



PHILIPPI — KREATIVE IDEEN FÜR MODERNES WOHNEN

Funktional, hochwertig und stilvoll — die perfekte Kombination aus Design und Alltagstauglichkeit zu fairen Preisen

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

SAVE THE DATE!



Wir sehen uns am 7. April in Zürich-Flughafen!

Der nationale Branchentag und die Generalversammlung 2025 finden am **Montag, 7. April 2025** im Radisson Blu in Kloten statt.

Rendez-vous le 7 avril à Zurich-Aéroport!

La Journée nationale de la branche et l'assemblée générale auront lieu le **lundi 7 avril 2025** au Radisson Blu à Kloten.

Freuen Sie sich auf einen spannenden Branchentag und eine abwechslungsreiche GV mit folgenden Themenblöcken:

- Zwei spannende Fachreferate
- Feierliche Preisverleihung der Förderstiftung polaris
- Köstliches Mittagessen
- 115. ordentliche Generalversammlung
- Gemütlicher Ausklang beim gemeinsamen Farewell-Apéro

Wir heissen Sie herzlich willkommen!

Rahmenprogramm und Tagesordnung finden Sie ab Seite 8 in dieser Ausgabe.



Faites-vous plaisir en assistant à la journée nationale de la branche passionnante et à une AG variée avec les blocs thématiques suivants:

- Deux exposés captivants
- Cérémonie de remise des prix de la Fondation polaris
- Délicieux déjeuner
- 115^e Assemblée générale ordinaire
- Fin de journée conviviale avec apéritif d'adieu

Nous vous souhaitons une cordiale bienvenue!

Programme-cadre et ordre du jour consultez les pages 8 et suivantes de ce numéro.

Weitere Infos
Plus d'informations
Swissavant digital



Inhalt/Contenu

4



8



28



4 Stimme aus der Branche – Die neue Beitragsreihe!

Voix de la branche – La nouvelle série d'articles!

8 **Nationaler Branchentag 2025**

Journée nationale de la branche 2025

12 Berufsbildung im Wandel – Interview mit Prof. Dr. Stefan C. Wolter

15 **Verbandskommunikation NEU mit KI-Videos**



16 Nachrichten aus Wirtschaft und Gesellschaft

Actualités économiques et sociales

23 **Nouvelle communication de l'Association avec des vidéos d'IA**

24 Produkte

Produits

33 Die Bücherseite



**Stellenanzeigen
Offres d'emploi**

32 – Buchhalter*in

34 – Zeitschriften-Macher*in

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



«Nicht alles monetär messen!»

Anlässlich des ersten «üK 4» (im Herbst 2024) traf die Redaktion der *perspective* Mark Fenners zum Interview. Die Praxistage des neuen, vierten Kursblocks finden bekanntlich in den Räumen der e + h Services AG in Däniken statt. Als deren Geschäftsführer ist Mark Fenners Gastgeber für die Kurse. – Die Redaktion nimmt das Kernthema «Gestaltung von Einkaufserlebnissen» zum Anlass, um mit ihm über den stationären Detailhandel im Jahr 2024 und über das gastgebende Unternehmen zu reden. Die e + h Services AG ist eine der wichtigsten Logistikkreisläufe des Schweizer Detailhandels für Handwerk und Haushalt.

«L'argent n'est pas la mesure de toute chose!»

À l'occasion de la première édition des «CIE 4» en automne 2024, la rédaction de *perspective* a interviewé Mark Fenners. Les journées pratiques du nouveau quatrième bloc de cours ont en effet lieu à Däniken, dans les locaux de la société e + h Services AG que dirige Mark Fenners. La rédaction a saisi le sujet-clé «Création d'expériences d'achat» pour s'entretenir avec lui du commerce de détail stationnaire en 2024 et de l'entreprise hôte des cours, e + h Services AG, qui est l'une des principales plaques tournantes de la logistique du commerce suisse de détail pour l'artisanat et le ménage.



Mark Fenners ist seit 2020 CEO der e + h Services AG in Däniken. Das Unternehmen versorgt verschiedene Sparten des Schweizer Handels mit Markenprodukten aus den Bereichen Werkzeug, Chemie und Technik, Eisenwaren und Beschläge, PSA und Arbeitsbekleidung, Garten und Landwirtschaft, Küche, Wohnen u. a. – Das Unternehmen sichert mit 130 Mitarbeitenden die Feinverteilung der genannten Sortimente.

Depuis 2020, Mark Fenners est CEO de e + h Services AG à Däniken. L'entreprise approvisionne différents secteurs du commerce suisse en produits de marque dans les domaines de l'outillage, la chimie, la technique, la quincaillerie et les ferrements, les EPI et les vêtements de travail, le jardinage et l'agriculture, la cuisine et l'habitat entre autres. Avec un effectif d'environ 130 personnes, l'entreprise assure la distribution fine des assortiments précités.

perspective: Wir treffen uns während dem ersten «üK 4» für Haushalt im Showroom der e + h Services AG. Warum gewähren Sie den jungen Lernenden dieses Gastrecht?

