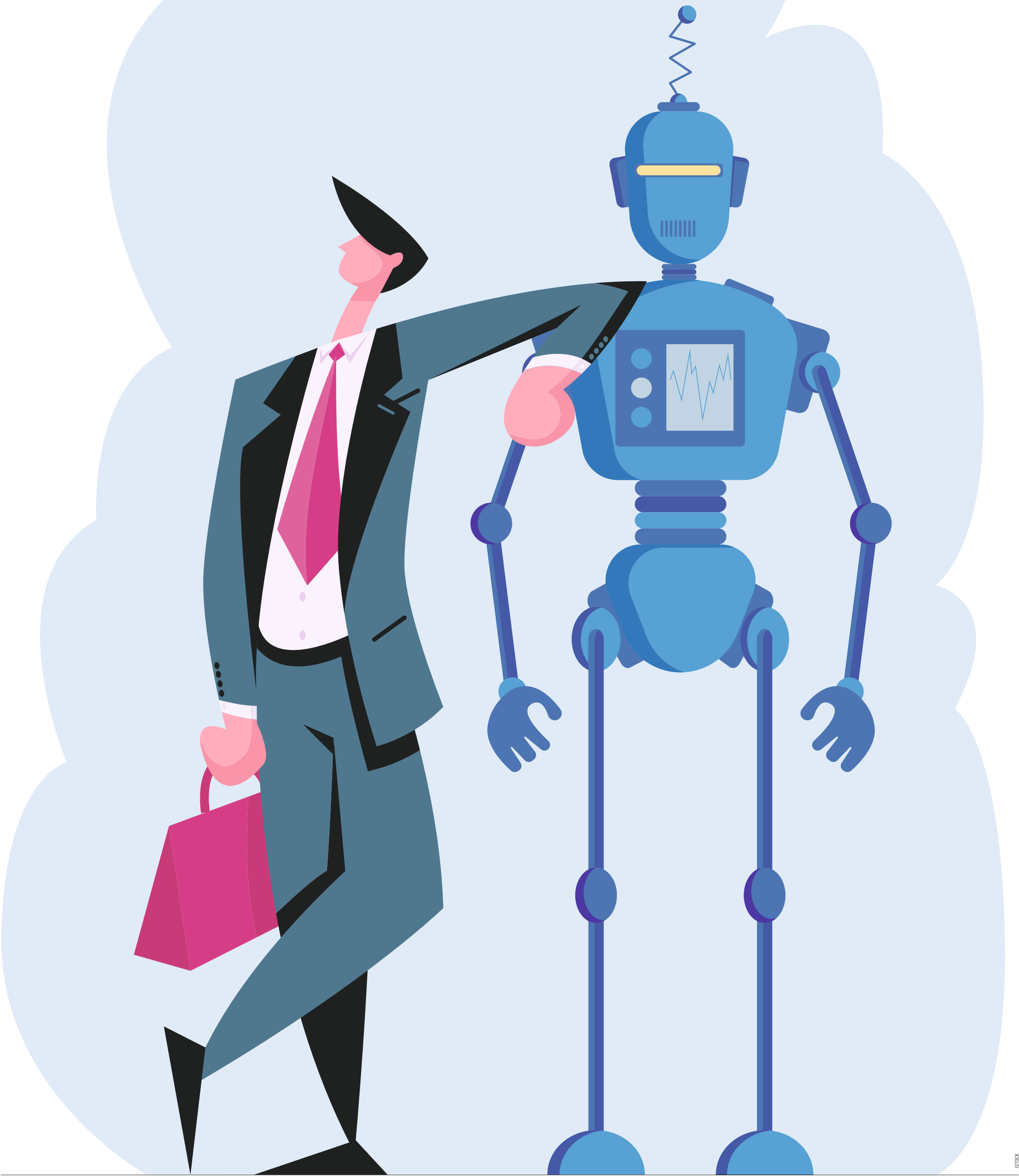


Verlagsbeilage KMU today



ISTOCK

Krisen, Kriege, Konjunkturflaute – doch die KMU beweisen Widerstandskraft

Während geopolitische Spannungen, die Flaute in der Automobilbranche und drohende Zölle die Wirtschaft belasten, bleibt die Stimmung bei kleinen und mittleren Unternehmen in der Schweiz gespalten.

FREDY GILGEN

Ein unberechenbarer US-Präsident, Kriege an allen Ecken der Welt, Krise in der Schlüsselbranche Auto. Doch mag die wirtschaftliche und politische Lage noch so herausfordernd sein, die Schweizer KMU halten stand. «Allerdings ist die Stimmung bei den KMU höchst unterschiedlich», hat Jonas Deplazes, Ökonom bei Raiffeisen Economic Research, festgestellt. Dies gelte vor allem für die Industrie: «Die binnenorientierten KMU berichten von einer besseren Geschäftsentwicklung, während bei den exportorientierten Unternehmen fast nur noch die Pharmaindustrie positive Umsatzzuwächse verzeichnet.»

Zahlreiche exportorientierte Branchen, wie die Automobilzulieferer und der Maschinenbau, hätten mit der schwachen Auslandsnachfrage zu kämpfen. Der Lichtblick: Im Februar hat sich die Stimmung bei den Unternehmen nicht weiter verschlechtert (siehe Grafik). Die Unsicherheit bleibe wegen möglicher Zölle aber weiter gross.

Eine Sonderbefragung von Raiffeisen zeige, dass viele KMU, die im US-Geschäft tätig sind, bei einer Einführung von Zöllen mit spürbaren Umsatzeinbussen rechnen. Selbst wenn die Schweiz vorderhand verschont bliebe, wären die indirekten Folgen eines globalen Handelskrieges erheblich.

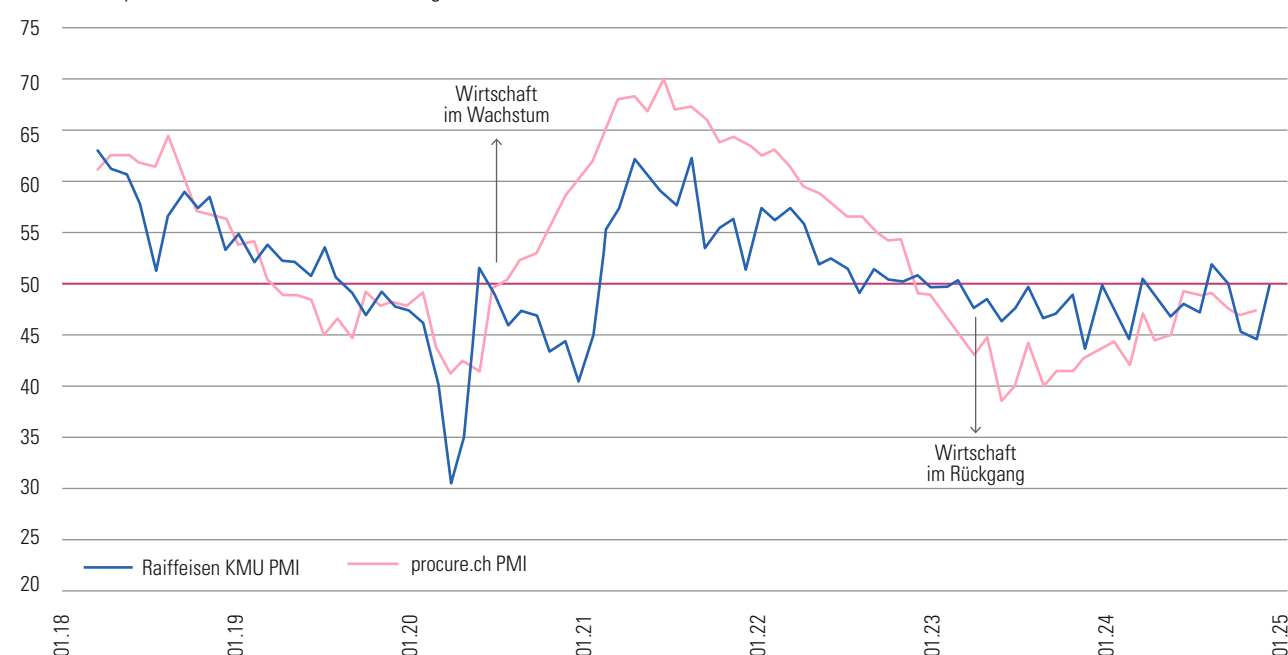
Dienstleister im Hoch

Im Dienstleistungssektor ist die Stimmung nach Deplazes deutlich besser: Niedrige Inflationszahlen und eine gesunde Binnennachfrage stützen hier das Wachstum und dürften dies auch weiterhin tun. Die Hotellerie verzeichnete 2024 mit insgesamt 43 Millionen Übernachtungen sogar ein Rekordjahr.

