

Verlagsbeilage

KMU_today





«Ich gebe immer 100%.»

Alexandra Koster / Franz Koster Schmiede und Gestaltung GmbH

Andrea Bischofberger / Bischofberger AG

*Weil das Gleiche für die Rente gilt:
Swiss Life-Vollversicherung
mit 100% abgesicherter Rente.*

Was auch immer passiert, eines ist 100% sicher: die Swiss Life-Vollversicherung. Profitieren Sie von unserer Erfahrung und einer attraktiven Verzinsung. Wir beraten Sie gern in all Ihren Pensionskassenanliegen.



Scannen
und
informieren.

SwissLife 

Selbstbestimmt leben.

«Wir wollen Arbeitgeber und Arbeitnehmer mit flexiblen Mobilitätslösungen überzeugen»

Dominik Hörler, Teamleiter Geschäftskunden Ost bei den SBB, über die wachsenden Nachhaltigkeitsansprüche an Schweizer KMU, die Absenkung von Emissionen bei Geschäftsreisen, die Beratungsleistungen des Bahnunternehmens und Neuheiten für Firmenkunden.



Nachhaltig unterwegs: «Dafür beraten wir Unternehmen gesamtheitlich, berücksichtigen Geschäftsreisen, Pendlerverkehr und sogar die Freizeit», so Dominik Hörler. FOTOS: SBB

«Die Umsetzung von Massnahmen zur Absenkung von Emissionen bei Geschäftsreisen und Pendelverkehr gehört zu den brennendsten Themen.»

Herr Hörler, die Nachhaltigkeitsansprüche an Schweizer KMU werden immer höher. Inwiefern spüren Sie dies als Dienstleister?

Während früher – insbesondere vor der Pandemie – noch häufig die ökonomischen oder sozialen Ziele im Vordergrund standen, legen die KMU heute den Fokus viel stärker auf ökologische Themen. Die Beweggründe für eine Kontaktaufnahme mit unserem Bereich SBB Geschäftskunden haben sich daher definitiv gewandelt.

Welches sind dabei die brennendsten Themen?

Für KMU wird es immer wichtiger, bei Ausschreibungen die gewünschten Emissionsdaten zu liefern, weil die Lieferketten einen Grossteil der Emissionen im Scope 3 ausmachen, sprich die indirekten Treibhausgasemissionen. Grössere Unternehmen haben ab dem 1. Januar 2024 darüber hinaus eine Berichterstattungspflicht. Die Umsetzung von Massnahmen zur Absenkung von Emissionen bei Geschäftsreisen und Pendelverkehr gehört also definitiv zu den brennendsten Themen.

Die SBB bieten ihren Firmenkunden eine Mobilitätsberatung. Wie gestaltet sich diese?

Wir interessieren uns in erster Linie für die Bedürfnisse, Ziele und Herausforderungen eines Unternehmens. Wir wollen mit einer gesamtheitlichen Betrachtung der Mobilität verstehen, wo der Schuh drückt und darauf basierend konkrete Massnahmen vorschlagen.

Wie stark unterstützen Sie Ihre Kunden bei der konkreten Umsetzung der definierten Massnahmen?

Wir begleiten die Firmen von der Analyse über das Konzept bis zur Umsetzung von Massnahmen. Das ist oft ein langer und spannender Weg, den wir aber sehr gerne gemeinsam beschreiten.

Welche weiteren Möglichkeiten haben KMU, um ihre Mobilitätslösungen nachhaltiger zu gestalten, und welche Chancen ergeben sich dadurch?

Die Arbeitsformen – zum Beispiel «work smart», «work anywhere», «work@home» – leisten einen wesentlichen Beitrag zur Verminderung von Emissionen. Mit modernen Arbeitsformen werden aber auch die Mitarbei-

terzufriedenheit und die Arbeitgeberattraktivität gesteigert. Immer wichtiger werden auch multimodale Lösungen, die ein nachhaltiges Verhalten auf dem Arbeitsweg und auf Geschäftsreisen incentivieren. Dafür arbeiten wir mit Partnern zusammen, die mit uns weit über den öffentlichen Verkehr hinausdenken.

In welchen Bereichen besteht Ihrer Meinung nach der grösste Nachholbedarf?

Die Herausforderungen unterscheiden sich von Unternehmen zu Unternehmen – und damit auch der Nachholbedarf. Häufig werden jedoch falsche Anreize gesetzt, sei es im Spesenreglement, in den Reiserichtlinien oder bei den Lohnnebenleistungen. Ein Beispiel: Die Firma offeriert allen Mitarbeitenden einen kostenlosen Parkplatz. Wer sich jedoch nachhaltig verhält und mit dem Velo oder mit Zug und Bus zum Arbeitsplatz fährt, geht leer aus.

Die SBB selbst positionieren sich als Vorreiterin für die Nachhaltigkeit. Welchen Beitrag leistet das Bahnunternehmen konkret zur Erreichung der Klimaziele?

Es gibt eine Vielzahl von bereits umgesetzten Massnahmen und Plänen für die Zukunft, die auch mit sehr konkreten Zahlen unterlegt werden. Die SBB nehmen als bundesnaher Betrieb eine Vorbildfunktion ein. Zudem ist der öffentliche Verkehr schlicht und einfach umweltfreundlich. Rund 10% der Schweizer Gesamtemissionen können dank der Verkehrsverlagerung auf die Bahn vermieden werden. Dies entspricht rund 5 Millionen Tonnen CO₂ pro Jahr.

Wie sieht das Engagement der SBB für umfassende Nachhaltigkeit aus?

Als grösstes öffentliches Transportunternehmen sind die SBB Teil des Wirtschaftsmotors Schweiz. Durch ihr Handeln entlang einer definierten Strategie leisten die SBB aber auch einen Beitrag zur Erreichung der Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen in der Schweiz. Beispiele sind die Energiestrategie zum Klimaschutz (SDG 13) oder ihr Engagement rund um die Gleichstellung (SDG 15).

Welche weiteren Projekte für eine nachhaltige Mobilität sind in der Pipeline? Projekte gibt es natürlich immer viele. Zwei kann ich aber herauspicken. Zum

einen: Die Multimodalität wird weiterhin gefördert und ist der Schlüssel zu einer lückenlosen Mobilität von Haustür zu Haustür. Dafür brauchen wir Partnerschaften, die wir festigen und ausbauen. Zum anderen: Im internationalen Verkehr braucht es gute Verbindungen und einfache Buchungsplattformen. Nur so sind wir konkurrenzfähig und können nachhaltiges Reisen fördern.

Was unternehmen die SBB, um mehr Firmenkunden und Geschäftsleute zum Umsteigen auf den ÖV zu bewegen?

Wir wollen mit flexiblen und einfachen Mobilitätslösungen Arbeitgeber und Arbeitnehmer überzeugen, auf nachhaltige Verkehrsträger umzusteigen. Dafür beraten wir die Unternehmen möglichst gesamtheitlich, berücksichtigen Geschäftsreisen, Pendlerverkehr und sogar die Freizeit.

Müsste dies nicht auch über Ticketpreise geschehen? Kürzlich wurde bekannt, dass die Preise für GA und Halbtax durchschnittlich um 3,7 Prozent steigen.

