

20 Jahre nexMart Schweiz AG:
Das Schweizer Branchenportal liefert den digitalen Schlüssel zu innovativen Geschäftsprozessen und für den unternehmerischen Erfolg – Gratulation zum Firmenjubiläum!



Der im Herbst erscheinende Geschäftsbericht der nexMart Schweiz AG zeigt in aller Deutlichkeit den enormen Erfolg und die positive Entwicklung des Schweizer Branchendienstleisters.

Für Zahlenenthusiasten sind in der Bilanz und Erfolgsrechnung weitere Leckerbissen vorhanden.



NACHHALTIGE KRAFT IM EINSATZ:

Der Kress KC500.9 Rucksackbläser für Profis!

Kress 
Commercial

Erleben Sie die Zukunft der Gartenpflege: Unser Rucksackbläser KC500.9 vereint beeindruckende Blaskraft von 35 N mit umweltfreundlicher Technologie. Kein Lärm, keine Abgase, keine störenden Vibrationen - einfach Effizienz pur.



Hervorragende Leistung ohne Emissionen: Übertrifft die Blaskraft herkömmlicher 65-cm³-Gasgebläse, aber ohne Abgase.



Leise im Betrieb: Mit nur 62 dB erfüllt das Gebläse die strengen Vorschriften der Lärmschutzzonen.



Kosteneffizient: Reduzierte Betriebskosten dank Integration in das Kress Commercial CyberSystem.

Kontaktieren Sie uns jetzt:
kress.switzerland@positecgroup.com
+41 56 201 02 30

Jetzt exklusiv bei Ihrem Fachhändler.



Weitere Infos
Plus d'informations
Swissavant digital



Inhalt/Contenu

4



4 Neuer Sonderdruck für die Berufsbildung

L'édition spéciale pour la formation professionnelle

6 Branchenportal nexmart – starke Transformation

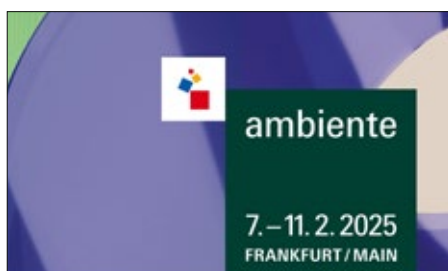
nexmart

Portail de la branche nexmart – forte transformation

8 Nachrichten aus Wirtschaft und Gesellschaft

Actualités économiques et sociales

17



20 VSF-Swissavant-Fusion bietet Chancen

La fusion ASCP-Swissavant offre des opportunités

22 Produkte

Produits

22



29 Die Bücherseite



BUCHTIPP
der perspective

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

Swissavant: Berufsbildung branchenkonzentriert

Der jährlich jeweils im September stattfindende Nationale Bildungstag ist für Swissavant – Wirtschaftsverband Handwerk und Haushalt als nationale Trägerorganisation von insgesamt vier Ausbildungs- und Prüfungsbranchen erneut Anlass genug, für alle Bildungsakteure, Auszubildende und Berufsbildungsverantwortliche eine zweisprachige Sonderpublikation – BERUFSBILDUNG 2025 EIN- UND AUSBLICKE – mit dem Titel «branchenkonzentriert» aufzulegen.

Der diesjährige Sonderdruck beschreibt mit dem Hauptthema «branchenkonzentriert» treffend, wie Swissavant die bildungsplanerischen Herausforderungen der reformierten Detailhandelslehre «verkauf2022+» im ersten Abschlussjahr 2025 in den überbetrieblichen Kursen (üK) und am Qualifikationsverfahren (QV) gemeistert hat. Dazu gehören organisatorische und personelle Neuerungen rund um diese beiden Bereiche sowie inhaltliche Pionierarbeit in der Umsetzung der Lernziele in den üK im neuen Schwerpunkt «Gestalten von Einkaufserlebnissen», Handlungskompetenz-Bereich (HKB) E.

Ein Fazit zur erfolgreich eingeführten Lernplattform von nu.Education in den üK sowie die aktuellsten (positiven!) Entwicklungen zu der Anzahl von Lehrverhältnissen in den vier Branchen fehlt natürlich nicht.

Weitere informative Textbeiträge oder wissenswerte Informationen wie beispielsweise die Erfahrungen von Handlungskompetenz-Orientierung in der Berufsbildung, und einem Gastbeitrag von Prof. Dr. Stefan C. Wolter, Professor für Bildungsökonomie an der Universität Bern, runden den aktuellen 56-seitigen Sonderdruck ebenso ab, wie die im Sinne eines Leserdienstes zusammengetragenen Informationen und Dokumente zur Schweizer Berufsbildung, die übrigens via QR-Code effizient, rasch und unkompliziert von den Bildungsverantwortlichen und Akteur*innen gefunden werden können.

Der Sonderdruck «BERUFSBILDUNG EIN- UND AUSBLICKE 2025» kann bequem unter <https://reader.molib.com/swissavantdigital> heruntergeladen werden oder wenn alternativ ein gedrucktes Exemplar gewünscht wird, kostenlos unter berufsbildung@swissavant.ch bestellt werden.

Swissavant: la formation concentrée sur la branche

Swissavant, Association économique Artisanat et Ménage, organisation responsable de quatre branches de formation et d'examen, tient chaque année en septembre sa Journée nationale de la formation. Cette année, elle fait paraître, sous le titre FORMATION PROFESSIONNELLE 2025 APERÇUS ET PERSPECTIVES, avec le sous-titre «Concentré sur la branche», une édition spéciale bilingue destinée à toutes les personnes actives dans la formation en tant que formateurs et formatrices ou responsables.

Le titre «Concentré sur la branche» de l'édition spéciale de cette année décrit parfaitement comment Swissavant a maîtrisé les défis de la planification éducative pour réaliser la réforme de l'apprentissage dans le commerce de détail «vente2022+» d'une part dans le contexte des cours interentreprises (CIE) et d'autre part en prévision de la procédure de qualification (PQ) de la dernière année d'apprentissage en 2025. Ces défis comprennent non seulement des innovations en matière d'organisation et de personnel dans ces deux domaines, mais aussi le travail de pionnier fourni en matière de contenu pour atteindre les objectifs de formation fixés dans le cadre des CIE pour le nouveau domaine de compétences (DdC) «Création d'expériences d'achat».

Pour conclure, l'introduction réussie de la plate-forme d'apprentissage de nu.Education dans les CIE ainsi que les derniers développements (positifs) de l'actualité relative au nombre de contrats d'apprentissage conclus dans les quatre branches y figurent eux aussi.

D'autres contributions informatives ou informations dignes d'intérêt complètent le présent tiré à part de 56 pages. Il y a d'abord l'exposé des expériences faites suite à la réorientation de la formation professionnelle vers la compétence opérationnelle, ensuite l'exposé de Monsieur Stefan C. Wolter, professeur en économie de la formation à l'université de Berne, puis des informations et des documents sur la formation professionnelle en Suisse, que nous avons réunis à titre de service aux lecteurs et que les responsables de la formation et les personnes chargées de la formation peuvent trouver efficacement, rapidement et facilement par le truchement d'un code QR.

Le tiré à part «FORMATION PROFESSIONNELLE 2025 APERÇUS ET PERSPECTIVES» est facile à télécharger sous <https://reader.molib.com/swissavantdigital>. Pour commander gratuitement la version imprimée, il suffit d'envoyer un courriel à formation@swissavant.ch.



Zahlungsverzug ist eine starke Belastung für die Wirtschaft

Verspätete Zahlungen sind ein grosses Hindernis für den reibungslosen Betrieb der Schweizer Unternehmen. Knapp ein Viertel von ihnen (24%) erklärt, dass die mit diesem Phänomen verbundenen Unsicherheiten ihre Wachstumsstrategie behindern, wie aus dem European Payment Report des Inkassobüros Intrum hervorgeht.

Schweizer Firmen verbringen durchschnittlich 59 Tage pro Jahr mit der Bearbeitung ausstehender Zahlungen – 15 Tage weniger als europäische Unternehmen (74). Auf dem gesamten Kontinent führt der Zahlungsverzug dazu, dass der europäischen Wirtschaft Gewinne in Höhe von 275 Milliarden Euro entgehen, was knapp einem Drittel des Schweizer BIP entspricht. Thomas Hutter, Managing Director bei Intrum, erklärt: «Was früher eine Unannehmlichkeit war, ist heute zu einer Top-Priorität auf der Management-Agenda geworden».



Bild: shutterstock.com, Prostock-studio

Vor diesem Hintergrund will die Hälfte der Schweizer Unternehmen das Zahlungsmanagement verbessern, um den Verzug zu verringern. Problematisch ist jedoch für viele, dass sie intern nicht über das Know-how und die Ressourcen verfügen.

Ausserdem fürchten sechs von zehn Unternehmen, dass einige ihrer Kunden nicht in der Lage sind, ihre Rechnungen fristgemäss zu begleichen. Das Phänomen scheint jedoch nicht alle Unternehmen gleichermassen zu betreffen. So schätzen 38% von ihnen, dass das Risiko im kommenden Jahr zunehmen wird, während 28% eher mit einer Abnahme rechnen. Die übrigen 34% gehen davon aus, dass die Situation stabil bleiben wird.

Das Thema Zahlungsverzug gehört für eine Mehrheit der Schweizer Firmen zu den strategischen Prioritäten. Die am häufigsten genutzten präventiven Massnahmen sind Vorauskasse (47%), Bonitätsprüfungen (42%) und Kreditversicherungen (35%).

Quelle: kmu.admin.ch

Les retards de paiement pèsent lourd dans l'économie

Les retards de paiement constituent un obstacle important au bon fonctionnement des entreprises suisses. Près d'un quart d'entre elles (24%) déclarent que les incertitudes liées à ce phénomène perturbent leur stratégie de croissance, selon le European Payment Report de l'agence de recouvrement Intrum.

Les firmes suisses mobiliseraient en moyenne 59 jours par an pour traiter les retards de paiement, soit 15 jours de moins que les entreprises européennes (74). Sur l'ensemble du continent, le phénomène entraîne un manque à gagner de 275 milliards d'euros pour l'économie européenne, ce qui équivaut à près d'un tiers du PIB de la Suisse. Selon Thomas Hutter, directeur d'Intrum «ce qui n'était autrefois qu'un désagrément est devenu aujourd'hui une priorité absolue pour le management».

Dans ce contexte, la moitié des entreprises helvétiques souhaitent améliorer la gestion des paiements afin de réduire les retards. Toutefois, beaucoup se heurtent au manque de savoir-faire et de ressources à l'interne.

En outre, six entreprises sur dix craignent que certains de leurs clients se trouvent dans l'incapacité d'honorer leurs factures dans les délais. Le phénomène ne semble cependant pas toucher toutes les entreprises de la même façon. En effet, 38% estiment que le risque s'aggravera au cours de l'année à venir, alors que 28% s'attendent plutôt à ce qu'il diminue. Les 34% restants considèrent que la situation restera stable.

La question des retards de paiements fait partie des priorités stratégiques pour la majorité de firmes suisses. Les solutions les plus souvent utilisées pour s'en prémunir sont les paiements anticipés (47%), les contrôles de solvabilité (42%) et les assurances crédit (35%).

Source: kmu.admin.ch



Hier erhalten Sie Informationen,
um Zahlungsausfälle zu verhindern.
(KMU-Portal)



Vous trouverez ici des informations
pour éviter les retards de paiement.
(Portail PME)



Branchenportal: starke Transformation dank digitalem Königsweg

Das Schweizer Branchenportal wächst trotz den wirtschaftlichen Unsicherheiten weiterhin im mittleren einstelligen Prozentbereich: Auf konsolidierter Basis nahm der provisionsberechtigte Portalhandelsumsatz 2023 auf Jahressicht auf fast 155 Mio. CHF und damit um weitere 4,5% (VJ: 10,2%) zu. Mit diesem erneuten Umsatzwachstum kletterte der durchschnittliche Monatsumsatz, netto, auf dem Branchenportal auf über 12,9 Mio. CHF (VJ: 12,3 Mio. CHF). Die dabei abgesetzten Positionen stiegen ebenfalls im Jahrestotal um +5,6% auf 1,32 Mio. Positionen (VJ: 1,25 Mio. Positionen).

Portail de la branche: forte transformation grâce à la voie royale du numérique

Malgré les incertitudes économiques, le portail suisse de la branche continue de croître à un taux moyen à un chiffre: sur une base consolidée. Le chiffre d'affaires du commerce en portail donnant droit à des commissions a atteint en 2023 près de 155 millions de francs suisses, soit une nouvelle hausse de 4,5% (année précédente: 10,2%). Grâce à celle-ci, le chiffre d'affaires mensuel moyen net traité par le portail de la branche a grimpé à plus de 12,9 millions de CHF (année précédente: 12,3 millions de CHF). Le nombre annuel total de positions a également augmenté de +5,6% pour atteindre 1,32 million (année précédente: 1,25 million).



«Im Kalenderjahr 2023 hat die nexMart Schweiz AG dank einem mittleren einstelligen Umsatzwachstum von 4,5% einen Umsatzrekord von fast 155 Mio. CHF erzielt. Die Gründe für diesen erneuten Umsatzrekord sind schnell identifiziert: die dynamische Branchentransformation ist weiterhin sehr dynamisch und viele Handelsfirmen aus unserer Branche haben eine synchrone Schnittstelle eingerichtet.», stellt Christoph Rotermond, Delegierter des Verwaltungsrates der nexMart Schweiz AG, fest.

«Au cours de l'année civile 2023, nexMart Suisse SA a réalisé un chiffre d'affaires record de près de 155 millions de CHF grâce à une croissance moyenne à un chiffre de 4,5%. Les raisons de ce nouveau record de chiffre d'affaires sont rapidement identifiées: la transformation dynamique de la branche très forte et de nombreuses entreprises commerciales de notre branche ont mis en place une interface synchrone», constate Christoph Rotermond, délégué du conseil d'administration de nexMart Suisse SA.

