DAS MAGAZIN DER SOLOTHURNER WIRTSCHAFT

WIRTSCHAFTS flash

SCHWERPUNKT:

Sicherheit in all ihren Facetten.

STANDPUNKT:

Katz- und Mausspiel am Weissenstein.

SERVICE:

Verhandeln im asiatischen Raum.

AUSGABE 3 MAI 2012, 33. JAHRGANG

kgv

Die Solothurner Handelskammer
stärkt die Solothurner Wirtschaft.

Baloise Bank SoBa

InnoPrix SoBa

Ein Engagement der
«Stiftung der Baloise Bank SoBa
zur Förderung der Solothurnischen Wirtschaft»

25 000 Franken für Ihre Innovation: Bewerben Sie sich jetzt für den InnoPrix SoBa!

Die «Stiftung der Baloise Bank SoBa zur Förderung der Solothurnischen Wirtschaft» unterstützt jedes Jahr innovative Produkt- und Dienstleistungsideen in den Kantonen SO, AG, BL und BE, die der Wirtschaftsregion Solothurn positive Impulse verleihen. Die Bewerbungsfrist für den InnoPrix SoBa 2012 läuft bis 30. Juni, die Preisverleihung findet am 26. November in Olten statt.

Infos unter: www.baloise.ch/innoprixsoba

EDITORIAL

Joseph Weibel
Chefredaktor WIRTSCHAFTSflash

Sicher?

In den kantonalen Polizeikorps fallen jährlich weit über eine Million Überstunden an, die wesentlich mit den Sicherheitseinsätzen an Grossanlässen zusammenhängen. Beat Hensler, Kommandant der Luzerner Kantonspolizei, spricht in einem NZZ-Artikel von bis zu einer Viertelmillion Sicherheitskosten für ein «Hochrisikospiel» des FC Luzern.

Tatsache ist, dass das Sicherheitsbedürfnis, auch fern von sportlichen Anlässen, in unserem Land gemeinhin am Zunehmen ist. Selbst der Gang zum Bankomat wird zur Mutprobe; ebenso die späte Ankunft in einem Provinzbahnhof. Da wird der Weg durch die unzureichend beleuchteten unterirdischen Korridore zu einem Gang nach Canossa. In solchen Momenten fühlt man sich ziemlich alleine und zweifelt an den eingangs erwähnten Zahlen.

Zumal Sicherheit von privaten und öffentlichen Organisationen verstärkt «eingekauft» wird. Von Organisationen wie die vor 105 Jahren gegründete Securitas. Sie ist eine von vielen Sicherheitsfirmen, die verstärkt auch für Ordnungsdienste bei Demonstrationen, in den Bahnhöfen oder bei Problemen in Asylantenheimen eingesetzt werden. Das Porträt über die Institution Securitas in diesem Magazin macht deutlich, dass es mit der unser Land lange auszeichnenden Beschaulichkeit nicht mehr so weit her ist. Man ist sich seines Lebens nicht mehr immer sicher. Derweil sind politische Bestrebungen im Gange, Polizeikorps weiter zu dezimieren und gleichzeitig die Bussgelder-Budgets in den Kantonsrechnungen zu erhöhen: Schnöder Mammon wider die Sicherheit?

schwerpunkt

Sicherheit in all ihren Facetten

6 **Private Anbieter von Sicherheitsdienstleistungen** erfüllen für die Gesellschaft wichtige Aufgaben. Sie **sind auch ein Wirtschaftsfaktor**. Das belegt das Beispiel des Schweizer Vorzeige-Unternehmens der Branche, der **Securitas AG**: Sie beschäftigt mehr als **6600 Mitarbeitende** und erzielt einen Jahresumsatz von **rund 380 Millionen Franken.**

12 **Im Interview** erklärt **Aldo Lauber** den «Job» des Securitas-Wächters, seinen Werdegang und die besonderen Herausforderungen, die an ihn gestellt werden. Der Sicherheitsfachmann philosophiert: **«Sicherheit wird bekanntlich immer erst dann relevant, wenn etwas passiert».**

standpunkt

Katz- und Mausspiel am Weissenstein

23 Der Schweizer Heimatschutz treibt sein **Spiel um den Neubau einer Gondelbahn auf den Weissenstein** weiter. **Urs Allemann**, VR-Präsident der Seilbahn Weissenstein AG, vermutet, dass technischer Sachverstand beim SHS **nur in homöopathischen Dosen vorhanden zu sein** scheint.

service

Verhandeln mit asiatischen Geschäftspartnern

24 **Wer im asiatischen Raum** Güter aller Art absetzen möchte, tut gut daran, zuerst die **Verhaltensmuster seiner Verhandlungspartner** zu studieren.

Kundenerlebnis als Wettbewerbsvorteil

26 **Traditionelle Differenzierungskriterien** wie Qualität und Preis funktionieren nicht mehr. Wettbewerbsvorteile haben Unternehmen, welche in **«Customer Experience» investieren.**

magazin	**Nachrichten, Neuheiten, Besonderheiten**	**4, 22, 28**
fokus	**Hans Gassler AG: Auf die neue Generation warten Herausforderungen**	**16**
abstimmung	**Über den 340 Millionen-Franken Kredit für den Neubau des Bürgerspitals**	**19**
aktuell	**Steuererhöhungen: Kein Thema?**	**20**
inside gvg	**Dringend gesucht: Präsidentin oder Präsident**	**29**
agenda	**Impressum, Veranstaltungskalender, Inserenten**	**30**

Ein Betrieb mit grossem Synergiepotenzial

VIER FRAGEN AN ...

Andreas Vögtli, Präsident des Solothurnischen Bauernverbandes, Landwirt und Unternehmer.

Der 51jährige Landwirt Andreas Vögtli aus dem solothurnischen Büren gründete vor vier Jahren einen Gewerbebetrieb, in welchem er Dienstleistungen für die Agrar- und Forstwirtschaft anbietet. Zusätzlich führt einen eigenen Landwirtschaftsbetrieb. Im Februar 2012 wurde der Unternehmer zum Präsidenten des Solothurnischen Bauernverbandes gewählt.

Herr Vögtli, was hat Sie 2008 dazu bewogen, neben dem Landwirtschaftsbetrieb ein weiteres Unternehmen zu gründen?

Andreas Vögtli: Wir bewirtschaften Land- und Forstwirtschaftsfläche und verfügen deshalb über einen gut bestückten Maschinenpark. Dadurch haben Anfragen für Fremdaufträge stetig zugenommen, so dass wir an die kritische Grenze zur Mehrwertsteuerpflicht gelangt sind. Als dann 2008 auch noch die Bestimmungen für die Gründung einer GmbH gelockert wurden, stand der Gründung eines Gewerbetriebs nichts mehr im Wege.

Wie gut funktionieren Ihre beiden Betriebe in der Praxis?

Durch unsere vielseitige Tätigkeit in der Land- und Forstwirtschaft können wir die gleichen Maschinen auch für die Lohnarbeiten, sei dies für einen klassischen Bauernbetrieb, eine Kommune oder die Privatwirtschaft einsetzen. Daher profitieren wir von einem grossen Synergiepotenzial. Mit insgesamt dreieinhalb Stellen und mehreren Aushilfen in saisonalen Spitzenzeiten, können wir heute beide Betriebe effizient bewirtschaften.

Resultieren aus Ihrer heutigen Geschäftstätigkeit auch Nachteile?

Der administrative Aufwand hat natürlich merklich zugenommen. Wir führen zwei separate Buchhaltungen, müssen entsprechende Abgrenzungen zwischen den beiden Betrieben vornehmen und die Mehrwertsteuerabrechnung war für uns natürlich auch Neuland. Ich verstehe heute Gewerbetreibende, die den zunehmenden administrativen Aufwand kritisieren.

In Seewen fand kürzlich die GEDO Gewerbeausstellung Dorneck statt. Haben Sie auch zu den Ausstellern gehört?

Die GEDO ist für mich kein Neuland. Die Bauernbetriebe aus der Region sind schon mehrere Jahre mit einem Landwirtschaftszelt und Streichelzoo mit dabei. Ich habe nun aber zum ersten Mal mit meinem Gewerbetrieb teilgenommen und dadurch viele gute Kontakte pflegen können. Auch wenn sie immer mehr in Frage gestellt werden: Für mich ist eine Gewerbeausstellung nach wie vor zeitgemäss und ein hervorragendes Forum, um die Stärke des Gewerbes zu präsentieren.

AKTIEN

Aktienkurse Solothurnischer Unternehmungen

	31.12.2011	13.4.2012	Veränderung	
AEK Energie AG, Solothurn	30‘000.00	29‘000.00	-1000.00	-3.4%
Alpiq Holding AG	170.00	161.60	-8.40	-5.2%
Clientis Bank Thal	310.00	250.00	-60.00	-24.0%
Patiswiss AG, Gunzgen	230.00	290.00	60.00	20.7%
Regiobank, Solothurn	2‘900.00	3‘050.00	150.00	4.9%
Schaffner, Luterbach	229.00	253.00	24.00	9.5%
Spar- und Leihkasse Bucheggberg, Lüterswil	4‘950.00	4‘800.00	-150.00	-3.1%
Swiss Prime Site AG, Olten	70.55	77.30	6.75	8.7%
Swissmetal, Dornach	1.33	1.28	-0.05	-3.9%
Synthes, Solothurn	157.50	156.40	-1.10	-0.7%
Von Roll Holding AG, Breitenbach	2.56	2.85	0.29	10.2%

Mitgeteilt von der Baloise Bank SoBa Solothurn

Baloise Bank SoBa

Vielseitig

«Als Buchhändler
bin ich auch Buchhalter –
und bei der AKB
in besten Händen.»
Urs Bütler,
Buchhandlung Schreiber

Geld ist Gefühlssache. Dabei zählen Nähe, Vertrauen und Sicherheit mehr als alles andere. Das kann nur bieten, wer auf solider Basis steht, Ihre persönlichen Wünsche und Ziele kennt und hier zuhause ist. Fragen Sie uns, wenns um Vorsorge, Hypotheken und Geldanlagen geht – wir eröffnen Ihnen Perspektiven, die ganz zu Ihnen passen. akb.ch

Das sichere Gefühl.

Aargauische
Kantonalbank
Olten Gösgen Gäu

Wenn fast alle Welt ruht, so leisten uniformierte Männer und Frauen in der Nacht und während acht bis neun Stunden als Revierbewachungs- oder Werkschutzspezialisten einen besonderen Dienst: Diskret, zu Fuss und in den meisten Fällen alleine – sie verkörpern den klassischen Securitas-«Wächter».

Sicherheit in all ihren Facetten

Securitas: Sie ist die Göttin der Sicherheit in der römischen Mythologie. Der Name steht aber auch für ein Schweizer Unternehmen, das die Dienstleistung «Sicherheit» in all ihren Facetten anbietet – seit 105 Jahren. In elf Regionaldirektionen sind heute über 6600 Mitarbeitende tätig. Eine dieser Niederlassungen steht im «Gheid» in Olten und ist für die Kantone Solothurn und Aargau sowie Teile der Kantone Baselland und Bern verantwortlich.

JOSEPH WEIBEL (TEXT), BERNHARD STRAHM (FOTOS)

Wenn fast alle Welt ruht, so leisten uniformierte Männer und Frauen in der Nacht und während acht bis neun Stunden als Revierbewachungs- oder Werkschutzspezialisten einen besonderen Dienst: Diskret, zu Fuss und in den meisten Fällen alleine – sie verkörpern den klassischen Securitas-«Wächter». Das gleichnamige Unternehmen wurde 1907 gegründet und wurde mit dieser Kernkompetenz zum grössten Anbieter von Sicherheitsleistungen. Der klassische Betriebsschutz macht noch heute 60 Prozent des Gesamtumsatzes aus. Die Aufgaben des heute führenden Sicherheits-Dienstleisters haben sich in den letzten Jahren gewandelt und wurden mit neuen zeitgerechten Angeboten erweitert. Die Securitas als Sicherheitsfirma geniesst heute ein gutes Image – auch bei Behörden, mit denen sie ebenfalls eng zusammenarbeitet.

VSSU – der offizielle Verband

Zusammengeschlossen haben sich die wichtigen Player im 1996 gegründeten Verband Schweizerischer Sicherheitsdienstleistungs-Unternehmen (VSSU), unter anderem auch durch das Gründungsmitglied Securitas AG. Von den rund 14 000 Personen, welche in privaten Sicherheitsfirmen arbeiten, sind 13 000 bei einem VSSU-Mitglied angestellt. Der allgemeinverbindliche Gesamtarbeitsvertrag, den der VSSU zusammen mit der Gewerkschaft Unia ausgearbeitet hat, bezweckt die Erhaltung der Qualität der Dienstleistungen im Bereich Sicherheit und Bewachung. Die Sicherheitsdienstleistungsbranche wird zeitweilig auch förmlich «überflutet» von privaten Sicherheitsdiensten, die sich in der Regel nicht lange auf dem Markt halten können, indes aber mit Dumpingangeboten nicht nur den Preiskampf verschärfen, sondern auch das eigentlich gute Image der Branchenleader gefährden.

Am Anfang steht die Ausbildung

Die elf Regionaldirektionen, die als Profitcenter agieren mit dem Hauptsitz im bernischen Zollikofen, beschäftigen zwischenzeitlich über 6600 Mitarbeitende. Sie alle haben, bevor sie zum ersten Mal in einem Einsatz stehen, einen anspruchsvollen Ausbildungslehrgang durchlaufen und werden danach in verschiedenen Speziallehrgängen, ganz ihrem Einsatzgebiet angepasst, weitergebildet. Als Abschluss einer Ausbildung besteht seit einigen Jahren die Möglichkeit, eine anspruchsvolle eidgenössische Berufsabschlussprüfung als Sicherheitsfachmann oder Sicherheitsfachfrau für Bewachung oder für Personen- und Objektschutz zu absolvieren. Grundlage für die Vermittlung der unterschiedlichen Fachgebiete der Sichehrheit bietet die Securitas interne Schweizerische Berufsschule Sicherheit (SBSS) mit Standort an der interkantonalen Polizeischule in Hitzkirch. Der Eduquazertifizierte Ausbildungsbetrieb arbeitet mit einem Stab professioneller Erwachsenenbildner und mit fronterfahrenen Praktikern auch unter Beizug modernster Hilfsmittel wie E-Learning-Plattformen und Multimedia. Die Mehrheit von neuen Bewerbern für eine Arbeit bei der Securitas AG stammt aus unterschiedlichen Berufen – so genannte Quereinsteiger. Der Einsatzlehrgang sowie das Absolvieren von E-Learning-Modulen und je nach zukünftigem Einsatz Fitness und Sporttests in einer der elf Regionaldirektionen zeigen das fachliche und auch physische Niveau eines Bewerbers auf. «Dabei wird eine falsche Vorstellung über die Arbeit bei

Ein Bewachungsspezialist legt in einem acht- bis neunstündigen Abend- und Nachteinsatz rund 24 000 Schritte oder umgerechnet 17 Kilometer Fussweg zurück – inklusive Treppen steigen.

der Securitas sehr schnell deutlich», sagt Michael Rohr, seit sechs Jahren Leiter Einsatzlehrgänge und Chef eines Führungssektors bei der Regionaldirektion Olten. Oft werde die eigene körperliche Fitness überschätzt. Immerhin legt ein Bewachungsspezialist in einem acht- bis neunstündigen Abend- und Nachteinsatz rund 24 000 Schritte oder umgerechnet 17 Kilometer Fussweg zurück – inklusive Treppen steigen.

