15
Klaus Preindl
bdc management ag
Büro: Gen.-Werdmüller-Str. 25
CH-8804 Au / ZH
k.preindl@bdc-management.ch

Seite 16/17
Event One GmbH
Bösch 53, 6331 Hünenberg
www.event1.ch

Seite 18/19
Ressourcing Akademie AG
Rebenweg 27
Postfach 70
5707 Seengen
www.raag.ch

Seite 20
Schweizerischer KMU Verband SKV
Eschenring 13, 6300 Zug
info@kmuverband.ch

Seite 21
Digicomp Academy AG
Manager Marketing Communication
Limmatstrasse 50, 8005 Zürich
www.digicomp.ch

Seite 22/23
PS:PR, Agentur für Public Relations
Uferstraße 39, D–50996 Köln
www.pspr.de

Seite 24
LINE-UP CONSULTING LEHMANN
Hintergasse 12
5615 FAHRWANGEN
lineup@upl.ch

Seite 25
Zoom Marketing GmbH
Hammertor
Sinserstrasse 65
6330 Cham
www.zoom-marketing.ch

Seite 26/27
Propeller Marketingdesign
Bösch 43
6331 Hünenberg
www.propeller.ch
www.1001macht.ch

Seite 28
XM-AG
EXECUTIVE MANAGEMENT AG
Aktiengesellschaft für
Human Resources i. G.
Bösch 73
6332 Hünenberg
www.xm-ag.de

Seite 29
Stylos BVG-Sammelstiftung
Mühlegässli 2
3150 Schwarzenburg
www.stylos-bvg.ch

Erfassen und publizieren Sie Ihre Kleinanzeigen unter: www.netzwerk-verlag.ch

Ich suche

charyTrade GmbH
Wir suchen Produkte von Schweizer Hersteller zum Vertrieb über unser Portal charyTrade.com. Wir leiten 50 % unserer Auktionsgebühren an Schweizer Hilfsorganisationen weiter. Mehr Infos auf der Homepage www.charytrade.com.
Udo Tessari, 071 672 71 05

Ich biete

Null813
Der Kunst- und Grafik-Laden Null813 ist die richtige Adresse, wenn es um Kreativität geht. Wir erstellen Ihre Website, Prospekte, Logos usw. Besuchen Sie unsere Website und überzeugen Sie sich selbst von unserem vielseitigen Angebot: www.null813.ch.
Daniela Wenger, 062 752 08 13

Wendepunkt
Bios Life™ Franchise!
Das Bios Life™ Franchise ist einzigartig in der Franchise Branche. Es ermöglicht jedem Menschen – unabhängig von seinem Werdegang – seine finanzielle Zukunft in die eigenen Hände zu nehmen.
René & Manuela Meier & Laub, 062 721 33 88

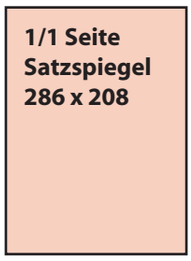
Bouley-Web
Wir bieten Ihnen von der kleinen, aber effektiven Website für Kleinbetriebe bis zur Datenbank oder Onlineshopsystem alles was Sie für Ihren Internetauftritt benötigen. Wir erstellen Ihre komplette Business-Website zum günstigen Pauschalpreis!
Hanspeter Brunner, 079 246 71 40

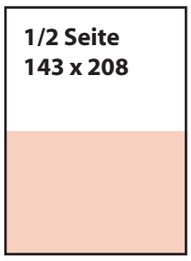
Piroma AG
Anleitungen Handbücher Schulungen
Im Handumdrehen erstellt ohne zu schreiben
Erklären Sie einzelne Arbeitschritte direkt im gewohnten Ablauf. InfoButler speichert alles audiovisuell 1 zu 1. Nutzen Sie Bild und Ton für die lückenlose Dokumentation!
Thomas Rohrer, 071 755 12 12

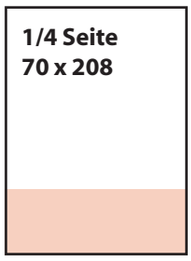
BODY RESET Fachinstitut
Profitieren Sie von 1 Juli bis 31 August von unser spezial Angebot! Auf alle Wellness & Beauty geben wir Ihnen ein Rabatt von 20%. Lassen Sie sich bei uns verwöhnen.
Marianne Christen, 078.874 32 04

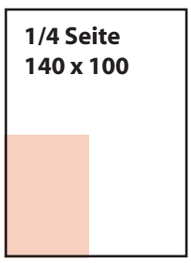
Frehner Kunststoffe
Oktoberfeste wie in München - der Masskrug und Doppler als Variante in Mehrweg. Besuchen Sie unsere Homepage.
Claudia Frehner, 081 599 10 48