Alexander Fust, Dozent an der Uni St. Gallen, und Stefan Kühn, Geschäftsleitungsmitglied des Beratungsunternehmens BDO, machen ähnliche Feststellungen: «Im Grossen und Ganzen geht es den Schweizer KMU gut und sie

Entwicklung der Wirtschaft in der Industrie und bei KMU

Der Raiffeisen KMU Purchasing Managers' Index (PMI) misst die wirtschaftliche Aktivität von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) in der Schweiz, der procure.ch PMI bezieht sich auf die gesamte Schweizer Industrie.



Die Stimmung bei den Schweizer Industrie-KMU hat sich zuletzt nicht weiter eingetrübt. So stieg der Raiffeisen KMU PMI im Februar von 44,6 auf 49,9 Punkte und liegt damit nur noch knapp unterhalb der Wachstumsschwelle (rote Linie).

QUELLE: RAIFFEISEN

sind mehrheitlich optimistisch über ihre wirtschaftliche Lage.»

Weniger zuversichtlich seien ein Teil der exportorientierten KMU, so Fust. Diese kämpften mit verschiedenen Schwierigkeiten. Automobilzulieferer merken die Herausforderungen der Automobilhersteller, die MEM-Branche kämpft mit konjunkturellen Schwierigkeiten. Daneben gebe es Unsicherheiten rund um potenzielle zukünftige Zölle der US-Regierung. «Solche Unsicherheiten reduzieren den Willen zu Investitionen, da unklar ist, welcher Entscheid der richtige ist, und Dinge sich schnell verändern können.»

Als Branche, der es aktuell gut geht, hebt der St.Galler KMU-Dozent den Umbau- und Renovationssektor hervor,

wobei dies regional unterschiedlich ausgeprägt ist. Da profitieren Firmen, die gut positioniert sind. Im Handel hat Fust einen weiteren Strukturwandel festgestellt. Bäckereien zum Beispiel würden tendenziell grösser und bestimmte Produktgruppen verlagerten sich weiter Richtung E-Commerce.

Danke, Franken

Für Stefan Kühn ist die von den Schweizer KMU oft beklagte Frankenstärke eigentlich sogar ein Vorteil. Sie zwingt die Unternehmen zur kontinuierlichen Optimierung. «In den letzten Jahren haben sich die Wechselkurse der Währungen der wichtigsten Schweizer Handelspartner, nämlich Euro, US-Dollar und

Japanischer Yen, ähnlich negativ entwickelt und der Schweizer Franken hat zunehmend an Stabilität gewonnen.»

Ähnlich sieht es Raiffeisen-Experte Jonas Deplazes: «Es ist ein Vorteil für die Schweizer KMU, dass sie wegen des starken Frankens und der teilweise schon vorher unsicheren aussenpolitischen Lage gelernt haben, mit Risiken umzugehen. Viele Unternehmen besetzen mittlerweile profitable Nischen und können flexibel auf globale Veränderungen reagieren.»

Zudem dürfte das angekündigte deutsche Fiskalpaket helfen, die Konjunktur im nördlichen Nachbarland aus der Stagnation zu befreien. Bis sich dieses auch für die Schweizer KMU positiv auswirke, dürfte es aber noch eine Weile dauern.

Die für KMU aktuell grössten Sorgen sind nach Erkenntnissen der jüngsten Raiffeisen-Mittelstandsstudie die aussenpolitische Entwicklung und die Auswirkungen eines möglichen Handelskrieges.

BDO-Experte Kühn nennt sodann die Rohstoff- und Energiepreise als grosse Herausforderungen. «Die Betriebe müssen ihre Lieferketten robuster gestalten, indem sie mit mehreren Zulieferern aus verschiedenen globalen Machtblöcken arbeiten und ihre Lagerhaltung erhöhen, um der unvorhersehbaren Entwicklung der Zölle nicht ausgeliefert zu sein.»

Diese strategischen Massnahmen würden aber die Kosten der Lieferketten erhöhen. Als weitere Unsicherheitsfaktoren für exportorientierte Unternehmen nennt Kühn die Beziehungen zur EU und den USA. Weit vorn im Sorgenbarometer sind generell auch die Cybersecurity, der Fachkräftemangel und die Unternehmensnachfolge.

Für KMU wichtige Megatrends

Unsere Gesellschaft wird in den nächsten Jahren von drei Megatrends geprägt werden, ist KMU-Experte Alexander Kühn überzeugt: von der Digitalisierung der Prozesse, der Alterung der Gesellschaft und der globalen Entkoppelung. «KMU müssen sich auf diesen Wandel einstellen und sich in diesen drei Dimensionen anpassen, um langfristig erfolgreich zu sein.»

Dementsprechend zählten die digitale Transformation und der Einsatz innovativer Technologien zu den wichtigsten Erfolgsfaktoren für KMU in den kommenden Jahren. Investitionen in Forschung und Entwicklung sowie die Stärkung der Cybersecurity würden ebenfalls zunehmend wichtiger.

«Kundenzufriedenheit und Kundenbindung einer alternden Gesellschaft werden sich von den aktuellen Normen unterscheiden und KMU vor neue Herausforderungen stellen. Auch eine frühzeitige und sorgfältige Nachfolgeplanung erweisen sich als entscheidend für den langfristigen Erfolg.»

helvetia.ch/superkraefte

Sie brauchen keine Superkräfte, um Ihr Personal zu schützen.

Gemeinsam begleiten wir Ihre Mitarbeitenden mit Personalversicherungen von Helvetia.

einfach. klar. helvetia 
Ihre Schweizer Versicherung

Jetzt Beratung anfragen!



Automatisch besser? Wie Schweizer Unternehmen KI für sich nutzen

Künstliche Intelligenz hält Einzug in Schweizer KMU. Drei Schweizer Unternehmen erzählen, wie sie die Technologie konkret nutzen – und was andere daraus lernen können.

RETO VOGT

Auf der einen Seite verspricht künstliche Intelligenz Effizienz, Automatisierung und neues Business-Potenzial – auf der anderen Seite ist sie für viele KMU noch ein ungreifbares, abstraktes Konzept, das mehr Fragen aufwirft als beantwortet. Zum Beispiel: Lohnt sich das auch für uns? Wie gehen wir das an, was kostet es und wie profitieren wir davon – wenn überhaupt?

