

Das neue Akku-Blindnietgerät, **KLEIN, LEICHT, SCHNELL!**



BIRDIE®



Nur 900 g
**EXTREM
LEICHT!**

Leichtestes Gerät
der 18 V Klasse!

Birdie®



MEHR INFORMATIONEN

**ES KOMMT NICHT AUF DIE GRÖSSE AN,
DIE TECHNIK MACHT`S!**

SDCC

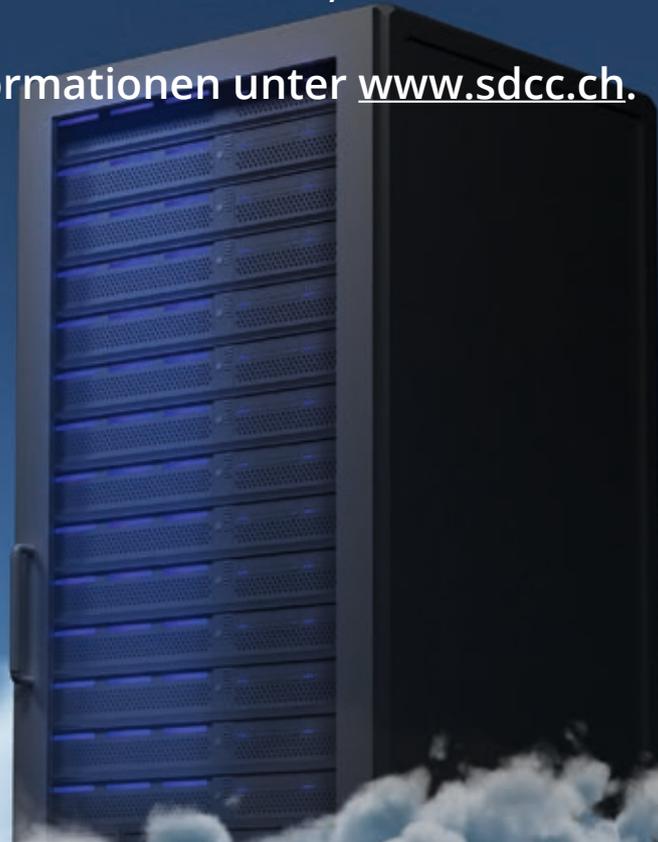
SWISS DATA CLEARING CENTER

Das professionelle Datenmanagement für die Branche ist Realität und verbindet dank modernster Cloud-Architektur medienbruchfrei die Lieferanten mit dem Handel.

Das SDCC ist für alle Marktakteure frei zugänglich und versorgt mediengerecht ERP-, WaWi- oder Web-Shop-Systeme mit strukturierten oder sogar klassifizierten Produktdaten.

Das SDCC ist der ultramoderne Daten-Highway für die Lieferanten und den Handel, also für die Branche!

Weitere Informationen unter www.sdcc.ch.



ALLCHEMET



FEIN

FESTOOL



BOSCH
Technik fürs Leben



Steinermann



Weitere Infos
Plus d'informations
Swissavant digital



Inhalt/Contenu

4



16



32



4 Nationaler Branchentag 2023

Journée Nationale de la branche 2023

8 Neues Beitragsmodell für die Mitglieder von Swissavant

12 Nouveau modèle de cotisations pour les membres de Swissavant

16 Damian Roux stellt sich zur Wahl für den Vorstand von Swissavant

Damian Roux se présente à l'élection du comité directeur de Swissavant

18 Un entretien avec notre ancien responsable CIE Bernard Coutaz

19 Firmen und Aktuelles

Entreprises et actualités

30 Produkte

Produits

39 Die Bücherseite

Stellenanzeigen

Offres d'emploi

47 – Assistent*in des Geschäftsführers – Swissavant



Impressum

Herausgeber:
Swissavant – Wirtschaftsverband Handwerk und Haushalt, Wallisellen
Mitglied der International Federation of Hardware & Houseware Associations

Redaktion und Administration:
Neugutstrasse 12, Postfach, 8304 Wallisellen
T +41 44 878 70 60, perspective@swissavant.ch,
www.swissavant.ch

Verlagsleitung:
Christoph Rotermund

Redaktion und Verlag:
Werner Singer, Andrea Maag

Freie Mitarbeiter:
Andreas Grünholz, Journalist; Alex Buschor, Fotograf

Bildquellen/Bildrechte:
Wenn nicht anders angegeben: entsprechende Firmen/Hersteller oder Swissavant

Druck:
Gebo Druck AG, Stallikonerstrasse 79, 8903 Birmensdorf, info@gebodruck.ch

Jahresabonnement:
Inland: 110.00 CHF zzgl. MwSt., inkl. Porto; Ausland: 125.00 CHF inkl. Porto

Erscheinungsweise:
12 Ausgaben pro Jahr gemäss Redaktions- und Themenplan

printed in
switzerland

Rahmenprogramm am Nationalen Branchentag 2023

Anlässlich der 113. ordentlichen Generalversammlung, von Montag, 3. April 2023, findet vorgängig am Morgen ein Rahmenprogramm zu den Themen «**Neues Datenschutzgesetz (DSG)**» und «**Wie Sie aus Kunden wirklich Fans machen**» statt.

Programme-cadre de la Journée nationale de la branche 2023

La 113^{ème} assemblée générale ordinaire du lundi 3 avril 2023 sera précédée le matin d'un programme-cadre centré sur le «**Nouvelle loi sur la protection des données (LPD)**» et «**Comment faire de vos clients de véritables fans**».

Zeitpunkt Heure	Thema Sujet	Moderation/Referenten Modération/Intervenants
08.30	Begrüssungskaffee Café d'accueil	
08.45	Türöffnung Ouverture des portes	
09.15	Begrüssung Bienvenue	Christoph Rotermond Geschäftsführer directeur, Swissavant
09.30	<p>Neues Datenschutzrecht – Die neuen Regeln rechtzeitig einführen und umsetzen! Das Referat zeigt die wichtigsten Schritte zur Datenschutzcompliance.</p> <p>Nouvelle législation sur la protection des données – Introduisez et mettez en œuvre les nouvelles règles à temps! L'intervenant présentera les principales étapes de la mise en conformité avec la loi sur la protection des données.</p> <p>Kundenzufriedenheit: Die Notwendigkeit meinen Kunden zum Fan zu machen! Das Referat zeigt, wie man Kunden, aber auch Mitarbeitende zu Fans machen kann und dies für kleine wie grosse Unternehmen möglich und für die Zukunft fast schon eine Notwendigkeit ist.</p> <p>Satisfaction de la clientèle: la nécessité de faire de mon client un fan! L'exposé montrera comment changer vos clients, mais aussi vos collaborateurs, en fans de votre entreprises. Aujourd'hui, c'est presque une nécessité, pour l'avenir et c'est possible pour les petites entreprises comme pour les grandes.</p>	<p>Kaj Seidl-Nussbaumer Wirtschaftsanwalt mit Spezialgebiet «Datenschutzrecht» Avocat d'affaires spécialisé en «droit de la protection des données»</p> <p>Leif Steinbrinker Unternehmensberater und Spezialist für Kundenzufriedenheit Conseiller d'entreprise et expert en satisfaction des clients</p>
10.15	<p>Diskussion, Erfahrungsaustausch und Fragerunde mit Referenten und Exponenten aus der Branche.</p> <p>Débat, échange d'expériences et questions aux intervenants et représentants de la branche.</p>	
11.00	Kurzpause Brève pause	



Hier geht's zur Anmeldung...



Pour s'inscrire, c'est par ici...

SWISSAVANT

Nationaler Branchentag
Journée nationale de la branche



Ende der Veranstaltung voraussichtlich um 15.30 Uhr,
anschliessend wird ein Farewell-Apéro offeriert.

L'assemblée générale se terminera vers 15h30
et sera suivie d'un apéritif.

Fine assemblea generale ore 15.30,
seguita di un aperitivo.

113. ordentliche Generalversammlung 2023

Montag, 3. April 2023

Beginn der GV 13.45 Uhr

Türöffnung 13.15 Uhr

Hotel Radisson Blu, Zürich-Flughafen

Tagesordnung und Anträge

1. Eröffnungswort des Präsidenten
Der Präsident beleuchtet ein aktuelles Branchenthema.
2. Wahl der Stimmzähler
Die Versammlung wählt zwei Stimmzähler.
3. Protokoll der 112. GV 2022
Der Vorstand beantragt, das Protokoll zu genehmigen.
4. Leistungsbericht 2022
Der Vorstand beantragt, den Leistungsbericht 2022 zu genehmigen.
5. Abnahme der Jahresrechnung und Déchargeerteilung
 - 5.1 Bericht des Kassiers über die Jahresrechnung 2022
Der Kassier erläutert ausführlich den Finanzbericht 2022. Der Vorstand beantragt den Überschuss von 5274.50 CHF dem Eigenkapital zuzuschlagen.
 - 5.2 Bericht der Revisionsstelle 2022
Der Revisionsbericht ist im Leistungsbericht 2022 abgedruckt.
6. Festsetzung des Mitgliederbeitrages 2023
Der Vorstand beantragt, die Mitgliederbeiträge beizubehalten.
7. Budget für das Geschäftsjahr 2023
Der Vorstand beantragt, das Budget 2023 freizugeben.
8. Neues Mitgliederbeitragsmodell ab 2024
Der Vorstand beantragt, das neue Mitgliederbeitragsmodell für 2024 zu genehmigen.
9. Wahl eines neuen Vorstandsmitgliedes
Der Vorstand beantragt, Herrn Damian Roux als neues Vorstandsmitglied für die Amtsperiode 2023–2026 zu wählen.
10. Bestimmung Versammlungsort 2024
Der Vorstand beantragt, Zürich und Umgebung als nächsten Generalversammlungsort festzulegen.
11. Diskussions- und Fragerunde
Die Mitglieder haben das Wort!
12. Varia
Aktuelle Informationen über laufende und anstehende Verbandsgeschäfte im Telegrammstil.

113^{ème} assemblée générale ordinaire 2023

Lundi 3 avril 2023

Début de l'assemblée générale 13h45

Ouverture des portes 13h15

Hôtel Radisson Blu à Zurich aéroport

Ordre du jour et motions

1. Ouverture de la séance par le président
Le président traite d'un sujet d'actualité de la branche.
2. Election des scrutateurs
L'assemblée élit deux scrutateurs.
3. Procès-verbal de la 112^{ème} AG 2022
Le comité propose d'approuver le procès-verbal.
4. Rapport d'activités 2022
Le comité propose d'approuver le rapport d'activités.
5. Approbation des comptes annuels et décharge
 - 5.1 Rapport du caissier sur le bilan et le compte d'exploitation 2022
Le caissier explique en détail le rapport financier de l'exercice 2022. Le comité propose d'attribuer l'excédent de 5274.50 CHF aux fonds propres.
 - 5.2 Rapport 2022 de l'organe de révision
Le rapport de révision figure dans le rapport d'activités 2022.
6. Décision sur les cotisations des membres pour 2023
Le comité propose de maintenir les cotisations des membres.
7. Budget de l'exercice 2023
Le comité propose d'accepter le budget 2023.
8. Nouveau modèle de cotisation des membres dès 2024
Le comité propose d'approuver le nouveau modèle de cotisation des membres pour 2024.
9. Election d'un nouveau membre du comité
Le comité propose d'élire M. Damian Roux comme nouveau membre du comité pour la période 2023-2026.
10. Décision sur le lieu de réunion en 2024
Le comité propose Zurich et ses environs comme lieu de réunion de la prochaine assemblée générale.
11. Questions et discussions
Les membres ont la parole.
12. Divers
Informations d'actualité en style télégraphique sur les affaires courantes et les projets en préparation de l'Association.

113^a assemblea generale ordinaria 2023

Lunedì 3 aprile 2023

Inizio dell'assemblea generale alle ore 13.45

Apertura delle porte ore 13.15

Hotel Radisson Blu, Zurigo aeroporto

Ordine del giorno e proposte

1. Discorso d'apertura del Presidente
Il Presidente tratta un tema attuale del ramo.
2. Elezione degli scrutatori
L'assemblea elegge due scrutatori.
3. Verbale della 112^a assemblea generale 2022
Il comitato propone di accettare il protocollo.
4. Rapporto d'attività 2022
Il comitato propone di approvare il rapporto d'attività.
5. Accettazione dei conti annuali e scarico al comitato
 - 5.1 Rapporto del cassiere sui conti annuali 2022
Il cassiere spiega dettagliatamente il rapporto finanziario 2022.
Il comitato chiede di aggiungere l'eccedenza di 5274.50 CHF al capitale proprio.
 - 5.2 Rapporto dei revisori 2022
Il rapporto di revisione è incluso nel rapporto d'attività 2022.
6. Tassa sociale 2023
Il comitato propone di mantenere la quota dei membri.
7. Preventivo per l'anno amministrativo 2023
Il comitato propone di accettare il budget 2023.
8. Nuovo modello di quote associative a partire dal 2024
Il comitato propone di approvare il nuovo modello di quote associative per il 2024.
9. Elezione di un nuovo membro del comitato
Il comitato propone l'elezione di Damian Roux come nuovo membro del comitato per il mandato 2023-2026.
10. Determinazione del luogo di riunione dell'anno 2024
Il comitato propone Zurigo e i suoi dintorni come luogo per la prossima assemblea generale.
11. Domande e discussioni
I membri hanno la parola.
12. Eventuali
Informazioni attuali sugli affari in corso e imminenti dell'Associazione in stile telegrafico.

Swissavant: Neues Beitragsmodell – sichere Zukunft

«Was lange währt ...» – Über Jahre beschäftigte das Thema die Basis wie auch die führenden Köpfe des Wirtschaftsverbands. Nun ist es soweit: Die 113. ordentliche Generalversammlung vom 3. April 2023 im Hotel Radisson Blu, Zürich Flughafen, wird über das neue Beitragsmodell für alle Mitgliederkategorien abstimmen. Verbandspräsident Andreas Müller und Kassier Andreas Diener erklären gemeinsam, worum es bei dieser wichtigen Vorlage geht.



Die Vorstandsmitglieder Andreas Diener, Kassier (links), und Präsident Andreas Müller stehen im Interview der *perspective* zu den Fragen rund um das neue Mitglieder-Beitragsmodell Rede und Antwort.

Eines vorweg: Zunächst bedeuten Beiträge zu einem Kollektiv, dass alle Mitglieder etwas «herbeitragen, dazulegen». Beiträge sind oft unverzichtbar, damit Non-Profit-Organisationen für ihre Mitglieder einen Nutzen erbringen können. Und sie fördern die Zusammengehörigkeit der Mitglieder zu einer Gemeinschaft. Aber: Beiträge sind auch sensibel. Denn wo Menschen gemeinsam unterwegs sind, werden Fairness und Gerechtigkeit gerne hinterfragt. So auch bei Swissavant: Der nationale Wirtschaftsverband hat seinen Mitgliedern zwar während 38 Jahren nominal unveränderte Beiträge beschert. Die seit Jahrzehnten fixen Beiträge sind aber seit längerem überholt und bilden die Branchen- und Verbandsrealität nicht mehr zeitgemäss ab. Eine moderne Beitragsstruktur für alle Mitgliederkategorien soll der Aktualität nun Rechnung tragen.

Die Überarbeitung der Mitgliederbeiträge ist schon länger ein Thema, jetzt liegt der finale Entwurf vor. Warum hat es so lange damit gedauert?

Müller (schmunzelt): Pflichtabgaben bieten generell Stoff für Diskussionen. Man befasst sich lieber mit attraktiven Themen, das ist menschlich. Swissavant verfolgte über Jahrzehnte die Strategie, sich primär mit den erbrachten Leistungen direkt zu finanzieren. Die Mitgliederbeiträge als «externer Anteil» sind in der Folge eher in den Hintergrund gerückt. Dennoch haben wir die Diskussion um das Beitragsmodell bereits anfangs 2018 gestartet. Wegen der guten Finanzlage des Verbands aber ohne jegliche zeitliche Dringlichkeit.

Die Pandemie hat uns zusätzlich gebremst, so dass wir unsere Vorschläge erst jetzt unterbreiten können.

Diener: Unser Verband stützt sich auch auf Anlageerträge. Dank der erfolgreichen Strategien unseres Geschäftsführers sind uns damit über viele Jahre substanzielle Finanzmittel zugeflossen. In turbulenten Zeiten sind diese Erträge aber nicht verlässlich und damit nicht budgetierbar. Ausserdem können wir von einer künftigen Geschäftsführung nicht dieselbe glückliche Hand bei den Anlagen erwarten. Das wäre schlicht naiv. Deshalb haben wir unser Beitragsmodell nun gründlich durchleuchtet und auf die moderne Zeit zugeschnitten.

Moderne Zeit: Was ist gemeint?

Müller: Wir haben ein seit 38 Jahren unverändertes Beitragsmodell. Der währenddessen erfolgte Wandel wird dabei nicht mehr berücksichtigt, etwa bei der Unterscheidung von Lieferanten und Händlern. Swissavant war lange ein Zusammenschluss des Schweizer Fachhandels, die Lieferanten figurierten lediglich als Passivmitglieder, sozusagen als «zugewandte Orte». Heute profitieren Lieferanten und Handel gleichermassen von den Leistungen des Verbands – man kann von einer Homogenisierung der Gesamtbranche sprechen.

Diener: Neugründungen, Firmenaufgaben und Firmenübernahmen haben die Struktur in der Branche spürbar und nachhaltig verändert. Deshalb stehen historisch fixe Beiträge heute nicht selten in einem krassen Missverhältnis zu den Leistungsbezügen. Bei deutlich mehr Verbandsleistungen und einer stark veränderten Unternehmens- und damit auch Branchenlandschaft passt das veraltete Beitragsmodell mit seinen unveränderten Beitragsätzen schlicht nicht mehr. Deshalb – und mit Blick auf die personellen Entwicklungen an der Verbandsspitze – ist eine Aktualisierung eigentlich seit langem überfällig.

Ein neues Modell beinhaltet neue Zahlen. Konkret: Wie verändern sich die Beiträge für das einzelne Mitglied absehbar?

Diener: Neustrukturierungen erzeugen stets «Gewinner und Verlierer» – in Anführungszeichen! Denn unsere Mitglieder sind zunächst alle Gewinner, indem sie von deutlich ausgebauten Leistungen des Verbands profitieren. Heute machen die Beiträge rund 10% der Verbandseinnahmen aus, der Zielwert liegt bei 20%. Das entspricht dem Wert bei vergleichbaren Verbänden. Die im neuen Modell prognostizierbaren Beiträge an den Verband würden von heute rund 380 000 CHF um knapp die Hälfte auf gut 550 000 CHF steigen. Diese Anpassung um gut 40% ist selbstredend nicht pauschal vorgesehen. Sie schlägt neu abhän-

gig von der aktuellen Lohnsumme zu Buche. Ein fixer Sockelbeitrag von 500 CHF für alle Mitglieder plus 1% der gemeldeten AHV-Lohnsumme führt zum neuen Beitragsmodell für alle Mitgliederkategorien. Dieser ist gegen oben bei 20 000 CHF für alle Mitglieder gedeckelt. Die Aufschläge im Rahmen des neuen Beitragsmodell können damit je nach aktueller Mitgliederkategorie zwischen rund 15% und 160% variieren.

Das mag prima vista beträchtlich erscheinen. Es ist aber doch angemessen nach 38 Jahren finanziellem Stillstand bei den Mitgliederbeiträgen und zwischenzeitlich deutlich verbesserten Leistungen!

Müller: Für kleine Mitgliedsfirmen ist die Erhöhung prozentual sicher spürbar. In absoluten Zahlen und mit Blick auf die verbandlichen Leistungen halten wir sie aber für akzeptabel. Deshalb erachten wir dieses neue Beitragsmodell als gerecht und sind zuversichtlich, dass sich diese Sicht auch bei unseren Mitgliedern durchsetzt.

Diener: Neben der Aktualität 2023 ist auch die finanzielle Gleichbehandlung von Gleichgestellten in einem Kollektiv – also von Handel und Lieferanten – zu betonen. Diese Gleichstellung wurde bereits an der GV von 2001 in

Basel beschlossen. Sie schlägt sich nun auch im Beitragsmodell nieder ... endlich, sage ich heute ehrlicherweise!

Wie kam das neue Beitragsmodell zustande?

Müller: Händlerseitig wurde uns immer wieder ein gewisses Unbehagen bei den Beiträgen signalisiert – vor allem von kleinen Unternehmungen. Ab 2018 hat sich deshalb eine 12-köpfige Projektgruppe unter fachkundiger Leitung von Prof. Dr. Hans Lichtsteiner (Uni Freiburg, Institut für Verbandsmanagement) in mehreren Sitzungen intensiv damit befasst. In der Projektgruppe waren kleine und grössere Händler, Dienstleister sowie Lieferanten und Produzenten vertreten, ein repräsentatives Abbild unserer ganzen Branche also. Man hat viele Beitragsmodelle geprüft und detaillierte Varianten durchgerechnet, sich bei anderen nationalen Wirtschaftsverbänden und renommierten Arbeitgeberinstitutionen detailliert informiert und 2019 schliesslich den heute vorliegenden Vorschlag als neues Beitragsmodell ausgearbeitet. Wir wollten das Anliegen aber nicht während der Corona-Pandemie digital durchwinken, sondern die persönliche Debatte an einer physischen Generalversammlung ermöglichen. Deshalb kommt die Vorlage für ein neues Beitragsmodell erst an der diesjährigen GV 2023 zur Abstimmung.

Wir freuen uns auf eine rege Teilnahme, auf eine engagierte Aussprache und auf konstruktive Stellungnahmen! Das neue Modell soll – und das ist ein ganz grosses Anliegen aller Mitglieder des Vorstandes – demokratisch stark verankert sein und neben gesicherten Finanzen auch dem Zusammenhalt unter den Mitgliedern und damit in unserer Branche dienen.

Was passiert bei Ablehnung des Systemwechsels durch die GV 2023?