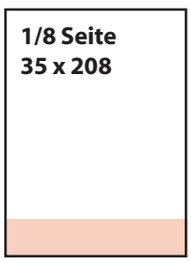
Coaching/Beratung ILP®
Integrierte Lösungsorientierte Psychologie:
Einzel, Paare, Seminare/ Ausbildungen www.ilp-fachschule.ch.
Kursangebote für Kompetenz im Denken Fühlen Handeln
www.mentalhealthtraining-ilp.ch Praxis Basel: 061 332 00 02

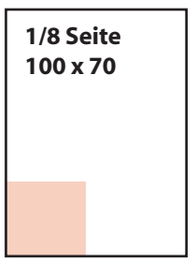












Grösse	Satzspiegel	Kosten
1/1 Seite	208 x 286 mm	2100.–
1/2 Seite hoch	104 x 286 mm	1080.–
1/4 Seite quer	208 x 70 mm	540.–
1/4 Seite hoch	100 x 140 mm	540.–
1/8 Seite quer	208 x 35 mm	300.–
1/8 Seite hoch	100 x 70 mm	300.–

Zuschlag für Titelseite: 20%
Zuschlag für 1. Innenseite, letzte Innenseite, Rückseite 10%

Seite	Kosten	Anzahl	Mögliche Grössen
Titelseite:	360.–	2x	100 x 70
Seite 2:	1700.–	1x	204 x 218
	600.–	1x	204 x 70
Seite 3–30:	300.–	24x	100 x 70
Seite 31:	1700.–	1x	204 x 218
	600.–	1x	204 x 70
Seite 32:	2300.–	1x	204 x 288

Abschlussrabatte: 10% bei Jahresabschluss
Alle Preise exkl. MwSt.

Impressum

Herausgeber:
KMU Netzwerk Verlag GmbH
Eschenring 13, 6300 Zug
Tel. 041 740 42 25
Fax. 041 740 42 26
www.netzwerk-verlag.ch
verlag@netzwerk-verlag.ch
produktion@netzwerk-verlag.ch (für Textlieferungen)
Verlagsleitung:
Roland M. Rupp
Redaktion:
Roland M. Rupp
redaktion@netzwerk-verlag.ch
Abonnementsverwaltung:
Alexandra Rupp
Tel. 041 740 42 25
Fax. 041 740 42 26
abo@netzwerk-verlag.ch
Inserateverkauf:
Tel. 079 766 20 64
Fax. 041 740 42 26
Inserate@netzwerk-verlag.ch
Kundenberater Inserate:
Urs-Peter Lehmann
Tel. 079 349 52 20
Fax. 041 560 33 90
ul@netzwerk-verlag.ch
Produktion:
grafik desktop publishing
walter röllin, 6312 Steinhausen
produktion@netzwerk-verlag.ch
Druck:
Ringier
Adligenswil
Auflage:
Printauflage: 5000 Ex
Onlineauflage: 5000 Ex
Erscheinung:
erscheint monatlich
Preise:
Jahresabo Fr. 36.–
Einzelpreis Fr. 3.90
Redaktions-/Anzeigenschluss:
Jeweils 14 Tage vor Erscheinungstermin

Copyright:
Das Abdrucken von Texten und Inseraten nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages.

10 x im Jahr den *ERFOLG* im Briefkasten

Ausschneiden und einsenden an:
KMU Netzwerk Verlag GmbH • Eschenring 13 • 6300 Zug
Bestellung per Telefon 041 740 42 25 - per Fax 041 740 42 26 oder E-Mail. abo@netzwerk-verlag.ch

Ja, ich bestelle das Jahres-Abonnement zum Preis von nur CHF 36.– (inkl. MwSt.)

Firma

Name

Vorname

Adresse

PLZ/Ort

Telefon

E-Mail

Datum/Unterschrift

Die starke Zeitung für Selbständige, Unternehmer und Existenzgründer
www.netzwerk-verlag.ch

«Erfahrung verbessert unsere Einsicht, ohne unsere Absichten zu verändern.»

Alfred Polgar

NESINCO Group

Als Dienstleistungsunternehmen erleichtern wir Ihren Alltag mit Leistungen in den Bereichen Immobilien- und Management-Services. Unsere Dienstleistungspalette ermöglichen erstklassigen Service aus einer Hand: **Business Relocation Services**, **Buchhaltungen**, **Administration**, **Immobilienbewirtschaftung** und anderes mehr. Wir erarbeiten für Sie und Ihre Unternehmung die massgeschneiderte Lösung.

NESINCO Group
Lüssiweg 37, 6301 Zug
www.nesinco.ch