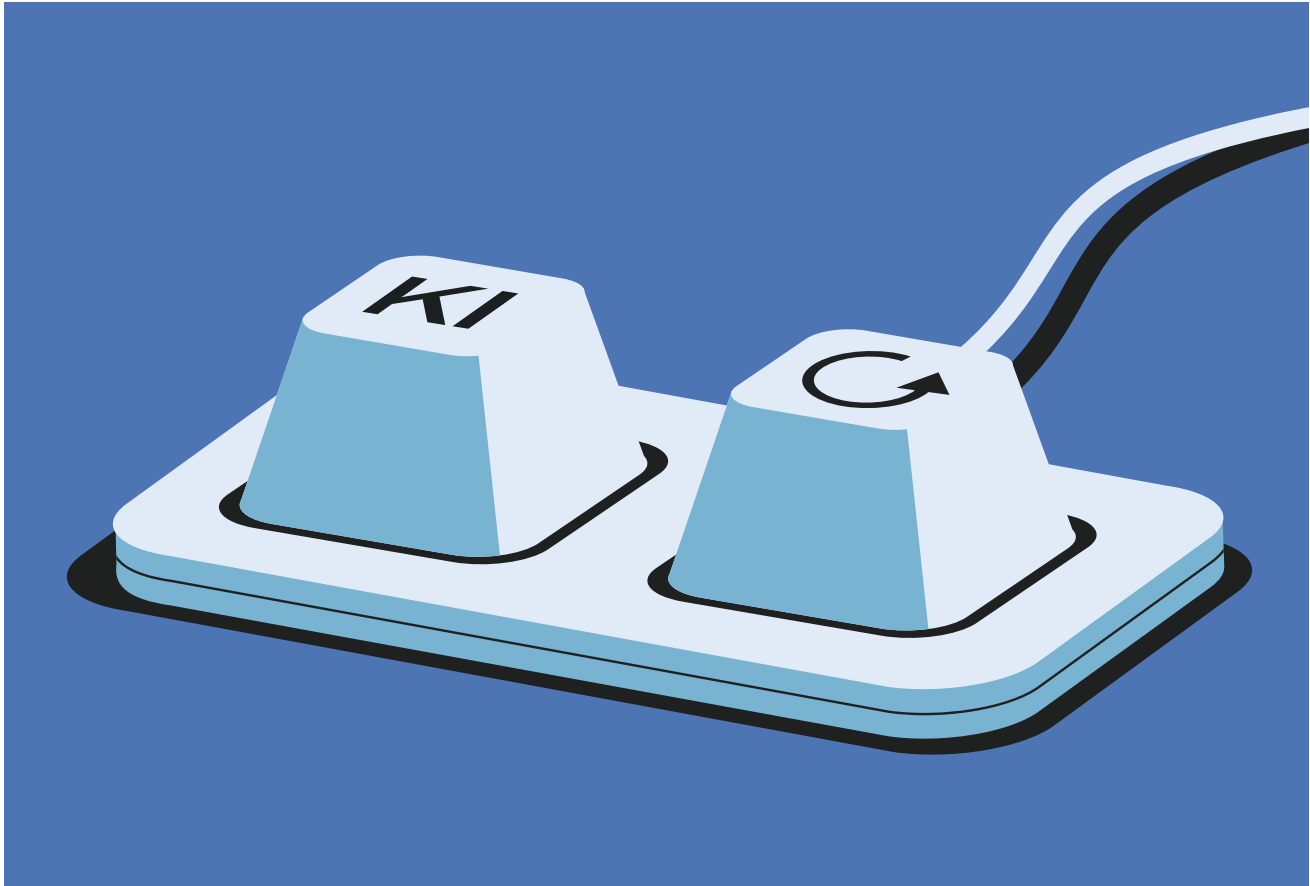
Die Antworten darauf sind nicht immer einfach und auch nicht allgemeingültig. Denn KI erfordert nicht nur Investitionen, sondern auch Know-how und eine klare Strategie. Sicher ist jedoch: Sich damit auseinanderzusetzen, lohnt sich nicht nur, sondern ist für alle Unternehmen Pflicht. In manchen Fällen mag die Antwort auf die Frage, ob sich der Einsatz von KI lohnt, zwar «Nein» lauten. Doch wer sich gar nicht erst damit beschäftigt, läuft Gefahr, von der Konkurrenz überholt zu werden.

Einige Schweizer KMU haben den Schritt bereits gewagt – und profitieren eigenen Aussagen zufolge davon. Dazu zählen das Basler Bethesda-Spital, das Reisebüro Globetrotter und der Berner Energieversorger BKW.

Automatische Transkribierung spart Zeit und Geld

Weniger Zeit für repetitive Aufgaben, mehr Raum für medizinische und pflegerische Qualität: Mit diesem klaren Ziel setzt das Basler Bethesda-Spital künstliche Intelligenz ein. KI soll «Abläufe beschleunigen, Kosten senken und vor allem die Mitarbeitenden entlasten», erklärt Marketingleiter Daniel Kloetzli, der den KI-Einsatz im Spital mitverantwortet. Durch Automatisierung von Routineaufgaben bleibe dem Personal mehr Zeit für das Wesentliche: die optimale Versorgung von Patientinnen und Patienten, so Kloetzli.

Der Startschuss für den KI-Einsatz im Bethesda-Spital fiel vor rund einem



Automatisierung durch KI: Maschinen können jetzt schon viele Routineaufgaben übernehmen.

MOOR STUDIO/ISTOCK/ARMIN APADANA

Jahr. Zunächst galt es, Potenziale zu identifizieren und die Spitalleitung für das Thema zu sensibilisieren. «Wir haben uns gefragt: Wo bringt KI echten Mehrwert? Wo können wir Prozesse beschleunigen und die Qualität dadurch sogar erhöhen?», erzählt Kloetzli. Parallel dazu startete das Spital interne Schulungen und Sensibilisierungsprogramme, um die Mitarbeitenden stufenweise an das Thema heranzuführen.

«Unser Ziel ist, KI als Werkzeug zu positionieren und zu verhindern, dass sie als Bedrohung wahrgenommen wird.» Seit sechs Monaten werden nun fort-

laufend Anwendungen evaluiert, getestet und optimiert.

Besonders spürbar sind die Verbesserungen dank KI bei der Erstellung von Arztberichten: Früher nahmen Ärztinnen und Ärzte ihre Berichte als Audio-dateien auf, die dann von den Sekretariaten abgetippt, überarbeitet und aufgrund zahlreicher Korrekturläufen mehrmals hin und her geschickt wurden. Heute übernimmt ein KI-gestütztes Tool diesen Schritt. Früher habe eine Transkription durchschnittlich 20 Minuten gedauert. Dank KI sei man pro Bericht «rund dreimal schneller und bedeutend

günstiger», sagt Kloetzli. Und die Erleichterung für das Personal gehe über die reine Zeitersparnis hinaus: Wenn Ärztinnen und Ärzte mit einer anderen Muttersprache als Deutsch ihre Berichte lieber in ihrer Muttersprache diktieren wollen, «liefert die KI eine nahezu fehlerfreie Übersetzung ins Deutsche».

KI als Assistent, nicht als Ersatz

Der Weg zur künstlichen Intelligenz war für das in Bern beheimatete Energie- und Infrastrukturunternehmen BKW

Energie nicht ohne Hürden. «Ich wollte KI schon früh in meinen Arbeitsalltag integrieren, doch der interne Datenschützer machte mir einen Strich durch die Rechnung», erzählt Tobias Habegger, Mediensprecher des Unternehmens und einer der Treiber des Projekts. Geschützte Unternehmensdaten durften nicht ohne Weiteres mit KI-Modellen verarbeitet werden – ein Hindernis, das viele Unternehmen kennen.

Doch statt sich entmutigen zu lassen, suchte Tobias Habegger nach einer Lösung. Deshalb wandte er sich im Frühjahr 2023 an die Konzern-Initiative «AI für die BKW», welche gezielt Anwendungsfälle für KI im Unternehmen identifizierte.

Der erste grosse Test fand in der Kommunikationsabteilung, in der Habegger arbeitet, statt – einem Bereich, in dem viele Prozesse auf schriftlichen Inhalten basieren und eine strukturierte Datenablage vorhanden ist. Die Idee: Ein KI-Agent sollte interne Dokumente nutzen, um Medienanfragen effizienter zu beantworten.

150 Personentage investierten die BKW, um einen KI-gestützten Agenten zu entwickeln – mit einer steilen Lernkurve: Die Entwicklung jedes neuen Agenten dauert nur noch einen Zehntel der Zeit, also 15 Tage. Und so kann die Medienstelle des Konzerns mittlerweile auf Textassistenten zurückgreifen, die beim Erstellen von Blogposts oder Medienmitteilungen oder dem Beantworten von Medienfragen helfen. Letzteres ist laut Tobias Habegger der wichtigste Anwendungsfall. Der erste Entwurf für eine Antwort auf die Frage von Journalistinnen und Journalisten stehe nach zehn Minuten – statt nach einer Stunde, wie früher.

Beim Reisebüro Globetrotter Travel Service war es die Geschäftsleitung, die 2023 den Anstoss gab zur Arbeitsgruppe KI, bestehend aus Mitarbeitenden verschiedener Abteilungen und

Fortsetzung auf Seite 4



Sven Ziörjen (Globetrotter) nutzt KI als Inspirationstool für Reisende.