Zwei Einsatzbereiche – zwei Ausbildungswege

Der Objekt-, Revierbewachungs- und Werkschutzspezialist durchläuft nach den ersten Ausbildungsmodulen eine mindestens fünftägige praktische Einführung in den Dienst. Diese Tätigkeit erfordert ein grosses Mass an Eigenverantwortung und präzise Kenntnisse über die Aufgaben in einem zu überwachenden Objekt. «Dabei handelt es sich auch naturgemäss um eher introvertierte Mitarbeitende», erklärt Aldo Lauber, Abteilungsleiter Marketing und Verkauf in der Regionaldirektion Olten im Interview mit WIRTSCHAFTSflash. Die Bewachungspezialisten sind neben Funk und Mobiltelefon einzig mit Reizstoff-Spray ausgerüstet. Ihre Aufgabe ist es, primär einen ungestörten Betriebsablauf sicherzustellen. Treten Unregelmässigkeiten auf, wenn beispielsweise ungebetene Besucher in das Areal eindringen wollen, informiert der Bewachungsspezialist die Einsatzzentrale, zieht sich zurück und beobachtet. Lauber verdeutlicht den hohen Anspruch an den Eigenschutz mit einer Statistik: «An 365 Tagen im Jahr sind in unserem regionalen Netz im Schnitt

FAKTEN UND ZAHLEN

Die Securitas Gruppe

Gründung: 1907

Das Dienstleistungsangebot: Bewachungsdienste, Veranstaltungsdienste, Sicherheitsdienste, Verkehrsdienste, Interventions- und Zentralendienste sowie Spezialdienstleistungen wie Sicherheitsberatung und -engineering.

Hauptsitz: Zollikofen BE.

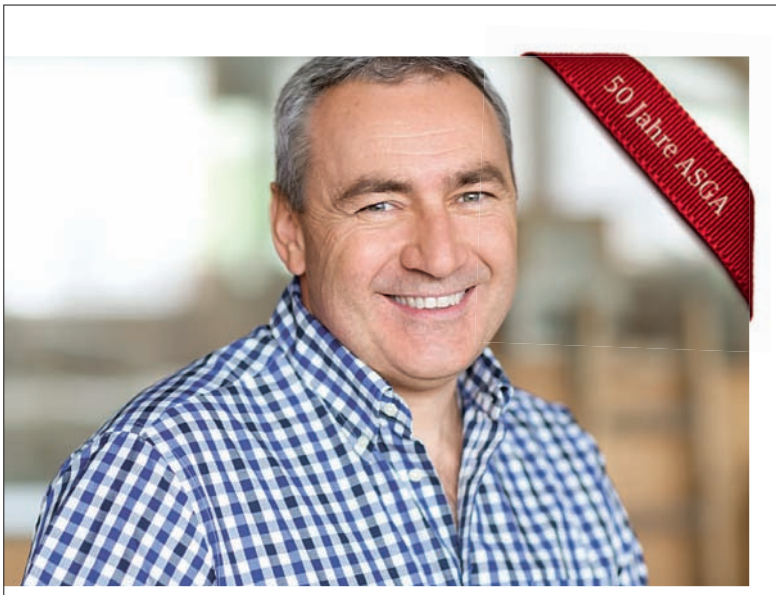
Regionaldirektionen: Basel, Bern, Genf, Lausanne, Lugano, Luzern, Neuenburg, Olten, St. Gallen, Thun, Zürich.

Umsatz 2010: 379,5 Millionen Franken (Schweiz).

Anzahl Mitarbeitende: 6600

Online: www.securitas.ch

TKF



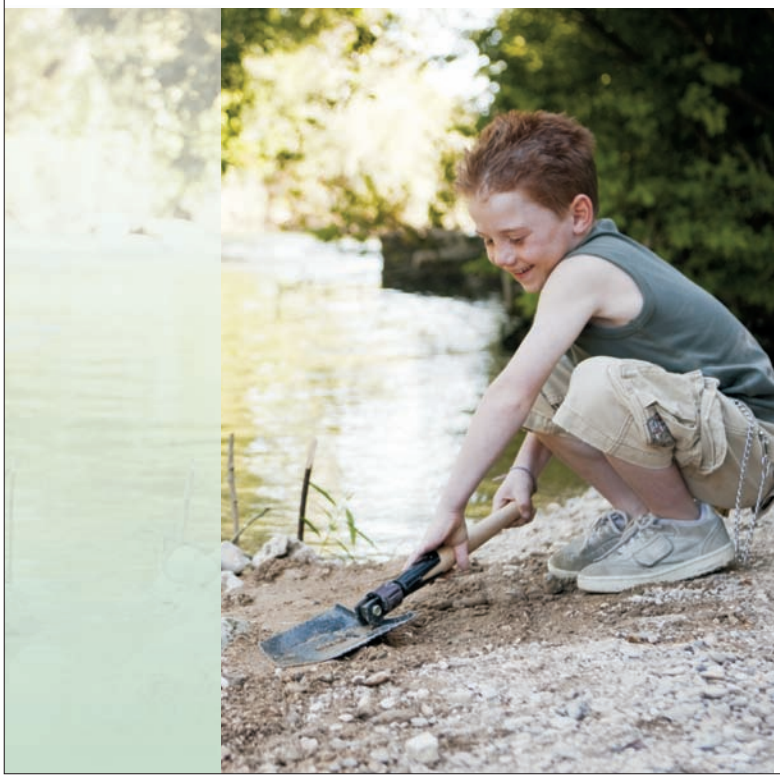
Unsere Kundinnen und Kunden wissen genau, warum sie sich bei der Pensionskasse für die ASGA entscheiden. Zum Beispiel weil sie bei uns speziell auf KMU zugeschnittene, individuelle Vorsorgelösungen erhalten oder weil wir als unabhängige Genossenschaft nur zum Vorteil unserer Mitglieder wirtschaften. Möchten Sie mehr über die beliebteste Pensionskasse der Deutschschweizer KMU erfahren? Besuchen Sie uns im Internet auf asga.ch oder rufen Sie an: 031 310 46 00. Ganz einfach.

Einfach ASGA
pensionskasse

Peter Lehmann, Mitinhaber Josef Lehmann Holzbau AG

«Weil ich Verantwortung für die Zukunft unserer Mitarbeiter trage.»

EBM



Natürlich kraftvoll

Leisten Sie einen kleinen Beitrag für eine grosse Veränderung und wählen Sie eines der ökologischen Stromprodukte der EBM.

- **EBM Regiostrom**
- **EBM Wasserstrom**
- **EBM Sonnenstrom**
- **EBM Naturmix**

Für eine ausführliche Beratung steht Ihnen gerne unser Kundencenter unter Tel. 061 415 41 50 zur Verfügung. Oder kontaktieren Sie uns unter kundencenter@ebm.ch

EBM, Weidenstrasse 27
CH-4142 Münchenstein 1
Tel. 061 415 41 41, Fax 061 415 46 46
ebm@ebm.ch, www.ebm.ch

45 Bewachungsspezialisten pro Nacht unterwegs. Dabei muss in einem Jahr höchstens zwei bis drei Mal Reizstoff-Spray eingesetzt werden.» Securitas-Mitarbeitende, unabhängig ihres Einsatzes, werden zwei bis drei Mal jährlich mit obligatorischen Weiterbildungsinstruktionen sowie mit unangemeldeten Zwischentests auf ihren Wissensstand geprüft.

Hospitality-Dienste nehmen zu
Das Sicherheitsbedürfnis wird immer grösser. Neue Sicherheitsbestimmungen machen dies vielfach auch nötig. Insbesondere an Veranstalter von Anlässen werden im Bereich Sicherheit hohe Anforderungen gestellt. Das gilt namentlich für Sportanlässe mit erhöhten Risiken. Hier kommt der Ordnungsdienstspezialist zum Einsatz. Diese Mitarbeitenden durchlaufen eine intensive Ausbildung, die zum Eigenschutz auch den Umgang mit einer Schlagwaffe umfasst. Ebenfalls Spezialistenstatus haben Mitarbeitende für Einsätze im Objekt- oder gar Personenschutz. Für diese beiden Dienstleistungen werden speziell selektionierte Mitarbeitende auch mit dem Einsatz einer Faustfeuerwaffe vertraut gemacht. Wichtige Hauptfunktionen in der Dienstleistungspalette von Securitas AG sind zudem Einsätze im Park- und Verkehrsdienst sowie im Interventionsdienst. Zugenommen hat auch das Bedürfnis im Bereich der Veranstaltungs- und Hospitality-Dienste, wo mit organisatorischen, infrastrukturellen und personenbezogenen Dienstleistungen wachsende Kundenkreise angesprochen werden.

SECURITAS

Dienstleistungen für die öffentliche Hand und Gemeinden

Securitas erbringt vermehrt auch Dienstleistungen für die öffentliche Hand und Gemeinden. Basierend auf einem intergralen Schutzkonzept werden die folgenden Bereiche überprüft und Lösungen vorgeschlagen:

Operatives Sicherheitsmanagement: Schulung für Krisenbewältigung; Ausbildung Kommunikation und Eigenschutz; Überprüfen und Erstellen von Schutzkonzepten.

Arbeitssicherheit- und Gesundheitsschutz: Einzelplatzüberwachungen, Alarmempfang und Intervention, Überprüfen von EKAS-Richtlinien.

Schutz vor Brand- und Elementarschäden: Brandschutz und -erkennung, Brandpräventions- und Bekämpfungstraining (Greenfire).

Personen- und Wertschutz: Zutritts- und Aufsichtskontrollen, Zutrittssysteme, subsidiäre Hilfsdienste für die Polizei.

Personen- und Fahrzeugverkehr: Unterstützung bei Anlässen, Firmenevents, Verkehrs- und Parkdienste.

Informationsschutz- und IT-Sicherheit: Unterstützung beim Überprüfen von Konzepten, Clean Desk Policy, Transport und Aufbewahren von Daten/Backups.

Umwelt- und Infrastrukturschutz: Videoüberwachung, Alarmaufschaltungen, Be- und Überwachung von Arealen und Gebäuden.

ANZEIGE

Wir engagieren uns für
Ihre persönlichen Ziele.

Hohe Anforderungen verlangen eine persönliche Beratung. Rufen Sie uns an.

Walter Bänninger, Leiter Firmenkunden Aargau-Solothurn, Tel. 032-625 12 60
Corinne Guldimann, Leiterin KMU Olten-Zofingen, Tel. 032-206 85 60
Marco von Burg, Leiter KMU Grenchen-Solothurn, Tel. 032-625 12 51

Wir werden nicht ruhen UBS

www.ubs.com

n|w Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Wirtschaft

Business in China – wir unterstützen Sie!
Wir sind seit 15 Jahren in China tätig und bieten folgende Dienstleistungen an:

– Zugang zu Wirtschafts- und Regierungsvertretern in Beijing, Shanghai, Jinan, Chengdu, Gansu, Jiangxi
– Marktabklärungen durch Studierende unter Anleitung eines/einer Dozierenden
– Beteiligung an unserem Studierendenprojekt www.insightchina.ch
– Herstellung von Kontakten zu chinesischen Kaderleuten während deren Weiterbildung in der Schweiz
– Inhouse-Training für Ihre Kaderleute: China-Reise, Verhandlungsführung, Kulturelles

Kontakt: Customer Care Center, T +41 (0) 848 821 011, info.wirtschaft@fhnw.ch

www.fhnw.ch/wirtschaft/china

›Purexa

Facility Services
Homecare Management
Lifestyle Services

Ordnung und Sauberkeit bedeuten Sicherheit und Lebensqualität.
Purexa Facility Services.

Purexa GmbH
Kürzestrasse 20
4562 Biberist
Telefon 032 672 49 43
Fax 032 672 27 21
purexa@bluewin.ch
www.purexa.ch

Aldo Lauber: «Wir verfügen über ein Ausbildungszentrum, das in dieser Form einmalig ist».

«Der präventive Charakter ist selten messbar»

Aldo Lauber, seit 2001 bei Securitas AG tätig, ist Abteilungsleiter Marketing und Verkauf in der Regionaldirektion Olten. In einem Gespräch zeigt er am Beispiel des regionalen Stützpunktes das vielfältige Dienstleistungsangebot des schweizerisch grössten Sicherheitsdienstleisters auf.

JOSEPH WEIBEL (TEXT), BERNHARD STRAHM (FOTOS)

Herr Lauber, welche Herausforderung bei Securitas AG würden Sie als die wichtigste und ständig wiederkehrende bezeichnen?

Aldo Lauber: Die richtigen Personen, mit dem dafür idealen Profil am richtigen Ort zu platzieren. Das ist unsere tägliche neue und zugleich wiederkehrende Herausforderung. Unsere Aufgaben sind in den letzten Jahren nicht weniger geworden. Ganz im Gegenteil. Hingegen wird es nicht einfacher, geeignetes Personal zu finden.

Ist das Anforderungsprofil zu hoch?

Wer bei uns arbeiten will, muss über einen guten Leumund und ein blankes Strafregister verfügen. Vor allem aber setzen wir auch eine gute körperliche Fitness, Eigenverantwortung und auch ein gewisses Mass an Intelligenz voraus.

Zu welchem Zeitpunkt stellen Sie fest, ob eine Bewerbung weiterverfolgt werden kann?

Vielfach schon nach einem ersten Kontakt, wenn auch der Bewerber feststellt, dass der Anspruch und die Vorstellung einer Mitarbeit bei uns mit der Praxis im Alltag übereinstimmt oder eben nicht.

«WER BEI UNS ARBEITEN WILL, MUSS ÜBER EINEN GUTEN LEUMUND UND EIN BLANKES STRAFREGISTER VERFÜGEN.»

Sie arbeiten in der Regionaldirektion Olten. Welches Gebiet umfasst Ihr Tätigkeitsgebiet?