Mark Fenners: Ich durfte vor rund 40 Jahren selbst eine sehr gute Ausbildung im Eisenwarenhandel geniessen. Noch heute profitiere ich von diesem Fundament und den Kenntnissen, die mir kompetente Berufsbegleiter*innen mitgeben konnten. Zudem habe ich selbst während 15 Jahren in den üKs referiert. – Für mich gilt: Wenn mir Gutes widerfährt, möchte ich auch Gutes weitergeben. Im beruflichen Kontakt mit Lernenden lässt sich das perfekt umsetzen. Darum haben wir die Initiative von Swissavant begrüsst und die Anfrage sofort gutgeheissen.

Das sind löbliche Motive ... Bleibt es dabei oder gab es noch weitere Überlegungen?

Wir müssen unser Know-how erhalten und weitergeben. Damit meine ich nicht nur das Fach- und Applikationswissen. Das bieten die Tutorials im Internet genauso. Ich meine das Eingehen auf die Kundschaft, das Verstehen von Produkt UND Anwender*in im Zusammenspiel, auch die Kenntnis des Umfelds, gerade bei Handwerkern. Kurz, wenn

perspective: Nous nous rencontrons lors des premiers cours «CIE4» de ménage au Showroom de e + h Services AG. Pourquoi accordez-vous l'hospitalité aux jeunes apprentis?

Mark Fenners: J'ai moi-même bénéficié d'une excellente formation en quincaillerie il y a environ 40 ans. Aujourd'hui encore, je profite de cette base et des connaissances que des formateurs professionnels compétents m'ont transmis. De plus, j'ai moi-même enseigné pendant 15 ans aux CIE. Je suis d'avis que le bien que l'on m'a fait, je veux aussi en faire profiter d'autres. Dans le contact professionnel avec des apprentis, cet idéal s'applique parfaitement. C'est pourquoi nous avons salué l'initiative de Swissavant et immédiatement approuvé la demande.

Ce sont des motifs louables ... ou y en avait-il encore d'autres?

Nous devons conserver et transmettre notre savoir-faire. Je ne pense pas seulement aux connaissances professionnelles et aux applications. Les tutoriels sur l'Internet les offrent aussi. Je pense à la capacité de se mettre à place du client, de saisir les rapports entre le produit ET l'utilisateur, et de connaître son cadre professionnel, en particulier chez les artisans. Bref, quand nous connaissons nos clients et savons ce qui





wir unsere Kunden und ihr Thema verstehen und miteinander Lösungen finden, ergeben sich hochwertige Begegnungen. Auf Neudeutsch heisst das «win-win». Dazu wollen wir mit dem Gastrecht für die üK beitragen.

«Für mich zählen nicht nur wirtschaftliche Aspekte. Wir brauchen auch den Blick für die Gesellschaft und das Kollektiv, in dem – und von dem – wir leben.»

Dennoch, nur uneigennützig muss man das nicht sehen ...

Selbstverständlich wollen wir auch eine starke Branche, einen gut funktionierenden Detailhandel und möglichst viele gut besuchte POS. Ausserdem sind wir unsererseits froh um gut ausgebildete Fachleute, aber man sollte sich nicht nur auf Wirtschaftlichkeit und Effizienz fokussieren. Es geht um Werte wie Verantwortung für das Kollektiv, für die Gesellschaft und im speziellen für die Jugend.

«Werte» – das klingt etwas wolkig: Konkret? – Ein Showroom kostet ...

Zunächst zu den Werten: Wir unterstützen den regionalen Ballsport und die lokale Theater-Kultur. Daneben berücksichtigen wir Sozialwerkstätten mit Montage-Aufträgen, die man auch anderweitig vergeben könnte. Ehrenamtlichkeit, also profitfreies Engagement für das Gemeinwohl, ist für unsere Gesellschaft ganz wichtig. Den üK unsere Räumlichkeiten als Übungsumgebung kostenfrei zu überlassen, passt für mich zu dieser Denke. Auch wenn es Strom braucht und wir im Nachgang vielleicht noch aufräumen müssen – für mich gilt: Man sollte nicht alles monetär messen!

Die üK stehen primär für den stationären Fachhandel. Sie glauben offenbar an seine Zukunft.

Sehr sogar! Wir wissen, dass der Handel im strukturellen Wandel ist. Der kürzliche Zusammenschluss in der Eisenwaren-Grossfläche oder die radikalen Umbaumassnahmen einer grossen Supermarktkette zeigen das. Ich glaube dennoch fest an den stationären Handel und besonders an den kompetenten Fachhandel. Für ihn dürften hybride Marktauftritte das Modell der Zukunft sein: Präsenz am Handy UND im Laden. Hier werden örtliche Nähe, Sofortverfügbarkeit, das haptische Erkennen eines Produkts sowie die Beratung mit hoher Fach- und Sozialkompetenz auch künftig ihre Berechtigung haben.



les préoccupe, nous pouvons trouver des solutions ensemble et il en résulte de précieuses rencontres. En français, cela s'appelle une situation «win-win», c'est-à-dire où les deux parties sont gagnantes. C'est à cela que nous voulons contribuer en accueillant les CIE.

«Pour moi, l'aspect économique n'est pas le seul qui compte. Il faut aussi savoir tenir compte de la société, du collectif dans lequel et par lequel nous vivons.»

Malgré tout, ces considérations ne sont pas totalement désintéressées ...