Ein bezahlbares und qualitativ hochwertiges Angebot wird immer unser Ziel sein. Die Preise wurden im nationalen Verkehr aber letztmals vor sieben Jahren erhöht. In dieser Zeit wurde das Angebot weiter ausgebaut und das Rollmaterial stetig erneuert – ohne weitere Kosten für unsere Kundinnen und Kunden. Nun wird der ÖV aufgrund der kumulierten Teuerung im laufenden Jahr die Preise anpassen müssen. Wir sind überzeugt, dass das Angebot weiterhin attraktiv ist und mit dem motorisierten Individualverkehr mithalten kann.

Wie regelmässig nutzen Sie persönlich den Zug – geschäftlich und privat?

Geschäftlich reise ich ausschliesslich mit dem öffentlichen Verkehr und nutze das Carsharing-Angebot von Mobility, falls mein Ziel etwas abgelegen ist. Im Stadtverkehr bin ich gelegentlich auch mit einem E-Scooter unterwegs. Privat ist es ähnlich: Ich nutze jedes Verkehrsmittel, versuche aber ebenfalls, nachhaltig unterwegs zu sein, und bin darum in ganz Europa mit dem öffentlichen Verkehr unterwegs. Es ist erstaunlich, wie weit man mit etwas Zeit im Gepäck auf Schienen reisen kann.

Interview: Denise Weisflog

Zur Person

Dominik Hörler (40) ist seit verganginem Jahr Teamleiter Geschäftskunden Ost bei der SBB. Nach seiner Ausbildung zum Bahnbetriebsdisponent ist er über diverse Stationen im Verkauf und Kundendienst im Bereich SBB Geschäftskunden gelandet. Parallel dazu hat er diverse Weiterbildungen und Studiengänge in Leadership und Management absolviert.



Dominik Hörler, Teamleiter Geschäftskunden Ost bei den SBB.

Impressum

«KMU_today»

ist eine Verlagsbeilage des Unternehmens NZZ im Auftrag von NZZone. Verlagsbeilagen werden nicht von der Redaktion produziert, sondern von unserem Dienstleister für journalistisches Storytelling: NZZ Content Creation

Projektmanagement

NZZ Content Creation: Maurice Müller (Inhalt) und Sara Sparascio (Layout)
NZZone: Katharina Kälin (Verkauf)
Kontakt: Neue Zürcher Zeitung AG, Falkenstrasse 11, CH-8021 Zürich, +41 44 258 16 98, sales@nzzzone.ch

nzzzone.ch/nzzcontentcreation

Kontakt

Sind Sie an Mobilitätslösungen interessiert und möchten mehr erfahren?
SBB AG
Business Travel Service Center
Tel. 0848 111 456
sbb.ch/business



QR-Code scannen und mehr über das nachhaltige Engagement der SBB zu erfahren.

KMU stehen unvermittelt im Gegenwind

Für die Schweizer KMU haben sich die Aussichten in den Sommermonaten rasch eingetrübt. Die Erwartungen sind mittlerweile ähnlich schlecht wie während der Coronapandemie. Doch die KMU werden auch diesen Rückschlag verdauen, sind Experten überzeugt.

FREDY GILGEN

Nein, dieses Mal ist es nicht vom Regen, sondern von der Sonne in die Traufe. Noch im Frühling herrschte bei den helvetischen KMU Optimismus pur. Dieser ist in den Sommermonaten weitgehend geschwunden. Kein Wunder, dass bei diesen Wechselbädern auch die Prognosen der Experten für die KMU auseinanderklaffen. Am sorgenvollsten äussert sich Raiffeisen-Ökonom Fredy Hasenmaile. Die KMU im Industriesektor hätten lange vom pandemiebedingten Güternachfrage-Boom profitiert, erklärt er: «Doch seit etwa einem Jahr stagniert ihre Geschäftslage und sie war jüngst sogar deutlich rückläufig. Das zeigt der Raiffeisen-KMU-PMI, der zuletzt drei Monate in Folge unter der wichtigen 50er-Marke notierte, die Wachstum von Kontraktion trennt.» Auch der Geschäftslageindikator der ETH-Konjunkturforschungsstelle (KOF), der das Tempo der Schweizer Wirtschaft misst, hat im Juli deutlich nachgegeben. Die Wirtschaft beurteilt ihre Geschäftslage so ungünstig wie seit zwei Jahren nicht mehr – das war zuzeiten der Coronapandemie. Und das sowohl für die grossen wie die kleinen Firmen.

Als Grund für den Stimmungsumschwung nennt Hasenmaile das schwierige globale Umfeld und die nachlassende Industrienachfrage. Diese sei durch die hartnäckig hohe Inflation und den Zinsanstieg belastet worden. «Der Gegenwind ist aktuell so stark, dass der Rückgang der Energiepreise und die Entspannung bei den Lieferengpässen nur wenig Impulse gebracht haben.»

Export schwächelt

Das Neugeschäft ist nach Beobachtungen von Hasenmaile vor allem bei den exportorientierten KMU unter Druck gekommen. Bei den inlanderorientierten Betrieben sei die Auftragslage vielerorts noch stabil, aber auch hier nehme die Wachstumsdynamik ab. Zunächst habe die Wachstumsdelle die energieintensiven Branchen wie beispielsweise die Metall-, Papier- oder Keramikindustrie erfasst. Mittlerweile seien aber auch die meisten anderen Branchen unter Druck geraten, wie die Exportzahlen zeigten.

Es gibt nur wenige Ausnahmen, stellt der Raiffeisen-Ökonom fest: «Die krisenresistente Pharmabranche, die ihre Exporte auch im ersten Halbjahr steigern konnte, sowie die Uhrenbranche, deren Exporte im ersten Halbjahr sogar auf Rekordkurs liefen.»

SGV ist noch zuversichtlich

Deutlich weniger pessimistisch ist der Schweizerische Gewerbeverband (SGV). Er vernimmt unterschiedliche Signale von seinen Mitgliedfirmen. Auf der einen Seite sei die Verfassung des Schweizer Binnenmarktes gut bis sehr gut. Insbesondere Dienstleistungsbranchen freuten sich über eine gute Auslastung und steigende Margen. «Auf der anderen Seite sehen sich international orientierte Betriebe mit einer harzenden Nachfrage aus dem Ausland konfrontiert. Die hohen Inflationsraten ausserhalb der Schweiz sind ein weiteres Problem, das die Auslandsnachfrage dämpft», sagt Henriette Schneider,

stellvertretender Direktor des SGV.

Ebenfalls zuversichtlich äussert sich Patrick Sulser, Leiter Corporate Finance bei der Zürcher Kantonalbank (ZKB): «Einmal mehr bin ich beeindruckt von der Anpassungsfähigkeit unserer KMU. Sie meistern Herausforderungen wie die Lieferkettenengpässe, die Energiepreisentwicklung und den Personalmangel insgesamt sehr gut. Wobei dieser den Unternehmerinnen und Unternehmern quer durch alle Branchen aktuell die grössten Sorgen bereitet.»

Beim Problem der Lieferkettenengpässe ist in einzelnen Branchen nach Sulser eine teilweise Entspannung feststellbar. Die Lieferkette bleibe jedoch aus Sicht der KMU weiterhin ein fragiles Element im Wirtschaftskreislauf. Bei den exportorientierten Betrieben seien der starke Franken sowie die sich abkühlende wirtschaftliche Lage, insbesondere im umliegenden Ausland, spürbar.

Grosse Flexibilität hilft

Sulser geht davon aus, dass die kommenden Monate anspruchsvoll bleiben werden. «Unsere Unternehmerinnen und Unternehmer haben in den letzten Jahren jedoch bewiesen, wie flexibel und resilient sie sind. Dies, gepaart mit ihrem unermüdeten Einsatz und Ideenreichtum, wird dafür sorgen, dass unsere KMU auch in Zukunft erfolgreich sein werden.»