Wir bewirtschaften die Kantone Aargau und Solothurn – also von Zurzach, Brugg Richtung Westen bis nach Lengnau bei Biel. Unser Rayon umfasst auch Teile der Kantone Baselland sowie Bern. Dass wir in unserem Gebiet zum Beispiel mit sechs verschiedenen Feiertagskalendern arbeiten, macht die strategische Arbeit auch nicht unbedingt einfacher. Zurzeit beschäftigen wir bei uns rund 370 Mitarbeitende in Voll- und Teilzeitpensen. Sie sind alle dem Gesamtarbeitsvertrag unterstellt. In der Administration arbeiten 30 Männer und Frauen.

Ihr früherer Standort war an der Aarburgerstrasse in Olten, heute sind Sie in einem Neubau im Gheid. Ein bewusst gewählter Standort?

Dass wir unseren Stützpunkt hier haben, ist auch ein strategischer Entscheid, weil die sich noch im Bau befindende Umfahrungsstrasse ideal für die Auslösung schneller Einsätze ist. Ausserdem können wir hier in Ruhe arbeiten und verfügen zudem über ein ideales Ausbildungszentrum.

Haben alle elf Regionaldirektionen eine solche Ausbildungsstätte?

Überhaupt nicht. Wir verfügen über ein Ausbildungszentrum, das in dieser Form einzigartig ist. Darum werden wir manchmal auch etwas benieden. Die Ausbildungstätigkeit an den anderen Stützpunkten erfolgt normalerweise an dezentralen Orten, die fest- oder teilweise gemietet werden.

Ihren Umsatz erzielt die Securitas AG nach wie vor mit dem klassischen Betriebsschutz – also mit dem früher benannten «Securitas-Wächter». Man weiss, dass diese Aufsichtsleute neben der Taschenlampe, Funk und Mobiltelefon nur gerade einen Reizstoff-Spray zum Selbstschutz auf sich tragen. Ist das nicht ein bisschen zu wenig Sicherheit für Ihre Leute?

Die Frauen und Männer, die heute im so genannten Revier- und Werkschutz eingesetzt werden, haben nicht die Aufgabe, Einbrecher zu jagen, sondern sie stellen mit ihrer Präsenz und Kontrolle in erster Linie einen ungestörten Betriebsablauf sicher. So sind sie auch organische Brandmelder, also präventiv im Brandschutz unterwegs. Diese Mitarbeitenden sind in der Regel die ganze Nacht alleine unterwegs und machen nach einem genauen Aufgabenbeschrieb ihre Kontrollgänge, immer zu unterschiedlichen Zeiten. In regelmässigen Abständen oder bei Unregelmässigkeiten melden sie sich bei der Einsatzzentrale. Der «Revierwächter» ist eher der introvertierte Typ, der eine solche Aufgabe mit hoher Eigenverantwortung sucht. Täglich – 365 Tage im Jahr – zirkulieren zirka 45 Sicherheitsfachleute pro Nacht in unserem Rayon. Nur gerade in zwei bis drei Fällen pro Jahr kommt der mitgeführte Pfefferspray zum Einsatz. Diese Statistik spricht für sich und vor allem den hohen Eigenschutz der Revierwächter.

«DIE FRAUEN UND MÄNNER HABEN NICHT DIE AUFGABE, EINBRECHER ZU JAGEN.»

Ihr Dienstleistungsangebot ist ständig gewachsen, was auch ein breiteres Ausbildungsspektrum erfordert. Können Sie diesen Anforderungen überhaupt noch firmenintern gerecht werden?

Viele Sicherheitsdienstleistungen sind vom Gesetz her nötig geworden. Das betrifft insbesondere den Ordnungsdienst an öffentlichen Veranstaltungen wie insbesondere Sportanlässe. Diese Dienstleistung erbringen wir seit über 30 Jahren. Stark zugenommen hat der Verkehrsdienst, namentlich auch bei grösseren Bauvorhaben. Wir sorgen dafür, dass keine Verkehrsbehinderungen entstehen, die dem Bauherrn letztlich eine schlechte Presse einbringen können und schützen damit auch Menschen. Arbeitssicherheit, Baustellenkontrollen und damit verbundene Sicherheitsaudits gehören ebenfalls in einen wachsenden Tätigkeitsbereich. Im Bereich Ordnungsdienste beschränkt sich unser Aktionsradius nicht nur auf Sportveranstaltungen, sondern wir werden auch bei Demonstrationen, Problemen in Asylantenheimen eingesetzt oder unterstützen an Bahnhöfen und in Zügen zum Beispiel die Bahnpolizei. Spezialisten benötigen wir in allen Bereichen, etwa im Bereich Hospitality, wo die Vorgaben manchmal auf einem sehr hohen Level angesiedelt sind.

«WIR HABEN UNS EINEN GUTEN NAMEN AUFGEBAUT, DEN WIR NICHT SO LEICHT WIEDER AUFS SPIEL SETZEN MÖCHTEN.»

Gibt es auch Dienstleistungsbereiche, die Sie nicht abdecken können oder wollen?

Zum Beispiel Einsätze in einem rechtsfreien Raum oder auch im Rotlicht-Milieu. Da geht es auch um einen möglichen Imageverlust. Wir haben uns einen guten Namen aufgebaut, den wir nicht so leicht wieder aufs Spiel setzen möchten. Schliesslich basiert Sicherheit in erster Linie auf Vertrauen. Und das muss gegenseitig gewährleistet sein.

«Viele Sicherheits-Dienstleistungen sind vom Gesetz her nötig geworden», erklärt Aldo Lauber.

Spüren Sie bei der Personalrekrutierung wirtschaftliche Einflüsse?

Bei einer Wirtschaftskrise haben wir ein grosses Mass an Spontanbewerbungen. Neun von zehn Bewerbern kommen dann aber mit völlig falschen Vorstellungen zu uns, so dass bei einem Erstgespräch schnell deutlich wird, dass es sich um den falschen Kandidaten handelt.

Welche Ausbildungsmöglichkeiten bieten Sie an?

Wir unterscheiden zwischen einer ständig erweiterbaren Spezialistenausbildung, die dann mit einem eidgenössischen Fähigkeitsausweis abgeschlossen werden kann, oder aber der klassischen Karriere eines Einsatz-, Team- oder Gruppenleiters. Im Wesentlichen ist diese Ausbildung vergleichbar mit einer militärischen Karriere. Auch in diesem Bereich basiert der Abschluss auf einem eidgenössischen Fachausweis.

Gibt es auch eher exotisch anmutende Einsätze bei Ihnen?

In den Walliser Alpen gibt es beispielsweise im Winter Skipistenkontrolleure, die dem Rowdytum auf den Skipisten Herr werden sollen.

«SICHERHEIT WIRD BEKANNTLICH IMMER ERST DANN RELEVANT, WENN ETWAS PASSIERT.»

Die Branche kämpft dem Vernehmen nach auch mit kleinsten Privatanbietern von Sicherheitsdienstleistungen. Macht Ihnen das als Marktführer Probleme?

Es ist tatsächlich so, dass bei Klein- und Kleinstfirmen ein Kommen und Gehen ist. Wie stark Mitbewerber den Markt umkämpfen, hängt auch vom Angebot ab. Im Kanton Solothurn beispielsweise generieren 100 oder gar 200 der grösseren Industriebetriebe Bedürfnisse nach Sicherheitsdienstleistungen. Diese eröffnen aber nicht zwingend Marktchancen für zig Mitbewerber. Anders sieht das aus in den sogenannten Publikumsveranstaltungen oder im Bereich Verkehrsdienste, also bei kurzfristigen Bedürfnissen, wo letztlich der Preis ein wesentliches Element ist und beispielsweise Ausbildung und Führung leider nicht stark gewichtet werden. Letztlich setzen sich neben uns aber auch immer wieder die gleichen Anbieter durch. (Anmerkung der Redaktion: Daru-Wache, Protectas SA).

Trotzdem sind Dumpingpreise in wirtschaftlich weniger guten Zeiten natürlich auch für grössere Firmen verlockend.

Das lässt sich in der Tat nicht leugnen. Grosse Mitbewerber und wir verpflichten uns unserem Branchenverband und dem damit verbundenen Qualitätsstandard. Die Ausbildung ist anspruchsvoller und vielseitiger geworden. Ich will nicht sagen, dass bei uns nie Fehler passieren. Wir wollen aber unsere Mitarbeitenden bestmöglichst ausgebildet an ihren Einsatzort bringen. Das ist unsere Grundmaxime. Sicherheit wird bekanntlich immer erst dann relevant, wenn etwas passiert. Dann stellt sich auch sehr schnell heraus, dass der vielleicht höhere Stundensatz eben letztlich doch gut investiert war. Tatsache ist aber auch: Der präventive Charakter eines Sicherheitseinsatzes ist selten messbar.

STECKBRIEF

Aldo Lauber

Alter: 52

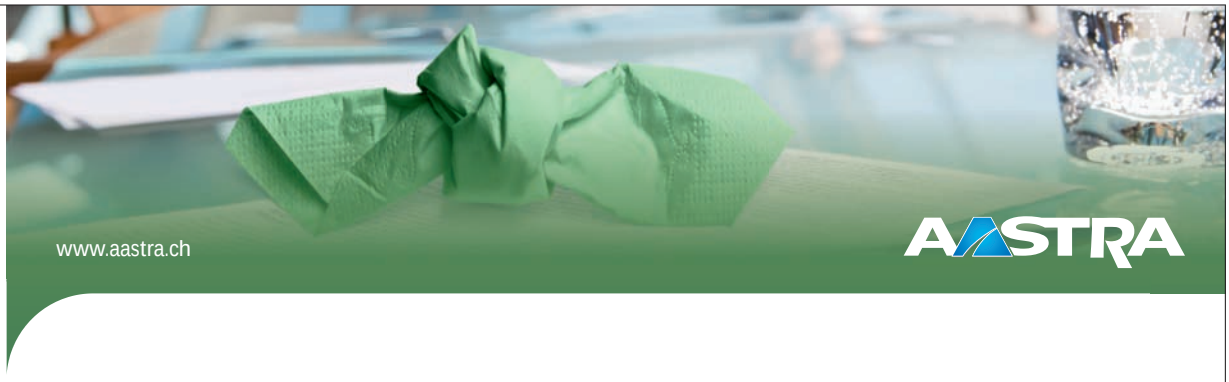
Zivilstand: Verheiratet, Vater zweier Kinder.

Ausbildung: Koch (also der klassische Quereinsteiger).

Heutige Funktion: Abteilungsleiter Marketing und Verkauf bei der Securitas AG, Regionaldirektion Olten.

Hobby: Sport.

ANZEIGE



Sie würden sich Ihre Termine auch nicht mit einem Knopf im Taschentuch merken.

Aastra bietet Ihnen ausgeklügelte Kommunikationssysteme mit Mehrwerten. Mit einem massgeschneiderten Kommunikationssystem von Aastra erhöhen Sie die Produktivität Ihrer Organisation: Zur klassischen Telefonie oder Voice over IP (VoIP) kommen sinnvolle Anwendungen wie Alarmierungs- und Mobilitätslösungen, Anbindung an Outlook™ und interne Datenbanken, Präsenzmanagement oder Konferenzlösungen. Aastra Lösungen sind in Unternehmen jeder Branche und Grösse zuhause.

Aastra optimiert Ihre Geschäftskommunikation.

Aastra Telecom Schweiz AG

Wir unterstützen Ihre unternehmerischen Pläne.

Roland Schaller
Leiter KMU-Geschäft
Marktgebiet Solothurn

Telefon 032 624 53 94
roland.schaller@credit-suisse.com

Neue Perspektiven. Für Sie. CREDIT SUISSE

ROTH
Malerei
Brandschutz
Isolationen
sichtbar sicher schön.

Roth AG Gerlafingen Tel.+41 (0)32 674 45 45
Bolacker 3, Postfach Tel.+41 (0)32 674 45 46
CH-4563 Gerlafingen www.roth.ch

Die Region bestens vernetzt.

www.ga-weissenstein.ch
Telefon 032 9 429 429

gaw
Internet | Telefonie | Digital TV

Wir bauen für strahlende Erfolge

Hochbau
Tiefbau
Strassenbau
Kies- und Belagswerk

marti
Marti AG Solothurn
Telefon 032 625 07 07 www.marti-solothurn.ch

INDUSTRIE
GEWERBE
KOMMUNAL

Almeta Recycling – Gesamtentsorgung
Nehmen Sie uns beim Wort.

Z.B.: HOLZ.
EISENSCHROTT.
ALTEISEN, MASCHINEN, EISEN-SPÄNE u.a.

NICHTEISENMETALLE.
KUPFER, MESSING, ALUMINIUM u.a.

ELEKTROSCHROTT.
BÜRO-, HAUSHALTGERÄTE, UNTERHALTUNGSELEKTRONIK u.a.

KABEL. GLAS.

ALU. BLECH.

KUNSTSTOFFE.
PE, PA, PVC u.a.

PAPIER.
KARTON.

SONDERABFÄLLE.
ALTÖL, BATTERIEN, FARBEN u.a.

**Holen oder bringen:
das Almeta Recycling-Team
packt mit an!**

almeta recycling

Öffnungszeiten:
Montag – Freitag
7.00 – 12.00 Uhr
13.15 – 17.00 Uhr

Almeta Recycling AG
Gurzelenstrasse 15, 4512 Bellach
Telefon 032 617 40 40
Fax 032 617 40 55
E-Mail: recycling@almeta.ch

almeta
032 617 40 40
Recycling

seit
1955

**Ihr Partner in der Region.
www.almeta.ch**

Die dritte und die vierte Generation feiern zusammen das hundertjährige Bestehen ihres Familienunternehmens: Simon Gassler (links), Miriam Ragaz-Gassler (Mitte) und Hans Gassler (rechts).

Auf die neue Generation warten Herausforderungen

Die Hans Gassler AG mit Sitz in Gretzenbach hat sich in den letzten hundert Jahren von einer klassischen Kundenmalerei zu einem modernen Oberflächenspezialisten entwickelt. Das erfolgreiche Familienunternehmen darf dieses Jahr sein 100-Jahr-Bestehen feiern.

MARTINA NIGGLI (TEXT), JÖRG MÜLLER (FOTOS)

Arnold Gassler, Gründer der Unternehmung, fand 1912 mit dem Bemalen von Bienenhäusern eine lohnende Marktlücke. Dass er gegen Bienengift immun war, verhalf ihm zum Erfolg. So bemalte er Land auf, Land ab zahlreiche Bienenhäuser und legte damit den Grundstein zur heutigen Hans Gassler AG.

Auch heute sind Nischenprodukte gefragt

Nebst dem Stammgeschäft, nämlich der Baumalerei, der Pulverbeschichtung, dem Nasslack und dem mobilen Korrosionsschutz wird weiter auf Nischenprodukte gesetzt: Spezialbeschichtungen für Labor- und Reinräume, oder das komplexe Sanieren von Metallfassaden sowie das innovative Electropainting (ein elektrostatisches Sprühverfahren), sind nur einige davon.
Die Hans Gassler AG hat zwei Weltkriege und einige Wirtschaftskrisen überstanden. «Mit unserem breitgefächerten Angebot haben wir uns bisher als krisenresistent erwiesen», sagt Hans A. Gassler.

