

RTKⁿ

Real-time kinematic to the
power of network



MÄHT WIE SIE, OHNE SIE.

- ⊙ Null Arbeitskosten
- ⊙ Null Benzinkosten
- ⊙ Null Emissionen
- ⊙ Null Rasenschaden



Entdecken Sie mehr auf www.kress.com
oder kontaktieren Sie uns:
kress.switzerland@positecgroup.com
+41 56 201 02 30



VICTORINOX

VENTURE COLLECTION

MADE TO BE PREPARED

Messer mit feststehender Klinge, die jedes Outdoor-Abenteuer mitmachen.

FROM THE MAKERS OF THE ORIGINAL SWISS ARMY KNIFE™
ESTABLISHED 1884

Weitere Infos
Plus d'informations
Swissavant digital



Inhalt/Contenu

4



4 Nationaler Branchentag 2024 – **Nachlese, Teil 1**

Journée Nationale de la branche 2024 – **Rétrospective, 1^{er} partie**

16 Das 1. «neue» Qualifikationsverfahren findet 2024 statt

La 1^{er} «nouvelle» procédure de qualification aura lieu en 2024

18 Bester Ausbildungsbetrieb «**Haushalt**» 2023

Meilleure entreprise formatrice «**Ménage**» 2023

18



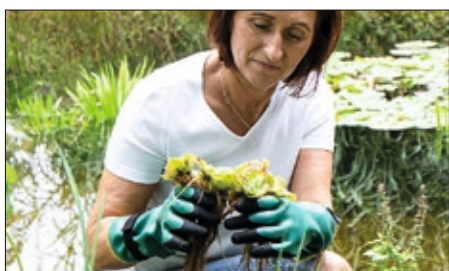
21 Nachrichten aus Wirtschaft und Gesellschaft

Actualités économiques et sociales

29 Produkte

Produits

30



Stellenanzeigen

Offres d'emploi

11 – Junior-Verbandsmanager (m/w)

37 – Vanoli sucht Verstärkung



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

Neues Mitglieder-Beitragssystem 2025: Die Würfel sind gefallen ...

... im zweiten Wurf! Die Generalversammlung 2024 von Swissavant – Wirtschaftsverband Handwerk und Haushalt hat das modifizierte Beitragsmodell für Händler und Lieferanten in zweiter Lesung mit einer klaren Mehrheit angenommen. Der Gordische Knoten ist damit durchschlagen, eine zeitgemässe Verbandsfinanzierung ab 2025 aufgegleist. Für den zurückgetretenen Präsidenten Andreas Müller wird neu Kevin Feierabend das präsidentiale Zepter des Verbandes übernehmen und der neu gewählte Thomas Busenhart den Vorstand personell verstärken. Das Sesselrücken im Vorstand und das 30-jährige Dienstjubiläum des Geschäftsführers machten so die GV 2024 zu einem historischen Ereignis – die ergänzende Sprachakrobatik sie gar zum Genuss.



Nouveau système de cotisation 2025: les dés sont jetés ...

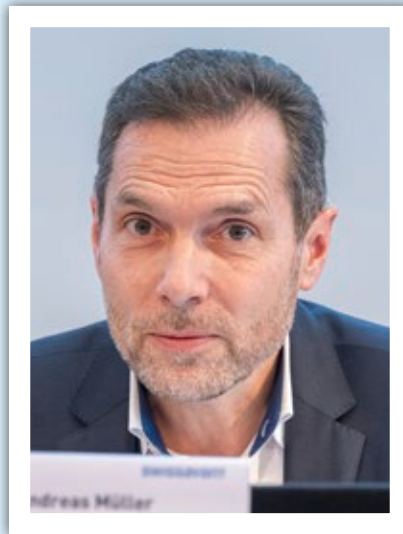
... au deuxième coup! L'assemblée générale 2024 de Swissavant – Association économique Artisanat et Ménage, a adopté en deuxième lecture et à une nette majorité le modèle de cotisation modifié pour les commerçants et les fournisseurs. Le nœud gordien est ainsi tranché et un mode de financement moderne sera en place à partir de 2025. Pour succéder à Andreas Müller, président démissionnaire, l'assemblée générale a élu Kevin Feierabend. Elle a aussi repourvu le siège vacant au comité en élisant Thomas Busenhart. La nouvelle répartition des sièges au comité et le 30^e anniversaire de service du directeur ont fait de l'assemblée générale 2024 un événement historique, agrémenté par des acrobaties littéraires.

«Das JA zum neuen Mitglieder-Beitragssystem ist für mich das grösste Geschenk zu meinem Rücktritt!», der scheidende Präsident Andreas Müller brachte damit die Swissavant Generalversammlung vom 25. März 2024 in Luzern auf den Punkt. Dank dem Placet der Stimmberechtigten zu den künftigen Beiträgen konnte er den Vorsitz von Swissavant mit gutem Gewissen seinem Nachfolger übergeben: Ohne Altlast, die Arbeit getan, das Feld bestellt. Kevin Feierabend seinerseits übernimmt die präsidentiale Verantwortung für einen nationalen Wirtschaftsverband mit einem modernen Beitragssystem, wie es bei vergleichbaren nationalen Branchenorganisationen in der Schweizer Wirtschaft üblich ist.

«L'adoption du nouveau système de cotisation des membres est le plus grand cadeau que j'aie reçu à l'occasion de ma démission», c'est ainsi qu'Andreas Müller, président sortant, a résumé l'assemblée générale de Swissavant du 25 mars 2024 à Lucerne. Grâce au vote des membres en faveur du futur système de cotisation, il a pu, en bonne conscience, passer le flambeau de la présidence de Swissavant à son successeur, libre des charges héritées du passé, un travail achevé, et une terre labourée. Kevin Feierabend reprend, quant à lui, la responsabilité présidentielle d'une association économique nationale dotée d'un système de cotisation moderne qui soutient la comparaison avec d'autres organisations sectorielles de l'économie suisse.

«Die Vorstandsarbeit und das Präsidium von Swissavant zählen zu den grössten Erfahrungen meines Lebens – dafür bin ich persönlich dankbar! Und besonders für die stets fruchtbare Zusammenarbeit mit dem Geschäftsführer und der Geschäftsstelle. Dieses konstruktive Miteinander hat erst vieles für die Mitglieder aus Industrie und Handel ermöglicht!»

Andreas Müller, zu seinem Rücktritt als Präsident von Swissavant



«Le travail au sein du comité et la présidence de Swissavant comptent parmi les plus grandes expériences de ma vie, et j'en suis personnellement reconnaissant! En particulier, la collaboration toujours fructueuse avec le directeur et le centre opérationnel s'est révélée constructive et a permis de nombreuses réalisations en faveur des membres industriels et commerçants!»

Andreas Müller, à propos de sa démission de la présidence de Swissavant

Was zu lange währt ...

Das bisherige Beitragsmodell von Swissavant hatte während über 80 Jahren Bestand und ist damit ein Relikt aus einer anderen Zeit. Während rund vier Jahrzehnten (!) wurden zudem die erhobenen jährlichen Mitgliederbeiträge auf dem gleichen Niveau belassen, was es alleine aber noch nicht in Frage stellt. Es war aber zu einem fast liebgewordenen Ritual einer jeden Generalversammlung von Swissavant geworden, die Beiträge nominal unberührt zu lassen. «Ein sportlicher Ehrgeiz», wie Geschäftsführer Christoph Rotermund das Phänomen nannte, «den ich aber nicht nochmals ausleben würde.» Will heissen, je länger sich die vormalige VSE- und dann Swissavant-Community an gleichbleibende Jahresbeiträge gewöhnt hatten, desto härter wurde die Nuss für ein neues Mitglieder-Beitragssystem.

Die ersten Diskussionen starteten lange vor Corona, die Epidemie mit digitalen GVs verzögerte dann weitere Fortschritte in diesem nicht ganz einfachen Projekt. 2023 endlich wurde der Vollversammlung konsultativ ein erster Vorschlag unterbreitet, dem aber ein deutliches Nein beschieden war. Die GV 2024 nun knackte sie, die Nuss, die Andreas Müller als zurücktretender Präsident seinem designierten Nachfolger Kevin Feierabend möglichst nicht hatte überlassen wollen. Auch nicht als «heisse Kartoffel». Ob «Nuss» oder «Kartoffel» – mit 55 Ja- zu 12 Nein-Stimmen bei einer Enthaltung schmeckte auch das überarbeitete Modell nicht allen im Saal anwesenden stimmberechtigten Mitgliedern aus Industrie und Handel. Aber bei einer Einzelstimme pro Mitglied – ohne Berücksichtigung der Betriebsgrösse oder Anzahl Filialen – hiess eine klare Mehrheit von über 72% den neuen Vorschlag «Neues Mitglieder-Beitragssystem 2025» gut. Die Gegenvoten vor der offiziellen Abstimmung waren sehr verhalten, die Informations- und Lobbyarbeit hatte wohl gefruchtet: «Ich persönlich spürte die Stimmung im Saal und habe darum nicht versucht, diese noch zu beeinflussen», so ein Mitglied, welches nicht genannt werden möchte. «Aber meine Meinung habe ich gleichwohl mit der Stimmkarte zum Ausdruck gebracht!»

Tout vient à point...

Bien que le modèle de cotisation actuel de Swissavant ait perduré pendant 80 ans, il représente une relique d'une ère révolue. De plus, pendant quatre décennies (!), les cotisations annuelles des membres sont restées inchangées, ce qui, en soi, ne remettait pas encore le système en question. C'était toutefois devenu un rituel à chaque assemblée générale de Swissavant de laisser les cotisations nominales inchangées. «Une ambition sportive», selon le directeur Christoph Rotermund, «que je n'aimerais pas répéter». En d'autres termes, plus la communauté de l'ancienne AQS et plus tard de Swissavant s'était habituée à des cotisations annuelles inchangées, plus il devenait difficile d'introduire un nouveau système.

Les premières discussions ont commencé bien avant la pandémie du coronavirus qui a encore retardé ce projet délicat en imposant des assemblées générales par vidéo. C'est donc en 2023 seulement qu'une première proposition a pu être soumise à l'assemblée générale, qui l'a toutefois nettement refusée. L'assemblée générale 2024 a finalement réussi à surmonter cette difficulté que le président sortant Andreas Müller ne souhaitait pas, si possible, léguer à son successeur désigné Kevin Feierabend. Même pas comme «patate chaude». Le résultat de la votation, avec 55 voix pour, 12 voix contre et une abstention, a montré que même le projet remanié n'était pas encore du goût de tous les membres industriels et commerçants présents dans la salle. Mais avec une voix par membre, indépendamment de la taille de l'entreprise ou du nombre de filiales, une majorité claire de 72% s'est dégagée pour approuver le nouveau système de cotisation des membres proposé. Avant la votation officielle, les voix des opposants au projet étaient toutefois très modérées: le travail d'information et de lobbying avait porté ses fruits. «Personnellement, j'ai pressenti le sentiment de l'assemblée, raison pour laquelle je n'ai pas essayé d'influencer celle-ci, a affirmé un membre qui ne souhaite pas être nommé. «Mais j'ai quand même exprimé mon avis avec ma carte de vote!».

►► ... FORTSETZUNG / ... SUITE

... kommt doch noch zu einem guten Ende

Die regulären statutarischen Geschäfte der GV-Agenda gingen ohne grosse Diskussionen über die Bühne. Die Finanzlage des Verbands ist weiterhin stabil, obschon die Mitgliederzahl wiederum abgenommen hat. Das erneut ausgeglichene Budget 2024 wurde entsprechend vorsichtig ausgestaltet. Erwähnenswert höchstens noch die «Dernière»: Die Stimmenden konnten den Mitgliederbeitrag zum letzten Mal auf dem seit vier Jahrzehnten stagnierenden Nominalbetrag bestätigen. Wenn man so will, geht hiermit auch ein jahrzehntelanges Kapitel der Verbandsgeschichte von Swissavant zu Ende – ein aus verbandspolitischer Sicht vielleicht nicht nur rühmliches, liest man die verbalen Andeutungen während der Generalversammlung von Geschäftsführer Christoph Rotermund richtig. Aber «Nuss und Kartoffel» sind nun gegessen. Der neue Präsident, Kevin Feierabend, kann sich gemeinsam mit seinen Vorstandskollegen mit voller Kraft den zukunftsorientierten Themen des Verbands als nationale Branchenorganisation widmen.

Auch bei den Personen: Ende gut – Anfang gut

Mit dem Rücktritt von Swissavant Präsident Andreas Müller anlässlich der GV 2024 geht nach zweieinhalb Legislaturen eine beeindruckende Ära zu Ende. Was Swissavant während den zwei Jahrzehnten seiner Vorstandsarbeit und der zehnjährigen Präsidentschaft bewegen konnte, wurde in der *perspective* vom Januar 2024 ausführlich in einem Interview mit dem abtretenden Präsidenten besprochen. Die Stichworte dazu heissen «nexMart Schweiz AG», «Förderstiftung polaris», «PK Merlion» und last, but not least «AK Forte». – Müller blieb sich während der ganzen Vorstandsperiode in seiner bescheidenen Art treu und verzichtete explizit auf einen «grossen Bahnhof» zu seinem Rücktritt.

...à qui sait attendre (trop) longtemps

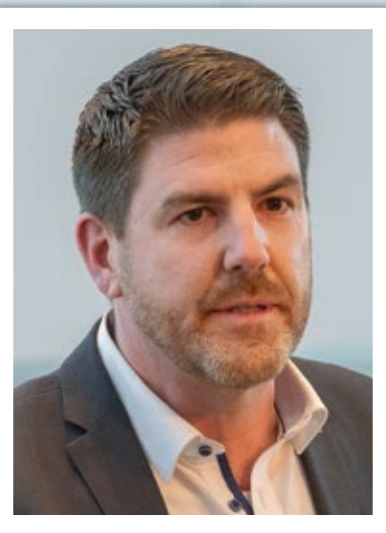
En revanche, les points statutaires de l'ordre du jour ont été acceptés sans grandes discussions. La situation financière de l'Association reste stable, malgré la diminution du nombre de membres. Le budget 2024 équilibré a été élaboré avec toute la prudence voulue. Tout au plus peut-on encore mentionner que pour la dernière fois, les membres ont confirmé pour 2024 le montant nominal de leurs cotisations stagnantes depuis quatre décennies. Si l'on veut bien, on peut affirmer qu'un chapitre de plusieurs dizaines d'années de l'histoire de Swissavant a ainsi pris fin. Un chapitre peu glorieux, si l'on interprète correctement les allusions verbales faites par le directeur Christoph Rotermund durant l'assemblée générale. Mais tout est prêt pour un nouveau départ. Le nouveau président, Kevin Feierabend et ses collègues du comité peuvent désormais consacrer toute leur énergie à des sujets tournés vers l'avenir de notre Association comme organisation nationale de la branche.

Tout est bien qui finit bien, aussi pour les personnes

La démission d'Andreas Müller comme président de Swissavant à l'occasion de l'assemblée générale 2024 après deux mandats et demi clôt une ère impressionnante. Tout ce que Swissavant a pu mettre en œuvre durant les deux dernières décennies de travail d'Andreas Müller au sein du comité, dont l'une comme président, a fait l'objet d'une interview extensive parue dans la revue *perspective* en janvier 2024. Les mots-clés sont «nexMart Schweiz AG», «fondation polaris», «CP Merlion», sans oublier «CC Forte». Fidèle à la modestie dont il a fait preuve durant toute sa période d'activité au sein du comité, Andreas Müller a expressément renoncé à faire de son départ une grande cérémonie.

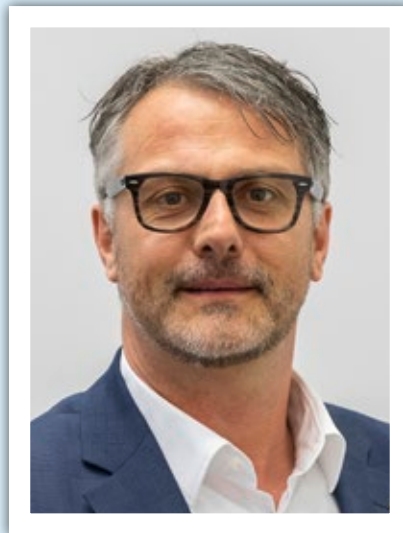
«Mit der Annahme des neuen Mitglieder-Beitragsmodells ist ein wichtiges Kapitel für den Verband erfolgreich abgeschlossen. Wir können nun die Zukunft gemeinsam anpacken und gestalten. Als neuer Präsident von Swissavant freue ich mich auf das, was vor uns liegt!»

Kevin Feierabend, zu seiner Wahl zum Präsidenten von Swissavant



«Die strategische Vorstandsarbeit bedeutet Führung und Verantwortung. Die Führungsarbeit im Vorstand wiederum verlangt Pflichtbewusstsein und persönlichen Einsatz. Für all das will ich mich gerne und nach Kräften engagieren – versprochen!»

Thomas Busenhart, zu seiner Wahl in den Vorstand von Swissavant



«Le travail stratégique du comité est synonyme de direction et de responsabilité. Il exige à son tour un sens du devoir et un engagement personnel. C'est volontiers que je m'engage de toutes mes forces dans ce but, c'est promis!»

Thomas Busenhart, à propos de son élection au comité de Swissavant

Dennoch verlieh ihm die Versammlung gerne und herzlich die «Ehrenmitgliedschaft von Swissavant» – zusammen mit einer Dankesurkunde, die ihn an viele, sehr viele Begegnungen und dann und wann an anspruchsvolle Sitzungen, freundliche Telefonate und anstrengende Mails, fruchtbare Diskussionen, unzählige Überzeugungsversuche und dann eingegangene Kompromisse erinnert. Im Ganzen an eine hochintensive Phase seines Lebens: «Diese Zeit im Vorstand von Swissavant war unglaublich interessant und bereichernd. Ich möchte sie auf keinen Fall missen!» So konnte der bisherige Vizepräsident Kevin Feierabend die Gesamtverantwortung für Swissavant in einem guten Moment übernehmen – das Plenum bestätigte seinen Amtsantritt mit grosser Akklamation. Die durch den Präsidentschaftswechsel entstandene personelle Lücke füllt Thomas Busenhart als neu gewähltes Vorstandsmitglied. Er wurde in der *perspective* vom Februar 2024 persönlich vorgestellt. Auch Thomas Busenhart bekam seine offizielle Bestätigung mit einem herzlichen Applaus von Seiten der Generalversammlung 2024. Der neu besetzte Vorstand wird dann an der 115. Generalversammlung vom 7. April 2025 zu sehen sein.