Sehr differenziert beurteilt Alexander Fust vom Institut für KMU der Uni St.Gallen den Geschäftsgang der kleinen und mittleren Unternehmen. Je nach Branche und Kundenfo-



Alles in allem blicken die Schweizer KMU der Zukunft positiv entgegen.

kus präsentiert sich die Lage anders:

- «Die Industriefirmen stellen grosse Unterschiede in verschiedenen Ländern fest, z.B. Deutschland mit hoher Inflation und tieferer Konsumentenstimmung oder die USA mit hoher Inflation und robuster Wirtschaftslage. Firmen mit grosser Abhängigkeit vom Konjunkturzyklus merken zusätzlich, dass es eine starke Volatilität der Auftragsengänge gab und gibt. Im Vergleich zum Vorjahr ist eine Abkühlung bei der Auftragslage erkennbar. Dies jedoch abhängig von den geografischen Märkten.»

- Zudem machen sich nach Fust auch die geopolitischen Spannungen bemerkbar, etwa zwischen den USA und China, die zunehmenden Druck bringen, sich für eine «Seite» zu entscheiden. Ähnliches gilt für Firmen mit Geschäftsbeziehungen nach Russland, die nach Alternativen suchen mussten.

- Firmen im Binnenmarkt hätten die relative Nachfragenstärke im nationalen Binnenmarkt festgestellt, auch wenn im Konsumgüterbereich die Auswirkungen der Inflation je nach Güterkategorie bemerkbar gewesen sei.

Was bringt die Zukunft?

«Alles in allem blicken die Schweizer KMU der Zukunft positiv entgegen, auch wenn für einige Betriebe die aktuelle Situation schwierig sein kann», fasst Fust zusammen. Viel hänge auch davon ab, wie stark die Branchen von etwaigem Wandel betroffen seien, etwa die Automobilzulieferer vom Wandel von Benzinern zur Elektromobilität.

Problem Nr.1: Fachkräftemangel

Konjunktursorgen hin oder her, über alle Branchen hinweg bleibt der Fachkräftemangel das grösste Problem der KMU, das besagt eine Studie der UBS und das sagt auch Henriette Schneider, stellvertretender SGV-Direktor: «Der Fachkräftemangel ist da und er wird bleiben.» Er hält ihn für ein gesellschaftliches Phänomen. Gerade deswegen reichen Massnahmen im Arbeitsmarkt nicht aus. «Um den Fachkräftemangel längerfristig zu lösen, brauchen wir eine gesellschaftliche Antwort. Diese muss alle Bereiche umfassen, etwa den

Luzerner Kantonalbank

«Die beiden finden immer eine Lösung. Sie gehören schon fast zur HUG-Familie.»

Für die erfolgreiche Umsetzung eines Investitionsprojekts braucht es eine gute Sparringpartnerin. lukb.ch/investieren

Ein eingespieltes Team: Patrick Koller und Fabian Fischer, Unternehmerbank der LUKB, und Anna und Andreas Hug, HUG AG



ADOBE STOCK

Nach Ansicht von Alexander Fust hat sich der Fachkräftemangel bei den Firmen im Vergleich zum Vorjahr nicht weiter verschlechtert. Auch wenn er je nach Branche und Fachkraft unterschiedlich ausgeprägt sei. Zur Milderung des Problems schlägt er Investitionen in die Automatisierung von Prozessen vor. Daneben gelte es auch, die Ausbildung zu forcieren, auch jene von Quereinsteigern, und zwar auf allen Ebenen. Dies seien aber nicht kurzfristige, sondern mittel- bis langfristige Lösungen.

Raiffeisen-Ökonom Fredy Hasenmaile sieht eine leichte Entspannung des Problems: «Die Unternehmen beurteilen den Fachkräftemangel seit Mitte des vergangenen Jahres insgesamt als doch etwas weniger ausgeprägt.» Dies wahrscheinlich, weil sich die Industriekonjunktur und damit auch die Nachfrage nach neuem Personal abgeschwächt habe.

«Im Vergleich zu vor der Pandemie sind die Rekrutierungsschwierigkeiten jedoch nach wie vor gross und für viele Unternehmen bleibt der Personalmangel klar das Hauptproblem. In der Industrie ist es beispielsweise immer noch schwierig, spezialisierte Mitarbeitende zu finden», sagt Hasenmaile.

Zuwanderung als Trumpf

Der wichtigste Hebel gegen den Fachkräftemangel bleibt nach seiner Ansicht die Zuwanderung. Ohne sie würde die Schweiz einen grossen Vorteil gegenüber anderen Ländern verlieren, die generell noch stärker vom Fachkräftemangel betroffen seien.

Daneben gibt es nach Hasenmaile noch einige weitere Ansatzpunkte, den Fachkräftemangel zu mildern, wie beispielsweise die Flexibilisierung der Arbeitsbedingungen. «Mit der Pandemie hat Remote Work deutlich an Bedeutung gewonnen. Im Unterschied zum Homeoffice hat der Arbeitnehmer hier lediglich einen Arbeitsauftrag und kann Arbeitszeiten und Arbeitsplätze selbst festlegen.» Vor allem im IT-Sektor bestünden so Chancen, neues Fachpersonal zu rekrutieren. Eine weitere Möglichkeit, den Personalmangel zu mildern, sei die Reaktivierung von älteren Mitarbeitenden oder von Müttern, die nach einer Pause wieder in ihren angestammten Beruf zurückkehrten.

Künstliche Intelligenz: Chance oder Risiko?

ZKB-Experte Patrick Sulser hat in Gesprächen mit Unternehmerinnen und Unternehmern die Erfahrung gemacht, dass sie dem Thema künstliche Intelligenz (KI) durchaus offen gegenüberstünden. Sie sähen Chancen dank Effizienzgewinnen, Automatisierung, Optimierung der Analyse und der Bewirtschaftung von Daten, in der Kundenansprache, im Marketing oder in der Betrugserkennung. «Die grössten Befürchtungen liegen im Bereich des Datenschutzes, der Cybersicherheit, der Informationssicherheit, der Transparenz und der Quellensicherheit. Auch neue Abhängigkeiten, das Handling der Komplexität sowie die Nachvollziehbarkeit machen vielen KMU Sorgen.

Schliesslich werden auch neue regulatorische Anforderungen und Zusatzinvestitionen kritisch betrachtet.»

«Die KMU erhoffen sich durch KI schlicht Effizienzsteigerungen, Kosteneinsparungen und mehr Umsatzwachstum», sagt Raiffeisen-Ökonom Fredy Hasenmaile. Überall, wo grosse Datenmengen anfielen, könnten KI-Systeme verwendet werden, um die Daten zu analysieren, Muster zu erkennen und Vorhersagen zu treffen. So könnten zum Beispiel in Personenwagen frühzeitig potenzielle Störungen im Getriebe erkannt werden. KI komme aber auch bei administrativen Aufgaben zum Einsatz, wie etwa in der Buchhaltung.