Müller: Mit dem alten System würde ein vierzigjähriger Anachronismus fortgesetzt, und wir müssten die bestehenden Beiträge pauschal um einen einheitlichen Prozentsatz anheben. Denn wenn wir die Leistungen für das Kollektiv nicht adäquat honorieren, bremsen wir uns am Ende selber strukturell aus. Mehr noch: Eine zukunftsfähige Entwicklung unserer Branchenorganisation wird damit, wenn nicht verunmöglicht, so doch massiv negativ beeinträchtigt. Das kann es einfach nicht sein – weder für den Verband mit seinen zahlreichen Mitgliedern, noch für die Branche. Insofern setzen wir bei unseren Mitgliedern auf Weitblick und Verständnis für unsere Vorlage!



Darum geht es:

Das an der Swissavant Generalversammlung 2023 zur Abstimmung gelangende neue Beitragsmodell – kurz und knapp wiedergegeben:

Die Mitglieder von Swissavant leisten ab 2024 einen jährlichen Basisbeitrag von 500 CHF plus 1% der gesamten AHV-Lohnsumme. Der Maximalbetrag ist auf 20 000 CHF limitiert.

Wichtiges in Kürze:

- Das Beitragsmodell von Swissavant besteht unverändert seit 38 Jahren.
- Das Modell bildet die aktuelle Branchen- sowie Mitgliederstruktur und die Unternehmensvielfalt nicht mehr ab.
- Vor über 20 Jahren wurden die Mitgliederkategorien «Handel» und «Lieferanten» abgeschafft. Diese Aufhebung fand ihren Niederschlag in einem vereinheitlichten Leistungsbezug, nicht aber in den jährlichen Beiträgen.
- Das neue Beitragsmodell hilft, die Finanzierung von Swissavant als nationale Branchenorganisation langfristig zu sichern. Es stärkt die Budget- und Planungssicherheit für die Kollektivleistungen des Wirtschaftsverbandes.
- Die vorgeschlagene Erhebungsbasis entspricht den Modellen vergleichbarer Arbeitgeberverbände oder nationalen Wirtschaftsverbänden.
- Das neue Modell bringt generell moderate, im Einzelfall deutliche Anpassungen bei den Jahresbeiträgen mit sich.
- Mit einer Ablehnung des neuen Modells würden veraltete, nicht mehr passende Branchen- und Mitgliederstrukturen aufrechterhalten. Der vielseitige Wunsch nach bestmöglicher Fairness und Gleichbehandlung aller Mitgliederkategorien bliebe unerfüllt.

►► ... FORTSETZUNG

Mitgliederbeiträge bei Swissavant

Seit 38 Jahren sind die Beiträge nominell unverändert – die jeweils bestätigenden Beschlüsse an den GV wurden zum beliebten Ritual. Kaufkraftbereinigt sind die Beiträge in dieser Zeit damit auf etwa ein Viertel geschrumpft! Die somit «fehlenden Einnahmen» kamen aus der direkten Verrechnung von Verbandsleistungen, aus staatlichen Zuschüssen und Subventionen (Ausbildung/üK), aus EKAS-Aktivitäten, aus der *perspective*, von nexmart, aus der Messe Hardware sowie aus Wertschriftenerträgen.

Die lange beibehaltenen Beitragssätze führten bei grossen Lieferanten teilweise zu fast symbolischen Leistungen ans Kollektiv, während andernorts die Abgaben doch deutlich – und nicht immer betriebsgerecht – zu Buche schlugen. Das zwischenzeitlich umfangreiche Leistungsangebot (siehe «Das Leistungspaket von Swissavant») ruft nach einer sicheren, aber auch fairen Finanzierung durch alle Nutzniesser*innen. – Im neuen Beitragsmodell will der Verband die Aktualität der angeschlossenen Unternehmungen als Mitglieder abbilden sowie bestmögliche Fairness und Gerechtigkeit im Interesse aller Beteiligten verwirklichen. Für ein sauberes Funktionieren ist es seinerseits auf die korrekten Meldungen zur AHV-Lohnsumme der Mitgliedsbetriebe angewiesen.

Das Leistungspaket von Swissavant

Der Wirtschaftsverband erbringt Leistungen, er nimmt gesellschaftliche wie branchenspezifische Verantwortungen wahr und verfolgt Stossrichtungen – alles im Interesse seiner Mitglieder und als Dienst an der Gesellschaft. Die Aktivitäten seien hier in Erinnerung gerufen – auch mit Blick auf das neue Beitragsmodell 2024:

Individuelle Leistungen:

- Grundausbildung im Detailfachhandel EFZ/EBA
- Höhere Fachausbildung «Beschlägefachkurs»
- Weiterbildungen
- Branchenportal (nexmart)
- AHV-Ausgleichskasse (+ FAK)
- BVG-Stiftung
- Öffentliche Ausschreibungen

Integrative Leistungen für Verband und Branche – «Beschaffungswesen»:

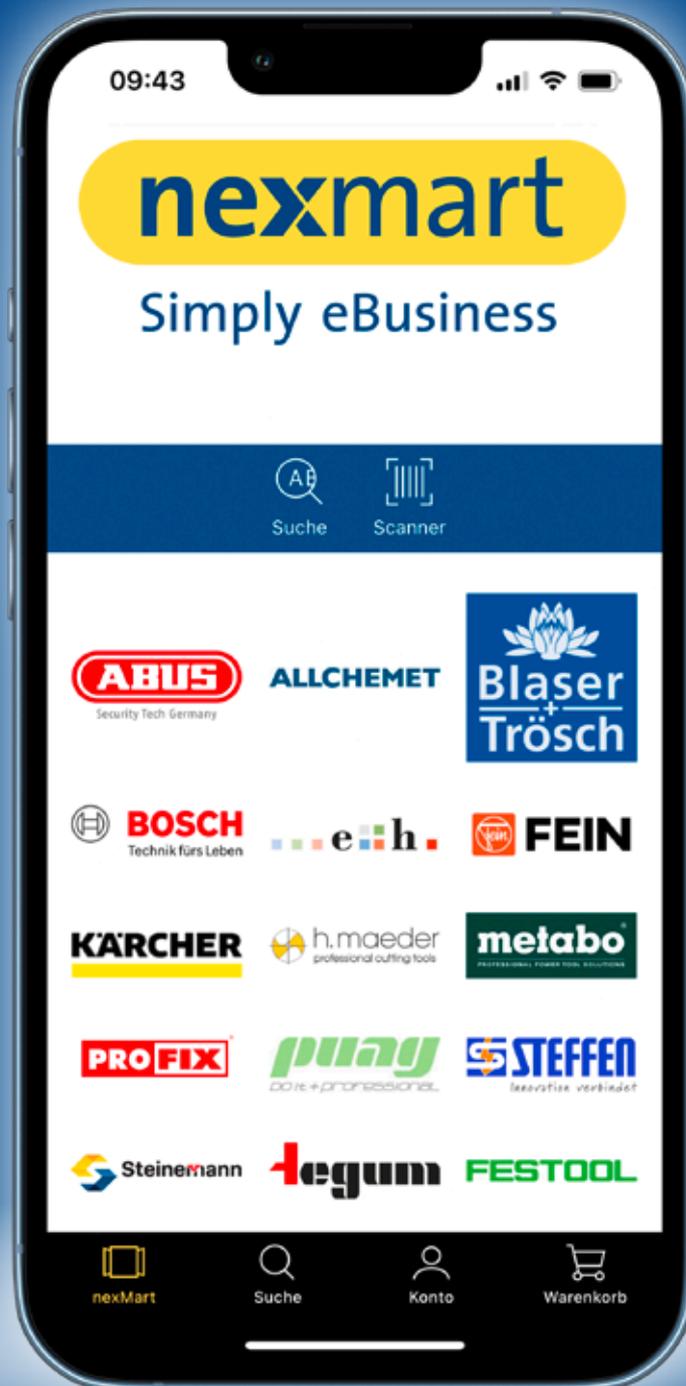
- Information – «*perspective*»
- Digitalisierungsprojekte
- Messe – «Hardware»
- Verbandsanlässe – «Nationaler Branchentag»
- Branchenwerbung
- EKAS-Branchenlösung – Arbeitssicherheit

Leistungen für das Kollektiv «Branche – Verband – Gesellschaft»

- Gesunde Branchenstrukturen
- Standards
- Lobbying
- Öffentlichkeitsarbeit
- Qualifizierte Fachkräfte
- Förderstiftung polaris

nexmart

Simply eBusiness



Installieren Sie jetzt
die TradeApp 2.0!



Swissavant: nouveau modèle de cotisations – pour un avenir sûr

«Tout est bien qui finit bien»: pendant des années, ce sujet a tenu en haleine la base et les principaux dirigeants de notre association économique. Nous touchons enfin au but: la 113^{ème} assemblée générale ordinaire du 3 avril 2023 à l'Hôtel Radisson Blu à Zurich aéroport votera le nouveau modèle de cotisations pour toutes les catégories de membres. Andreas Müller, président de l'Association, et Andreas Diener, caissier, expliquent ensemble cette motion importante.



Les membres du comité, Andreas Diener, caissier, à gauche, et Andreas Müller, président, répondent aux questions de *perspective* au sujet du nouveau des membres.

Précisons d'emblée que le mot «cotisation» signifie d'abord que tous les membres d'une collectivité apportent leur contribution. Les cotisations sont souvent indispensables pour que les organisations sans but lucratif soient être utiles à leurs membres. De plus, elles donnent à ceux-ci le sentiment d'appartenir à une communauté. Toutefois, les cotisations sont un point sensible. Partout où des gens collaborent, ils posent volontiers la question de l'équité et de la justice. Chez Swissavant, c'est pareil. L'Association économique nationale a certes offert à ses membres des cotisations nominales inchangées depuis 38 ans. Fixes pendant des décennies, celles-ci sont toutefois dépassées depuis longtemps et ne reflètent plus la réalité contemporaine de l'Association. Une structure moderne des cotisations pour toutes les catégories de membres doit tenir compte de la situation actuelle.

La question de la refonte des cotisations des membres se pose depuis longtemps déjà. Le projet final est désormais disponible. Pourquoi cette refonte a-t-elle duré si longtemps?

Müller (sourit): les taxes obligatoires donnent toujours lieu à des discussions. On préfère s'occuper de sujets plus attrayants, c'est humain. Pendant des décennies, Swissavant a donné la priorité à la stratégie consistant à se financer directement en faisant payer les prestations fournies. De ce fait, les cotisations des membres comme «partie externe» sont passées plutôt à l'arrière-plan. Nous avons néanmoins lancé le débat sur le modèle de cotisations en 2018 déjà. En raison de la bonne assiette financière de l'Association, il n'y avait aucune urgence.

Le retard dû à la pandémie ne nous a pas permis de vous présenter nos propositions plus tôt.

Diener: notre Association s'appuie aussi sur des produits de placements. Grâce au succès des stratégies de notre directeur, nous avons engrangé pendant de nombreuses années des moyens financiers substantiels. Toutefois, en période de turbulences, ces produits sont incertains et ne peuvent être budgétés. En outre, il serait naïf de s'attendre à ce qu'un futur directeur ait la main aussi heureuse en matière de placements. Ce serait naïf. C'est pourquoi nous avons passé au crible notre modèle de cotisations et l'avons remanié pour les temps modernes.

Temps modernes: qu'entend-on par là?

Müller: Nous avons un modèle de cotisations inchangé depuis 38 ans. Il ne tient pas compte des changements intervenus entre temps, par exemple la suppression de la distinction entre membres fournisseurs et détaillants. Pendant longtemps, Swissavant a été un groupement de commerçants spécialisés suisses, où les fournisseurs n'étaient que des membres passifs. Aujourd'hui, fournisseurs et commerçants profitent de la même façon des prestations de l'Association, on peut parler d'une homogénéisation de la branche.

Diener: Les créations, cessations d'activité et reprises d'entreprises ont sensiblement et durablement modifié la structure de la branche. C'est pourquoi la disproportion entre les cotisations fixes historiques et les prestations obtenues est souvent flagrante. Avec des services nettement plus nombreux que fournit l'Association dans un contexte d'entreprises et de branche fortement modifié, le modèle de cotisations avec ses taux de cotisation inchangés paraît obsolète et tout simplement inadapté. C'est pourquoi, compte tenu des changements prévus à la tête de l'Association, une mise à jour s'impose à vrai dire depuis longtemps.

Un nouveau modèle comprend de nouveaux chiffres. Concrètement: comment les cotisations individuelles des membres vont-elles changer?

Diener: Les restructurations entraînent toujours, entre guillemets, des «gagnants et des perdants»! Car de prime abord, nos membres sont tous gagnants, dans la mesure où ils profitent d'une gamme de services nettement plus étendue de l'Association. Aujourd'hui, les cotisations représentent environ 10% des recettes de l'Association, la valeur-cible se situant aux environs de 20%. Cette dernière est comparable à celle d'autres associations. Les cotisations prévues par le nouveau modèle seraient augmentées de moitié, passant d'environ 380 000 CHF à quelque 550 000 CHF.

Il va de soi que cette hausse de plus de 40% ne sera pas linéaire. Elle dépendra désormais de la masse salariale. Le nouveau modèle comprend, pour toutes les catégories de membres, un montant de base fixe de 500 CHF et une cotisation individuelle égale à 1‰ de la masse salariale AVS déclarée. La limite supérieure de la partie variable de la cotisation est de 20 000 CHF. Dans le cadre du nouveau modèle, les augmentations de cotisations peuvent donc aller de 15% à 160% selon la catégorie de membres.

A première vue, cette augmentation peut sembler considérable. Mais après 38 ans d'immobilité des cotisations des membres, il faut la considérer comme adéquate en regard des prestations nettement accrues dans l'inter-valle.

Müller: Pour les petites entreprises, l'augmentation en pour-cent est assurément sensible. En chiffres absolus et comparée aux prestations associatives, nous la considérons comme acceptable. C'est pourquoi nous estimons que ce nouveau modèle de cotisations est équitable et nous sommes convaincus que ce point de vue s'imposera également chez nos membres.

Diener: En plus de la mise à jour en 2023, il faut souligner l'égalité de traitement des membres détaillants et fournisseurs au sein de l'Associa-

tion sur le plan financier. Cette égalité de traitement avait déjà été décidée lors de l'assemblée générale de 2001 à Bâle. Elle s'appliquera donc enfin aussi au modèle de cotisations.

Comment ce nouveau modèle de cotisations a-t-il été réalisé?

Müller: Les détaillants ont toujours exprimé un certain malaise au sujet des cotisations, surtout les petites entreprises. C'est pourquoi, à partir de 2018, un groupe de projet de 12 personnes s'est réuni plusieurs fois sous la direction compétente du Prof. Dr. Hans Lichtensteiner de l'Université de Fribourg, directeur de l'Institut de gestion des associations, pour se pencher intensivement sur la question. Le groupe de projet, représentatif de toute la branche, se composait de grands et de petits commerçants, de prestataires de services, de fournisseurs et de producteurs. Il a examiné de nombreux modèles de cotisations et calculé diverses variantes en profondeur. Il s'est renseigné en détail auprès d'autres associations économiques nationales et d'institutions patronales renommées. Finalement, il a élaboré, en 2019, le nouveau modèle de cotisations qui vous est soumis aujourd'hui. Il n'a toutefois pas voulu faire approuver ce modèle par la voie numérique pendant la pandémie, afin de permettre un débat entre les membres à l'occasion d'une assemblée géné-

rale physique. Pour cette raison, il a repoussé jusqu'à l'assemblée générale 2023 le vote sur le projet de nouveau modèle de cotisations. Nous espérons donc une participation nombreuse, une discussion engagée et des prises de position constructives! Un objectif très important pour tous les membres du comité est que le nouveau modèle soit démocratiquement bien ancré et qu'il serve non seulement à assurer la sécurité financière, mais aussi la cohésion des membres et de la branche.

Que se passerait-il si l'assemblée générale 2023 rejetait le changement de système?

Müller: Le système anachronique vieux de quarante ans resterait en place et nous devrions augmenter les cotisations actuelles de façon linéaire d'un pourcentage forfaitaire. En effet, sans indemnisation adéquate des prestations fournies par l'Association en faveur de tous les membres, ses structures finiraient par se figer. Mais il y a encore pire: le développement durable de notre organisation de branche serait de ce fait fortement entravé, sinon impossible. Il faut à tout prix éviter cette situation, non seulement pour l'avenir de l'Association et de ses nombreux membres, mais aussi pour la prospérité de toute la branche. Nous misons donc ici sur la clairvoyance et la compréhension de nos membres.

En bref:

le nouveau modèle de cotisations des membres sur lequel l'assemblée générale de Swissavant sera appelée à voter se présente comme suit:

les membres de Swissavant paieront, à partir de 2024, un montant de base de 500 CHF auquel s'ajoutera 1 ‰ de la masse salariale soumise à l'AVS. Le montant maximal de la cotisation est limité à 20 000 CHF.

Les points essentiels:

- le modèle de cotisations actuel de Swissavant existe sans changement depuis 38 ans;
- il ne reflète plus la structure actuelle de la branche, ni celle des membres, ni la diversité des entreprises;
- il y a plus de 20 ans, les catégories de membres dits «actifs» (les détaillants) et «passifs» (fournisseurs) ont été supprimées. Cette suppression s'est traduite par une unification des prestations fournies à tous les membres, mais non par celle des cotisations annuelles;
- le nouveau modèle de cotisations contribue à garantir le financement à longue échéance de Swissavant comme organisation nationale de la branche. Il consolide la sécurité du budget et de la planification des prestations collectives de notre association économique;
- la base de prélèvement proposée correspond aux modèles de différentes associations patronales ou associations économiques nationales comparables;
- le nouveau modèle entraîne des adaptations généralement modérées, parfois assez nettes dans des cas d'espèce, des cotisations annuelles;
- le rejet du nouveau modèle maintiendrait en place des structures de branche et d'affiliation obsolètes et inadaptées. Le souhait souvent exprimé d'une équité et d'une égalité de traitement accrues de toutes les catégories de membres ne serait pas satisfait.



►► ... SUITE

Cotisations de membre de Swissavant

Les cotisations sont restées inchangées pendant 38 ans. Leur approbation par l'assemblée générale était devenue un rituel très apprécié. Durant cette période, leur pouvoir d'achat s'est réduit de près des trois quarts! Le manque à gagner a été compensé par la facturation directe des services de l'Association, les subsides et les subventions de l'État (formation/CIE), les activités de CFST, la revue *perspective*, nexmart, le salon Hardware ainsi que le produit des placements.

Longtemps invariables, les taux de cotisation sont devenus, pour d'importants fournisseurs, des montants quasi-symboliques, alors que pour d'autres, les cotisations nettement plus élevées ne correspondaient pas toujours à la taille de l'entreprise. L'offre de services amplifiée entre temps (voir «La gamme de services de Swissavant») exige un financement sûr, mais aussi équitable par tous les bénéficiaires. Le nouveau modèle de cotisations de l'Association veut tenir compte de l'état actuel des entreprises affiliées et réaliser le mieux possible l'équité et la justice dans l'intérêt de toutes les parties. Pour que le modèle fonctionne bien, Swissavant doit pouvoir compter sur une déclaration correcte de la masse salariale AVS par les entreprises membres.

La gamme de services de Swissavant

L'Association économique fournit des services et assume des responsabilités spécifiques à la société et à la branche. Elle poursuit des orientations dans l'intérêt de ses membres tout en rendant service à la société en général. Qu'il soit permis de rappeler ici, dans la perspective du nouveau modèle de cotisations 2024, les activités de Swissavant:

Services individuels:

- Formation de base dans le commerce de détail spécialisé CFC/AFP
- Formation professionnelle supérieure spécialisée «Cours de spécialiste technique en ferrements»
- Formation continue
- Portail de la branche (nexmart)
- Caisse AVS (+ FAK)
- Fondation LPP
- Appels d'offres publics

Services intégrés pour l'Association et la branche – «marchés publics»

- Information – «*perspective*»
- Projets de numérisation
- Salon professionnel – «Hardware»
- Événements de l'Association – «Journée nationale de la branche»
- Publicité en faveur de la branche
- Solution de branche CFST – sécurité au travail

Services en faveur des collectivités «Branche – Association – Société»

- Structures saines de la branche
- Normes
- Relations institutionnelles
- Relations publiques
- Professionnels qualifiés
- Fondation polaris

Vos fournisseurs en un coup d'œil

Fournisseurs	online Market	EDI Connect	TradeApp	Confirmation de commande	Bulletin de livraison	Facture	Demande de prix	Demande de disponibilité	Suivi de commande	retail Connect	data Abo
A. Steffen AG	●	●	●								
ABUS Schweiz AG	●	●	●	●		●					
Allchemet AG	●	●	●	●	●	●	●	●		●	
ASSA ABLOY (Schweiz) AG – KESO	●	●		●	●	●					
ASSA ABLOY (Schweiz) AG – MSL	●	●		●		●					
ASSA ABLOY (Schweiz) AG – PLANET		●		●							
Blaser + Trösch AG	●	●	●	●	●	●		●		●	●
dormakaba Schweiz AG		●									
e + h Services AG	●	●	●	●	●	●					
FEIN Suisse AG	●	●	●	●	●	●	●	●			
FESTOOL Schweiz AG	●	●	●	●	●	●	●	●		●	●
FHB original GmbH & Co. KG	●	●					●	●			
H. Maeder AG	●	●	●				●	●			
Haix	●	●									
Hultafors Group Switzerland AG	●	●		●		●					
Kärcher AG	●	●	●								●
KLINGSPOR Suisse GmbH	●	●						●			
Lamello AG	●	●		●		●					
Metabo (Schweiz) AG	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
PB Swiss Tools AG										●	
Pferd-VSM (Schweiz) AG	●	●		●	●	●	●	●	●		
Prematic AG	●	●		●	●	●					
Profix AG	●	●	●	●	●	●				●	
Puag AG	●	●	●	●	●	●					
R. Peter AG	●	●									
Robert Bosch AG	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
Robert Rieffel AG	●	●									
ROTHENBERGER (Schweiz) AG	●	●					●	●			
Saint-Gobain Schweiz										●	
sia Abrasives Industries AG	●	●		●		●					
Stanley Works (Europe) GmbH	●	●					●	●	●		
Steinemann AG	●	●	●	●	●	●		●			
Techtronic Industries Switzerland AG	●	●					●	●			
Tegum AG	●	●	●	●	●						
UVEX Arbeitsschutz (Schweiz) AG	●	●						●			

Légende	● disponible	● en cours
online Market	Plateforme de branche mondiale pour la commande numérique avec plus de 35 fabricants et plus de 500 partenaires commerciaux en Suisse.	
retail Connect	Redirection des clients du site Web du fournisseur à la boutique du distributeur – physique et en ligne.	
data Abo	Les fabricants distribuent leurs données sur les produits dans le bon format automatiquement, individuellement et de manière proactive à leurs partenaires commerciaux respectifs.	