Die Belegschaft wuchs über die Jahre stetig: 1912 startete Arnold Gassler mit drei Angestellten. Als ab 1947 sein Sohn Johann Arnold Gassler den Malerbetrieb führte, baute er das Unternehmen weiter aus. 1977 übernahm Hans Andreas Gassler die Einzelfirma und änderte diese in eine Aktiengesellschaft. Ein entscheidender Schritt wurde 1990 mit dem Bau des neuen Pulverbeschichtungsbetriebes getan. Damit verbunden waren die Verlegung des Firmensitzes von Schönenwerd nach Gretzenbach und die Verdoppelung der Mitarbeiterzahl. Heute zählt die Unternehmung zwischen vierzig und fünfzig Mitarbeitende. Über den Sommer, wenn Hochbetrieb auf dem Bau ist, steigt die Belegschaft oft auf sechzig Fachkräfte.

Generationenwechsel im Jubiläumsjahr
Nach über vierzig Jahren erfolgreicher Unternehmensführung übergab Hans A. Gassler die Geschäftsleitung an die vierte Generation. Simon Gassler leitet seit Anfang Jahr als neuer Geschäftsführer das Unternehmen. Dem 28-jährigen steht seine Schwester Miriam Ragaz-Gassler (32) zur Seite. Sie ist Mitglied der Geschäftsleitung und ist ebenfalls im Familienbetrieb tätig. «Gemeinsam wollen wir weiterführen, was in den vergangenen 100 Jahren erarbeitet wurde», sagt Simon Gassler.
2005 stieg Simon Gassler in den elterlichen Betrieb ein, bildete sich weiter und ist seit diesem Jahr eidgenössisch diplomierter Malermeister. Dass er einmal das Unternehmen leiten würde, war schon längere Zeit klar. Simon Gassler schmunzelt: «Er habe schon als Fünfjähriger davon geträumt, einmal in die Fussstapfen seines Vaters zu treten und die Firma weiterzuführen.»

Damit die Vergangenheit Zukunft hat
Das Unternehmen legt grossen Wert auf die Aus- und Weiterbildung seiner Mitarbeitenden. Es bietet seinen Lernenden und Mitarbeitenden die Möglichkeit dazu und unterstützt sie finanziell. In der hauseigenen Werkstatt gibt die ältere Generation dem Nachwuchs wertvolles Know-how weiter. Hans A. Gassler macht ein Beispiel: «Ich vermittle unserem Berufsnachwuchs ein Jahrhunderte altes Handwerk wie etwa die Al-Fresco-Technik oder die Verarbeitung von Purkristalat-Farben, die ihren Ursprung im Jahre 1878 haben.»

Keine giftigen Stoffe
Umweltschutz wird in der Gretzenbacher KMU gross geschrieben. Die Pulverbeschichtungsanlage gehört europaweit zu den modernsten und entspricht dem neusten Stand der Technik. Seit November 2007 sagt die Hans Gassler AG freiwillig: «Schluss mit hochgiftigem Chrom+6!» Die giftige Substanz ist in der Baubranche noch erlaubt. Das Unternehmen geht selbstbewusst voran, verzichtet im Pulverbeschichtungsprozess ausserdem auf chrom-, zink-, arsen- und bleihaltige Farbpigmente. «Wir übernehmen in der Schweiz damit eine Leaderrolle», so Geschäftsführer Simon Gassler.

Am Ball bleiben
Auf die neue Generation warten Herausforderungen. Die KMU muss Grossinvestitionen konsolidieren und dem Preisdruck standhalten. «Wir überzeugen mit qualifiziertem Personal, einwandfreiem Service, top Qualität und unseren innovativen Nischenprodukten», so Simon Gassler. Um am Ball zu bleiben, wird weiterhin in Aus- und Weiterbildung, in Umwelt und Technik investiert. «Das Planen in der heutigen schnelllebigen Zeit ist schwierig geworden. Der polyvalente Einsatz unserer Mitarbeitenden zeigt sich dabei äusserst positiv, so können Höhen und Tiefen gut gemeistert werden.»

«Am Ball bleiben»: Das ist die Herausforderung an die «jungen Gasslers», Simon und Miriam.

Wenn Hochbetrieb auf dem Bau ist, steigt die Belegschaft der Hans Gassler AG oft auf sechzig Fachkräfte an.

Hans Gassler AG

Gründung: 1912 durch Arnold Gassler in Schönenwerd.

Standort: Güterstrasse 6, Gretzenbach SO.

Dienstleistung: Oberflächenspezialist in den Segmenten Baumalerei, Electropainting, Pulverbeschichtung, Nasslack und mobiler Korrosionsschutz.

Geschäftsführer: Simon Gassler.

ZAHLEN UND FAKTEN

Geschäftsleitungsmitglied: Miriam Ragaz-Gassler.

Mitarbeitende: zwischen 40 und 50 – je nach Saison bis 60.

Lernende: mindestens zwei Lehrlinge pro Lehrjahr, aktuell ab Sommer sieben Lernende.

Kundenradius: Baumalerei im Mittelland; Lackierarbeiten, Electropainting und Korrosionsschutz schweizweit.

Firmengrundfläche: 5000 Quadratmeter.

Zertifizierung: Pulverbeschichtung auf Aluminium mit GSB Master-Zertifizierung (GSB International e. V., Düsseldorf); Metallfassaden-Sanierungen mit GFS-Zertifizierung (GFS Gütegemeinschaft Metallfassadensanierung e.V., Schwäbisch-Gmünd).

Berufsverband: Schweizerischer Maler- und Gipserunternehmer-Verband SMGV.

Webseite: www.gassler.ch.

«Die Berner Kantonalbank fördert kleine und mittlere Unternehmen.»

Samuel Hofer
Kundenberater Firmenkunden
032 626 31 49
samuel.hofer1@bekb.ch

BEKB | BCBE

Berner Kantonalbank AG
Gurzelngasse 24, 4502 Solothurn

SKYWORKER®
Arbeitsbühnen-Vermietung
Mietservice schweizweit 0800 813 813
www.ws-skyworker.ch info@ws-skyworker.ch

Testen Sie unsere CO2-reduzierten Anhängerbühnen
Greenline

Sicherer Schutz für jedes Werkstück:
Pulverbeschichtungen und Lackierungen von den Spezialisten

BRÖNNIMANN AG
Beschichtungen und Lackierungen

Ihr farbechter Partner:
Aus Tradition innovativ

Gewerbestrasse 11 4552 Derendingen www.broennimann-ag.ch
Telefon 032 681 30 10 Fax 032 681 30 20 info@broennimann-ag.ch

Emch+Berger

Ingenieure und Planer
Schöngrünstrasse 35 | 4500 Solothurn
www.emchberger-so.ch

Marketing.
Kommunikation.
Strategieberatung.

Ihre unternehmerischen Berater.
www.advisors.ch

teag advisors

TEAG Advisors AG
Rolf Schmid
Ringstrasse 28
CH-4600 Olten

T +41 62 212 89 12
teagolten@advisors.ch
www.advisors.ch

Implenia® Die Strassenbauer.

Implenia denkt und baut fürs Leben. Gern. www.implenia.com

Beratung, Projektleitung und Schulung für die Bereiche Marketing, Organisation, Personal und Unternehmensführung.
Seit 15 Jahren Partner für professionelle Leistungen.

Hier erreichen Sie mit Ihrer Werbung kompetente Persönlichkeiten in Gewerbe, Wirtschaft und Politik.

www.wirtschaftsflash.ch

WIRTSCHAFTS flash

Der Neubau des Bürgerspitals Solothurn ist unumgänglich

Am 17. Juni 2012 sind die Stimmberechtigten des Kantons Solothurn aufgefordert, über eines der grössten Investitionsprojekte der letzten Jahrzehnte abzustimmen. Der Verpflichtungskredit von 340 Millionen Franken scheint zwar hoch. Doch bei näherer Betrachtung relativiert sich einiges.

ANDREAS GASCHE

Die Wirtschaftverbände des Kantons Solothurn haben das Projekt studiert. Sie sind zur Überzeugung gelangt, dass man den Neubau des Bürgerspitals Solothurn zwingend unterstützen muss. Der Verpflichtungskredit von 340 Millionen Franken scheint zwar hoch. Ja, die Zahl erschlägt einen beinahe. Doch bei näherer Betrachtung relativiert sich einiges.

Die Zahlen: Das Bauvolumen beträgt 340 Millionen Franken. Von diesem Bauvolumen wird auch die Wirtschaft in der näheren Umgebung profitieren. Wenn man bei den Gebäulichkeiten von einer Lebensdauer von 40 Jahren ausgeht, so betragen die jährlichen Abschreibungen rund 8,5 Millionen Franken. Die Betriebskosten belaufen sich auf rund 120 Millionen Franken pro Jahr. Wichtig ist, dass durch optimierte Betriebsabläufe jährlich mindestens fünf Millionen Franken eingespart werden können.

Sanierungsbedürftig: Das heutige Spital ist in vielen Belangen sanierungsbedürftig. Der heutige Spitalbau stammt aus den Zeiten der Hochkonjunktur des letzten Jahrhunderts.
Eine Sanierung der alten Gebäulichkeiten nach den heutigen energetischen Standards würde ebenfalls sehr viel Geld verschlingen. Die heute mangelhaften Betriebsabläufe könnten aber damit nicht behoben werden.
Die neuen Gebäulichkeiten werden alle nach neusten energetischen Erkenntnissen erstellt. Auch das wird wieder zu Einsparungen im Unterhalt führen. Eine Sanierung der alten Gebäude lohnt sich nicht.

Zeitgemässe Architektur: So sehen die Planer ein neu gebautes Bürgerspital Solothurn. Vom Bauvolumen von 340 Millionen Franken wird auch die Wirtschaft in der näheren Umgebung profitieren.

Spitalplanung braucht Solothurn: Ein Nein zum Neubau des Bürgerspitals Solothurn hat zur Folge, dass die heutigen Leistungen andernorts bezogen werden müssten. Die rund 60 000 ambulanten und rund 10 000 stationären im BSS behandelten Patienten könnten von den umliegenden Spitälern nicht ohne Kapazitätserweiterungen abgedeckt werden. Die Interkantonale Spital-Versorgungsplanung (SO, AG, BS, BL) zeigt, dass es auch im Jahr 2020 ein Spital dieser Grössenordnung in Solothurn braucht.

Wichtiger Arbeitgeber: Das Bürgerspital Solothurn hat auch eine volkswirtschaftliche Bedeutung. Mit über 1000 Vollzeitstellen ist das Bürgerspital in der Region Solothurn ein wichtiger Arbeitgeber und einer der grössten Anbieter von Ausbildungsplätzen für rund 200 Ärzte und Ärztinnen, Pflegende, medizinische Fachleute sowie Lernende aus Berufen der Verwaltung, der Haustechnik, der Gastronomie und Hotellerie. Auch als Auftraggeber von Arbeiten und Dienstleistungen ist das Bürgerspital Solothurn nicht zu unterschätzen.

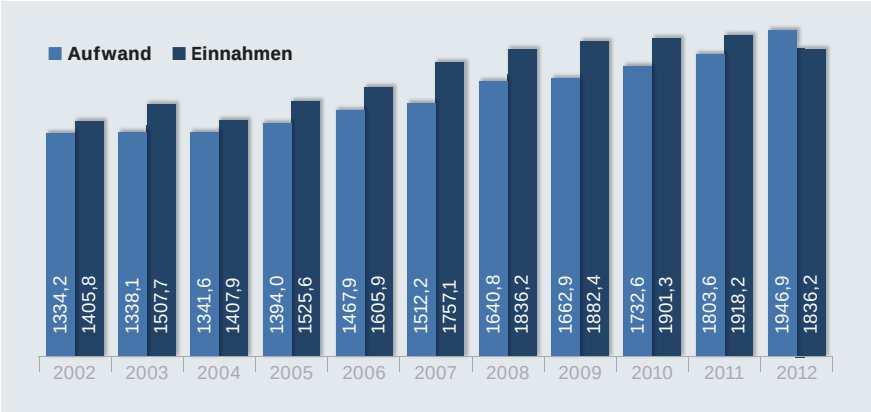
Ein Ja zum Neubau: Das Argument, von diesem Neubau profitiere nur Solothurn, gilt so nicht. Das Kantonsspital Olten wurde vor kurzem für über 250 Millionen Franken (exklusive das neue Parkhaus) saniert und der Bau des Campus der Fachhochschule Nordwestschweiz in Olten ist auch nicht gratis. Der Neubau des Bürgerspitals Solothurn ist eine Investition in die Zukunft. Die Solothurner Wirtschaft empfiehlt deshalb, ein Ja zum Neubau des Bürgerspitals Solothurn in die Urne zu legen.

Steuererhöhungen: Kein Thema!

Zum zehnten Mal in Folge präsentiert der Kanton Solothurn mit seiner Rechnung 2011 einen operativen Ertragsüberschuss. Statt eines Defizits von 1,3 Millionen Franken verbleibt unter dem Strich ein Gewinn von 19,3 Millionen Franken. Die finanzielle Lage des Kantons sei nach wie vor gesund, heisst es. Dennoch ertönt aus dem linken Lager der Ruf nach Steuererhöhungen. Für den Kantonal-Solothurnischen Gewerbeverband ist das kein Thema.

PAUL MEIER

Im letzten Jahr erzielte der Kanton Solothurn bei Einnahmen von 1918,2 Millionen und einem Aufwand von 1803,6 Millionen einen Bruttoertragsüberschuss von 114,6 Millionen Franken, 52,1 Millionen weniger als 2010. Nach Abschreibungen verbleibt ein Gewinn von 19,3 Millionen. An Nettoinvestitionen wurden 133,6 Millionen getätigt. Zum positiven Ergebnis beigetragen haben höhere Bundesanteile (Bundessteuer, Verrechnungssteuer, plus 7,9 Millionen), höhere Steuererträge der natürlichen und juristischen Personen (plus 4,2 Millionen) sowie gestiegene Vermögenserträge (plus 2,2 Millionen). Dazu kommen Minderaufwendungen bei den Volksschulen, dem Zinsendienst, den Familien-Ergänzungsleistungen und bessere Rechnungsabschlüsse der Globalbudget-Dienststellen. Negativ ins Gewicht fallen höhere Ausgaben für die Bereiche Kindergärten, Ergänzungsleistungen AHV/IV, Kostgelder Straf- und Massnahmenvollzug, individuelle Prämienverbilligung (plus 4,3 Millionen) und zusätzliche Abschreibungen aufgrund der erhöhten Investitionstätigkeit. Der Kanton Solothurn verfügt mit dem Abschluss 2011 nach offizieller Rechnungslegung über ein Eigenkapital von 571,6 Millionen Franken. Finanzspezialisten sehen die Vermögenswerte des Kantons bei über einer Milliarde.
Trotz guter Zahlen: Finanzdirektor Christian Wanner bleibt – auch angesichts des Budgetdefizits von 110,6 Millionen Franken für das laufende Jahr – in Bezug auf die weitere Entwicklung des Staatshaushalts der Pessimist vom Dienst. Mit einem Massnahmenplan will der Regierungsrat Gegensteuer geben. Infrage kämen Korrekturen sowohl bei Einnahmen (!) wie auch bei den Ausgaben, erklärt Wanner. «Jetzt müssen auch Diskussionen über Steuererhöhungen geführt werden», lässt sich Susanne Schaffner, die Präsidentin der kantonsrätlichen Finanzkommission, in der «Solothurner Zeitung» zitieren. Ins gleiche Horn bläst ihre Partei, die SP.