Die Bedenken: Kosten und Kunden

«Aus Unternehmenssicht sind wohl die Investitionskosten die grösste Herausforderung. KI erfordert Fachkräfte und Know-how, eine gute Datenbasis und einen gewissen digitalen Reifegrad. Zudem kann es Monate oder länger dauern, bis die Investitionen die erhofften Früchte tragen, währenddessen die Kosten hoch bleiben, weil beispielsweise das alte und neue IT-System für eine gewisse Zeit parallel laufen.» Eine weitere Befürchtung seien die Bedenken der Kundinnen und Kunden bezüglich des Datenschutzes oder der Entscheidungsfindung der KI-Systeme. Da unklar ist, wie die KI-Systeme zu ihren Ergebnissen gelangen, sei deren Output zuweilen nur schwierig vermittelbar. Ein Beispiel hierfür ist die Herleitung von Immobilienpreisen mittels KI.

Nach Hasenmaile gibt es also ein gewisses Dilemma: «KI soll unter anderem dazu beitragen, die Kundenzufriedenheit und die Kundenbindungen zu ver-

bessern. Bei manchem KMU dürfte aber Skepsis herrschen, ob die Kunden sich auf ein KI-System auch einlassen wollten.»

Nach Alexander Fust sind die Hoffnungen und Befürchtungen der KMU im Zusammenhang mit der künstlichen Intelligenz gespalten. Sie möchten die Übersicht behalten und keine wichtigen Veränderungen verpassen. Unternehmerinnen und Unternehmer, die sich stärker mit KI auseinandersetzen und die das Potenzial sehen, sind deutlich zuversichtlicher. Verschiedene, vor allem administrative Prozesse könnten dank KI automatisiert werden und somit auch mehr Arbeit erledigt werden. So könnte auch dem Fachkräftemangel entgegengewirkt werden. Um die KMU-Geschäftsmodelle KI-tauglich zu machen, brauche es neben dem Interesse aber auch die notwendige Zeit, sich damit zu beschäftigen, Zeit, die aber oft fehle, vor allem bei kleineren Firmen.

Über alle Branchen hinweg bleibt der Fachkräftemangel das grösste Problem der KMU.

Reka-Pay – die beliebte Lohnnebenleistung für Ferien und Freizeit

Mit Reka-Pay vergrössern Sie das Ferien- und Freizeitbudget Ihrer Mitarbeitenden und fördern so ihre Erholung. Das Zahlungsmittel gilt als steuerbefreite Lohnnebenleistung und ist an Tausenden von Akzeptanzstellen in der ganzen Schweiz einsetzbar. reka.ch



MIT REKA LIEGT MEHR DRIN.

reka GELD

Der Erhalt des Lebenswerks als wesentlicher Wertfaktor

Die Schweiz ist ein Stiftungsland. Rund 13 000 Stiftungen sind hierzulande aktiv. Damit belegt die Schweiz weltweit eine Spitzenposition. Die Ziele der Stiftungen sind dabei so individuell wie die Organisationen selbst.



Rudolf Obrecht ist Präsident der F.G. Pfister Holding und vertritt die «Pfister-Werte». PD

Die F.G. Pfister Stiftung engagiert sich für KMU, die vor einer Nachfolgeproblematik stehen.

Wettbewerbsfähigkeit von KMU

Heute engagiert sich die F.G. Pfister Stiftung für Schweizer KMU, die vor einer Nachfolgeproblematik stehen. Über die Akquisition solcher Firmen trägt die Stiftung so zur Wettbewerbsfähigkeit des Standort Schweiz bei – zugebenermassen kein typisches Betätigungsfeld für eine Stiftung, aber von grosser Bedeutung. In der Schweiz stehen in den nächsten Jahren viele KMU vor der Herausforderung, eine geeignete Nachfolge zu finden. Gemäss einer Studie des Wirtschaftsinformationsdiensts Dun & Bradstreet besteht bei 70 000 bis

90 000 KMU eine Nachfolgeproblematik. Es geht um rund eine Million Arbeitsplätze. Damit betrifft die Nachfolgeregelung auch das sogenannte Rückgrat der Schweizer Wirtschaft. Von den rund 600 000 Firmen in unserem Land sind 99 Prozent KMU, die zusammen für zwei Drittel aller Arbeitsplätze verantwortlich sind. Fehlende Nachfolgelösungen bedrohen damit auch die Vielfalt der Schweizer Wirtschaft, wenn Firmen in andere Unternehmen eingegliedert werden oder sogar ganz verschwinden.

Verantwortung als Leitmaxime

Pro Jahr prüft die F.G. Pfister Holding etwa 100 potenzielle Übernahmen. Unternehmerinnen und Unternehmern, die auf uns zukommen, geht es um den Erhalt ihres Lebenswerks. Und der ist ihnen meist mehr wert als der maximale Erlös. In der Stiftung sprechen wir vom «Pfister-Wert». Zusammengefasst kann man sagen, es geht darum, sich selber nicht in den Mittelpunkt zu stellen. Denn das Denken und Handeln sind in der Stiftung geprägt von ethischen Prinzipien und beruhen auf dem Gedankengut unseres Gründers Fritz Gottlieb Pfister. Die erfolgreiche langfristige Entwicklung unserer Unternehmen, die soziale Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und der Umwelt stehen immer im Zentrum. Der «Pfister-Wert» findet viel Zustimmung bei vielen Firmenehwerinnen und -inhabern. Das zeigt die Zunahme der Anfragen.

Generationenwerk

Die Firmenbeteiligungen sind die grösste Aufgabe der F.G. Pfister Stiftung. Daneben gibt es aber noch weitere Aktivitäten, wie etwa den Prix Suisse. Dieser prämiert herausragende Persönlichkeiten für ihr Lebenswerk. Mit der «Initiative Schweiz» werden innovative Ideen und Projekte in der Schweiz unterstützt. Mit allen Projekten soll dazu beigetragen werden, dass die Schweiz ihre globale Spitzenposition und Innovationskraft nachhaltig und langfristig sicherstellen kann. Im besten Fall ist die Stiftungsarbeit auch Inspiration für nächste Generationen – denn unternehmerisches Verantwortungsbewusstsein kommt schliesslich nie aus der Mode.

Zur Person

Rudolf Obrecht ist Präsident und Delegierter des Verwaltungsrates der F.G. Pfister Holding AG mit Sitz in Suhr, die zu 100% im Besitz der F.G. Pfister Stiftung ist. Die generierten Erträge der Holding tragen dazu bei, den Stiftungszweck der F.G. Pfister Stiftung zu erfüllen. Daneben hält Obrecht eine Handvoll weiterer Verwaltungsratsmandate und führt eine eigene Firma für Training, Coaching und Consulting.

RUDOLF OBRECHT

In der Schweiz bieten Stiftungen auf vielfältige Weise eine umfangreiche Bandbreite an Hilfsmassnahmen und Unterstützung. Mit der Pfister Stiftung werden Innovationen und Unternehmertum zum Nutzen der Schweizer Wirtschaft und Gesellschaft gefördert. Der Startschuss war dabei eher ungewöhnlich: 2019 verkaufte die F.G. Pfister Holding AG, die zu 100% im Besitz der F.G. Pfister Stiftung ist, das Einrichtungshandelsgeschäft einschliesslich Möbel Pfister. Das überge-

ordnete Ziel beim Verkauf war die erfolgreiche Zukunft von Pfister mit all seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Dieser Schritt war damals notwendig, damit sich das Unternehmen langfristig im Markt behaupten kann und die Arbeitsplätze in der Schweiz gesichert werden. Und das für die nächsten Generationen. Ganz im Sinne von Fritz Gottlieb Pfister, einem der bedeutendsten Wirtschaftspioniere seiner Zeit, möchten wir mit der Stiftung etwas zurückgeben an die Schweiz – das Land, dem das Einrichtungshaus viel zu verdanken hat.