POWER FÜR VERBAND UND BRANCHE / LA PUISSANCE POUR L'ASSOCIATION ET LE SECTEUR

«Gemeinsam sind wir stärker!»

Mit Damian Roux (37) kandidiert eine ausgewiesene, vielseitige Nachwuchskraft für die strategische Mitarbeit im leitenden Vorstand von Swissavant – Wirtschaftsverband Handwerk und Haushalt. Roux möchte sich mit seinen breiten Berufserfahrungen in verschiedenen Branchen für eine dynamische Schweizer Eisenwarenbranche engagieren.

Sein besonderes Anliegen: Die Westschweiz integrativ im Verband vertreten.

«Ensemble, nous sommes plus forts!»

Avec Damian Roux (37 ans), c'est une relève confirmée et polyvalente qui se porte candidate à la collaboration stratégique au sein du comité directeur de Swissavant – Association économique Artisanat et Ménage. Roux souhaite mettre à profit sa vaste expérience professionnelle dans différentes branches pour s'engager en faveur d'une quincaillerie suisse dynamique. **Sa préoccupation particulière: représenter la Suisse romande de manière intégrative au sein de l'association.**



«Die Westschweiz möchte ich zukünftig als Vorstandsmitglied von Swissavant integrativ vertreten.», sagt der 37-jährige Damian Roux als Anwärter für den Vorstand von Swissavant.

«Je souhaite à l'avenir représenter la Suisse romande de manière intégrative en tant que membre du comité de Swissavant», déclare Damian Roux, 37 ans, candidat au comité de Swissavant.

Herr Roux, Sie haben bereits eine stattliche Anzahl von Funktionen und Ämtern in der Wirtschaft inne. Warum stellen Sie sich für die Strategiearbeit im Vorstand von Swissavant, einem Arbeitgeberverband, zur Verfügung?

Der Schweizer Eisenwarenhandel ist meine berufliche Heimat – ich kenne die Branche und ihre organisatorischen Strukturen recht gut. Swissavant als Wirtschafts- und Arbeitgeberverband spielt eine ganz zentrale Rolle. Branchenrelevante Leistungen des Verbands wie etwa die Berufsbildung, das Branchenportal nexmart oder die Fachmesse Hardware liegen mir persönlich am Herzen. Hier möchte ich gerne konstruktiv im strategischen Sinne mittragen.

Spielt Ihre Westschweizer Herkunft eine Rolle?

Durchaus! Ich bin zwar deutscher Muttersprache, verstehe mich aber klar als Vertreter der Romandie. Der Westschweizer Markt tickt einfach anders. Es gibt hier Feinheiten, Beziehungsgeflechte und Mentalitäten, deren lokale Kenntnis für ein gedeihliches Zusammenarbeiten in der Branche und im Vorstand von Swissavant sicher wertvoll ist. Ich hoffe sehr, mit meinen Kontakten in der Romandie der Westschweizer UND der ganzen Schweizer Eisenwarenbranche dienlich zu sein.

Ihre fachlichen Potenziale für die Strategiearbeit im Vorstand?

Ich darf auf vielseitige Erfahrungen zurückgreifen. nexmart ist im Zusammenhang mit Swissavant für uns sehr wichtig. Ich bringe Kennt-

Monsieur Roux, vous avez déjà occupé un nombre impressionnant de fonctions et de mandats dans l'économie. Pourquoi vous mettez-vous à disposition pour le travail stratégique au sein du comité de Swissavant, une association patronale?

Le commerce suisse de la quincaillerie est ma patrie professionnelle – je connais assez bien la branche et ses structures organisationnelles. Swissavant, en tant qu'association économique et patronale, joue un rôle tout à fait central. Les prestations de l'association qui concernent la branche, comme la formation professionnelle, le portail de la branche nexmart ou le salon professionnel Hardware, me tiennent personnellement à cœur. J'aimerais y contribuer de manière constructive dans un sens stratégique.

Vos origines romandes jouent-elles un rôle?

Tout à fait! Je suis certes de langue maternelle allemande, mais je me considère clairement comme un représentant de la Suisse romande. Le marché romand fonctionne tout simplement différemment. Il y a ici des subtilités, des réseaux de relations et des mentalités dont la connaissance locale est certainement précieuse pour une collaboration fructueuse au sein de la branche et du comité de Swissavant. J'espère vivement que mes contacts en Suisse romande seront utiles à la branche romande ET à toute la branche suisse de la quincaillerie.

Quel est votre potentiel professionnel pour le travail stratégique au sein du comité?



nisse seitens Einkauf und Verkauf mit, und zugleich auch Begeisterung für diese Thematik der Branchendigitalisierung – denn ohne Daten geht heute nichts mehr. Das trifft auch für die Berufsbildung zu. Ich kenne sie aus eigener Erfahrung als Lernender, Ausbilder und Berufsfachschullehrer. Ich würde mich deshalb gerne auch hier für die Branche und die Mitglieder engagieren.

Haben Sie konkrete Ziele bei einer Wahl in den Vorstand?

Vernetzung und Austausch sind mir wichtig. Ich würde gerne neue Impulse geben, Ideen weiterentwickeln und sie dann auch realisieren. Swissavant ist aktuell sicher gut aufgestellt. Aber es braucht ein kontinuierliches Engagement, damit wir weiterhin als Branche – auch als grosse Familie – gut unterwegs sind. Für den Fall der Annahme meiner Kandidatur freue ich mich auf die Einarbeitung und hoffe, etwas zum Ganzen und damit zum Wohle der Branche und den Mitgliedsfirmen beitragen zu können. **Wir stecken in einem grossen Wandel – den packen wir am besten gemeinsam an!**

Je peux m'appuyer sur des expériences variées. nexmart est très important pour nous dans le contexte de Swissavant. J'apporte des connaissances du côté des achats et de la vente, et en même temps de l'enthousiasme pour cette thématique de la numérisation de la branche – car sans données, rien ne va plus aujourd'hui. C'est également le cas pour la formation professionnelle. Je la connais par ma propre expérience en tant qu'apprenti, formateur et enseignant en école professionnelle. C'est pourquoi je m'engagerais volontiers ici aussi pour la branche et ses membres.

Avez-vous des objectifs concrets en cas d'élection au comité directeur?

Le réseautage et l'échange sont importants pour moi. J'aimerais donner de nouvelles impulsions, développer des idées et les réaliser ensuite. Swissavant est certainement bien positionné actuellement. Mais il faut un engagement continu pour que nous puissions continuer à bien avancer en tant que branche – et en tant que grande famille. Si ma candidature est acceptée, je me réjouis de me mettre au travail et j'espère pouvoir contribuer à l'ensemble et donc au bien-être de la branche et des entreprises membres. **Nous sommes au cœur d'un grand changement – le mieux est de nous y atteler ensemble!**

Rundum aktiv: Damian Roux – Kandidat für den Vorstand von Swissavant

Aufgewachsen ist er in Ueberstorf FR, im «schönsten Dorf der Schweiz», wie er meint. Das kann man vielleicht diskutieren – nicht aber seinen beruflichen Werdegang:

Privat spielt der Sport eine grosse Rolle. Ueberstorf sei ein fussballverrücktes Dorf. Seine Freizeit habe er während dreier Jahrzehnte mehr oder weniger dem runden Leder gewidmet – als aktiver Spieler genauso wie im Vorstand des lokalen Vereins. Heute bringen ihm eher Tennis, Wandern und Biken den Ausgleich zum Beruf. Diesen hat er 2001 mit der Ausbildung zum Detailhandelsfachmann für Eisenwaren bei der Commerce de fer fribourgeois SA begonnen. Damals wurde klassisch der Haushalt im Geschäft mit betreut, heute sind es Eisenwaren, Haustechnik, Stahl- und Metalle. Nach dem Lehrabschluss übernahm Roux im Lehrbetrieb verschiedene Funktionen, so die Verantwortung für die Lernenden, für den Handwerker- und Haustechnikshop, und als Mitglied der GL die Betriebsleitung. Er hat sich zum Detailhandelsspezialisten ausgebildet und als Berufsfachschullehrer für Wirtschaft an der Berufsfachschule Fribourg im Nebenamt Lernende des Detailhandels unterrichtet. Darüber hinaus ergänzt eine Weiterbildung zum eidg. Verkaufs- und Marketingleiter seine Kompetenzen.

Weiterhin hauptberuflich in diesem Betrieb engagiert, kam es dort zu Übernahmen und Erweiterungen im Markt. Die daraus gewachsene Familienholding «Groupe R» übertrug ihm die Produktverantwortung für die Sortimente «Eisenwaren und Werkzeug» für die ganze Gruppe. Heute ist er Mitglied der GL und im Vorstand der gruppeneigenen Pensionskasse.

Seit 2018 ist Damian Roux in der gesamten Holding für den Einkauf von Armierungs- und Qualitätsstahl, Werkzeug und Haustechnik verantwortlich. Darüber hinaus leitet er zwei Einkaufsgruppierungen, die westschweizer CAP für Werkzeuge sowie die BPA Bauprodukte Partner AG, die in der Beschaffung von Armierungsstahl, Zubehör und Baumaterialien aktiv ist.

Damian Roux ist deutscher Muttersprache, bilingue, verheiratet und werdender Vater.

Actif sur tous les fronts: Damian Roux - Candidat au comité directeur de Swissavant

Il a grandi à Ueberstorf FR, dans le «plus beau village de Suisse», selon lui. Ça se discute – mais pas son parcours professionnel:

Dans sa vie privée, le sport joue un rôle important. Ueberstorf est un village fou de football. Pendant trois décennies, il a plus ou moins consacré son temps libre au ballon rond, que ce soit en tant que joueur actif ou au sein du comité directeur du club local. Aujourd'hui, ce sont plutôt le tennis, les randonnées et le vélo qui lui apportent un équilibre par rapport à son travail. Il a commencé sa carrière en 2001 en suivant une formation de gestionnaire du commerce de détail en quincaillerie au Commerce de fer fribourgeois SA. A l'époque, il s'occupait classiquement du ménage dans le magasin, aujourd'hui il s'occupe de la quincaillerie, de la domotique, de l'acier et des métaux. Après l'obtention de son diplôme, Roux a assumé différentes fonctions au sein de l'entreprise formatrice, notamment en tant que responsable des apprentis, de la boutique des artisans et de la technique du bâtiment, et en tant que membre de la direction de l'entreprise. Il a suivi une formation de spécialiste du commerce de détail et a enseigné à titre accessoire les apprentis du commerce de détail en tant que professeur d'économie à l'école professionnelle de Fribourg. En outre, une formation continue de chef de vente et de marketing complète ses compétences.

Toujours engagé à plein temps dans cette entreprise, il y a eu des reprises et des extensions sur le marché. La holding familiale «Groupe R» qui en a résulté lui a confié la responsabilité des produits pour les gammes "quincaillerie et outillage" pour l'ensemble du groupe. Aujourd'hui, il est membre de la direction et du comité directeur de la caisse de pension du groupe.

Depuis 2018, Damian Roux est responsable des achats d'acier d'armature et de qualité, d'outillage et de technique du bâtiment pour l'ensemble de la holding. Il dirige en outre deux groupements d'achat, le CAP romand pour l'outillage et BPA Bauprodukte Partner AG, actif dans l'approvisionnement en acier d'armature, accessoires et matériaux de construction.

Damian Roux est de langue maternelle allemande, bilingue, marié et sera prochainement père de famille.

«Un grand merci et au revoir, Bernard Coutaz!»

Avec Bernard Coutaz, c'est une icône des cours interentreprises (CIE) de Lostorf/SO qui quitte la scène de la formation après 43 ans. Ses compétences professionnelles, son immense empathie pour les jeunes et, surtout, son énorme engagement ont marqué d'innombrables apprentis romands de la branche ménagère.



Bernard Coutaz à l'occasion du dernier CIE d'été de la formation actuelle.

Danilo Pasquinelli, l'ancien responsable de la formation professionnelle chez Swissavant (jusqu'au 31.01.2023), a saisi l'occasion de parler avec Bernard Coutaz d'anecdotes, de sa motivation et de son grand engagement à soutenir les apprentis du commerce de détail pendant de nombreuses années.

Bernard Coutaz et Lostorf, c'est comme un synonyme dans l'esprit de beaucoup de gens de la branche ménagère. Tu t'es engagé pendant des années dans les cours interentreprises de Swissavant, mais aussi en tant que chef-expert dans la branche ménagère. Qu'en penses-tu?

Quel cadeau que de pouvoir vivre une expérience aussi extraordinaire, une bougie qui brillera toujours dans mon cœur et dans ma mémoire. Je me souviens particulièrement de ma première rencontre avec M. Pasquinelli à la gare d'Olten pour une prise de contact en vue de mon éventuel engagement comme formateur. C'était la première fois que je me rendais à Olten et impossible de trouver Monsieur Pasquinelli. Plus personne sur le quai... je me décide d'aller voir sur le parking mais je me retrouve sur le trottoir en face de la gare quand mon portable crépète...

«Vous êtes où? Monsieur Coutaz je vous attends sur le parking!» Repérant une personne inspectant le parking avec un regard de détective, je lui réponds en souriant «faites un quart de tour à droite... encore une fois». Mon bras levé comme la statue de la Liberté fut le signe de notre premier contact telle fut ma première rencontre avec mon futur «Chef».

Pourquoi cet engagement important?

Ayant «récupéré» certains fragments de «gènes» du commerce du côté de ma Maman et ceux de l'enseignement du côté de mon Papa c'est avec ce bagage génétique que ma formation s'est dirigée dans le secteur de la vente et de l'administration. Ayant eu le plaisir de créer et de donner les cours connaissances marchandises «ménage» pour les apprentis du Valais dès 1979.

J'ai toujours insisté sur le fait d'avoir une très bonne connaissance des marchandises était la plus belle garantie de réussite dans le domaine de la vente. Si vous ajoutez à cette base la passion du contact et de l'écoute attentive on réussit à obtenir de magnifiques résultats même avec les systèmes informatiques actuels.

Quand tu penses au Cours interentreprises ou aux examens de fin d'apprentissage.

Y-a-t-il eu des moments de sourire ou des moments tristes?

Les moments de joie et de bonheur ont illuminé mon parcours comme celui vécu lors d'un examen final avec une apprentie d'une organisation d'intégration professionnelle, qui n'arrivait pas à trouver le dernier élément à la question «Citez les différents métaux qui peuvent être utilisés pour la fabrication d'une batterie de cuisine?» Les principaux métaux ont été annoncés mais il en manquait un. Pour l'aider un peu je lui ai parlé d'un métal très utilisé dans les articles de camping... toujours pas de réponse alors je lui ai demandé si elle connaissait une chanson de Johnny Hallyday et particulièrement celle qui dit «ALU-mer le feu»? Avec un merveilleux sourire et fierté elle me lance comme un cri du cœur «C'EST L'ALU MINIMUM». Les moments tristes il y en a eu certainement mais toute l'équipe de la formation était très attentive au «signaux» émis par les jeunes qui vivaient une épreuve ou un passage difficile. Je me rappelle de cette jeune fille qui est venue au bureau nous dire que sa collègue était complètement bloquée sur son lit et avait de la peine à respirer. Avec Monsieur Pasquinelli nous sommes allés la voir. Après plus d'une heure d'échange et de partage et de confiance elle a pu passer une



Journée de préparation à l'examen chez e + h Services AG à Däniken (2019)



bonne nuit et reprendre les cours le matin. Que du bonheur. Le plus beau des souvenirs c'est celui de l'esprit d'équipe du groupe des formateurs alimenté par l'énergie, le partage, et l'écoute de Danilo Pasquinelli qui n'a jamais refusé de répondre à nos sollicitations même s'il était en pleine réflexion sur un projet important.

Qu'est-ce qui caractérise Bernard Coutaz en tant que personnalité?

Aimer et être disponible sans se poser trop de questions. Être, comme une semence de fleurs semée dans notre jardin qui n'a pas de teintes, être disponible et l'écoute doit être discrète, mais à la floraison que de couleurs et de parfums.»

Ma joie et mon bonheur tout au long de ma carrière professionnelle c'est d'avoir eu le plaisir de pouvoir exercer différentes activités et responsabilités aussi bien dans le cadre professionnel que privé et surtout d'avoir ma famille qui m'a toujours soutenu dans mes nombreux et variés engagements en principe au service des autres comme formateur et expert pour les apprentis de commerce et coordinateur de formation pour l'ensemble des apprentis du Site de la Raffinerie Tamoil de Collombey.

Comment vois-tu l'avenir des apprentis dans le secteur du ménage?

Le secteur du ménage aura toujours besoins de personnes qualifiées aussi bien dans les appareils électro-ménagers que dans l'art de la table. Nous avons beau être le meilleur cuisinier du monde si notre table n'est pas un «jardin extraordinaire au niveau de la présentation» la fête sera gâchée et pourtant ce jardin est réalisable avec des choses récupérées dans la nature ou simplement en faisant un petit bricolage.

Un dernier conseil pour les jeunes apprentis?

Soyez curieux, lisez les modes d'emploi, questionnez les fournisseurs, souvenez-vous des achats des clients et posez-leur des questions par rapport à leurs satisfactions. Par exemple: Avez-vous un conseil à me donner pour que je puisse aider un nouveau client.

Au nom de tous les apprentis qui ont eu la chance de te côtoyer, nous te disons: Merci beaucoup pour tout et au revoir, Bernard!

Dieser Bericht wird nur in Französisch publiziert.

Bosch erreicht Ziele in schwierigerem Umfeld

Das Technologie- und Dienstleistungsunternehmen Bosch hat im Geschäftsjahr 2022 trotz anspruchsvoller gesamtwirtschaftlicher Lage Umsatz und Ergebnis gesteigert.

Nach vorläufigen Zahlen erwirtschaftete die Bosch-Gruppe einen Gesamterlös von 88,4 Milliarden Euro. Der Umsatz stieg damit um gut zwölf Prozent gegenüber dem Vorjahr, Wechselkursbereinigt um etwa zehn Prozent.

Das operative Ergebnis vor Finanzergebnis und Steuern (EBIT) erreichte 3,7 Milliarden Euro. Die operative EBIT-Rendite beläuft sich voraussichtlich auf rund vier Prozent.

«Das anspruchsvolle Geschäftsjahr 2022 hat erneut gezeigt, dass Bosch krisenfest ist und zugleich voller Innovationskraft steckt», sagte Dr. Stefan Hartung, Vorsitzender der Geschäftsführung der Robert Bosch GmbH, anlässlich der Veröffentlichung der vorläufigen Geschäftszahlen. «In einem weiter herausfordernden Umfeld sichern wir uns mit gezielten Investitionen weltweit Wachstumschancen und stärken unsere internationale Präsenz. Wir wollen Menschen weltweit Technik fürs Leben bieten und damit auch einen gesellschaftlichen Beitrag leisten – vom klimafreundlichen Heizen über das Energiesparen bis hin zur nachhaltigen Mobilität.»

www.bosch.de



Bosch atteint ses objectifs dans un contexte difficile

L'entreprise de technologie et de services Bosch a augmenté son chiffre d'affaires et son résultat au cours de l'exercice 2022, malgré une situation économique globale exigeante.

Selon des chiffres provisoires, le groupe Bosch a réalisé un produit total de 88,4 milliards d'euros. Le chiffre d'affaires a ainsi augmenté d'un peu plus de douze pour cent par rapport à l'année précédente, et d'environ dix pour cent après correction des effets de change.

Le résultat opérationnel avant résultat financier et impôts (EBIT) a atteint 3,7 milliards d'euros. Le rendement opérationnel de l'EBIT devrait s'élever à environ quatre pour cent.

«L'exigeant exercice 2022 a montré une fois de plus que Bosch résiste à la crise et qu'il est en même temps plein de force d'innovation», a déclaré Dr Stefan Hartung, président du directoire de Robert Bosch GmbH, à l'occasion de la publication des chiffres provisoires de l'entreprise.

«Dans un environnement qui reste difficile, nous nous assurons des opportunités de croissance dans le monde entier grâce à des investissements ciblés et nous renforçons notre présence internationale. Nous voulons offrir aux gens du monde entier une technique pour la vie et apporter ainsi une contribution à la société – du chauffage respectueux du climat à la mobilité durable en passant par les économies d'énergie.»

www.bosch.de

Warum KMU's digitale Daten nutzen sollten

Daten sind eine reichhaltige und komplexe Informationsquelle.

Oft stellen sie für Unternehmen ein grosses wirtschaftliches Potenzial dar.



«Unternehmen laufen Gefahr, Wettbewerbsvorteile zu verlieren oder zu verpassen, wenn sie die neuen Technologien ignorieren. Neue Technologien sind daher aus strategischer Sicht von grossem Interesse, sie ziehen aber auch tiefgreifende Veränderungen in der Funktionsweise und dem Umfeld der Unternehmen nach sich».

Petra Kugler, Professorin für Strategie und Management
 am Institut für Unternehmensführung der Ostschweizer Fachhochschule (IFU-OST)

Analyse des Kundenverhaltens, Verbesserung der Produktivität, Minderung der Risiken: Die Nutzung von digitalen Daten bringt für Unternehmen viele strategische oder operative Vorteile mit sich. «KMU sollten sich mit diesen Themen auseinandersetzen, denn viele neue Technologien haben das Potenzial, die Art und Weise der Wertschöpfung in Unternehmen und die auf dem Markt geltenden Spielregeln grundlegend zu verändern», erklärt Petra Kugler, Professorin für Strategie und Management am Institut für Unternehmensführung der Ostschweizer Fachhochschule (IFU-OST). Dieses Potenzial gilt besonders für «Big Data», also die Erfassung, Speicherung, Verarbeitung und Auswertung sehr grosser Datenmengen.