Bien sûr, nous voulons aussi une branche forte, un commerce de détail qui fonctionne bien et des points de vente aussi nombreux et bien fréquentés que possible. Certes, nous sommes heureux de disposer de professionnels bien formés, mais ne nous focalisons pas uniquement sur la rentabilité et l'efficacité. C'est de valeurs telles que la responsabilité à l'égard de la collectivité, de la société et spécialement de la jeunesse dont il s'agit.

Des «valeurs»? Cela me semble un peu flou. Restons concrets:

Un showroom, ça coûte cher ...

Parlons d'abord des valeurs: nous soutenons les sports de balle régionaux et la culture théâtrale locale. En outre, nous prenons en compte des ateliers sociaux en leur confiant des travaux de montage que nous aurions pu donner ailleurs. Le bénévolat, c'est-à-dire l'engagement sans but lucratif pour le bien commun, est très important pour notre société. Mettre sans frais nos locaux à la disposition des CIE comme environnement d'exercice correspond pour moi à cette manière de penser. Même si cela consomme du courant et qu'ensuite, il faille peut-être encore faire de l'ordre, en ce qui me concerne, l'argent n'est pas la mesure de toute chose!

Les CIE sont destinés en priorité au commerce spécialisé stationnaire. Vous semblez croire à son avenir.

Fermement même! Nous savons que le commerce est en pleine transformation structurelle. La récente fusion entre des grandes surfaces de la quincaillerie ou les mesures radicales de réaménagement d'une grande chaîne de supermarchés le montrent. Pourtant, je crois fermement au commerce stationnaire et en particulier à la compétence du commerce spécialisé. Une présence commerciale hybride devrait être le modèle d'avenir de celui-ci, à la fois sur le mobile et en magasin. La proximité géographique, la disponibilité immédiate, la prise en main concrète du produit et les conseils basés sur une grande compétence professionnelle et sociale devraient donner au commerce spécialisé sa raison d'être à l'avenir également.

Der attraktive Showroom der e + h Services AG in Däniken (SO) eignet sich hervorragend für Schulungen «direkt am Objekt»!

Le showroom attrayant de e + h Services AG à Däniken (SO) convient parfaitement à l'enseignement «direct sur l'objet»!





►► ... FORTSETZUNG / ... SUITE

Sie haben den aktuellen Umbau bei einer Supermarktkette erwähnt. Lassen sich daraus Erkenntnisse gewinnen?

Es geht hier offenbar um «back to the roots», vielleicht gilt auch «Weniger ist mehr». Ich treffe gelegentlich sehr breite und tiefe Sortimente an. Das entsprechende Wissen ist aber nicht immer vorhanden. Man kann nicht zehntausend Artikel à fonds kennen. Die erwähnten Vorgänge bestätigen mir, dass solide Spezialisierung und clevere Nischenpolitik erfolgreicher sind, als ein «Tanz auf mehreren Hochzeiten».

«Wir müssen im Verkauf das Zusammenspiel von Kundschaft und Produkt als Ganzes verstehen. Daraus lassen sich die besten Lösungen entwickeln.»

Wenn die Kunden zum Fachhandel kommen, sind sie bekanntlich übers Internet bereits gut informiert – auch zum Preis.

Gerade deshalb brauchen wir bestens ausgebildetes Personal im Laden, um die Kunden auf ihrem Niveau abholen und wirksam zum Kaufentscheid führen zu können. Die Zeit dafür ist kurz: Begrüssen, Bedürfnis erkennen, Lösungen und Alternativen aufzeigen, das Wunschobjekt mit Zubehör, Rezepten oder Handwerkertipps zu einer ganzheitlichen Lösung ausbauen und damit eben ein «Einkaufserlebnis» schaffen. Eines, das den Preis in den Hintergrund rückt. Das braucht Ausbildung, Übung, Kompetenz und damit den üK 4. Denn diese Kunst bietet das Internet bis heute nicht!

Ihr Showroom zeigt nicht nur ein enormes Sortiment, sondern auch die Stärke und das Potenzial der Schwesternbranchen Haushalt und Eisenwaren als Ganzes.

Wir beliefern den Fachhandel nicht nur, sondern geben ihm auch mit Beratung und Dienstleistung, mit Ideen, Tipps und mit unseren Hausmessen das Gefühl und die Sicherheit, gut begleitet und gestützt zu sein.

Vous parlez de la transformation actuelle d'une chaîne de supermarchés. Peut-on en tirer des leçons?

Il s'agit clairement d'un retour aux sources. Peut-être s'est-on aussi aperçu là aussi que le mieux est l'ennemi du bien. Je rencontre à l'occasion des gammes de produits très larges et profondes. Mais les connaissances nécessaires ne sont pas toujours présentes. On ne peut pas connaître dix mille articles à fond. Les processus précités me confirment qu'une spécialisation solide et une politique de niche intelligente sont plus fructueuses qu'une politique de touche à tout.

«Dans la vente, il faut comprendre les relations entre le client et le produit comme un tout, à partir duquel on peut développer les meilleures solutions.»

Il est notoire que le client qui entre dans un commerce spécialisé s'est déjà bien informé sur l'internet.