Seit zehn Jahren «brilliert» der Staatshaushalt des Kantons Solothurn mit einem ungebremsten Wachstum: Zwischen 2002 und 2011 stiegen die Ausgaben um 469,4 Millionen auf 1803,6 Millionen Franken, die Einnahmen um 512,4 Millionen auf 1918,2 Millionen Franken! Bei diesen Zahlen handelt es sich um die operativen Ergebnisse, ohne ausserordentliche Einnahmen wie dem Anteil aus dem Verkauf der Goldreserven der Nationalbank (475 Millionen Franken im Jahr 2005), ohne Abschreibungen und ohne ausserordentliche Aufwendungen (Grafik: WIRTSCHAFTSflash).

Gegenteiliger Meinung ist der Kantonal-Solothurnische Gewerbeverband (kgv). Er spüre in den «fortwährenden Negativprognosen seitens des Finanz-Departements einen bitteren Nachgeschmack». Es sei nicht Aufgabe des Staates, unverhältnismässig Eigenkapital zu horten.
Der kgv beharre deshalb weiterhin auf Steuersenkungen, die in erster Linie den Mittelstand zu entlasten hätten. Deshalb habe man an der jüngsten Präsidentenkonferenz auch beschlossen, die Steuerrabatt-Initiative der Schweizerischen Volkspartei (SVP) zu unterstützen.

ANZEIGE

webgearing ag
the internet solution

Mehr Besucher auf Ihrer Website? Mehr Kunden? Fragen Sie uns.

www.mehr-kunden.ch

BADER
DESIGN

Dem
Raum
Gestalt
geben.

Bader AG Büro Design
Wiesenstrasse 1
4900 Langenthal
Telefon 062 919 79 70
Telefax 062 919 79 71
info@bader-ag.ch
www.bader-ag.ch

Kulinarik
aus Leidenschaft.

Limpach's

sagi oberwil

zumgoldenengallier

emmenpark
catering

Jedes Mahl ein grosses Fest.

Wann dürfen wir Ihren Gaumen verblüffen und Ihre Sinne überraschen? Geniessen Sie die hohe Kunst der Gastlichkeit mit uns. Ein spezieller Ort, ein grosser Moment. Perfekt zelebriert.

www.emmenpark.ch

Bewährte Umweltkompetenz

neo SYS

NEOSYS AG
Privatstrasse 10
CH-4563 Gerlafingen
Tel.: + 032 674 45 11
Fax: + 032 674 45 00
E-Mail: info@neosys.ch
http://www.neosys.ch

persönlich - kompetent – nachhaltig

Ihr Partner für:

- **Altlast-Untersuchungen**
- **Energieberatung**
- **Abfallkonzepte**
- **Klimagasbilanzen und CO_2-Projekte**
- **Ökobilanzen, carbon-footprints**
- **Umweltverträglichkeits-Berichte**
- **Umwelt-Due Diligence Audits**
- **Lärmschutz (Messungen, Prognosen, Sanierung)**
- **Beratung bei Abluftproblemen**
- **Geruchsuntersuchungen**
- **Gefahrgutbeauftragten-Service**

SIU
Schweizerisches Institut
für Unternehmerschulung

EDUQUA

KMU bilden die Schweizer Wirtschaft. Wir bilden Schweizer KMU.

Als Kompetenzzentrum der Berufs- und Gewerbeverbände fördern wir die unternehmerisch-betriebswirtschaftlichen Kompetenzen von Führungs- und Nachwuchskräften in Gewerbe, KMU und Handel. Kompetent, praxisnah, kostengünstig, in der ganzen Schweiz. Unsere Referenten und Lehrmittel setzen Standards.

Demnächst starten folgende Kurse:

SIU-Unternehmerschulung

- **NEU: Fachfrau/Fachmann Unternehmensführung KMU mit eidg. FA** (2 Semester)
- **Eidg. dipl. Betriebswirtschafter/-in des Gewerbes** (2 Semester)

Informationen und Anmeldung unter
www.siu.ch oder Tel. 043 243 46 66

Gesagt ist gesagt …

Über 500 Personen folgten am 29. März im Solothurner Landhaus der Einladung zum «Dschungelapero». Schonungslos deckten der Steuerexperte Michael Leysinger und die Steuerfachfrau Corinne Misini Tücken und Tendenzen aus den Einflussbereichen von Etatisten, Fiskalisten und Steuerämtern auf.

«Die Eidgenössische Erbschaftssteuer ist eine Erfindung von Grünen, Sozialisten und Christen».
Obwohl dafür immer noch Unterschriften gesammelt werden, hält die Initiative bereits seit dem letzten Herbst Kapitaleigner, Treuhänder, Rechtsanwälte, Notare und Grundbuchämter auf Trab. Ihre Urheber fordern, dass Erbschaften im Betrag von zwei Millionen Franken und mehr rückwirkend auf den 1. Januar 2012 mit einem Steuersatz von 20 Prozent belastet werden. Wird das Stimmvolk die anvisierte Erbschaftssteuer dereinst wirklich gutheissen, drohen auch für Inhaber von KMU neue Fallgruben.

«Kleine Aufrechnungen bringen auch Millionen. Dies nach dem Motto: Wer viel kleinen Mist zusammenträgt, erhält ein rechtes Fuder».
So erklärt sich die verhärtete Veranlagungspraxis insbesondere der Solothurnischen Steuerverwaltung. Weil den Steuerpflichtigen die Courage fehlt, den ärgerlichen Korrekturen durch Einsprachen zu begegnen, kann der Staat seinen Beutezug ungeniert weiterfahren.

«Weiterbildungskosten mindern das Steuersubstrat – also bekommen wir damit Probleme.»
Steuerbeamte bilden sich ihre eigene Meinung über die Definition «abzugsberechtigte Kosten für die berufliche Weiterbildung». Im Zweifelsfall entscheiden sie zugunsten des Fiskus.

«Seine Aussage enthält viel Dynamit, aber keiner schreit auf».
Der neue eidgenössische Sozialminister Alain Berset träumt von einer «Volkspension». Er betrachtet die AHV und die zweite Säule als Gesamtpaket.
Der Verdacht liegt nahe, dass der SP-Bundesrat durch eine Zusammenlegung von AHV und beruflicher Vorsorge vor allem die maroden öffentlichen Pensionskassen sanieren will.

Ehre, wem Ehre gebührt

5.3+ SPITZENLEISTUNGEN IN DER BERUFSLEHRE

Auch im Jahr 2012 werden Spitzenleistungen in der Berufslehre angemessen gewürdigt. Lernende, welche die bevorstehenden Qualifikationsverfahren mit einer Gesamtnote von 5,3 und höher bestehen, erhalten wiederum ein besonderes Diplom und dazu auch ein Präsent als Anerkennung für ihren erfolgreichen Lehrabschluss. Zur diesjährigen Diplomfeier der Berufsbildung am Freitag, 24. August auf Schloss Waldegg eingeladen werden alle Prüfungsabsolventinnen und -absolventen, die eine Gesamtnote von 5,5 und höher erreichen. Das im Jahr 2010 lancierte Projekt «5.3+ Spitzenleistungen in der Berufslehre» findet damit eine Fortsetzung. Projektträger und -Sponsoren sind der Kanton Solothurn, die Gemeinde Feldbrunnen-St.Niklaus, der Kantonal-Solothurnische Gewerbeverband, die Solothurner Handelskammer, das Magazin WIRTSCHAFTSflash sowie eine private Stiftung.

IN EIGENER SACHE

Neue Design-Verantwortliche
divis, das Büro für Corporate Design und Werbung mit Sitz am Klosterplatz in Solothurn, besorgt ab dieser Ausgabe das Layout für das WIRTSCHAFTSflash. Zusammen mit ihren zwei Mitarbeitenden lösen die Grafische Gestalterin Sonja Weber und der Typografische Gestalter Markus Daeppen in diesem Auftrag die Grafikerin Andrea Eggenschwiler ab. Andrea Eggenschwiler war während rund sechs Jahren für das Erscheinungsbild verantwortlich.
Der Wechsel soll unter anderem dazu beitragen, die Lesefreundlichkeit des Magazins weiter zu fördern.

ANZEIGE

«BusPro ist einfach übersichtlich und für jeden gut verständlich.»

Flavia Steiner, Bautro AG
Vermietung, Verkauf und Service von Trocknungs- und Klimageräten

Adress- und Kontaktverwaltung • Dokumentenablage • Fibu • Lohn
Einkauf / Lager • Auftrag / Faktura • Debitoren • Kreditoren

Gratis-Fibu & Infos: www.buspro.ch

Genial einfach – einfach genial!

BusPro
Das Business-Programm

Katz- und Mausspiel am Weissenstein

«Der Berg hat eine Maus geboren». Die Katze steht bereits in Position, um der Maus den Garaus zu machen … In diesem Sinne könnte man das Ringen um eine Konzession für eine neue Bahn auch beschreiben.

URS ALLEMANN

Zweieinhalb Jahre musste die Seilbahn Weissenstein AG (SWAG) auf die Konzession für die neue Bahn warten. Am 25. Januar 2012 war es dann endlich soweit: Auf 183 A4-Seiten ist die Geschichte des Konzessionsverfahrens für die neue Bahn auf den Weissenstein nachzulesen.
Eine traurige Geschichte von Verzögerungen, von Behauptungen, geprägt von Fundamentalismus der Nostalgiker; ja sogar von Unredlichkeiten aller Art schien zu Ende …
Das Bundesamt für Verkehr (BAV), welches die schwierige Aufgabe hatte, dieses konfliktreiche Verfahren zu einem Abschluss zu bringen, hat einen sorgfältig und gut begründeten Entscheid gefällt, der für die weitere Zukunft zur Erschliessung des Weissensteins von zentraler Bedeutung ist. Ebenso bedurfte es des Engagements unserer nationalen Parlamentarier, denen wir für ihre Unterstützung äusserst dankbar sind.
Die Schweizerische Stiftung für Landschaftsschutz hat die Plangenehmigung des BAV in diesem Sinne gewürdigt und verzichtet auf eine Beschwerde, zu der sie, laut Verbandsbeschwerderecht, legitimiert wäre. Die SWAG freut sich ausserordentlich über die konstruktive und offen abgewogene Haltung der Schweizerischen Stiftung für Landschaftsschutz.
Leider ist hier mit den guten Nachrichten bereits Schluss. Der Schweizerische Heimatschutz (SHS) reagiert hier bedauerlicherweise ganz anders. Wie hier ein Gremium von Alt-Politikern ohne Berücksichtigung regionaler Interessen und völlig intransparent mit dem ihnen verliehenen Sonderrecht umgeht, ist schlicht leichtfertig und spottet jeder Beschreibung. Erneut wird von «einem Denkmal von nationaler Bedeutung» fabuliert, das so nirgends festgehalten ist. Juristische Haarspalterei ersetzt aber in keinem Fall technischen Sachverstand, der beim SHS nur in homöopathischen Dosen vorhanden scheint. Dies belegt auch das überhebliche Nichteintreten des SHS auf das Schenkungsangebot der SWAG für die die alte Bahn. Ja, man fragt sich, was von Seiten der Gegnerschaft in den vergangenen zweieinhalb Jahren an gedanklichen und reellen Vorbereitungen betreffend Seilbahn und deren Weiterleben unternommen wurde? Offenbar nichts.
Ein Tiefpunkt im Verhalten der Gegnerschaft zu unserem Projekt wurde mit einer Anzeige gegen die SWAG wegen angeblich unerlaubter Entfernung von Anlageteilen erreicht. Auch hier manifestierte sich wieder das mangelnde technische Verständnis der Gegnerschaft. Es ging um Fahrmittel, die sachgerecht demontiert und dokumentiert in der Talstation eingelagert sind.
Das Ganze war offenbar nichts als ein weiterer Verzögerungsakt in der langen Liste solcher querulatorischer Aktionen.
Grossartig dagegen ist der Rückhalt in der Bevölkerung für die neue Bahn auf den Weissenstein. Auf Initiative der Gemeindepräsidenten der Region haben uns innert kürzester Zeit weite Teile der regionalen Bevölkerung ihre breite Unterstützung mit mehr als 30 000 Unterschriften bekundet. Wir freuen uns sehr über diese fantastische Stütze. Die grosse Sympathiebekundung wird uns in den kommenden juristischen Auseinandersetzungen den Rücken stärken. Herzlichen Dank für die riesige Unterstützung!
Natürlich ist diese Verzögerungstaktik des SHS für alle Betroffenen – die Berggasthöfe, das Kurhaus und zuletzt auch für die SWAG finanziell sehr belastend. Über eine Million Franken hat die SWAG bereits in die Projektierung und Bestreitung der Verfahren investiert. Die gesamte Belegschaft musste bis auf den Technischen Leiter entlassen werden und die Ertragsausfälle kummulieren sich seit dem Jahr 2010. Auch die Lage der Berggasthöfe mit Umsatzeinbussen bis zu 60 Prozent ist sehr prekär und die desolate Situation, in der sich das einst so stolze Kurhaus Weissenstein wiederfindet, spricht für sich. Die Misere auf dem Hausberg ist letztlich die Folge einer fehlenden übergeordneten Sichtweise und dem Ausblenden von fundamentalen Zusammenhängen, ein leider gängiges Denkschema in einer Zeit, in der Partikularinteressen oft über Gesamtinteressen gestellt werden.
An dieser Stelle rufen wir die Politiker auf, solchen Missbräuchen einen Riegel zu schieben. Es darf doch nicht sein, dass einzelne Körperschaften in fragwürdiger Eigenregie über eine ganze Region entscheiden, ohne für die finanziellen Folgen die Verantwortung tragen zu müssen.
Die SWAG nimmt die Herausforderung vor dem Bundesverwaltungsgericht an und ist willens, diese zu einem guten Ende zu führen. Bis dato sind noch alle Behördenentscheide zu unseren Gunsten ausgefallen und der Präzedenzfall der neuen Bahn von Kandersteg auf den Oeschinensee stimmt uns zuversichtlich.
Das Jahr 2012 ist ein weiteres Jahr ohne operative Tätigkeit, was wieder zu entsprechenden Verlusten in unserer Betriebsrechnung führen wird. Wir rechnen mit einem Entscheid des Bundesverwaltungsgerichts innert Jahresfrist. Im Falle eines positiven Entscheids vor Bundesverwaltungsgericht könnte mit den Arbeiten für die neue Bahn bereits im Frühjahr 2013 begonnen werden. In diesem Fall kann im Herbst 2013 die neue Gondelbahn auf den Weissenstein eröffnet und damit der Solothurner Hausberg zu neuer Blüte geführt werden.
Auf jeden Fall ist auf Grund der absehbaren Verzögerung mit entsprechend üblen Folgen für die Destination Weissenstein zu rechnen.