Einen eigenen Weg im Umgang mit Daten finden

Zwar können, wie Petra Kugler betont, nicht alle Firmen zu neuen Googles oder Amazons werden, vielmehr müssen sie ihren eigenen Weg im Umgang mit den Daten finden. «KMU müssen die Veränderungen und Auswirkungen verstehen, die durch Daten, Data Science und Künstliche Intelligenz angestossen werden. Dazu gehören mögliche Konsequenzen, die sich für das eigene Geschäft, für potenzielle oder aktuelle Mitbewerber sowie für die Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen ergeben können.»

Es gibt drei Hauptarten von Daten, die für Unternehmen nützlich sind: **Operative Daten** dienen der Verbesserung der Effizienz und der Kostensenkung. **Strategische Daten** begünstigen Innovationen und die Geschäftsentwicklung. Und schliesslich ist es möglich, Daten, die nicht anderweitig genutzt werden, zu verkaufen und so zusätzliche Einnahmen zu gene-

rieren (**monetarisierbare Daten**). «Schweizer Unternehmen konzentrieren sich gegenwärtig vor allem auf Effizienzsteigerungen durch Daten. Das bedeutet, dass es für die beiden anderen Nutzungsarten noch ein erhebliches Potenzial in der Datennutzung gibt.»

Nutzung der Daten durch alle Mitarbeitenden

Die Verwendung und das Verständnis über Daten sollte sich nicht auf die oberen Ebenen eines Unternehmens beschränken, meint Dominic Schweizer, Mitverantwortlicher des Digital Sustainability Lab am Departement Wirtschaft der Berner Fachhochschule (BFH-W): «Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter sollte sich mit dem Thema vertraut machen, denn die Datennutzung bringt in zahlreichen Funktionen konkrete Vorteile im Firmenalltag mit sich.»

Allerdings erfordert die Datennutzung oft eine hohe Anfangsinvestition in personeller oder finanzieller Hinsicht, ohne dass man weiss, wann und in welchem Ausmass daraus Erträge generiert werden können. «Dazu gibt es viele Schulungen oder Tutorials auf Videoplattformen oder spezialisierten Websites wie Kaggle, die nützlich sein können, um mit geringen Investitionen ein erstes kleines Projekt zu starten», macht Dominic Schweizer deutlich.

Gemeinsame Nutzung der Ressourcen

Auch das Zusammenlegen von Ressourcen mit anderen Unternehmen kann ein interessanter Ansatz für KMU sein. Ein Beispiel ist das in Winterthur ansässige Unternehmen Earlybyte, das Datenplattformen konzipiert und baut, zum Beispiel für Hersteller industrieller Reinigungsroboter wie Cleanfix oder Kemaro. Für Cleanfix, Hersteller von Nassreinigungs-

Robotern konnte Earlybyte eine herstellereigene Plattform entwickeln. Kemaro fokussiert sich als Start-up auf Kehrmaschinen-Roboter und ist Kunde einer zweiten von Earlybyte entwickelten Plattform mit der Bezeichnung «Swarm». Swarm wurde als Multi-Hersteller-Plattform konzipiert, die mit der Zeit zu einem Ökosystem für die Administration und das Management von verteilten Systemen und Robotern für verschiedene Hersteller entwickeln.

«Während ihrer Einsätze generieren die beiden Roboter Informationen wie Dauer, Fläche und Art der Reinigung, Ladezustand der Batterie oder Fehler, die während ihres Einsatzes aufgetreten sind», erläutert Remo Höppli, Mitbegründer von Earlybyte. «Nach der Verarbeitung werden diese Daten unseren Kunden in Form eines Reinigungsberichts zur Verfügung gestellt und können beispielsweise für die Qualitätssicherung verwendet werden.»

Wenn man sich mit der Thematik der Datenanalyse befasst, ist es wichtig, sich ein klares Ziel zu setzen, rät Dominic Schweizer. Ein weiterer Rat des Experten ist die sofortige Abkehr von Excel-Tabellen und die Hinwendung zu Programmiersprachen wie JavaScript, mit denen bestimmte Probleme deutlich leichter gelöst werden können. «Es geht auch darum, neugierig an die Sache herangehen zu können und sich nicht entmutigen zu lassen, wenn die ersten Ergebnisse schlecht oder unbrauchbar sind, sondern nach einem neuen Weg zu suchen. Man darf nicht vergessen, dass die Datenanalyse zwar viele Versprechen in sich trägt, aber dennoch kein Wundermittel ist.»

Quelle: www.kmu.admin.ch

Villeroy & Boch feiert 275. Firmenjubiläum

275 Jahre Villeroy & Boch. Auf dem Weg vom kleinen, 1748 gegründeten Handwerksbetrieb zum internationalen Konzern hat sich Villeroy & Boch vom produktionsorientierten Keramiker zum umfassenden Lifestyle-Anbieter gewandelt. Mit seinen Produkten gestaltet und prägt die Marke heute das Zuhause seiner Kund*innen in der ganzen Welt.

Waren die Gründerväter François Boch und Nicolas Villeroy bei ihrer Fusion im Jahr 1836 noch regional fokussiert, hat sich Villeroy & Boch im weiteren Verlauf der Firmengeschichte zum globalen Player entwickelt.

Die ersten Produkte waren einfache Gebrauchsgegenstände für den Haushalt. Heute, 275 Jahre später, schafft Villeroy & Boch mit seinem vielfältigen Angebot ganzheitlich gestaltete Räume und Stilwelten, die das Lebensgefühl seiner Kund:innen auf der ganzen Welt spiegeln. Heute ist Villeroy & Boch in 125 Ländern vertreten. Internationalität und Vielfalt zeigen sich auch in der Belegschaft: 6400 Mitarbeiter*innen aus 81 Ländern arbeiten weltweit für Villeroy & Boch.

«Innovativ und bedarfsgerecht, sowohl offline als auch online ist Villeroy & Boch als Marke mit seinen Produkten und Services heute überall dort vertreten, wo unsere Kund*innen es sind», sagt Frank Göring, der seit 2007 als CEO die global agierende Aktiengesellschaft führt.

Die ständige Weiterentwicklung des Unternehmens, am Puls der Zeit zu bleiben, bleibt seit Gründungszeiten der Antrieb der Unternehmensleitung. Qualität und Marktorientierung sowie die bewusste Entscheidung für die frühzeitige Industrialisierung und digitale Ausrichtung des Geschäfts: Villeroy & Boch erfindet sich immer wieder neu, prägt den Markt und gehört branchenweit zu den Vorreitern.

www.villeroy-boch.com



Ausschnitte aus den Produktionsanlagen – früher und heute...

Villeroy & Boch fête le 275^e anniversaire de l'entreprise

275 ans de Villeroy & Boch. En passant de la petite entreprise artisanale fondée en 1748 au groupe international, Villeroy & Boch s'est transformé d'un céramiste orienté vers la production en un fournisseur global d'art de vivre. Avec ses produits, la marque façonne et marque aujourd'hui de son empreinte la maison de ses clientes et de ses clients dans le monde entier.



Alors que les pères fondateurs François Boch et Nicolas Villeroy étaient encore axés sur la région lors de leur fusion en 1836, Villeroy & Boch est devenu un acteur mondial au fil de l'histoire de l'entreprise.

Les premiers produits étaient de simples objets d'usage courant pour la maison. Aujourd'hui, 275 ans plus tard, Villeroy & Boch crée, grâce à son offre diversifiée,

des espaces et des univers de style globalement conçus, qui reflètent le mode de vie de ses clients dans le monde entier. Aujourd'hui, Villeroy & Boch est représenté dans 125 pays. L'internationalité et la diversité se reflètent également dans le personnel: 6400 collaborateurs de 81 pays travaillent pour Villeroy & Boch dans le monde entier.

«Innovante et adaptée aux besoins, aussi bien hors ligne qu'en ligne, Villeroy & Boch est aujourd'hui une marque dont les produits et les services sont présents partout où nous avons des clients», déclare Frank Göring, directeur général depuis 2007 de la société anonyme active au niveau mondial.

Le développement constant de l'entreprise, rester à la pointe de l'actualité, reste le moteur de la direction depuis les débuts de l'entreprise. La qualité et l'orientation commerciale ainsi que le choix délibéré d'une industrialisation précoce et d'une orientation numérique de l'activité: Villeroy & Boch se réinvente sans cesse, marque le marché de son empreinte et fait partie des précurseurs dans tout le secteur.

www.villeroy-boch.com



Images des installations de production – hier et aujourd'hui...

Höchster Porzellan-Manufaktur 1746 wird verstaatlicht

Die Höchster Porzellan-Manufaktur 1746 GmbH mit einer über 275-jährigen Markengeschichte wurde in letzter Minute vor dem Konkurs gerettet, übernimmt doch das bundesdeutsche Land Hessen das Traditionsunternehmen und will ihm ein neues tragfähiges Konzept verpassen.



Offizielles Ziel der Verstaatlichung durch das Bundesland Hessen ist das historische Erbe der Manufaktur zu bewahren und so eines der ältesten Unternehmungen Deutschlands in die Moderne zu führen. Die landeseigene Hochschule für Gestaltung Offenbach (HfG) soll den Betrieb mit neuem Konzept am alten Standort in Frankfurt weiterführen, wobei im Zuge der Übernahme der Vermögenswerte gleichzeitig die Gründung eines Instituts für Materialwissenschaften angedacht ist.

Nach der Staatlichen Porzellan-Manufaktur Meissen ist die Höchster Porzellan-Manufaktur 1746 die zweitälteste ihrer Art in Deutschland. Das Porzellan-Unternehmen steckt wie viele andere Mitbewerber aufgrund des hohen Konkurrenzdrucks, harter Preiskämpfe, eines veränderten Einkaufsverhaltens und nicht zuletzt wegen der hohen Energiepreise in der Existenzkrise.

Die Landesregierung von Hessen will dieses landesspezifische Kulturerbe erhalten und fortan an der Hochschule für Gestaltung Offenbach die Porzellankunst lehren.

www.hoechster-porzellan.de

Nationalisation de la Manufacture de porcelaine de Höchst 1746

La Manufacture de porcelaine de Höchst 1746 GmbH, est une marque dont l'historique remonte à plus de 275 ans. Elle a été sauvée in extremis de la faillite par le Land de Hesse, en Allemagne, qui a repris l'entreprise traditionnelle et veut lui donner un nouveau concept viable.

Tradition und Erfahrung

Das «weisse Gold» aus Höchst entsteht heute im neuen Porzellanhof am Höchster Stadtpark. Hier können Besucher die Faszination der manufakturrellen Porzellanherstellung hautnah erleben und im Rahmen öffentlicher oder privater Führungen die gesamte kunsthandwerkliche Fertigung der Höchster Porzellan-Manufaktur 1746 kennenlernen.

Tradition et expérience

L'«or blanc» de Höchst est aujourd'hui fabriqué dans la nouvelle cour de porcelaine située dans le parc municipal de Höchst. Ici, les visiteurs peuvent vivre de près la fascination de la fabrication manufacturière de la porcelaine et découvrir, dans le cadre de visites guidées publiques ou privées, l'ensemble de la fabrication artisanale de la Manufacture de porcelaine de Höchst 1746.

L'objectif officiel de la nationalisation par le Land de Hesse est de préserver l'héritage historique de la manufacture et de faire entrer l'une des plus anciennes entreprises d'Allemagne dans la modernité. L'école supérieure de design d'Offenbach (HfG), propriété du Land, doit poursuivre l'exploitation avec un nouveau concept sur l'ancien site de Francfort, la création d'un institut des sciences des matériaux étant envisagée en même temps que la reprise des actifs.

Après la manufacture nationale de porcelaine de Meissen, la Manufacture de porcelaine de Höchst, fondée en 1746, est la deuxième plus ancienne de son genre en Allemagne. Comme beaucoup d'autres concurrents, l'entreprise de porcelaine est en crise existentielle en raison d'une forte pression concurrentielle, d'une lutte acharnée sur les prix, d'un changement de comportement d'achat et, surtout, des prix élevés de l'énergie.

Le gouvernement du Land de Hesse veut préserver ce bien culturel spécifique au Land et enseigner l'art de la porcelaine à l'école supérieure de design d'Offenbach.

www.hoechster-porzellan.de



Internationale Anerkennung und Preise (z. B. Design Plus Award) hat die Manufaktur in jüngster Zeit für ihre Neuentwicklungen (Office-Serie) im Bereich des zeitgenössischen Designs erhalten (Bild links). Moderne Wohn- und Geschenkakzessorien, die dem Zeitgeist Rechnung tragen (Bild Mitte und rechts).

La manufacture a récemment obtenu une reconnaissance internationale et des prix (par ex. Design Plus Award) pour ses nouveaux développements (série Office) dans le domaine du design contemporain (photo de gauche). Des accessoires modernes pour l'habitat et les cadeaux qui tiennent compte de l'esprit du temps (photo du milieu et de droite).

Weitere Infos
Plus d'informations
Swissavant digital



PB Swiss Tools: 145 Jahre Familien- und Erfolgsgeschichte

Unternehmerischer Mut, unvergleichbare Qualität, Swissness, die Investition in nachhaltige Entwicklung und Innovation sind die massgeblichen Faktoren der Familien- und Erfolgsgeschichte von PB Swiss Tools.

PB Swiss Tools: 145 ans d'histoire familiale à succès

Courage d'entreprendre, qualité incomparable, Swissness, investissement dans le développement durable et innovation, voici les principaux jalons de l'histoire familiale à succès de PB Swiss Tools.



Ein modernes und regional verankertes Familienunternehmen

PB Swiss Tools ist heute ein inhabergeführtes Familienunternehmen in fünfter Generation, das seine Entwicklung in enger Zusammenarbeit mit den Mitarbeitenden realisiert. Ein Grossteil der 200 Mitarbeitenden stammen aus dem Emmental. Viele von ihnen wirken seit Jahrzehnten mit, manche gar über Generationen hinweg.

Sinnstiftende Aufgaben, attraktive Arbeitsbedingungen und die Orientierung an nachhaltiger Entwicklung sind Gründe für die aussergewöhnliche Loyalität. Mitarbeitende profitieren von Personalentwicklungs- und Fitnessprogrammen, sowie von Massnahmen in den Bereichen Gesundheit und Arbeitssicherheit.

Diversität ist Bestandteil der Unternehmensphilosophie und Auftrag in der Nachwuchsförderung. Auch Menschen, die in den ersten Arbeitsmarkt zurückkehren wollen, werden unterstützt. Arbeits- und Ausbildungsplätze im Emmental zu sichern und auszubauen liegt dem Unternehmen ganz besonders am Herzen.

www.pbswisstools.com

Une entreprise familiale moderne, ancrée dans sa région

Aujourd'hui, PB Swiss Tools, entreprise familiale dirigée par la cinquième génération, se développe en étroite collaboration avec ses employés. Une grande partie des 200 collaboratrices et collaborateurs vient de l'Emmental. Beaucoup d'entre eux font partie de l'équipe depuis longtemps et certains même depuis plusieurs générations.

Des tâches intéressantes, des conditions de travail attractives et le développement durable comme pilier sont les raisons de la loyauté extraordinaire du personnel. Les collaboratrices et collaborateurs profitent de programmes de développement personnel et de remise en forme, ainsi que de mesures dans les domaines de la santé et de la sécurité au travail.

La diversité fait partie intégrante de la philosophie de l'entreprise et est une mission confiée à la promotion de la relève. Même ceux qui veulent revenir sur le marché du travail sont encouragés. Garantir et créer des emplois et de l'apprentissage dans l'Emmental sont deux missions particulièrement importantes pour l'entreprise.

www.pbswisstools.com

PB Swiss Tools in Kürze

1878 stellt die Dorfschmiede in Wasen noch Nasenringe für Ochsen her. Paul Baumann (PB) übernimmt 1918 die Geschäftsführung und gründet daraus die PB Baumann GmbH. Vier Generationen später ist PB Swiss Tools eine internationale Markt- und Qualitätsführerin, wenn es um die Entwicklung und Fertigung von Werkzeugen und Instrumenten für Profis und Heimwerker geht. Das Unternehmen produziert jährlich 12 Millionen Markenprodukte und exportiert mehr als zwei Drittel davon in 85 Länder auf der ganzen Welt. Der Hauptsitz wie auch die gesamte Entwicklung und Produktion befinden sich nach wie vor im idyllischen Berner Emmental, im Herzen der Schweiz. Rund 200 Mitarbeitende tüfteln mit viel Engagement und Herzblut tagtäglich daran, Produkte und Prozesse stetig weiterzuentwickeln.

PB Swiss Tools en bref

En 1878, la forge du village de Wasen fabrique encore des anneaux nasaux pour le bétail. Paul Baumann (PB) reprend l'entreprise en 1918 et crée la société PB Baumann GmbH. Quatre générations plus tard, PB Swiss Tools est un leader de qualité sur le marché international du développement et de la fabrication d'outils et d'instruments pour les professionnels et les artisans. Chaque année, l'entreprise produit 12 millions de produits de marque et en exporte plus des deux tiers dans 85 pays partout dans le monde. Le siège, tout le développement et la production sont toujours situés dans l'idyllique Emmental bernois, en plein cœur de la Suisse. Environ 200 collaborateurs travaillent avec beaucoup d'engagement et de motivation pour développer sans relâche les produits et les processus.

SFS realisiert Wachstumssprung im 2022

Im Geschäftsjahr 2022 erzielte die SFS Group einen Bruttoumsatz von 2746 Mio. CHF, was einem starken Wachstum von 45,1% entspricht. In den meisten Endmärkten und Regionen konnte über das gesamte Jahr ein gutes organisches Wachstum erzielt werden. Mit dem Einbezug von Hoffmann per 1. Mai 2022 realisierte SFS einen Umsatzsprung.

Erhebliche Unsicherheiten und eine hohe Volatilität aufgrund des Kriegs in der Ukraine, anhaltender Verwerfungen in den Lieferketten, weiterer COVID-19-Wellen sowie stark steigender Energiekosten, Zinsen und Inflation waren ständige Begleiter im Geschäftsjahr 2022. Ungeachtet dieser Umstände hat SFS die sich bietenden Chancen genutzt und in den meisten Endmärkten und Regionen ein gutes organisches Wachstum erzielt. Mit dem Einbezug von Hoffmann realisierte SFS die strategisch herausragende Chance zu einer international starken Stellung im attraktiven Bereich der Qualitätswerkzeuge und erreichte damit einen Umsatzsprung.

Umsatzentwicklung nach Segment

Die Umsatzentwicklung war in Bezug auf die Segmente breit abgestützt. Innerhalb des Segments **Engineered Components** zeigten sich die Anwendungsbereiche uneinheitlich. Insgesamt entwickelten sich die Umsätze im Verlauf der beiden Halbjahre kontinuierlich und führten zu einem guten Wachstum von 5,4%.

Getragen von einem weiterhin dynamischen Marktumfeld in der Bauindustrie steigerte das Segment **Fastening Systems** im Berichtsjahr den Umsatz erneut um beeindruckende 12,2%. Die erfolgreiche Marktpositionierung und robuste Lieferketten ermöglichten es beiden Divisionen, die in den meisten Anwendungsbereichen konstante Nachfrage zu nutzen und ihre Kunden zuverlässig zu bedienen.

Das Segment **Distribution & Logistics** stellte im Geschäftsjahr 2022 entscheidende Weichen für eine zukunftsgerichtete Entwicklung. Mit dem Einbezug von Hoffmann realisierte das Segment einen Wachstumssprung von 212,8%. Beide Divisionen erreichten ein attraktives organisches Wachstum.

www.sfs.com

Umsatzentwicklung nach Segment in Mio. CHF Evolution du chiffre d'affaires par segments en mio. CHF

	2022 1. Halbjahr 1 ^{er} semestre	2022 2. Halbjahr 2 ^e semestre	2022	2021	+/- Vorjahr +/- a. p.
Engineered Components	523,4	504,8	1028,2	975,2	5,4 %
Fastening Systems	334,5	310,4	644,9	574,9	12,2 %
Distribution & Logistics	365,7	707,3	1073,0	343,0	212,8 %
Bruttoumsatz / Chiffre d'affaires brut	1223,6	1522,5	2746,1	1893,1	45,1 %

La croissance de SFS fait un bond en 2022

Au cours de l'exercice 2022, le Groupe SFS a réalisé un chiffre d'affaires brut de 2746 mio. de CHF, ce qui correspond à une forte croissance de 45,1%. Une bonne croissance organique a pu être réalisée sur l'ensemble de l'année dans la plupart des marchés finaux et des régions. Avec l'intégration de Hoffmann au 1^{er} mai 2022, SFS a réalisé un bond en avant en termes de chiffre d'affaires.

Des incertitudes considérables et une forte volatilité dues à la guerre en Ukraine, à des perturbations persistantes dans les chaînes d'approvisionnement, à de nouvelles vagues de COVID-19 ainsi qu'à une forte hausse des coûts de l'énergie, des taux d'intérêt et de l'inflation ont accompagné l'exercice 2022. En dépit de ces circonstances, SFS a saisi les opportunités qui se présentaient et réalisé une bonne croissance organique sur la plupart des marchés finaux et des régions. L'intégration de Hoffmann a permis à SFS de réaliser l'opportunité stratégique exceptionnelle d'une position internationale forte dans le domaine attractif des outils de qualité qui s'est traduite par un bond en avant de son chiffre d'affaires.

Évolution du chiffre d'affaires par segment

L'évolution du chiffre d'affaires a été largement soutenue en ce qui concerne les segments. Au sein du segment **Engineered Components**, les domaines d'application ont été inégaux. Dans l'ensemble, les chiffres d'affaires ont progressé de manière continue au cours des deux semestres, ce qui s'est traduit par une bonne croissance de 5,4%.

Soutenu par un environnement commercial toujours dynamique dans l'industrie du bâtiment, le segment **Fastening Systems** a de nouveau augmenté son chiffre d'affaires de 12,2% au cours de l'exercice. Le positionnement réussi sur le marché et des chaînes d'approvisionnement robustes ont permis aux deux divisions de tirer parti d'une demande constante dans la plupart des domaines d'application et de servir leurs clients de manière fiable.