L'assemblée l'a néanmoins nommé «Membre honoraire de Swissavant» en lui remettant un «Titre de reconnaissance» qui lui rappellera de temps à autre les très nombreuses rencontres et les séances ardues, les aimables entretiens téléphoniques, les courriels difficiles, les discussions fructueuses, les multiples tentatives de convaincre et les compromis trouvés, c'est-à-dire une phase intensive de sa vie. «Cette période d'activité au comité de Swissavant a été incroyablement intéressante et enrichissante. Pour rien au monde je n'aurais voulu la manquer» a déclaré le président sortant. C'est dans ce contexte que Kevin Feierabend a pu reprendre à un moment propice la responsabilité globale pour l'Association et que l'assemblée l'a élu à la présidence par une large acclamation. Pour repourvoir le siège devenu vacant suite au changement de président, l'assemblée générale a élu Thomas Busenhart en tant que nouveau membre du comité par une cordiale acclamation. Ses capacités personnelles ont été présentées dans le numéro de *perspective* de février 2024. Le comité se présentera dans sa nouvelle composition à la 115^e assemblée générale, le 7 avril 2025.

«L'adoption du nouveau modèle de cotisation des membres a permis de clore avec succès un chapitre important pour l'Association. Nous pouvons désormais aborder et façonner l'avenir ensemble. Comme nouveau président de Swissavant, je me réjouis de ce qui nous attend!»

Kevin Feierabend, à propos de son élection à la présidence de Swissavant



►► ... FORTSETZUNG / ... SUITE

30 Jahre für die Branche

Neben dem Wortakrobaten Simon Libsig war die zweite unerwartete Personalie das seltene Dienstjubiläum von Swissavant Geschäftsführer Christoph Rotermund. Sein Stellenantritt vor drei Jahrzehnten – damals noch beim «Verband des Schweizerischen Eisenwaren- und Haushaltartikelhandels, VSE» – gilt als Startschuss für eine enorme Entwicklung: Der Wandel vom verwaltenden Händlerverein zum modernen Dienstleistungszentrum mit Vordenkerrolle und gesellschaftlicher Verantwortung hat die ganze Branche auf Trab gebracht. Das Ausmass der Wertschätzung für seine Leistungen liess sich dann auch an der offiziell überreichten Weinflasche ablesen: Eine 18 l-Flasche «Giga-Magnum» – von Weinliebhabern auch «Melchior» genannt. Der sonst stets wortgewandte Geschäftsführer war vom Moment sichtlich angefasst. Er brachte dazu kaum mehr als ein ganz aufrichtiges «Dankeschön» über die Lippen. Dieses aber von Herzen!

30 ans pour la branche

La mise en bouche littéraire de Simon Libsig a été suivie d'une deuxième reconnaissance personnelle rare et inattendue, à savoir le 30^e anniversaire de service du directeur de Swissavant, Christoph Rotermund. Son entrée en fonctions, il y a trois décennies, à l'«Association suisse du commerce de la quincaillerie et des articles de ménage AQS» de l'époque, a été le coup d'envoi d'un développement de grande envergure. La transformation d'une Association de gestion en un centre de services moderne jouant un rôle de maître à penser conscient de sa responsabilité sociale a donné une impulsion à toute la branche. La grande estime portée à ses prestations se reflétait aussi dans la taille de la bouteille de vin qui lui a été remise officiellement: une bouteille «Giga-Magnum» de 18 litres – également appelée «Melchior» par les connaisseurs. Le directeur habituellement éloquent était visiblement touché par ce moment inattendu. Il n'a guère pu proférer qu'un sincère «Merci». Mais du fond du cœur!



«Im langen und produktiven Teamwork mit Präsident Andreas Müller war mir persönlich eine Konstante immer sehr wichtig: Inspirierender Dialog und respektvoller Umgang – zum Nutzen der Sache, der Mitglieder und der Branche! Herzlichen Dank dafür, Andreas!»

Christoph Rotermund, Geschäftsführer Swissavant

«Dans le travail d'équipe de longue durée et productif avec le président Andreas Müller, une constante a toujours été très importante pour moi personnellement: un dialogue inspirant et des relations empreintes de respect en faveur de la cause, des membres et de la branche. Je t'en remercie cordialement, Andreas!»

Christoph Rotermund, directeur de Swissavant



«Ein guter Zukunftsentscheid»

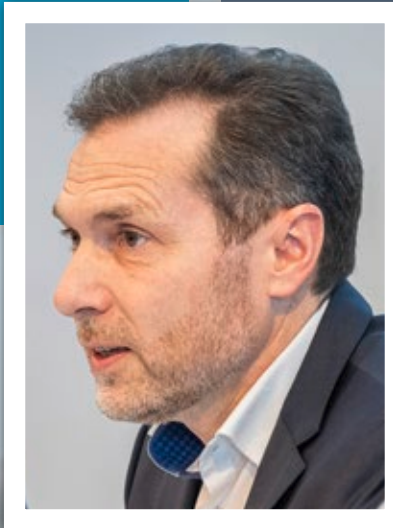
Gegen Ende März 2024 hat die 114. ordentliche Generalversammlung 2024 in Luzern den vom Vorstand beantragten Systemwechsel bei den Jahresbeiträgen für Mitglieder aus Industrie und Handel zugestimmt.

Die hohe Zustimmungsquote von über 72% bedeutet für Swissavant – Wirtschaftsverband Handwerk und Haushalt als nationale Branchenorganisation gleich Dreierlei: zum einen tragen die Mitglieder mit dem Systemwechsel den starken Strukturveränderungen der letzten Jahrzehnte im Schweizer Markt zukunftsgerichtet Rechnung. Zum anderen wird die realpolitische «Gleichbehandlung von Handel und Lieferanten» bei einheitlichem Leistungsbezug zukünftig realisiert. Last, but not least sorgt das neue Mitglieder-Beitragssystem, mit Gültigkeit ab 2025, für mehr Gerechtigkeit, da die vereinsrechtlichen Grundprinzipien von «Gleichbehandlung, Nachvollziehbarkeit und Transparenz» einen viel besseren Niederschlag mit einem Sockelbeitrag und der AHV-pflichtigen Lohnsumme als massgebende Referenz für den jeweiligen Jahresbeitrag, als es das alte Beitragsmodell mit den entsprechenden Personal-kategorien je gekonnt hätte.

«Une bonne décision pour l'avenir»

À fin mars 2024, la 114^e assemblée générale ordinaire de Swissavant à Lucerne a approuvé le changement de système des cotisations annuelles des membres industriels et commerçants proposé par le comité.

Pour Swissavant, Association économique Artisanat et Ménage en tant qu'organisation nationale de la branche, ce taux élevé d'approbation de plus de 72% a une triple signification. D'une part, en acceptant le nouveau système, les membres tiennent compte des importants changements structurels intervenus sur le marché suisse ces dernières décennies dans un sens orienté vers l'avenir. D'autre part, le nouveau système réalise l'égalité de traitement entre les commerçants et les fournisseurs en tant que bénéficiaires de prestations uniformes. Troisièmement, le nouveau système de cotisation, valable à partir de 2025, assure davantage d'équité. En effet, les principes de base du droit associatif, à savoir l'égalité de traitement, la facilité de compréhension et la transparence sont bien mieux respectés par une cotisation annuelle de base assortie d'un supplément en fonction de la masse salariale soumise à l'AVS comme référence que ne le faisait l'ancien modèle basé sur l'effectif du personnel.



►► ... FORTSETZUNG / ... SUITE

«Swissavant als Kollektiv»

Der beschlossene Systemwechsel hin zu einem modernen und zukunftsgerechten Mitglieder-Beitragssystem wurde zwar von einer klaren demokratischen Mehrheit gefasst, doch mit fast 15 % Nein-Stimmen sind nicht alle Mitglieder aus Industrie und Handel dem neuen Vorstandsantrag gefolgt.

Da Swissavant – Wirtschaftsverband Handwerk und Haushalt eine nationale Branchenorganisation mit branchenübergreifender Verantwortung ist, bitte ich all jene Mitglieder, die dem jetzt verabschiedeten Systemwechsel nicht beipflichten konnten, jenes Vertrauen der Organisation und damit den verantwortlichen Mitgliedern des neuen Vorstandes zu schenken, welches es eben für ein Branchenkollektiv mit nationaler Ausrichtung für deren Glaubwürdigkeit braucht.

Die in den letzten 40 Jahren konstant gebliebenen Mitgliederbeiträge für den Handel gleich wie für die Industrie – trotz einer Inflation von über 175 % – sind in meinen Augen ein starkes Argument, dass stets sorgsam und pflichtbewusst mit den anvertrauten Finanzmitteln umgegangen wurde. Meine persönliche Überzeugung ist ungebrochen, dass dies ungeachtet des neuen Mitglieder-Beitragssystems ebenso in der Zukunft sein wird.

Andreas Müller

Verbandsmitglied und ehemaliger Präsident von Swissavant –
Wirtschaftsverband Handwerk und Haushalt

«Swissavant comme collectif»

La décision de remplacer l'ancien modèle par un système de cotisations des membres plus moderne et tourné vers l'avenir a certes été prise démocratiquement à la majorité. Toutefois, avec une opposition de près de 15 % des voix, les membres n'ont pas tous suivi la proposition du comité.

Vu que Swissavant – Association économique Artisanat et Ménage, est une organisation professionnelle nationale à responsabilité multi-branches, je prie tous les membres qui n'ont pas approuvé le changement de système qui vient d'être décidé d'accorder à l'organisation et aux membres responsables du nouveau comité la confiance nécessaire pour que notre collectif de branche à orientation nationale reste crédible.

Le fait que les cotisations des membres industriels et commerçants sont restées constantes ces 40 dernières années, tant pour les commerçants que pour les industriels et malgré une inflation dépassant 175 %, est à mes yeux un argument de poids prouvant que l'Association a constamment géré avec soin les fonds qui lui ont été confiés, dans le respect de ses obligations. Je suis personnellement convaincu qu'avec le nouveau système de cotisation des membres, il en sera de même à l'avenir.

Andreas Müller

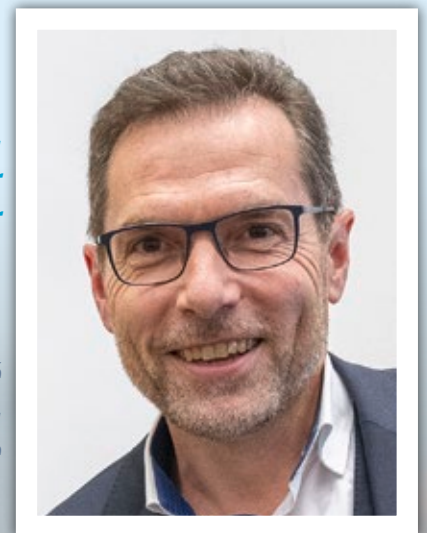
Membre et ancien président de Swissavant –
Association économique Artisanat et Ménage

«Eine grosse Mehrheit hat an der Generalversammlung 2024 dem Systemwechsel beim Mitglieder-Beitragmodell zugestimmt. Das ist ein guter Zukunftsentscheid für alle Mitglieder und damit unter dem Strich auch für Swissavant als nationale Branchenorganisation!»

Andreas Müller, Verbandsmitglied und ehemaliger Präsident von Swissavant

«À l'assemblée générale 2024, une forte majorité des membres a approuvé le changement de système de cotisations. Cette bonne décision pour l'avenir profitera à tous les membres et en définitive aussi à Swissavant comme organisation nationale de la branche!»

Andreas Müller, Membre et ancien président de Swissavant



►►

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

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung einen

Junior-Verbandsmanager (m/w)

Ihre Hauptaufgaben in enger Zusammenarbeit mit dem jetzigen Geschäftsführer:

- Strategische (Branchen-)Projekte identifizieren und Projekte für die Mitglieder aus Industrie und Handel initialisieren
- Vorbereitung der Geschäfte der verschiedenen Verbandsorgane sowie Ausführung der gefassten Beschlüsse
- Übernahme laufender Aufgaben und Arbeiten im Auftrag des Geschäftsführers
- Verantwortung von strategischen Verbandsprojekten und deren ziel- und termingerechten Umsetzung
- Permanente Strategieberatung der E-Business-Prozesse in der Branche
- Kontaktpflege im relevanten Branchenumfeld und mit staatlichen Institutionen

Unsere Anforderungen:

- Integre und kommunikative Persönlichkeit mit grossem Gestaltungswillen an der Schnittstelle zwischen Staat und Wirtschaft
- Interdisziplinäre Auffassungsgabe mit unternehmerischem Spürsinn für markt-, sozial- und verbandspolitische Herausforderungen
- Hohe Eigenmotivation mit grossem Pflichtbewusstsein bei zukunftsgerichteter Denke
- Hoher Dienstleistungswille für die Mitglieder des Verbandes und anverwandter Branchengruppen sowie Partnern
- Verständnis für verbandspolitische Strukturen und Organisationen (NPO)
- Sehr gute mündliche wie schriftliche Deutsch- und gute Französischkenntnisse
- Tertiärer Bildungsabschluss (Uni/FH) oder gleichwertige betriebswirtschaftliche Ausbildung

Swissavant bietet:

- Grosser autonomer Arbeitsbereich mit interessanten Schnittstellen in die Wirtschaft
- Interdisziplinäre Herausforderungen im Handels- und Industriebereich
- Attraktive Anstellungsbedingungen mit überdurchschnittlichen Sozialleistungen
- Moderne Geschäftsstelle neben SBB- und Glattalbahn-Station

Wenn Sie an einer entwicklungsfähigen Position mit grossem Gestaltungsraum interessiert sind und ein langfristiges Engagement suchen, dann richten Sie bitte Ihre aussagekräftige schriftliche Bewerbung per E-Mail an: bewerbung@swissavant.ch.

Für erste Auskünfte steht Ihnen Frau Patricia Häfeli, Personal, Telefon direkt: 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

►► ... FORTSETZUNG / ... SUITE

Ausgebummelt: Der Handel und die kollektive Spass- und Sinnkrise

Der jährlich stattfindende nationale Branchentag bietet stets auch eine fachliche Weiterbildung für die zwei Branchensegmente von Swissavant – Wirtschaftsverband Handwerk und Haushalt an. Die zwei Referate vom 25. März hatten den Wertewandel in unserer Gesellschaft und das Spannungsfeld von Tradition und KI im «Schweizer Eisenwarenbereich» zum Thema. Wie kann, soll oder muss der Schweizer Handel in diesen Zeiten reagieren?

Fini la flânerie: le temps manque pour faire ses courses judicieusement

La Journée nationale de la branche qui se tient chaque année propose aussi une formation continue spécifique pour les deux secteurs de la branche de Swissavant – Association économique Artisanat et Ménage. Les deux exposés du 25 mars avaient pour sujet le changement de valeurs dans notre société et le champ de tension entre la tradition et l'IA dans la branche quincaillerie en Suisse. Comment les commerçants suisses peuvent-ils, devraient-ils ou doivent-ils réagir par les temps qui courent?

«Wir möchten nicht mehr einkaufen! Es macht keinen Spass mehr!» Dr. Gianluca Scheidegger entschuldigte sich bei den versammelten Händler*innen gleich wieder für seinen forschenden Weckruf. Dieser ist aber nicht aus der Luft gegriffen. Vielmehr bündelt er die neuesten Erkenntnisse des Gottlieb Duttweiler Instituts zum Schweizer Konsumentenverhalten: **«Zeit ist zum knappen Gut geworden – das Zeitmanagement zur hohen Kunst!»** Obschon wir so wenig arbeiten und so viel freie Zeit haben wie noch nie, hat der subjektiv empfundene Zeitstress bei den Schweizerinnen und Schweizern in den letzten fünf Jahren markant zugenommen. Das beeinträchtigt die Lebenszufriedenheit und damit unser Konsumverhalten. Was heisst das für den Handel?



Dr. Scheidegger

«Nous ne voulons plus faire nos courses! Cela ne nous fait plus plaisir!». Dr. Gianluca Scheidegger s'est tout de suite excusé auprès des commerçants réunis de son brutal coup de semonce. Celui-ci n'est pourtant pas le fruit de l'imagination. Au contraire, il résume les plus récentes conclusions de l'Institut Gottlieb Duttweiler sur le comportement des consommateurs suisses. **«Le temps est devenu un bien rare – la gestion du temps est un art difficile»**. Bien que nous travaillions si peu et que nous ayons tellement de temps libre, le stress ressenti subjectivement par les Suissesses et les Suisses a considérablement augmenté ces 5 dernières années. Notre satisfaction face à la vie et notre attitude face à la consommation en pâtissent. Qu'est-ce que cela signifie pour les commerçants?

«Omni-Channeling ist der Weg!»

Für Markus Brühwiler, Verkaufsleiter bei Hultafors Group Switzerland AG, steht der in den Referaten besprochene wechselseitige Informationsfluss im Vordergrund: «Viele Endkunden schauen erst im stationären Geschäft vorbei, um ihre Erkenntnisse dann Online abzugleichen. Der Preis ist hier natürlich ein grosser Treiber.» Umgekehrt kämen Kunden vielfach online vorinformiert ins Geschäft und suchen hier nur noch die physische Begegnung mit dem Produkt. Das laufe oft spontan. Sei das Produkt verfügbar und die Beratung überzeugend, werde in der Regel gekauft. «Für mich heisst das: Der stationäre POS hat weiterhin seine Berechtigung. Aber er muss sich entwickeln, anpassen und immer wieder Leistungen erbringen, die digital nicht zu haben sind.» Dazu gehörten der stückweise Verkauf wie auch der After-Sale-Bereich: Beanstandungen, Service und Unterhalt, Reparaturen und Ersatzgeräte, Schulungen oder das Recycling. Das alles lässt sich nach wie vor am besten stationär – und für die Kunden zeitsparend – betreuen.



Markus Brühwiler

Einkaufen: Mehr Frust als Lust?

Man überlegt sich heute gut, was man in der freien Zeit wirklich tun will. Bedeutsamkeit, Sinn und Freude von Tätigkeiten dominieren diese Entscheide.