Die digitale Branchentransformation 2023 ist in der Schweiz weiterhin sehr dynamisch und hat dank der starken Zunahme von synchronen Schnittstellen zwischen dem Fachhandel und den Lieferanten einen eigentlichen Transformationsschub erhalten. Trotz wirtschaftlichen Widrigkeiten ist die digitale Branchentransformation 2023 weiterhin auf dem Vormarsch, und wenn die synchrone Schnittstelle der digitale Königsweg in unserer Branche ist, dann werden die vier anderen Bestelloptionen wie «online Market», «SalesApp» oder «documents to EDI» sowie die «TradeApp» zukünftig weiterhin an digitaler Bedeutung verlieren. Die synchrone Schnittstelle zwischen Fachhandel und Lieferanten ist und bleibt der digitale Königsweg und machte im Jahr 2023 bereits über 76% der gesamten Bestellvolumina auf dem Schweizer Branchenportal aus.

«Das jährliche Wachstum des Portalhandelsumsatzes der letzten fünf Jahren beträgt solide 7,5%.»

La transformation numérique de la branche 2023 est toujours très dynamique en Suisse et a reçu une véritable impulsion grâce à la forte augmentation des interfaces synchrones entre le commerce spécialisé et les fournisseurs. Malgré les aléas économiques, la transformation numérique de la branche en 2023 continue de progresser et si l'interface synchrone est la voie numérique royale dans notre branche, les quatre autres options de commande telles que «online market», «SalesApp» ou «documents to EDI» ainsi que «TradeApp» continueront de perdre de leur importance numérique à l'avenir. L'interface synchrone entre le commerce spécialisé et les fournisseurs est et reste la voie royale numérique et représentait déjà en 2023 plus de 76% du volume total des commandes sur le portail suisse de la branche.

«La croissance annuelle du chiffre d'affaires traité par le portail ces cinq dernières années s'élève à un solide 7,5%.»



TradeApp als «Einstiegsdroge»

In den letzten drei Jahren 2021–2023 ist der jährliche Portalhandelsumsatz von total 134,5 Mio. CHF auf insgesamt 154,8 Mio. CHF oder um über 16,3%, also um mehr als ein Sechstel, gewachsen.

Zu diesem soliden Umsatzwachstum auf dem Schweizer Portal hat auch die anfangs 2023 vorgestellte TradeApp beigetragen, trug diese Bestelloption doch im abgelaufenen Jahr rund 1,5% zum Gesamtumsatz bei. Die branchenspezifische TradeApp wurde von den Schweizer Fachhändlern in den letzten 18 Monaten gut aufgenommen und ist eigentlich mehr als nur ein mobiles Bestelltool, denn die aufgeschalteten Produktkataloge aller Lieferanten sind dank täglichen Updates der Produktkataloge stets aktuell.

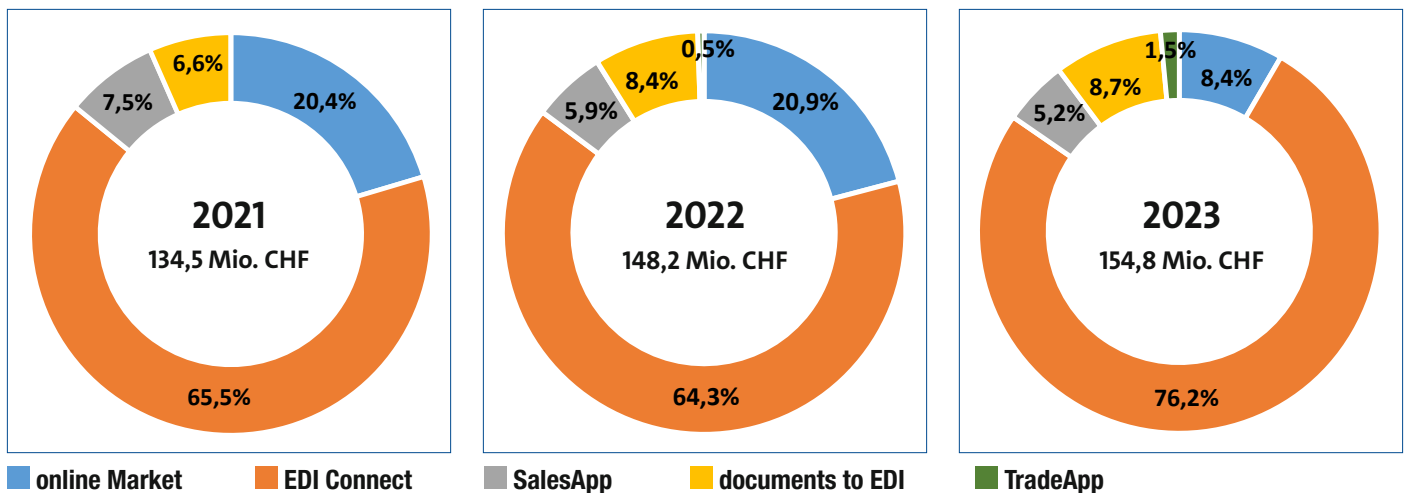
In diesem Sinne kann die branchenspezifische TradeApp auch als Einstiegsdroge für jene Fachhändler bezeichnet werden, die noch über kein eigenes Warenwirtschaftssystem verfügen. – Die branchenspezifische TradeApp als mobile, zuverlässige und sichere Bestelloption hat damit im Schweizer Markt ihre Berechtigung gefunden.

TradeApp, une «drogue d'entrée de gamme»

De 2021 à 2023, le chiffre d'affaires annuel traité par le portail est passé de 134,5 millions de CHF à 154,8 millions de CHF, soit une croissance de plus de 16,3%, c'est-à-dire de plus d'un sixième.

La TradeApp, présentée début 2023, a également contribué à cette solide croissance du chiffre d'affaires sur le portail suisse, puisque cette option de commande a contribué à hauteur de 1,5% au chiffre d'affaires total au cours de l'année écoulée. La TradeApp spécifique à la branche a été bien accueillie par les commerçants spécialisés suisses au cours des 18 derniers mois et est en fait plus qu'un simple outil de commande mobile, car les catalogues de produits mis en ligne par tous les fournisseurs sont toujours à jour grâce aux mises à jour quotidiennes.

En ce sens, la TradeApp spécifique à la branche peut également être qualifiée de drogue d'entrée pour les commerçants spécialisés qui ne disposent pas encore de leur propre système de gestion des marchandises. – La TradeApp spécifique au secteur, en tant qu'option de commande mobile, fiable et sûre, a donc trouvé sa place sur le marché suisse.



Übersicht: Entwicklung der Umsatzanteile der verschiedenen Bestellmöglichkeiten 2021 bis 2023

Die ganze Branche setzte im vergangenen Jahr in der digitalen Transformation ein starkes Ausrufezeichen: Die zwei Bestellkanäle «online Market» und «EDI Connect» sind bei den Schweizer Fachhändlern zu den wichtigsten Bestelloptionen geworden. Zählt man nämlich die zwei Bestellkanäle zusammen, ergibt sich im Abgleich mit dem Gesamtumsatz pro Jahr eine prozentuale Bestellquote von fast 85%; was einem neuen Rekord gleichkommt. Die anderen vier Bestelloptionen wie «SalesApp» oder «documents to EDI» haben nämlich in den vergangenen drei Jahren 2021–2023 an Bedeutung mehr als die Hälfte(!) eingebüsst und sind von ursprünglich 34,5% in der Summe auf noch lediglich 15,1% zurückgeglitten. In den letzten drei Jahren 2021–2023 ist der jährliche Portalhandelsumsatz von 134,5 Mio. CHF auf 154,8 Mio. CHF oder um über 16,3%, also um mehr als ein Sechstel, gewachsen.

Aperçu: évolution des parts de chiffre d'affaires des différents modes de commande de 2021 à 2023

L'année dernière, l'ensemble de la branche a mis un point d'exclamation fort dans la transformation numérique: les deux canaux de commande «online Market» et «EDI Connect» sont devenus les principales options de commande chez les commerçants spécialisés suisses. En effet, en additionnant les deux canaux de commande, on obtient, comparé au chiffre d'affaires annuel total, un pourcentage de commandes de près de 85%; ce qui équivaut à un nouveau record. Les quatre autres options de commande, telles que «SalesApp» ou «documents to EDI», ont en effet perdu plus de la moitié de leur importance (!) au cours des trois dernières années 2021–2023 et sont passées de 34,5% à seulement 15,1% au total. Au cours des trois dernières années 2021–2023, le chiffre d'affaires annuel du commerce en ligne est passé de 134,5 millions de CHF à 154,8 millions de CHF, en augmentation de plus de 16,3%, soit plus d'un sixième.

Selbständige haben oft Lücken in der Vorsorge

In der Schweiz gibt es mit der Pensionskasse und der Säule 3a gute Möglichkeiten zur Absicherung.



Foto: Gumar Pippel, shutterstock.com

Der eigene Chef zu sein, ist für viele attraktiv. Die Zahl der Selbständigen in der Schweiz geht in die Hunderttausende. Laut der Schweizerischen Arbeitskräfteerhebung des Bundesamts für Statistik waren im vergangenen Jahr hierzulande 9,1 Prozent der ständigen Wohnbevölkerung ab 15 Jahren selbständig erwerbend. Viele von ihnen sind neben ihrer selbständigen Tätigkeit auch als Arbeitnehmende angestellt oder gehen mehreren Beschäftigungen nach.

Die «Geldillusion»

Wer ein Unternehmen gründet, unterliegt bei den Schweizer Sozialversicherungen speziellen Regeln. Selbständigerwerbende sind beispielsweise nicht der Arbeitslosenversicherung angeschlossen und folglich nicht gegen Arbeitslosigkeit versichert. In der Altersvorsorge ist für sie nur die erste Säule, die AHV, Pflicht. Die berufliche Vorsorge ist freiwillig: Selbständige können, müssen sich aber nicht einer Pensionskasse anschliessen.

Dies sorgt nicht selten für Lücken in der Altersvorsorge. Selbständigerwerbende hätten ein erhöhtes Risiko, dass sie sich keine angemessene Vorsorge aufbauten und später im Rentenalter Ergänzungsleistungen beanspruchen müssten, heisst es etwa in einem Bericht des Bundesrats aus dem Jahr 2022.

Auch Finanzberater berichten aus ihrer Arbeitspraxis von Selbständigerwerbenden mit erheblichen Vorsorgelücken.

«Viele Selbständigerwerbende haben keine Pensionskasse und zahlen nur erratisch in die Säule 3a ein», sagt Tashi Gumbatshang, Vorsorgeexperte bei Raiffeisen. «Sie drohen bei der Vorsorge zwischen Stuhl und Bank zu fallen.»

Besonders gefährlich sei es, die Vorsorge über die Jahre hinweg nach hinten zu schieben. «Viele Selbständigerwerbende unterliegen einer Geldillusion», sagt er. Sie plant die Vorsorge nicht rechtzeitig und berücksichtigten die Kosten dafür nicht ausreichend in ihren Budgets. Dies ist umso wichtiger, als Selbständigerwerbende die Beiträge an AHV/IV/EO sowie an die Pensionskasse vollständig selbst bezahlen müssen.

«Viele Selbständigerwerbende decken Risiken wie Tod und Invalidität für sich und ihre Familien nicht ausreichend ab», sagt auch Thomas Bossart, Leiter Vorsorge der Versicherung Mobilair. Ihr Fokus liege meist auf der beruflichen Aktivität, dabei kämen Themen rund um die persönliche Absicherung oft zu kurz.

Nicht wenige von ihnen sehen auch die eigene Firma als Altersvorsorge und planen, diese dann im Ruhestand zu verkaufen. Diese Strategie kann aufgehen, ist aber auch ein Risiko. Schliesslich kann der Wert eines Unternehmens in Zeiten raschen Wandels schnell sinken.

Regelmässige Einzahlung wichtig

• **AHV-Zahlungen sind Pflicht:** «Selbständigerwerbende müssen ihre AHV-Beiträge vollständig und lückenlos bezahlen», sagt Bossart. Deren Höhe ist abhängig vom Einkommen und schwankt zwischen 5,371 und 10 Prozent – letzterer Beitragssatz wird ab einem Einkommen von 58 800 Franken fällig. Darin enthalten sind auch der obligatorische Anteil für die Invalidenversicherung (IV) und den Erwerbsausfall (EO).

Wie die Sozialversicherungsanstalt Zürich ausführt, bekommen auch Selbständige eine volle AHV-Rente in Höhe von 2450 Franken nur dann, wenn sie 44 Jahre lang AHV-Beiträge einbezahlt haben. Bei Frauen sind es zurzeit 43 Jahre, ab 2025 wird die Beitragszeit bis 2028 auf ebenfalls 44 Jahre erhöht. Die volle AHV-Rente erhält man zudem nur, wenn man während der ganzen Beitragsdauer ein durchschnittliches Jahreseinkommen von 88 200 Franken hatte.

• Anschluss an eine Pensionskasse suchen:

Der Anschluss an eine Pensionskasse gilt als umso attraktiver, je höher das Einkommen ist. Der Finanzdienstleister VZ Vermögenszentrum macht dazu ein Beispiel. Hat ein Selbständiger ein Einkommen von 180 000 Franken, ist keiner Pensionskasse angeschlossen und zahlt in der Säule 3a den Maximalbetrag von 35 280 Franken ein, kann er bei einem Grenzsteuersatz von 30 Prozent pro Jahr rund 10 600 Franken Steuern sparen.