C'est la raison précise pour laquelle le personnel du magasin doit disposer d'une bonne formation afin de pouvoir parler au client d'égal à égal et l'amener à prendre la décision d'acheter. Il dispose de peu de temps pour accueillir le client, reconnaître ses besoins, lui présenter des solutions et des alternatives, faire de l'objet désiré une solution globale en y ajoutant des accessoires, des recettes ou des conseils d'artisans pour faire de l'achat une bonne expérience. Une expérience qui relègue le prix au second plan. Dans ce but, il faut une formation, de la pratique, des compétences et donc les CIE4. A ce jour, l'Internet n'est pas encore en mesure d'enseigner cet art.

Votre showroom ne présente pas seulement un assortiment gigantesque, mais aussi la force et le potentiel des branches sœurs que forment ensemble le ménage et la quincaillerie.

Nous ne nous contentons pas de fournir le commerce spécialisé, nous lui donnons également, par des conseils et des services, des idées, des astuces et, grâce à nos expositions maison, le sentiment et la sécurité d'être bien accompagné et soutenu.



Auch die Warenpräsentationen der Lernenden während des üK 4 fanden in den Räumen der e + h Services AG statt.



Les présentations de marchandises élaborées par les apprentis durant les CIE 4 se sont également déroulées dans les locaux d'e + h services AG.



«Ich halte die Idee einer Berufslehre E-Commerce im Detailhandel für gut und richtig. Wir brauchen genau das, was hier vorgesehen ist: Leute, die in Verkaufs- und in digitalen Dimensionen denken können.»

Wir leben bekanntlich in hektischen Zeiten, unsere Tage sind vollgepackt. Eine Chance für den Fachhandel?

Wenn der Kunde erkennt, dass er dank dem Fachhandel Zeit sparen kann, bestimmt. Rasche und kompetente Beratung, sofortige Verfügbarkeit, keine Fehlkäufe mit Rücksendung, allenfalls noch einen Tipp mitnehmen oder einen sinnvollen Zusatzartikel – das alles in Kürze über die Bühne gebracht ist in der Summe meist zeiteffizienter, als sich mit Recherchen durchs Internet zu klicken, die Ware eventuell abholen und auspacken zu müssen und dann vielleicht zu sehen, dass es doch nicht passt. Wieder einpacken, zurückschicken und etwas anderes auswählen. Das alles kann unter Umständen sehr viel Zeit in Anspruch nehmen.

Der Fachhandel sollte also das Zeitmanagement der Kundschaft im Auge haben?

Unbedingt! Wer Bedürfnisse rasch und effizient erfüllen kann, hat gewonnen! Davon bin ich überzeugt.

Noch einen konkreten Wunsch an oder für die Branche?

Wir sind mit Swissavant punkto Berufsbildung sehr gut aufgestellt, wirklich! Das derzeit pausierende Projekt einer Berufslehre «E-commerce» finde ich sehr wichtig, wir brauchen die digitale Kompetenz. Unsere Jungen müssen diese Prozesse verstehen lernen, damit der Fachhandel dranbleiben kann. Informatiker*innen können sicher gut programmieren, das «Gen» des Händlers haben sie nicht – und umgekehrt. Wir brauchen künftig Leute, die in beiden Welten denken und diese gedanklich verbinden können. Ich hoffe sehr, dass wir diese Berufslehre doch noch bekommen – und zwar bald!

Es gilt also: Einkaufserlebnisse gestalten UND digitale Kompetenz aufbauen – das eine tun und das andere nicht lassen ...

– Vielen Dank für das Interview.



Die moderne Logistikanlage unterstützt die hohe Zuverlässigkeit und Professionalität des führenden Handelsunternehmens.

«Je considère que l'idée d'un apprentissage en E-Commerce dans le commerce de détail est bonne et juste. Cette formation prévoit exactement ce dont nous avons besoin: de gens rompus à la pensée à la fois commerciale et numérique.»

Nous vivons, comme chacun sait, des temps mouvementés et nos journées sont pleinement remplies. Est-ce une chance pour les commerçants spécialisés?

Si le client s'aperçoit qu'il gagne du temps grâce au commerce spécialisé, assurément. Des conseils rapides et compétents, une disponibilité immédiate, pas d'erreur d'achat avec retour, le cas échéant un conseil ou un accessoire utile en supplément – tout cela en peu de temps: c'est en général plus efficace que de faire des recherches sur Internet, de devoir aller chercher la marchandise et la déballer, et de constater ensuite qu'elle ne convient pas. Remballer, renvoyer l'article et choisir autre chose. Tout cela peut prendre beaucoup plus de temps selon le cas.

Le commerçant spécialisé devrait donc garder l'œil sur la gestion du temps de ses clients?

Absolument! S'il sait répondre vite et efficacement aux besoins, il est gagnant. J'en suis convaincu.

Encore un souhait concret envers la branche ou en sa faveur?

Avec Swissavant, nous sommes vraiment très bien servis en matière de formation professionnelle. Je considère comme très important le projet d'une formation professionnelle «E-commerce», actuellement à l'arrêt. Nous avons besoin de compétence numérique. Nos jeunes doivent apprendre à comprendre ces processus pour que le commerce spécialisé reste dans la course. Les informaticiens savent certes bien programmer, mais il leur manque le gène du commerçant – et vice-versa. À l'avenir, nous aurons besoin de gens capables de penser dans ces deux mondes et de les relier entre eux. J'espère vivement que cet apprentissage professionnel se réalisera aussi vite que possible.