Mit KI zu effizienteren Prozessen und besserer Patientenversorgung: Daniel Kloetzli (Bethesda-Spital).



Tobias Habegger (BKW): Treiber für KI-Anwendungen trotz Datenschutzhürden.

IMPRESSUM

KMU today ist eine Verlagsbeilage von NZZone in Kooperation mit kmutoday.ch. Beilagen werden nicht von der Redaktion produziert, sondern von unserem Dienstleister für journalistisches Storytelling: NZZ Content Creation.
Hinweis: Verlagsbeilagen sind komplett von einem Kunden finanziert; Redaktionsmitglieder des Unternehmens NZZ arbeiten freiwillig mit. **Konzept und Realisation:** Alexander Vitolić. **Layout:** Bahar Büyükkavir. **Verkauf:** Katharina Kälin.
Kontakt: NZZone, c/o Neue Zürcher Zeitung AG, Falkenstrasse 11, CH-8021 Zürich, +41 44 258 16 98, sales@nzzone.ch, nzzone.ch.



Fortsetzung von Seite 3

Filialen, die entweder eine Affinität zum Thema oder bereits vertieftes Wissen mitbrachten. Die Gruppe entwickelte einen Leitfaden und eine mehrteilige Schulungsserie.

Anschliessend erfolgte eine umfassende Umfrage zur Nutzung von KI, deren Potenzial sowie zu Weiterentwicklungsmöglichkeiten in Bezug auf Schulungen und Tools.

KI-Nutzung und erste Projekte bei Globetrotter

Rund ein Fünftel gab an, KI bereits täglich zu nutzen. Ein Drittel «mehrmals pro Woche» und etwas mehr als jede und jede Zehnte einmal pro Woche. Laut den Antworten lag der Fokus Textarbeit, zum Beispiel für Übersetzungen oder Zusammenfassungen, führt Sven Ziörjen, Marketingchef bei Globetrotter aus. Eine Arbeitsgruppe erarbeitete auf Basis dieser Ergebnisse einen Leitfaden und leitete erste Anwendungsfälle ab, die über Textarbeiten hinausgehen.

Das erste KI-Projekt beim Reisebüro: ein Chatbot, der Reiseinspiration liefern soll. Dabei soll dieser nicht in erster Linie die persönliche Beratung ersetzen, sondern als erste Orientierungshilfe dienen. Kundinnen und Kunden erhalten automatisierte Antworten auf grundlegende Fragen und werden bei Bedarf an eine Beraterin oder einen Berater weitergeleitet.

Weil dabei ein Standard-Chatbot den eigenen Qualitätsansprüchen nicht gerecht wurde, wurde das System gezielt trainiert, um die Markensprache und Tonalität des Unternehmens zu übernehmen. «Unser Chatbot sollte nicht einfach generische Antworten liefern, sondern so kommunizieren, wie wir es tun», erklärt Sven Ziörjen.

Was KMU lernen können

Die drei Unternehmen zeigen, dass der erfolgreiche Einsatz von KI in KMU kein Zufall ist, sondern auf klaren Prinzipien beruht. Dabei lassen sich fünf zentrale Learnings ableiten:

1 Klein anfangen, gross denken

Alle drei Unternehmen haben mit kleinen, pragmatischen Anwendungen gestartet – sei es eine KI-gestützte Transkription, ein interner Assistent für Medienanfragen oder ein Chatbot für die Kundeninteraktion. Anstatt eine grosse, teure KI-Strategie zu entwerfen, wurde

gezielt dort angesetzt, wo die schnellsten Effizienzgewinne möglich waren.

2 KI ist kein Selbstläufer – Know-how ist entscheidend
Ein gemeinsamer Erfolgsfaktor war die aktive Schulung der Mitarbeitenden. Deshalb haben sowohl Globetrotter als auch das Bethesda-Spital interne Schulungen und Workshops durchgeführt, um Hemmschwellen abzubauen und Kompetenzen aufzubauen.

3 Datenschutz und Datenschutzfragen frühzeitig klären
Gerade im Gesundheits- und Energiebereich spielen Datenschutz und IT-

Sicherheit eine zentrale Rolle. Die BKW hat ihre KI-Lösung bewusst auf einer geschützten Cloud-Umgebung gehostet, während das Bethesda-Spital eng mit der IT und dem Datenschutzbeauftragten zusammengearbeitet hat. Wer KI einsetzen will, sollte frühzeitig mit den relevanten internen Stellen sprechen.

4 Fehlertoleranz als Teil des Prozesses verstehen
Globetrotter bringt es auf den Punkt: «Wer als KMU nicht ausprobiert und bereit ist, Fehler in Kauf zu nehmen, wird nicht vorankommen.» Alle drei Unternehmen haben ihre KI-Projekte iterativ entwickelt – mit der Bereitschaft, zu ler-

nen und nachzubessern. Perfektion von Anfang an war nie das Ziel.

5 KI als Unterstützung, nicht als Ersatz
Keines der Unternehmen nutzt KI, um Mitarbeitende zu ersetzen – sondern um sie zu entlasten und effizienter zu machen. Das Bethesda-Spital spart mit KI-Transkriptionen wertvolle Zeit, die in die Patientenversorgung fliesst. Die BKW nutzt KI, um Medienanfragen schneller zu beantworten, ohne die inhaltliche Kontrolle abzugeben. Und Globetrotter setzt KI ein, um Reiseinspirationen zu liefern – nicht, um die persönliche Beratung zu ersetzen.



Ohne Mensch geht es nicht: Nur gemeinsam führt der Weg zu mehr Effizienz und Innovation.

MOOR STUDIO/ISTOCK/ARMIN APADANA

KI spart keine Kosten, sondern verlagert sie

Der Verband KImpact hat die Resultate diverser aktueller Studien zusammengetragen. Demzufolge zählte ChatGPT Ende 2024 weltweit 350 Millionen Nutzer, darunter 16 Millionen Bezahlkunden. In Schweizer KMU wird KI insbesondere für die Texterstellung genutzt – laut Bericht entsteht bereits jeder zweite Text mit KI-Unterstützung. Aber auch: 80% fehlt es aktuell noch an KI-Kenntnissen.

20 Prozent der Unternehmen sind von KI überzeugt, 50 Prozent zufrieden, 30 Prozent unzufrieden. Mit der Vorstellung, dass KI Kosten spart, räumt der Verband auf: KI senkt keine Ausgaben, sondern verlagert sie – etwa in Infrastruktur, Lizenzen, Schulungen und Datenschutz.



Ein wichtiges Element für den Erfolg Ihres Start-ups? Nickel.

Die Zukunft braucht Rohstoffe.



Ein eigenes Unternehmen zu gründen, braucht Mut und Durchhaltevermögen. Letzteres ist in gewisser Weise auch für die Batterie Ihres Laptops wichtig. Gut, dass es Nickel gibt. Das ist ein Rohstoff, welcher hilft, die Laufzeit von wiederaufladbaren Batterien zu verlängern – und diese leistungsfähiger zu machen. Damit Ihrem Laptop nicht mitten in einer wichtigen Sitzung der Strom ausgeht. Erfahren Sie mehr über Rohstoffe im Alltag auf [glencore.ch](https://www.glencore.ch)

GLENCORE

Inklusive Arbeitskultur als Geheimrezept gegen Fachkräftemangel

Inklusion wird heute hauptsächlich im Zusammenhang mit Diversität oder Diskriminierung thematisiert. Diese Sicht greift zu kurz. Gerade für KMU bietet sie grosse Vorteile, nicht zuletzt bei der Bekämpfung des Fachkräftemangels.

JÉRÔME OGUEY

Um dem Fachkräftemangel wirksam zu begegnen, können Unternehmen auf bewährte Massnahmen wie attraktive Löhne, umfassende Sozialleistungen, flexible Arbeitszeiten und Weiterbildung setzen. Problematisch für viele KMU ist jedoch, dass sie sich diese Massnahmen aufgrund begrenzter Ressourcen oft nicht leisten können.

KMU sind häufig durch eine Rollenüberlastung gekennzeichnet, was zu einem Mangel an spezialisiertem Wissen für nicht zum Kerngeschäft gehörende Aufgaben führt. Im Vergleich zu Grossunternehmen und Weltkonzernen, die umfassende Weiterbildungsprogramme, attraktive Zusatzleistungen und Karrieremöglichkeiten bieten, sind KMU oft im Nachteil.