Au cours de l'exercice 2022, le segment **Distribution & Logistics** a posé des jalons décisifs pour un développement orienté vers l'avenir. L'intégration de Hoffmann a permis au segment de réaliser un bond de croissance de 212,8%. Les deux divisions ont atteint une croissance organique attrayante.

www.sfs.com

gia 2022–2023 – Gewinner des IHA Global Innovation Award an der INSPIRED HOME SHOW in Chicago gefeiert

Hervorragende Leistungen im Haushaltswareneinzelhandel stehen im Mittelpunkt der Inspired Home Show 2023 in Chicago, wenn die weltweit innovativsten und kreativsten Einzelhändler im Bereich Heim- und Haushaltswaren im Rahmen des jährlichen Programms der IHA Global Innovation Awards (gia) geehrt werden.



Die Inspired Home Show und die International Housewares Association (IHA), die weltweiten Sponsoren und Organisatoren des gia-Programms, gaben Ende Januar die nationalen gia-Gewinner für 2022–2023 bekannt: 27 herausragende Einzelhändler für Haushaltswaren aus 26 Ländern rund um den Globus, darunter auch Gewinner aus den völlig neuen gia-Ländern Aserbaidschan und Kenia.

Das gia-Programm wurde von der IHA und der Inspired Home Show ins Leben gerufen, um Innovation und Exzellenz im Einzelhandel mit Haushaltswaren und Einrichtungsgegenständen auf der ganzen Welt zu fördern. Seit der Einführung des gia im Jahr 2000 wurden mehr als 500 gia-Einzelhandelspreise aus über 50 Ländern auf sechs Kontinenten verliehen.

Jeder nationale gia-Gewinner wird zur Inspired Home Show in Chicago eingeladen, wo die globale gia-Jury, bestehend aus drei Experten aus Asien, Europa und Amerika sowie einer rotierenden Gruppe von Redakteuren der mitveranstaltenden Fachzeitschriften aus aller Welt, bis zu fünf gia Global Honorees sowie die Gewinner des Martin M. Pegler Award for Excellence in Visual Merchandising und des gia Digital Commerce Award for Excellence in Online Retailing auswählen wird.

Am Samstag, 4. März, werden die nationalen Gewinner bei einem festlichen Abendessen geehrt, bei dem auch die gia Global Honorees und die Gewinner des Martin M. Pegler und gia Digital Commerce Award bekannt gegeben werden. Darüber hinaus werden die nationalen Gewinner auf der Messe mit Bannern und einer Sonderausstellung im Grand Concourse Walkway des McCormick Place präsentiert.

Die Inspired Home Show, der globale Marktplatz für Heim- und Haushaltswaren der IHA, findet vom 4. bis 7. März 2023 im McCormick Place Complex in Chicago statt. Weitere Informationen über die Messe 2023 und die Möglichkeit, sich für einen kostenlosen Messeausweis zu registrieren, finden Sie auf der gleichnamigen Website.

www.theinspiredhideshow.com

Die nationalen gia-Gewinner 2022–2023 sind:

Land	Name des Geschäfts	Website des Geschäfts
Argentinien	Tiendas Landmark	tiendaslandmark.com.ar
Australien	Minimax	minimax.de.au
Österreich	Cuisinarum	cuisinarum.at
Aserbaidschan	Royal Home	
Belgien	Hopono	hopono-shop.com
Brasilien	deezign	deezign.com.br
Kanada	Garküche	cookery-store.ca
Kolumbien	Ambiente Living	ambienteliving.com
Dänemark	KJEPS Bolighus	kjeps.dk
Frankreich	TOC	toc.fr
Deutschland	Pecht Shoppingwelt	pecht.de
Indien	Heimzentrum	homecentre.in
Irland	Jono's	Haus & Heim
Italien	Arte & Forma	arte-forma.it
Japan	JR NAGOYA TAKASHIMAYA	jr-takashimaya.co.jp
Kenia	Vituzote.de	Kenia vituzote.de
Niederlande	Vanderveen's Kaufhaus	vanderveen.nl
Norwegen	Illums Bolighus	illumsbolighus.no
Polen	Eurofirany	eurofirany.com.pl
Portugal	El Corte Ingles	elcorteingles.pt
Spanien	El Corte Ingles	elcorteingles.es
Schweiz	Vanoli AG	vanoli.com
Türkei	KORKMAZ	korkmaz.com.tr
UK	Morleys Group	elyswimbledon.co.uk
Uruguay	LA IBERICA	laiberica.com.uy
USA	A. Dodson's	adodsons.com
USA	Faraday's Kitchen Store	faradayskitchenstore.com

spoga+gafa: erfolgreiches Jahr 2022 und starker Ausblick 2023 une année 2022 réussie et des perspectives 2023 solides



Die grösste Gartenlifestyle-Messe der Welt blickt auf ein erfolgreiches Jahr 2022 zurück. Nach Jahrzehnten im September und nach einer zweijährigen Corona-Pause feierte die Messe am 19. Juni in zehn Kölner Messehallen mit grossem Erfolg den Restart und lancierte parallel erfolgreich die erste Phase ihrer digitalen, ganzjährigen Matchmaking-Plattform spoga+gafa. Den Erfolg des Messejahres 2022 zahlt die Branche ihrer Weltleitmesse nun sowohl mit einer starken Wiederbuchungsrate sowie der Anmeldung neuer und rückkehrender Marken für die kommende Messe im Juni 2023 aktiv zurück. Ebenso positiven Einfluss auf die Ausstellerzuwächse nimmt der nur zwei Tage vor der spoga+gafa in Berlin endende «Global DIY-Summit» (EDRA/GHIN, HIMA), dessen Teilnehmer anschliessend eingeladen sind, die spoga+gafa in Köln zu besuchen. **Vom 18. bis zum 20. Juni 2023 in Köln** und ganzjährig online, steht das kommende spoga+gafa-Jahr unter dem weltweiten Leitthema «Social Gardens – Orte der Begegnung».

Leitthema: Social Gardens – Orte der Begegnung

Während der drei Messetage wird es besonders interessant sein zu sehen, wie die Aussteller das vielschichtige Leitthema der spoga+gafa 2023 «Social Gardens – Orte der Begegnung» auf ihren Flächen inhaltlich mitgestalten.

Das Thema nimmt die verbindende Kraft von Gärten in den Fokus: «Ob man nun gemeinsam gärt, feiert oder entspannt, Gärten, Balkone und Terrassen, aber auch Gartencenter und Baumärkte sind Treffpunkte für Familien, Freunde und Nachbarn. Wir möchten auf der spoga+gafa herausstellen, wie Hersteller und Handel diese Funktion des Gartens unterstützen – von Gartengeräten für die Kleinsten über Wohnlandschaften inklusive voll eingerichteter Outdoorküche bis hin zu Tool-Sharing-Initiativen», so Stefan Lohrberg, Director der spoga+gafa. «Nachhaltigkeit wird darüber hinaus ein dominierendes Thema in der Branche bleiben. Uns ist wichtig, immer wieder Schlaglichter auf neue Themen zu setzen und damit unseren Ausstellern und Besuchern Orientierung für ihre Präsentation zu geben.»



Stefan Lohrberg

Le plus grand salon mondial du lifestyle au jardin a connu une année 2022 couronnée de succès. Après des décennies en septembre et après une pause Corona de deux ans, le salon a fêté le 19 juin dans dix halls d'exposition de Cologne son redémarrage en fanfare. Il a lancé parallèlement avec succès la première phase de sa plateforme numérique de matchmaking spoga+gafa qui s'étend sur toute l'année. Le succès de l'année 2022 se traduit par un fort taux de réinscription et par l'inscription de nouvelles marques et de marques de retour pour le prochain salon en juin 2023. Le «Global DIY-Summit» (EDRA/GHIN, HIMA), qui se termine seulement deux jours avant spoga+gafa à Berlin et dont les participants sont ensuite invités à visiter spoga+gafa à Cologne, a également une influence positive sur l'augmentation du nombre d'exposants. **Du 18 au 20 juin 2023 à Cologne** et en ligne toute l'année, la prochaine année de spoga+gafa sera placée sous le thème directeur mondial «Social Gardens – Lieux de rencontre».

Thème directeur: Social Gardens – Lieux de rencontre

Pendant les trois jours du salon, il sera particulièrement intéressant de voir comment les exposants participeront à l'élaboration du contenu du thème central aux multiples facettes de spoga+gafa 2023 «Social Gardens – Lieux de rencontre» sur leurs surfaces.

Ce thème met l'accent sur le pouvoir rassembleur des jardins: «Que l'on jardine ensemble, que l'on fasse la fête ou que l'on se détende, les jardins, les balcons et les terrasses, mais aussi les jardinerie et les magasins de bricolage sont des lieux de rencontre pour les familles, les amis et les voisins. Nous souhaitons mettre en avant au spoga+gafa la manière dont les fabricants et les distributeurs soutiennent cette fonction du jardin – des outils de jardinage pour les plus jeunes aux initiatives de partage d'outils en passant par les paysages résidentiels incluant une cuisine d'extérieur entièrement équipée», explique Stefan Lohrberg, directeur du spoga+gafa. «La durabilité restera en outre un thème dominant dans le secteur. Il est important pour nous de toujours mettre en lumière de nouveaux thèmes et de donner ainsi à nos exposants et visiteurs une orientation pour leur présentation.»



Spannende Rückkehrer im BBQ-Segment

Ein besonderer Fokus liegt auf dem BBQ-Segment. In den entsprechenden Hallen 7 und 8 zeichnet sich eine Vergrößerung durch Aussteller aus Nordamerika und der DACH-Region ab.

Grund für das positive Buchungsverhalten in den für die BBQ-Branche herausfordernden Zeiten sind die guten Erfahrungen, die Aussteller und deren Fachhandels- sowie Grossflächenbesucher 2022 in Köln machten. Die Aussteller überzeugte vor allem die Qualität angereicherter Fachhandels-, Grossflächen- und Onlinebesucher aus dem In- und Ausland. Der Erfolg der Messeparty am Sonntag, bei der die BBQ-Aussteller in der Mitte des Interesses standen, sowie die prominente Einbindung global relevanter BBQ-Creators unterstützen den aktuell guten Buchungsstand zusätzlich. Dabei zeigt sich, dass die BBQ-Aussteller sehr aktiv ihren Messeauftritt gestalten und neben den grossen Ausstellungsflächen einen besonderen Fokus auf Live Cooking und exklusive Showflächen im Aussengelände legen. Hier sind unter anderem rückkehrende Marken wie Char-Broil und Santos dabei. Ebenso begrüsst die spoga+gafa wieder Produkte der Marke Traeger auf dem Messengelände und unterstützt Marken wie Enders oder Campinggaz bei deren Flächenvergrößerungen.

garden living gewohnt stark sowie Ausbau garden creation & care

Eine weitere starke internationale Ausstellerschaft 2023 sind die Outdoor-möbel-Lieferanten – und das trotz eines aktiven Messemarkts, einer schwierigen Marktsituation und eines damit unter Frequenzdruck leidenden Handels.

Bereits in der Frühbucherphase, diese endete Mitte September, sagten 80 Prozent der im Jahr 2022 ausstellenden Unternehmen wieder für 2023 zu. Dieser positive Buchungsverlauf setzte sich fort, sodass die spoga+gafa 2023 schon jetzt die grösste Anzahl von Outdoor-möbel-Lieferanten weltweit begrüssen darf. Die deutlichste Vergrößerung der diesjährigen Messe fand sich dabei, mit einer Verdreifachung der bestehenden Ausstellungsfläche auf 900 Quadratmeter, im Bereich der Outdoor-Möbelanbieter wieder. Neu positioniert, teils grösser oder werblich aktiver, zeigen sich 2023 unter anderem Marken wie Glatz, Doppler oder Kettler.

2023 setzen zudem wieder die Mitglieder der DOFAS (Dutch Outdoor Furnishing Association), so zum Beispiel Apple Bee, LIFE Outdoor Living oder 4SO, auf die internationale Besucherschaft der spoga+gafa.

www.spogagafa.de

Des retours passionnants dans le segment BBQ

Un accent particulier sera mis sur le segment BBQ. Dans les halls 7 et 8 correspondants, un agrandissement se dessine avec des exposants d'Amérique du Nord, d'Allemagne, d'Autriche et de Suisse.

Les bonnes expériences faites par les exposants et leurs visiteurs du commerce spécialisé et des grandes surfaces à Cologne en 2022 sont à l'origine de ce comportement positif en matière de réservations en ces temps difficiles pour le secteur BBQ. Les exposants ont été particulièrement convaincus par la qualité des visiteurs venus du commerce spécialisé, des grandes surfaces et des sites en ligne d'Allemagne et de l'étranger. Le succès de la réception des exposants du dimanche, au cours de laquelle les exposants BBQ étaient au centre de l'intérêt, ainsi que l'intégration de créateurs de BBQ importants au niveau mondial ont encore renforcé le bon niveau actuel des réservations. Il s'avère que les exposants BBQ sont très actifs dans l'organisation de leur présence au salon et qu'ils mettent l'accent sur la cuisine en direct et les surfaces de présentation exclusives à l'extérieur, en plus des grandes surfaces d'exposition. On y trouve notamment des marques qui reviennent comme Char-Broil et Santos. De même, spoga+gafa accueillera à nouveau les produits de la marque Traeger dans l'enceinte du salon et soutiendra des marques telles qu'Enders ou Campinggaz pour agrandir leurs surfaces.

garden living toujours aussi fort et extension de garden creation & care

Les fournisseurs de meubles d'extérieur constituent un autre groupe d'exposants internationaux forts en 2023 – et ce malgré un marché des salons actif, une situation commerciale difficile et donc un commerce souffrant de la pression de la fréquentation.

Dès la phase de réservation anticipée, qui s'est terminée à la mi-septembre, 80% des entreprises exposant en 2022 se sont réengagées pour 2023. Cette évolution positive des réservations s'est poursuivie, de sorte que le spoga+gafa 2023 peut d'ores et déjà accueillir le plus grand nombre de fournisseurs de meubles d'extérieur au monde. L'agrandissement le plus significatif du salon de cette année a eu lieu dans le secteur des fournisseurs de meubles d'extérieur, qui triple sa surface d'exposition, passant à 900 mètres carrés. Des marques telles que Glatz, Doppler ou Kettler, entre autres, se sont repositionnées en 2023, en partie plus grandes ou plus actives sur le plan publicitaire.

De plus, en 2023, les membres de la DOFAS (Dutch Outdoor Furnishing Association), comme Apple Bee, LIFE Outdoor Living ou 4SO, misent à nouveau sur les visiteurs internationaux de spoga+gafa.

www.spogagafa.de



DABAG: Bettinaglio übernimmt ab 2024 die Geschäftsführung

Im Rahmen einer langfristig geplanten Nachfolgeregelung kommt es bei der DABAG Datenbank Genossenschaft, Mediacenter und Beschaffung, 9200 Gossau/SG, anfangs 2024 zum geplanten Wechsel in der Geschäftsleitung. Der DABAG-Vorstand wird zu Beginn des nächsten Jahres Monika Bettinaglio, die schon seit einigen Jahren offiziell die Stellvertretung des Geschäftsführers Ferdinand Haag innehatte, mit der operativen Leitung der Geschäftsstelle betreuen.

DABAG: Bettinaglio reprendra et assumera la direction à partir de 2024

Le plan de succession à long terme du directeur actuel de DABAG, centrale de données de base, centre de médias et d'approvisionnement, 9200 Gossau/SG, sera appliqué au début de 2024. Le comité directeur de DABAG confiera, au début de l'année prochaine, la direction opérationnelle du siège administratif à Monika Bettinaglio, qui assurait déjà officiellement depuis quelques années la suppléance du directeur Ferdinand Haag.



Ferdinand Haag



Monika Bettinaglio

Ferdinand Haag ist seit 2001 als Geschäftsführer der DABAG tätig. Er wird auf anfangs 2024 im Sinne einer geplanten Nachfolgeregelung die operative Gesamtverantwortung an seine bisherige Stellvertreterin Monika Bettinaglio übergeben. Monika Bettinaglio ist mit den internen Betriebsabläufen der DABAG bestens vertraut, arbeitet sie doch bereits auch schon fast 15 Jahre bei der DABAG in Gossau/SG.

Ferdinand Haag est directeur de DABAG depuis 2001. Au début de l'année 2024, il transmettra la responsabilité opérationnelle globale à son adjointe actuelle, Monika Bettinaglio, dans le cadre du plan de succession établi il y a quelque temps déjà. Monika Bettinaglio connaît parfaitement les processus internes de DABAG, puisqu'elle travaille déjà depuis près de 15 ans chez DABAG à Gossau/SG.

Monika Bettinaglio bringt aufgrund ihrer 15-jährigen Erfahrung bei der DABAG beste Voraussetzungen für diese Position der Geschäftsführung mit. Sie wird den aktuellen Geschäftsführer Ferdinand Haag, der über 20 Jahre lang die operativen Geschicke bei der DABAG Datenbank Genossenschaft verantwortete und mit der Stabsübergabe den wohlverdienten Ruhestand antreten wird, ablösen.

Ferdinand Haag ist seit 2001 für die in Gossau beheimatete Datenbank Genossenschaft tätig und hat als Geschäftsführer die DABAG mit viel strategischer Weitsicht erfolgreich weiterentwickelt und während seiner rund 20-jährigen Karriere einen sehr grossen Beitrag zu den heute qualitativ hochstehenden Stammdaten von über 800 Lieferanten geleistet.

Der DABAG-Vorstand dankt dem amtierenden Geschäftsführer Ferdinand Haag herzlich für das jahrzehntelange Engagement zugunsten der DABAG, welches stets von grossem persönlichen Einsatz zugunsten aller DABAG-Mitglieder und von strategischer Weitsicht geprägt ist.
Weitere Informationen unter www.dabag.ch

Grâce à ses 15 ans d'expérience chez DABAG, Monika Bettinaglio remplit toutes les exigences pour reprendre ce poste de direction. Elle remplacera l'actuel directeur Ferdinand Haag, qui a été responsable habile pendant plus de 20 ans du destin opérationnel de DABAG et qui, par ce passage de témoin, prendra une retraite bien méritée.

Ferdinand Haag travaille depuis 2001 pour la centrale de traitement et d'hébergement de données de base située à Gossau. En tant que directeur, il a développé DABAG avec succès en faisant preuve d'une grande clairvoyance stratégique et a très largement contribué avec grand succès, au cours de sa carrière d'une vingtaine d'années, à l'obtention des données de base de haute qualité de plus de 800 fournisseurs.

Le comité directeur de DABAG remercie très chaleureusement le directeur actuel Ferdinand Haag pour son engagement de plusieurs décennies en faveur de DABAG, toujours marqué par une vision stratégique ainsi que par un grand investissement personnel au bénéfice de tous les membres de DABAG.
Vous trouverez plus d'informations sur le site www.dabag.ch



Die ZEDEV Einkauf und Service AG gehört zu 100% der ZEEV Genossenschaft Zentraler Eisenwaren-Einkaufs-Verband mit Sitz an der Hofwiesenstrasse 3 in Zürich. Als Verrechnungsstelle/Zentralregulierung übernehmen wir für die rund 150 Mitglieder der Eisenwaren-, Werkzeug-, Beschläge- sowie Haushaltwaren Branche das Delkredere-Risiko für die über 300 Lieferanten.

Nach Vereinbarung suchen wir aufgrund der Pensionierung des jetzigen Stelleninhabers per Ende 2023 eine Person für die

Geschäftsführung w/m/d (80–100%)

Ihre Hauptaufgaben:

- Führung und Leitung der Geschäftsstelle mit 3 Mitarbeitenden
- Budget- Umsatz- und Ertragsverantwortung
- Aufbau- und Ablauforganisation
- Betreuung der Key-Account Kunden sowie Lieferanten
- Umsetzung der Unternehmensziele der ZEDEV Einkauf und Service AG
- Teilnahme an Sitzungen des Verwaltungsrates und an der Generalversammlung mit Protokollführung
- Berichte an den Verwaltungsrat in Form von Monats- und Jahresberichten
- Neu-Akquisition von Kunden/Lieferanten und/oder anderen Gruppen

Ihr Profil:

- Administrative wie organisatorische Berufserfahrung in einem ähnlichen Arbeitsumfeld (vorzugsweise im Eisenwaren- und Haushaltsbereich)
- Belastbar, initiativ und zuverlässig mit einer zielorientierten, effizienten Arbeitstechnik
- Hervorragende kommunikative Fähigkeiten gepaart mit einer dienstleistungs- und teamorientierten Grundhaltung
- Ausgezeichnete Deutschkenntnisse und gute Französischkenntnisse
- Fundierte Kenntnisse der MS-Office-Programme sowie gewandten Umgang mit Social-Media

Wir bieten:

- Selbstständiges Arbeiten
- Den Anforderungen entsprechendes Salär und überdurchschnittliche Sozialleistungen

Wir freuen uns auf ihre vollständige Bewerbung an stefan.conrad@conradag.ch, Präsident ZEEV.
Für erste allgemeine Auskünfte steht Ihnen Herr Stefan Conrad gerne auch telefonisch zur Verfügung.
M: 079 605 65 33

Wenko Outdoor Kitchen

Wenko bietet mit dem Black Outdoor-Kitchen Sortiment nützliche Produkte, die jedes Outdoor-Erlebnis unterstützen. Nicht nur am Grill, sondern auch am Esstisch im Freien, bei der Vorbereitung von Speisen und der Aufbewahrung.

Dieses Sortiment kombiniert den Trend schwarz mit witterungsbeständigen Materialien und Funktionalität. Ob für die Organisation, die Zubereitung, für den Tisch, das Grillen, die Aufbewahrung, die Reinigung oder einfach als praktischer Helfer.

Denn während der Sommerzeit, wenn man die Zeit im Freien verbringt, rücken der eigene Garten, die Terrasse, der Tisch und der Grill in den Mittelpunkt.

Gemäss dem Schweizer Wenko-Vertreter habe eine Studie ergeben, dass bis zum Jahr 2025 mit einem jährlichen Umsatzwachstum von 4,65% gerechnet werden kann, somit wird das Interesse an Outdoor-Produkten wie zum Beispiel Möbel, Grillgeräten und Outdoor-Küchen stetig weiterwachsen.

www.dipius.ch



Wenko Outdoor Kitchen

Avec la gamme Black Outdoor Kitchen, Wenko propose des produits utiles qui soutiennent n'importe quelle expérience en plein air. Non seulement au barbecue, mais aussi pour manger à table en plein air, préparer des repas et conserver des aliments.