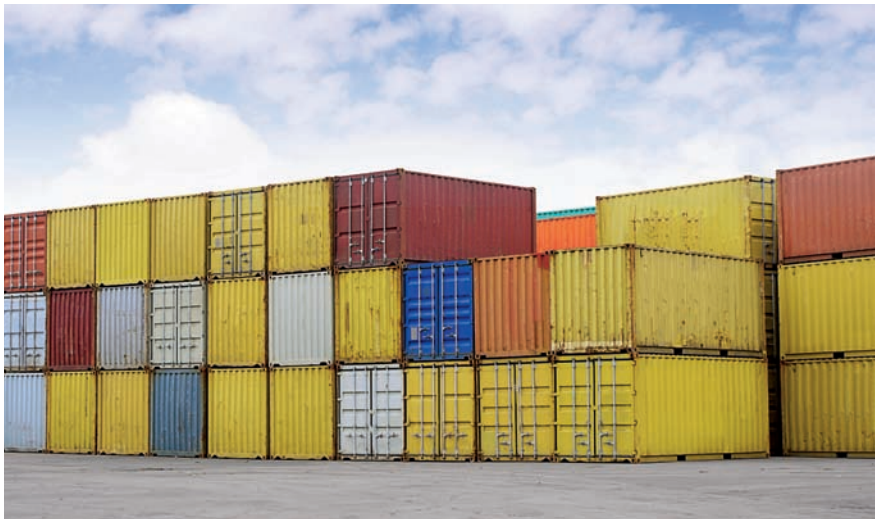
DER AUTOR

Urs Allemann vertritt diesen Standpunkt als Verwaltungsratspräsident der Seilbahn Weissenstein AG. Der Autor ist Mitinhaber und Geschäftsführer der Emch+Berger AG in Solothurn. Er ist seit 2004 für die CVP Mitglied des Kantonsrats, Vizepräsident der Parlamentarischen Gruppe Wirtschaft und Gewerbe und auch Gemeinderat in Rüttenen.

Verhandeln mit asiatischen Geschäftspartnern: Eine subtile Angelegenheit

Wer im asiatischen Raum verhandelt, wird je nach Land vielfältigen Verhaltensmustern mit besonderen Ausprägungen begegnen. Es wäre deshalb vermessen, diese Feinheiten und Unterschiede im Rahmen dieses Beitrags beschreiben zu wollen. Im Vergleich zu unserer westlichen Mentalität sind es einige grundlegende Merkmale, welche den Verhandlungsstil von Ländern wie beispielsweise Vietnam, Japan, auch Teile Russlands, vor allem aber China – den zurzeit bedeutendsten Verhandlungspartner der westlichen Welt – kennzeichnen. Die folgenden punktuellen Ausführungen beziehen sich deshalb in erster Linie auf diesen.

PROF. DR. RUEDI KÄCH



Wer im asiatischen Raum Güter aller Art absetzen möchte, tut gut daran, zuerst die Verhaltensmuster seiner Verhandlungspartner zu studieren.

Verhandlungen mit China erfordern in erster Linie ein Grundverständnis für die entwicklungsgeschichtliche Dimension und die Besonderheiten der Sprache dieses Landes. Die jahrelange Abkapselung hat Chinas Gesellschaft und ihre Normen – ohne Vergleichs- oder Vermischungsmöglichkeit mit andern Völkern – wesentlich geprägt. In der westlichen Welt gibt es keine nur annähernd analoge Erscheinung. Dazu kommen die Feinheiten der chinesischen Sprache, die in vielerlei Hinsicht mehrdeutig ist, nicht nur das eine oder das andere meint, sondern beides. Auch scheinbar unwichtige Hinweise und unverbindliche Antworten von chinesischer Seite haben einen klaren Zweck: Sie können etwa Ablehnung oder Zurückhaltung auf subtile Art und Weise signalisieren, oder sie lassen die Möglichkeit offen, ein Verhandlungsergebnis weiteren Hierarchiestufen vorzulegen – und das kann in der chinesischen Geschäftskultur durchaus zwingend sein.

Eine andere Mentalität

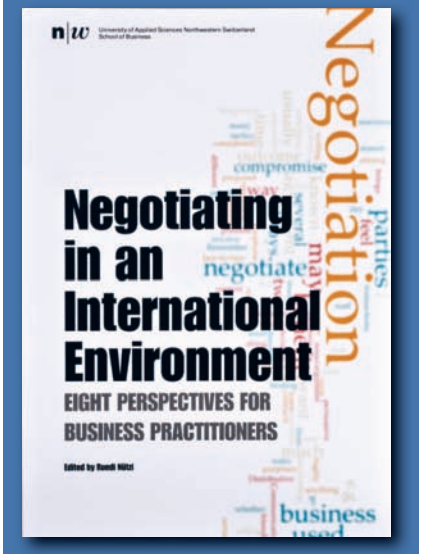
Unsere lineare und zielorientierte Art zu verhandeln, entspricht überhaupt nicht der chinesischen Mentalität. Diese versucht vielmehr das Thema einzukreisen – und den Kreis bei Bedarf wieder zu öffnen oder zu erweitern. Ein solches Vorgehen äussert sich aus unserem Verständnis etwa in unpräzisen und schwammigen Bemerkungen, die für uns nur schwer zu interpretieren sind und scheinbar wenig dazu beitragen, eine Verhandlung voranzutreiben. Zugleich erhöht sich das Risiko, in solchen Situationen falsche Schlüsse zu ziehen. Aus diesem Grund ist es oft hilfreich und vorteilhaft, gute Übersetzer beizuziehen. Englisch als Businesssprache ist bei internationalen Unternehmen und in grösseren Städten zwar verbreitet, aber gerade darin liegt die Gefahr, dass Feinheiten im sprachlichen Ausdruck von der westlichen Seite übersehen werden und die chinesischen Partner, die auf sie oft fordernd wirkende Art der Gegenseite als bedrängend oder gar aggressiv betrachten.

Gute persönliche Beziehungen – der Schlüssel zum Erfolg

Asiatische und insbesondere chinesische Verhandlungspartner legen auf die Pflege der persönlichen Beziehung viel mehr Wert als wir. So hängen denn auch fast alle Probleme, die in Verhandlungen entstehen können, mit dieser zusammen. Persönliche Beziehungen bilden die Basis ethischen Verhaltens. Und die Gegenseite fühlt sich uns gegenüber nur zu Fairness verpflichtet, wenn eine solche tatsächlich vorhanden ist! Deshalb sind persönliche Begegnungen und Gespräche bereits vor der eigentlichen Verhandlung derart wichtig. Sie entscheiden weitgehend darüber, was anschliessend überhaupt möglich sein wird. Vom Zeitpunkt an, wo das Fundament jedoch als tragfähig erscheint, kann die für die Chinesen so wichtige und im Taoismus begründete Balance entstehen. Die fordernde Art zu verhandeln, weicht zusehends einer integrativen, mit der man ein gemeinsames Ziel erreichen und jetzt auch den Weg zu diesem zusammen gestalten will. Eine gute und einvernehmliche Beziehung kann es ermöglichen, dass man nicht nur ein Verhandlungsziel anvisiert, sondern zusammen Wege und Brücken baut, um dieses zu erreichen.

Hierarchien wahren

Gemeinsame Erlebnisse in ungezwungenem Rahmen (zum Beispiel ein



Negotiating in an International Environment.

Die Hochschule für Wirtschaft (FHNW) hat 2011 ein Buch herausgegeben (Edited by Ruedi Nützi) mit dem Titel: «Negotiating in an International Environment. Eight Perspectives for Business Practitioners.» Anhand einer konkreten Verhandlungssituation beschreiben Fachpersonen von ausländischen akademischen Institutionen und Dozenten der Hochschule für Wirtschaft kulturell geprägte Verhaltensweisen, welche jedes Verhandlungsergebnis stark beeinflussen.

Unterhaltungs- oder Sportanlass) bilden die ideale Möglichkeit, um sich näherzukommen und Vertrauen aufzubauen. Essen und Trinken (auch in privater Umgebung) mit Gesprächsthemen, die mit dem Geschäft gar nichts zu tun haben, gehören selbstredend dazu. Formalitäten bleiben jedoch stets bedeutend und die hierarchischen Verhältnisse gewahrt. So wäre es etwa ein klarer Tabubruch, wenn von westlicher Seite ein junger Manager (selbst wenn er hoch qualifiziert ist) mit chinesischen Partnern aus dem Senior Management am gleichen Tisch verhandeln sollte. Andererseits wird die chinesische Seite stets darauf bedacht sein, ihren Gästen mit wichtigen und erfahrenen Persönlichkeiten aus der (lokalen) Politik und Wirtschaft die nötige Ehre zu erweisen. Wenn es uns gelingt, lokale Autoritäten oder Entscheidungsträger für uns zu gewinnen, steigen die Chancen für eine erfolgreiche Verhandlung massiv. Viele dieser Wertvorstellungen muten uns fremd an, und zugleich ist es entscheidend, auf sie einzutreten.

Keine offene Kritik

Damit sind wir bei einem weiteren wichtigen Merkmal chinesischen Verhaltens. Offene Kritik gilt als unhöflich und ist unbedingt zu vermeiden. Das Ansehen einer Person hängt davon ab, wie angemessen und rollengerecht sich diese in ihrem sozialen Netzwerk bewegt. «Mianzi» oder Wahrung des Gesichts ist ein anderer Ausdruck dafür. Das Gesicht kann wie Geld gewonnen oder verloren gehen, ja selbst gestohlen werden. Es ist deshalb unbedingt zu vermeiden, dass chinesische Partner brüskiert oder provoziert werden, weil selbst eine kurze Preisgabe der Selbstbeherrschung äusserst negative Auswirkungen auf eine entstehende oder bestehende Geschäftsbeziehung haben würde. Auch wenn die Ansichten unterschiedlich sind und ein Verhandlungsergebnis eher aussichtslos scheint, ist der chinesischen Seite sehr daran gelegen, dass beide Seiten das Gesicht wahren können und es keine offensichtlichen Gewinner und Verlierer gibt.

Verbindlichkeit

Schriftliche Verträge sind aus unserer Sicht das probateste Mittel, um Risiken zu vermeiden und Klarheit und Verbindlichkeit für beide Seiten zu schaffen. Chinesen gewichten hingegen eine mündlich erarbeitete Vereinbarung durchwegs höher als einen formalen schriftlichen Vertragsakt. Für sie bildet unsere Vorliebe für Details und Präzisierungen oft ein echtes Hindernis. Schriftliche Verträge beengen und definieren vorzeitig, was aus chinesischer Sicht in kleinen Schritten der Verbesserung und Annäherung zu erreichen ist, und ein Vertrauensverhältnis erst ermöglicht. Das betrifft im Übrigen auch die Agenda einer anstehenden Verhandlung. Auf klar definierte Traktanden und eine dafür vorgesehene zeitliche Bearbeitung legen Chinesen viel weniger Wert als wir, und es ist aus ihrer Sicht überhaupt kein Problem, diese vor Ort und bei Bedarf stets anzupassen oder zu ändern. Sie finden es auch keineswegs stossend, im Anschluss an eine Vertragsunterzeichnung noch kleine Änderungen oder Nachbesserungen einzureichen.

China im stetigen Wandel

Ein Punkt sei hier noch erwähnt: Die chinesische Gesellschaft befindet sich in einem stetigen und tiefgreifenden Wandel, der auch innerhalb Chinas zu beträchtlichen Unterschieden führt, was Verhalten und Werteempfinden anbelangt. Die jüngere und auslanderfahrene Business-Generation in den Ballungszentren der Ostküste ist vom westlichen Denken und Lebensstil viel stärker geprägt als Bevölkerungsteile im Landesinnern – und lebt diesen manchmal geradezu exzessiv. Vor Klischees, wie Chinesen sich verhalten und wie sie in Verhandlungen agieren, sei daher gewarnt, und wir tun gut daran, die Analyse des jeweiligen Umfelds (wer sind unsere möglichen Verhandlungspartner) so umfassend wie möglich in unsere Vorbereitung einzubeziehen. Für einen Eintritt in den chinesischen Markt eignet sich zum Beispiel Shanghai mit seinen zahlreichen international tätigen Unternehmen sicher wesentlich besser als Gebiete, die vornehmlich von Staatsbetrieben beherrscht werden. Eine grundsätzliche Frage drängt sich bei Überlegungen zu Geschäftsbeziehungen in einem interkulturellen Umfeld immer wieder auf: Warum sollen vor allem wir uns anpassen? Welchen Beitrag leistet die Gegenseite? Die Antwort ergibt sich, indem man die Frage anders stellt: Wie sehr ist uns daran gelegen, unser Verhandlungsziel zu erreichen – und wie gelingt uns das am besten?

DER AUTOR

Dr. Ruedi Käch ist Professor für Wirtschaftskommunikation an der Hochschule für Wirtschaft FHNW. Sein Hauptgebiet liegt in der Gesprächs- und Verhandlungsführung. Dabei hat er sich auch intensiv mit interkulturellen Aspekten auseinandergesetzt. Im folgenden Jahr 2013 nimmt er eine Einladung als Gastdozent an der Beijing Foreign Studies University zum Thema Verhandlungsführung wahr.

Kundenerlebnis als Wettbewerbsvorteil

Unternehmen stehen unter hohem Preis- und Innovationsdruck. Viele Märkte sind gesättigt und die Notwendigkeit, sich gegenüber der Konkurrenz zu unterscheiden, ist gross. Doch die traditionellen Differenzierungskriterien wie Qualität und Preis funktionieren nicht mehr. Es ist schwierig, besser als die Konkurrenz zu sein. Vielversprechend ist eine Differenzierung über die Kundenbeziehung. Die Praxis zeigt, dass diejenigen Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil haben, die in «Customer Experience» investieren.