Ist dieser Selbständige in einer Pensionskasse versichert, so kann er Sparbeiträge in Höhe von bis zu 45 000 Franken an die Kasse und weitere 7056 Franken in die Säule 3a einzahlen. So spart er laut dem Finanzdienstleister pro Jahr sogar rund 15 600 Franken an Steuern – also 5000 Franken mehr. Ausserdem hat er die Möglichkeit, Einkäufe in die Pensionskasse zu tätigen und so seine Steuerlast noch stärker zu reduzieren.

• Verschiedene Möglichkeiten für einen PK-Anschluss:

«In der beruflichen Vorsorge zahlen Selbständigerwerbende sowohl die Arbeitnehmer- als auch die Arbeitgeberbeiträge ein», sagt Bossart. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, sich freiwillig in der zweiten Säule zu versichern.





«Viele Vorsorgeeinrichtungen erlauben Unternehmern, sich der Pensionskasse der Angestellten anzuschliessen», sagt Bossart. Auch die Vorsorgeeinrichtung des entsprechenden Berufsverbands kann eine Lösung sein. Wie die Informationsstelle AHV/IV ausführt, haben verschiedene freiberuflich tätige Berufsgruppen wie beispielsweise Rechtsanwälte, Ärzte, unabhängige Musiker oder zahlreiche Gewerbeberufe brancheneigene Pensionskassen. Arbeitgeberorganisationen sowie Industrie- und Handelskammern informieren über mögliche Anschlussmöglichkeiten. Können sich Selbständigerwerbende nicht bei einer Vorsorgeeinrichtung versichern lassen, haben sie noch die Option, sich der Stiftung Auffangeinrichtung BVG anzuschliessen.

«Der Anschluss an eine Pensionskasse gilt als umso attraktiver, je höher das Einkommen ist.»

• **Systematisch in die dritte Säule einzahlen:** Gumbatshang empfiehlt Selbständigerwerbenden, systematisch in die Säule 3a einzuzahlen. Sind sie einer Pensionskasse angeschlossen, beträgt der Maximalbetrag 7056 Franken. Diesen können sie dann vom steuerbaren Einkommen abziehen.

Selbständigerwerbende, die keiner Kasse angeschlossen sind, können sogar eine «grosse Säule 3a» besparen: Diese darf jährlich wie erwähnt bis zu 20 Prozent des Einkommens und maximal 35 280 Franken pro Jahr umfassen. Für viele Selbständigerwerbende dürfte eine Mischung aus zweiter und dritter Säule bei der Vorsorge eine gute Wahl sein.

• **Steuern I:** Wie die Informationsstelle AHV/IV ausführt, kann man als Selbständigerwerbender die Beiträge, die man für sich selbst an die AHV/IV/EO bezahlt hat, vollumfänglich vom Betriebsergebnis als geschäftsmässig begründete Kosten abziehen.

• **Steuern II:** «Viele Selbständigerwerbende zahlen sich ein möglichst niedriges Einkommen aus, da sie Steuern sparen möchten», sagt Bossart. Dabei sei aber Vorsicht geboten: Liegt der Durchschnittslohn unter der oberen Grenze des Jahreslohns von 88 200 Franken (Stand: 2024), so erhält man später, wie bereits erwähnt, eine kleinere AHV-Rente. Laut Bossart gilt es hier sorgfältig abzuwägen.

• **Die wichtigsten Risiken absichern:** «Für Selbständigerwerbende ist es wichtig, zu wissen, dass sie nicht automatisch gegen Unfälle versichert sind», sagt Bossart. Im Falle einer Krankheit übernehme ihre Krankenkasse auch nur die Heilungskosten. «Es ist daher ratsam, sich für die wichtigsten Risiken zu versichern.» Dazu gehören aus seiner Sicht die Unfallversicherung nach UVG, die Krankentaggeldversicherung, die Erwerbsunfähigkeitsrente und das Todesfallkapital.

Autor: Michael Ferber

NZZ, 30.07.2024

La version française en pages 10/11

THE INSPIRED HOME SHOW

IHA's GLOBAL HOME +
HOUSEWARES MARKET

2. – 4. MÄRZ

Chicago, USA

WO SICH DIE BRANCHE TRIFFT, WENN ES UM INNOVATION UND INSPIRATION GEHT

Die Inspired Home Show 2025 wird die 125. Ausgabe der Messe sein. Obwohl sich seit der ersten Veranstaltung im Jahr 1939 viel verändert hat, ist eine Qualität über die Jahrzehnte hinweg gleichgeblieben: das unermüdliche Engagement der Messe, interessierte Käufer und Verkäufer zusammenzubringen. Im März werden wir sowohl unsere Vergangenheit als auch unsere Zukunft feiern, während wir uns weiterentwickeln, um den lebendigsten Marktplatz für Haus- und Haushaltswaren zu schaffen.

Einkäufer können sich ganz einfach registrieren, um kostenlosen Eintritt zur Messe zu erhalten und während ihres Aufenthalts in Chicago zahlreiche kostenfreie Veranstaltungen nutzen – besuchen Sie TheInspiredHomeShow.com für weitere Informationen! Wir freuen uns darauf, Sie vom 2. bis 4. März in Chicago zu sehen!

– **DEREK MILLER**, Präsident und CEO der IHA



Für weitere Informationen und
Ihre kostenlose Online-Registrierung
besuchen Sie:

TheInspiredHomeShow.com

Weitere Messe- und Reiseinformationen:

IHA Deutschland Büro, EK/servicegroup, **Melina Wosnitza**,
+49 521 2092-834, mwosnitza@housewares.org

Les indépendants ont souvent des lacunes dans leur prévoyance

En Suisse, la caisse de pension et le pilier 3a offrent de bonnes possibilités de couverture.



Image: Gumar Pippel, shutterstock.com

Être son propre patron est attrayant pour beaucoup. Le nombre d'indépendants en Suisse se chiffre en centaines de milliers. Selon l'enquête suisse sur la population active de l'Office fédéral de la statistique, 9,1 % de la population résidente permanente de 15 ans et plus exerçait une activité indépendante l'année dernière. En plus de leur activité indépendante, nombre d'entre eux sont également employés ou exercent plusieurs activités.

«L'illusion monétaire»

Les personnes qui créent une entreprise sont soumises à des règles spéciales en matière d'assurances sociales suisses. Les indépendants ne sont par exemple pas affiliés à l'assurance chômage et ne sont donc pas assurés contre le chômage. En matière de prévoyance vieillesse, seul le premier pilier, l'AVS, est obligatoire pour eux. La prévoyance professionnelle est facultative: les indépendants peuvent s'affilier à une caisse de pension, mais n'y sont pas obligés.

Il n'est pas rare que cela crée des lacunes dans la prévoyance vieillesse. Les indépendants courent un risque accru de ne pas se constituer une prévoyance adéquate et de devoir recourir plus tard à des prestations complémentaires à l'âge de la retraite, peut-on lire dans un rapport du Conseil fédéral datant de 2022.

Des conseillers financiers font également état, dans leur pratique professionnelle, d'indépendants présentant d'importantes lacunes de prévoyance.

«De nombreux indépendants n'ont pas de caisse de pension et ne versent que de manière erratique dans le pilier 3a», explique Tashi Gumbatshang, expert en prévoyance chez Raiffeisen. «En matière de prévoyance, ils risquent de se trouver assis entre deux chaises.»

Selon lui, il est particulièrement dangereux de repousser la prévoyance au fil des ans. «De nombreux indépendants sont victimes d'une illusion monétaire», dit-il. Ils ne planifient pas la prévoyance à temps et ne tiennent pas suffisamment compte des coûts correspondants dans leurs budgets. C'est d'autant plus important que les indépendants doivent payer eux-mêmes l'intégralité des cotisations à l'AVS/AI/APG et à la caisse de pension.

«De nombreux indépendants ne couvrent pas suffisamment les risques tels que le décès et l'invalidité pour eux-mêmes et leur famille», déclare également Thomas Bossart, responsable de la prévoyance de l'assurance La Mobilière. Ils se concentrent généralement sur leur activité professionnelle, et les thèmes liés à la protection personnelle sont souvent négligés.

Un grand nombre d'entre eux considèrent également leur propre entreprise comme une prévoyance vieillesse et prévoient de la vendre à la retraite. Cette stratégie peut s'avérer payante, mais elle comporte aussi des risques. En effet, la valeur d'une entreprise peut rapidement chuter en période de changements rapides.

Des versements réguliers sont importants

• **Le paiement de l'AVS est obligatoire:** «Les indépendants doivent payer leurs cotisations AVS intégralement et sans faille», explique Bossart. Leur montant dépend du revenu et varie entre 5,371 et 10 pour cent – ce dernier taux de cotisation est dû à partir d'un revenu de 58 800 francs. Ce montant comprend également la part obligatoire pour l'assurance-invalidité (AI) et perte de gain (APG).

Comme l'explique l'institut d'assurance sociale de Zurich, les indépendants ne touchent une rente AVS complète de 2450 francs par mois que s'ils ont cotisé à l'AVS pendant 44 ans. Pour les femmes, la durée de cotisation, actuellement de 43 ans, sera graduellement portée à 44 ans jusqu'en 2028 à partir de 2025. En outre, on ne touche la rente AVS complète que si l'on a eu un revenu annuel moyen de 88 200 francs pendant toute la durée de cotisation.

• Chercher à s'affilier à une caisse de pension:

L'affiliation à une caisse de pension est considérée comme d'autant plus intéressante que le revenu est élevé. Le prestataire de services financiers VZ Vermögenszentrum donne un exemple à ce sujet. Si un indépendant a un revenu de 180 000 francs, n'est pas affilié à une caisse de pension et verse le montant maximal de 35 280 francs dans le pilier 3a, il peut économiser environ 10 600 francs d'impôts par an avec un taux d'imposition marginal de 30 %. Si ce travailleur indépendant est assuré auprès d'une caisse de pension, il peut verser des cotisations d'épargne d'un montant maximal de 45 000 francs à la caisse et 7056 francs supplémentaires dans le pilier 3a. Ainsi, selon le prestataire de services financiers, il économise même environ 15 600 francs d'impôts par an – soit 5000 francs de plus. En outre, il a la possibilité d'effectuer des rachats dans la caisse de pension et de réduire ainsi encore plus sa charge fiscale.

• Différentes possibilités d'affiliation à une CP:

«Dans la prévoyance professionnelle, les indépendants versent à la fois les cotisations de l'employé et celles de l'employeur», explique Bossart. Il existe différentes possibilités de s'assurer volontairement dans le deuxième pilier.



«De nombreuses institutions de prévoyance permettent aux entrepreneurs de s'affilier à la caisse de pension des employés», explique Bossart. L'institution de prévoyance de l'association professionnelle correspondante peut également être une solution. Comme le précise le Centre d'information AVS/AI, différentes professions libérales telles que les avocats, les médecins, les musiciens indépendants ou de nombreuses professions artisanales ont des caisses de pension propres à leur branche. Les organisations patronales et les chambres de commerce et d'industrie fournissent des informations sur les possibilités d'affiliation. Si les indépendants ne peuvent pas se faire assurer auprès d'une institution de prévoyance, ils ont encore la possibilité de s'affilier à la Fondation institution supplétive LPP.

«L'affiliation à une caisse de pension est considérée comme d'autant plus intéressante que le revenu est élevé.»

• **Verser systématiquement dans le 3^e pilier:** Gumbatshang recommande aux indépendants de cotiser systématiquement au pilier 3a. S'ils sont affiliés à une caisse de pension, le montant maximal est de 7056 francs. Ils peuvent ensuite déduire ce montant de leur revenu imposable. Les indépendants qui ne sont pas affiliés à une caisse peuvent même épargner dans un «gros pilier 3a»: Celui-ci peut représenter jusqu'à 20 pour cent du revenu et un maximum de 35 280 francs par an. Pour de nombreux indépendants, un mélange de deuxième et 3^e piliers devrait être un bon choix en matière de prévoyance.

• **Impôts I:** comme l'explique le Centre d'information AVS/AI, un indépendant peut déduire intégralement de son résultat d'exploitation, en tant que frais justifiés par l'usage commercial, les cotisations qu'il a payées pour lui-même à l'AVS/AI/APG.

• **Impôts II:** «De nombreux indépendants se versent un revenu aussi bas que possible, car ils souhaitent économiser des impôts», explique Bossart. Mais la prudence est de mise: si le salaire moyen est inférieur à la limite supérieure du salaire annuel de 88 200 francs (état: 2024), ils toucheront plus tard, comme déjà mentionné, une rente AVS plus faible. Selon Bossart, il s'agit ici de peser soigneusement le pour et le contre.

• **Assurer les principaux risques:** «Pour les indépendants, il est important de savoir qu'ils ne sont pas automatiquement assurés contre les accidents», explique Bossart. En cas de maladie, leur caisse maladie ne prend en charge que les frais de guérison. «Il est donc conseillé de s'assurer pour les risques les plus importants». En font partie, selon lui, l'assurance-accidents selon la LAA, l'assurance d'indemnités journalières en cas de maladie, la rente d'incapacité de gain et le capital-décès.

Auteur: Michael Ferber
NZZ, 30.07.2024

Deutschsprachige Version auf den Seiten 8/9

MXqs "ONE KLICK" LOCHSÄGENSYSTEM

15 YEARS
ANNIVERSARY



MANDREX
Smart tools for every job

MXqs

Erleben Sie die Zukunft der Aufnahme-Systeme: schneller, besser und effizienter als alle anderen vorhandenen Systeme auf dem Markt.



MEHR INFORMATIONEN

www.allchemet.ch

Produktdaten: Wie Rich Content dem Webshop Energie verleiht

Für Online-Händler müssen die Produktdaten im E-Commerce die gleichen Bedürfnisse erfüllen, die Kunden beim Einkaufen in einem Ladengeschäft haben. Sie sollten ein multisensorisches Erlebnis bieten, das sowohl praktische als auch emotionale Wünsche anspricht. Wie Händler optimale Produktbeschreibungen für ihren Onlineshop erstellen.