Einkaufen wird vermehrt zur lästigen Arbeit, mitunter zum eigentlichen Stress. Das «Shopping» von gestern, also als Zeitvertreib durch Läden und Zentren bummeln und sich zum Kauf inspirieren lassen, hat heute seinen Reiz weitgehend verloren. Die Gründe dafür? Mit Blick auf die Inflation zunächst das Budget, aber auch der Zeitaufwand oder der geringe Unterhaltungswert des Kaufens. Der Trend zu Nachhaltigkeit und Langzeitnutzung (inkl. 2. Hand und Reparieren) sowie die abnehmende Bedeutung von materiellem Besitz gegenüber Erlebnissen und Werthaltungen hemmen die Kauflust ebenfalls.

4 «P» weisen den Weg

Für die Teilnehmenden des Nationalen Branchentags war guter Rat für einmal nicht teuer. Scheidegger zeigte mit vier Stichworten, wie Händler als aktive Zeitgestalter die Menschen wieder mehr zu Shoppern machen können.

Da ist zunächst die «**Promptness**»: Wer sehr schnell liefert – am besten augenblicklich – kann Zeitnot in Kauflust umwandeln. Die in der digitalen Gesellschaft gewachsene Simultanitätserwartung spielt eine Rolle, die Psychologie spricht auch von der abnehmenden Triebabstufungsfähigkeit. Also immer alles sofort – warten ist out (und stresst)! An der vollen Ladenkasse möchten viele bereits nach 5 Minuten lieber die Flucht antreten, als weiter auszuharren! – Mit «**Proximity**» meinte Scheidegger die zum Einkauf inspirierende räumliche Nähe. Wer also in der Nähe der Kunden anbieten kann, darf auf mehr Frequenz hoffen. Der eingesparte Anfahrtsweg bestätigt die erwähnte Zeitnot. – Einkaufen soll wieder Freude mache: «**Pleasure**» als Mehrwert beim Einkauf ist nicht neu, sollte aber neu gedacht werden. – Mit dem Stichwort «**Purpose**» dagegen dürfte ein echter Trend erkannt sein: Die Sinn- und Zweckhaftigkeit eines Einkaufs, eines Artikels oder einer Leistung wird heute vermehrt hinterfragt. Es geht um ökologische Aspekte, Energie und Nachhaltigkeit sowie um die Wiederverwertbarkeit eines Produkts. Langlebige Dinge mit geringem Wertverlust und möglichst guter Weiterverwendbarkeit (als Gebrauchtware oder im Re-/Downcycling) gewinnen an Interesse und Attraktionskraft. Ramsch verliert im Wettlauf mit hochwertigen Produkten zusehends.

Faire ses courses: plus de frustration que de plaisir?

Aujourd'hui, les gens se demandent comment ils veulent vraiment occuper leurs loisirs. Leurs décisions dépendent de l'importance et du sens qu'ils attribuent à ces activités et du plaisir que celles-ci leur procurent.

Faire ses courses est considéré de plus en plus souvent comme un travail fastidieux, voire un véritable stress. Le «shopping» d'hier, consistant à flâner dans les magasins et les centres commerciaux à la recherche d'inspiration pour des achats, a largement perdu de son attrait aujourd'hui. Quelles en sont les raisons? Il y a d'abord le budget, compte tenu de l'inflation, mais aussi le temps nécessaire aux achats ou la faible valeur de divertissement de ceux-ci. La tendance à la durabilité, à l'utilisation à long terme (y compris les achats d'occasion ou de seconde main et le fait de pouvoir les faire réparer dans un repair café) ainsi que la diminution de l'importance de la propriété matérielle comparée aux expériences et aux valeurs personnelles freinent également la propension à acheter.

Les 4 P montrent la voie à suivre

Pour les participants à la Journée nationale de la branche, les bons conseils, pour une fois, n'étaient pas chers. Scheidegger a résumé en quatre mots-clés comment les commerçants peuvent influencer l'emploi du temps des gens et les animer à faire plus de shopping.

Commençons par la **Promptitude**. Celui qui livre rapidement, si possible tout de suite, peut convertir le manque de temps en désir d'acheter. L'attente de simultanéité joue un rôle accru dans la société numérisée. En psychologie, on parle aussi de diminution de la capacité à différer ses pulsions. Il faut donc que tout soit toujours disponible immédiatement, attendre devient un stress insupportable! Après 5 minutes d'attente à la caisse, la plupart des clients préféreraient s'enfuir plutôt que patienter. Par **Proximité**, Scheidegger entend la faible distance séparant le client du lieu d'achat. Le magasin le plus proche peut s'attendre à voir la fréquence des clients augmenter. Le temps de déplacement économisé confirme le manque de temps. Acheter doit redevenir une activité plaisante. Le **Plaisir** d'acheter comme plus-value n'est pas nouveau mais devrait être repensé. Le **Propos** au sens de raison de l'achat semble être une véritable tendance. Aujourd'hui, les gens se posent plus souvent la question du bien fondé et de l'utilité de l'achat d'un article ou d'une prestation. Ils tiennent compte des aspects écologique, énergétique et durable ainsi que du recyclage d'un produit. Les objets à longue durabilité et à faible perte de valeur susceptibles d'être revendus d'occasion ou réutilisés tels quels ou comme matière première présentent de plus en plus d'intérêt et d'attrait. En concurrence avec des produits haut de gamme, la camelote est en perte de vitesse.

«Le tous-canaux est la solution!»

Pour Markus Brühwiler, directeur des ventes chez Hultafors Group Switzerland AG, le flux d'informations alterné discuté dans les exposés est au premier plan. «De nombreux clients finaux se rendent d'abord dans un commerce stationnaire puis comparent leurs connaissances en ligne. Dans cet exemple, le prix joue un rôle important.» A l'inverse, des clients s'informent souvent en ligne avant de se rendre au magasin pour voir et toucher physiquement le produit. Cela se produit souvent spontanément. En général, si le produit est disponible et que les conseils sont convaincants, le client achète. «Pour moi, cela signifie que le point de vente stationnaire garde toute sa raison d'être. Mais il doit se développer, s'adapter et constamment fournir des prestations non disponibles en ligne.» Parmi celles-ci, il y a la vente à la pièce mais aussi le service après-vente, à savoir: les réclamations, le service et l'entretien, les réparations, les appareils de remplacement, la formation ou le recyclage. Toutes ces prestations sont plus faciles à fournir sous forme stationnaire et font gagner du temps au client.



►► ... FORTSETZUNG / ... SUITE

Neue digitale Tools ante portas

«Die Kauflust wecken, zum Einkaufsbummel animieren – es wird nicht einfacher» resümierte Scheidegger. Aber die digitale Entwicklung öffnet auch neue Chancen.

Das liess sich den breit gefassten und von sehr vielen Zahlen geprägten Gesamtschau zu Gross- und Fachhandel von Dr. Kai Hudetz (Kölner Institut für Handelsforschung IFH) entnehmen. Er wies u. a. auf das Potenzial von virtueller Realität hin – also der Simulation von Erlebnis und Erfahrung, von Erklärung und Schulung, von Animation und Unterhaltung im Ladengeschäft. «Hier gibt es neue Möglichkeiten, den Einkauf zum Erlebnis zu machen.» Die Künstliche Intelligenz kommt als weiteres Instrument zur Anwendung, bisher vor allem in der Online-Beratung und bei internen Prozessen. «Gut gemachte KI-Beratung könnte aber in Zukunft auch zum Gang ins stationäre Geschäft animieren – die hochstehende Beratung, das geschickte persönliche Verkaufsgespräch wird sie jedoch nicht ersetzen.» Dennoch, so Hudetz, werde KI inskünftig den «Verkauf» erfolgreicher machen, die Kundenbindung stärken und zugleich über vorausschauende Analysen die eigene Wirtschaftlichkeit verbessern. «KI ist eine grosse Chance für den Schweizer Handel – nutzen wir sie!»



Dr. Kai Hudetz

Nouveaux outils numériques en perspective

«Réveiller la propension à acheter, promouvoir le shopping, la tâche ne devient pas plus facile», selon Scheidegger. Mais le développement numérique ouvre également de nouvelles opportunités.

Tel était le propos du tableau général du Dr Kai Hudetz (directeur de l'institut de recherches commerciales IFH de Cologne) fondé sur de nombreuses statistiques sur le commerce de gros et de détail. Il a notamment mis en évidence le potentiel de la réalité virtuelle, à savoir la simulation d'événements et d'expériences, les explications et la formation, l'animation et le divertissement en magasin. «Dans ce domaine, il existe de nouvelles possibilités de rendre à l'acte d'acheter son caractère événementiel». L'intelligence artificielle intervient comme outil supplémentaire surtout dans les conseils en ligne et les processus internes. «Des conseils bien conçus grâce à l'AI pourraient également animer les clients à se rendre dans les commerces stationnaires, mais ne sauraient remplacer les conseils de grande qualité ni les entretiens de vente habiles personnalisés.» Pourtant, selon Hudetz, l'AI rendra la vente plus efficace, en renforçant la fidélisation du client tout en améliorant la rentabilité de l'entreprise par des analyses prospectives. «L'intelligence artificielle est une grande opportunité pour le commerce spécialisé suisse, utilisons-la!»

«KI eröffnet neue Felder für das Marketing!»

«Das Gottfried Duttweiler Institut (GDI) war mir als Informationsquelle bisher nicht präsent. Ich werde mich noch genauer mit den heutigen Erkenntnissen befassen.» Daniel Szinna ist neu Verkaufsleiter «Haushalt» bei der A. & J. Stöckli AG in Netstal. Für ihn ist «Online-Sein» auch ein Zeitfresser – selbst wenn man das nicht wahrhaben wolle. Dennoch: «Wir kommen heute nicht darum herum, wenn wir unsere Kunden erreichen wollen. Und doch müssen wir die Werbung zeit-ökonomisch gestalten.» Und noch zum digitalen Auftritt: Während sich Produkte und Lieferanten immer mehr angleichen, könne man sich dank KI vermehrt bei den inneren Prozessen, allenfalls auch in der Werbung klar erkennbar differenzieren: «Hier ergeben sich Chancen für kreative Köpfe. Wobei wohl auch hier die ersten und besten bald kopiert werden.»



Daniel Szinna

«L'AI ouvre de nouveaux débouchés pour le marketing!»

«Jusqu'ici, je n'avais pas considéré l'Institut Gottfried Duttweiler (GDI) comme une source d'informations. Je m'occuperai encore plus à fond de ce que j'ai appris aujourd'hui», affirme Daniel Szinna, nouveau directeur des ventes «ménage» chez A. & J. Stöckli AG à Netstal. Pour lui, «être en ligne» prend du temps, qu'on le veuille ou non. Néanmoins; «Nous ne pouvons pas nous en passer aujourd'hui, si nous voulons contacter nos clients. Pourtant nous devons organiser la publicité en économisant notre temps.» Au sujet de la présentation en ligne: alors que les produits et les fournisseurs se ressemblent de plus en plus, nous pouvons, grâce à l'AI, mieux nous démarquer dans les processus internes, le cas échéant aussi dans la publicité, et ce de manière clairement reconnaissable. «Ce sont là des opportunités pour les esprits créatifs. Mais là encore, les premiers et les meilleurs seront bientôt copiés.»

«Die Reflexion zum Kundenverhalten ist unentbehrlich!»

Der im Referat «Ausgebummelt» skizzierte Wandel im Wertesystem der Konsumenten – speziell zum Thema Zeit – sei für ihn sehr wichtig, resümiert Christoph Bill.

Als Geschäftsführer der Weber & Widmer AG, einem Fachgeschäft für Handwerk und Haushalt in Zürich, steht er täglich in Kontakt mit seiner vielschichtigen Kundschaft. Das sind handwerkliche Profis genauso wie anspruchsvolle Endverbraucherinnen: «Die Zahlen zum veränderten Kundenverhalten haben mich wachgerüttelt. Selbst kann ich es zwar noch nicht beobachten. Aber wir werden nun noch wachsamer sein!» Für ihn selber gehe beim Einkauf nichts über die persönliche Beratung und das haptische Kennenlernen des Produkts, über das aussergewöhnliche Erlebnis und das Gefühl, wirklich wie ein König behandelt zu werden: «Kürzlich habe ich stationär eine Bettdecke gekauft. Nach der perfekten Beratung wurde sie mir sogar zum Auto getragen. Ein solcher «integraler Verwöhnservice» ist digital einfach nicht machbar!»

Er berichte immer wieder gerne von dieser positiven Erfahrung. Dennoch sei auch für ihn klar: Ohne Online-Präsenz geht es heute nicht mehr, Multi-Channeling wird/ist Normalität – bei Kunden wie im Handel. Zur Beratung durch KI statt durch Menschen macht sich Christoph Bill interessante Gedanken: «Wie objektiv und kundenorientiert ist KI-Beratung heute wirklich schon? Wer garantiert, dass sie nicht mit bestimmten Interessen programmiert ist? Kann ich einer Software ohne Vorbehalte vertrauen, wenn kommerzielle Aspekte mitspielen?» Als Kunde verlasse er sich weiterhin lieber auf die Erfahrung von Freunden oder das Know-how eines vertrauten Kundenberaters. Der stationäre Fachhandel mit langjährigen Kundenbeziehungen spielt hierzu in der ersten Liga.

Und noch zur kundenseitig knappen Ressource Zeit: «Bereits nach 5 Minuten Wartezeit an der Kasse wird an den Kaufabbruch gedacht – hoppla, jetzt aber! Wir müssen also den Personaleinsatz am POS und die Abläufe im Geschäft permanent austarieren, um den besten Mittelweg zu finden.» Darüber hinaus sei zum Thema «Zeit» nicht zu vergessen: Die Online-Bestellung birgt das Risiko, mit dem gelieferten Produkt nicht zufrieden zu sein, warum auch immer. Kommt es zur Rücksendung, zum Umtausch oder zur Kostenrückerstattung, dann geht das ganz massiv – nicht ins Geld, aber in die Zeit!



Christoph Bill

«Il est indispensable de réfléchir au comportement des clients»

Le changement du système de valeurs des clients esquissé dans son exposé «Fini la flânerie», spécialement en ce qui concerne le temps, est très important pour lui, résume Christoph Bill.

En tant que directeur du commerce spécialisé Weber & Widmer AG à Zurich, il est en contact quotidien avec sa clientèle diversifiée. Celle-ci se compose d'artisans professionnels autant que de consommatrices finales exigeantes. «Les chiffres sur le changement du comportement des clients m'ont réveillé. Certes, je ne peux pas encore l'observer moi-même. Mais nous serons désormais encore plus vigilants.» En ce qui le concerne, rien ne vaut les conseils personnalisés et la découverte du produit par une prise en mains ni l'expérience exceptionnelle et le sentiment d'être vraiment traité comme un roi. «Récemment, j'ai acheté un couvre-lit dans un commerce stationnaire. Après des conseils parfaits, on me l'a même porté jusqu'à ma voiture. Un tel service intégral est impossible à rendre numériquement.»

Il rapporte volontiers et souvent cette expérience positive. Néanmoins, il est clair pour lui que sans présence en ligne, rien ne va plus. Le multi-canaux devient normal, pour les clients comme pour les commerçants. Concernant les conseils donnés par l'IA au lieu d'être humains, Christoph Bill propose des réflexions intéressantes. «Jusqu'à quel point les conseils donnés par l'IA aujourd'hui sont-ils vraiment objectifs et axés sur la clientèle? Qui nous garantit qu'ils ne sont pas programmés de façon intéressée? Peut-on faire confiance sans réserve à un logiciel quand des aspects commerciaux sont en jeu?» Comme client, il préfère faire confiance à l'expérience d'amis ou au savoir-faire d'un conseiller à la clientèle qu'il connaît depuis longtemps. Le commerce spécialisé stationnaire disposant de relations de longue date avec la clientèle joue ici en première ligue.

Pour revenir au manque de temps des clients: «Déjà après cinq minutes d'attente à la caisse, le client pense à abandonner son achat. Nous devons donc équilibrer en permanence la présence de notre personnel au point de vente et les déroulements dans l'entreprise pour trouver le juste milieu». En outre, il ne faut pas oublier, au sujet du temps, que commander en ligne comporte le risque que le client ne soit pas satisfait du produit livré, pour une raison quelconque. En cas de renvoi, d'échange ou de remboursement, la perte de temps est beaucoup plus importante que la perte d'argent.

So oder so: Das Qualifikationsverfahren 2024 findet statt!

Mit Lehrende per Juli 2024 finden das erste Mal praktische Qualifikationsverfahren (QV) nach erfolgter Detailhandelsreform «verkauf2022+» statt. Einiges ist neu, vieles bleibt gleich – im Februar fand der erste Vorbereitungskurs für die Prüfungsexpertinnen und Prüfungsexperten auf der Geschäftsstelle von Swissavant – Wirtschaftsverband Handwerk und Haushalt in Wallisellen statt.

Ein erstes Fazit.

Quoi qu'il en soit, la procédure de qualification 2024 aura bien lieu!

Avec la fin de l'apprentissage en juillet 2024, les premières procédures de qualification pratiques (PQ) après la réforme du commerce de détail «vente2022+» auront lieu. Certaines choses sont nouvelles, beaucoup restent les mêmes – en février, le premier cours de préparation pour les expertes et experts aux examens s'est tenu au siège de Swissavant – Association économique Artisanat et Ménage à Wallisellen. **Une première conclusion.**



Die Praxis kam an diesen beiden Tagen definitiv nicht zu kurz: Die Anwendung der neuen Prüfungsprotokollraster wurde in 4 verschiedenen Gruppenarbeiten getestet.

La pratique n'a certainement pas été négligée au cours de ces deux journées: l'application de la nouvelle grille de procès-verbal d'examen a été testée dans 4 travaux de groupe différents.

Rund 20 Prüfungsexpertinnen und Prüfungsexperten aus allen vier Ausbildungs- und Prüfungsbranchen (A+P) «Eisenwaren», «Haushalt», «Elektrofach» und «Farben» haben im Februar an den durch die eidgenössische Hochschule für Berufsbildung (EHB) und Swissavant organisierten Kursen teilgenommen. Während zweier Kurstage wurden durch Fabian Wyss, Leiter Berufsbildung Swissavant, den bestehenden und neuen Prüfungsexpertinnen und -experten ein gesamtheitlicher Überblick über die adaptierten Abläufe und Bestehens-Bedingungen des «neuen» mündlichen Qualifikationsverfahrens gegeben.