Inklusive Arbeitskulturen basieren auf Offenheit, Respekt, Vertrauen, Transparenz und psychologischer Sicherheit. Hier fühlen sich Führungskräfte und Mitarbeitende wertgeschätzt und sicher, ihre Meinung zu äussern und einen konstruktiven Beitrag zum grossen Ganzen zu leisten. Studien zeigen, dass Produktivität und Engagement in solchen Kulturen höher sind als in weniger inklusiven.

Warum Inklusion wichtig ist

Tragödien wie die Challenger-Explosion und die Deepwater-Horizon-Katastrophe sind zum Teil auf Arbeitskulturen zurückzuführen, die von Hierarchie, Angst und Unterdrückung geprägt sind. Solche Kulturen sind nicht inklusiv – sie können als toxisch bezeichnet werden – und führen dazu, dass Mitarbeitende Meinungen und Bedenken nicht äussern, was zu schwerwiegenden Fehlern und Katastrophen führen kann.

In inklusiven Kulturen werden disruptive und abweichende Meinungen

nicht nur akzeptiert, sondern gefördert, da sie Innovation und Exzellenz vorantreiben.

Was bedeutet Inklusion?

Inklusion ist etwas anders als Integration. Während Integration bedeutet, dass sich neue Teammitglieder an das bestehende System anpassen, erfordert Inklusion, dass das bestehende Team offen für den Einfluss der neuen Mitglieder ist. Dies ermöglicht es, von ihren Erfahrungen und Ideen zu profitieren, und fördert Kreativität und Innovation.

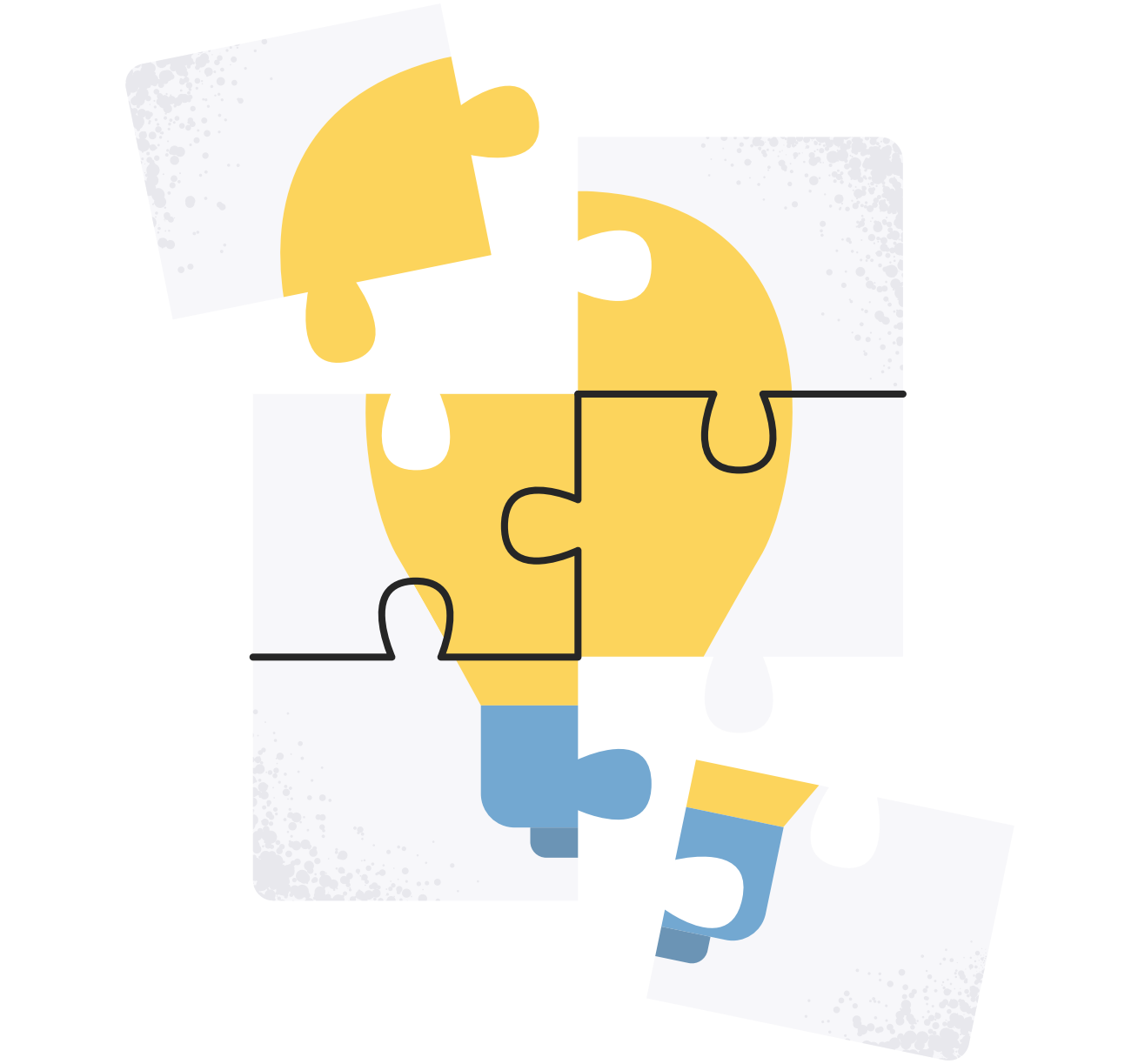
Inklusion hat zwei Dimensionen: Erstens, sich selbst bzw. sein «wahres Selbst» ausdrücken zu können (Einzigartigkeit), ohne negative Konsequenzen befürchten zu müssen. Zweitens, als wertvolles Mitglied des Teams/der Organisation akzeptiert zu werden (Zugehörigkeit). Eine inklusive Arbeitskultur zeigt sich darin, dass sich jede Person unabhängig von Alter, Geschlechtszugehörigkeit, Sprache, Kultur, Herkunft et cetera sowie Arbeits- und Kommunikationsstil sicher und wertgeschätzt fühlt.

Der Nutzen von Inklusion

Inklusion wird häufig im Zusammenhang mit Vielfalt, Diversität oder auch Heterogenität genannt und in Bezug auf unterrepräsentierte Gruppen und Diskriminierung diskutiert. Dies ist zwar richtig, greift aber zu kurz. Studien zeigen, dass Inklusion auch unabhängig vom Diversitätsmanagement Vorteile bietet.

Einige der wichtigsten Vorteile inklusiver Arbeitskulturen sind:

- Hohes Engagement: Mitarbeitende, die sich einbezogen fühlen, setzen sich stärker für ihre Arbeit ein.
- Hohe Produktivität: Höheres Engagement führt zu höherer Produktivität.



Inklusive Arbeitskulturen verbinden Vielfalt und stärken Unternehmen nachhaltig.

ADOBESTOCK

■ Hohe Loyalität: Inklusive Arbeitskulturen fördern die Loyalität der Mitarbeitenden und senken die Rekrutierungs- und Weiterbildungskosten.

■ Stärkung der Arbeitgebermarke: Eine inklusive Kultur zieht Talente an und wirkt wie ein Magnet.

■ Höhere Zufriedenheit: Die Zufriedenheit der Mitarbeitenden ist in einem inklusiven Umfeld höher, was auch das Arbeitsklima verbessert.

■ Bessere psychische Gesundheit: Inklusion verbessert die psychische Gesundheit und das Wohlbefinden der Mitarbeitenden.

■ Geringere rechtliche Risiken: Eine inklusive Kultur verringert das Risiko von Rechtsstreitigkeiten aufgrund von Diskriminierung und Nichtkonformität.

Inklusion ist ein Konzept, von dem alle profitieren. Dies belegt eine Umfrage von Deloitte aus dem Jahr 2013. Darin gaben 61 Prozent der Befragten zu, dass

sie sich gezwungen fühlten, Aspekte ihrer Identität, Meinungen oder Überzeugungen am Arbeitsplatz aktiv zu verbergen. Diese auch als «Covering» bekannte Praxis gilt als Strategie zur Anpassung an gesellschaftliche Normen, um das Risiko von Ausgrenzung und Benachteiligung zu verringern.