Conclusion: Il faut créer des expériences d'achat ET acquérir des compétences numériques – pour faire l'un sans négliger l'autre – Merci beaucoup pour cet interview.



L'installation logistique moderne soutient la grande fiabilité et le professionnalisme de cette entreprise commerciale phare.

Autor/Auteur: **Andreas Grünholz** ■

Rahmenprogramm am Nationalen Branchentag 2025

Anlässlich der 115. ordentlichen Generalversammlung, von Montag, 7. April 2025, findet vorgängig am Morgen ein Rahmenprogramm zu **topaktuellen Themen** statt. *(Referenten und Themen siehe rechte Seite).*

Programme-cadre de la Journée nationale de la branche 2025

La 115^e assemblée générale ordinaire, le lundi 7 avril 2025, sera précédée le matin d'un programme-cadre centré sur **des sujets d'actualité**. *(Pour les intervenants et les sujets traités, voyez la page ci-contre).*

Zeit Heure	Thema Sujet	Moderation/Referenten Modération/Intervenants
08.30	Begrüßungskaffee Café d'accueil	
09.00	Begrüßung Bienvenue	Christoph Rotermund Geschäftsführer directeur Swissavant
09.10	Ein funktionierendes hybrides Geschäftsmodell – besonders bei kleinen Verkaufsstandorten. Das Referat von Markus Daik zeigt einen Erfahrungsbericht aus der Branche. Un modèle d'entreprise hybride fonctionnel, surtout pour les petits magasins. L'exposé de Markus Daik présente un témoignage se rapportant à notre branche.	Markus Daik Vertriebsleiter BayWa Baustoffe Directeur commercial BayWa Baustoffe
10.00	Kurzpause Brève pause	
10.15	Innovative KI-Technologie soll das Zusammenführen vielfältiger Datenquellen massiv beschleunigen und die Qualität der Datensätze auf ein neues Niveau heben. Das Referat von Bernhard Bicher gibt konkrete Einblicke. L'application de technologies d'IA innovantes devrait permettre de combiner de multiples sources de données de manière beaucoup plus rapide et d'accroître la qualité des données à un niveau sans précédent. L'exposé de Bernhard Bicher donne des aperçus concrets. Diskussion und Fragerunde Débat et questions	Bernhard Bicher Gründer und CEO von Onedot Fondateur et CEO de Onedot
11.00	Kurzpause Brève pause	
11.15	16. Preisverleihung der Förderstiftung polaris 16 ^e cérémonie de remise des prix de la fondation polaris	
12.15	Mittagessen Déjeuner	
13.45	Beginn der GV Début de l'AG	

Kurzportraits unserer Fachreferenten Brefs portraits de nos intervenants

SWISSAVANT
Nationaler Branchentag
Journée nationale de la branche



Markus Daik

Markus Daik

Markus Daik ist seit 1994 bei der BayWa tätig. Nach verschiedenen Führungspositionen im Vertrieb verantwortete er zuletzt die Vertriebsregion Süd von BayWa Baustoffe, sowie die Spezialbereiche bei Bau. Am 1. Januar 2025 hat Markus Daik nun die Verantwortung für den Gesamtvertrieb von BayWa Baustoffe übernommen.

Markus Daik travaille chez BayWa depuis 1994. Après avoir occupé plusieurs postes de direction dans commerce, il a été responsable de la région des ventes Sud de BayWa Baustoffe, ainsi que des secteurs spécialisés de la construction. Depuis le 1^{er} janvier 2025, Markus Daik est responsable de l'ensemble des ventes de BayWa Baustoffe.

Hybrider Smart-Store: Ein zukunftsweisendes Geschäftsmodell für den Schweizer Eisenwaren- und Werkzeughandel

Kleine Standorte stärken: Verkaufs- und Beratungsterminal sowie Selfservice-Kasse.

Virtuell und doch nah am Kunden – das funktioniert! Über ein Verkaufs- und Beratungsterminal beraten Verkäufer aus dem nächstgrösseren Standort alle Kunden, die an der Theke im benachbarten Filialbetrieb nicht warten wollen. Dies dient wesentlich der Sicherung des Geschäftsbetriebes an kleineren Standorten.

Wie es funktioniert, was es bringt und wie es ankommt, zeigt ein Erfahrungsbericht der BayWa AG aus München.

Smart Store hybride: un modèle d'entreprise préfigurant l'avenir pour le commerce de l'outillage et de la quincaillerie en Suisse

Renforcer les petits magasins: terminal de vente et de conseils, caisse automatiques.

Être virtuellement proche du client, ça fonctionne! Les employés d'un point de vente plus grand conseillent tous les clients qui ne souhaitent pas attendre au comptoir du point de vente de proximité grâce à un terminal de vente et de conseil. Cette solution permet de maintenir l'activité commerciale dans les petits points de vente.

Un rapport d'expérience de BayWa AG de Munich montre comment cela fonctionne, quels sont les avantages et comment les clients réagissent.