Bild: generiert mit KI

Wenn Sie Produkte online anbieten, wird Ihr Webshop zur Ausstellungsfläche. Die Produktseiten haben die gleiche Bedeutung wie die Regale im Geschäft. Das Ziel ist, durch Produktdaten ein einzigartiges Einkaufserlebnis zu schaffen und die fehlenden sensorischen Möglichkeiten des Kunden zu ersetzen.

In diesem Beitrag wird verdeutlicht, wie Rich Content (erweiterte Beschreibungen, Bildergalerien und Videos) die Sichtbarkeit Ihres Webshops erhöht und das Einkaufserlebnis des Kunden verbessert und somit zu einer höheren Verkaufsrates führt. Denn es ist nicht nur der Preis, der zählt. Wenn das Produkt hält, was es verspricht, entstehen dauerhafte Kundenbeziehungen, die der Inflation, dem Wettbewerb und den sich ändernden Marktbedingungen besser standhalten können. Um dies zu veranschaulichen, folgen wir einem Verbraucher beim Online-Einkauf einer Jacke.

Onlineshopping beginnt mit der Suche

Mit hochgekrempten Ärmeln und einem Kaffee in der Hand gibt Markus «Herrenjacke, ganzjährig» ein. Ihm werden verschiedene Optionen in allen Farben und Materialien von den grossen E-Commerce-Anbietern angezeigt, gefolgt von den Produkten kleinerer Einzelhändler. Wo erscheint die «Strickfleece-Jacke für Männer, kastanienbraun» aus Ihrem Onlineshop? Das hängt von der SEO-Optimierung der Produktseiten ab.

Produktdaten: 7 Tipps für die SEO-Optimierung des Onlineshops

1. Der Titel muss an erster Stelle stehen, mit einer Länge von 50 bis 60 Zeichen. Es muss ein erster und ein zweiter Schlüsselbegriff sowie die Marke definiert werden. Ausserdem müssen Sie Ihren Produktbeschreibungen Ausdruck verleihen. Das Interesse des potenziellen Kunden an den Produkten muss in so wenigen Worten wie möglich geweckt werden. Hierfür wird der wichtigste Schlüsselbegriff aufgenommen. Zudem müssen wichtige Merkmale und Vorteile hervorgehoben werden, die für den Verbraucher wichtig sind. Die Meta-Beschreibung sollte rund 155 Zeichen oder weniger umfassen und den Kunden zum Klicken verleitet.

2. Die Produktseiten des Onlineshops müssen einzigartig sein. Denn Google senkt das Ranking für Seiten mit doppeltem Inhalt. Sie können ein Produktportfolio mit 10000 Artikeln haben, aber jede Produktseite muss originale und aktuelle Inhalte haben.

3. Verwendung von Produktdaten für den Webshop

Markus hat die «Strickfleece-Jacke für Männer, kastanienbraun» aus Ihrem Onlineshop bei der Google-Suche gefunden und wird zur Produktseite weitergeleitet. Im Geschäft würde jetzt ein Verkäufer Markus fragen, wonach er sucht, und ihm die besten Optionen zeigen. Oder er würde stöbern, das Material anfassen, das Etikett lesen und sich die Jacke vor der Brust halten. Die Aufgabe besteht nun, ihn durch ein Bild und eine kurze Beschreibung zu überzeugen, den Artikel in durchschnittlich 60 Sekunden zu «favorisieren» und in den Warenkorb zu legen.

4. Was Sie wissen müssen: 50 Prozent der Kunden haben ein Produkt zurückgegeben, weil es nicht der Beschreibung entsprach. 87 Prozent der Verbraucher würden nicht noch einmal bei einem Händler einkaufen, der sie durch ungenaue oder unzureichende Produktbeschreibungen in die Irre geführt hat.

5. Die Zusammenfassung der Produktbeschreibung ist das wichtigste Element. Ein Produkttitel, ein paar Zeilen Text und ein Bild. Der erste Eindruck ist hier entscheidend. Achten Sie darauf, dass das Hauptbild nicht nur klar und hochwertig ist, sondern auch die beste Darstellung des jeweiligen Produkts auf einen Blick bietet.

6. Die Bedeutung der kurzen Produktbeschreibung kann nicht hoch genug eingeschätzt werden. Hierfür werden vollständige Produktdaten, sorgfältig ausgewählte Merkmale und Details und ein überzeugender Text benötigt. Der Preis folgt in der Regel danach, also müssen Sie dafür sorgen, dass Ihr Produkt seinen Preis wert ist. Wenn Sie diese Massnahmen erfolgreich umgesetzt haben, entscheidet Markus, dass diese Jacke eine gute Option ist und legt sie in seinen Warenkorb. Nachdem er sich noch ein bisschen umgesehen hat, ist er bereit, sich die Jacke genauer anzusehen.

7. Richtige Nutzung von Produktdaten für den Onlineshop

Bei der Wahl einer Jacke geht es um mehr als nur das Etikett, die Farbe und die Grösse zu überprüfen. Markus möchte die Jacke ausprobieren, den Sitz der Schultern und die Ärmellänge prüfen, das Material fühlen und sich vorstellen, sie an einem stürmischen Herbsttag zu tragen. Wird sie warm genug sein? Sieht sie gut aus? Hält sie sich auch nach zwei Saisons noch? Fühlt sie sich richtig an? Mit Rich Product Content erreichen Sie ein multisensorisches Erlebnis für den Kunden mit Text, Bildern und Videos, die von der Website abheben. Das Ergebnis? Eine durchschnittlich 15 Prozent höhere Konversionsrate.



Bild: freepik, peoplectrations



Wichtige Merkmale von Rich Product Content

- **Produktbeschreibungen, die kreativ, informativ und überzeugend sind.**
- **Bildergalerien mit Zoomfunktionen, die jedes Detail zeigen.**
- **Feature-Highlights, die mit Pop-up-Beschreibungen, 360-Grad-Produktansichten oder Videos überzeugen.**
- **Ergänzende Informationen wie Vergleichstabellen oder herunterladbare Anleitungen.**

Der erweiterte Text ist sowohl Produktlabel als auch persönlicher Einkäufer. Dieser muss die Denkweise der Verbraucher verstehen und dieses Wissen nutzen, um über die wichtigsten Vorteile und Details zu sprechen, die Markus wissen möchte. Verwenden Sie für die Produktbeschreibung eine sinnvolle Sprache. Vermeiden Sie generische Phrasen, erzählen Sie eine Geschichte und sprechen Sie mit dem idealen Kunden. Zudem sollten die Beschreibungen downloadbar sein und für Suchmaschinen optimiert.

Wir gehen noch einen Schritt weiter und bieten den ultimativen Differenzierungsfaktor: Emotionen. Fragen wie «Ist es das, wonach ich suche?» und «Ist es den Preis wert?» können die Entscheidung von Markus beeinflussen, aber ein «Ich liebe es» aus dem Bauch heraus ist das, was seine Kaufentscheidung forciert. Sie müssen wissen, dass emotionale Reaktionen 3000 Mal schneller als rationales Denken wirkt. Zudem beträgt das Verhältnis der Überzeugungskraft von Emotionen zum Verstand 24:1.

Produktbeschreibungen emotional aufladen

Wären Kaufentscheidungen rein rational, wäre es ganz einfach, auf Basis der Produktdaten die richtigen Beschreibungen zu erstellen, wie deutliche Merkmale, Produktdetails und beruhigende Extras wie die einfache Rückgabe oder Garantie der Produkte. Aber da sich bei den Verbrauchern logische und emotionale Motive vermischen, müssen Ihre Inhalte die Emotionen von Markus hervorrufen und gleichzeitig positive Markenemotionen aufbauen.

Hier 5 wichtige Grundregeln, wie Sie Produktbeschreibungen Emotionen verleihen können:

1. Eine starke Eröffnung und der richtige Aufhänger sind wichtig. Ziehen Sie Ihre Kunden von Anfang an in die Geschichte hinein.

2. Den richtigen Tonfall wählen: Wer soll Ihr Produkt kaufen? Ein Geschäftsmann, ein Insider, ein guter Freund, ein Chefkoch, ein Sporttrainer oder die Mutter?

3. Jedem Wort Gewicht verleihen: Auf ein ausgewogenes Verhältnis von Schlüsselwörtern, sinnhaften Worten und anschaulichen Bildern achten. Halten Sie sich an eine knappe Wortzahl, damit der Text prägnant und aussagekräftig bleibt.

4. Den Nutzen des Produkts deutlich hervorheben: Eine Jacke zum Beispiel hält nicht nur warm, sondern verleiht dem Besitzer die Freiheit, unabhängig vom Wetter zu leben.

5. Menschliche Bedürfnisse ansprechen: Liebe, Nahrung, Schutz, Gesellschaft und Gemeinschaft, Zugehörigkeit, Leistung, Unabhängigkeit, Selbstverwirklichung oder inneren Frieden.

Händler können ihren Inhalten im Onlineshop sofort einen emotionalen Wert verleihen, wenn sie diese in der Muttersprache der Zielgruppe anbieten. Aus einer globalen Perspektive betrachtet, baut die Übersetzung die Barrieren zwischen Ländern und Menschen ab. Sie unterstützt die Expansion auf eine Art und Weise, die sich für jedes Publikum wie eine Muttersprache anfühlt.

Bedeutung von künstlicher Intelligenz für die Produktdaten

Wir sind überzeugt, dass KI ein Assistent ist, der trainiert werden muss, und kein Experte für Produktdaten ist, dem Sie vertrauen. Maschinelles Lernen eignet sich hervorragend, um grosse Datensätze zu analysieren, Muster zu finden und Daten in Sekundenschnelle zu klassifizieren. Deep Learning geht noch einen Schritt weiter und arbeitet mit unstrukturierten Daten wie Bildern und unbearbeitetem Text. KI ist ein vielseitiges Hilfsmittel, die aber ohne menschliche Unterstützung nicht die nötigen Emotionen erzeugen kann.

Der Checkout-Prozess: Markus überprüft die Artikel in seinem Warenkorb. Die Bilder und das Video haben die Jacke zum Leben erweckt. Die Produktbeschreibung fand bei ihm Anklang. Sie war mit klaren Angaben zu Grösse, Material und Herstellung untermauert. Er gelangt zur Überzeugung, dass die «Strickfleece-Jacke für Männer in braun» genau das ist, was er sucht, und kauft sie in der Erwartung, mit dem Produkt zufrieden zu sein.

Quelle: e-commerce magazin, 12.08.2024

Autorin: Leslie Gray



Leslie Gray

Zur Autorin:

Leslie Gray ist die Leiterin der Kommunikation bei der ContentFactory1 GmbH, Starnberg (DE). Die E-Commerce-Agentur ist seit 24 Jahren spezialisiert auf die Erstellung von Produktinhalten, die den Umsatz steigern, Prozesse optimieren und Kosten einsparen. Leslie Gray bringt 19 Jahre Erfahrung im Bereich Copywriting und Journalismus mit. www.contentfactory1.com

Markteinführung von Instant-Zahlungen in der Schweiz

Am 20. August erfolgte die Markteinführung von Instant-Zahlungen in der Schweiz. Ab sofort können rund 60 Finanzinstitute Instant-Zahlungen empfangen und verarbeiten. Damit sind mehr als 95% des Schweizer Kundenzahlungsverkehrs abgedeckt.

Introduction des paiements instantanés en Suisse

Le 20 août dernier, les paiements instantanés ont été introduits en Suisse. Quelque soixante établissements financiers peuvent dès à présent réceptionner et traiter de tels paiements, couvrant ainsi plus de 95% de la clientèle résidente.



Bis spätestens Ende 2026 werden alle Finanzinstitute, die im Kundenzahlungsverkehr aktiv sind, erreichbar sein. Erste Institute haben bereits Kundenangebote lanciert, um Instant-Zahlungen zu senden. Im Laufe der nächsten Monate werden weitere Banken entsprechende Angebote kommunizieren.

Instant-Zahlungen ermöglichen Privatpersonen und Unternehmen, Transaktionen von Konto zu Konto zu tätigen, die innert Sekunden, rund um die Uhr und an sieben Tagen die Woche (auch an Feiertagen) sofort ausgeführt und final abgewickelt werden. Damit sind für Privatpersonen, Unternehmen und Geschäftsbanken wichtige Vorteile verbunden. Dank kürzeren Abwicklungsketten werden Risiken reduziert, und eingegangene Gelder sind sofort verfügbar. Für Unternehmen und Geschäftsbanken schaffen Instant-Zahlungen zusätzlichen Spielraum für Prozessautomatisierungen und die Verknüpfung mit weiteren Dienstleistungen.

Herkömmliche Überweisungen werden weiterhin möglich sein. Die Schweizerische Nationalbank (SNB) und SIX Interbank Clearing AG (SIC AG) erwarten, dass sich Instant-Zahlungen in der Schweiz mittelfristig durchsetzen dürften und als Grundlage für weitere Innovationen im Zahlungsverkehr dienen werden.

www.six-group.com

D'ici à fin 2026 au plus tard, l'ensemble des établissements financiers actifs dans le domaine du trafic des paiements de la clientèle disposeront de cette fonctionnalité. Certains proposent déjà à leurs clientes et clients un service d'émission de paiements instantanés, et d'autres le feront dans les prochains mois.

Les paiements instantanés permettent aux particuliers et aux entreprises d'effectuer des opérations de compte à compte qui sont exécutées et réglées de manière irrévocable en quelques secondes, et ce sept jours sur sept et 24 heures sur 24 (y compris les jours fériés). Ils présentent de grands avantages pour les particuliers, les entreprises et les banques commerciales: ils raccourcissent les chaînes de règlement, ce qui réduit les risques et assure la disponibilité immédiate des montants transférés. En outre, ils permettent aux entreprises et aux banques commerciales d'accroître l'automatisation des processus et d'établir des raccords avec d'autres services.