Cette gamme combine la tendance noire avec des matériaux résistants aux intempéries et la fonctionnalité. Que ce soit pour l'organisation, la préparation, la table, le barbecue, le stockage, le nettoyage ou simplement comme aide pratique.

En effet, pendant l'été, lorsque vous passez du temps à l'extérieur, le jardin privé, la terrasse, la table et le barbecue sont au centre des occupations.

Selon le représentant suisse de Wenko, une étude a montré que l'on peut s'attendre à une croissance annuelle du chiffre d'affaires de 4,65% jusqu'en 2025, ce qui signifie que l'intérêt pour les produits d'extérieur tels que les meubles, les barbecues et les cuisines d'extérieur ne cessera de croître.

www.dipius.ch/fr

FORTE AI
AHV + IV
AVS

Möchten Sie Ihre Lohnabrechnungen ganz einfach mit dem Lohnprogramm Ihrer Ausgleichskasse erstellen?

Wir beraten Sie gerne.

www.akforte.ch • Tel. 044 253 93 70 • info@akforte.ch

Colour your day

Neue Kampagne von Le Creuset. Flankiert wird die Kampagne von einem achtseitigen Flyer für den Fachhandel. «**Colour your day**» – die Titelseite lädt Foodies, Gourmets und leidenschaftliche Gastgeber ein, in die Le Creuset Welt einzutauchen. Das Power-Duo Azure/Ofenrot bietet die perfekte Kulisse für den azurblauen Bräter Signature im Vordergrund.

Der ansprechend gestaltete Flyer beinhaltet eine umfangreiche Auswahl an hochwertigen und stylischen Produkten quer durch die Sortimente Gusseisen, Aluminium-Antihaf, 3-ply Edelstahl-Mehrschichtmaterial, Poterie aus ofenfestem Steinzeug, Weinaccessoires und vieles mehr.

Im Aktionszeitraum von März bis Juni 2023 unterstützt Le Creuset den Handel mit Social Media Posts und attraktiven POS-Materialien wie Aufstellern und Postern.

www.lecreuset.com



Inspirations Colorées

Nouvelle campagne de Le Creuset. Un prospectus de huit pages a été créé pour permettre aux revendeurs spécialisés de promouvoir la campagne. «**Inspiration Colorées**» – la page de garde invite les amateurs de gastronomie, les fins gourmets et les hôtes passionnés à se plonger dans l'univers de Le Creuset. Le puissant duo Azur/Volcanique offre une toile de fond parfaite pour mettre en valeur la cocotte Signature Azur au premier plan.

Sous une présentation attrayante, le prospectus met en avant un vaste choix de produits haut de gamme et élégants issus des assortiments fonte, aluminium anti-adhérent, acier 3-Ply, poterie en grès résistant au four, accessoires à vin et bien d'autres encore.

Pendant la période de validité de l'offre, c'est-à-dire de mars à juin 2023, Le Creuset mettra à disposition des revendeurs des publications pour les réseaux sociaux et du matériel POS attrayant tels que des supports et des affiches.

www.lecreuset.com

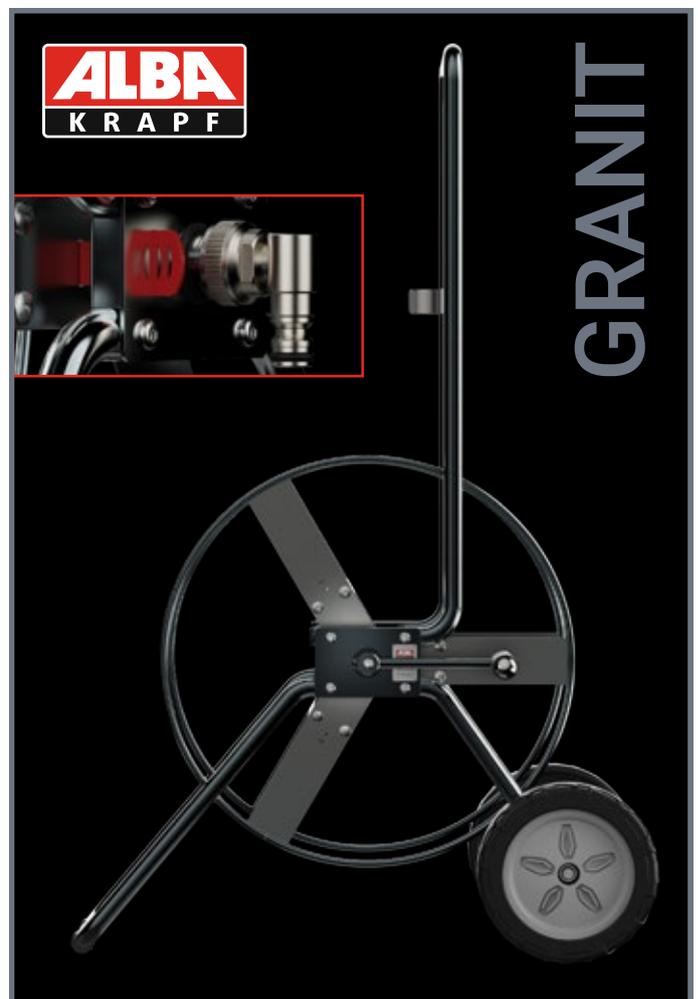
**Hier könnte
IHRE Anzeige
stehen.**



Mehr Infos unter:
T +41 44 878 70 60,
perspective@swissavant.ch

**Vielen Dank an
unsere Inserenten.**

perspective



Traumhafte Geschenkideen in Pastell von Le Creuset

Ob gusseiserne Bräter oder Pfannen, Kaffee-Bereiter, Becher, Teller, Auflaufformen, Förmchen, Mini-Cocottes & Co. aus ofenfestem Steinzeug, Salz- und Pfeffermühlen und vieles mehr – das französische Premiumlabel hat alles, um die zauberhafte Oster-Stimmung bei Tisch und in der Küche einzufangen.

Dafür sorgen die Farben Shell Pink und Meringue, die sich perfekt kombinieren lassen. Grau verleiht dem Ensemble einen Hauch von Coolness, so wirkt der zarte Look modern und freundlich, ganz im Scandi-Style. Wunderschön dazu sind die Mini-Cocottes Sonnenblume, die als Limited Edition in Shell Pink, Meringue sowie Sea Salt erhältlich sind. Das bezaubernde Blütenrelief auf dem Deckel passt prima zum Frühlingsthema.



Braten, Kochen, Schmoren – mit dem Le Creuset Kochgeschirr können viele raffinierte Rezepte stilvoll gekocht werden. Ein Ostergericht gelingt hervorragend in der 3-ply Bratreine und kommt direkt vom Ofen auf den Tisch. Für Überraschungsmomente sorgt eine amerikanische Spezialität: Hot Cross Bun Pudding wird in der Auflaufform zubereitet und serviert.

Süss geht es weiter mit Ostercookies aus der antihafbeschichteten 12er Osterbackform, die es ebenfalls als Limited Edition gibt. Dekoriert mit kleinen Zuckereiern wird das verführerische Kleingebäck auf jedem Kuchenbuffet zum Blickfang.

Wenn die ganze Familie an der Ostertafel zusammenkommt, stehen die hochwertigen Le Creuset Produkte wie der gusseiserne Bräter oder der Gourmet-Profitorf natürlich im Mittelpunkt. Darüber hinaus begeistert die Oster-Collection durch eine Vielfalt an inspirierenden Geschenkideen. Mit ihrem frühlinghaften Flair versprühen die Produkte eine heitere Atmosphäre und machen Ostern zu einem ganz besonderen Erlebnis.

www.lecreuset.ch



Des idées cadeaux de rêve en pastel de Le Creuset

Qu'il s'agisse de cocottes ou de poêles en fonte, de cafetières, de mugs, d'assiettes, de plats à four, de moules, de mini-cocottes & Co. en grès résistant au four, de moulins à sel et à poivre et bien d'autres choses encore – la marque française haut de gamme a tout ce qu'il faut pour capter l'ambiance magique de Pâques à table et dans la cuisine.

Les couleurs Shell Pink et Meringue, qui se combinent parfaitement, y contribuent. Le gris confère à l'ensemble une touche de coolitude, ce qui donne à ce look délicat un aspect moderne et convivial, tout à fait dans le style Scandi. Les mini-cocottes Tournesol, disponibles en édition limitée en Shell Pink, Meringue et Sea Salt, sont magnifiques. Le ravissant relief floral sur le couvercle s'accorde parfaitement avec le thème du printemps.

Rôtir, cuire, mijoter – les ustensiles de cuisine Le Creuset permettent de réaliser avec style de nombreuses recettes raffinées. Un plat de Pâques est parfaitement réussi dans la rôtissoire 3-ply et passe directement du four à la table. Une spécialité américaine garantit des moments de surprise: le Hot Cross Bun Pudding est préparé et servi dans le plat à four.

La suite est douce avec les cookies de Pâques dans le moule de Pâques antiadhésif à 12 compartiments, également disponible en édition limitée. Décorés de petits œufs en sucre, ces petits gâteaux séduisants attireront tous les regards sur le buffet de gâteaux.

Lorsque toute la famille se réunit autour de la table de Pâques, les produits Le Creuset de qualité supérieure comme la cocotte en fonte ou la marmite gourmet sont naturellement au centre de l'attention. En outre, la Collection de Pâques enthousiasme par sa diversité d'idées cadeaux inspirantes. Avec leur ambiance printanière, les produits diffusent une atmosphère joyeuse et font de Pâques un événement tout à fait particulier.

www.lecreuset.ch



SOVADIS
Rekrutierung | Nachfolge | Consulting

GRANIT PARTS Agritec Griesser GmbH ist schweizweit ein bedeutendes Handelsunternehmen im Bereich von Ersatzteilen in den Branchen Landtechnik, Baumaschinen und Motorgeräte. Zur Verstärkung des Aussendienst-Teams wird gesucht:

Verkaufsberater/in im Aussendienst



**Kleinmotorgeräte – Garten & Forst
Kanton ZH, GL, GR sowie Ostschweiz**

Ihre Aufgabe

In dieser spannenden Funktion spornt es Sie an, als PARTNER DES FACHHANDELS die Motorgeräte-Fachhändler mit Produkten aus dem Segment Garten & Forst in optimaler Weise zu betreuen. Sie setzen dabei Ihr Knowhow im Kleinmotorgeräte-Sektor, sowie Ihre engen Kundenbeziehungen, ggfs. aus bisherigen Funktionen, ein und stellen rasch eine gute Zusammenarbeitssbasis sicher. Es besteht ein erhebliches Wachstumspotenzial, welches Sie mit Verkaufs-Unterstützung zeitnah erschliessen.

Ihre Erfahrung

Sie verfügen über gute Kundenkontakte im Motorgeräte-, Kommunal-, Baumaschinen- oder Landmaschinensektor und kennen das Ersatzteilgeschäft. Für uns ist es selbstverständlich, dass Sie als versierter Berater im Aussendienst eine überzeugende Persönlichkeit mit Empathie mitbringen. Umsatzwachstum durch neue innovative Produkte und Dienstleistungen motiviert Sie zusätzlich.

Das Angebot

GRANIT PARTS hat internationalen Zugang zu einem umfassenden, stetig wachsenden Produktsortiment. Ihr Erfolg an der Front wird durch erstklassige Dienstleistungen, regelmässige Schulungen, sowie durch eine innovative, fortschrittliche Unternehmenskultur unterstützt. Eine umfassende Einführung und ein Geschäftsfahrzeug sind selbstverständlich.

Ihre Bewerbung senden Sie an reto.schoch@sovadis.ch. Für Fragen steht Ihnen Herr Schoch gerne zur Verfügung. Wir garantieren für absolute Diskretion. **ID 0271**



**SOVADIS GmbH • Hauptstrasse 73 • 4528 Zuchwil • Email: info@sovadis.ch
Tel +41 (0)32 672 15 15 • Weitere Stellen und Nachfolgen: www.sovadis.ch**

Ausgezeichneter Kombigrill

Was darf es sein? Eine knusprige Pizza? Ein leckeres Raclette? Oder lieber Fleisch? Kein Problem für den Pizza/Raclette-Grill 4-in-1! Jeder kann haben, auf was er Lust hat. Sogar Crêpes lassen sich mit diesem Multitalent individuell zubereiten, z. B. zum Abschluss als süßes Dessert. Wird für einmal nur die Raclette/Grillfunktion oder nur die Pizafunktion benötigt, dann kann stromsparend auch nur diese Funktion gewählt werden. Inklusive 8 Pfännchen für Raclette, 6 Pfännchen für Pizza, 8 Schaber und 1 Teigausstecher.

www.tavora.ch



Le grill combiné récompensé

Que désirez-vous? Une pizza croustillante? Une délicieuse raclette? Ou préférez-vous de la viande? Le grill Pizza/Raclette 4 en 1 répond à toutes vos envies. A la fin du repas, préparez un dessert très apprécié: des crêpes accompagnées de fruits. L'appareil est muni de deux systèmes de chauffe séparés, un pour la raclette et le grill et l'autre pour la pizza, afin d'économiser de l'énergie. Inclus: 8 poêlons à raclette, 6 poêlons à pizza, 8 spatules, 1 emporte-pièce pour la pâte.

www.tavora.ch

Die Marke KOENIG ist auch in diesem Jahr im Rahmen der Konsumentenstudie **SWISS BRAND OF THE YEAR** wieder in neun Kategorien von den Verbrauchern ausgezeichnet worden! Unter anderem in den Kategorien Top-Qualität im Produktsegment Kaffeemaschinen, Top-Preis/Leistung im Produktsegment Küchengeräte und Herausragende Kundenzufriedenheit (segmentsübergreifend).

Cette année encore, la marque KOENIG a été récompensée par les consommateurs dans neuf catégories dans le cadre de l'étude de consommateurs **SWISS BRAND OF THE YEAR!** Entre autres dans le domaine des produits de haute qualité dans le segment des machines à café, dans le domaine top rapport qualité/prix dans le segment des appareils de cuisine, ainsi que pour son excellente qualité produit (dans tous les segments).

Strahlende Erscheinung

Attraktiv und voller Energie und Optimismus zeigt sich die neue **Alox Limited Edition 2023**: In der aufregenden Farbe Electric Yellow kombiniert sie strahlend Funktionalität und Design, die unverwechselbaren Merkmale von Victorinox.

Jedes Jahr erscheint die **Alox Limited Edition** mit der charakteristischen Alox-Schale in einer neuen, limitierten Farbe. In der neunten Auflage von 2023 ist es die spektakulären Farbe Electric Yellow, die Energie und optimistische Kraft symbolisiert und sofort auffällt.

Die Kollektion besteht aus drei Modellen: Classic SD, Pioneer X und Hunter Pro und ist ein sehr schönes Geschenk für Fans der Marke und für Sammler, die das wirklich Besondere suchen. Jedes Taschenmesser ist auf der Rückseite mit der Jahreszahl bedruckt und wird mit einem Zertifikat in einer eleganten Geschenkbox angeboten.

Die gerippte Oberfläche macht aus der Alox Limited Edition des Schweizer Taschenmessers einen ganz speziellen, funktionalen und ikonischen Begleiter. Die Schalen sind aus Aluminium gestanzt, geprägt und danach mit einer Eloxalschicht anodisiert, die dem Messer eine schützende Schicht und seine Farbe verleiht. Die zusätzliche Schicht sorgt zudem für die Härte, welche die Schale gegen Schäden und Korrosion schützt und verleiht dem Messer gleichzeitig sein besonderes Design.

www.victorinox.com



Une apparence rayonnante

Marquant, énergisant et optimiste, le nouvel **Alox Limited Edition 2023** attire tous les regards. Déclinée dans un jaune électrique stimulant, la collection conjugue à merveille la fonctionnalité, le style et un remarquable design rehaussé des emblématiques côtes Alox.

Chaque année, l'**Alox Limited Edition** se décline dans une nouvelle couleur. Pour 2023, la 9^e édition affiche un jaune électrique. Ce spectaculaire coloris symbolise l'énergie à l'état pur et déborde d'un puissant optimisme, en plus d'attirer tous les regards.

Composé des modèles Classic SD, Pioneer X et Hunter Pro, ce trio constitue un cadeau idéal, notamment pour les adeptes de la marque et les collectionneurs en quête d'un objet spécial et atypique.

L'année de création est imprimée au dos de chaque couteau, qui s'accompagne d'un certificat unique et se présente dans un élégant coffret.

Finement striés en surface, les modèles Alox en édition limitée font du légendaire couteau suisse un compagnon d'une fonctionnalité inégalée.

Les côtes en aluminium sont découpées, estampées et éloxées. Cette solide couche protectrice permet de les colorer et accroît leur résistance à l'usure et à la corrosion. Le résultat? Des couteaux ultra maniables au design élégant et irrésistible.

www.victorinox.com

Melitta – vom Kaffeefilter zum Vollautomaten

Vor mehr als 150 Jahren erblickte Melitta Bentz in Dresden am 31. Januar 1873 mit einem grossen unternehmerischen Herz das Licht dieser Welt. Zwar konnte damals noch keiner erahnen, dass viele Jahre später Melitta Bentz als gestandene, aber ungeduldige Hausfrau mit Hammer und Nägel Löcher in eine Konservendose schlug, ein ungebrauchtes Löffelblatt ihres Sohnes hineinlegte und schwuppdwupp war der erste Kaffeefilter dieser Welt erfunden. Vom geduldig aufgebrühten Kaffee mit vielen Krümel im Mund hin zum vielfach dünnen Filterkaffee und bis zum bequemen Kaffeegenuss dank modernen Vollautomaten war es aber noch ein langer – und nicht immer einfacher oder genussreicher Weg.

Melitta Bentz verstand es, ihren Bekanntenkreis von der neuen Filtermethode zu begeistern und dank hohem Zuspruch und familiärer Unterstützung meldete Annelie Auguste Melitta mit rund 35 Jahren im Jahre 1908 ihre Filtermethode zum Patent an. Das Kaiserliche Patentamt Gebrauchsmusterschutz hiess dann am 20. Juni 1908 ihren eingereichten Patentantrag für ihren Rundfilter mit Filterpapier gut und fortan konnte sie mit ihrem Mann Hugo ihren unternehmerischen Ideenreichtum mit persönlichen Mut für Neues während Jahrzehnten als Pionierin erfolgreich ausleben.

Das Startkapital für die heute im ostwestfälischen Minden beheimatete Melitta Group soll damals lediglich 73 Pfennige betragen haben. Der Konzern setzt heute mit beinahe 6000 Mitarbeitenden jährlich rund 1,9 Milliarden EUR um, wobei längst nicht mehr nur Kaffeefilter verkauft werden, sondern Kaffee und Kaffeemaschinen sowie Haushaltsprodukte jeglicher Art im Melitta-Angebot zu finden sind.

Dass der Melitta-Konzern heute ein starkes rot-grünes Markenlabel mit weltweit hohem Wiedererkennungsgood besitzt, ist ebenfalls der geistreichen Gründerin zu verdanken, wollte man sich doch schon früh im Jahre 1923 farblich von anderen Unternehmen absetzen. Die marketing-technische Differenzierung kann während der ganzen 115-jährigen Melitta-Firmengeschichte beobachtet werden und so lautete im Jahre 1976 beispielsweise der doppeldeutige Werbeslogan: «Melitta – Praktische Hausfrauen haben oft die besten Ideen».

www.melitta.ch

Melitta – du filtre à café à la machine à café automatique

Il y a plus de 150 ans, Melitta Bentz naissait à Dresde le 31 janvier 1873 avec une âme d'entrepreneur. Certes, personne n'imaginait à l'époque que, bien des années plus tard, Melitta Bentz, femme au foyer expérimentée mais impatiente, percerait des trous dans une boîte de conserve avec un marteau et des clous, y placerait un buvard inutilisé de son fils, inventant ainsi le premier filtre à café du monde. Mais du café patiemment préparé avec de nombreuses miettes dans la bouche au café filtre très fin et à la dégustation confortable du café grâce aux machines automatiques modernes, le chemin était encore long – et pas toujours facile ou agréable.



Melitta Bentz a su enthousiasmer son cercle de connaissances pour sa nouvelle méthode de filtrage et, grâce à un grand nombre d'encouragements et au soutien de la famille, Annelie Auguste Melitta a déposé un brevet pour sa méthode de filtrage en 1908, à l'âge de 35 ans. Le 20 juin 1908, l'Office impérial des brevets et de la protection des modèles d'utilité a accepté sa demande de brevet pour son filtre rond en papier et elle a pu, avec son mari Hugo, faire preuve de son esprit d'entreprise et de son courage personnel pour la nouveauté pendant des décennies en tant que pionnière.

Le capital de départ de Melitta Group désormais basé à Minden en Westphalie orientale, se serait élevé à seulement 73 pfennigs. Avec près de 6000 employés, le groupe réalise aujourd'hui un chiffre d'affaires annuel d'environ 1,9 milliard d'euros. Melitta a longtemps vendu non seulement des filtres à café, mais aussi du café et des machines à café ainsi qu'une gamme étendue d'articles de ménage sous cette marque.



Si le groupe Melitta possède aujourd'hui un label de marque rouge et vert très fort et très reconnaissable dans le monde entier, c'est également grâce à l'esprit de sa fondatrice, qui a voulu très tôt, en 1923, se démarquer des autres entreprises par la couleur. La différenciation en matière de marketing peut être observée tout au long des 115 ans d'histoire de Melitta et c'est ainsi qu'en 1976, son slogan publicitaire à double sens était: «Melitta – Les ménagères pratiques ont souvent les meilleures idées».

www.melitta.ch

Die Idee ist nicht kleinzukriegen

Küchenmaschinen nehmen viel Platz weg auf der Arbeitsfläche. Ein Food Processor macht sich klein und wartet im Regal auf Arbeit. Meist ersetzt er Messer und Reibe, Multipro Go von Kenwood knetet sogar Teig.