Bernhard Bicher

Bernhard Bicher

Bernhard Bicher ist Gründer und CEO von Onedot. Er gründete das Unternehmen vor 10 Jahren, um Produktdaten durch den Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) automatisiert aufzubereiten.

Er hat die ETH Zürich mit einem Master of Science in Elektrotechnik und IT abgeschlossen. Vor der Gründung von Onedot arbeitete Bernhard Bicher in der Strategieberatung sowie in der Software-Implementierung.

Bernhard Bicher est le fondateur et le CEO de Onedot. Il a fondé l'entreprise il y a 10 ans pour traiter automatiquement des données de produits par l'utilisation de l'intelligence artificielle (IA).

Il est diplômé de l'EPF de Zurich avec un Master of Science en électrotechnique et informatique. Avant la création de Onedot, Bernhard Bicher travaillait comme conseiller en stratégie et en implémentation de logiciels.

Produktdaten und Künstliche Intelligenz – präzise und effiziente Datenverarbeitung

Innovative KI-Technologie soll das Zusammenführen vielfältiger Datenquellen massiv beschleunigen und die Qualität der Datensätze auf ein neues Niveau heben.

Das Produktdaten-Management wird revolutioniert auf Basis von Automatisierungen im Bereich Klassifizierungen auf Standards und kundenspezifischen Datenmodellen, Extraktion von technischen Kennzahlen aus Produkttexten, Generierung von hochwertigen Texten und präzisen Übersetzungen. Das Referat gibt Ihnen konkrete Einblicke in die Anwendungsfälle und Umsetzungsprojekte und zeigt auf, was die neuen vielversprechenden Möglichkeiten für Ihr Geschäft bedeuten.

Données de produits et intelligence artificielle – traitement des données précis et efficace

L'application de technologies d'IA innovantes permettra de combiner des sources de données multiples de manière beaucoup plus rapide et de porter la qualité des données à un niveau supérieur sans précédent.

Il sera désormais possible de classer automatiquement des données de produits selon des normes et des modèles spécifiques aux clients, d'extraire des données techniques à partir de descriptions de produits, de produire des textes de grande qualité et de les faire traduire avec précision. L'exposé offrira des exemples concrets d'utilisation et de projets de mise en oeuvre. Il expliquera ce que les nouvelles possibilités prometteuses signifient pour votre entreprise.



Hier geht's zur Anmeldung...



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

SWISSAVANT

Nationaler Branchentag
Journée nationale de la branche



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

L'assemblée générale se terminera vers 15h30
et sera suivie d'une verrée d'adieu.

Fine assemblea generale ore 15.30,
seguita di un aperitivo.

115. ordentliche Generalversammlung 2025

Montag, 7. April 2025

Beginn der GV 13.45 Uhr

Türöffnung 13.15 Uhr

Hotel Radisson Blu, Zürich-Flughafen

Tagesordnung und Anträge

1. Eröffnungswort des Präsidenten
Der Präsident beleuchtet ein aktuelles Branchenthema.
2. Wahl der Stimmzähler
Die Versammlung wählt zwei Stimmzähler.
3. Protokoll der 114. GV 2024
Der Vorstand beantragt, das Protokoll vom 25. März 2024 zu genehmigen.
4. Leistungsbericht 2024
Der Vorstand beantragt, den Leistungsbericht 2024 zu genehmigen.
5. Abnahme der Jahresrechnung und Déchargeerteilung
 - 5.1 Bericht des Kassiers über die Jahresrechnung 2024
Der Kassier erläutert ausführlich den Finanzbericht 2024. Der Vorstand beantragt den Überschuss von 13 747.36 CHF dem Eigenkapital zuzuschlagen.
 - 5.2 Bericht der Revisionsstelle 2024
Der Revisionsbericht ist im Leistungsbericht 2024 abgedruckt.
6. Swissavant: Absorptionsfusion 2025 mit dem Verband Schweizerischer Farbenfachhändler (VSF)
Der Vorstand beantragt, die Absorptionsfusion 2025 mit dem VSF zu genehmigen.
7. Budget für das Geschäftsjahr 2025
Der Vorstand beantragt, das Budget 2025 freizugeben.
8. Statutenrevision 2026
Der Vorstand informiert über die anstehende Teilrevision der Verbandsstatuten im 2026.
9. Diskussions- und Fragerunde
Die Mitglieder haben das Wort.
10. Varia
Aktuelle Informationen über die Verbandsgeschäfte im Telegrammstil.

115^e assemblée générale ordinaire 2025

Lundi 7 avril 2025

Début de l'assemblée générale 13h45

Ouverture des portes 13h15

Hôtel Radisson Blu à Zurich aéroport

Ordre du jour et motions

1. Discours d'ouverture du président
Le président traite d'un sujet d'actualité de la branche.
2. Election des scrutateurs
L'assemblée élit deux scrutateurs.
3. Procès-verbal de la 114^e AG 2024
Le comité propose d'approuver le procès-verbal du 25 mars 2024.
4. Rapport d'activités 2024
Le comité propose d'approuver le rapport d'activités.
5. Approbation des comptes annuels et décharge
 - 5.1 Rapport du caissier sur le bilan et le compte d'exploitation 2024
Le caissier explique en détail le rapport financier de l'exercice 2024. Le comité propose d'attribuer l'excédent de 13 747.36 CHF aux fonds propres.
 - 5.2 Rapport 2024 de l'organe de révision
Le rapport de révision figure dans le rapport d'activités 2024.
6. Swissavant: fusion par absorption en 2025 avec l'Association professionnelle suisse des commerçants en peinture (ASCP)
Le comité propose d'autoriser la fusion par absorption avec VSF en 2025.
7. Budget de l'exercice 2025
Le comité propose d'accepter le budget 2025.
8. Révision des statuts en 2026
Le comité informe de la révision partielle des statuts de l'Association en 2026.
9. Questions et discussions
Les membres ont le droit de parole.
10. Varia
Informations actualisées sur les activités de l'Association en style télégraphique.