45 Prozent der weissen heterosexuellen Männer gaben ebenfalls zu, sich auf die eine oder andere Weise im Berufsalltag zu verstellen. Von mehr Inklusion profitieren also wirklich alle. Es liegt auf der Hand, dass Mitarbeitende, die sich inkludiert fühlen und sich nicht verstellen müssen, keine wertvolle Zeit und Energie darauf verschwenden, Aspekte ihrer Identität, Meinungen oder Überzeugungen zu verbergen. Stattdessen können sie ihr volles Potenzial entfalten und produktiv zum Unternehmenserfolg beitragen.

Inklusion schrittweise fördern

Inklusion nicht aktiv zu fördern, ist ein strategischer Fehler. Ohne Inklusion bleibt das Innovations- und Leistungs-

potenzial von Vielfalt ungenutzt. Noch kritischer: Talente könnten das Unternehmen schneller verlassen, was den Fachkräftemangel weiter verschärft.

Auch KMU können Inklusion schrittweise und mit geringen Mitteln fördern. Kurzprojekte wie die Beratung der Geschäftsführung und der Personalabteilung, interaktive Workshops und Coachings für Führungskräfte und der Einsatz von KI-Tools können dazu beitragen, eine inklusive Kultur zu fördern.

Die Vorteile einer inklusiven Arbeitskultur überwiegen bei weitem die anfänglichen Investitionen. Davon sollten sich Unternehmensleitungen und Führungskräfte überzeugen lassen. Letztlich geht es um die langfristige Zukunftsfähigkeit Ihres Unternehmens.

Jérôme Oguey, Betriebsökonom FH und Coach, ist Gründer und Geschäftsführer von INLEAD®. Er begleitet und befähigt Führungskräfte in Leadership-, Team- und Inklusionsfragen. inlead.ch

Dieser Beitrag ist zuerst erschienen bei Topsoft, der Schweizer Plattform für digitales Business. topsoft.ch



Das wahre Leben ist eine Vorsorge, die Vertrauen schafft

Gute Pläne für ihre Vorsorge

Als bevorzugte Ansprechpartnerin für Gesundheit und Vorsorge bietet die Groupe Mutuel individuelle und leistungsstarke Vorsorgelösungen an. Schützen Sie Ihre Mitarbeitenden und bauen Sie gleichzeitig eine solide Altersvorsorge auf – durch die ideale Kombination aus Sicherheit, Leistung und Nachhaltigkeit. Die Zukunft gestalten? Jetzt und ein Leben lang.

Sammelstiftung Groupe Mutuel – Freizügigkeitsstiftung Opsion – Pension Services

groupe**mutuel**

Gesundheit und Vorsorge

numero 10

Vier Beispiele, wie KMU dauerhaft erfolgreich sein können

Trotz erfolgreicher Tätigkeit stehen die meisten KMU meist nicht im Rampenlicht. Vier «Hidden Champions» aus verschiedenen Branchen.

FREDY GILGEN

Nein, man muss kein Koloss sein, um als Unternehmen erfolgreich zu sein – und dies auf Dauer. Viele Schweizer KMU haben dies eindrücklich gezeigt. Wichtig ist aber, dass man in der selbst gewählten Nische spitze oder sogar Weltspitze ist. Die Nische kann auch geografischer Art sein, so die Nähe zur imposanten alpinen Bergwelt.

Eiger, Mönch und Jungfrau sind die unverkennbaren Trümpfe der erfolgreichen Jungfrau- und Schilthornbahnen, das Matterhorn verhilft den Zermatter Bergbahnen zu unbezahlbarer Aufmerksamkeit. Als «Königin der Berge» hat sich aber nicht einer dieser Drei- und Viertausender etabliert, sondern die Rigi.



Frédéric Füssénich,
CEO Rigi-Bahnen.

Rigi-Bahnen, die erste Bergbahn Europas

«Die Rigi ist ein unglaublich attraktiver Berg», sagt denn auch Frédéric Füssénich, CEO der Rigi-Bahnen. «Mit einer einzigartigen Aussichtskombination auf Wasser und Berge. Aber klar, ein attraktiver Standort allein reicht bei Weitem nicht aus, um unternehmerisch erfolgreich zu sein.»

Wichtig sei rechtzeitiges Agieren oder Reagieren: «Wir haben die Pandemie als Chance gesehen, uns zu verbessern. Es war nicht eine einzelne Massnahme, die den Erfolg gebracht hat, sondern viele kleine und grosse Entscheidungen, die uns Schritt für Schritt weitergebracht haben.»

Zentral sind für die Rigi-Bahnen Werte wie Teamgeist, Kundenorientierung und gelebte Gastfreundschaft: «Diese Werte werden sich auch in Zukunft positiv auf den Unternehmenserfolg auswirken», ist Füssénich überzeugt – so wie sie es in der Vergangenheit getan haben. In den letzten zehn Jahren hat sich der Aktienkurs mehr als verfünffacht.



Thomas P. Meier,
CEO Ricola Group.

Ricola: Erfolg dank 13 Kräutern

Der Hauptsitz von Ricola liegt zwar in Laufen an der Birs, das für seine Kräutertopfbons bekannte Unternehmen ist aber den Bergen eng verbunden: «Unser wichtigstes Unterscheidungsmerkmal ist die Glaubwürdigkeit der Marke Ricola und wofür sie steht: für Produkte, die die traditionellen 13 Schweizer Kräuter enthalten, die von 80 verschiedenen Schweizer Bauern aus natürlichem Anbau bezogen werden, sowie für einen kompromisslosen Qualitätsanspruch», erklärt Firmenchef Thomas Meier.

Unterscheiden will sich Ricola auch mit dem Markenauftritt, der auf den Werten eines Familienunternehmens aufbaut: «Wir sind kein Grosskonzern, sondern eine stolze, kleine Schweizer Unternehmung, die es international mit den Grossen aufnehmen kann.»

Seit mehr als 90 Jahren befindet sich Ricola auf Wachstumskurs, in den letzten Jahren folgte ein Rekordjahr dem anderen. Hinzu kommen Digitalisierungsprojekte, um das Familienunternehmen weltweit noch besser zu vernetzen.



Rolf Schlagenhauf,
CEO Schlagenhauf.

Schlagenhauf: Mitarbeitende als Haupttrumpf

Ohne Unterstützung einer so attraktiven Umgebung ist der vor 70 Jahren gegründete Meilener Schlagenhauf der Weg auf den Erfolgspfad gelungen. Das klassische KMU hat sich auf Handwerksdienstleistungen spezialisiert.

Geboten wird eine breite Palette an Leistungen wie Maler- und Maurerarbeiten, Fassadenbau, Renovationen und Sanierungen. «Auf die Gefahr hin, dass es abgedroschen klingt: Unser Erfolg liegt an den langjährigen und tollen Mitarbeitenden», sagt Rolf Schlagenhauf, Inhaber des Unternehmens.

«Als Arbeitgeber legen wir Wert darauf, unseren Mitarbeitenden sichere und faire Arbeitsplätze zu bieten.» Dementsprechend investiert das Unternehmen viel in die Aus- und Weiterbildung.

Firmenchef Rolf Schlagenhauf hat sich das Ziel gesetzt, bis 2032 bester Arbeitgeber der Schweiz zu werden. Der Sieg beim «Swiss Arbeitgeber Award» in der Kategorie 250 bis 999 Mitarbeitende ist dem Meilener Unternehmen bereits 2024 gelungen.



Johannes Eisenhut,
CEO Senn Development.

Senn Development: Dank der Urbanisierung im Aufwind

Die St.Galler Senn Development hat sich auf die Entwicklung, Realisierung und Vermarktung von Immobilienprojekten spezialisiert. Das mit rund 60 Mitarbeitenden überschaubare Unternehmen bietet Dienstleistungen wie den Kauf, die Überbauung, Verwaltung und den Verkauf von Immobilien an. Der Fokus liegt auf nachhaltigem Bauen und hoher architektonischer Qualität. «Zukunftsängste haben wir nicht», sagt Geschäftsführer Johannes Eisenhut.