Von Marco Dettweiler

Eine wesentliche Aufgabe in der Küche besteht darin, Dinge zu zerkleinern. Zwiebeln, Möhren oder Zucchini, aber auch Kartoffeln, Pilze oder Peperoni landen meist in zerlegter Form in Topf oder Pfanne. Dafür gibt es ein bewährtes Utensil namens Messer. Dennoch wird die Liste an Gerätschaften, die Messer und Schneidebrett ersetzen sollen, immer länger. Weil die Hersteller selbst den Überblick verlieren, haben sie Kategorien eingeführt. Eine davon nennt sich Food Processor. Gemeint sind kleine und kompakte Helfer fürs Schneiden und Raspeln. Sie sollen das Messer und die grobe Reibe ersetzen. Aber warum eigentlich?

Das wollte der Schreibende von der Multipro Go von Kenwood wissen. Sie kostet knapp 90 Franken, ist nur 30 Zentimeter hoch, hat eine Leistung von 650 Watt und eine «360-Grad-Express-Serve-Funktion». Kenwood hätte schreiben können, dass sie rund ist und es deswegen egal ist, wo die Schüssel steht. Weil sie rund ist, lässt sich das Kabel rund um die Maschine rollen. Zu einer runden Sache wird die Funktion erst, wenn man einen kleinen, verschiebbaren Aufsatz einklemmt, damit sich das Kabel nicht wieder entrollt. Ein rundum gelungenes Detail.

Die Multipro Go bringt zwei Behälter zum Aufsetzen mit, die jeweils ein anderes Schneidewerkzeug enthalten. Der Deckel passt auf beide. Er hat eine Art Einfüllstutzen mit Kolben. Am Boden des ersten Aufsatzes rotiert ein Hackmesser, um alles kurz und klein zu schlagen, was ihm entgegenkommt. Im Gegensatz zu einem Küchenmesser geht so eine Maschine rabiater vor, was von Köchen gerade für Zwiebeln häufig nicht gemocht wird, weil dann aufgrund der gröberen Schnitte mehr Saft austritt. Dies versucht die Multipro durch hohe Geschwindigkeit und zwei ziemlich scharfe, leicht gebogene Klingen zu verhindern. Die Geschwindigkeit lässt sich nicht ändern. Der Schalter kennt nur zwei Positionen: Dauerpower oder Pulse. In der P-Stellung laufen die Klingen nur dann, wenn der Daumen den Schieber festhält.

Das Reinigen bleibt ein lästiger Vorgang

Als wir in der Anleitung lesen, dass die Klinge auch Teig kneten kann, sind wir skeptisch. Also rein mit ein bisschen Hefe, etwas Zucker, 125 Milliliter lauwarmem Wasser. Ein bis zwei Stösse mit der Pulse-Funktion. Dann kommen 250 Gramm Mehl dazu, das Maximum an Pizzateig für diese Maschine. Wieder ein paarmal mit dem Daumen die Schiebetaste nach vorne schieben, und etwa nach 20 Sekunden formt sich allmählich ein Teigball, der sich schön aus dem Behälter lösen lässt. Nicht schlecht, Multipro Go, das hätten wir nicht erwartet.

Eine Pizza braucht Belag. Um Gemüse zu zerkleinern, eignet sich der zweite Behälter, in dem eine Scheibe mit Reibefunktionen sitzt. Mit der einen Seite zerkleinert sie Möhren, Kohl oder Kartoffeln in Stückchen, mit der anderen zerfallen Zucchini oder Zwiebeln in Scheiben. In beiden Fällen landet das Schnittgut auf einer Drehscheibe, die sich mit der gleichen Geschwindigkeit wie die Reibe dreht, sodass die Gemüseschnipsel durch einen Schacht erst nach aussen fliegen und dann nach unten abgelenkt werden.

Weil das im Gegensatz zu Küchenmaschinen enorm fix geht, füllt sich die Auffangschale schneller, als man gucken kann. Steht diese nicht im richtigen Anflugwinkel, landet das Schnittgut ebenso flott neben der Schüssel. Deswegen ist die Pulse-Funktion für den Anfang ratsam.

Mit ihren 650 Watt Leistung hat die Multipro Go ausreichend Kraft, um alles zu zerkleinern, was in den Schacht gesteckt werden kann. Wie bei anderen Maschinen dieser Art auch bleiben bei Gemüsearten mit einer mehrschichtigen Struktur wie Zwiebeln oder Rotkohl mitunter grössere Teile übrig, weil die Reibescheibe sie nicht erfasst hat und sie durchrutschen.

Nach einigen Rundläufen mit der Multipro Go müsste sich nun beantworten lassen, ob solche Multizerkleinerer das Messer und die Reibe ersetzen und warum sie das tun. Ehrlich gesagt: Wir wissen meistens nicht, warum.



Um Zwiebeln, Kohl, Karotten, Zucchini und anderes Gemüse in den Schacht stecken zu können, muss sie – nun ja – ein Messer in passende Stücke zerlegen. Dann geht es in der Tat schneller als mit dem klassischen Werkzeug. Doch um Messer und Schneidebrett mit einem Food Processor zu vergleichen, muss man fairerweise die Zeit mit einberechnen, die es braucht, um so ein Gerät zu zerlegen und zu reinigen. Einfach in die Spülmaschine stellen geht nicht, vorher muss man die Reste unter fließendem Wasser abspülen. Aus Sicherheitsgründen sollte das Hackmesser gar nicht in der Geschirrspülmaschine, sondern mit der Hand gereinigt werden. Das Reinigen bleibt also ein lästiger Vorgang.



Grosseinsatz: Solche Mengen sind auch mit dem Messer schnell erledigt.

Lediglich in zwei Fällen legen wir das Messer zur Seite und werfen die Multipro Go an. Ein Kilogramm Zwiebeln für ein grosses Gulasch oder eineinhalb Kilogramm Möhren für einen Salat machen mit Messer oder Reibe viel Arbeit. Und für Dips, Pesto oder Grüne Sauce leistet die Maschine gute Arbeit – gerade wenn es darum geht, dafür Datteln oder Nüsse kleinzukriegen.

Quelle: FAZ, Frankfurter Allgemeine Zeitung, 31.01.2023

CITY Collection rPET von SAGAFORM

Die City-Kollektion rPET umfasst Kühltaschen in verschiedenen, sportlich anmutenden Designs, die an ein aktives Leben angepasst sind. Sie sind in von der Natur inspirierten Farben erhältlich und sind sowohl stilvoll als auch funktionell.

Die neuen Kühltaschen von SAGAFORM machen Lust auf Abenteuer in der Natur und in der Stadt. Hergestellt aus einem Material, das aus recycelten PET-Flaschen hergestellt wird.

www.nordiskdesign.ch



Collection CITY rPET de SAGAFORM

La collection City rPET comprend des sacs isothermes dans différents designs à l'allure sportive, adaptés à une vie active. Ils sont disponibles dans des couleurs inspirées de la nature et sont à la fois élégants et fonctionnels.

Les nouveaux sacs isothermes de SAGAFORM donnent envie de partir à l'aventure dans la nature et en ville. Fabriqués dans un matériau obtenu à partir de bouteilles PET recyclées.

www.nordiskdesign.ch

KUHN RIKON NEW LIFE

Schweizer Kochgeschirr aus 100% recyceltem Aluminium

Mit dem neuen Kochgeschirr sowohl in der **NEW LIFE** als auch in der **NEW LIFE Pro Range** bietet das Traditionsunternehmen nun eine komplette Serie an, die über Pfannen, Ofenformen und Töpfen bis hin zu Servierpfannen Hobbyköche als auch Familien dabei unterstützt, nachhaltiger zu kochen.

Das **NEW LIFE** und **NEW LIFE Pro** Kochgeschirr besteht aus 100% recyceltem Aluminium und wird mit bis zu 95% weniger Energie produziert als herkömmliche Alu-Produkte. Das Recycling-Aluminium, das am Schweizer Produktionsstandort verarbeitet wird, ist härter und widerstandsfähiger als Neu-Aluminium und verfügt über eine ausgezeichnete Leitfähigkeit.

Made in Rikon: Weil Erfahrung zählt

In den **NEW LIFE** und **NEW LIFE Pro** Produkten steckt nicht nur 100% Recycling-Aluminium drin, sondern auch ganz viel Swisness. Weil die Herstellung technisch anspruchsvoll ist, wird die Linie am Schweizer Firmenstandort in Rikon hergestellt. So kann – neben dem nachhaltigen Umgang mit Ressourcen – eine verlässliche Qualität der Produkte sichergestellt werden. Und da diese auf eine lange Nutzungsdauer ausgelegt sind, gibt Kuhn Rikon beim Kauf 5 Jahre Garantie.

www.kuhnrikon.com



Ce rapport est publié uniquement en allemand.



«DATEN SIND DER ROHSTOFF
DER ZUKUNFT!»

«LES DONNÉES SONT LA MATIÈRE
PREMIÈRE DE L'AVENIR!»

SDCC
swiss data clearing center

Neues zeitgemäss kommunizieren

Schlank und digital ins neue Jahr: auch in Sachen Jahreshauptkatalog verfolgt HYMER jetzt eine neue Informationsstrategie.

Erst im letzten Jahr hatte HYMER vom gedruckten auf eine digitale Gesamtausgabe umgestellt. 2023 geht der Steigtechnik-Hersteller nun noch einen Schritt weiter hin zu schlanken, zielgruppenspezifischen PDF-Broschüren, die bei Bedarf flexibel aktualisiert werden können. Abrufen lassen sich diese im neuen Downloadbereich unter www.hymer-steigtechnik.de. Dies sei näher an den Kunden und neue Innovationen fänden so schneller ihren Weg in den Markt, heisst es von Seiten des Unternehmens.

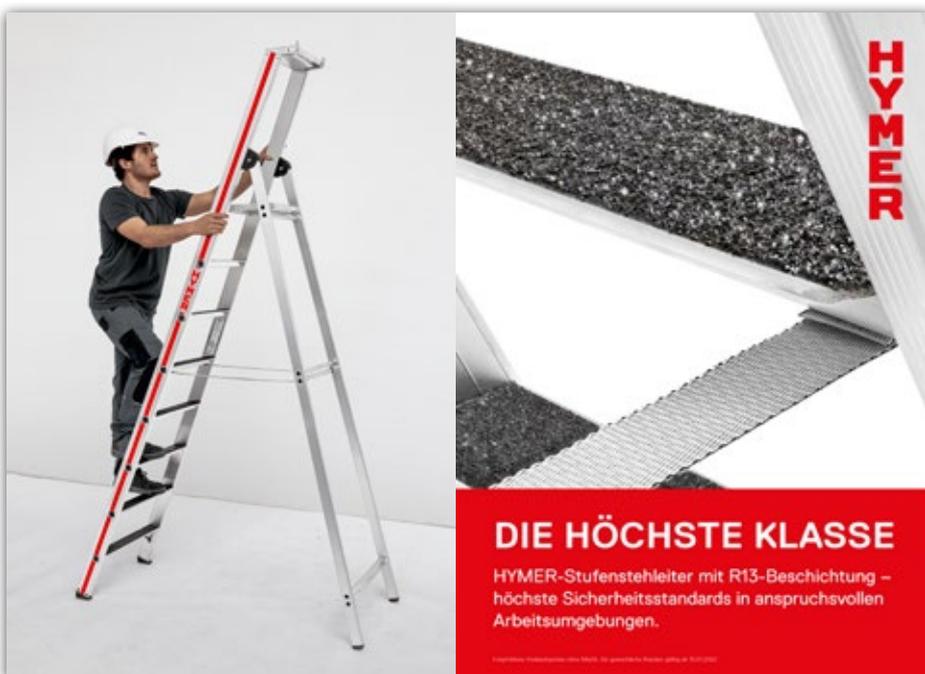
Von A wie «Arctica-Enteisungsbühne» bis Z wie «Zubehör»

Im Download-Bereich auf der HYMER-Website stehen aktuell 17 Flyer und Broschüren zum Abruf bereit. Kunden und Interessenten finden anhand der reichen Bebilderung schnell ihr passendes Produkt und erhalten auch hilfreiche Informationen dazu. Neben den aufgelisteten Merkmalen und verfügbaren Varianten enthalten die Broschüren auch Tipps zur richtigen Leiterauswahl, Informationen zur Funktionsweise des Produktfinders und die aktuelle Version der Technischen Regeln für Betriebssicherheit (TRBS).

Neues Jahr, neue R13-Modelle

In der jüngsten PDF-Broschüre auf der Website wird u. a. die Stufenstehtleiter 8626 vorgestellt, die v. a. für Beschäftigte im Industrie- und Baugewerbe interessant sein dürfte. Durch eine spezielle R13-Stufenbeschichtung (Rutschhemmung) bietet sie einen sicheren Stand auch bei längeren Arbeiten in nassen oder etwa durch Öl verschmutzten Umgebungen. 2023 sollen weitere Modelle mit diesem speziellen Stufenbelag folgen.

www.hymer-steigtechnik.de



DIE HÖCHSTE KLASSE

HYMER-Stufenstehtleiter mit R13-Beschichtung – höchste Sicherheitsstandards in anspruchsvollen Arbeitsumgebungen.

In der jüngsten PDF-Broschüre wird die Stufenstehtleiter 8626 mit R13-Beschichtung vorgestellt. 2023 sollen weitere Modelle folgen.

La dernière brochure PDF présente l'escabeau à marches 8626 avec revêtement R13. D'autres modèles devraient suivre en 2023.

Ce rapport est publié uniquement en allemand.



COLOUR Your DAY

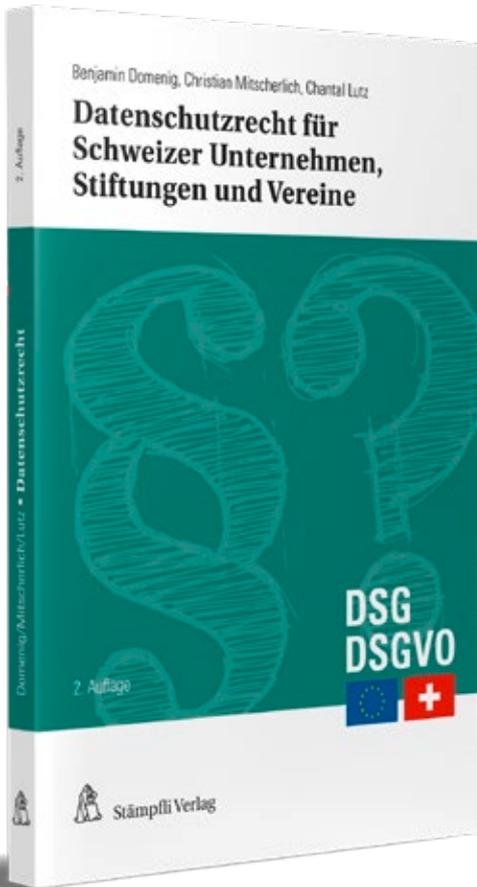
FROM SUNRISE TO SUNSET



Ob Frühstück, Mittagessen oder Abendessen – Le Creuset, seit 1925 Inbegriff für farbenfrohes Kochgeschirr, bringt besondere Farbakzente in die Küche und das Zuhause. Vom lebendigen und leuchtenden neuen Blauton Azure bis zum kühnen und zeitlosen Ofenrot gibt es eine breite Farpalette von intensiv bis dezent, um den Tag individuell zu gestalten.

www.lecreuset.com

Datenschutzrecht für Schweizer Unternehmen, Stiftungen und Vereine



Benjamin Domenig, Christian Mitscherlich, Chantal Lutz
184 Seiten
Deutsch
Kartonierte Einband
ISBN 978-3-7272-3039-4
2022, 2. Auflage

Schnellbesteller-Angebot für LeserInnen der *perspective*

Erste Hilfe für den Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung –
Datenschutzrecht für Schweizer Unternehmen.

Die Europäische Datenschutzverordnung (DSGVO) ist seit 25. Mai 2018 in Kraft und bringt ein breites Spektrum an neuen Regeln und Auflagen mit sich. Obwohl es sich dabei um Recht der EU handelt, hat dieses starke Auswirkungen auf die Schweiz und betrifft Schweizer Unternehmen zu einem grossen Teil direkt.

Die Nichtbeachtung des neuen Datenschutzregimes kann gravierende wirtschaftliche Folgen nach sich ziehen, da Bussgelder bis zu 20 Millionen vorgesehen sind. Das vorliegende Handbuch liefert eine schnelle, einfache und klare Übersicht über die neuen Regeln und dient als Anleitung zur Implementierung der wichtigsten Punkte des Datenschutzrechts für Schweizer Unternehmen.

In der Schweiz ist zudem die persönliche strafrechtliche Haftung der handelnden Personen zu beachten. Das vorliegende Handbuch liefert eine schnelle, einfache und klare Übersicht über die neuen Regeln und dient als Anleitung zur Implementierung der wichtigsten Punkte des Datenschutzrechts für Schweizer Unternehmen, Vereine und Stiftungen.

nur noch **68.00 CHF**

anstatt **85.00 CHF**
(20% Rabatt für Schnellbesteller*)

Nationaler Branchentag 2023

Ein praxisorientiertes Referatsthema wird am 3. April 2023 das Schweizer Datenschutzrecht umfassend erklären.
Unternehmer und Führungspersonen stehen in der Verantwortung und haften persönlich!

Bestellcoupon

Bitte senden an *perspective*, Redaktion und Verlag,
Postfach, 8304 Wallisellen, info@swissavant.ch

Vorname/Name: _____

Firma: _____

Strasse: _____

PLZ/Ort: _____

Datum: _____ Unterschrift: _____

Bitte gewünschte Anzahl Bücher
«**Datenschutzrecht für Schweizer...**» angeben.

_____ Ex.

*Sie erhalten bei Bestellungen bis zum
7. März 2023 **20% Schnellbestellrabatt**
auf den UVP von 85.00 CHF

Schnellbestellpreis: 68.00 CHF

Normalpreis: 85.00 CHF

zzgl. MwSt., Verpackung und Versandkosten



Partnerschaft neu definiert

Milwaukee startet mit weiterentwickeltem Partnerkonzept ins neue Jahr



Stefan Schütz

Mit einem weiterentwickelten Partnerkonzept für den Fachhandel setzt Milwaukee auf vollständig vernetzte Aktivitäten im Marketing, Vertrieb und bei der Qualifizierung. Ein «Weiter so» reicht für den Erfolg im Markt heutzutage nicht mehr aus. Die Anforderungen professioneller Anwender im Handwerk und in der Industrie haben sich im Zuge der Digitalisierung und Spezialisierung gewandelt und weiterentwickelt. «Wer den Markt heute und in Zukunft erfolgreich bearbeiten und seine Ziele erreichen will, braucht Konzepte, die mit der Entwicklung Schritt halten und im Idealfall einen Schritt voraus sind», sagt Stefan Schütz, Geschäftsführer Techtronic Industries Central Europe GmbH.

Klares Bekenntnis zum Fachhandel

Milwaukee ist eine der wenigen Marken mit einem sehr klaren und eindeutigen Bekenntnis zum Fachhandel. Neben innovativen Produkten ist es vor allem die konsequent fachhandelsorientierte Vertriebsstrategie, mit der die Marke in der Schweiz zu punkten weiss. Schütz bekräftigt: «Mit unserem selektivem Vertriebsansatz sichern wir unseren engagierten Händlern einzigartige Exklusivität, breite Unterstützung und attraktive Margen.» Dabei konzentriert sich Milwaukee nicht auf einzelne Produkte, sondern auf ganzheitliche Lösungen als Solutions-Provider im Rahmen einer umfassenden Marktbearbeitungsstrategie.

Partnermodelle mit klar definierten Kriterien für Support

Das neue Milwaukee Partnerkonzept bietet dem Fachhandel je nach Partner-Status verschiedene und differenzierte Supportleistungen für eine strukturierte, konsequente Marktbearbeitung. Dabei investiert Milwaukee viel Geld und Ressourcen in jeden Partner – das Prinzip dabei lautet: Leistung gegen Leistung. Ziel ist es, die Stellung der Handels-Partner am Markt zu sichern und auszubauen.

Das neue Handels-Partnerkonzept ist deshalb noch besser als bisher an die individuellen Bedürfnisse in dynamischen Marktsituationen angepasst und ermöglicht es den Partnern im Fachhandel, das eigene Profil zu schärfen und sich deutlich von Mitbewerbern zu unterscheiden.

Künftig bietet Milwaukee dem Fachhandel unterschiedliche Partnermodelle in verschiedenen Varianten. Je nach Engagement des Fachhändlers wird auf der Basis transparenter Kriterien der Status als «Händler», «Partner» oder «Heavy Duty Center Partner» vereinbart. Dieser Status ist die Basis für unterschiedliche Support-Leistungen für die strukturierte und konsequente Marktbearbeitung. «Unsere Investitionen und die individuellen Aktivitäten der Fachhändler sind die Bausteine für unseren gemeinsamen Erfolg», sagt Schütz, der mit dem neuen Modell echte Partnerschaft entwickeln und honorieren will.

Mit Milwaukee Marge erzielen

Die einzelnen Supportleistungen können im Detail sehr umfangreich sein und reichen je nach Status von Produkt- und Vertriebsstrai-

nings über Material für die Kommunikation über Werbekostenzuschüsse und Unterstützung bei Hausmessen bis hin zu Support beim E-Commerce und Premium Shop-in-Shop-Lösungen. Zusätzlich belohnt ein attraktives Konditionssystem die Aktivitäten der Handelspartner.

Der Mehrwert für die Fachhandelspartner liege auf der Hand, so Schütz. Die klare Positionierung bringt mehr Umsatz und Gewinn. Fachhändler, die sich für die aktive und konsequente Zusammenarbeit mit Milwaukee entscheiden, erhöhen mit dem neuen Handels-Partnerkonzept ihre Reichweite am Markt. Sie verbessern zugleich auch ihre Wahrnehmung bei Profi-Anwendern durch die Verknüpfung mit der starken Marke Milwaukee.

www.milwaukeeetool.ch

Ce reportage sera publié en français dans le prochain numéro de perspective.



Die zahlreichen Besucher*innen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz erfuhren Mitte Februar an der Milwaukee-Konferenz 2023 in Barcelona Details zum weiterentwickelten Partnerkonzept für den Fachhandel.

Detailhandelsausbildung «verkauf 2022+»

Im Rahmen des Reformprojektes «verkauf 2022+» wurde die Detailhandelsausbildung per August 2022 komplett überarbeitet und basiert neu in allen drei Lernorten (Berufsschule/Lehrbetrieb/überbetriebliche Kurse) auf einem handlungskompetenzorientierten Unterricht.