Die Kolleginnen und Kollegen der EHB trumpften mit einem Refresher über die rechtlichen Aspekte und die Protokollführung allgemein auf, bevor sich die Teilnehmenden beim wohl verdienten Mittagessen über die Expert*innen-Tätigkeit und die alten und neuen Herausforderungen austauschen konnten.

Üben, üben, üben!

Ab dem Nachmittag hiess es dann: Üben, üben, üben! Im von der Fachkommission für Prüfungsprotokolle (FakoPP) erarbeiteten Kursdrehbuch fokussierten sich die restlichen eineinhalb Tage auf die Anwendung der neuen Prüfungsprotokolle. Diese sind im Umfang, gemessen an den Seitenzahlen, zwar umfassender geworden, dienen jedoch im Prüfungsablauf als genauer Fahrplan, wie die lernende Person in den einzelnen Prüfungspositionen zu bewerten ist.

Une vingtaine d'expertes et d'experts aux examens issus des quatre branches de formation et d'examens (F+E) «Quincaillerie», «Ménage», «Électro-ménager» et «Peinture» ont participé en février aux cours organisés par la Haute école fédérale en formation professionnelle (HEFP) et Swissavant. Pendant deux jours de cours, Fabian Wyss, responsable de la formation professionnelle chez Swissavant, a donné aux experts aux examens actuels et nouveaux un aperçu global des processus adaptés et des conditions de réussite de la «nouvelle» procédure de qualification orale.

Les collègues de la HEFP ont fait une mise à jour sur les aspects juridiques et la rédaction des procès-verbaux en général, avant que les participants ne puissent échanger sur leur activité d'expertes et d'experts et les anciens et nouveaux défis lors d'un repas de midi bien mérité.

S'exercer, encore et toujours!

Dès l'après-midi, il il a fallu s'exercer encore et encore! Dans le scénario du cours élaboré par la Commission spécialisée pour les procès-verbaux d'examen (FakoPP), le reste de la journée et demie a été consacré à l'application des nouveaux procès-verbaux d'examen. Ceux-ci sont certes devenus plus complets en termes de nombre de pages, mais ils servent de feuille de route précise dans le déroulement de l'examen pour évaluer la personne en formation dans les différentes positions d'examen.



BDS FCS **SWISSAVANT**

Qualifikationsverfahren Detailhandelsassistenten EBA - Variante 1 der A&P Eisenwaren

Vorgegebene praktische Arbeit (VPA)


Prüfungsort	Kandidaten-Nr.	Stamm/Ort
Name	Vorname	
Name, Vorname & Wohn-Experte 1	Name, Vorname & Wohn-Experte 2	

Gesundheitliche Angaben: Fühlen Sie sich in der Lage, die Prüfung zu absolvieren? Ja Nein
 Ausweiskarte: Personalausweis kontrolliert? Ja Nein
 Besondere Vorkenntnisse:

Position gemäss StB	Teil	Prüfungsbereich	Zeit	Maximal-punkte
1	1.1	Kundenbeziehungen (DCC A+C)	40'	30
2	1.2	Bewirtschaften und Präsentieren von Produkten und Dienstleistungen (DCC B)	20'	12

*Die Gesamtnote entspricht dem gewichteten und auf eine Dezimalstelle gerundeten Mittelwert aus den Teilen 1.1 und 1.2.
 Hinweis: Ausweiskarte/Personalausweis ist in dieser Produktion/Prüfung auf der Webseite gelistet. Bitte auf die Webseite des gelisteten Kandidaten/Prüfungsbereichs zuwenden.

A&P Eisenwaren



Das ist es: Das neue Prüfungsprotokollraster für die Lernenden mit eidg. Berufsattest (EBA) 2024. Nullserien finden Sie auch auf der Webseite von Swissavant unter: www.swissavant.ch/berufsbildung/detailhandel/nullserie

BDS FCS **SWISSAVANT**

Procédure de qualification pour les assistants du commerce de détail AFP - variante 1 de la branche F+E Ménage

Travail pratique prescrit (TPP)


Lieu de l'examen	Candidat n°	Stamm/Heure
Nom	Prénom	
Nom, prénom & Signature de l'expert 1	Nom, prénom & Signature de l'expert 2	

Question de santé: Vous sentez-vous capable de passer l'examen? Oui Non
 Carte d'identité: Carte d'identité contrôlée? Oui Non
 Événements particuliers:

Point d'appréciation selon StB	Partie	Demandes d'examen	Durée	Score maximal
1	1.1	Relations clients (DCC A+C)	40'	30
2	1.2	Gestion et présentation des produits et prestations (DCC B)	20'	12

* La note globale correspond à la moyenne pondérée obtenue à la première décimale, des parties 1.1 et 1.2.

F+E Ménage



Voici: la nouvelle grille de procès-verbaux d'examen pour les apprenti-e-s avec attestation professionnelle fédérale (EBA) 2024. La série zéro est également disponible sur le site web de Swissavant à l'adresse suivante: www.swissavant.ch/fr/formation-professionnelle/commerce-de-detail/serie-zero/

Neu eine Fallnote

Das genaue Einhalten des Ablaufs und das Prüfen mit Augenmass und Gespür ist für die Expertinnen und Experten noch wichtiger geworden denn: Die mündliche Prüfung auf der Verkaufsfläche ist neu eine Fallnote. Sollte diese Prüfung ungenügend, das heisst mit einer Schulnote unter 4.0 abgeschlossen werden, gilt das gesamte Qualifikationsverfahren als nicht bestanden.

Werden Sie Prüfungsexpert*in für das QV 2025!

Swissavant, die Chefexpert*innen und die Kantone suchen immer wieder nach engagierten Prüfungsexpertinnen und -experten der Branchen A+P «Eisenwaren» und «Haushalt».

Wenn Sie mindestens 23 Jahre alt sind, über eine berufliche Praxiserfahrung innerhalb der Branche von mindestens 3 Jahren verfügen und eine positive Grundeinstellung gegenüber dem handlungskompetenz-orientierten Prüfen unserer Berufsjugend haben, wenden Sie sich bei Interesse an den Leiter Berufsbildung Fabian Wyss, per E-Mail für weitere Informationen erreichbar unter: berufsbildung@swissavant.ch.

Ihre Ausbildung zur Prüfungsexpertin oder Prüfungsexperten dauert 3 Tage und beinhaltet den übergreifenden eintägigen Basiskurs für Prüfungsexpert*innen aus den Betrieben¹ (Web-Adresse und QR-Code am Ende dieses Textes) sowie eine branchenspezifische Weiterbildung über zwei Tage, welche zwischen Herbst 2024 und Frühling 2025 stattfindet (Daten werden im Frühsommer 2024 bekannt gegeben).

¹<https://www.ehb.swiss/pex-basiskurse>



EHB

EIDGENÖSSISCHE
HOCHSCHULE FÜR
BERUFSBILDUNG



HEFP

HAUTE ÉCOLE FÉDÉRALE
EN FORMATION
PROFESSIONNELLE

BESTER AUSBILDUNGSBETRIEB 2023 / MEILLEURE ENTREPRISE FORMATRICE 2023: **KAUFMANN & FILS SA**

Qualität – Kundennähe – Schnelligkeit

Sie behauptet sich mit einem gepflegten Sortiment an Accessoires für Küche, Tisch und Wohnen. Dank und mit dieser Sorgfalt wachsen in der Boutique «Côté Ambiance» junge Menschen zu geschätzten Begleiterinnen bei der Erfüllung kleiner Träume heran. – «Bienvenue chez vous»: Der Claim signalisiert Zufriedenheit, Wohlbehagen – und den Charme der Romandie.

Qualité – proximité – rapidité

La boutique «Côté Ambiance» s'affirme par une gamme d'accessoires entretenue avec soin pour la cuisine, la table et la maison. Ce soin permet à de jeunes personnes de devenir des accompagnatrices estimées dans la réalisation de petits rêves. – «Bienvenue chez vous»: cette promesse exprime parfaitement la satisfaction, le bien-être et tout le charme romand.



Die Wurzeln reichen weit zurück, man blickt heute auf stolze 160 Jahre erfolgreichen Unternehmertums zurück. 1864 kam Jean-Albert Kaufmann aus Steffisburg in die Westschweiz und nach La Chaux-de-Fonds. Hier fand er Arbeit in einem Eisenwarengeschäft. Er wurde rasch Geschäftspartner und zugleich Chef der örtlichen Feuerwehr. Der Brand in einer Brauerei ermöglichte ihm den Aufbau einer eigenen Eisenwarenhandlung. Eisenwaren, Sport, Fischereiartikel, Haushalt – Jean-Albert Kaufmann führte ein Vollsortiment. Damit startete ein Familienunternehmen, das man heute als «Kaufmann & Fils SA» in weiten Teilen der Romandie kennt. Es wird aktuell in der vierten und fünften Generation von Vater Bertrand Kaufmann und den Töchtern Stéphanie Dellandrea-Kaufmann und Delphine Marti-Kaufmann geführt.

Mit Victor Marti-Kaufmann ist bereits die sechste Generation im Aussendienst (Eisenwaren/Stahl) aktiv. «Kaufmann & Fils SA» beschäftigt heute insgesamt 50 Mitarbeitende. – 2003 konnte Bertrand Kaufmann das Haus an der Rue Neuve 18 im Zentrum von La Chaux-de-Fonds übernehmen. Hier, in der Boutique «Côté Ambiance», betreuen sechs Mitarbeitende den Haushalt.

Les origines remontent loin dans le temps. Aujourd'hui, l'entreprise compte 160 ans d'activité réussie. En 1864, Jean-Albert Kaufmann, de Steffisbourg, émigre en Suisse occidentale, plus précisément à La Chaux-de-Fonds. Il y trouve du travail dans une quincaillerie. Il devient rapidement associé de l'entreprise et en même temps chef du corps local des pompiers. L'incendie d'une brasserie lui permet de fonder sa propre quincaillerie avec un assortiment général. Outre la quincaillerie proprement dite, l'entreprise offrait des articles de sports, de pêche et de ménage. Ce fut le début de l'entreprise familiale connue aujourd'hui dans une grande partie de la Suisse romande sous le nom de «Kaufmann & Fils SA». Actuellement, elle est dirigée par les quatrième et cinquième générations, par Bertrand Kaufmann et ses filles Stéphanie Dellandrea-Kaufmann et Delphine Marti-Kaufmann.

La sixième génération est déjà active dans le service extérieur pour la quincaillerie et l'acier en la personne de Victor Marti-Kaufmann. «Kaufmann & Fils SA» occupe aujourd'hui 50 collaboratrices et collaborateurs. En 2003, Bertrand Kaufmann a pu racheter la maison située à la Rue Neuve 18 au centre de La Chaux-de-Fonds. C'est là que six personnes animent le secteur ménager dans la boutique «Côté Ambiance».



Den «Haushalt»?

Ja – und nein ... Die Augen von Geschäftsführerin Stéphanie Dellandrea-Kaufmann blitzen auf. «Der Begriff Haushalt – oder ménage – beinhaltet nicht das, was wir anbieten.» Es gehe nicht um Putzen, Waschen und Kochen im Sinne des Alltäglichen. Man bewege sich vielmehr im Bereich der Kochkunst und Kulinarik, der Tischkultur und der Freude an einem geschmackvollen und kultivierten Zuhause. «Schlussendlich sprechen wir auch ein menschliches Bestreben an: Ich bin es mir Wert! Mit dem Claim «Bienvenue chez vous» wollen wir das signalisieren.» – In einer möglichen Loslösung vom Begriff «Haushalt» und seiner gängigen Konnotation sieht Stéphanie Dellandrea-Kaufmann ein Entwicklungspotenzial für den Bereich. Sie meint, dass die ganze Branche gemeinschaftlich daran arbeiten sollte – wohl auch unter Koordination des Verbands Swissavant.



Le secteur ménager?

Oui et non... les yeux de la directrice Stéphanie Dellandrea-Kaufmann lancent des éclairs. «La notion de secteur ménager ne correspond pas à ce que nous offrons.» Il ne s'agit pas de nettoyer, de laver ni de faire la cuisine au sens habituel. Nous évoluons plutôt dans le domaine des arts et de la technique culinaires, des arts de la table et du plaisir de vivre dans un foyer cultivé avec goût. «En

définitive, nous répondons à un besoin humain: je le mérite bien! Par la promesse «Bienvenue chez vous», c'est ce que nous voulons laisser entendre». En se détachant autant que possible du sens courant du terme «ménage», Stéphanie Dellandrea-Kaufmann discerne un potentiel de développement pour le secteur. Elle estime que toute la branche devrait y travailler ensemble, en coordination avec l'association Swissavant.

«Wir vermitteln unseren Lernenden neben Fachkenntnissen vor allem Selbstvertrauen und den Mut, ihre eigene Zukunft aktiv zu gestalten.»

Stéphanie Dellandrea-Kaufmann,
Geschäftsführerin Boutique «Côté Ambiance»



«En plus des connaissances professionnelles, nous transmettons avant tout à nos apprenties la confiance en soi et le courage de préparer activement elles-mêmes leur avenir professionnel.»

Stéphanie Dellandrea-Kaufmann,
Directrice de la boutique «Côté Ambiance»

Ausbildung – en Français: Formation

Die Anfragen für eine Berufslehre kämen von selbst – man müsse die Jugendlichen nicht suchen. Warum ist das so? «Wir haben in La Chaux-de-Fonds einen guten Ruf. Und der Beruf ist weit mehr, als man sich allgemein vorstellt.» Zunächst einmal skizziert sie den Fachhandel für kultiviertes Kochen und Wohnen als vielfältig und abwechslungsreich. «Kein Tag ist wie der andere. Es gibt eine enorme Fülle von Tätigkeiten und Verantwortungen.» Besonders die direkte Begegnung mit Kundinnen und Kunden sei anspruchsvoll und zugleich motivierend. Und was gibt man den Jungen über das Fachwissen hinaus mit? Verantwortungsbewusstsein, Selbstvertrauen und Selbstständigkeit. Es gehe zudem um das Erlernen von Flexibilität und Offenheit für Neues sowie um ein grundlegendes Verständnis für Menschen. Und eines der zentralen Ziele sei, auch bei anspruchsvollen Kunden freundlich bleiben zu lernen. Mit all diesen Werten und Erfahrungen sieht Stéphanie Dellandrea-Kaufmann die jungen Menschen nach Lehrabschluss gut gerüstet für Leben und Beruf. – Darüber hinaus erfährt auch das Geschäft eine Bereicherung, wenn dort junge Menschen den Einstieg ins Berufsleben wagen. «Sie bringen einen neuen Wind, eine neue Energie in unseren Betrieb!» Die Geschäftsführerin erkennt im Frischen und Unkonventionellen, im nicht festgefahrenen Denken einen grossen Gewinn. «Die Jungen fordern uns heraus, sie halten uns mental fit – und wir weisen ihnen den Weg ins Berufsleben. Für mich ist das ein klassisches Win-win!»

La formation

Les demandes de formation professionnelle nous arrivent toutes seules, sans qu'il faille aller chercher les jeunes. Pour quelle raison? «À La Chaux-de-Fonds, nous avons bonne renommée et la profession représente beaucoup plus que ce que l'on s'imagine d'habitude.» D'abord, le commerce spécialisé en art culinaire et en culture de l'habitat présente de multiples facettes. «Les jours se suivent mais ne se ressemblent pas. La gamme d'activités et de responsabilités est vaste.» En particulier, la rencontre directe avec les clientes et les clients est exigeante et motivante à la fois. Qu'apportons-nous aux jeunes en plus des connaissances professionnelles? Le sens des responsabilités, la confiance en soi et l'autonomie. Il faut en outre leur enseigner la flexibilité, l'ouverture à la nouveauté et une compréhension fondamentale des gens. L'un des objectifs essentiels est d'apprendre à rester aimable même vis-à-vis de clients exigeants. Stéphanie Dellandrea-Kaufmann estime que de cette façon, après leur CFC, riches de toutes ces valeurs et expériences, les jeunes sont bien équipés pour la vie et leur carrière. En outre, l'entreprise en bénéficie aussi lorsque des jeunes se lancent dans la vie professionnelle. «Ils apportent de l'air frais, une énergie nouvelle dans notre entreprise» dit la directrice qui entrevoit dans la pensée non conventionnelle et non figée un gain considérable. «Les jeunes nous mettent au défi, nous maintiennent en forme mentalement et nous leur montrons le chemin dans la vie professionnelle. Pour moi, c'est un cas classique où les deux parties sont gagnantes!»

►► ... FORTSETZUNG / ... SUITE

«Wir sind sehr dankbar für die Auszeichnung durch polaris – und auch ein wenig stolz darauf!»

Bertrand Kaufmann,
Geschäftsführer der Kaufmann & Fils SA



«Nous sommes reconnaissants à polaris de la distinction reçue qui nous rend aussi un peu fiers!»

Bertrand Kaufmann,
Directeur de la Kaufmann & Fils SA

Wohin geht die Reise?

Die Zukunft der Boutique besteht aus weit mehr als dem Verkauf von Küchenutensilien und Wohnaccessoires. Neben dem Standardassortiment an Porzellan und Besteck – man führt kaum Elektrogeräte und keine Kaffeemaschinen – braucht es vor allem ein Gespür für Neuheiten: «Wir wollen, nein wir müssen jeweils die ersten sein mit guten Ideen. Wenn diese dann in der Breite auftauchen, kommen wir schon wieder mit weiteren Neuheiten.» Für die Zukunft setzt man auf ein hochspezialisiertes Sortiment und die intensive Interaktion mit der Kundschaft. Dazu zählen Kurse und Events, Themenberatungen zu Ernährung und Gesundheit oder auch das perfekte Arrangement von Tisch und Tafel. Denn der Kontakt zur Boutique soll immer wieder zum Erlebnis werden, belebt von Anregungen und Inspirationen. «Wir betreuen unsere Kund*innen sehr persönlich und sind auch nach dem Einkauf mit Herzblut für sie da.» Mit diesem Credo wird die Boutique «Côté Ambiance» auch weiterhin Fachkräfte ausbilden. Die Anerkennung durch die Förderstiftung polaris mache Mut! Und: Mit der Auszeichnung zum «Ausbildungsbetrieb 2023» hat eine weitere Lernende ihren Berufseinstieg bereits auf sicher.