Allianz 

Der
Grossauftrag
kann kommen

Mit den Allianz KMU-Versicherungen.
Wir schützen Sie und Ihr Unternehmen umfassend.
Damit Sie den Rücken frei haben für neue Herausforderungen.

ALLIANZ.CH/ANGEBOTE-GESCHAEFTSKUNDEN

Wie Firmen mit Hilfe von Daten Resilienz aufbauen

Laut dem Report «Datengesteuerte Resilienz: Wachstum in Zeiten der Ungewissheit» von Dun & Bradstreet sehen sich Schweizer Firmen einer Vielzahl von Herausforderungen gegenüber. Eine effiziente Nutzung von Daten kann helfen, diesen erfolgreich zu begegnen.

MACARIO JUAN

Selten waren die Bedrohungen für Unternehmen so vielfältig. Erst die Pandemie, dann der Krieg Russlands gegen die Ukraine, die gestiegene Inflation, die damit verbundene Zinswende und die immer strengeren regulatorischen Vorschriften – um nur die wichtigsten zu nennen.

Bedrohung durch Energiekosten

In den Chefetagen der Schweizer Firmen werden diese Risiken unterschiedlich wahrgenommen, wie sich im aktuellen Report «Datengesteuerte Resilienz: Wachstum in Zeiten der Ungewissheit» von Dun & Bradstreet zeigt. So ist insbesondere das Thema Internetsicherheit sowie die steigenden Energie- und Geschäftskosten, die Schweizer Firmenchefs als grösste Bedrohungen für ihr Business erachten. Die höheren Energiepreise nannten 36 Prozent der Befragten als grösste Sorge.

Dagegen werden Risiken wie Lieferkettenunterbrechungen oder die strengere Regulierung insbesondere von kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) als weniger bedrohlich wahrgenommen. Von den befragten Firmen mit 250 bis 500 Mitarbeitern erachteten diese beiden Faktoren nur 20 Prozent als Gefahr.

Doch egal, welcher dieser externen Faktoren nun wirklich am bedrohlichsten ist, klar ist, dass Unternehmen in einem so unsicheren Umfeld ihre Resi-

Ein schneller Zugriff auf relevante Daten hilft, Risiken zu reduzieren.

lienz stärken müssen. Schliesslich kann das dazu beitragen, Krisen besser zu überstehen und bestenfalls gestärkt aus schwierigen Phasen hervorzugehen.

Resilienz dank Daten

Hier ist es positiv, dass 23 Prozent der Schweizer Firmenchefs ihr Unternehmen für «äusserst resilient» halten. Doch ist zu vermuten, dass im derzeitigen Umfeld eine solche «äusserste Resilienz» von allen Unternehmen gefordert ist. Die Frage ist also, wie Firmen eine stärkere Widerstandsfähigkeit bekommen.

Hier kommt Daten eine wichtige Funktion zu. Durch eine einheitliche und sauber aufbereitete Datenbasis und



Dun & Bradstreet hat Führungskräfte in der Schweiz befragt, um ihre geschäftlichen Herausforderungen zu verstehen. Dies sind die zehn meistgenannten Herausforderungen.

DUN & BRADSTREET

deren effiziente Nutzung lässt sich die Resilienz vieler Unternehmen verbessern. Tatsächlich wird das Potenzial von Daten von vielen Schweizer Firmen laut dem Report zur Neukundengewinnung und damit zur Umsatz- und Gewinnsteigerung bereits genutzt.

Doch bietet ein schneller Zugriff auf relevante Daten auch die Möglichkeit, entstehende Risiken zu reduzieren. Ein Ansatzpunkt kann die Lieferkette sein, wo Datenerkenntnisse helfen, potenzielle Unterbrechungen frühzeitig zu

erkennen und sichere Alternativen für die Lieferketten zu finden. Aber auch bei der Einhaltung der Regulatorik sind Daten wichtig. Beispiel Lieferkettengesetz: Künftig sind Firmen dafür verantwortlich, dass ihre Zulieferer ökologische und soziale Standards einhalten. Solche immer strengeren Vorschriften lassen sich mit einem auf einer guten Datenbasis basierenden Risikomanagement umfassend erfüllen.

Eine gute Datenbasis kann Firmen dabei helfen, Wachstumschancen zu identi-

fizieren und potenzielle Risiken vorwegzunehmen. Eine wesentliche Voraussetzung ist allerdings, dass alle verfügbaren Daten sauber aufbereitet und qualitativ hochwertig und aktuell sind und dass diese mit Hilfe entsprechender Tools verarbeitet werden. Zwar ist das für Unternehmen kaum selbst zu bewerkstelligen. Es kann aber hilfreich sein, auf externe Dienstleister zurückzugreifen, die die Daten zur Verfügung stellen, die den notwendigen Anforderungen entsprechen.

Macario Juan ist Managing Director Dun & Bradstreet Schweiz und Österreich

Dun & Bradstreet

Dun & Bradstreet ist ein weltweit führender Anbieter von Unternehmensdaten und Analyselösungen. Das Unternehmen unterstützt Kunden auf der ganzen Welt dabei, ihre Entscheidungsfindungsprozesse zu optimieren und ihre Umsätze zu steigern. Die Data Cloud von Dun & Bradstreet bildet die Basis für diesen Erfolg und liefert wertvolle Erkenntnisse. Auf Grundlage dieser Informationen sind Kunden in der Lage, ihre Umsätze gezielt zu steigern, Kosten sowie Risiken zu senken und ihr Geschäft zu transformieren.

dnb.com/ch

Beton: Fundament der Nachhaltigkeit und Innovation für die Schweizer Wirtschaft

Beton ist weit mehr als nur ein Baumaterial – er ist der Schlüssel zur Nachhaltigkeit und zur Stärkung der Wirtschaft. Mit seiner Langlebigkeit und Vielseitigkeit spielt Beton eine entscheidende Rolle im ressourceneffizienten und zukunftsweisenden Bauen. Dieser Artikel beleuchtet die vielseitigen Facetten von Beton und präsentiert wegweisende Forschungsansätze.



Patrick Suppiger
Geschäftsführer
Betonsuisse
Marketing AG

PATRICK SUPPIGER

Der Enabler: Beton in der Schweiz

Beton ist das nach Masse meisthergestellte Produkt. Jährlich werden in der Schweiz rund 60 Millionen Tonnen Baustoffe benötigt, wovon der Grossteil Beton ist. Als Baumaterial ist er für viele Infrastrukturprojekte unverzichtbar. Egal ob im Wohnungs- und Nutzbau, beim Bau von Staumauern, Tunneln oder Brücken – Beton bleibt von grosser Relevanz.

Regionales Naturprodukt

Beton ist ein Naturprodukt und basiert auf den natürlichen Rohstoffen Sand, Kies, Wasser und Zement. Die Produktion von Beton erfolgt regional. 500 über die ganze Schweiz verteilte Betonwerke gewährleisten nicht nur eine sichere Versorgung und kurze Transportwege, sondern stärken auch die lokale Wirtschaft. Die gesamte Wertschöpfung bleibt in der Schweiz, was nicht nur ökologisch, sondern auch ökonomisch Sinn ergibt.