Les virements traditionnels resteront possibles. La Banque nationale suisse (BNS) et SIX Interbank Clearing SA (SIC SA) s'attendent à ce que les paiements instantanés s'imposent à moyen terme en Suisse et permettent de nouvelles innovations dans le domaine du trafic des paiements.

www.six-group.com

Die nexMart Schweiz AG mit Sitz in Wallisellen (ZH) gestaltet im Zuge der digitalen Transformation mit modernen E-Prozessen und E-Services interaktive Verbindungen, welche für die Schweizer Eisenwaren- und Werkzeugbranche sowie für die Industrie echte Mehrwerte schaffen.

In ausgewählten Branchen und Absatzkanälen werden fokussiert und mit Leidenschaft optimale Ergebnisse für eine anspruchsvolle Kundschaft erarbeitet. Ein namhaftes Aktionariat mit hoher Marktreputation bildet eine solide Grundlage für die zukunftsorientierten E-Business-Dienstleistungen.

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir einen/eine

Mitarbeiter*in EDI und Datenmanagement mit prozessorientierter Denke

Es handelt sich um eine nicht alltägliche Herausforderung, eingebettet in einem zukunftsgeprägten E-Business-Umfeld, welches von dynamischen Veränderungen struktureller und administrativer Art gekennzeichnet ist.

Ihre Hauptaufgaben:

- Projektumsetzung von EDI-Schnittstellen zu externen Systemen auf Handels- und Industrieebene
- Prüfung und Weiterentwicklung bestehender EDI-Schnittstellen
- Anbindung und Überwachung der Kommunikationskanäle zu externen Kunden und Systemen (FTP, AS2, ...)
- Support in Form von Überwachung und Behebung von Fehlertickets im Rahmen von EDI
- Optimierung der Datenqualität unserer Kunden (Stamm- und Katalogdaten)
- Betreuung und Beratung unserer Bestandskunden sowie potenzieller Neukunden auf Handels- und Industrieebene im Rahmen unseres E-Business-Dienstleistungsportfolios

Unsere Anforderungen:

- abgeschlossene Berufslehre wie «Informatiker/in, EFZ», vorzugsweise Applikationsentwicklung oder aus einem technischen Umfeld
- erste Erfahrungen mit IT- und EDI-Prozessen
- gutes technisches Verständnis sowie ausgeprägte analytische und kommunikative Fähigkeiten
- eine hohe Servicebereitschaft und Kundenorientierung
- belastbar, mit einer guten ICT-Auffassungsgabe
- hohe Flexibilität und eine ziel- wie lösungsorientierte Arbeitsweise
- gute Deutsch- und Französischkenntnisse von Vorteil

Unser Angebot:

- selbstständiges Arbeiten in einem anspruchsvollen E-Business-Umfeld mit modernster EDV-Infrastruktur
- Homeoffice nach erfolgreicher Einarbeitung möglich
- leistungsgerechter Lohn und überdurchschnittliche Sozialleistungen
- attraktive Weiterbildungsmöglichkeiten
- modernes Büro neben SBB- und Glattalbahn-Station in Wallisellen

Erste interessante Einblicke erhalten Sie auch unter www.nexmart.swiss und www.nexmart.com.

Wenn Sie sich von dieser Vollzeitstelle mit regem Kundenkontakt angesprochen fühlen und ein langfristiges Engagement suchen, dann richten Sie bitte Ihre schriftliche Bewerbung vertraulich an Frau Patricia Häfeli, Personal, nexMart Schweiz AG, Postfach, 8304 Wallisellen.
E-Mail: bewerbung@swissavant.ch.

Tierischer Charme für die Küche

Die neuen und bunten Rüstmesser «Limited Edition Swiss Animals» von Kuhn Rikon sind funktionale Küchenhelfer und bringen Alpencharme in die Küche.

Das Schneidebrett wird zur Alpwiese. Und das Schneiden, Würfeln, Hacken, Schälen und Rüsten geht gleich mit mehr Spass von der Hand. Die COLORI®+ Rüstmesser Limited Edition Swiss Animals sind nicht nur funktionale Küchenhelfer, sondern auch kleine Kunstwerke mit realistischen Fotoprints von Murmeltier, Kuh und Steinbock und bringen sofort Alpencharme in jede Küche.

Scharfe Schnitte, sichere Aufbewahrung

Die rutschsicheren Griffe und die scharfen Klingen aus hochwertigem Edelstahl ermöglichen schnelle, präzise Schneidearbeiten. Und dank dem mitgelieferten Klingenschutz lassen sich die Rüstmesser sicher und stilvoll aufbewahren, sei es in der Schublade oder unterwegs bei einem Picknick im Grünen. Übrigens, die Messer sind spülmaschinentauglich, aber Handwäsche wird empfohlen.

www.kuhnrikon.ch



Un charme animal pour la cuisine

Les nouveaux couteaux à légumes colorés «Limited Edition Swiss Animals» de Kuhn Rikon sont des ustensiles de cuisine fonctionnels qui apportent un charme alpin dans la cuisine.

La planche à découper se transforme en prairie alpine. Et couper, couper en dés, hacher, éplucher et préparer devient tout de suite plus amusant. Les couteaux à légumes COLORI®+ Limited Edition Swiss Animals ne sont pas seulement des ustensiles de cuisine fonctionnels, mais aussi de petites œuvres d'art avec des impressions photo réalistes de marmottes, vaches et bouquetins et apportent immédiatement un charme alpin dans chaque cuisine.

Des coupes tranchantes, un rangement sûr

Les poignées non-glissantes et les lames tranchantes en acier inoxydable de haute qualité permettent des découpes rapides et précises. Et grâce au protège-lame fourni, les couteaux à légumes peuvent être rangés en toute sécurité et avec style, que ce soit dans un tiroir ou en route pour un pique-nique à la campagne. D'ailleurs, les couteaux peuvent être lavés au lave-vaisselle, mais le lavage à la main est recommandé.

www.kuhnrikon.ch

Zu verkaufen, gut eingeführte

Eisenwarenhandlung im Kanton Zürich

Bereiche: Eisenwaren, Werkzeuge, Maschinen,
Schlüsseldienst, E-Shop

Angebote und Anfragen sind zu richten an:
herbert.mueller@mts-treuhand.ch

Ausblick auf das Messetrio 2025

Nach dem Restart 2023 als Messetrio und der Etablierung als grösste Netzwerkplattform und Drehscheibe für die globale Konsumgüterbranche in diesem Jahr bauen die drei Konsumgüterleitmesse Ambiente, Christmasworld und Creativeworld ihre Position weiter aus. Für 2025 liegt der Anmeldestand bereits über Vorjahresniveau, das Messegelände wird erneut voll belegt und die Vorbereitungen für neue Highlights im Rahmenprogramm und Initiativen für ausgewählte Besucherzielgruppen laufen auf Hochtouren.

Ambiente – stärkere Präsenz von Topmarken

Die Ambiente baut ihre Spitzenposition im Bereich Dining rund um Tisch, Küche und Haushalt im Westgelände weiter aus. Dies bestätigt die Rückkehr und Teilnahme von Unternehmen wie BHS Tabletop, Bonna (Kar Porzelen), RAK Porcelain, Rösle, Steelite, oder Wüsthof. Über alle Segmente hinweg wird vor allem eine qualitative Angebotsentwicklung forciert. Marken wie Dibbern, Robbe & Berking, Rosenthal und Vista Alegre bereichern zum Beispiel erneut Table Select.

Im Ostgelände sind für den Bereich Living Firmen wie Affari of Sweden, Bazar Bizar, Henry Dean, Kare Design, Lightmakers, pappelina, Reflections Copenhagen oder Alessi mit ihrem Living-Programm angemeldet. Hier wird der Fokus auf das Wachstumsfeld Objektgeschäft u. a. mit Blomus, Pure Yellow Single Member, Scholtissek, Trademark oder XL Boom weiter geschäft.

Mit dem Thema Contract Business soll auch das Möbelangebot perspektivisch ausgebaut werden. Bei Working wachsen seit dem Auftakt zur Ambiente 2023 sowohl das qualitative Angebot im Segment Office Design & Solutions als auch das Areal Future of Work, das moderne Arbeitswelten abbildet. Derzeit registriert sind zum Beispiel Hey-Sign, König + Neurath oder Vario Büroeinrichtungen. Somit sind die Pioniere der ersten Stunde weiterhin mit dabei, genauso wie interessante Neuanmeldungen.

<https://ambiente.messefrankfurt.com>

Perspectives pour le trio de salons en 2025

Après le redémarrage en 2023 en tant que trio de salons et l'établissement cette année de la plus grande plate-forme de réseau et plaque tournante du secteur mondial des biens de consommation, les trois salons phares Ambiente, Christmasworld et Creativeworld continuent de renforcer leur position. Pour 2025, le nombre d'inscriptions est déjà supérieur à celui de l'année précédente, le parc des expositions sera à nouveau entièrement occupé et les préparatifs pour de nouveaux temps forts dans le programme-cadre et des initiatives pour des groupes cibles de visiteurs sélectionnés battent leur plein.



Ambiente – une présence renforcée de grandes marques

Ambiente continue de renforcer sa position de leader dans le secteur Dining consacré aux arts de la table, aux arts culinaires et au ménage sur le site ouest. Le retour et la participation d'entreprises comme BHS Tabletop, Bonna (Kar Porzelen), RAK Porcelain, Rösle, Steelite ou Wüsthof le confirment. Tous segments confondus, c'est surtout un développement qualitatif de l'offre qui est mis en avant. Des marques comme Dibbern, Robbe & Berking, Rosenthal et Vista Alegre enrichissent par exemple à nouveau Table Select.

Sur le site de l'Est, des entreprises comme Affari of Sweden, Bazar Bizar, Henry Dean, Kare Design, Lightmakers, pappelina, Reflections Copenhagen ou Alessi sont inscrites pour le secteur Living avec leur programme correspondant. L'accent sera mis ici sur le secteur

de croissance des collectivités avec, entre autres, Blomus, Pure Yellow Single Member, Scholtissek, Trademark ou XL Boom.

Avec le thème Contract Business, l'offre de meubles doit également être développée dans une perspective d'avenir. Chez Working, depuis l'ouverture de l' Ambiente 2023, l'offre qualitative dans le segment Office Design & Solutions ainsi que l'espace Future of Work, qui illustre les environnements de travail modernes, sont en pleine croissance. Sont actuellement enregistrés par exemple Hey-Sign, König + Neurath ou Vario Büroeinrichtungen. Ainsi, les pionniers de la première heure sont toujours de la partie, tout comme de nouvelles inscriptions intéressantes.

<https://ambiente.messefrankfurt.com>

Die Inspired Home Show wird 2025 erweitert

Die Inspired Home Show wird im Jahr 2025 um eine neue Ausstellung erweitert. Die **Travel Gear + Luggage Expo** wird im März nächsten Jahres ihr Debüt geben und eine grosse Auswahl an Unternehmen, die Produkte für das Reisesegment der Branche anbieten, auf der Messe zusammenbringen, gab die International Housewares Association bekannt.

Die Inspired Home Show 2025 wird vom 2. bis 4. März im McCormick Place Complex in Chicago stattfinden. Auf der Messe werden mehr als 1600 Aussteller in fünf Ausstellungsbereichen in den Gebäuden Nord und Süd vertreten sein.

Die Travel Gear + Luggage Expo wird sich im Südgebäude befinden, und zwar am oberen Ende der Rolltreppen, die vom Registrierungsbereich der Ebene 1 in die Halle führen. Diese Positionierung ermöglicht den Einkäufern einen einfachen und direkten Zugang zu diesem neuen Bereich der Messe.

«Auf der Inspired Home Show 2023 haben mehr als 60 Unternehmen aus dem Bereich Reisebedarf ausgestellt und eine sehr erfolgreiche Erfahrung gemacht. Nach einer einjährigen Auszeit, um andere Möglichkeiten zu erkunden, haben die Aussteller von Reiseartikeln den Wunsch geäußert, nach Chicago zurückzukehren, um die zahlreichen Fach- und Grosseinkäufer*innen zu treffen, die die Messe jedes Jahr besuchen», sagte Derek Miller, Präsident und CEO der IHA.

Die Aussteller von Reiseprodukten sind auch eingeladen, an der gesamten Palette der IHA-Mitgliedsdienste teilzunehmen, die Branchenbildung, Regierungsangelegenheiten, Weiterbildung von Führungskräften und internationale Dienste, einschliesslich Seefrachtprogramme und Handelsmissionen, umfassen. Weitere Informationen über die vielen angebotenen Mitgliederdienste finden Sie auf der IHA-Website unter Housewares.org.

Aussteller, die mehr über die Travel Gear & Luggage Expo erfahren möchten, informieren sich bitte auf der Website der Messe. www.theinspiredhomeshow.com

Le salon Inspired Home Show s'agrandit en 2025

Le salon Inspired Home Show s'enrichira d'une nouvelle exposition en 2025. La **Travel Gear + Luggage Expo** fera ses débuts en mars prochain et réunira une grande variété d'entreprises proposant des produits pour le segment voyage de la branche, a annoncé l'International Housewares Association.

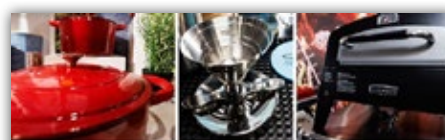


L'Inspired Home Show 2025 aura lieu du 2 au 4 mars au McCormick Place Complex à Chicago. Le salon accueillera plus de 1600 exposants dans cinq zones d'exposition situées dans les bâtiments Nord et Sud.