Où vous conduit le voyage?

L'avenir de la boutique dépend de beaucoup plus que de la vente d'ustensiles de cuisine et d'accessoires pour la maison. En plus de la porcelaine et des couverts de l'assortiment standard (nous ne vendons pratiquement pas d'appareils électriques ni de machines à café), il faut avoir un flair pour les nouveautés. «Nous voulons, non, nous devons à chaque fois être les premiers avec de bonnes idées. Une fois que celles-ci se popularisent, nous avons déjà d'autres nouveautés.» Pour l'avenir, nous misons sur un assortiment hautement spécialisé et une interaction intensive avec la clientèle. Cette approche comprend des cours et des événements, des conseils thématiques sur l'alimentation et la santé mais aussi l'arrangement parfait d'une table pour un repas de fête. En effet, chaque contact avec notre boutique doit être une source renouvelée de suggestions et d'inspiration. «Nous assurons le suivi de nos clientes et de nos clients de façon très personnelle et nous restons de tout cœur à leur disposition même après l'achat.» Sur la base de ce credo, la boutique «Côté Ambiance» continuera à former des spécialistes qualifiées. La reconnaissance par la fondation polaris nous encourage! Et il y a plus: grâce à la distinction «entreprise formatrice de l'année 2023», une nouvelle apprentie pourra se lancer avec assurance dans le métier.



Die engagierte, hier komplett angetretene Frauschaft der Boutique «Côté Ambiance» nimmt ihren Patron Bertrand Kaufmann vor dem eleganten Ladeneingang in die Mitte.

L'équipe féminine au grand complet entoure son patron Bertrand Kaufmann devant l'élégante entrée de la boutique «Côté Ambiance».

Die Berichterstattung über den Gewinner des Förderpreises 2023 im Bereich Eisenwaren, Weber AG, Chur, wird in einer nächsten Ausgabe der perspective publiziert.

La présentation du lauréat du prix de la meilleure entreprise formatrice 2023 dans le secteur quincaillerie, Weber AG, Chur, sera publiée dans un prochain numéro de perspective.

Von Lostorf aus in die Welt – Adieu Tablets!

Nach über elf Jahren treuer Dienste in Lostorf erhalten die Samsung-Tablets, die einst als unverzichtbare Hilfsmittel für die Kursdurchführung während unserer überbetrieblichen Kurse (üK) dienten, eine neue Bestimmung: Sie werden nun in der internationalen Bildung eingesetzt. Die seit September 2023 in unsere Lernumgebung erfolgreich eingeführte intuitive, persönliche und digitale Lernplattform nu.Education macht die Tablets obsolet.

Aus diesem Grund beschloss Swissavant – Wirtschaftsverband Handwerk und Haushalt – den Tablets ein zweites Leben zu schenken: Labdoo, eine gemeinnützige Organisation, die ungenutzte elektronische Geräte sammelt, überarbeitet und an Bildungseinrichtungen auf der ganzen Welt verteilt, hat Anfang April rund 90 Tablets in Empfang genommen.

Erklärtes Ziel von Labdoo ist es, den Zugang zu Bildung – und zwar weltweit – zu fördern. Ein passender Partner also für Swissavant, die die Berufsbildung als nobelste Aufgabe eines Wirtschaftsverbandes deklariert. Bis heute wurden bereits über 875 000 Schüler*innen aus 151 Ländern von Labdoo unterstützt.

Swissavant ist stolz darauf, mit der Spende einen Beitrag zur Nachhaltigkeit im Rahmen der Weiterverwendung der digitalen Infrastruktur, und damit weltweit den Zugang zu hochwertiger Bildung erleichtern zu können.

Nicolas Hüsler, Berufsbildungs-Manager bei Swissavant (links) übergibt die Tablets an Frank Geisler, Präsident des Vereins Labdoo.org Schweiz



De Lostorf au monde entier – adieu tablettes!

Après plus de onze ans de bons et loyaux services à Lostorf, les tablettes Samsung, qui servaient autrefois d'outils indispensables à la réalisation des cours pendant nos cours interentreprises (CIE), reçoivent une nouvelle destination: elles sont désormais utilisées dans la formation internationale. La plateforme d'apprentissage intuitive, personnelle et numérique nu.Education, introduite avec succès dans notre environnement d'apprentissage depuis septembre 2023, rend les tablettes obsolètes.

C'est pourquoi Swissavant – Association économique Artisanat et Ménage – a décidé d'offrir une seconde vie aux tablettes: Labdoo, une organisation à but non lucratif qui collecte les appareils électroniques inutilisés, les remet en état et les distribue aux établissements d'enseignement du monde entier, a pris possession de quelque 90 tablettes début avril.

L'objectif déclaré de Labdoo est de promouvoir l'accès à l'éducation, et ce dans le monde entier. Un partenaire de choix donc pour Swissavant, qui déclare que la formation professionnelle est la mission la plus noble d'une association économique. À ce jour, plus de 875 000 élèves* de 151 pays ont déjà bénéficié du soutien de Labdoo.

Avec ce don, Swissavant est fière de pouvoir contribuer à la durabilité dans le cadre de la réutilisation de l'infrastructure numérique, et de faciliter ainsi l'accès à une formation de qualité dans le monde entier.

Nicolas Hüsler, gestionnaire de la formation professionnelle chez Swissavant (à gauche), remet les tablettes à Frank Geisler, Président de l'association Labdoo.org Suisse

Selbstständig erwerbend oder nicht?

Der Status des selbstständig Erwerbenden im Gegensatz zum Arbeitnehmenden wird auf der Grundlage objektiver Kriterien definiert. Müsste man den «Parteiwillen berücksichtigen», also den Erwerbstätigen die freie Wahl ihres Status ermöglichen, würde das nicht nur die derzeitige Praxis auf den Kopf stellen, sondern auch zahlreichen Missbräuchen Tür und Tor öffnen.

Ist es denn so schwierig, den Selbstständig-erwerbenden-Status zu erlangen?

Beschränken die Entscheidungen der AHV-Ausgleichskassen und der Gerichte die Möglichkeiten bestimmter Erwerbstätiger, sich selbstständig zu machen, übermässig? Das meint Nationalrat Jürg Grossen (BE, Grünliberale), der vor sechs Jahren eine parlamentarische Initiative mit dem Titel «Selbstständigkeit ermöglichen, Parteiwillen berücksichtigen» (18.455) einreichte. Der Antrag wurde von beiden Kammern angenommen, und die Kommission für soziale Sicherheit und Gesundheit des Nationalrats (SGK-NR) prüft nun seine Umsetzung.

Der Initiativtext fordert, Artikel 12 des Bundesgesetzes über den Allgemeinen Teil des Sozialversicherungsrechts (ATSG) um einen neuen Absatz zu ergänzen: «Für die Unterscheidung zwischen Selbstständigerwerbenden und Arbeitnehmerinnen sowie Arbeitnehmern werden das Mass der organisatorischen Unterordnung und des unternehmerischen Risikos sowie allfällige Parteivereinbarungen berücksichtigt.» Die ersten beiden Kriterien – Grad der Unterordnung und unternehmerisches Risiko – entsprechen der gängigen Praxis; das dritte – der Wille der Parteien – öffnet die Tür zu etwas völlig Neuem – und eher Unangemessenem.

Das Argumentarium weist darauf hin, dass bestimmte Personen, die eine Anerkennung als selbstständig Erwerbende anstreben, aus sozialversicherungsrechtlicher oder arbeitsrechtlicher Sicht als Arbeitnehmende gelten, «auch wenn sich die Beteiligten einig sind, dass es sich um eine selbstständige Tätigkeit handelt.» Die Dienstleister würden gegen ihren Willen und entgegen den von ihnen unterzeichneten Verträgen in eine rechtliche Zwangsjacke gesteckt, und diese Entscheidungen würden ein Hindernis für bestimmte unternehmerische Modelle darstellen. Sollten wir also mehr Freiheit bei der Definition des Selbstständigerwerbenden-Status zulassen?

Eine Definition nach objektive Kriterien

Das geltende Gesetz definiert den Status des Selbstständigen negativ: Selbstständigerwerbend ist, wer Erwerbseinkommen erzielt, das nicht Entgelt für eine als Arbeitnehmerin oder Arbeitnehmer geleistete Arbeit darstellt. Hierbei handelt es sich um eine eher liberale Formulierung, die impliziert, dass nur Personen, die eindeutig in einem Abhängigkeitsverhältnis zu einer anderen natürlichen oder juristischen Person stehen, die als Arbeitgeberin auftritt, die Selbstständigkeit verweigert werden kann. Die Frage liegt also im Bestehen oder Nichtbestehen dieses Abhängigkeitsverhältnisses, das sich nicht aus den Erklärungen der Parteien, sondern aus einer objektiven Tatsachenfeststellung ergibt.

«Der Schlüsselfaktor liegt im Vorliegen oder Nichtvorliegen eines Abhängigkeitsverhältnisses, das sich aus einer objektiven Sachverhaltswürdigung ergibt.»

In Ermangelung einer genauen Umschreibung im Gesetz ist es die Rechtsprechung, welche die Kriterien für ein Arbeitsverhältnis definiert. Bei diesen Kriterien handelt es sich vor allem um die wirtschaftliche Abhängigkeit und das Unterordnungsverhältnis. Auch eine sehr geringe Anzahl an «Kunden» kann ein Indikator für eine abhängige Erwerbstätigkeit sein. Umgekehrt gibt es Merkmale, die eine selbstständige Tätigkeit auszeichnen, wie die Möglichkeit, Mandate und Kunden selbst zu akquirieren, zu investieren, Verluste zu erleiden, Inkassorisiken zu tragen, eigene Räumlichkeiten zu nutzen usw. Die meisten Fälle, die sich als unklar erweisen könnten, werden durch die Rechtsprechung entschieden, die in der Lage ist, sich schnell an die Fortentwicklung der Wirtschaftsmodelle anzupassen.

Ein Status, der allzu oft zur Gesetzesumgehung herangezogen wird

Welchen Platz können wir hier dem «Parteiwillen» zuweisen, wenn dieser Wille nicht der objektiven Analyse der Parteibeziehung

entspricht? Ein liberaler Umgang mit den Arbeitsbedingungen ist wünschenswert, darf aber nicht zu einer Art Anarchie führen. In den Streitfällen handelt es sich häufig um Personen, die arbeitsrechtliche Regelungen und sozialversicherungsrechtliche Pflichten umgehen wollen. Daher kann es für einen Arbeitgeber verlockend sein, Arbeitnehmende als Selbstständige auszugeben, um Sozialversicherungsbeiträge zu umgehen. Ein Arbeitnehmender kann auch Vorteile daraus ziehen, als selbstständig aufzutreten, aber diese Vorteile erweisen sich manchmal als nur von kurzer Dauer, und die falschen Unabhängigen gehen letztlich gegen ihren Arbeitgeber vor, um ihren Arbeitnehmenden-Status einzufordern.

In seinem «Flexi-Test»-Bericht vom Oktober 2021 schreibt der Bundesrat, dass die «Auswertungen zeigen, dass hinsichtlich der Optionen in Bezug auf den Erwerbsstatus die Optionen «Wahlfreiheit» oder «Parteivereinbarung» für die meisten Erwerbstätigen keine adäquate Form der Flexibilisierung wären. Die Plattformbetreiber könnten tendenziell durchsetzen, dass sich die Erwerbstätigen als Selbstständigerwerbende anmelden müssten. [...] Zudem wären individuelle Statusentscheide oder Parteivereinbarung mit dem Versicherungsobligatorium, welches wesentlich vom Erwerbsstatus abhängt, nicht vereinbar und würden die rechtsgleiche Behandlung gleichartiger Tätigkeiten in Frage stellen.»

Der Bundesrat kommt zu Recht zum Schluss, dass die derzeitige Praxis nicht geändert werden sollte. Es geht höchstens darum, die Rechtssicherheit zu gewährleisten, indem sichergestellt wird, dass die Entscheidungen der ausführenden Organe schnell gefällt werden und klar sind.

Es ist daher zu hoffen, dass die SGK-NR auf die Umsetzung der parlamentarischen Initiative Grossen verzichtet.

Autor: Pierre-Gabriel Bieri

Übersetzung: Markus Hugentobler

Quelle: Centre Patronal, Bern, 03.04.2024

www.centrepatronal.ch



Gartentrends und Branchen-Insights – ab sofort im neuen Online-Magazin der spoga+gafa

Die spoga+gafa, die grösste Garten- und BBQ-Messe der Welt, launcht ein neues Onlinemagazin. Das Magazin bietet ab sofort Zugang zu exklusiven und branchenspezifischen Informationen. Verschiedene Formate wie Interviews, Videos und Fachbeiträge beleuchten aktuelle Entwicklungen, Innovationen und Trends und gewähren spannende Einblicke in den Markt sowie auf dessen Akteure. **Die diesjährige spoga+gafa findet vom 16. bis 18. Juni 2024 statt.**

Aktuelle Artikel im Überblick



„Der Trend zum Kochen im Freien verstärkt sich“

Harry Soo ist preisgekrönter BBQ Pitmaster und Influencer aus Los Angeles. Wir sprachen mit ihm über aktuelle Trends, Nachhaltigkeit beim Grillen und das Geheimnis eines guten BBQs.



Digitale Helfer: Aktuelle Gartenapps

Für die Gestaltung und Pflege des eigenen Gartens gibt es heute eine große Auswahl an Apps. Wir stellen einige der digitalen Helfer vor, die mit KI weiter optimiert werden.



"Verantwortung gewinnt im Garten an Bedeutung"

Unter dem Leitthema „Responsible Gardens“ stellt die spoga+gafa 2024 gemeinsam mit der Grünen Branche verantwortungsvolles Handeln in den Mittelpunkt.

Mit einem speziellen Fokus auf die Ausstellungsschwerpunkte der spoga+gafa – garden unique, garden creation and care, garden bbq, garden living – und dem diesjährigen Leitthema «Responsible Gardens – Verantwortungsvolle Gärten», bietet das Magazin wertvolle Informationen und Inspiration für Fachleute und Interessierte der Grünen Branche.

Highlights des neuen Magazins:

1. Experteninterviews

Branchenführende Expertinnen und Experten geben Einblicke in die neuesten Entwicklungen, Strategien und Visionen, beleuchten neueste Entwicklungen und wagen einen Blick in die Zukunft der Garten- und BBQ-Branche.

2. spoga+gafa Talks: «Im Garten mit...»

Das TV-Format «Im Garten mit...» liefert einen Blick über den Tellerrand hinweg. Direktor Stefan Lohrberg spricht in einem ausführlichen spoga+gafa-Talk mit wechselnden und inspirierenden Gästen.

3. Fachbeiträge

Branchenexperten berichten in exklusiven Beiträgen über aktuelle Markttrends, innovative Techniken sowie praxisnahe Tipps und Tricks rund um Garten und Grillen.

Erstes TV-Highlight online

Der erste spoga+gafa-Expertentalk mit der führenden Handels- und Zukunftsforscherin in der D-A-CH-Region, Theresa Schleicher, ist bereits online. Im ausführlichen Gespräch mit Messedirektor Stefan Lohrberg spricht

Theresa Schleicher im ersten Teil der TV-Reihe «Im Garten mit...» über den Einfluss globaler Trends und veränderter Konsumgewohnheiten und Kundenbedürfnisse auf die Gartenbranche.

Somit schaut das neue Magazin als Mehrwert- und Themenplattform auch hinter die Kulissen der weltweit grössten Garten- und BBQ-Messe und ermöglicht den Leserinnen und Lesern, Zuschauerinnen und Zuschauern ihr Wissen zu vertiefen und sich inspirieren zu lassen.

Das Onlinemagazin der spoga+gafa ist ab sofort kostenlos auf der offiziellen Website der spoga+gafa verfügbar.

www.spogagafa.de/magazin

Ce rapport est publié uniquement en allemand.

Il ne suffit pas de se déclarer indépendant

Le statut de travailleur indépendant est défini par opposition à celui de salarié, et sur la base de critères objectifs. Vouloir «tenir compte de la volonté des parties», c'est-à-dire permettre aux travailleurs de choisir librement leur statut, bouleverserait la pratique actuelle et ouvrirait la porte à des abus.

Le statut d'indépendant est-il trop difficile à obtenir?

Les décisions rendues par les caisses de compensation AVS et par les tribunaux limitent-elles excessivement le choix de certains travailleurs de se déclarer indépendants? C'est ce que pense le conseiller national Jürg Grossen (BE, Vert'libéral), qui a déposé il y a déjà six ans une initiative parlementaire intitulée «Accorder la qualité de personne exerçant une activité lucrative indépendante en tenant compte de la volonté des parties» (18.455). La demande a été acceptée par les deux Chambres et la Commission de la sécurité sociale et de la santé publique du Conseil national (CSSS-N) se penche maintenant sur sa mise en œuvre.

Le texte demande de compléter l'article 12 de la loi fédérale sur la partie générale du droit des assurances sociales (LPGA) par un nouvel alinéa: «La distinction entre personnes exerçant une activité lucrative indépendante et salariés est établie en tenant compte du degré de subordination d'un point de vue organisationnel, du risque entrepreneurial et des éventuels accords passés entre les parties.» Les deux premiers critères – degré de subordination et risque entrepreneurial – correspondent à la pratique actuelle; le troisième – la volonté des parties – ouvre la porte à quelque chose de tout à fait nouveau... et de plutôt inapproprié.

L'argumentation pointe du doigt le fait que certaines personnes souhaitant être reconnues comme indépendantes se retrouvent considérées comme salariées du point de vue des assurances sociales ou de la législation sur le travail, «même lorsque toutes les personnes concernées sont d'avis que l'activité en question est une activité indépendante». Des prestataires de services se verraient imposer contre leur gré un carcan juridique contraire aux accords qu'ils ont signés, et ces décisions constitueraient des entraves à l'égard de certains modèles entrepreneuriaux. Faut-il alors laisser plus de liberté dans la définition du statut d'indépendant?

Une définition qui répond à des critères objectifs

La loi actuelle définit le statut d'indépendant par la négative: est considéré comme indépendant le travailleur qui n'exerce pas une activité salariée. C'est une formulation plutôt libérale, qui implique que les seules personnes pouvant se voir refuser le statut d'indépendant sont celles qui ont manifestement un lien de dépendance à l'égard d'une autre personne physique ou morale agissant comme employeur. L'enjeu réside donc dans l'existence ou non de ce lien de dépendance, qui ne résulte pas des déclarations des parties mais d'une constatation objective des faits.