Bestehendes bewahren

Die Robustheit von Beton macht ihn widerstandsfähig gegenüber Umwelteinflüssen und gewährleistet langlebige Konstruktionen, die den Test der Zeit erfolgreich bestehen. Betonbauten

im Hochbau haben eine angenommene Lebensdauer von rund 50 Jahren, können aber je nach Qualität und Nutzung auch weit über 80 Jahre halten. Dies ermöglicht eine langfristige Nutzung und Wiederverwendung von Betonstrukturen, wie zum Beispiel beim Bürogebäude der Swiss Prime Site Immobilien an der Müllerstrasse in Zürich. Das 1981 erstellte Gebäude, das bis 2024 umfassend saniert wird, besteht aus einem robusten Betonrohbau, der eine nachhaltige Transformation der Liegenschaft ermöglicht. Dadurch können etwa 2600 Tonnen CO₂-Emissionen im Vergleich zu einem Neubau eingespart werden.

Wenn aus Abbruch Aufbruch wird

Beton bricht alle Rekorde, wenn es um Wiederverwendung geht: Eine Quote von 90 bis 100 Prozent verdeutlicht, dass Betonabbruch nahezu komplett wiederverwertet wird und ohne jeden Verlust in die «Kreislaufwirtschaft Schweiz» gelangt. Recyclingbeton ist ein hochwertiger Baustoff, dessen Herstellung und Qualitätsüberwachung strenge Normen erfüllt.

Klimaschutz

Die Betonherstellung geht mit CO₂-Emissionen einher, doch die Branche setzt auf weiterführende Innovationen für eine umweltfreundlichere Zukunft: So haben etwa die Schweizer Zementunternehmen die Industrieziele zur Emissionsreduktion stets übertroffen und streben bis 2050 Netto-Null-Emissionen an. Dies kann nicht nur mit bisher beschrifteten Ansätzen geschehen, sondern benötigt bahnbrechende Technologien wie «Carbon Capture and Utilization», also die Abscheidung und Nutzung von CO₂.



Visualisierung des Bürogebäudes der Swiss Prime Site Immobilien an der Müllerstrasse in Zürich.

SWISS PRIME SITE IMMOBILIEN

Innovationen in der Betontechnologie

Die schweizerische Betonindustrie ist eine Quelle stetiger Innovation im nachhaltigen Bauwesen. Forscher und Ingenieure treiben die Entwicklung von umweltfreundlichem Beton voran:

- CO₂-Speicherung im Beton: Die rezyklierte Gesteinskörnung dient als aktiver CO₂-Speicher. Dieses innovative Verfahren nutzt CO₂ aus Kläranlagen und bindet es dauerhaft in der Gesteinskörnung.

- Thermische Bauteilaktivierung: Hierbei nutzt man die Wärmespeicherfähigkeit von Beton, um optimalerweise im Zusammenspiel mit Geothermie oder

Solarenergie den Energiebedarf von Gebäuden zu reduzieren.

- Beton zeigt auch in Verbindung mit anderen Baustoffen seine Stärke, was vielfältige Möglichkeiten für nachhaltige Bauprojekte bietet (hybride Konstruktionen).

- Es gibt eine Vielzahl von Innovationen im Bereich Beton, die über die Pilotphase hinausgehen. So etwa alternative Bindemittelsysteme mit geringerer CO₂-Emission oder der Einsatz von 3D-Druck, der Materialeinsparungen, kürzere Bauzeiten oder den Verzicht auf herkömmliche Schalungen ermöglicht.

Beton ist nicht nur ein Grundbaustein, sondern der Motor für nachhaltiges Bauen und wirtschaftlichen Erfolg in der Schweiz. Durch seine Robustheit, Vielseitigkeit und Innovationskraft bleibt Beton ein Eckpfeiler der Baubranche. Die kontinuierliche Forschung und Innovation im Betonbau weist den Weg in eine nachhaltige Zukunft. Schweizer KMUs können von den zahlreichen Vorzügen von Beton profitieren, angefangen bei niedrigeren Kosten über Flexibilität bis hin zur Werterhaltung von Immobilien.

Die Betonsuisse Marketing AG

Die Betonsuisse Marketing AG wurde Ende 2006 gemeinsam von vier Organisationen der Baustoffindustrie gegründet. Sie nimmt die Marketing- und Kommunikationsaktivitäten der an der Wertschöpfung von Beton beteiligten Industrien wahr. Betonsuisse informiert über aktuelle Trends, Wissenswertes und neueste Entwicklungen im Bereich des Baustoffs Beton. Durch praxisorientierte Fachveranstaltungen, Exkursionen und Publikationen strebt die Organisation einen Wissenstransfer sowie einen regen Erfahrungsaustausch im Bereich Beton an.

betonsuisse.ch
beton2030.ch

Tief durchatmen

Oxygen at work verbindet Zimmerpflanzen mit künstlicher Intelligenz, um das Innenraumklima in Büros zu optimieren. Das sorgt nicht nur für bessere Luft, sondern auch zufriedene Mitarbeitende. Seit seiner Gründung ist das Startup mit der Business-Software von Klara unterwegs und damit hochzufrieden.

MICHAEL STAUB

In Zürich-Enge befinden sich die Büros von Oxygen at Work. Die obere Etage erinnert an einen sehr gemütlichen Urwald, das untere Stockwerk wird gerade eingerichtet. «Wir sind noch nicht fertig, hier braucht es noch viel mehr Pflanzen», sagt CEO Manuel Winter. Wer an durchschnittliche Büros gewohnt ist, hätte vermutlich gar nichts aussetzen. Doch bei Oxygen at Work sind die Ansprüche hoch. Kein Wunder: Das Unternehmen will Firmen die perfekte Büro-Bepflanzung bieten. Einerseits soll diese das Auge erfreuen, andererseits das Innenraumklima optimieren. Denn ein Büro, in dem sich angenehm arbeiten lässt, motiviert die Mitarbeitenden und steigert ihre Produktivität. Um sowohl das Auge zu erfreuen wie auch ein physisch «anmücheliges» Klima zu bieten, brauche es einigen Aufwand, erläutert Manuel Winter: «Unser Team umfasst Gärtnerinnen, Biologen und Ingenieure. Gemeinsam kombinieren wir die für einen bestimmten Standort passenden Pflanzen mit künstlicher Intelligenz. So kann die Bepflanzung überwacht und, wo nötig, optimiert werden. Denn je nach Standort und Bedingungen vor Ort brauchen die Pflanzen mehr oder weniger Wasser. Zudem vertragen sich nicht alle Arten miteinander.»