Die Basis des Erfolgsmodells ist die Urbanisierung: «Immer mehr Städte investieren in verbesserte Lebens- und Arbeitsplatzqualität. Für die Denkweise unseres Unternehmens ist dieser Makrotrend zur qualitätsvollen Urbanisierung der perfekte Nährboden.»

Das KMU hat bereits bewiesen, dass es grosse Projekte stemmen kann. Es hat in den Allschwiler Main Campus mehr als eine halbe Milliarde investiert. Namhafte Firmen wie SKAN, Basilea und Johnson & Johnson sind inzwischen auf dem Campus eingezogen.



Andrea Artho
Artho Bodenideen AG



Andrea Bischofberger
Bischofberger AG

Weil das Gleiche nicht dasselbe ist: Ihre persönliche Pensionskassenberatung und Betreuung von Swiss Life.

Bei uns werden Sie persönlich beraten. Wir gehen auf die individuellen Bedürfnisse Ihres Unternehmens ein und betreuen alle Ihre Pensionskassenanliegen sicher und erfahren.



Scannen
und informieren.

SwissLife 
Selbstbestimmt leben.

Prix SVC Espace Mittelland geht 2025 an Gasser Ceramic

Die familiengeführte Tonherstellerin Gasser Ceramic – Ziegelei Rapperswil Louis Gasser AG aus Rapperswil BE ist die Gewinnerin des fünfzehnten Prix SVC Espace Mittelland, einer renommierten Anerkennung für Klein- und Mittelbetriebe in der Region.

ALAIN HAUERT

Zum schon fünfzehnten Mal war der Prix SVC Espace Mittelland Anlass für ein grosses Treffen der regionalen Wirtschaft im Kursaal Bern. Über 1300 Gäste aus Wirtschaft, Politik und Medien kamen zusammen, um nicht nur die Preisträger zu feiern, sondern auch wertvolle Verbindungen zu knüpfen und bestehende Kontakte zu pflegen.

In seiner Ansprache hob Reto Portmann, OK-Präsident des Prix SVC Espace Mittelland und Leiter Corporate & Real Estate Bern beim SVC Presenting Partner UBS, die Bedeutung des Preises hervor: «Der Prix SVC ist weit mehr als eine Auszeichnung. Es ist eine Anerkennung für Unternehmergeist, Innovationskraft und den Mut, den es braucht, um in unserer dynamischen und wettbewerbsorientierten Welt erfolgreich zu sein.» Dabei betonte Portmann auch die Rolle der Unternehmen als Arbeitgeber

in der Region und ihre Verantwortung für die Gesellschaft.

Tradition trifft Innovation

Die Ehre gebührte dieses Jahr Gasser Ceramic, einem Familienunternehmen, das sich erfolgreich auf die Herstellung von qualitativ hochwertigen Tonprodukten spezialisiert hat und die Verbindung von alter Handwerkskunst mit modernster Technologie meisterlich beherrscht. Mit rund 200 Mitarbeitern, zehn Produktionslinien und sechs Brennöfen an vier Standorten gehört Gasser Ceramic zu den führenden Herstellern von Tonwaren in der Schweiz.

Jürg Schwarzenbach, Präsident der Jury und bekannt aus der TV-Sendung «Die Höhle der Löwen», zeichnete das Unternehmen in seiner Laudatio aus: «An Gassers kommt man nicht vorbei. Bereits am Tag des Jurybesuchs haben wir die Begeisterung und den Stolz der

Der Prix SVC feiert Unternehmergeist und Innovationskraft.

Mitarbeitenden, für dieses traditionelle Unternehmen zu arbeiten, gespürt.»

Weitere Auszeichnungen

Auch andere Unternehmen wurden mit einem Prix SVC Espace Mittelland ausgezeichnet, darunter der Beschichtungsspezialist Platit aus Selzach SO, die Leinenweberei Schwob aus Burgdorf BE, die Solartechnik-Firma Megasol Energie aus Deitingen SO und der Holzverarbeiter OLWO aus Worb BE.



Presenting Partner: UBS-Schweiz-Chefin Sabine Keller-Busse hielt eine Keynote.

SVC – Swiss Venture Club

«Wir inspirieren KMU.» Getreu diesem Motto stellt der SVC (Swiss Venture Club) seit über 20 Jahren erfolgreiche Unternehmen ins Licht der Öffentlichkeit. Mit dem SVC-Podcast «KMUSTories» und rund 20 regionalen Events pro Jahr bietet der unabhängige, non-profit-orientierte Verein Inspiration, Netzwerk und Dialog für die über 3600 Mitglieder aus allen Branchen und Regionen.

An den Prix SVC Veranstaltungen in allen Schweizer Wirtschaftsregionen be-

wiesen bereits mehr als 400 Preisträgerfirmen die Vielfalt, Qualität und Exzellenz der Schweizer KMU.

Die nächste Preisverleihung findet am 22. Mai 2025 im KKL in Luzern statt (Prix SVC Zentralschweiz).



QR-Code scannen für mehr Bilder und Informationen



Der Prix SVC Espace Mittelland rückt das regionale Unternehmertum ins Scheinwerferlicht.

FOTOS: ROBERTO CONCIATORI

Schweizer Unternehmen beweisen Anpassungsfähigkeit und Flexibilität

Gastbeitrag Die geopolitische Lage stellt kleine und mittlere Unternehmen in der Schweiz vor grosse Herausforderungen. Gleichzeitig beweisen sie eindrücklich ihr hohes Mass an Anpassungs- und Reaktionsfähigkeit.

ALAIN CONTE, UBS HEAD CORPORATE & REAL ESTATE BANKING SWITZERLAND

Unternehmen sind weiterhin konfrontiert mit Herausforderungen wie der Gewinnung gut ausgebildeter Fachkräfte, dem Einhalten komplexer Regulierungsanforderungen oder dem richtigen Umgang mit Marktschwankungen, etwa im Zuge der geopolitischen Spannungen und protektionistischer Tendenzen.

Beim Fachkräftemangel sahen wir zwar jüngst eine leichte Entschärfung, diese sollte aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass das Thema in der Schweiz weiterhin deutlich spürbar ist. Das Rekrutieren und Halten gesuchter Spezialistinnen und Spezialisten bleibt eine bedeutende Herausforderung.

Wie KMU überzeugen

Viele kleine und mittlere Unternehmen setzen deshalb auf die Weiterbildung ihrer Mitarbeitenden, Investitionen in Digitalisierung und Automatisierung und setzen Anreize wie flexible Arbeitsmodelle, zum Beispiel Homeoffice-Möglichkeiten. KMU überzeugen zudem oft mit flachen Hierarchien, kurzen Kommunikationswegen und der Möglichkeit, den Mitarbeitenden mehr Verantwortung zu übertragen.

Die sogenannten ESG als Teil der Nachhaltigkeitsstrategie sind für KMU in der Schweiz ebenfalls ein Fokus.



Mit Weitblick im Einsatz für die Schweizer KMU-Landschaft: Alain Conte.

UBS

ESG steht für Environment, Social, Governance und bewertet die Nachhaltigkeit einer Firma anhand von Umwelt-, gesellschaftlichen und Unternehmensführungskriterien. Die Bedeutung dieser Themen erstreckt sich auch auf Lieferketten und Produkte.

Nicht auf Erfolgen ausruhen

Innovation ist das Herzstück vieler erfolgreicher Unternehmen und hat in den letzten Jahren entscheidend dazu beigetragen, dass Schweizer Unternehmen ihre Position auf dem Markt stärken konnten. Durch Neuentwicklungen, Verbesserungen und Optimierung von Prozessen und Produkten konnte eine solide Basis für Wachstum und Erfolg geschaffen werden.

Doch auf diesen Erfolgen sollte man sich nicht ausruhen. Der intensive Austausch mit Kundinnen und Kunden aus dem KMU-Bereich zeigt immer wieder, wie wichtig diese strategischen Themen für Unternehmen sind. Wohin entwickelt sich die Firma langfristig? Wie positioniert man sich auf dem Markt? Welche Trends und Gesetze beeinflussen die Branche? Und wie geht man mit künstlicher Intelligenz um?