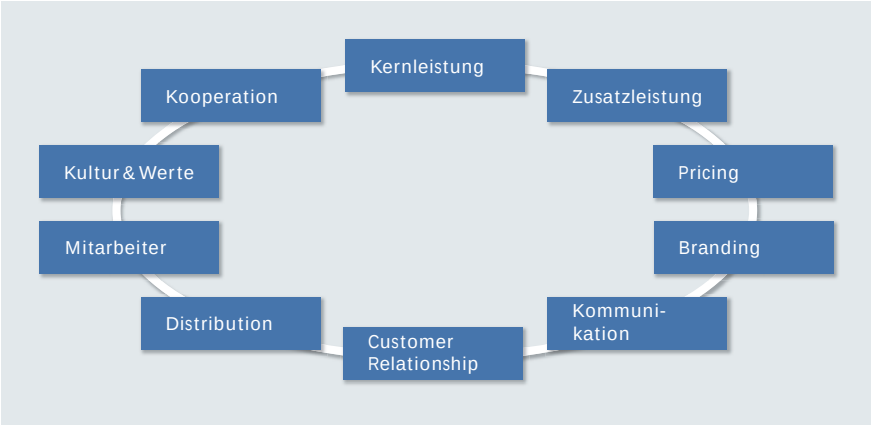
ROLF SCHMID

Der Begriff «Customer Experience» (CE) bezeichnet die Summe der subjektiven Erfahrungen, die ein Kunde bei der direkten oder indirekten Begegnung und Interaktion mit einem Unternehmen, beziehungsweise einer Marke macht. Diese Erfahrungsmomente entstehen vor, während und nach dem Kauf oder Konsum eines Produktes oder einer Dienstleistung. Die aktive und systematische Gestaltung dieser Kundenerlebnisse, bezeichnen wir als «Customer Experience Management» (CEM).

CEM steigert die Einzigartigkeit eines Unternehmens, es führt zu einer positiven Kundenbindung, einer hohen Kundenloyalität und damit glaubwürdigen Markenbotschaftern. Daraus resultiert für Unternehmen ein Wettbewerbsvorteil sowie ein spürbarer Mehrwert, für den der Kunden bereit ist zu bezahlen. In Europa steckt CEM noch in den Kinderschuhen. Zwar glauben viele Unternehmen, sie seien «kundenorientiert». Befragt man allerdings deren Kunden, so ergibt sich ein anderes Bild. Wie also kann ein Unternehmen positive Kundenerlebnisse schaffen?

Strategische Leitlinien für CEM
Die Erfahrung aus Beratungsprojekten zeigt, dass erfolgreiches CEM auf fünf strategischen Leitlinien basiert:

a) Den Kunden verstehen
Als erstes braucht es die Sicht von aussen nach innen. Die expliziten und impliziten Erwartungen und Bedürfnisse der Kunden bilden das Fundament für ein erfolgreiches CEM. Warum interessieren sich Kunden für ein Angebot und was daran erachten sie als nutzenstiftend? Herkömmliche Kundenbefragungen genügen nicht, um ein hilfreiches Bild zu gewinnen, denn sie vernachlässigen die unausgesprochenen Bedürfnisse der Kunden. Spezielle Befragungs- und Beobachtungsmethoden helfen hier weiter (Customer Insight).



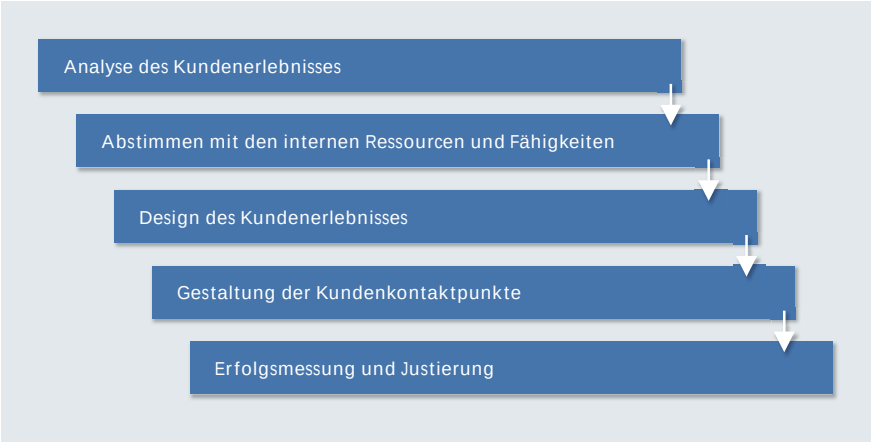
Das sind die zehn Ansatzpunkte im «Costumer Experience Management».

b) Das Geschäftsmodell ganzheitlich gestalten
CEM ist nicht einfach eine Marketingmassnahme. Vielmehr soll es gelingen, für den Kunden einen spürbaren Mehrwert zu schaffen, den er auch honoriert und der uns von der Konkurrenz nachhaltig unterscheidet.
Erfolgreiche CEM-Konzepte sprechen den Kunden auf verschiedenen Ebenen an. Deshalb betrachten und gestalten wir mit CEM nicht einfach nur das Produkt, die Dienstleistung oder die Werbung. Das gesamte Geschäftsmodell mit seinen verschiedenen Elementen (siehe Grafik) ist Betrachtungs- und Gestaltungsgegenstand des CEM-Konzeptes. Meist ist es gerade die innovative Kombination von verschiedenen Elementen des Geschäftsmodels, die ein einzigartiges Kundenerlebnis schaffen (z.B. Amazon: Internet als Vertriebskanal für Bücher).

c) Bewusste Interaktionen mit dem Kunden
Kennen Sie die Handlungs- und Entscheidungsprozesse Ihrer Kunden? Wichtig ist der sogenannte «Moment of Truth», also der Zeitpunkt, in dem sich ein Kunde aufgrund eines für ihn wichtigen Anliegens an Ihr Unternehmen wendet. Solche kritischen Kontaktmomente finden immer wieder statt, nicht bloss beim eigentlichen Kaufentscheid. Bereits das Ausfüllen eines Anfrageformulars im Internet kann für den Kunden ein «Moment of Truth» sein. CEM hinterfragt deshalb jeden einzelnen Kundenkontakt und überprüft diesen auf seinen Einfluss.

d) CEM als Prozess verstehen
Erfolgreiches CEM entwickelt sich mit dem Umfeld und den Kundenerwartungen. Es ist wichtig, Mechanismen zu schaffen, um die Ergebnisse der Kundeninteraktionen kontinuierlich zu erheben, zu analysieren und daraus neue Möglichkeiten abzuleiten.

e) CEM als Teil der Unternehmenskultur
CEM ist keine Einzelmassnahme, sondern eine Haltung. Die Einführung von CEM ist für Unternehmen ein Lernprozess. Nur so wird von Kundenorientierung als bequemem Slogan eine gelebte Realität. Damit diese Haltung im Unternehmen gelebt und verbreitet werden kann, müssen bestimmte Voraussetzungen geschaffen werden, beispielsweise indem «Silos» niedergerissen werden, denn Kundenerlebnisse halten sich nicht an die funktionalen Grenzen von Unternehmen.



Von der Analyse bis zur Erfolgsmessung: Der Prozess zur Umsetzung von CEM führt über fünf wichtige Stufen.

CEM in der Umsetzung

Unternehmen, die mit CEM arbeiten, durchlaufen stetig einen fünfstufigen Prozess:

1. Analyse des Kundenerlebnisses

Zu Beginn werden grundlegende Fragen beantwortet, um einen tiefen Einblick in die Welt des Kunden zu erlangen: Welche Bedürfnisse und Erwartungen haben meine Kunden und in welchem Kontext? Dabei genügt eine herkömmliche Kundensegmentierung nicht. Mit speziellen Methoden werden stattdessen Verhaltensmuster ermittelt und untersucht (Impact Analyses). Anhand dieser lassen sich die Kundenbedürfnisse ableiten. Es ist wichtig, den Kunden im Gesamten zu verstehen, denn daraus lassen sich Erkenntnisse für die Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen gewinnen.

2. Abstimmen mit den internen Ressourcen und Fähigkeiten

Wenn wir die Bedürfnisse unserer Kunden kennen, so stellt sich die Frage, welche davon wir tatsächlich erfüllen wollen und können. Brauchen wir allenfalls zusätzliche Kompetenzen oder Lizenzen?

3. Design des Kundenerlebnisses

Nun geht es darum, das Kundenerlebnis zu gestalten und zu implementieren. Alle zuvor identifizierten Erlebnistreiber werden auf ihre Relevanz für den Kunden überprüft und dann so gestaltet, dass daraus ein echtes Kundenerlebnis entsteht. Wie schaffen wir also Erlebnisse? Ein Beispiel: Automobilfirmen betrieben erheblichen Aufwand, um das Geräusch beim Schliessen der Autotür zu optimieren. Schliesslich kauft der Kunde mit all seinen Sinnen. Aus der Hirnforschung ist bekannt, dass fünf Erlebnismodule unterschieden werden können: sensorische, affektive, kognitive, verhaltensbezogene und soziale Erlebnisse. Die besten Resultate werden erreicht, wenn möglichst viele Module miteinander kombiniert werden und der Kunde somit auf verschiedenen Ebenen angesprochen wird. So können wir unserem Geschäftsmodell, den dazugehörigen Prozessen und Produkten, eine einzigartige Charakteristika verleihen, die nicht nachgeahmt werden kann.

4. Gestaltung der Kundenkontaktpunkte

Im nächsten Schritt geht es darum, die relevanten Orte und Momente, an denen der Kunde das Erlebnis wahrnimmt, festzustellen und zu gestalten (Customer Journey Mapping). Da der Kunde immer häufiger nicht nur die Rolle eines passiven Rezipienten hat, sondern durch Interaktion zum Beziehungspartner wird, spielt die Gestaltung der Schnittstellen zum Kunden eine entscheidende Rolle (z.B. Homepage oder POS).

5. Erfolgsmessung und Justierung

Schon zu Beginn sind Kennzahlen zur späteren Erfolgsmessung zu definieren, die nach erfolgter Implementierung Aufschluss darüber geben, wie gut das Konzept funktionierte. Die Ergebnisse fliessen wiederum in die nächsten Massnahmen mit ein.

Fazit

CEM ist mehr als die herkömmlichen CRM- und Marketingkonzepte. Es schafft neue Differenzierungs- und Wertschöpfungsmöglichkeiten und so einen Wettbewerbsvorteil. In verschiedenen Strategieprojekten konnten wir mit praxisorientierten und erprobten Methoden feststellen, dass sich das Konzept sowohl in B2B-, als auch B2C-Branchen erfolgreich anwenden lässt. Gerade die neuen Technologien (Social Media, Mobil, RFID, etc.) bieten unglaubliche Möglichkeiten, um Kundenerlebnisse zu schaffen. Werden Sie ein Unternehmen, das seine Kunden in besonderem Mass begeistert und an sich bindet. Kundenzufriedenheit und Kundenloyalität sind Ihr bestes Investment.

Natürliches Kundenerlebnis

Häufig zitierte Erfolgsbeispiele für CEM sind Grossunternehmen wie Appel, Amazon oder Nespresso, die mit ihrer Kombination von Erlebnistreibern einzigartige Geschäftsmodelle geschaffen haben. Es gibt aber auch hierzulande gute Beispiele. Erwähnt sei die Zulauf AG im aargauischen Schninznach (www.zulaufquelle.ch). Dem Familienunternehmen gelingt es mit einem umfassenden Angebot rund um Gärten und Pflanzen, innovativer Kommunikation, einem cleveren Multi-Channel-Management und weiteren Erlebnis-Elementen (z.B. iPhone-App) dem Kunden ein einmaliges Erlebnis zu verschaffen.

DER AUTOR

Rolf Schmid ist Mitinhaber der Unternehmensberatung TEAG Advisors AG (www.advisors.ch). Als Spezialist für Marketing, Kommunikation und Corporate Development unterstützt er Unternehmen bei Marktpositionierungen, der Entwicklung von Strategien und neuen Geschäftsmodellen sowie in der Unternehmenskommunikation. Er ist regelmässig Referent an Tagungen und Dozent an der Fachhochschule Nordwestschweiz. TEAG Advisors AG beschäftigt elf Mitarbeitende und hat Büros in Olten sowie in der Nähe von St. Gallen.

«Ein Meilenstein punkto staatlicher Bevormundung»

Den Schweizer Bürgerinnen und Bürgern mittels Gesetz vorschreiben, wie oft sie die Zähne zu putzen hätten? Das neue Präventionsgesetz des Bundes provoziert die «IG Freiheit».

Was dem Ständerat suspekt erscheint – er hat die Vorlage im Herbst 2011 an den Bundesrat zurückgewiesen – ist dem Nationalrat recht und billig! Zum Entsetzen des Schweizerischen Gewerbeverbandes (sgv) und seiner Mitgliedorganisationen hat die Grosse Kammer in der Märzsession mit 106 zu 79 Stimmen Eintreten auf das neue Präventionsgesetz des Bundes beschlossen. Da stelle man mit Erstaunen fest, schreibt der sgv, dass viele Vertreter von Parteien, die sich stolz als «liberal» bezeichnen, einem solch überflüssigen Gesetz zugestimmt hätten. Einem Gesetz, das eine Vielzahl unnötiger Vorschriften mitsamt millionenschweren Kampagnen auslösen dürfte und dessen Folgekosten nach dem Willen des Nationalrats mit einem KGV-Prämienzuschlag von 0,1 Prozent der Jahresprämie beglichen werden müssten. Das umtriebige Bundesamt für Gesundheit mit einem Wachstum von 50 Prozent beim Personalbestand und 75 Prozent beim Personalaufwand innerhalb von zehn Jahren würde den Steilpass dankend aufnehmen. Der im sgv für das Dossier «Präventionsgesetz» zuständige Ressortleiter Rudolf Horber befürchtet, dass solche Aktivitäten praktisch immer neue Einschränkungen und einen zusätzlichen bürokratischen Aufwand für Unternehmen und Einzelpersonen zur Folge hätten.
Scharfe Kritik kommt von der Gruppe «IG Freiheit». Die Mehrheit des Nationalrats sei offenbar der Meinung, dass den Schweizer Bürgerinnen und Bürgern mittels Gesetz vorgeschrieben werden müsse, wie oft sie die Zähne zu putzen hätten, «Augenmass und gesunder Menschenverstand scheinen den Politikern in Bern vollends abhandengekommen zu sein». Die Idee für ein Präventionsgesetz würde einen weiteren Meilenstein punkto staatlicher Bevormundung darstellen. Es könne nicht sein, dass staatlich verordnet werde, welche Nahrungsmittel gesund seien und wie viel Sport die Bürgerinnen und Bürger treiben müssten …
WIRTSCHAFTSflash zieht das Fazit: Trotz gegenteiliger Absichtserklärungen treibt der Regulierungswahn in Behördenstuben von Bund und Kantonen immer neue Blüten. Und die Parlamente geben erst noch ihren Segen dazu. Den selbstverliebten Bürokraten sind Werte wie «Freiheit» und «Eigenverantwortung» ein Gräuel. Dazu passend die Mahnung Karl Jaspers (1883-1969): «In der Freiheit ist zwar das Verderben gross, das völlige Verderben möglich. Ohne Freiheit aber ist das Verderben gewiss.»