«L'enjeu réside dans l'existence ou non d'un lien de dépendance, qui résulte d'une constatation objective des faits.»

A défaut d'une description précise dans la loi, c'est la jurisprudence qui a été amenée à définir les critères constitutifs d'un lien de dépendance. Ces critères sont principalement ceux de la dépendance économique et du lien de subordination. Un très faible nombre de «clients» peut aussi constituer l'indice d'une activité salariée. A l'inverse, les éléments qui caractérisent une activité indépendante sont la capacité à acquérir par soi-même des mandats et des clients, à investir, à subir des pertes, à supporter les risques d'encaissement, à utiliser ses propres locaux, etc. La plupart des cas pouvant se révéler ambigus sont tranchés par la jurisprudence, qui est capable de s'adapter rapidement à l'évolution des modèles économiques.

Un statut trop souvent invoqué pour contourner la loi

Quelle place peut-on laisser ici à la «volonté des parties», si cette volonté ne correspond pas à l'analyse objective de leur relation? Une approche libérale des conditions de travail est souhaitable, mais cela ne doit pas conduire à une forme d'anarchie. En l'occurrence, les cas litigieux concernent souvent des personnes qui

cherchent à contourner la législation sur le travail et les obligations en matière d'assurances sociales. Il peut ainsi être tentant, pour un employeur, de faire passer des employés pour des indépendants afin d'échapper aux charges sociales. Un employé peut aussi trouver des avantages à se présenter comme indépendant, mais ces avantages se révèlent parfois de courte durée et les faux indépendants finissent alors par se retourner contre leurs employeurs pour revendiquer leur statut de salariés.

Dans son rapport «Flexi-Test» d'octobre 2021, le Conseil fédéral écrit que «les options «liberté de choix» ou «déclaration concordante des parties» ne représenteraient pas une forme appropriée de flexibilisation pour la plupart des travailleurs. Les exploitants de plateforme auraient certainement tendance à l'appliquer de sorte à forcer les personnes travaillant pour eux à se déclarer indépendantes. [...] De plus, des décisions individuelles en matière de statut ou une déclaration concordante des parties ne seraient pas compatibles avec l'obligation d'assurance, qui dépend largement du statut professionnel, et remettrait en question l'égalité de traitement des activités du même type.»

Le Conseil fédéral, à juste titre, aboutit à la conclusion que la pratique actuelle ne doit pas être modifiée. Tout au plus s'agit-il de garantir la sécurité du droit, en veillant à ce que les décisions prises par les organes d'exécution soient rapides et claires.

Il faut donc souhaiter que la CSSS-N renonce à mettre en œuvre l'initiative parlementaire Grossen.

Auteur: Pierre-Gabriel Bieri

Source: Centre Patronal, Lausanne, 03.04.2024
www.centrepatronal.ch

KI-Einsatz bei der Arbeit: Beschäftigte sind geteilter Meinung

- Eine Hälfte will Routinearbeiten an die KI abgeben, die andere Hälfte lehnt das ab
- 13 Prozent glauben, dass eine Künstliche Intelligenz ihren Job komplett übernehmen könnte



Dr. Ralf Wintergerst

Eine KI als Kollegin? Die Frage spaltet derzeit Deutschlands Beschäftigte.

Die Hälfte der Erwerbstätigen (51 Prozent) wünscht sich, dass Künstliche Intelligenz langweilige Routineaufgaben in ihrem Job übernimmt. Aber fast ebenso viele (46 Prozent) lehnen das ab. Knapp die Hälfte (45 Prozent) der Beschäftigten hätte gerne eine KI als persönlichen Assistenten bei der Arbeit, aber nur 31 Prozent gehen davon aus, dass eine KI ihnen derzeit Aufgaben an ihrem Arbeitsplatz auch tatsächlich abnehmen könnte. Umgekehrt meinen jedoch 13 Prozent, dass sie in ihrem Beruf durch eine KI künftig komplett ersetzt werden könnten.

«Die KI wird in erster Linie den Menschen unterstützen, etwa indem sie sich wiederholende Aufgaben übernimmt, auf eventuelle Fehler hinweist oder wichtige Erkenntnisse aus grossen Datenmengen zieht.»

Das sind Ergebnisse einer Befragung von 511 Erwerbstätigen in Deutschland im Auftrag des Digitalverbands Bitkom. «Künstliche Intelligenz wird in den kommenden Jahren in praktisch allen Berufen Tätigkeiten verändern und Beschäftigte entlasten. KI wird in vorhandene Technologien integriert – zum Beispiel im Büro. Es werden aber auch ganz neue Anwendungen entstehen – zum Beispiel in der industriellen Fertigung, der Gesundheitsversorgung oder in Kreativ-Berufen», sagt Bitkom-Präsident Dr. Ralf Wintergerst.

Den grössten Vorteil beim KI-Einsatz am Arbeitsplatz sehen Erwerbstätige darin, dass Unternehmen damit zukunftsfähig bleiben (50 Prozent). 47 Prozent sagen, dass dadurch Arbeitszeit gespart wird, 41 Prozent, dass sich Menschen dadurch auf wichtigere Aufgaben konzentrieren können.

Je rund ein Drittel meint, dass mit KI menschliche Fehler vermieden werden (33 Prozent), schnellere und präzisere Problemanalysen möglich sind (31 Prozent) und sich die Motivation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erhöht (30 Prozent). Ein Viertel (26 Prozent) sieht Kosteneinsparungen als Vorteil, ein Fünftel (21 Prozent) einen geringeren Ressourcenverbrauch.

Beschleunigte Prozesse nennen 18 Prozent als Vorteil, 12 Prozent erhoffen sich durch KI Expertenwissen im Unternehmen, das es sonst nicht gäbe.

Nur 9 Prozent erwarten, dass durch KI Produkte und Dienstleistungen verbessert werden und gerade einmal 7 Prozent rechnen damit, dass KI völlig neue Produkte und Dienstleistungen ermöglicht. Fast ein Fünftel (18 Prozent) der Beschäftigten meint, KI habe in der Arbeitswelt gar keine Vorteile.

Dagegen sieht nur 1 Prozent keine Nachteile beim KI-Einsatz in der Arbeitswelt. Drei Viertel (77 Prozent) befürchten, dass durch KI Arbeitsplätze wegfallen, 71 Prozent, dass aufgrund des KI-Einsatzes unklar werde, wer für einen Fehler die Verantwortung trägt. Und 66 Prozent haben Sorge, dass sich die Menschen künftig zu sehr auf KI verlassen. Ebenfalls rund zwei Drittel (64 Prozent) sehen als Nachteil, dass die Arbeit durch KI die menschliche Ebene verliert. Und 63 Prozent halten für unklar, an wen die Daten gehen, die für KI genutzt werden. Weniger weit verbreitet ist die Kritik, dass KI zu kompliziert zu nutzen ist (24 Prozent) und Unternehmen zu viel Geld für KI ausgeben, das dann anderswo fehlt (20 Prozent). 5 Prozent beklagen, dass KI vor allem die einfachen Aufgaben übernimmt, die auch einmal Verschnaufpausen am Arbeitsplatz bieten. «Unternehmen sollten Beschäftigten ermöglichen, eigene Erfahrungen mit KI zu machen. Durch die Vermittlung von KI-Kompetenzen lassen sich die Möglichkeiten und Grenzen der Technologie besser verstehen», so Wintergerst.

www.bitkom.org

Hinweis zur Methodik: Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverband Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 1004 Personen ab 16 Jahren in Deutschland telefonisch befragt, darunter 511 Erwerbstätige. Die Befragung fand im Zeitraum von KW 41 bis KW 44 2023 statt. Die Gesamtumfrage ist repräsentativ. Die Fragestellungen lauteten «Würden Sie sich grundsätzlich wünschen, dass mithilfe von KI der Anteil langweiliger, routinemässiger Aufgaben an Ihrem Arbeitsplatz reduziert wird?», «Glauben Sie, dass eine KI Ihnen Aufgaben an Ihrem heutigen Arbeitsplatz abnehmen könnte?», «Ich lese Ihnen nun einige Aussagen zu KI im Arbeitskontext vor. Bitte sagen Sie mir, inwieweit die folgenden Aussagen auf Sie bzw. Ihrer Meinung nach zutreffen.», «Was wären, unabhängig von Ihrem eigenen Arbeitsplatz, die grössten Vorteile einer KI am Arbeitsplatz?» und «Und was wären, allgemein betrachtet, die grössten Nachteile einer KI am Arbeitsplatz?»

Investitionen in KI steigen, viele Potenziale bleiben aber noch ungenutzt

Neues B2BEST Barometer von ECC KÖLN und Creditreform zeigt: Einsatz von KI ist eines der Top-Themen für B2B-Unternehmen. Investitionen in KI-Lösungen steigen, viele Potenziale werden aber nicht ausgeschöpft. Integration in bestehende Systeme und Datenschutz sind grösste Herausforderungen. Wirtschaftliche Lage weiterhin stabil.

Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz (38%) ist nach Digitalisierung (59%) das Top-Thema für B2B-Unternehmen.

Haupttreiber für die Implementierung von KI-Lösungen sind aus Sicht der Grosshändler und Hersteller neben internen Zielen wie Effizienzsteigerung (53%) vor allem Kundenanforderungen und Wettbewerbsdruck (je 44%). Das zeigen die Ergebnisse des aktuellen B2BEST Barometers des ECC KÖLN und Creditreform.

Die Relevanz des Themas spiegelt sich auch in den geplanten Investitionen in KI wider: Der Grossteil der Befragten hat diese bereits im letzten Jahr erhöht und will damit in diesem Jahr fortfahren (74%). Investiert wird an erster Stelle in die KI-Lösungen selbst (36%), aber auch in den Ausbau der IT-Infrastruktur sowie die Datenqualität. Ein Blick auf die verschiedenen Unternehmensbereiche zeigt, dass KI-Anwendungen insbesondere in der IT-Sicherheit zum Einsatz kommen (72%), gefolgt von Kundenservice (66%) und Marketing (65%).



Direkt zur Studie

Chancen durch KI: Langfristig positiver Einfluss auf Unternehmensumsatz

Insgesamt sieht die Mehrheit KI als grosse Chance und verspricht sich auch langfristig positive Auswirkungen auf Unternehmensumsatz und Kosteneinsparungen. Als grössten Einflussfaktor sehen 80 Prozent der Befragten vorausschauende Analysen, aber auch der Betrugserkennung mittels KI (77%) sowie der automatisierten Dokumentenerstellung (76%) wird eine grosse Relevanz zugeschrieben.

«KI-Lösungen können den Erfolg von B2B-Unternehmen in Hinblick auf Wachstum, Effizienz und Kundenbindung deutlich steigern. Viele Potenziale, unter anderem in den Bereichen Marketing Automation, Bestandsoptimierung und Betrugs-erkennung bleiben zurzeit aber noch ungenutzt, auch wenn die Relevanz erkannt wird. Diesen Hebel sollten Unternehmen nutzen und entsprechende Massnahmen vorantreiben»,

erklärt Sébastien Wörndle, Social Media Marketing Manager bei Creditreform.

Implementierung stellt Unternehmen vor Herausforderungen

B2B-Unternehmen sehen sich vielen Herausforderungen und internen Barrieren gegenübergestellt, die eine erfolgreiche KI-Implementierung erschweren. Vor allem die Integration in bereits bestehende Systeme (43%) sowie Datenschutzprobleme (39%) werden in diesem Kontext genannt.

«Neben der Notwendigkeit, die Systemlandschaft anzupassen und die Datenqualität zu verbessern, muss KI als eine Top-Priorität des Managements festgelegt werden. Nur so können das Wissen und die Kompetenz der Mitarbeitenden verbessert und Implementierungslücken geschlossen werden»,

so Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH KÖLN und Gründer des ECC KÖLN.

Wirtschaftliche Lage weiterhin stabil

Knapp sieben von zehn der befragten Hersteller und Grosshändler (68%) bewerten die allgemeine wirtschaftliche Lage insgesamt weiterhin als positiv, auch wenn der Mittelwert von 2,15 (auf einer Skala von 1 = sehr gut bis 5 = sehr schlecht) etwas schlechter ausfällt als im letzten Quartal.

Die Investitionen sind im Vergleich zum vierten Quartal 2023 gestiegen, insbesondere in den Bereichen Digitalisierung der Verkaufsprozesse (65%) und Betrugsprävention (30%). Die grössten Unsicherheitsfaktoren stellen aus Sicht der Unternehmen die Energiekrise (39%), Rezessionsgefahr (34%) und bürokratische Reglementierungen (22%) dar.

www.ifhkoeln.de

Die Studie kann kostenlos auf der Website des IFH heruntergeladen werden.

Einfluss von KI auf den Unternehmensumsatz

Frage: Inwiefern wirken sich die folgenden Einsatzmöglichkeiten von KI langfristig positiv auf den Unternehmensumsatz aus?



Info: 199 ≤ n ≤ 207; Darstellung der Top-2-Werte („hat einen starken Einfluss“ + „hat einen sehr starken Einfluss“)

SFS blieb im Geschäftsjahr 2023 gut auf Kurs

Die SFS Group erzielte in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld eine stabile Entwicklung. Mit einem Umsatz mit Dritten (Bruttoumsatz) von 3090,8 Mio. CHF und einer EBIT-Marge von 11,7% wurden die gesteckten finanziellen Ziele erreicht. Die hohen Investitionen zur Realisierung von Wachstumsprojekten erweisen sich als wertvoll und zielgerichtet. Im Bereich der Nachhaltigkeit konnte SFS weitere wichtige Fortschritte verzeichnen und ist hinsichtlich der Zielsetzungen in den Bereichen Aus- und Weiterbildung sowie Reduktion der CO₂-Emissionen auf Kurs.

Geopolitische und makroökonomische Entwicklungen übten im Jahr 2023 einen starken Einfluss auf die Tätigkeiten von SFS aus. Einhergehend trübten sich wichtige wirtschaftliche Frühindikatoren im Verlaufe des Jahres merklich ein. Erschwerend kam hinzu, dass viele Kunden als Folge der Normalisierung der Lieferketten nach den COVID-bedingten Verwerfungen ihre Lagerbestände abbauten. Der Geschäftsgang der letzten zwölf Monate spiegelt dies durch uneinheitliche Resultate in den verschiedenen Endmärkten wider.

Im Geschäftsjahr 2023 konnte SFS ein robustes organisches Umsatzwachstum von 2,1% erreichen. Der Umsatz stieg insgesamt um 12,6% auf 3090,8 Mio. CHF. Konsolidierungseffekte aus der am 1. Mai 2022 vollzogenen Einbindung von Hoffmann trugen 14,6% zur Umsatzsteigerung bei. Starke Währungseffekte bremsen die Entwicklung mit -4,1%. Auf vergleichbarer Basis betrug das Umsatzwachstum im ersten Halbjahr 0,8% und im zweiten Halbjahr 3,2% gegenüber der jeweiligen Vergleichsperiode des Vorjahres.

Ertrag deutlich beeinflusst

Konsolidierungs- und Mixeffekte aus der am 1. Mai 2022 vollzogenen Einbindung von Hoffmann, die uneinheitliche Auslastung der Produktionskapazitäten im Segment Engineered Components, die inflationsbedingt teilweise erhöhte Kostenbasis und die ungebrochene Aufwertung des Schweizer Frankens wirkten sich auf den Ertrag aus.

Der Betriebserfolg (EBIT) lag in der Berichtsperiode bei 358,6 Mio. CHF (Vj. 330,3 Mio. CHF) und die resultierende EBIT-Marge bei 11,7% (Vj. 12,1%).

www.sfs.com

SFS a bien gardé le cap durant l'exercice 2023

Le Groupe SFS a réalisé un développement stable dans un contexte économique difficile. Avec un chiffre d'affaires avec des tiers (chiffre d'affaires brut) 3090,8 millions de CHF et une marge d'EBIT de 11,7 %, les objectifs financiers fixés ont été atteints. Les investissements élevés pour la réalisation de projets de croissance se révèlent précieux et ciblés. En ce qui concerne le développement durable, SFS a accompli de nouveaux progrès importants et poursuit avec succès les objectifs en matière de formation et de perfectionnement professionnels ainsi que de réduction des émissions de CO₂.

Les évolutions géopolitiques et macroéconomiques ont fortement influencé les activités de SFS en 2023. Parallèlement, les principaux indicateurs économiques avancés se sont considérablement affaiblis au cours de l'année. En outre, la normalisation des chaînes d'approvisionnement à la suite des perturbations causées par le COVID a amené de nombreux clients à réduire leurs stocks. L'évolution des affaires au cours des douze derniers mois reflète cette situation par des résultats inégaux sur les différents marchés finaux.

Au cours de l'exercice 2023, SFS a enregistré une croissance organique robuste de son chiffre d'affaires de 2,1 %. Le chiffre d'affaires total a augmenté de 12,6 % pour atteindre 3090,8 millions de CHF. Les effets de consolidation résultant de l'intégration d'Hoffmann au 1^{er} mai 2022 ont contribué à l'augmentation du chiffre d'affaires de 14,6 %. De forts effets monétaires ont freiné la croissance avec -4,1 %. Sur une base comparable, la croissance du chiffre d'affaires a été de 0,8 % au premier semestre et de 3,2 % au second semestre par rapport aux périodes correspondantes de l'année précédente.

Rendement fortement influencé

Les effets de consolidation et les effets mixtes résultant de l'intégration d'Hoffmann le 1^{er} mai 2022, l'utilisation inégale des capacités de production dans le segment Engineered Components, l'augmentation de la base de coûts due en partie à l'inflation et l'appréciation continue du franc suisse ont affecté le rendement.

Au cours de la période de référence, le résultat d'exploitation (EBIT) s'est élevé à 358,6 millions de CHF (année préc. 330,3 millions de CHF) et la marge EBIT résultante à 11,7 % (année préc. 12,1 %).

www.sfs.com

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

	2023 1. Halbjahr 1 ^{er} semestre	2023 2. Halbjahr 2 ^e semestre	2023	2022	+/- Vorjahr +/- a. p.
Bruttoumsatz / Chiffre d'affaires brut	1580,7	1510,1	3090,8	2746,1	12,6 %
- Engineered Components	479,0	508,7	987,7	1028,2	-3,9 %
- Fastening Systems	330,4	284,9	615,3	644,9	-4,6 %
- Distribution & Logistics	771,3	716,5	1487,8	1073,0	38,7 %

Frigerio SA erneut bestätigt

Auch in diesem Jahr wurde die Frigerio SA aus Locarno wieder als **KÄRCHER GOLD PARTNER 2024** bestätigt. Eine Auszeichnung, die nur an Partner vergeben wird, die sich durch konstantes Engagement, professionellen Service, die Beratung durch ein erfahrenes Team und echte Markenvertretung auszeichnen.