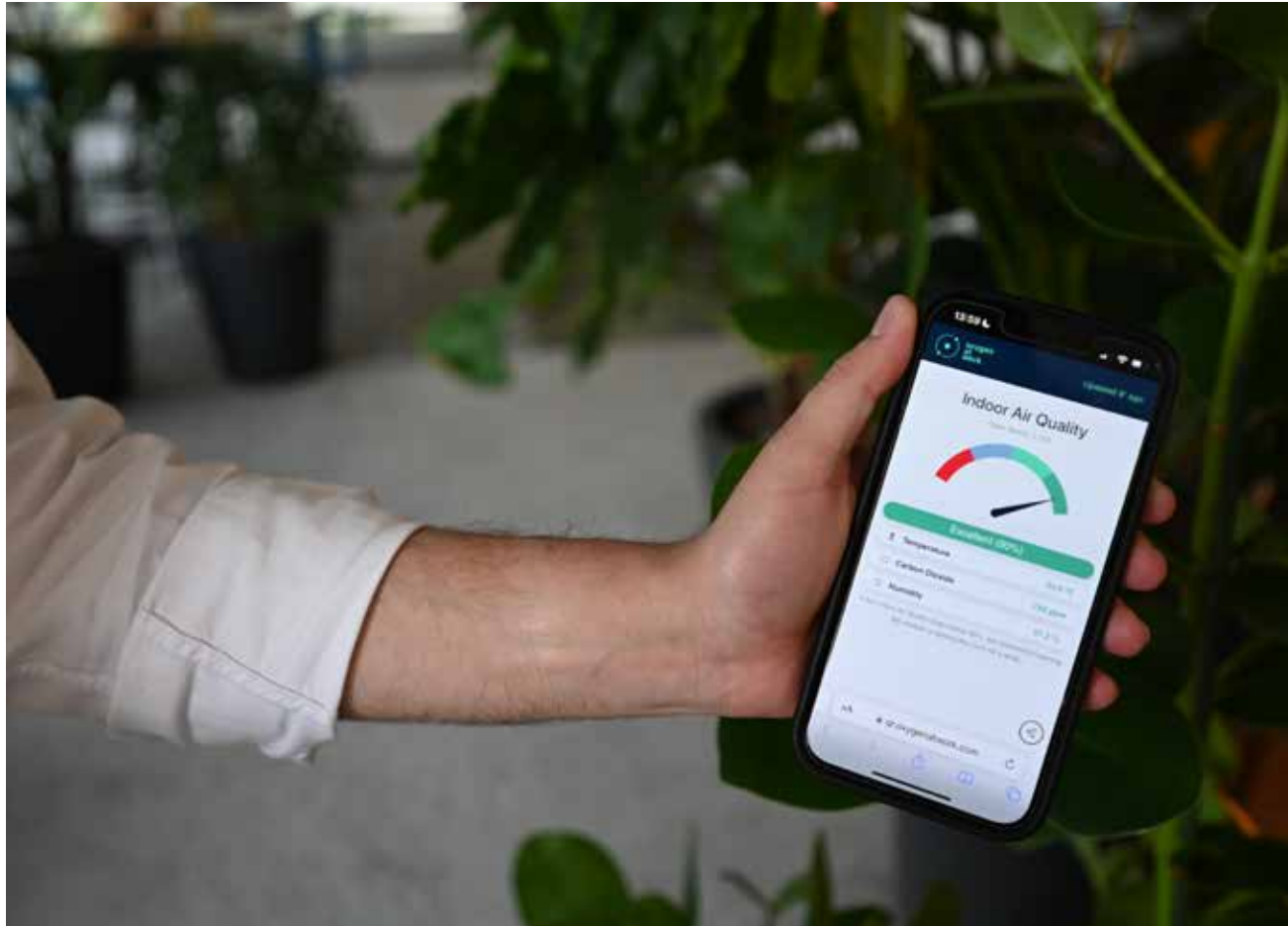
Schlauer grüner Daumen

Braucht es wirklich eine KI, um Zimmerpflanzen richtig zu giessen? Wer daran zweifelt, sieht sich am besten ein paar typische Schweizer Büroflächen an. An Pflanzen fehlt es in der Regel nicht, wohl aber an der richtigen Pflege. Wenn sich Mitarbeitende für das Bürogrün verantwortlich fühlen, giessen sie es häufig viel zu oft und ertränken damit die Pflanzen. Hat hingegen jemand keinen grünen Daumen, verdorren und verdorren die Pflanzen früher oder später. Manche Grossfirmen behelfen sich damit, die Pflege an externe Dienstleister auszulagern. Doch auch hier zeigt sich meistens schnell, dass Giessen allein nicht die Lösung ist.

Der Grund dafür liegt beim Innenraumklima. Dieses ist nicht statisch, sondern ändert sich in einem grösseren Büro oft im Minutentakt. Offene Fenster sorgen für Zugluft, die Sonneneinstrahlung für trockenere Luft. Bei starker Belegung oder vielen Sitzungen steigt rapide der CO₂-Gehalt der Luft, der Stossverkehr kann die Feinstaubbelastung auch im Inneren ansteigen lassen.

Für diese vielen unberechenbaren Variablen gibt es einen perfekten Puffer, nämlich die Natur. Pflanzen absorbieren CO₂ und geben Sauerstoff ab, sie regulieren die Luftfeuchtigkeit, bringen eine angenehme Frische und die Farbe Grün in den Raum, welche auf Menschen beruhigend und ausgleichend wirkt. So gesehen, sind Büropflanzen also eine hervorragende Idee – zumindest, wenn sie wachsen und gedeihen.

Damit dies klappt, müssen zwei Dinge stimmen. Erstens sollten die Pflanzen an den jeweiligen Standort angepasst sein und miteinander harmonieren. So, wie gewisse Küchenkräuter nicht nebeneinander gepflanzt werden dürfen, müssen auch gewisse Rivalitäten unter den Topfpflanzen berücksichtigt werden. Zweitens spielt das Innenraumklima eine wichtige Rolle für die Pflege und führt allenfalls zu einem Ersatz einzelner Pflanzen. Und genau hier kommt nun die KI ins Spiel. In den Büros der Kundinnen und Kunden platziert Oxygen at Work selbst entwickelte Sensorboxen. Diese Kästchen sind etwa so gross wie das Netzteil eines Tablets. Sie messen im Minutentakt alle wichtigen Werte des Innenraumklimas. Dazu gehören CO₂-Gehalt und relative Feuchte der Luft, Feinstaubbelastung und Geräuschpegel, Helligkeit und vieles mehr. Diese



Alles im grünen Bereich: Die Sensoren von Oxygen at Work messen zahlreiche Parameter. Mit einer App kann das Innenraumklima jederzeit geprüft werden.



Starkes Trio: Manuel Winter, Rita Salathé und Joel Bloch (v.l.n.r.) haben Oxygen at Work 2017 gegründet und sorgen bei ihrer Kundschaft für frische Luft und zufriedene Mitarbeitende.

FOTOS: MICHAEL STAUB

Daten werden in eine Cloud übermittelt und dort aggregiert. Nach ein bis zwei Wochen seien dann erste Auswertungen möglich, berichtet Manuel Winter: «Die Pflanzen benötigen eine Weile, bis sie am Standort akklimatisiert sind und ihre Fotosynthese und Verdunstung richtig funktionieren. Danach können wir relativ schnell den positiven Effekt auf das Raumklima aufzeigen.»

Robuste Lösung

Die Idee überzeugt. Zu den grossen Kunden von Oxygen at Work gehören Microsoft, ABB oder Lindt & Sprüngli, aber auch viele KMU. Interessanterweise hat die Corona-Pandemie für zusätzlichen Schub gesorgt. «Die Luftqualität wurde auf einmal zum Thema, die Leute wurden sensibilisiert. Ebenso

merkten viele Firmen, dass sie ihren Arbeitnehmenden im Büro etwas bieten müssen. Die Mitarbeiter kommen nur aus dem Home-Office, wenn es sich auch lohnt, aus dem Haus zu gehen», sagt Winter. 2022 expandierte Oxygen at Work nach Deutschland. Dort werden die Kunden von je einem Büro in München und Berlin aus betreut.