Le Travel Gear + Luggage Expo sera situé dans le bâtiment Sud, en haut des escalators qui mènent au hall depuis la zone d'enregistrement du niveau 1. Ce positionnement permettra aux acheteurs d'ac-

céder facilement et directement à cette nouvelle zone du salon.

«Lors du Inspired Home Show 2023, plus de 60 entreprises du secteur des articles de voyage ont exposé et ont vécu une expérience très réussie. Après une année d'absence pour explorer d'autres possibilités, les exposants d'articles de voyage ont exprimé le souhait de revenir à Chicago pour rencontrer les nombreux professionnels et gros acheteurs qui visitent le salon chaque année», a déclaré Derek Miller, président et CEO de l'IHA.



THE
INSPIRED
HOME
SHOW THE GLOBAL HOME +
HOUSEWARES MARKET
2-4 MARCH 2025
McCormick Place | Chicago

**WHERE THE INDUSTRY
CONNECTS AROUND
INNOVATION AND
INSPIRATION**

REGISTER FOR YOUR **FREE ENTRANCE PASS!**

Les exposants de produits de voyage sont également invités à participer à l'ensemble des services proposés par les membres de l'IHA, qui comprennent la formation dans la branche, les affaires gouvernementales, la formation continue des cadres et les services internationaux, y compris les programmes de fret maritime et les missions commerciales. Pour plus d'informations sur les nombreux services offerts aux membres, veuillez consulter le site web de l'IHA à l'adresse Housewares.org.

Les exposants qui souhaitent en savoir plus sur le Travel Gear & Luggage Expo sont invités à se renseigner sur le site web du salon. www.theinspiredhomeshow.com

Auf Tuchfühlung vor Ort: «Miteinander fürenand»

Die Kunden kennen, den Austausch suchen, die Verbindung pflegen – miteinander füreinander da sein. Daraus wachsen gesunde Geschäftsbeziehungen. So sieht es auch die Birchmeier Sprühtechnik AG mit Sitz in Stetten (AG). Kürzlich besuchte die schweizerische Produzentin modernster Sprühgeräte zusammen mit Händlern aus Deutschland verschiedene Kunden in der Schweiz – so auch die Mäder Kräuter AG im zürcherischen Boppelsen, am Südhang der Lägern. Das im wahrsten Sinne «bodenständige» Unternehmen hat sich den Slogan «Miteinander fürenand» als Betriebsmotto auf die Fahne geschrieben. – Die *perspective* war beim Besuch dabei.

Kräuter für die Schweizer Küche

Die Mäder Kräuter AG ist ein führender Schweizer Produktionsbetrieb für frische Küchenkräuter. Abnehmer sind Schweizer Grossverteiler und die Gastronomie. Das ganze Sortiment ist Bio Suisse-zertifiziert, nachhaltiges Wirtschaften gehört zur DNA. 1980 von Ueli Mäder als Einmann-Betrieb gegründet, ist die Mäder Kräuter AG regelrecht «ins Kraut geschossen». Sie beschäftigt heute rund 120 Mitarbeitende. Betriebe im Tessin und in Marokko helfen mit, die Schweiz ganzjährig mit frischen Küchenkräutern zu versorgen.

Ergonomisch. Praktisch. Gut.

Zugelassene Sprühmedien effizient auszubringen gehört mit zum Bio-Labeling. In Boppelsen macht man das mithilfe modernster Birchmeier-Sprühgeräte – die notabene aus dem Nachbarkanton Aargau kommen. Gezeigt wurde die Anwendung des Akku-Sprühgeräts AS 1200, das aktuell mit Kraftpaketen aus der CAS-Familie ausgerüstet ist. In Boppelsen arbeitet die Maschine, seinerzeit noch mit den Vorgänger-Akkus ausgerüstet – laut der stellvertretenden Produktionsleiterin – seit vier Jahren absolut einwandfrei. Das kabel- und schlauchlose Sprühen auf Knopfdruck sei für die Plantagen und Gewächshäuser mit Abertausenden von Peterli, Basilikum und anderen würzigen Bodengewächsen die ideale Lösung.

Know-how-Austausch – von Fachperson zu Fachperson

Die das Gerät vorführende Fachfrau regte bei den Fachleuten der Firma Birchmeier an, ob man für den Dauerbetrieb zur Entlastung allenfalls einen Feststellknopf einbauen könnte. Der anwesende Geschäftsführer von Birchmeier nahm die Anregung entgegen, verwies allerdings auf gewisse Sicherheitsbestimmungen zu Dauerbetriebstasten: «Vielen Dank für die Idee – wir werden das sehr gerne genauer prüfen!» – Das ist «Miteinander fürenand»: Aus der Praxis, für die Praxis. Ein Gewinn für alle, die sich miteinander füreinander engagieren!

www.birchmeier.com



En contact avec le terrain: «ensemble les uns pour les autres»

Connaître les clients, chercher l'échange, entretenir les liens – être là les uns pour les autres. C'est ainsi que naissent des relations commerciales fructueuses. C'est aussi l'avis de Birchmeier Sprühtechnik AG, dont le siège est à Stetten (AG). Récemment, le producteur suisse de pulvérisateurs ultramodernes a rendu visite à différents clients en Suisse, dont Mäder Kräuter AG à Boppelsen, dans le canton de Zurich, sur le versant sud de la Lägern, en compagnie de revendeurs allemands. L'entreprise, qui a les pieds sur terre au sens propre du terme, a inscrit le slogan «ensemble les uns pour les autres» comme devise de l'entreprise. – *perspective* a assisté à la visite.

Des herbes pour la cuisine suisse

Mäder Kräuter AG est l'une des principales entreprises suisses de production d'herbes aromatiques fraîches pour la cuisine. Les clients sont les grands distributeurs suisses et la gastronomie. Tout l'assortiment est certifié Bio Suisse et la gestion durable fait partie de l'ADN de l'entreprise. Fondée en 1980 par Ueli Mäder en tant qu'entreprise individuelle, Mäder Kräuter AG a littéralement «pris son envol». Elle emploie aujourd'hui environ 120 personnes. Des exploitations au Tessin et au Maroc contribuent à approvisionner la Suisse en herbes culinaires fraîches tout au long de l'année.

Ergonomique, pratique et de bonne qualité.

L'application efficace de produits de pulvérisation autorisés fait partie du label bio. À Boppelsen, on le fait à l'aide des pulvérisateurs Birchmeier les plus modernes – qui viennent d'ailleurs du canton voisin d'Argovie. La démonstration a porté sur l'utilisation du pulvérisateur à batterie AS 1200, qui est actuellement équipé de puissants blocs d'alimentation de la famille CAS. A Boppelsen, le pulvérisateur, autrefois encore équipé des batteries précédentes, fonctionne parfaitement depuis quatre ans, selon la directrice adjointe de la production. La pulvérisation sans câble ni tuyau, par simple pression sur un bouton, est la solution idéale pour les plantations et les serres contenant des milliers de persils, de basilics et d'autres plantes aromatiques en pleine terre.

Échange de savoir-faire – de spécialiste à spécialiste

La spécialiste qui présentait l'appareil a suggéré aux spécialistes de l'entreprise Birchmeier s'il était possible d'installer un bouton de blocage pour soulager le travail en continu. Le directeur de Birchmeier présent a accepté la suggestion, tout en rappelant certaines dispositions de sécurité relatives aux boutons de fonctionnement continu: «Merci beaucoup pour cette idée – nous allons très volontiers l'examiner de plus près!» C'est ce que signifie le slogan «ensemble les uns pour les autres»: issu de la pratique, pour la pratique. Un bénéfice pour tous ceux qui s'engagent les uns pour les autres!

www.birchmeier.com

VSF-Swissavant-Fusion bietet Chancen

Die Generalversammlung 2024 des Verbandes Schweizer Farbenhändler (VSF) gab anfangs Juni 2024 grünes Licht für die Fusion und ebnete damit den Weg für eine noch engere Zusammenarbeit in der Berufsbildung mit Swissavant – Wirtschaftsverband Handwerk und Haushalt. Wenn nun im Frühjahr 2025 noch die GV von Swissavant dem Zusammenschluss zustimmt, dann kann die bis dahin erfolgreiche Zusammenarbeit in der Berufsbildung für VSF weiter vertieft werden. Der VSF-Berufsnachwuchs ist damit wie in der Vergangenheit weiterhin sichergestellt und kann angesichts des herrschenden Personalmangels in der Schweizer Farbenbranche zeitnah ausgebaut werden.

Die für den 1. Januar 2025 noch zu vollziehende Fusion «VSF-Swissavant» wird die Leistungs- und Konkurrenzfähigkeit der VSF-Mitglieder weiterhin sicherstellen, da die obligatorische Berufsbildung professionell wie gesetzeskonform fortgeführt wird. Der immer wichtiger werdenden VSF-Berufsnachwuchs erhält im Rahmen einer eigenständigen A+P-Branche damit eine marktgerechte Eintrittsmöglichkeit in die Berufswelt. Die Schweizer Farbenbranche sorgt so für das notwendige bildungspolitische Fundament und tritt dem Personalfachmangel aktiv entgegen.



«Dank der Fusion mit unserem langjährigen Bildungspartner, Swissavant, kann die Zusammenarbeit in der Berufsbildung branchengerecht intensiviert werden. Der permanente VSF-Einsatz in die Ausbildungskommission garantiert zudem die zukünftige Berücksichtigung der bildungspolitischen Anliegen unserer Farbenbranche», sagt überzeugt Bruno Guzzo als langjähriger Leiter Berufsbildung.

«La fusion avec Swissavant, notre partenaire de longue date dans la formation, permettra d'intensifier la collaboration de manière adaptée à la branche. Le siège permanent de l'ASCP dans la commission de la formation professionnelle garantit en outre la prise en compte des préoccupations de notre branche en matière de politique de formation», déclare Bruno Guzzo, responsable de longue date de la formation professionnelle de l'ASCP.

La fusion ASCP-Swissavant offre des opportunités

L'assemblée générale 2024 de l'Association professionnelle suisse des commerçants en peinture (ASCP) a donné son feu vert à la fusion début juin 2024, ouvrant ainsi la voie à une collaboration encore plus proche dans la formation professionnelle avec Swissavant – Association économique Artisanat et Ménage. Si l'assemblée générale de Swissavant approuve la fusion au printemps 2025, la collaboration dans le domaine de la formation professionnelle, qui a été un succès jusqu'à présent, pourra être encore approfondie. La relève professionnelle de l'ASCP sera ainsi assurée comme par le passé et pourra se développer rapidement compte tenu du manque de personnel dans la branche suisse des commerçants en peinture.

La fusion «ASCP-Swissavant», qui sera réalisée au 1^{er} janvier 2025, continuera à garantir la performance et la compétitivité des membres de l'ASCP, car la formation professionnelle obligatoire sera poursuivie de manière professionnelle et conforme à la loi. La relève professionnelle ASCP, dont l'importance ne cesse de croître, bénéficie ainsi, dans le cadre d'une branche F+E autonome, d'une possibilité d'entrée dans le monde professionnel adaptée au marché. La branche suisse des commerçants en peinture assure ainsi le fondement nécessaire de la politique de formation et lutte activement contre la pénurie de personnel qualifié.

Permanenter Einsitz

Die garantierte permanente Einsitznahme eines VSF-Vertreters in die ständige Aus- und Weiterbildungskommission von Swissavant ist unbefristet festgeschrieben und sichert so die legitimen bildungspolitischen VSF-Interessen der Zukunft.

Dies liegt zudem ebenfalls im Interesse von Swissavant, denn eine branchenspezifische Berufsbildung hat sich inhaltlich stets an die sich verändernden Bedürfnisse des Arbeitsmarktes zu richten. Für weitere branchenspezifische Dienstleistungen oder dann kollektive (Sozial-/Versicherungs-)Produkte ist eigens eine Arbeitsgruppe ins Leben gerufen worden, die in den nächsten 6–8 Monaten weitreichende branchenspezifische Abklärungen für eine eigenständige «VSF-Fachgruppe» zu treffen hat.

Unstrittig ist schon im Vorfeld der im zweiten Semester 2024 stattfindenden Kick-off-Veranstaltung, dass eine eigenständige «VSF-Fachgruppe» den so wichtigen Branchendialog innerhalb der Schweizer Farbenbranche unterstützen würde und nachvollziehbar bei den Unternehmern aus der Farbenbranche eine höhere Identifikation gewährleistet wäre.

Die Arbeitsgruppe wird über die erarbeiteten Resultate oder Entscheide im Hinblick auf eine schweizweit tätige «VSF-Fachgruppe» jeweils zeitnah alle Unternehmer, welche in der Schweizer Farbenbranche tätig sind, aktiv informieren.

Droit de participation

Le siège permanent d'un représentant de l'ASCP dans la commission de formation professionnelle de Swissavant pour une durée indéterminée assure les intérêts légitimes de l'ASCP sur le plan de la politique de formation à l'avenir.

C'est également dans l'intérêt de Swissavant, car le contenu d'une formation professionnelle spécifique à une branche doit toujours s'adapter aux besoins changeants du marché du travail. Pour d'autres prestations de services spécifiques à la branche ou des produits (sociaux/d'assurance) collectifs, un groupe de travail ad hoc doit procéder dans les 6 à 8 prochains mois à des clarifications approfondies spécifiques à la branche pour un «groupe spécialisé ASCP» autonome.

En amont de la manifestation de lancement qui aura lieu au 2^e semestre 2024, il est incontestable qu'un «groupe spécialisé de l'ASCP» indépendant soutiendra le dialogue si important au sein de la branche suisse des commerçants en peinture et assurera une meilleure identification auprès des entrepreneurs.