Die ganzheitliche Beantwortung solcher Fragen und deren Umsetzung in die Unternehmensstrategie sind entscheidend. KMU müssen heute in verschiedenen Szenarien und Alternativen den-

ken. Ein wichtiger Aspekt ist auch die Finanzierungsstrategie: Hat die Firma Wachstumspläne? Wie sieht die Investitionsplanung aus?

Zu Liquidität kommen

UBS unterstützt KMU aktiv dabei, ihre Ziele zu erreichen und ihr Wachstum zu finanzieren. Wir stehen Unternehmerinnen und Unternehmern mit unserer Expertise zur Seite und bringen Impulse ein. In einem dynamischen und wettbewerbsintensiven Marktumfeld ist Innovation entscheidend. Sie ermöglicht es KMU, sich von der Konkurrenz abzuheben, neue Märkte zu erschliessen und wettbewerbsfähig zu bleiben.

Durch gezielte Unterstützung können sie ihre Position stärken und sich an veränderte Marktbedingungen anpassen. UBS stellt ausserdem rund 350 Milliarden Franken für die Schweizer Wirtschaft in Form von Krediten zur Verfügung – damit könnte man rund 28 Mal den Bau des Gotthard-Basistunnels finanzieren.

Unserer Erfahrung nach ist das ein weiterer wichtiger Punkt: KMU benötigen unkomplizierten Zugang zu zusätzlicher Liquidität. UBS bietet dafür den innovativen Instant Business Credit, ein digitales Tool, das in unser E-Banking integriert ist und unseren Kunden schnellen Zugang zu einer Vielzahl von Kreditprodukten ermöglicht.

Generalversammlungen per Whatsapp?

Die jährlichen General- oder Gesellschafterversammlungen bei AGs und GmbHs stehen an. Was müssen Verwaltungsräte und Geschäftsführer zwingend beachten? Welche Rechte stehen Aktionären und Gesellschaftern zu?

ANDRÉ BRUNSCHWEILER

Die General- oder Gesellschafterversammlungen (GV) ist innert sechs Monaten nach Abschluss des Geschäftsjahres durchzuführen. Dieses endet für die meisten Gesellschaften mit dem Kalenderjahr übereinstimmt, ist der Stichtag Ende Juni. Kommt es zu Verspätungen, droht mangels Wiederwahl des Verwaltungsrates (VR) der Verlust der Handlungsfähigkeit. Das Recht der GmbH verweist im Wesentlichen auf das Recht der AG, weshalb dieser Artikel grundsätzlich nicht zwischen diesen Gesellschaftsformen unterscheidet.

Einladung und Durchführung durch den VR

Von Gesetzes wegen muss der VR mindestens 20 Tage vor der GV einladen. Bei GmbHs kann die Frist statutarisch auf 10 Tage verkürzt werden. Mit der Einladung sind die Traktanden und Beschlussanträge anzukündigen; die Jahresrechnung – also Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang – ist ebenfalls zur Verfügung zu stellen sowie der Revisionsbericht, falls ein Revisor besteht. Bei einem Verstoß können Beschlüsse der GV angefochten werden.

Sofern die Statuten dies vorsehen, können GVs virtuell stattfinden, als Teams-Meeting oder per Telefonkonferenz. Auch hybride GVs sind möglich. Zudem können GV-Beschlüsse schriftlich gefasst werden, zum Beispiel auf dem Zirkularweg, aber auch «in elektronischer Form». Dies ermöglicht eine Beschlussfassung auch per Whatsapp. Jedoch kann jeder Aktionär eine münd-

liche Beratung verlangen und damit eine schriftliche oder elektronische Beschlussfassung verhindern.

Auch bei einer virtuellen GV muss jeder Teilnehmer Anträge und Fragen stellen und an der Diskussion teilnehmen können. Bei einer Beschlussfassung per Whatsapp wird der VR die Whatsapp-Konten den jeweiligen Aktionären zuordnen und auch vermerken



Virtuelle GVs per Whatsapp sind erlaubt, sofern die Statuten es vorsehen.

ADOBE STOCK

müssen, wie viele Aktienstimmen jeweils vertreten sind.

Infrastruktur, Dokumentation und rechtliche Folgen

Der VR ist für die Infrastruktur verantwortlich, die er zur Verfügung stellt. Bei technischen Problemen wie Übertragungsfehlern und Manipulationen muss der VR den Mangel beheben; ist dies nicht möglich, muss er die GV abbrechen und wiederholen. Eine Verletzung dieser Pflichten führt zur Anfechtbarkeit der Beschlüsse.

Oft geht vergessen, dass auch elektronisch gefasste Beschlüsse, etwa per Whatsapp, während zehn Jahren aufzubewahren sind. Zu Dokumentationszwecken empfiehlt es sich, elektronisch gefasste Beschlüsse in einem sogenannten Erwahrungsprotokoll festzuhalten. Darin fasst der VR kurz das Prozedere zusammen und hält die gefassten Beschlüsse fest. Ein Erwahrungsprotokoll ist für Beschlüsse unumgänglich, die ins Handelsregister einzutragen sind.

Die wesentlichsten Aktionärsrechte an der GV

Aktionäre können an der GV persönlich teilnehmen oder sich – vorbehaltlich anderslautender Statuten – vertreten lassen. Neben dem Auskunftsrecht haben Aktionäre mit mindestens fünf Prozent Aktienstimmen das Recht, Einsicht in die Geschäftsbücher zu nehmen.

Das Auskunfts- und Einsichtsrecht bezieht sich grundsätzlich auf alle Angelegenheiten der Gesellschaft, soweit diese für die Ausübung der Aktionärsrechte erforderlich sind. In einem Konzern kann dies sogar die Angelegenheiten von Tochtergesellschaften umfassen. Der VR darf die Auskunft nur aufgrund von Geschäftsgeheimnissen oder «anderer schutzwürdiger Interessen der Ge-

sellschaft» verweigern. In der Praxis nutzen VR diese Gummibegriffe oft, um unliebsame Fragen gar nicht oder nur nichtssagend zu beantworten. Immerhin muss der VR eine Verweigerung schriftlich begründen, und dem Aktionär steht der Klageweg offen.

Bei GmbHs sind Informationsrechte umfassender. Dort können Gesellschafter von der Geschäftsführung jederzeit Auskunft zu sämtlichen Angelegenheiten verlangen und Einsicht in Geschäftsbücher nehmen.

Entlastung des Verwaltungsrats als besonderer Fall

Zum typischen Traktandum einer ordentlichen GV gehören neben der Abnahme der Jahresrechnung, der Beschlussfassung über den Bilanzgewinn und der Wiederwahl der Organe auch die Entlastung des Verwaltungsrats und der Geschäftsführung. Dies ist im Interesse des VR, da dies das Risiko von Verantwortlichkeitsklagen durch Aktionäre reduziert – zumindest für dann bekannte Tatsachen. Für die Entlastung haben Personen, die in irgendeiner Weise an der Geschäftsführung teilgenommen haben, kein Stimmrecht.

Wer vom Stimmrecht ausgeschlossen ist, darf weder als Vertreter eines anderen Aktionärs mitwirken noch einen Vertreter für seine Aktien bestimmen.



QR-Code scannen für mehr Kolumnen zum Thema KMU

André Brunschweiler, Partner der Anwaltskanzlei Lalive in Zürich, gibt auf KMUtoday.ch Antworten auf juristische Fragen, die Schweizer KMU beschäftigen können beziehungsweise beschäftigen sollten.

Wer lebt, sorgt vor.

Egal ob Eichhörnchen oder Privatperson: Wir schlafen alle besser, wenn die Vorratskammer voll ist. Vorsorge liegt eben in unserer Natur. Bei Pax seit 1876. Diese 149 Jahre haben wir dazu genutzt, um zur besten Schweizer Anbieterin für private Vorsorge zu werden. Heisst, dass wir kein Auge zumachen, bevor Sie nicht ganz entspannt in die Zukunft blicken können: pax.ch/private-vorsorge



Mehr erfahren. Punkt.

Punkt.

VORSORGE AUF DEN PUNKT GEBRACHT

Pax