Formation de commerce de détail «vente 2022+»

Dans le cadre du projet de réforme «vente 2022+», la formation au commerce de détail a été entièrement remaniée pour août 2022 et repose désormais sur un enseignement axé sur les compétences opérationnelles dans les trois lieux de formation (école professionnelle/entreprise formatrice/cours interentreprises).

Diese von Swissavant – Wirtschaftsverband Handwerk und Haushalt exklusiv erstellte Informationsbroschüre erklärt in kompakter Form die neue Ausbildung «verkauf 2022+» und hilft den Bildungsverantwortlichen bei der Suche nach benötigten Dokumenten und Informationen via QR-Codes effizient, rasch und unkompliziert.

Cette brochure d'information, réalisée en exclusivité par Swissavant – Association économique Artisanat et Ménage, explique de manière concise la nouvelle formation «vente 2022+» et aide les responsables de la formation à trouver les documents et informations nécessaires de manière efficace, rapide et simple grâce aux codes QR.



Einige Seiten aus dem Inhalt:



Quelques pages du contenu:



Klein, leicht und schnell!

Mit dem neuen Birdie® hat GESIPA®, das sind die Erfinder der Akku-Nietgeräte, das kleinste und leichteste akkubetriebene Nietgerät seiner Leistungsklasse entwickelt.

Das neue GESIPA-Vögelchen ist mit 900 g (ohne Akku) so leicht, dass man lange ermüdungsfrei arbeiten kann. Der ausgewogene Schwerpunkt und die angenehmen Griffstücke unterstützen den Anwender zusätzlich. Dazu deckt das Gerät einen grossen Arbeitsbereich ab: Spielend verarbeitet es, mit einer Setzkraft von 10 kN und einem Gerätehub von 25 mm, Blindniete bis zu einem Durchmesser von 5 mm aller Werkstoffe.

An alles gedacht

Der Niet wird eingesteckt und der Auslöseknopf nur angetippt, die kugelgelagerten Komponenten in der Antriebseinheit und der verschleissfreie BLDC-Motor sorgen dafür, dass ruckzuck alles «nietfest» ist. Der integrierte Leuchtring bringt das Licht punktgenau auf das Mundstück und die Nietstelle. Der rutschfeste Stand des Birdie sorgt dafür, dass man das Gerät mal schnell abstellen kann, ohne dass es umfällt.

CAS kompatibler Akku

Dank der Rekuperation kann der Birdie mit grosser Ausdauer arbeiten, denn jede Energie wird genutzt. Wie beim Auto wird anfallende Bremsenergie in den Akku geleitet und steht somit für weitere Nietvorgänge zu Verfügung. Der Birdie verarbeitet Blindnieten mit den Akkus des herstellerübergreifenden CAS-Systems. Mit inzwischen über 30 Herstellern und mehr als 300 Geräten ist es extrem einfach, mehrere Geräte mit dem gleichen Akku zu betreiben.

Werkzeugloser Mundstückwechsel

Sowohl Reinigung und Austausch der Futterbacken, als auch der Mundstückwechsel, alles ist im Handumdrehen werkzeuglos erledigt. Mithilfe der farblich gekennzeichneten Mundstücke ist auch die passende Zuordnung zum verwendeten Blindniet ein Kinderspiel. Bei der Entwicklung wurde auf höchste Praktikabilität geachtet, alles sollte möglichst einfach und dabei von bester Qualität sein.

www.allchemet.ch



Verarbeitet Blindniete bis zu einem Durchmesser von 5 mm aller Werkstoffe.

Utilise des rivets aveugles d'un diamètre maximal de 5 mm de tous les matériaux.

Petit, léger et rapide!

Avec le nouveau Birdie®, GESIPA®, l'inventeur des riveteuses sans fil, a développé la riveteuse sans fil la plus petite et la plus légère de sa catégorie de puissance.

Avec ses 900 g (sans batterie), le nouveau petit oiseau de GESIPA est si léger que l'on peut travailler longtemps sans se fatiguer. Le centre de gravité équilibré et les poignées agréables apportent un soutien supplémentaire à l'utilisateur. De plus, l'appareil couvre une large plage de travail: avec une force de pose de 10 kN et une course de 25 mm, il pose facilement des rivets aveugles jusqu'à 5 mm de diamètre dans tous les matériaux.

Tout est prévu

Il suffit d'insérer le rivet et d'appuyer sur le bouton de déclenchement, les composants montés sur roulement à billes dans l'unité d'entraînement et le moteur BLDC sans usure font en sorte que tout soit «riveté» en un clin d'œil. L'anneau lumineux intégré dirige la lumière avec précision sur l'embout et le point de rivetage. La base antidérapante du Birdie permet de poser l'appareil rapidement sans qu'il ne tombe.

Batterie compatible avec le CAS

Grâce à la récupération, le Birdie peut travailler avec une grande endurance, car chaque énergie est utilisée. Comme dans une voiture, l'énergie de freinage produite est transférée dans la batterie et rendue ainsi disponible pour d'autres opérations de rivetage. Le Birdie pose des rivets aveugles avec les batteries du système CAS multi-fabricants. Avec désormais plus de 30 fabricants et plus de 300 appareils, il est extrêmement facile d'utiliser plusieurs appareils avec la même batterie.

Changement d'embout sans outil

Le nettoyage et le remplacement des mâchoires de mandrin ainsi que le changement d'embout se font en un tour de main et sans outil. Grâce aux embouts de couleur, l'association avec le rivet utilisé est un jeu d'enfant. Lors du développement, nous avons veillé à ce que tout soit aussi simple que possible et de la meilleure qualité possible.

www.allchemet.ch



Transparenter Auffangbehälter für Nietdröhrchen, um direkt zu sehen, wann dieser geleert werden muss.

Réservoir collecteur transparent pour les mandrins de rivets, pour voir directement quand il faut le vider.



Akkus der CAS Plattform können flexibel und herstellerübergreifend mit verschiedenen Werkzeugen genutzt werden.

Les batteries de la plateforme CAS sont utilisables de manière flexible avec différents outils, quel que soit leur fabricant.

Weitere Infos
Plus d'informations
Swissavant digital



Inspiriert von der Natur – gemacht für draussen

Der ALBA GRANIT Schlauchwagen mit einer optimalen Schlauchkapazität von 25 m 5/8" ist eine innovative Lösung für Gartenbesitzer. Inspiriert von der Natur und konstruiert für den Einsatz im Freien, bietet er alles, was man für eine einfache und bequeme Handhabung des Gartenschlauchs benötigt.

Eine seiner wichtigsten Eigenschaften ist die einzigartige Konstruktion, die verhindert, dass der Wagen umkippt, selbst beim Herumlaufen und Ziehen mit dem Schlauch. Der ergonomische Griff und die grossen Räder erleichtern das Rollen, Schieben und Ziehen.

Der Wagen ist ausgestattet mit einer Haspelarretierung, die sicherstellt, dass der Schlauch während des Fahrens arretiert wird, sowie einer praktischen Halterung für die Brause. Ein weiteres Highlight ist die Umweltfreundlichkeit, da der Wagen aus recyclingfähigem Stahl gefertigt ist. Der ALBA GRANIT Schlauchwagen ist eine hervorragende Wahl für Gartenbesitzer, die Wert auf Qualität, Funktionalität und Zuverlässigkeit legen, sowie einen Beitrag zum Schutz der Umwelt leisten möchten.

www.alba-krapf.ch



Inspirés par la nature – faits pour l'extérieur

Le chariot dévidoir ALBA GRANIT, avec une capacité optimale de 25 m de tuyau 5/8", est une solution innovante pour les propriétaires de jardin. Inspiré par la nature et conçu pour une utilisation en plein air, il offre tout ce qu'il faut pour une manipulation simple et confortable du tuyau d'arrosage.

L'une de ses principales caractéristiques est sa construction unique qui empêche le chariot de se renverser, même en se déplaçant et en tirant le tuyau. La poignée ergonomique et les grandes roues facilitent le roulement, la poussée et la traction.

Le chariot est équipé d'un dispositif de blocage du dévidoir, qui garantit que le tuyau est bloqué pendant le déplacement, ainsi que d'un support pratique pour la douche. Un autre point fort est le respect de l'environnement, car le chariot est fabriqué en acier recyclable.

Le chariot dévidoir ALBA GRANIT est un excellent choix pour les propriétaires de jardin qui attachent de l'importance à la qualité, à la fonctionnalité et à la fiabilité, et qui souhaitent contribuer à la protection de l'environnement.

www.alba-krapf.ch/fr

WENKO®

DIE BESSERE IDEE



by WENKO®
BLACK | OUTDOOR
KITCHEN

dipius

trading & logistics

dipius SA
trading & logistics
Route du Bleuet 7
1762 Givisiez
info@dipius.ch
www.dipius.ch

Events und phygital*: Ein Besuch in Boschs Flagshipstore am Paradeplatz

Ende Oktober 2022 hat der deutsche Elektrogerätehersteller Bosch einen Flagship-Store an Toplage am Zürcher Paradeplatz eröffnet. Auf zwei Etagen und 300 Quadratmetern präsentiert Bosch seine Haushaltsgeräte von der Waschmaschine bis zum Stabmixer. Bosch wolle damit die Markenpräsenz und -sichtbarkeit in Zürich und der ganzen Schweiz erhöhen, sagte die Länderchefin der BSH Hausgeräte AG, Katharina Rösinger damals im Interview mit der Handelszeitung.



Von Alexandra Scherrer

Markenbekanntheit erhöhen für Stabmixer und Co.

Viel Aufmerksamkeit vor allem in Form von PR hat der Store bei der Eröffnung zumindest schon mal eingebracht: Von der NZZ bis hin zu Inside Paradeplatz berichteten alle darüber. Der auf den ersten Blick krasse Kontrast vom Luxus-Standort und der für Bodenständigkeit stehende Haushaltsgeräte-Hersteller war für die Medien eine dankbare Story.

Dass Bosch durchaus zur gut verdienenden Zielgruppe aus benachbarten Banken passt, war vielen auf den ersten Blick nicht klar.

Wohl auch die Zielgruppe selbst wusste nicht so recht, was sie im neuen Laden, der auf die Luxus-Marke Hackett folgte, erwartete: **«Ei-nige sind am Anfang mit der Erwartung ins Geschäft gekommen, die bekannten grünen Bosch-Werkzeuge kaufen zu können»**, berichtet Store Manager Urs – ein Akku-Bohrer zum Mitnehmen, sozusagen. Stattdessen gibt es Stabmixer, Staubsauger, Kühlschränke, Kombi-Steamer.

Event-Angebote gehören zur DNA

Oder es gibt einen Kaffee, der via Bestellung bei Alexa direkt von der vernetzten Kaffeemaschine zubereitet wird. Den gibt es zumin-

dest für die Autorin dieses Beitrags, als sie den Laden besucht. Store Manager Urs führt durch den Store und erklärt das Konzept, an dessen Erarbeitung und Umsetzung er massgeblich beteiligt war. Urs wurde Dreivierteljahr vor Eröffnung zu diesem Zweck eingestellt. Der Flagshipstore war für Bosch der erste dieser Art in der Schweiz. Es musste also vieles neu erarbeitet werden.

Dabei konnte Bosch auf Urs' Erfahrung zählen: Sein Geschick für das Konzipieren und Eröffnen solcher Stores hat er bereits international bei Hardrock Cafe, Apple und Tesla unter Beweis gestellt. Dass der Bosch-Store am Paradeplatz denn auch an einen Apple-Store erinnert, kommt also nicht von ungefähr. Die Kundschaft von diesem Schlag erwarte nun mal eine gewisse Design-Affinität, so Urs. Doch der Bosch-Store hat durchaus seine eigene Handschrift und ist natürlich auf die Marke und dessen Produkte abgestimmt: Im Erdgeschoss werden verschiedene Haushaltsgeräte präsentiert – von der Kaffee-, die Küchenmaschine über Kühlschränke in diversen Grössen bis hin zu Staubsaugern. **Einer der Sauger ist exklusiv nur im Store erhältlich, das heisst auch nirgends sonst, nicht einmal bei einem Händlern und auch nicht online.** An der Wand entlang der Treppe zum Obergeschoss erzählen verschiedene Bilder und Informationen auf Screens die Geschichte von



Kein typischer Haushaltsgeräte-Look, sondern stilvolles Apple-Store-like Design im neuen Flagship-Store in Zürich.



Das Store-Team mit Urs (rechts) steht gerne für Besucherinnen und Besucher mit Rat und Tat zur Verfügung.

Bosch. Diese Zeitzeugen hat Urs mit seinem Team aufwendig beschafft. Jetzt sorgen sie dafür, dass Besuchende des Stores die Marke besser kennenlernen können.

Im Obergeschoss lädt eine grosse Küche – natürlich mit verschiedenen Bosch-Geräten ausgestattet – zum Kochen ein. In Kooperation mit einem Weinhändler werden hier regelmässig Koch-Events mit Wine-Tastings durchgeführt.

Aus einem Raum im hinteren Bereich, den Hackett damals als Abstellraum genutzt hatte, ist ein stilvolles Sitzungszimmer mit grossem Tisch und Screen an der Wand entstanden. So können im Bosch-Store auch Sitzungen von externen Unternehmen in Kombination mit Koch-Events durchgeführt werden – das stärkt auch den Team-Zusammenhalt.

Solche Event-Angebote gehören überhaupt zur DNA des Flagship-Stores. Regelmässig werden verschiedene Gruppen für Vorführungen eingeladen, angefangen wurde mit den Mitarbeitenden der Nachbar-Firmen für Koch-Shows: In den Wochen nach der Eröffnung kamen regelmässig interessierte Mitarbeitende der Credit Suisse, UBS und Co. zu mittäglichen Koch-Shows vorbei.

Direkt-Team für digital und offline aufbau

Neben der Erhöhung der Markenbekanntheit ist sicher auch die Stärkung des direkten Verkaufskanals für Bosch ein wichtiges Ziel. Entsprechend hat sich der Hersteller letztes Jahr organisatorisch verstärkt, einerseits mit dem

Store-Team um Urs, andererseits mit dem Onlineshop-Team, das nun den Brand-Shop seit November 2021 betreibt. Beide Teams arbeiten unter derselben Leitung. Damit ist auch sichergestellt, dass die beiden Kanäle im Sinne einer Omni-Channel Customer Experience zusammenarbeiten: Während im Laden mit Screens, Alexa und vernetzten Geräten eine sogenannte «phygital» Umgebung geschaffen wurde, trägt auch der Onlineshop seinen Beitrag dazu bei und weist bei jedem Produkt, welches auch im Flagship-Store erhältlich ist, aktiv darauf hin. Andere Omni-Channel-Services, wie «Click & Collect» oder «Click & Reserve» werden noch nicht angeboten, soll aber in den kommenden Monaten folgen.

Auch wenn die meisten Produkte im Laden direkt mitgenommen werden können, nutzen viele Kundinnen und Kunden den Store zum Showrooming, das heisst, sie schauen die Produkte an, probieren sie aus und kaufen sie dann womöglich über einen anderen Kanal, der günstiger ist: «Natürlich zücken viele Kunden hier im Laden direkt das Smartphone und machen den Preisvergleich mit anderen Anbietern online», sagt Store Manager Urs. Aber das sei in Ordnung, Hauptsache sie kaufen ein Bosch-Produkt.

Mit den Händlern will es sich Bosch schliesslich auch nicht verscherzen. Obwohl der Direktverkauf angekurbelt wird und bis in sieben Jahren 10% zum Umsatz beitragen soll, sind und bleiben die Händler für Bosch wichtig.

Ob dank dem Flagship-Store Boschs Markenbekanntheit in der Schweiz wie gewünscht erhöht, wie sich das auf die Umsätze auswirken wird und ob davon auch ein entsprechender Anteil direkter Umsatz erzielt wird, der aktuell noch im tiefen einstelligen Prozentbereich liegen dürfte, wird sich zeigen.

Auch wenn viele skeptisch sind, ob die längerfristige Investition in den Store (alleine die Mietkosten dürften an dieser Lage für 300 Quadratmeter monatlich 5- bis 6-stellig sein), nicht besser in Alternative Massnahmen, wie gute alte TV- und Plakat-Kampagnen oder risikoärmere Pop-up-Stores oder Retail-as-a-Service investiert worden wären, eins ist sicher: Für Aufmerksamkeit hat Bosch zumindest beim Start gesorgt. Auch bei den Mitbewerbern: «Natürlich kamen auch Mitbewerber in den Laden, die sich oft erst nach erfolgter Beratung zu erkennen gegeben haben. Begeisterter und involvierter als nach dem Betrachten eines TV-Spots haben diese definitiv auf mich gewirkt», sagt Urs.

Quelle: Carpathia AG, Winterthur, 31.01.2023, blog.carpathia.ch

*phygital:

Der Begriff *phygital* ist die Zusammensetzung der beiden Begriffe **physisch** und **digital**. Er bezeichnet damit die Verschmelzung zweier Welten: des physischen Geschäfts und des digitalen Raumes.

Ce rapport est publié uniquement en allemand.



Entlang der Treppe wird mit diversen Zeitzeugen Boschs Geschichte erzählt.



In der Show-Küche im Obergeschoss finden regelmässig Koch-Events mit Wine-Tastings statt.

Neuheiten bei ALDURO – kraftvoll, robust und digital!

Seit 2009 ist ALDURO die Schweizer Qualitätsmarke für die professionelle Metallbearbeitung. Nun erhält das Sortiment von ALDURO gleich von drei neuen Ständerbohrmaschinen Verstärkung.

Mit modernster Technik ausgestattet sind sie nicht nur einfach zu bedienen, sondern liefern auch präzise Bohrergebnisse. Bestückt mit einer digitalen Anzeige und Steuerung entsprechen die Bohrmaschinen den neusten Standards.

Mit dem kraftvollen Motor und der stufenlosen Drehzahlverstellung kann für jede Arbeit mühelos das optimale Drehmoment eingestellt werden. Der eingebaute Kreuzlinienlaser und der einstellbare Bohrtiefenanschlag sorgen für äusserst genaue Bohrungen in Metall, Holz, Kunststoff und weiteren Materialien.

www.allchemet.ch

Nouveautés chez ALDURO – puissant, robuste et numérique!

Depuis 2009, ALDURO est la marque suisse de qualité pour le travail professionnel du métal. L'assortiment d'ALDURO est désormais renforcé par trois nouvelles perceuses à colonne.

Dotées d'une technologie de pointe, elles sont non seulement faciles à utiliser, mais fournissent également des résultats de perçage précis. Équipées d'un affichage et d'une commande numériques, ces perceuses répondent aux normes les plus récentes.

Le moteur puissant et le réglage en continu de la vitesse de rotation permettent de régler sans peine le couple optimal pour chaque travail. Le laser à lignes croisées intégré et la butée de profondeur de perçage réglable garantissent des perçages extrêmement précis dans le métal, le bois, le plastique et d'autres matériaux.

www.allchemet.ch



Tischbohrmaschine/Perceuse d'établi BM-10VL



Tischbohrmaschine/Perceuse d'établi BM-25VL



Säulenbohrmaschine/Perceuse à colonne BM-42VL



«DATEN SIND DER ROHSTOFF
DER ZUKUNFT!»

«LES DONNÉES SONT LA MATIÈRE
PREMIÈRE DE L'AVENIR!»

SDCC
swiss data clearing center

Swissavant ist ein renommierter Wirtschaftsverband und stellt für seine Mitglieder aus Industrie und Handel ein attraktives Dienstleistungs- und Ausbildungsangebot zur Verfügung.

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir zur Unterstützung des Geschäftsführers für alle anfallenden administrativen Arbeiten eine/einen

Assistentin oder Assistenten des Geschäftsführers (60–100%)

Ihre Hauptaufgaben:

- Allgemeine Korrespondenz und Protokollführung selbstständig und nach Vorgabe
- Planung, Koordination und Überwachung der internen und externen Termine des Geschäftsführers und des Verbandes
- Dokumentenmanagement: Führung und Organisation der Ablage (Verträge, Korrespondenz, Protokolle), inkl. elektronischer Posteingang und Archiv
- Übernahme laufender Aufgaben und Arbeiten im Auftrag des Geschäftsführers
- Organisation von Verbandsanlässen
- Mithilfe bei der Betreuung von KV-Lernenden

Ihr Profil:

- Administrative wie organisatorische Berufserfahrung in einem ähnlichen Arbeitsumfeld
- Belastbar, initiativ und zuverlässig mit einer zielorientierten, effizienten Arbeitstechnik
- Hervorragende kommunikative Fähigkeiten gepaart mit einer dienstleistungs- und teamorientierten Grundhaltung
- Ausgezeichnete Deutsch- und gute Französischkenntnisse
- Fundierte Kenntnisse der MS-Office-Programme

Wir bieten:

- Selbstständiges Arbeiten in einem anspruchsvollen Arbeitsumfeld mit modernster EDV-Infrastruktur an der Nahtstelle zwischen Wirtschaft und Politik
- Attraktive Weiterbildungsmöglichkeiten
- Den Anforderungen entsprechendes Salär und überdurchschnittliche Sozialleistungen
- Moderne Geschäftsstelle neben SBB- und Glattalbahn-Station

Sehen Sie sich als Assistenz-Allrounder*in in einem spannenden Umfeld und suchen ein langfristiges Engagement, dann freuen wir uns auf Ihre vollständige Bewerbung an bewerbung@swissavant.ch.

Für erste allgemeine Auskünfte steht Ihnen Frau Patricia Häfeli, Finanzen & Personal, unter der Telefonnummer 044 878 70 64 gerne zur Verfügung.

Swissavant
Neugutstrasse 12
8304 Wallisellen
www.swissavant.ch

SWISSAVANT

Wirtschaftsverband Handwerk und Haushalt
Association économique Artisanat et Ménage
Associazione economica Artigianato e Casalinghi

KÄRCHER



STARK. STÄRKER. SUPERKLASSE.

Die neuen Kärcher Hochdruckreiniger der HD-Superklasse erfüllen höchste Anforderungen und Ergonomiestandards. Robustheit, Langlebigkeit und Wartungsfreundlichkeit sorgen für ausdauernde Performance. Jetzt ins Sortiment aufnehmen! [kaercher.ch](https://www.kaercher.ch)