Le groupe de travail informera tous les entrepreneurs actifs de la branche suisse des commerçants en peinture des résultats obtenus ou des décisions prises dans la perspective d'un «groupe spécialisé ASCP» actif au niveau national.



THE ONE

DAS GESCHENK,
DAS SIE FÜR IMMER
LIEBEN WERDEN.



Ob unter dem Weihnachtsbaum oder auf dem festlich gedeckten Tisch – Le Creuset ist seit 1925 ein fester Bestandteil der Weihnachtsfeierlichkeiten.

Die französische Traditionsmarke verbindet ihre langjährige Geschichte mit ihrer einzigartigen Handwerkskunst und erschafft damit Kochgeschirr, das über Generationen hinweg weitergegeben und zu einem Bestandteil ihrer Weihnachtstradition wird. Denn wo es ein Festmahl gibt, darf Le Creuset Kochgeschirr nicht fehlen.

www.lecreuset.com

Die Mitglieder der VSF-Arbeitsgruppe: Les membres du groupe de travail de l'ASCP:

- Bruno Guzzo, Farben Shop AG, Wohlen;
- Steve Perruchoud, Sivacolor SA, Sierre;
- Kevin Trentin, Bosshard Farben AG, Rümliang;
- Adrian Knuchel, Knuchel Farben AG, Wiedlisbach;
- Giuseppe Tolone, European Aerosols AG, Fehraltorf;
- Urs Buser, Akzo Nobel Coatings AG, Sempach Station;
- Pietro Lamanuzzi, RUCO AG, Glattbrugg;
- Christoph Rotermund, Swissavant, Geschäftsführer und Leiter der Round-Table-Diskussion | directeur général et animateur de la table ronde;
- Alexandra Kunz, Swissavant, Projektmanagement | gestion de projet;
- Silvia Keller, Swissavant, Übersetzungen | traductions.

Zeitlose Eleganz: White von Le Creuset

Neutrale Farben sind vielseitige Klassiker, die in der Mode und im Interieur zu den Favoriten zählen. Mit White stellt Le Creuset jetzt eine neue Serie in strahlendem Weiss vor. Kühl, elegant und modern – die White Collection bietet eine klare Präsentationsfläche und macht die Rezepte zum Star.

Die Farbneuheit strahlt Zeitlosigkeit, Ruhe und Beständigkeit aus und passt damit in jede Küche und zu jedem Wohnstil, ob minimalistisch, klassisch oder leger. Sehr gut harmoniert White auch mit anderen zurückhaltenden Nuancen wie Grau, Beige, Creme und Pastell. White ist ein Solitär und für sich allein ein starkes Statement, als hellste Farbe bildet Weiss ein Glanzlicht. Um Farbakzente zu setzen, kann White nach Belieben mit anderen Le Creuset-Tönen kombiniert werden.

Mit seinem glänzenden Finish lässt White das hochwertige Design des Le Creuset-Kochgeschirrs strahlen. Zum Juwel in der Küche avancieren die ikonischen Gusseisen-Bräter: Der goldfarbene Deckelknopf erhöht den Glamour-Faktor und verleiht dem Schmuckstück Raffinesse und einen Hauch von Luxus.

Erhältlich ist White in einer grossen Produktvielfalt aus Gusseisen, ofenfestem Steinzeug und Küchenaccessoires. Das Angebot reicht von runden und ovalen Brätern, Gourmet-Profittopf, Brat- und Servierpfanne über Auflaufformen, Mini-Cocotte, Tarteform, Speise-, Suppen- und Frühstücksteller, Müslischale, Kaffeebereiter und Becher bis hin zu Salz- und Pfeffermühlen, Wasserkessel und vielem mehr.

www.lecreuset.ch

Une élégance intemporelle: White de Le Creuset

Les couleurs neutres sont des classiques polyvalents qui comptent parmi les favoris de la mode et de l'intérieur. Avec White, Le Creuset présente désormais une nouvelle série d'un blanc éclatant. Froide, élégante et moderne – la Collection White offre une surface de présentation claire pour que les recettes deviennent des succès.

Cette nouveauté de couleur respire l'intemporalité, le calme et la constance et s'adapte ainsi à toutes les cuisines et à tous les styles d'intérieur, qu'ils soient minimalistes, classiques ou décontractés. White s'harmonise également très bien avec d'autres nuances discrètes comme le gris, le beige, le crème et le pastel. White est un solitaire et constitue à lui seul une déclaration forte, en tant que couleur la plus claire, le blanc constitue une lumière brillante. Pour créer des accents de couleur, White peut être combiné à volonté avec d'autres teintes de Le Creuset.

Par sa finition brillante, White fait briller le design haut de gamme des ustensiles de cuisine Le Creuset. Les cocottes en fonte emblématiques sont promues au rang de bijoux dans la cuisine: le bouton doré du couvercle augmente le facteur glamour et confère au bijou un raffinement et une touche de luxe.

White est disponible dans une grande variété de produits en fonte, en grès résistant au four et en accessoires de cuisine. L'offre va des rôtissoires rondes et ovales, de la marmite professionnelle gourmet, de la poêle à frire et à servir aux moulines à sel et à poivre, aux bouilloires et à bien d'autres choses encore, en passant par les moules à soufflé, les mini-cocottes, les moules à tarte, les assiettes à plat, à soupe et à petit-déjeuner, les bols à céréales, les cafetières et les gobelets.

www.lecreuset.ch



Die neue ECO LINE von KOENIG: Ökologisch und nachhaltig

2024 feiert die Marke KOENIG ihr 70-jähriges Bestehen und zeigt mit der neuen Serie ECO LINE, wie jung sie geblieben ist und auch nach so vielen Jahren weiterhin ein Trendsetter ist.

Die neue Linie von KOENIG bietet ein Sortiment ökologischer und nachhaltiger Haushaltsgeräte mit einem Gehäuse aus mindestens 50% recyceltem Kunststoff (alle Teile, die nicht mit Lebensmitteln in Berührung kommen) und, der Gesundheit zuliebe, frei von BPA und PFAS sind. Dies reduziert die Umweltbelastung und somit auch den CO₂-Fussabdruck.

Zum Sortiment gehören ein Handmixer, ein Stabmixer-Set, ein Standmixer, ein Wasserkocher, ein Toaster und ein Sandwichtoaster. Alle im gleichen Design, in einer stylischen Schwarz/Chrom-Kombination. Überzeugend ist auch die Qualität, deshalb gibt KOENIG auf alle Produkte eine Garantie von 5 Jahren, also drei Jahre mehr, als es das Gesetz vorschreibt.

Der ökologische Gedanke hinter der Serie zieht sich auch bei den Verpackungen weiter, so sind die Artikel in braunen Boxen (farbig bedruckt) verpackt und für das Füllmaterial in der Box wird Papier verwendet und nicht die üblichen Plastiktüten.

www.tavora.ch

La nouvelle gamme ECO LINE de KOENIG: écologique et durable

En 2024, la marque KOENIG fête ses 70 ans d'existence et ateste, en présentant sa nouvelle ECO LINE, à quel point elle est restée jeune et continue à proposer des appareils électroménagers novateurs depuis tant d'années.

La nouvelle gamme de KOENIG propose des appareils électroménagers écologiques et durables dont le boîtier se compose d'au moins 50% de plastique recyclé (à l'exception des pièces entrant en contact avec les aliments) et sont exempts de BPA et de PFAS, afin de protéger la santé tout en réduisant l'impact environnemental et l'empreinte carbone.

L'assortiment, au design identique de couleur noire et chrome, comprend un batteur-mixeur, un mixeur-plongeur, un mixeur, une bouilloire, un grille-pain et un appareil à croque-monsieur. De par la haute qualité de la ECO LINE, KOENIG offre une garantie de 5 ans sur chaque produit, soit 3 ans de plus que celle que la loi impose.

L'idée de proposer une gamme d'appareils électroménagers écologiques se prolonge jusque dans les emballages, puisqu'ils sont confectionnés en carton de couleur brune (imprimés en couleur) et dotés de matériaux de rembourrage en papier et non en plastique, comme c'est le cas habituellement.

www.tavora.ch



Nachhaltige Materialien: Mindestens 50% recycelter Kunststoff wird für jedes Gerät der ECO-Linie verwendet, wodurch Ressourcen geschont und Abfall reduziert wird.

Matériaux durables: au moins 50% de plastique recyclé est utilisé pour chaque appareil de la gamme ECO, ce qui permet de préserver les ressources et de réduire les déchets.

Paris einmal ganz anders

Seit 1945 entwickelt Kisag Produkte, die Freude am Kochen machen. Auch mit der jüngsten Produktentwicklung strebt das Bellacher Unternehmen im weitesten Sinne eine kleine Revolution in den heimischen Küchen und Buffets an: Brot verdient Wertschätzung und ein «Zuhause».

Mit dem Brotkasten PARIS, der ab Oktober bei ausgewählten Fach- und Detailhändlern sowie im firmeneigenen Online-Shop erhältlich ist, werden traditionelle Werte, Qualität, Innovation und Design auf den Punkt gebracht und in einem Produkt vereint.

Die Kombination aus Brotbrett und Brotkasten aus europäischem FSC® zertifiziertem Buchenholz kann unabhängig voneinander verwendet und der Deckel einfach hochgeklappt werden. Durch die feinen Öffnungen ist zudem ein ständiger, minimaler Luftaustausch gewährleistet, so dass das Brot nicht schimmeln kann. Insgesamt bietet der Brotkasten PARIS eine kontrollierte Umgebung, in der das Brot länger frisch und schmackhaft bleibt.

www.kisag.ch



Paris, une autre façon de voir

Depuis 1945, Kisag développe des produits qui augmentent le plaisir de cuisiner. Par ses produits développés tout récemment, l'entreprise de Bellach aspire également à provoquer une petite révolution dans les cuisines et les buffets domestiques, au sens le plus large du terme: le pain mérite d'être apprécié à sa juste valeur et d'avoir un «chez soi».

La boîte à pain PARIS sera disponible à partir d'octobre chez certains commerçants spécialisés et détaillants ainsi que dans la boutique en ligne de l'entreprise. Elle réunit les valeurs traditionnelles, la qualité, l'innovation et le design et les met en avant en un seul produit.

La planche à pain et la boîte à pain en bois de hêtre européen certifié FSC® peuvent être utilisés ensemble ou séparément et le couvercle peut être simplement relevé. Les fines ouvertures garantissent en outre un échange d'air permanent et minimal, de sorte que le pain ne peut pas moisir. En conclusion, la boîte à pain PARIS offre un environnement contrôlé dans lequel le pain reste frais et savoureux plus longtemps.

www.kisag.ch

Tiefschwarz und extrem hart

Ganz in schwarz präsentiert sich die neue Variante der Highend-Messerserie Mono SK59.

Die Klinge aus Hochleistungsstahl wird dafür mit einer Schicht aus sogenanntem «Diamond-Like Carbon» (DLC) bezogen. Diese Schicht ist extrem hart, verschleiss- und kratzfest, korrosionsbeständig und weist einen extrem niedrigen Reibungskoeffizienten auf.

Im Finish werden Griff und Klingentrücken der Messer geschliffen und die Klinge geschärft. Dadurch entsteht eine feine silberfarbene Fuge, die dem Messer eine signifikante, durchgehende Aussenlinie verleiht. Der Kontrast des matten, tiefen Schwarz zur blanken, silbernen Spur verleiht Mono SK59 Black seine besondere Gestalt. Das Resultat sind drei langlebige Messer – Koch-, Schinken- und Universalmesser.

www.mono.de



Noir profond et extrêmement dur

La nouvelle variante de la série de couteaux haut de gamme Mono SK59 se présente tout en noir.

La lame en acier haute performance est recouverte d'une couche de «Diamond-Like Carbon» (DLC). Cette couche est extrêmement dure, résistante à l'usure et aux rayures, à la corrosion et présente un coefficient de frottement extrêmement faible.

Lors de la finition, le manche et le dos de la lame du couteau sont poncés et la lame est aiguisée. Il en résulte un fin joint de couleur argentée qui confère au couteau une ligne extérieure continue et significative. Le contraste entre le noir mat et profond et la trace argentée brillante confère au Mono SK59 Black sa forme particulière. Il en résulte trois couteaux durables: un couteau de cuisine, un couteau à jambon et un couteau universel.

www.mono.de

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

The Mug+ – Nicht nur für Kaffeeliebhaber

Rosenthal lanciert den Becher The Mug+, ein schönes Stück aus edlem Porzellan, nicht nur für Kaffeeliebhaber. Ob cold-brewed Kaffee, Latte macchiato oder heisser Kräuter-Tee.

Die Haptik macht's

Mit einer geschmeidigen Linienführung und der glatten, seidigen Oberfläche erheben die neuen Becher den täglichen Kaffee- oder Teegeuss zur hohen Lebenskunst. Ihre leichte, grazile Porzellanform – aussen matt und innen glasiert – liegt gut in der Hand. Dank seiner Doppelwandigkeit hält der Becher kalte Getränke länger kühl und Heisses warm. Elegantes Design und Minimalismus pur – in den dezenten Farbnuancen Comfort Blue und Gentle Grey sowie den Kontrastvarianten Delicate Black und Silky White stehen die Becher (Höhe: 11 cm, Fassungsvermögen: 300 ml) für einen modernen Zeitgeist.

www.rosenthal.de



The Mug+ – pas seulement pour les amoureux du café

Rosenthal lance le gobelet The Mug+, une belle pièce en porcelaine noble, pas seulement pour les amateurs de café. Café froid, latte macchiato ou tisane chaude.

Tout est dans le toucher

Avec leurs lignes souples et leur surface lisse et soyeuse, les nouveaux gobelets élèvent la consommation quotidienne de café ou de thé au rang d'art de vivre. Leur forme légère et gracieuse en porcelaine – mate à l'extérieur et émaillée à l'intérieur – est agréable à prendre en main. Grâce à sa double paroi, le gobelet garde les boissons froides plus longtemps au frais et les boissons chaudes au chaud.