115^a assemblea generale ordinaria 2025

Lunedì 7 april 2025

Inizio dell'assemblea generale alle ore 13.45

Apertura delle porte ore 13.15

Hotel Radisson Blu, Zurigo aeroporto

Ordine del giorno e proposte

1. Discorso d'apertura del Presidente
Il Presidente tratta un tema attuale del ramo.
2. Elezione degli scrutatori
L'assemblea elegge due scrutatori.
3. Verbale della 114^a assemblea generale 2024
Il comitato propone di accettare il protocollo del 25 marzo 2024.
4. Rapporto d'attività 2024
Il comitato propone di approvare il rapporto d'attività.
5. Accettazione dei conti annuali e scarico al comitato
 - 5.1 Rapporto del cassiere sui conti annuali 2024
Il cassiere spiega dettagliatamente il rapporto finanziario 2024.
Il comitato chiede di aggiungere l'eccedenza di 13 747.36 CHF al capitale proprio.
 - 5.2 Rapporto dei revisori 2024
Il rapporto di revisione è incluso nel rapporto d'attività 2024.
6. Swissavant: fusione per assorbimento nel 2025 con il Associazione professionale svizzera dei commercianti in pittura (ASCP)
Il comitato chiede di approvare la fusione per assorbimento nel 2025 con il ASCP.
7. Preventivo per l'anno amministrativo 2025
Il comitato propone di accettare il budget 2025.
8. Revisione dello statuto 2026
Il comitato ha informato sulla prossima revisione parziale dello statuto dell'Unione nel 2026.
9. Domande e discussioni
I membri possono prendere la parola.
10. Varia
Informazioni aggiornate sulle transazioni associative in stile telegramma.

Berufe im Wandel: «Die Ausbildung kann und muss mitziehen!»

Die schweizerische Berufsbildung entwickelt sich rasch. In der dualen Form (Schule/üK – Betrieb) hat sie direkten Kontakt zur Arbeitswelt und zur Wirtschaft. Das ist zwar spannend, ruft aber nach permanenter Anpassung: «Wir müssen flexibel bleiben!», resümiert Professor Stefan C. Wolter zu den Trends in der Berufsbildung.



Prof. Dr. Stefan C. Wolter während seines Referats «Ist die Vergangenheit noch ein guter Ratgeber für die Zukunft?» am Nationalen Bildungstag 2024 von Swissavant.

Herr Wolter, was tut sich aktuell in der Schweizer Berufsbildungslandschaft? Wo geht's lang?

Zunächst sollten wir den Begriff der «Berufsbildung» in seiner zweifachen Bedeutung gut verstehen. Die Berufsbildung verändert sich, weil sich in der Aus-«Bildung» viel ändert, aber natürlich auch, weil sich in den «Berufen» ständig etwas ändert. Die Berufsbildung hängt, im Gegensatz zur Allgemeinbildung, viel direkter und stärker von den ständigen technologischen und wirtschaftlichen Veränderungen in der Arbeitswelt ab. Sie verändert sich also deutlich schneller als die klassische Schulbildung.

Warum?

90% unserer Berufslehren sind dual organisiert, also betriebliche und schulische Ausbildung parallel zueinander. Damit hat die Wirtschaft über die OdA (Organisationen der Arbeitswelt) laufend Einfluss auf Lehrpläne und Inhalte, auf Methodiken und

Herangehensweisen. Neben dem dualen Modell ist zwar etwa jede zehnte Berufslehre in der Schweiz rein schulisch organisiert. Aber auch diese schulischen Berufslehren haben sich an den Lehrplänen der OdA zu orientieren. Der enge Kontakt von Wirtschaft und Berufsbildung in der Schweiz hat deshalb zur Konsequenz, dass die Ausbildung dem Takt der Veränderungen in der Wirtschaft folgen muss. Zum Wohle der Arbeitsmarktfähigkeit unserer Jugend.

Bekanntlich sind viele Berufskunde-Lehrkräfte nicht fest an den Schulen angestellt.

Das ist fast eine Bedingung für die Flexibilität der Berufsbildung nach Schweizer Zuschnitt. Dies sowohl quantitativ, weil nicht immer gleich viele Lernende in jedem Beruf ausgebildet werden, als auch qualitativ, d.h. in Bezug auf die Lerninhalte. Bei neuen Lehrplänen oder Technologien kann so auch der Lehrkörper rasch angepasst werden. Bei fix angestellten BKU-Lehrkräften und ohne

Mitwirkung der Wirtschaft würden die Lehrpläne durch Lehrer mit wenig Bezug zur Arbeitswelt bestimmt. Das würde zu systemischen Beharrungskräften und zu Ausbildungen an der wirtschaftlichen Realität vorbeiführen.