Der Grundstein für diese Leistungen wurde bereits vor vielen Jahren gelegt. Die 1925 gegründete Frigerio SA blickt auf eine lange Geschichte zurück, die von Beständigkeit, Engagement und einem tiefen Verständnis für die Bedürfnisse der Kunden geprägt ist. Bereits in der vierten Generation hat sich das Familienunternehmen ständig weiterentwickelt und angepasst, um den bestmöglichen Service zu bieten.

Das Zertifikat ist eine begehrte Auszeichnung, die belegt, dass ganz bestimmte, von Kärcher geforderte Qualitätskriterien erfüllt wurden. Kriterien wie Qualität, Effizienz, Geschäftspotenzial, Kundenzufriedenheit und After-Sales-Service werden dokumentiert und überprüft.

Für diese Auszeichnung bedankt sich die Frigerio SA bei der Kärcher AG, ihrem Team und allen Kunden für ihr Vertrauen. www.frigerio.ch



Frigerio SA à nouveau confirmé

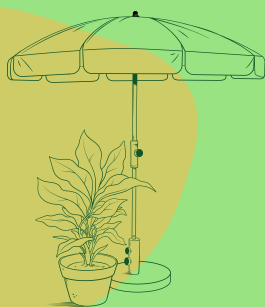
Cette année encore, Frigerio SA de Locarno a été confirmé comme **GOLD PARTNER 2024** de KÄRCHER. Une distinction qui n'est attribuée qu'aux partenaires qui se distinguent par un engagement constant, un service professionnel, les conseils d'une équipe expérimentée et une véritable représentation de la marque.

La première pierre de ces prestations a été posée il y a de nombreuses années déjà. Fondée en 1925, Frigerio SA a une longue histoire marquée par la constance, l'engagement et une profonde compréhension des besoins des clients. Depuis quatre générations déjà, l'entreprise familiale n'a cessé de se développer et de s'adapter afin d'offrir le meilleur service possible.

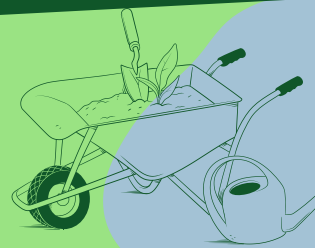
Le certificat est une distinction très convoitée qui prouve que des critères de qualité très précis, exigés par Kärcher, ont été remplis. Des critères tels que la qualité, l'efficacité, le potentiel commercial, la satisfaction des clients et le service après-vente sont documentés et contrôlés.

Pour cette distinction, Frigerio SA remercie Kärcher AG, sa propre équipe et tous ses clients pour leur confiance. www.frigerio.ch

LEITTHEMA: RESPONSIBLE GARDENS - VERANTWORTUNGSVOLLE GÄRTEN



JETZT TICKET SICHERN!



COME & GROW
spoga+gafa

16.-18.06.2024
KÖLN

DIE GRÖSSTE
GARTEN- UND BBQ-MESSE DER WELT



mariaelena.vacchi@koelnmesse.it | Tel.: +39 02 8696131

spogagafa.de

koelnmesse

Neuheiten von MONOLITH

Die bekannte deutsche BBQ-Marke MONOLITH beliefert ihre Schweizer Kunden ab diesem Jahr direkt aus der Schweiz.

Ausserdem wurde eine neue Serie der bekannten Keramik-Grills eingeführt: die Avantgarde Serie.

Der Avantgarde ist aus dem Bestreben entstanden, die technische Vielfalt & die Qualität der MONOLITH Produkte in ein zeitloses Design zu übertragen. Somit wurde ein deutlich stärkeres Gestell entworfen, welches jetzt auch eine Ablage für Zubehör bietet, sowie auch die Seitentische hält – dadurch wirken Grill & Gestell wie eine Einheit.

Im Griff wurden zusätzlich zwei LED-Lampen verbaut, die sich über einen Metallschalter an der Seite des Griffs betätigen lassen. Somit kann jetzt auch komfortabel bei Dunkelheit grilliert werden, ohne dass eine zusätzliche Lampe benötigt wird.

Alles in allem ist die Avantgarde Serie die Weiterentwicklung des sehr hohen Qualitäts- & Design-Standards von MONOLITH – sie wird deshalb die «ESS-KLASSE» genannt.

www.marchon.ch

Nouveautés de MONOLITH

À partir de cette année, la célèbre marque de bbq allemande MONOLITH a décidé d'approvisionner ses clients suisses directement depuis la Suisse.

Par ailleurs, une nouvelle série de grilles en céramique a été lancée: la série Avantgarde.

L'Avantgarde est issue de la volonté de transposer la diversité technique et la qualité des produits MONOLITH dans un design intemporel. C'est ainsi qu'a été conçu un châssis nettement plus solide, qui offre désormais aussi un support pour les accessoires et qui comprend également les tables latérales – le barbecue et le châssis semblent ainsi ne faire qu'un.

Deux lampes LED supplémentaires ont été installées dans la poignée et peuvent être actionnées via un interrupteur métallique sur le côté de la poignée. Ainsi, il est désormais possible de faire des grillades confortablement dans l'obscurité sans avoir besoin d'une lampe supplémentaire. En somme, la série Avantgarde est le développement du standard de qualité et de design très élevé de MONOLITH – c'est pourquoi on l'appelle «THE KAMADO».

www.marchon.ch



Gartenhandschuhe in Profi-Qualität

GEBOL – der österreichische Hersteller von Arbeitshandschuhen und persönlicher Schutzausrüstung – hat seine jahrzehntelange Erfahrung und sein technisches Know-how genutzt, um eine Reihe von Profi-Gartenhandschuhen zu entwickeln, die höchsten Qualitätsansprüchen gerecht werden.

Ob Nässe- oder Kälteschutz, Gerätetauglichkeit oder Wohlfühlfaktor – für jedes Arbeitsumfeld und jeden Anwendungsbereich werden spezielle Modelle angeboten – «Allrounder» inklusive. Die einzelnen Modelle tragen zudem botanische Namen, womit der Hersteller seinen Profianspruch im Bereich Garten/Landschaftsbau unterstreicht.

So lässt etwa der Handschuh DAMASCENA, benannt nach der berühmten Rose, sofort erahnen, wo sein Einsatzgebiet liegt. Der Handschuh für die Teich- und Poolpflege trägt beispielsweise den Namen HYDRO. Die neuen Gartenhandschuh-Modelle sind in fünf bildhafte Kategorien unterteilt und erleichtern die Entscheidungsfindung der Kundinnen und Kunden am POS.

- **Pflegen und Pflanzen**
- **Sträucher und Schnitt**
- **Rosen und Dornen**
- **Teich und Pool**
- **Winter und Forst**

Die neuen Gartenhandschuhe wurden unter Einbeziehung von Garten- und GALAbau-Experten entwickelt. Die Angebotspalette umfasst 24 Modelle, darunter auch Ausführungen für kältere Tage sowie «mini-me Ausführungen» für die kleinen Gärtner. Alle Gartenhandschuhe werden im attraktiven Metall- oder Holz-Aufsteller präsentiert.

www.allchemet.ch

Gants de jardinage de qualité professionnelle



GEBOL – le fabricant autrichien de gants de travail et d'équipements de protection individuelle – a mis à profit ses décennies d'expérience et son savoir-faire technique pour développer une gamme de gants de jardinage professionnels qui répondent aux exigences de qualité les plus élevées.

Qu'il s'agisse de protection contre l'humidité ou le froid, d'aptitude à l'utilisation d'outils ou de facteur de bien-être, des modèles spéciaux sont proposés pour chaque environnement de travail et chaque domaine d'application – «polyvalents» inclus. Les différents modèles portent en outre des noms botaniques, ce qui permet au fabricant de souligner son exigence professionnelle dans le domaine du jardinage et de l'aménagement paysager.

Ainsi, le gant DAMASCENA, qui porte le nom de la célèbre rose, laisse immédiatement deviner son domaine d'utilisation. Le gant pour l'entretien des étangs et des piscines porte par exemple le nom HYDRO. Les nouveaux modèles de gants de jardinage sont répartis en cinq catégories imagées qui facilitent la prise de décision des clientes et clients sur le point de vente.

Ainsi, le gant DAMASCENA, qui porte le nom de la célèbre rose, laisse immédiatement deviner son domaine d'utilisation. Le gant pour l'entretien des étangs et des piscines porte par exemple le nom HYDRO. Les nouveaux modèles de gants de jardinage sont répartis en cinq catégories imagées qui facilitent la prise de décision des clientes et clients sur le point de vente.

- **Entretenir et planter**
- **Arbustes et taille**
- **Roses et épines**
- **Étang et piscine**
- **Hiver et forêt**

Les nouveaux gants de jardinage ont été développés avec la participation d'experts en jardinage et en paysagisme. L'offre comprend 24 modèles, dont des versions pour les jours plus froids ainsi que des «versions mini-me» pour les petits jardiniers. Tous les gants de jardinage sont présentés dans un présentoir attrayant en métal ou en bois.

www.allchemet.ch



Durch Veränderungen erfolgreich Réussir grâce au changement

Das neue Messe-Layout und die starke Beteiligung von Ausstellern und Einzelhändlern sorgten für mehr Produktneuheiten und vermehrte Geschäftstätigkeiten.

Die Inspired Home Show 2024 ging am 19. März im McCormick Place in Chicago nach drei äusserst produktiven Tagen zu Ende. Auf der Messe waren 1648 Aussteller aus 38 Ländern vertreten. Fast 30 000 Fachleute aus über 120 Ländern kamen zusammen, um neue Produkte zu entdecken, sich mit Kolleginnen und Kollegen auszutauschen und die Branche voranzubringen.



«Die Messe 2024 baute auf dem Erfolg der letztjährigen Messe auf, wobei die Gesamtquadratmeterzahl der Ausstellungsfläche etwas höher war. Die Änderung des Formats war sehr positiv und machte die Messe unglaublich effizient – der Wechsel zwischen den drei Hauptausstellungen, die nun in zwei statt drei Hallen untergebracht sind, wurde sowohl von den Ausstellern als auch von den Einkäufern sehr gut angenommen», sagte Derek Miller, Präsident und CEO der International Housewares Association.

Die starke Unterstützung der Messe durch die Industrie wurde durch die Anwesenheit der wichtigsten Einzelhändler und führenden ausstellenden Marken deutlich. Zu den bestätigten Teilnehmern der Messe gehörten Führungskräfte und Einkäufer von grossen Einzelhändlern aus aller Welt.

www.theinspiredhomeshow.com

Die Inspired Home Show 2025 findet vom 2. bis 4. März 2025 im McCormick Place in Chicago statt.

La nouvelle configuration du salon et la forte participation des exposants et des détaillants ont permis d'accroître le volume des nouveautés et les activités commerciales.

Le salon Inspired Home Show 2024 s'est terminé le 19 mars au McCormick Place à Chicago, après trois journées extrêmement productives. Le salon a réuni 1648 exposants de 38 pays. Près de 30 000 professionnels de plus de 120 pays se sont réunis pour découvrir de nouveaux produits, échanger avec leurs collègues et faire avancer l'industrie.

«Le salon 2024 s'est appuyé sur le succès du salon de l'année dernière, avec une surface d'exposition un peu plus grande en mètres carrés. Le changement de format a été très positif et a rendu le salon incroyablement efficace – le changement entre les trois expositions principales, qui sont maintenant regroupées dans deux halles au lieu de trois, a été très bien accueilli tant par les exposants que par les acheteurs», a déclaré Derek Miller, président-directeur général de l'International Housewares Association.

L'important soutien de l'industrie au salon s'est manifesté par la présence des principaux détaillants et des grandes marques exposantes. Parmi les participants confirmés au salon figuraient des dirigeants et des acheteurs de grands détaillants du monde entier.

www.theinspiredhomeshow.com

L'Inspired Home Show 2025 aura lieu du 2 au 4 mars 2025 au McCormick Place à Chicago.

The World's Leading Home + Housewares Show

THE INSPIRED HOME SHOW

March 2-4, 2025 | McCormick Place | Chicago, IL

EXPOS - ATTRACTIONS - EVENTS - EDUCATION - ATTEND - EXHIBIT - REGISTER

THANK YOU FOR A GREAT SHOW

Register now for the 2025 Show
March 2-4 | McCormick Chicago

[REGISTER NOW](#)

THE INSPIRED HOME SHOW 2025
MARCH 2-4 | MCCORMICK PLACE | CHICAGO, IL

Sunday, March 2, 2025	8:30 AM - 5:30 PM (CT)
Monday, March 3, 2025	8:30 AM - 5:30 PM (CT)
Tuesday, March 4, 2025	8:30 AM - 5:30 PM (CT)

Crafted Cotton – charmante Farben für Zuhause

Lebendige Naturfarben mit individuellen Farbverläufen, die ein entspanntes Lebensgefühl vermitteln, machen den Charme der Kollektion Crafted von like. by Villeroy & Boch aus. Mit dem neuen Farbton Cotton wird die Kollektion nun um eine softe Nuance ergänzt, die sich perfekt zum Mix & Match mit den bestehenden Tönen Breeze, Denim und Blueberry eignet.

Luftig, leicht, verträumt: Crafted Cotton lädt zum Verweilen und Relaxen ein und bringt nordisches Scandi-Flair mit sich. Ton-in-Ton verströmt Crafted Cotton pure Entspannung, im Mix & Match mit den Blautönen Breeze, Denim und Blueberry setzt sie spannende Akzente: Während das maritime Grün-Blau Breeze und des verwaschene Jeans-Blau Denim durch Cotton einen hellen Gegenspieler erhalten, entsteht mit der Kombination von Cotton und dem pastellblauen Blueberry ein Look, der ganz viel Lebensfreude ausstrahlt. Die für die Kollektion typisch-authentische hand-made Anmutung, die durch die individuellen Farbverläufe entsteht, kommt dabei auf den hellen Schattierungen besonders gut zur Geltung.

Mit dem handwerklich anmutenden Pottery-Look passt Crafted zum aktuell angesagten, durch skandinavische Einflüsse reduzierten Boho-Look, der mit natürlichen Materialien, harmonischen Farben und klaren Formen die Perfektion des Unperfekten feiert. Dabei überrascht die Kollektion jedoch zugleich mit dem Material: Denn das betont schlichte Geschirr ist aus feinem Premium Porcelain gefertigt, spülmaschinenfest und mikrowellengeeignet.

www.villeroy-boch.ch

Crafted Cotton: des couleurs charmantes pour la maison

Des teintes naturelles vives avec des dégradés de couleurs individuels, qui procurent une sensation de détente, font le charme de la collection Crafted de like. by Villeroy & Boch. Avec sa nouvelle couleur Cotton, cette collection est complétée par une nuance douce, qui convient à la perfection pour réaliser des combinaisons avec les tons existants Breeze, Denim et Blueberry.



Aérienne, légère, incitant à la rêverie: Crafted Cotton invite à la détente et à la relaxation et crée une ambiance nordique scandinave. Utilisée ton sur ton, Crafted Cotton rime avec décontraction à l'état pur, en version mix & match, avec les tons bleus Breeze, Denim et Blueberry, elle permet d'apporter des touches fascinantes dans l'intérieur: alors que Cotton crée un contraste clair avec la couleur marine Breeze, entre bleu et vert, et le Denim, bleu jean délavé, la combinaison de Cotton et de la couleur bleu pastel Blueberry compose un look qui répand la joie de vivre. La grâce artisanale authentique caractéristique de cette collection, qui résulte de dégradés de couleurs individuels, est particulièrement bien mise en valeur sur les nuances claires.

Avec son look poterie gracieux et artisanal, Crafted convient pour un look bohème réduit à l'essentiel aux influences scandinaves, actuellement tendance, célébrant la perfection de ce qui est imparfait avec des matériaux naturels, des couleurs harmonieuses et des formes nettes. Mais cette collection surprend aussi par le matériau qui la com-

pose: en effet, sa vaisselle délibérément sobre est fabriquée en Premium Porcelain résistant au lave-vaisselle et au four à micro-ondes.

www.villeroy-boch.ch



sknife Swiss Made Messer – seit 10 Jahren auf Erfolgskurs

Mit Stolz verkündet sknife, dass ihre Messer mit 4 internationalen Designpreisen ausgezeichnet wurden und in den renommiertesten Hotels & Restaurants weltweit mit über 200 Michelin-Sternen eingedeckt sind.

Limited & Special Editions zum Jubiläum

Zur Feier dieses Meilensteins präsentiert sknife exklusive Limited und Special Editions. Die Limited Edition des Taschenmessers Damast begeistert mit handverlesener Griff-Variante aus Schwemmholz und einer Klinge aus rostfreiem 800 Lagen Torsionsdamast – jedes Stück ein Unikat, das die Einmaligkeit des Materials unterstreicht.



Die perfekte Harmonie zwischen Torsionsdamast und der einzigartigen Maserung des Schwemmholzes.

L'harmonie parfaite entre le damas de torsion et les veines exceptionnelles du bois flotté.

Jeder Schnitt ein Meisterwerk

Das Design des Steakmessers wurde in Zusammenarbeit mit renommierten Schweizer Spitzenköchen entwickelt und zeichnet sich durch berührungslose Schnittkante, perfekte Gewichtsverteilung und elegante Formgebung aus. Der erste Prototyp wurde anhand von Zeichnungen vom befreundeten Messerschmied Hansjörg Kilchenmann in Basel aus rohem Stahl gefertigt.

Handwerkskunst aus Biel

Vom Schmieden des heißen Stahls im Emmental bis zum letzten Klingenschliff werden die Messer von Hand in der Schweiz hergestellt. Die Feinverarbeitung und der Handabzug werden in der sknife Messer-Manufaktur in Biel von Messerschmied Timo Müller und seinem Team vollbracht.

www.sknife.com

Couteaux Suisses de sknife – depuis 10 ans sur la voie du succès

C'est avec fierté que sknife annonce que ses couteaux ont été récompensés par 4 prix internationaux de design et qu'ils ornent les tables des hôtels & restaurants les plus renommés du monde avec plus de 200 étoiles Michelin.