Design élégant et minimalisme pur – dans les nuances de couleurs discrètes Comfort Blue et Gentle Grey ainsi que dans les variantes contrastées Delicate Black et Silky White, les gobelets (hauteur: 11 cm, contenance: 300 ml) représentent un esprit moderne du temps.

www.rosenthal.de

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

Innovative Gläser für ein exquisites Weinerlebnis

Die renommierte Marke Spiegelau ist bekannt für hochwertige Trinkgläser und Innovationen, die Maßstäbe setzen. Mit der 2024 eingeführten Glasserie Hi-Lite präsentiert der deutsche Hersteller eine neue, stilvolle und hochwertige Kollektion, die sich gleichzeitig durch Vielseitigkeit und universelle Einsetzbarkeit auszeichnet.

Die Serie ist maschinell gefertigt und aus hochwertigem Kristallglas hergestellt, das für seine aussergewöhnliche Klarheit und Brillanz bekannt ist. Die Gläser mit flacher Bodenplatte und dünnem Stiel sind superleicht, was ihnen eine elegante und angenehme Haptik verleiht.

Universelles Design für alle Weinsorten

Das Design der Serie Hi-Lite bietet universelle Formen, mit denen es gelingt, eine breite Palette von Weinsorten optimal zu präsentieren. Sowohl die Aromen von Rotweinen als auch von Weissweinen, Rosé und Schaumweinen werden in den Gläsern hervorragend zur Geltung gebracht.

Technologische Innovation für perfekten Genuss

Technologisch setzt die Serie Hi-Lite auf hochtransparente Oberflächen und präzise geschnittene Mundränder, die ein angenehmes Trinkgefühl und eine verbesserte Geschmackswahrnehmung ermöglichen. Die dünnen Wände der Gläser sorgen dafür, dass der Wein direkt auf die Geschmacksknospen trifft, was eine präzise und klare Wahrnehmung der Aromen garantiert. Darüber hinaus sind die Gläser spülmaschinenfest und langlebig und somit ideal für den Einsatz im Alltag geeignet.

www.spiegelau.com

Des verres innovants pour une expérience du vin exquise

La célèbre marque Spiegelau est connue pour ses verres à boire de grande qualité et ses innovations qui posent des jalons. Avec la série de verres Hi-Lite lancée en 2024, le fabricant allemand présente une nouvelle collection élégante et de grande qualité qui se distingue en même temps par sa polyvalence et son utilisation universelle.

La série fabriquée à la machine est en verre de cristal de haute qualité, connu pour sa clarté et sa brillance exceptionnelles. Les verres à fond plat et à pied fin sont super légers, ce qui leur confère une sensation élégante et agréable au toucher.

Un design universel pour tous les types de vin

Le design de la série Hi-Lite offre des formes universelles qui permettent de présenter de manière optimale une large palette de types de vin. Les arômes des vins rouges, des vins blancs, des rosés et des vins mousseux sont parfaitement mis en valeur dans les verres.

Innovation technologique pour un plaisir parfait

Sur le plan technologique, la série Hi-Lite mise sur des surfaces hautement transparentes et des bords coupés avec précision, ce qui permet de boire agréablement et d'améliorer la perception du goût. Les parois fines des verres permettent au vin d'atteindre directement les papilles gustatives, ce qui garantit une perception précise et claire des arômes. En outre, les verres résistent au lave-vaisselle et ont une longue durée de vie, ce qui les rend idéaux pour une utilisation quotidienne.

www.spiegelau.com



Superleichte Gläser in Spitzenqualität:
SPIEGELAU Hi-Lite

Des verres super légers de qualité supérieure:
SPIEGELAU Hi-Lite

Inspiriert von der Natur

Das Herzstück der Perlemor-Kollektion von Villeroy & Boch ist zweifelsohne ihre charakteristische Effektglasur. Diese einzigartige Oberflächenbehandlung verleiht der Kollektion ihren unverkennbaren Pottery Look, der leicht schimmert und dabei einzigartige Farbvariationen hervorruft. Das macht jedes Stück zu einem Unikat und verleiht der Kollektion stets neue Facetten.

Die Perlemor-Kollektion von like. by Villeroy & Boch bietet eine Vielzahl von Geschirr und Home Accessoires. Die vielen Facetten von Perlemor ermöglichen durch die geschickte Kombination von Farben, Formen und Accessoires besonders kreative Tischdekorationen.

Mit den Designs in Coral, Sand und Alga präsentiert sich Perlemor in einer breiten Palette in den Farbtönen rosa, beige und grün und reflektiert damit die Einzigartigkeit jedes einzelnen Elements. Die Kollektion passt hervorragend zu verschiedenen Einrichtungsstilen, darunter der skandinavische Stil, modernes Design, Mix & Match-Konzepte und der rustikale Pottery-Look.

Durch das hochwertige Premium Porcelain und die Herstellung in Deutschland erfüllt Perlemor alle Qualitätsansprüche und ist besonders langlebig. Perlemor präsentiert sich flexibel und eignet sich perfekt für den täglichen Gebrauch, aber auch für besondere Anlässe und ist ebenso eine einzigartige Geschenkidee für Freunde und Familie.

www.villeroy-boch.ch

Inspiré par la nature

L'élément clé de la collection Perlemor de Villeroy & Boch est sans aucun doute son émail à effet caractéristique. Ce traitement de surface unique confère à la collection son look de poterie inimitable qui brille légèrement tout en créant des variations de couleurs uniques. Il fait ainsi de chaque pièce un exemplaire unique et confère sans cesse à la collection de nouvelles facettes.

La collection Perlemor de like. by Villeroy & Boch propose une multitude de pièces de vaisselle et d'accessoires pour la maison. Les nombreuses facettes de Perlemor permettent de réaliser des décorations de table particulièrement créatives en combinant habilement les couleurs, les formes et les accessoires.

Avec ses designs en Coral, Sand et Alga, Perlemor propose une vaste palette de couleurs dans des tons roses, beige et verts et reflète ainsi le caractère unique de chaque élément. Cette collection convient à la perfection pour différents styles d'aménagement dont le style scandinave, le design moderne, les concepts mix and match et le look poterie rustique.

Grâce à sa Premium Porcelain de haute qualité et à sa fabrication en Allemagne, Perlemor répond à toutes les exigences de qualité et est particulièrement durable. Perlemor offre une grande flexibilité et convient à la perfection pour une utilisation quotidienne, mais également pour les occasions spéciales et c'est également une idée de cadeau unique pour les amis et la famille.

www.villeroy-boch.ch



ERFRISCHEND UND UNTERHALTSAM

10 HANDFESTE REGELN FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE



BUCHTIPP
der perspective

Schnellbesteller-Angebot für Leser*innen der *perspective*

Von den Besten lernen, heisst von Oma lernen!

Nahezu täglich bekommen Führungskräfte gut gemeinte Tipps, wie sie ihre Mitarbeitenden motivieren und sie ans Unternehmen binden können. Tipps, die – wenn wir ehrlich sind – uns im Job keinen Schritt weiterbringen. Hören wir da doch lieber auf Menschen, die in turbulenten Zeiten immer Rat wussten: unsere Omas. Sie haben in aller Regel mindestens einen Krieg erlebt, haben Grossfamilien zusammengehalten und sind selbst dabei weitestgehend psychisch stabil geblieben.

Mit Sprüchen wie «**Was du nicht willst, das man dir tut, das füg auch keinem anderen zu**» oder «**Auf Regen folgt Sonnenschein**», vermittelten sie uns beständig die zeitlose Bedeutsamkeit von Tugenden wie Wertschätzung und Optimismus.

Wie wir in der Geschäftswelt positiver, menschlicher und letztendlich erfolgreicher führen?

Oma weiss Bescheid – und wir bald auch.

nur noch **24.40 CHF**

anstatt **30.50 CHF**
(20% Rabatt für Schnellbesteller*)

Oma wär ein verdammt guter CEO versteht sich mit als ein Wirtschaftsratgeber der besonderen Art. Kein erhobener Zeigefinger, keine Predigt von der Kanzel – vielmehr erwecken die Autoren 10 alte Redewendungen, Sprichwörter und Tugenden unserer Grossmütter wieder zum Leben und verbinden sie auf erfrischend unterhaltsame Weise mit modernen Management- und Führungskonzepten.

Bestellcoupon

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

Vorname/Name: _____

Firma: _____

Strasse: _____

PLZ/Ort: _____

Datum: _____ Unterschrift: _____

Bitte gewünschte Anzahl Bücher
«**Oma wär ein verdammt guter CEO**» angeben.

_____ Ex.

*Sie erhalten bei Bestellungen bis zum
7. Oktober 2024 **20% Schnellbestellrabatt**
auf den UVP von 30.50 CHF

Schnellbestellpreis: 24.40 CHF
Normalpreis: 30.50 CHF, zzgl. MwSt



Geballte Power für hohe Abtragsleistung

Die neue, leuchtgrüne Serie 1550 siapower bietet effizienten Materialabtrag und eine lange Standzeit im Trockenschliff. Die auf die Körnung und Anwendung angepasste Papierstärke überzeugt gemäss Hersteller für die Werkstoffe Spachtel, Füller und Lack.

Die Kornmischung 40–220 mit Keramikanteil eignet sich besonders für Anwendungen, bei denen eine äusserst starke Abtragsleistung gefordert ist. Der speziell für den Lackschliff verwendete Kornbereich 400–600, zeichnet sich durch ein sehr geringes Zusetzen aus. Die Kombination aus Kornmenge und ausgewähltem Harztyp, reduziert das Zusetzen auf ein Minimum. Für die perfekte Oberflächengüte im Feinschliff empfiehlt der Hersteller die Verwendung von Korn 240–800.

Nachhaltig und zertifiziert

Der Schweizer Hersteller legt grossen Wert auf Nachhaltigkeit und verwendet für das gesamte Papier-Schleifmittelsortiment nachhaltiges FSC-zertifiziertes Papier. Als einer der weltweit ersten Schleifmittelhersteller ist sia Abrasives seit 2021 erfolgreich FSC-zertifiziert.

Die neue, leuchtgrüne Serie 1550 siapower eignet sich besonders gut für das Trockenschleifen und wird für folgende Werkstoffe empfohlen: Füller, Spachtel, Lack, Farbe, Epoxy, KTL, Gelcoat und Glasfaserverstärkten Kunststoff (GFK). Das abgerundete Sortiment des neuen Schleifmittels umfasst über 100 Artikel in den üblichsten Konfektionsformen.

www.sia-abrasives.com

Une puissance concentrée pour une capacité d'enlèvement élevée

La nouvelle série 1550 siapower, de couleur vert vif, offre un enlèvement de matière efficace et une longue durée de vie en ponçage à sec. Selon le fabricant, l'épaisseur du papier, adaptée à la granulométrie et à l'application, est convaincante pour les matériaux comme le mastic, l'apprêt et la peinture.

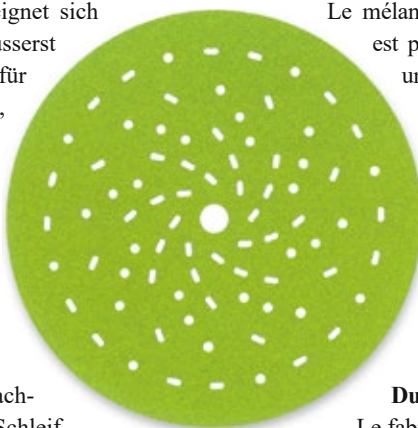
Le mélange de grains 40–220 avec une part de céramique est particulièrement adapté aux applications nécessitant un enlèvement de matière extrêmement important. La plage de grains 400–600, spécialement utilisée pour le ponçage de la peinture, se caractérise par un encrassement très faible. La combinaison de la quantité de grains et du type de résine sélectionné réduit l'encrassement à un minimum. Pour obtenir une qualité de surface parfaite lors du ponçage de finition, le fabricant recommande d'utiliser le grain 240–800.

Durable et certifié

Le fabricant suisse accorde une grande importance à la durabilité et utilise du papier certifié FSC™ durable pour toute sa gamme d'abrasifs papier. Sia Abrasives est l'un des premiers fabricants d'abrasifs au monde à être certifié FSC avec succès depuis 2021.

La nouvelle série 1550 siapower vert vif convient particulièrement bien au ponçage à sec et est recommandée pour les matériaux suivants: apprêts, mastics, laques, peintures, époxy, KTL, gelcoat et plastique renforcé de fibres de verre (PRV). L'assortiment complet du nouvel abrasif comprend plus de 100 articles dans les formes de confection les plus courantes.

www.sia-abrasives.com



kostenlos testen!

nexmart

Simply eBusiness



Ihre Vorteile:

- Höhere Produktivität durch entlasten interner Ressourcen
- Einfache und schnelle Bestellerfassung
- Reduzierte Fehlerquote in der Beschaffung
- Hardware-Flexibilität (iOS und Android)
- Intuitive Benutzerführung
- Mehrsprachigkeit
- Einfache Konfiguration und Administration

Jetzt ohne Risiko für 3 Monate testen!

Weitere Informationen unter: www.nexmart.swiss/tradeapp oder mit dem QR-Code unten.



Die TradeApp jetzt 3 Monate kostenlos testen!



12. bis 14. Januar 2025
Messe Luzern

Hardware⁺

SCHWEIZER FACHMESSE FÜR EISENWAREN UND WERKZEUGE

Jetzt für die Hardware 2025 anmelden!

Werden Sie
Teil des
Branchen-
treffpunkts!

hardware-luzern.ch

Patronat

SWISSAVANT

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

Veranstalterin

M

**MESSE
LUZERN**