So haben die Solothurner Nationalräte gestimmt

Ja zum Präventionsgesetz des Bundes:

Kurt Fluri (FDP),
Philip Hadorn (SP),
Bea Heim (SP),
Stefan Müller-Altermatt (CVP).

Nein zum Präventionsgesetz des Bundes:

Roland Borer (SVP),
Urs Schläfli (CVP),
Walter Wobmann (SVP).

ANZEIGE

Dringend gesucht: Präsidentin oder Präsident!

Der Gewerbeverband Grenchen (GVG) sucht eine neue Präsidentin, einen neuen Präsidenten oder ein mehrköpfiges Führungsgremium. Seit dem überraschenden Tod der ersten GVG-Präsidentin der Geschichte, Brigitte Gürber, im letzten Sommer, hält die ad interims-Führung verzweifelt Ausschau nach einer Nachfolgeregelung.

JOSEPH WEIBEL (TEXT), KURT KNUCHEL (BILD)

Ob sich GVG-Vizepräsident Markus Arnold (rechts) mit Willy Reinmann, Geschäftsführer des Gewerbevereins Solothurn, über mögliche Führungsmodelle unterhält?

Auch einem grossen Teil der Mitglieder scheint die Zukunft jenes Verbands nicht egal zu sein, der 2009 mit dem 111-Jahr-Jubiläum zwar eine Schnapszahl feierte, aber in dafür in diesem Rahmen mit zahlreichen Aktivitäten überraschte. 2010 wurde mit Brigitte Gürber zudem die erste Präsidentin in der Verbandsgeschichte gewählt. Sie sollte die aus dem Jubiläumsjahr gewonnene Dynamik fortsetzen und weiterentwickeln. Letzten Sommer starb die Mittfünfzigerin überraschend nach einer kurzen, schweren Krankheit. Vizepräsident Markus Arnold übernahm kurzerhand die Geschäfte und liess ziemlich schnell verlauten, dass er als Nachfolger auf keinen Fall in Frage käme. Auch weitere potenzielle Anwärter aus dem GVG-Vorstand winkten auf Anfrage ab. Daraufhin wurde eine dreiköpfige Taskforce eingesetzt, die Ende März der Generalversammlung eine Nachfolgeregelung hätte präsentieren sollen.

Künftig einen straff organisierten Verband?

Vizepräsident Markus Arnold machte in seinem Jahresbericht schnell deutlich, was Sache ist: «Ich stehe mit leeren Händen vor Ihnen. Es ist der Findungskommission trotz immensem Aufwand nicht gelungen, eine Nachfolge für Brigitte Gürber zu finden.» Die Tatsache, dass einem Verband wie dem GVG die Führungslosigkeit drohe, stimme ihn sehr traurig. Mögliche Szenarien zeigte Markus Arnold den Mitgliedern ungeschminkt auf. Seiner Meinung nach gebe es zwei Möglichkeiten: «Entweder wir treffen uns gelegentlich zu gemütlichen Meetings oder aber, wir sehen die aktuelle Situation als Chance und präsentieren uns künftig als straff organisierten Verband, der die Interessen des Gewerbes vertritt und gegen den harten Wind ankämpft.»

Milizsystem wird in Frage gestellt

Im Vorfeld dieser Generalversammlung waren im Vorstand bereits verschiedene Führungsmodelle in Betracht gezogen worden. Unter anderem auch eines mit einem Führungsgremium, das sich das Präsidium und die damit verbundenen Aufgaben aufteilt. Eine Mehrheit sieht in einem Präsidium, das von einer Person geführt wird, nach wie vor die beste Lösung. Nur: Weit und breit scheint niemand in Sicht zu sein, der sich dieser Aufgabe stellen will. Sehr schnell kam der Vorstand auch zur Erkenntnis, dass die Zeit eines Milizsystems auf Stufe eines professionell zu führenden Gewerbeverbands langsam, aber sicher am Ablaufen ist. Der Gewerbeverein Solothurn beispielsweise beschäftigt heute einen Geschäftsführer auf Teilzeitbasis. Dieses Modell kommt für Grenchen schon aus finanziellen Gründen nicht infrage, weil die Grundvoraussetzungen (Anzahl Mitglieder, Einzugsgebiet etc.) zum Teil völlig anders sind. Trotzdem ist man sich bewusst, dass gute Arbeit künftig honoriert werden muss. Im Mai dieses Jahres wird eine ausserordentliche Generalversammlung stattfinden mit dem unbedingten Ziel, das Präsidium des Gewerbeverbands Grenchen neu zu besetzen.

GEWERBEVERBAND GRENCHEN

Künftige Herausforderungen

An Aufgaben und künftigen Herausforderungen mangelt es dem Gewerbeverband Grenchen mit heute rund 160 Mitgliedern in der Tat nicht. An der Generalversammlung wurden die kurz- und mittelfristigen Meilensteine aufgezeigt: Erste Priorität hat die Neuorganisation der GVG-Führung.
Vor Ostern wurden die GVG-Gutscheine neu lanciert. Weil der Bekanntheitsgrad dieser bargeldlosen Einkaufsmöglichkeit nicht grösser geworden ist, sollen die Gutscheine verstärkt beworben werden. In Zusammenarbeit mit der Stadt sollen die Projekte «Wohn- und Einkaufsstandort Grenchen» zum Erhalt und zur Stärkung des Gewerbes weitergeführt werden.
Mitte Mai, anlässlich des Muttertags, wird die Grenchner Einkaufstasche lanciert.
Die Durchführung der Grenchner Weihnachtsausstellung, die 2011 ihr Revival hatte, soll langfristig gefestigt werden.

Mittwoch, 2. Mai bis Sonntag, 13. Mai 2012
Oltner Kabarett-Tage, Olten

Samstag, 12. Mai bis Sonntag, 20. Mai 2012
Mittelländer Ausstellung (MIA), Grenchen

Freitag, 18. Mai bis Sonntag, 20. Mai 2012
Solothurner Literaturtage, Solothurn

Donnerstag, 24. Mai bis Sonntag, 27. Mai 2012
TAKTO. Von Klassik bis gehobener Unterhaltungsmusik. Solothurn

Die Solothurner Handelskammer
stärkt die Solothurner Wirtschaft.

Dienstag, 15. Mai 2012
«Pensionskassen unter Druck – wir bieten Ihnen Lösungen».
Mövenpick Hotel, Egerkingen

Donnerstag, 24. Mai 2012
Generalversammlung der Solothurner Handelskammer
15.30 Uhr, Parktheater Grenchen

Mittwoch, 30. Mai 2012
«So fällt Ihnen die E-Mail-Kommunikation leichter».
Klubschule Migros im Sälipark Olten

Donnerstag, 31. Mai 2012
Zoll-Seminar «Freihandelsabkommen und Ursprungsregeln». Der korrekte Ursprungsnachweis für jeden Export. Solothurner Handelskammer, Solothurn

Dienstag, 5. Juni 2012
«Topaktuell – Incoterms 2010 – neue Fassung».
Das neue Seminar für Export-Interessierte.
Solothurner Handelskammer, Solothurn

Dienstag, 12. Juni 2012
Export-Dialog Skandinavien. Das Nordlicht lockt – Chancen für Schweizer Unternehmen in Skandinavien.
Kurs- und Seminarzentrum Sälihof, Olten

Dienstag, 12. Juni 2012
Generalversammlung Gründerzentrum Kanton Solothurn
Museum Blumenstein, Solothurn

kgv
Kantonal-Solothurnischer Gewerbeverband

Donnerstag, 10. Mai 2012
Delegiertenversammlung des Kantonal-Solothurnischen Gewerbeverbandes.
17 Uhr, Badmintonhalle Balsthal.

INSERENTEN IN DIESER AUSGABE

Aargauische Kantonalbank **5** Aastra Telecom Schweiz AG **14** Almeta Recycling AG **15** ASGA Pensionskasse - Vorsorgestiftung - Dienstleistungen AG **9** Bader AG Büro Design **21** Baloise Bank SoBa **2** Berner Kantonalbank BEKB **18** Brönnimann AG **18** BusPro AG **22** Credit Suisse AG **15** EBM Genossenschaft Elektra Birseck **9** Emch + Berger AG Solothurn **18** Emmenpark AG **21** Fachhochschule Nordwestschweiz Hochschule für Wirtschaft **11** GA Weissenstein GmbH **15** Implenia Bau AG Solothurn **18** Marti AG Solothurn **15** Menz AG **28** Mobilia Solothurn AG **28** Neosys AG **21** P. Sonderegger AG **31** Per Market Unternehmensberatung **18** Purexa GmbH **11** Roth AG Gerlafingen **15** SIO AG **31** SIU Schweizerisches Institut für Unternehmerschulung **21** Solothurner Verband der Raiffeisenbanken **32** Teag Advisors AG **18** UBS AG Marktgebiet Solothurn **10** Webgearing AG **20** WS Skyworker AG **18**

Q Publikation **WIRTSCHAFTSflash** ist vom Verband SCHWEIZER MEDIEN als Qualitätszeitschrift zertifiziert.

WIRTSCHAFTS flash

Das Magazin der Solothurner Wirtschaft, 33. Jahrgang.
Erscheint sechsmal jährlich, alle zwei Monate.

Herausgeber
Solothurner Handelskammer
Kantonal-Solothurnischer Gewerbeverband
Verantwortlicher Ausschuss
Paul Meier, pameier@sunrise.ch (Geschäftsführer)
Roland Fürst, rfuerst@sohk.ch
Andreas Gasche
andreas.gasche@kgv-so.ch
Joseph Weibel,
dejo-press@bluewin.ch
Redaktion
Joseph Weibel, DEJO Press
Buchenstrasse 101, 4500 Solothurn
Telefon 058 200 48 28
dejo-press@bluewin.ch
Fotoredaktion
Bernhard Strahm
Layout
www.divis.ch, 4500 Solothurn
Inserate
PM MARKETING, Paul Meier
Mattenstrasse 4, 4532 Feldbrunnen
Telefon 032 623 96 18
Mobile 079 206 26 45
Fax 032 623 96 19
pameier@sunrise.ch
Auflage
Mitgliederabonnements 4538,
Gratisauflage 1146,
Druckauflage 6387 Exemplare
(WEMF/SW-Beglaubigung 2011).
Geschäftsbedingungen
Siehe: www.wirtschaftsflash.ch
Administration, Abonnemente
Einfache Gesellschaft
WIRTSCHAFTSflash
Hans Huber-Strasse 38
4500 Solothurn
Telefon 032 624 46 24
Fax 032 624 46 25
info@kgv-so.ch
Abonnementspreise
Fr. 25.– für ein Jahr
Fr. 40.– für zwei Jahre.
online
www.wirtschaftsflash.ch
Druck, Spedition
Paul Büetiger AG, 4562 Biberist
Papier: MultiArt Silk, FSC, 90g/m²

Mit Namen gekennzeichnete Beiträge müssen nicht die Meinung der Redaktion oder der Herausgeber vertreten.

© Einfache Gesellschaft WIRTSCHAFTSflash, Solothurn

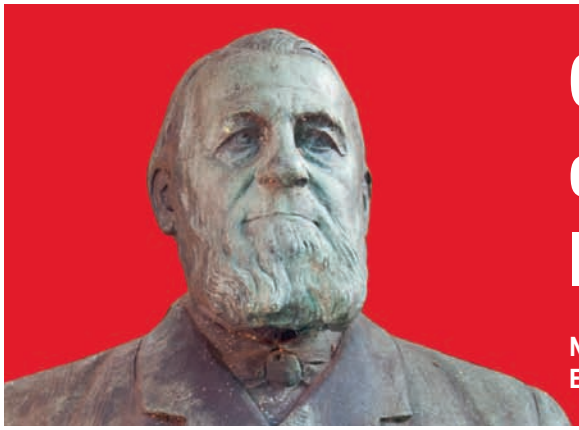
printed in switzerland

Sonderegger Facility Services.
Kontinuität erzeugt wertbeständige Partnerschaften.

Reinigung
Unterhalt
Hausdienst
Verpflegung

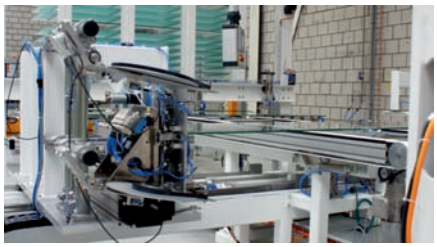
P. Sonderegger AG
Dorfstrasse 19
4612 Wangen bei Olten
Telefon 062 205 10 50
Fax 062 205 10 51
info@p-sonderegger.ch
www.p-sonderegger.ch

Sonderegger
Facility Services



Olten war schon immer ein gutes Pflaster für Innovationen

**Niklaus Riggenbach (1817 – 1899),
Erfinder der Zahnradbahn und Oltner Ehrenbürger**



Die Balkon- und Sitzplatzverglasungen des Marktleaders kommen aus Olten. Mit modernsten Produktionsanlagen werden die Verglasungen hier vor Ort millimetergenau vorgefertigt und durch zwanzig autorisierte Vertretungen in der ganzen Schweiz montiert. Weitere Infos unter www.cover.ch.

**SIO AG, Generalvertretung COVER, Rötzmattweg 66, 4603 Olten
Tel. 062 207 07 07, Fax 062 207 07 00 , info@cover.ch, www.cover.ch**

Nr. 1 in der Schweiz

COVER®

Balkon + Sitzplatzverglasung

AZB
4502 Solothurn

Willkommen bei der **Bank, die auch ein KMU ist.**

Als lokale, unternehmerisch unabhängige Bank sind wir selbst ein KMU und kennen deshalb Ihre Herausforderungen. Wir sind flexibel, engagieren uns für Ihre Ziele und sprechen Ihre Sprache. Als Teil der Raiffeisen Gruppe verfügen wir über ein weitreichendes Netzwerk und das Know-how, um Sie kompetent und zukunftsorientiert zu beraten. Vertrauen auch Sie einem fairen und soliden Partner. Ganz gleich, ob es um Zahlungsverkehr, Liquidität, Investitionen oder Ihre Nachfolge geht. Vereinbaren Sie jetzt einen Termin.
www.raiffeisen.ch/kmu

Wir machen den Weg frei

RAIFFEISEN