Wer seinen Kundinnen und Kunden entspanntes Arbeiten ermöglicht, will dies auch im eigenen Haus so handhaben. Effizientes Arbeiten und schlanke Strukturen sind für Oxygen at Work zentral. Deshalb setzt das Unternehmen seit der Gründung 2017 auf die Klara Buchhaltung. «Besonders wichtig waren mir der ortsunabhängige Zugriff, ein hoher Automatisierungsgrad und ein möglichst geringer Zeitverlust», berichtet Manuel Winter. Bis vor kurzem küm-

merkte er sich selbst um die Buchhaltung. Nun wurde diese an ein externes Treuhandbüro delegiert. Klara kommt weiterhin zum Einsatz, was die Zusammenarbeit erleichtert: «Man muss sich nicht persönlich treffen, um knifflige Buchungen zu besprechen, denn via Klara hat auch der externe Partner Zugriff auf die tagesaktuellen Daten», sagt Manuel Winter.

Ebenfalls seit 2017 wird die Klara Lohnbuchhaltung eingesetzt. Mit sehr gutem Erfolg, wie Winter berichtet: «Pro Monat benötige ich nun noch maximal fünf Minuten für eine kurze Kontrolle der Abrechnungen. Einige unserer Mitarbeitenden sind quellensteuerpflichtig, andere haben monatlich schwankende Spesen oder Arbeitspensen. All diese Fälle hat Klara im Griff, und falls wir uns doch mal mit einer Bu-

chung verhasen, ist die Korrektur sehr einfach und schnell gemacht.»

Ideale Unterstützung

Mit der Funktion und dem Komfort von Klara ist Manuel Winter sehr zufrieden: «Die Verbuchung läuft problemlos. Dank der aktuellen Kennzahlen sind wir nahe am Geschäft und sehen jederzeit, wie die Entwicklung verläuft.» In den ersten fünf Monaten dieses Jahres wuchs die Zahl der Mitarbeitenden von 30 auf 40. Gerade bei diesen starken Wachstumsraten sei die Skalierbarkeit der Software ein Vorteil, sagt Manuel Winter: «Klara geht nahtlos mit unserem Wachstum mit, das ist natürlich sehr angenehm. Ob wir nun 40 oder 50 oder 100 Mitarbeitende haben, wird kaum einen Unterschied machen.»

«Die Mitarbeiter kommen nur aus dem Home-Office, wenn es sich auch lohnt, aus dem Haus zu gehen.»

Firmenimmobilien – alles andere als Nebensache

In der Bilanz gehören die betriebseigenen Immobilien zu den grossen Aktivposten, für eine ertragseffiziente Bewirtschaftung fehlt aber oft die Expertise. Die Luzerner Kantonalbank berät Unternehmer von der Bestandsaufnahme bis zur Cashflow-Planung.

STEFAN HEGGLI

Die Nachricht sorgte schweizweit für Aufsehen: Der Backwarenhersteller Hug übernimmt Wernli, den Hersteller der beliebten Biskuits «Choco Petit Beurre». Das Luzerner Familienunternehmen kam damit in den Besitz eines Fabrikareals von mehr als 21 000 Quadratmetern im solothurnischen Trimbach. «Für uns», sagt Markus Schröter, CFO von Hug, «stellte sich die strategische Frage, wie die beiden Produktionsstandorte künftig bewirtschaftet werden sollten.»

So wie Hug geht es unzähligen Firmen landauf, landab: Entscheide im Kerngeschäft haben Auswirkungen auf Bestand und Nutzung des betrieblichen Immobilienparks. Ursache sind keineswegs immer betriebliche Akquisitionen oder Verkäufe. So reduzierte die Einführung des Home-Office während der Pandemie vielerorts den Büroflächenbedarf. Ein anderes Beispiel ist das Thema Nachhaltigkeit: Es kann notwendig werden, ökologisch neu zu bauen oder Bestandsimmobilien energetisch zu sanieren.

Ausgelastet mit dem Kerngeschäft

Unter bilanztechnischen Gesichtspunkten sind firmeneigene Immobilien sehr kapital- und kostenintensiv; gross sind entsprechend auch die kommerziellen Potenziale. Die Erfahrungen der Luzerner Kantonalbank (LUKB) zeigen jedoch, dass es oft an der nötigen Manage-



Am Sitz im luzernischen Malters investierte Hug 63 Millionen Franken in eine Produktionserweiterung.

zu. Denn von der unternehmerischen Vision der Besitzer hängt es ab, an welchen Standorten und wann ein Betrieb räumliche Kapazitäten braucht und wie der vorhandene Platz am effizientesten genutzt werden kann.

Das Resultat der umfassenden Beratung ist eine auf die eigenen Objekte massgeschneiderte betriebliche Immobilienstrategie. Sie enthält Massnahmen, Planung der Investitionen, Angaben zu den Kosten sowie Berechnung des zukünftigen Cashflows. Jetzt – und erst jetzt – bettet die LUKB ihre klassische Bankdienstleistung rund um die Finanzierung der Investitionen ins Lösungskonzept ein.

Über 150 Wohnungen in Planung

In Trimbach entsteht unterdessen ein neues Quartier. Die Firma Hug hatte nach eingehender Prüfung aller Varianten entschieden, das Wernli-Areal zu verkaufen. Die neuen Eigentümer nutzen das Grundstück um und planen den Bau von mehr als 150 Wohnungen.

«An unserem Stammsitz in Malters hingegen investierten wir – begleitet von der LUKB – 63 Millionen Franken in eine Produktionserweiterung», sagt Finanzchef Schröter. Das neue «backhaus» in unmittelbarer Nähe zum Bahnhof ist mit einem innovativen Energiekonzept ausgestattet und setzt neue Standards in der nachhaltigen Herstellung von Dauerbackwaren.

Stefan Heggli ist Teamleiter Immobilienbank bei der Luzerner Kantonalbank (LUKB).

mentaufmerksamkeit fehlt. Die Unternehmerinnen und Unternehmer sind im Kerngeschäft mehr als ausgelastet.

Das ist mit ein Grund, weshalb die LUKB ihr Angebot für Firmen mit eigenen Immobilien markant ausbaut. Aktuell stehen zehn Expertinnen und Experten für die immobilienbezogene Beratung zur Verfügung.

In der Bestandsaufnahme am Objekt geht es um die Abklärung des baulichen Zustands der Immobilie oder etwa um

Unter bilanztechnischen Gesichtspunkten sind firmeneigene Immobilien sehr kapital- und kostenintensiv.

das Potenzial einer energetischen Sanierung. Unter das Überthema Nutzung fallen Fragen zur künftigen optimalen Verwendung und Auslastung der Immobilie. Und schliesslich geht es um den Standort der Liegenschaft; um die Entwicklung der umliegenden Areale, die lokale Zonenordnung und die Trends auf dem örtlichen Immobilienmarkt.

Liegen sämtliche Detailanalysen vor, kommt der Eigentümer- und Unternehmensstrategie eine entscheidende Rolle

Bringt Sie auf die nächste Ebene, Ihr Beton.

beton2030.ch

Foto: Giuseppe Miccichi, AP21, SRF Campus Zürich

ELLIE MEISTERT **TAG FÜR TAG** KOMPLEXE SITUATIONEN. DABEI KANN SIE SICH **JEDERZEIT** AUF UNSERE BERATUNG IM ARBEITSRECHT VERLASSEN.



ABONNEMENT
BERATUNG AB
CHF 40.-
PRO MONAT

Umfassende Beratung bei voller Kostenkontrolle.
**Wählen Sie das Abonnement,
welches optimal zu Ihnen passt.**

www.rechtsberatung-cp.ch

CP | Rechtsberatung
Arbeitsrecht