Éditions limitées et spéciales pour le jubilé

Pour célébrer cette étape importante, sknife présente des éditions limitées et spéciales exclusives. L'édition limitée du couteau de poche en damas séduit par son manche en bois flotté sélectionné à la main et sa lame inoxydable en acier damas torsion en 800 couches – chaque pièce souligne le caractère unique du matériau.



Auch die Special Edition des Steakmesser-Sets mit Klinge aus Chirurgienstahl überzeugt mit der Griffvariante Schwemmholz – ein wunderschönes Kunstwerk, jahrelang von Wasser geformt.

L'édition spéciale du set de couteaux à steak avec lame en acier chirurgical séduit également par son manche en bois flotté - une magnifique œuvre d'art façonnée par l'eau pendant des années.

Chaque coupe, un chef-d'œuvre

Le design du couteau à steak a été développé en collaboration avec des chefs suisses renommés. Il se caractérise par une arête de coupe sans contact, une répartition parfaite du poids et une forme élégante. Basé sur des dessins, le premier prototype a été réalisé en acier brut par Hansjörg Kilchenmann, un ami coutelier à Bâle.

Artisanat de Bienne

Du forgeage de l'acier chaud dans l'Emmental jusqu'au dernier affûtage de la lame, les couteaux sont fabriqués à la main en Suisse. La finition et l'affilage à la main sont réalisés dans la manufacture de couteaux sknife à Bienne par le coutelier Timo Müller et son équipe.

www.sknife.com

Entdecken Sie Ihren Sous Chef

Mit Le Creuset sind die Konsumenten der Chef de Cuisine – und das Kochgeschirr übernimmt den Titel des «Sous Chefs». Die gleichnamige Kampagne zeigt, wie Hobbyköche mit ihrem kulinarischen Partner fürs Leben für grenzenlosen Genuss sorgen.

Mit «Entdecken Sie Ihren Sous Chef» lädt Le Creuset dazu ein, das hochwertige Kochgeschirr aus Gusseisen, 3-ply Edelstahl-Mehrschichtmaterial und Aluminium-Antihaft besser kennenzulernen und es optimal einzusetzen. Insider-Tipps, Videos, Rezepte und wissenswerte Infos zum Gebrauch und zur Pflege runden die Kampagne ab.

Gusseisernes Kochgeschirr ist eine Anschaffung fürs Leben, nicht nur aufgrund seiner Langlebigkeit, sondern auch dank der vielfältigen Einsatzmöglichkeiten. Die ikonischen Gusseisen-Klassiker zeichnen sich durch eine hervorragende Wärmeverteilung und -speicherung aus, eignen sich für alle Kochtechniken vom Schmoren über das Braten bis hin zum Grillen und Backen. Zu den Bestsellern gehören der runde Bräter Signature, der Gourmet-Profitorf und die Bratpfanne Signature mit Holzgriff.

Flankiert wird die «Sous Chef»-Kampagne durch einen 8-seitigen Flyer. Die attraktiven Angebote aus den Sortimenten Gusseisen, 3-ply, Aluminium-Antihaft und Steinzeug schaffen starke Kaufanreize. Antihaf-Backformen und Weinaccessoires erweitern das Spektrum. Von April bis Juni 2024 präsentiert Le Creuset ausgewählte Produkte als Monats-Highlights, jeweils übersichtlich angeordnet auf einer Seite und blickfangstark inszeniert. Farblich geben bei der Kampagne Kirschrot, Rhône, Meringue und Shell Pink den Ton an.

Im Aktionszeitraum vom 01.04.2024 bis zum 30.06.2024 unterstützt Le Creuset den Fachhandel mit einer absatzfördernden 360° Kommunikation. Dazu gehören Materialien für den POS inklusive Visual Merchandising-Tipps. Ergänzt wird das Trade Pack mit Text- und Bilddateien für die Website sowie Newsletter und Social Media Posts. Ausserdem gibt es den Flyer auch in einer digitalen Variante als Flip-Book.

www.lecreuset.com

Découvrez votre allié en cuisine

Avec Le Creuset, le consommateur est le chef en cuisine et sa batterie de cuisine est son meilleur allié. La campagne du même nom révèle comment les cuisiniers amateurs peuvent laisser libre cours à leur créativité avec leur meilleur allié culinaire pour la vie.

Avec la campagne «(Re)découvrez votre allié en cuisine», Le Creuset lance une invitation à redécouvrir ses ustensiles haut de gamme en fonte émaillée, Inox Classique et Inox Signature ainsi que Les Forgées anti-adhérent afin d'en tirer le meilleur parti. Conseils de cuisiniers passionnés, vidéos, recettes et précieuses informations pour utiliser et entretenir nos ustensiles parachèvent la campagne.

Acquérir des ustensiles en fonte revient à s'équiper pour toute la vie, non seulement en raison de leur durabilité, mais aussi de leurs diverses utilisations. Les classiques iconiques en fonte émaillée se distinguent par les excellentes répartition et accumulation de la chaleur qu'ils offrent. Ils permettent tous types de cuissons, que ce soit pour faire cuire à l'étuvée, rôtir ou griller des aliments, ou encore pour préparer pains et pâtisseries. La cocotte ronde Signature, le faitout et la poêle Signature avec son manche en bois font partie de nos best-sellers.

La campagne «(Re)découvrez votre allié en cuisine» s'accompagne d'un prospectus de 8 pages. Les articles des assortiments Fonte émaillée, Inox Classique et Inox Signature, Les Forgées anti-adhérent et Céramique constituent une offre attractive propre à stimuler fortement les ventes. Les moules anti-adhérents et les accessoires pour le vin complètent parfaitement la gamme. D'avril à juin 2024, Le Creuset présente chaque mois une sélection d'articles phares. Une page entière leur est consacrée et ils sont clairement mis en scène de manière à attirer tous les regards. Pour ce qui est des couleurs, Cerise, Rhône, Meringue et Shell Pink donnent le ton de la campagne.

Pendant la période de validité de l'offre, c'est-à-dire du 01.04.2024 au 30.06.2024, Le Creuset met à disposition des revendeurs spécialisés des outils de communication à 360° afin de promouvoir leurs ventes, dont des supports conçus pour les points de vente avec des conseils de visual merchandising. Ce Trade Pack est complété par des fichiers texte et image pour les sites web, des newsletters et des publications pour les réseaux sociaux. Le prospectus est également disponible en tant que Flip Book (version numérique).

www.lecreuset.com



Billi – Die Outdoor-Saison kann kommen

Ein schwedisches Original von Sagaform aus 100% recyceltem PET-Kunststoff. Eine Serie von Gläsern in verschiedenen Modellen und Zubehör in einem einzigartigen Design – nur für Kaltgetränke.

Die Gläser haben klare runde Formen mit Streifen verziert und sind bequem stapelbar. Durch das durchdachte Design eignen sich die Gläser für eine Vielzahl von Anlässen und (Freizeit-)Aktivitäten. Verpackt in einer stilvollen Sagaform-Box.

www.nordiskdesign.ch



Billi – la saison de plein air peut venir

Un original suédois de Sagaform en plastique PET 100% recyclé. Une série de verres de différents modèles et d'accessoires au design unique – uniquement pour les boissons froides.

Les verres ont des formes rondes claires décorées de rayures et sont facilement empilables. Grâce à leur design bien pensé, les verres conviennent à une multitude d'occasions et d'activités (de loisirs). Emballés dans une élégante boîte Sagaform.

www.nordiskdesign.ch

Perfekte Hitze bis an den Rand

Die ergonomisch geformten Kaltgriffe der Culinary Fiveply Serie von Kuhn Rikon bieten eine angenehme Handhabung, während das dicke 5-ply Mehrschichtmaterial mit optimaler Wärmeverteilung und -speicherung überzeugt. Durch den geschlossenen Rand hat das Geschirr keine scharfen Kanten und ist spülmaschinentauglich.

Die in Stielkasserollen und Kochtöpfen integrierte Volumenskalierung in Liter und Quart ist besonders praktisch und macht sie zur idealen Wahl für die Zubereitung von Saucengerichten. Mit den «stay cool»-Beschlägen aus Edelstahl können selbst die heissesten Töpfe und Pfannen am Griff angefasst werden, was die Handhabung enorm erleichtert. Die gesamte Culinary Fiveply Serie ist zudem bis zu 240 °C backofentauglich.

www.kuhnrikon.ch



Une chaleur parfaite jusqu'au bord

Le manche ergonomique de la série Culinary Fiveply de Kuhn Rikon reste froid et garantit ainsi une manipulation agréable, tandis que le matériau multicouche 5-ply épais séduit par une répartition et un maintien optimaux de la chaleur. Grâce à leurs bords fermés, les ustensiles ne présentent aucune arête tranchante et sont lavables au lave-vaisselle.

La graduation en litres indiquée dans les faitouts et les casseroles s'avère des plus pratiques et fait de la préparation de sauces un jeu d'enfant. Par ailleurs, le revêtement «stay cool» en acier inoxydable permet même de saisir les casseroles et les poêles les plus brûlantes par le manche, pour une manipulation facilitée. Enfin, l'ensemble des ustensiles de la gamme passe au four jusqu'à 240 °C.

www.kuhnrikon.ch

Rosenthal Profi Casual

Ein Design für relaxte Stunden und lässige Orte, zudem beliebter Partner vieler internationaler und nationaler Hotels und Restaurants.

Mit der neuen Kollektion bringen Trendsetter hippe Bar- und Café-Atmosphäre auf den heimischen Tisch. Die Teller und Schalen sind in den zarten Pastellfarben Shell, Moss und Mint gehalten – ein frischer Farbkick für jedes Interieur.

Der kastanienfarbene, handgemalte Streifenrand verleiht den Porzellanartikeln einen hochwertigen, handwerklichen Effekt. Die Serie ist der perfekte Begleiter für schöne Momente mit Freunden und Familie. Sie ist Protagonist für Sharing-Gerichte und präsentiert Fingerfood lässig-elegant.

Die Designs suggerieren ein entspanntes Wochenend-Feeling und sind Must-Have für alle, die zeitlose Eleganz sowie robuste Qualität suchen. Dem «Mood of the Day» folgend, dienen sie, mal aufgepeppt, mal runtergestylt, als Begleiter für jeden Tag.

www.rosenthal.de



Wünschen Sie eine Offerte für die

Krankentaggeldversicherung Unfallversicherung Unfallzusatzversicherung

mit tiefen, stabilen Prämien? Wir beraten Sie gerne:

FORTE **AI**
AHV **IV**
AVS

www.akforte.ch • info@akforte.ch • 044 253 93 00

Victorinox Küchenmesser

Für jede kulinarische Herausforderung. Ob Steak oder Schweizer Käse – für jede Aufgabe gibt es das passende Messer.

Von Spitzenköchen auf der ganzen Welt inspiriert und geschätzt, bietet das von Experten ausgewählte Sortiment an Küchenmessern optimale Funktionalität. Vom Hobby- bis zum Spitzenkoch ist im Sortiment für jeden das passende Messer dabei.

Als Hersteller der bekannten Schweizer Taschenmesser, kommt das Know-how von Victorinox in der Verarbeitung von Stahl auch bei den Haushaltsmessern zum Ausdruck. Neben Ergonomie, Handlichkeit und Langlebigkeit, erfüllen die Messer auch hohe Designansprüche. Alle Messer bestehen aus erstklassigem rostfreiem Edelstahl und werden am Victorinox Hauptsitz in der Schweiz handgefertigt.

www.victorinox.ch



Coutellerie Victorinox

Pour chaque défi culinaire. Qu'il s'agisse d'un steak ou d'un fromage suisse, il existe un couteau adapté à chaque situation.

Inspirée et appréciée par les grands chefs du monde entier, la gamme de couteaux de cuisine sélectionnés par des experts offre une fonctionnalité optimale. Du cuisinier amateur au grand chef, chacun trouvera dans l'assortiment le couteau qui lui convient.

En tant que fabricant des célèbres couteaux suisses, le savoir faire de Victorinox dans le travail de l'acier s'exprime également dans les couteaux de ménage. Outre l'ergonomie, la maniabilité et la longévité, les couteaux répondent également à des exigences élevées en matière de design. Tous les couteaux sont en acier inoxydable de première qualité et sont fabriqués à la main au siège de Victorinox en Suisse.

www.victorinox.ch

Spiegelau bringt Qualität und Stil in den Outdoor-Bereich

Die «Beer Classics» und «Craft Beer Glasses» Serien sind speziell für die Vielfalt der Bierwelt konzipiert. Jedes Bier erhält durch das passende Glas seine ideale Präsentation, was den Genuss und das Aroma verbessert – ein echter Mehrwert für jeden Bierliebhaber.

www.spiegelau.com



Wir suchen Verstärkung!

Mit viel Liebe zum Detail machen unsere Mitarbeiter:innen die VANOLI AG zu einem führenden Fachgeschäft in den Branchen Haushalt, Küche und BBQ. Es sind die Menschen, die den Unterschied in unserem Fachgeschäft machen.

Hauptgeschäft Thalwil

per sofort oder nach Vereinbarung

- Verkaufsberater:in Haushalt, Küche und Living
Eine leitende Funktion ist möglich.

Region Bern

ab Januar 2025

- Geschäftsführer:in Haushalt, Küche und Grill
- Verkaufsberater:in Haushalt, Küche und Living
- Grillmeister und Verkaufsberater

Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen.

Vanoli AG
Reto Vanoli
Gotthardstrasse 49
8800 Thalwil
Tel. 044 720 05 85
reto@vanoli.com



Erste Akku-Astscherer von Bosch im «18V Power for All System»

Mit der AdvancedPrune 18V-45 von Bosch bekommen Hobby-Gärtner eine leistungsstarke Akku-Astscherer an die Hand. Mit ihr lassen sich Bäume und Obstgehölze ermüdungsarm, aber vor allem sauber und glatt zuschneiden.

Schneller Arbeitsfortschritt dank Quick Cut Technologie

Die Klinge aus rostfreiem Edelstahl durchtrennt bis zu 45 Millimeter dicke Äste aus Weichholz und bis zu 35 Millimeter dicke Hartholz-Äste in Sekundenschnelle.

Mit einem vollständig geladenen 2,0 Ah-Akku schafft die neue Astscherer bis zu 600 Schnitte dieser Dicken. Grundlage dafür ist die optimale Abstimmung aller massgeblichen Bauteile wie Motor und Getriebe in Kombination mit einer intelligenten Steuerungselektronik. Das Gerät liefert dadurch immer die optimale Kraft und Ausdauer für jedes Projekt. Es behält darüber hinaus seine volle Leistung bei, bis der Akku leer ist.

Glatter Gehölzschnitt – auch in der Höhe

Mit der separat erhältlichen oder in verschiedenen Sets bereits enthaltenen Verlängerungsstange erweitern Anwender die Akku-Astscherer von 1,2 auf 1,8 Meter. Damit ist das Gerät bei Schnitтарbeiten am Boden in aufrechter Haltung bedienbar und schont den Rücken während der Gartenarbeit. Ebenso können höher gelegene Äste präzise und bequem zugeschnitten werden.

Mit dem kleinen Räumhaken am Ende der Astscherer können verkeilte Äste sicher auf den Boden gezogen werden – besonders praktisch bei Arbeiten in der Höhe oder bei Pflanzen mit Dornen.

www.bosch-diy.com

Premier coupe-branches élagueur sans fil de Bosch dans le «18V Power for All System»

Avec l'AdvancedPrune 18V-45 de Bosch, les jardiniers amateurs disposent d'un puissant coupe-branches sans fil. Il permet de tailler les arbres et les arbres fruitiers sans se fatiguer, mais surtout de manière propre et lisse.

Progression rapide du travail grâce à la technologie Quick Cut

La lame en acier inoxydable coupe en quelques secondes des branches de bois tendre d'une épaisseur maximale de 45 millimètres et des branches de bois dur d'une épaisseur maximale de 35 millimètres.

Avec une batterie 2,0 Ah entièrement chargée, le nouvel élagueur peut réaliser jusqu'à 600 coupes de ces épaisseurs. La base de cette performance est la coordination optimale de tous les composants déterminants comme le moteur et l'engrenage en combinaison avec une électronique de commande intelligente. L'appareil fournit ainsi toujours la force et l'endurance optimales pour chaque projet. Il conserve en outre sa pleine puissance jusqu'à ce que la batterie soit vide.

Coupe lisse des bois – même en hauteur

Grâce à la tige de rallonge disponible séparément ou déjà incluse dans différents kits, les utilisateurs peuvent faire passer le sécateur sans fil de 1,2 à 1,8 mètre. Ainsi, l'appareil peut être utilisé en position verticale lors des travaux de coupe au sol et ménage le dos pendant les travaux de jardinage. De même, les branches situées plus haut peuvent être coupées avec précision et confort.

Le petit crochet de déblaiement à l'extrémité de l'élagueur permet de tirer en toute sécurité les branches coincées vers le sol – ce qui est particulièrement pratique pour les travaux en hauteur ou pour les plantes avec des épines.

www.bosch-diy.com



Prestige

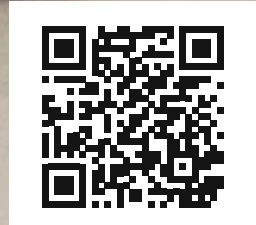


**Form, Funktion und Luxus
müssen sich nicht gegenseitig aus-
schliessen**



PREMIUM BBQs

Mehr Produkte
von Napoleon®
unter:



KÄRCHER

KEINER ZU KLEIN, EIN PROFI ZU SEIN.

NEU

Der robuste und kompakte Kaltwasser-Hochdruckreiniger HD 5/12 EX Plus Classic ist das Einsteigermodell in die Profiklasse. Dank Messing-Zylinderkopf, hochwertigem Stahlgewebeschauch und automatischer Druckentlastung garantiert er einen geringen Verschleiss und eine hohe Lebensdauer. Sein Einsatzgebiet: Einfache und gründliche Reinigung von Fahrzeugen, Maschinen, Werkzeugen etc. im gewerblichen oder privaten Einsatz. Jetzt ins Sortiment aufnehmen! [kaercher.ch](https://www.kaercher.ch)