Die Schweizer Berufsbildung ist also selbstregulierend, sowohl bezüglich der Curricula als auch des Fachkräftebedarfs.

Ein australischer Minister fragte mich einmal nach unserer «labour market intelligence» – also nach den amtlichen Prognosen zur Steuerung des Bildungsangebotes. Ich zeigte ihm auf, dass sich unser Berufsbildungswesen durch die enge Verflechtung von Wirtschaft und Berufsbildung selbst reguliert, wir also nicht auf staatliche Prognosen angewiesen sind. Unsere Firmen stellen selbst die besten Prognosen für ihren Arbeitskräftebedarf auf – nur schon aus wirtschaftlichem Interesse. Mit der Investition in die Berufslehre setzen sie eigenes Geld auf ihre Prognose, das tut der Staat nicht.

Machen wir noch eine qualitative Betrachtung!

Die Passung zwischen Arbeitsmarktbedürfnissen und Berufsbildung geschieht nicht nur bei der Zahl der in einem bestimmten Beruf ausgebildeten Personen, sondern auch bei der Zuteilung der Bewerber zu den einzelnen Berufen und Betrieben. Letzteres sichert zu einem grossen Teil die Qualität der Ausbildung. Vor diesem Hintergrund ist es nicht erstaunlich, dass die Lehrbetriebe neben Schulnoten auch die Persönlichkeit der Bewerber anschauen. Man sucht die «passende» Person – passend in den Beruf, in den Betrieb und ins Team. Auch im Detailhandel sind Schulnoten sicher wichtig, daneben aber auch Pflichtbewusstsein oder im Verkauf eine gewisse Extravertiertheit der Berufslehre: In den letzten 10 Jahren hat der Anteil Jugendlicher, die sich für eine Berufslehre entscheiden, um 5% abgenommen. Das ist eine schleichende Erosion, die aber zu einem Kippeffekt führen kann: Auf einmal machen so wenige eine Berufslehre, dass ein «sozialer Sog» in Richtung Gymnasium oder Fachmittelschule entsteht. Wo nicht nur die 20 talentiertesten Prozent einer Klasse Matura machen, sondern die Hälfte und mehr,

Das ruft einmal mehr nach der Schnupperlehre ...

Ein wertvolles Instrument! Die Betriebe

lernen die Jugendlichen kennen und die jungen Menschen erfahren den Beruf real. Man bezieht heute oft das ganze Team in den Einstellungsentscheid, um die Kompatibilität mit der Belegschaft frühestmöglich abzusichern. Und man verteilt mit der Partizipation am Entscheid auch die Verantwortung für das Gelingen.

Die Schweiz klopft sich zu ihrer Berufsbildung gerne auf die Schulter. Zu Recht?

Jein, es braucht auch den kritischen Blick. Wir übersehen gerne Entwicklungen, die unspektakulär, aber unaufhaltsam ablaufen. Man gewöhnt sich daran und sieht deshalb wenig Handlungsbedarf. Ein Beispiel ist die Beliebtheit der Berufslehre: In den letzten 10 Jahren hat der Anteil Jugendlicher, die sich für eine Berufslehre entscheiden, um 5% abgenommen. Das ist eine schleichende Erosion, die aber zu einem Kippeffekt führen kann: Auf einmal machen so wenige eine Berufslehre, dass ein «sozialer Sog» in Richtung Gymnasium oder Fachmittelschule entsteht. Wo nicht nur die 20 talentiertesten Prozent einer Klasse Matura machen, sondern die Hälfte und mehr,

resultiert auf einmal ein breiter Nachahmer-effekt. Dann machen nur noch Jugendliche eine Lehre, denen es fürs Gymi nicht reicht.

Die Schweizer Berufsbildung ist folglich so lange stark, als sich Talentierte freiwillig für diesen Weg entscheiden und ihre Kumpels «mitnehmen». Entsprechend attraktiv muss sie sein.

Ja. Wenn das nicht gelingt, verlieren wir Potenziale und Führungskräfte in der nicht-akademischen Berufswelt. Dieses Vakuum lässt sich nicht durch höhere akademische Quoten ausgleichen und schwächt unsere Gesamtwirtschaft.

Was tun? Die Frage ist nicht nur rhetorisch gemeint ...

Es ist auf dem Arbeitsmarkt schon heute eine Realität, dass die Mehrheit der Erwerbstätigen über einen tertiären Bildungsabschluss verfügt. Damit ist es verständlich, dass Eltern für ihre Kinder eine Ausbildung wollen, die ihnen später auch einen solchen Abschluss in Aussicht stellt. Leider vergessen aber die meisten Eltern, dass – Talent und Motivation voraus-



Schon am Nationalen Bildungstag 2024 von Swissavant begeisterte Prof. Wolter mit seinen Ausführungen die Zuhörenden.

►► ... FORTSETZUNG

gesetzt – über Berufsmatura oder die Passerelle zur Uni auch Lernenden der Berufsbildung der Weg in die Fachhochschulen oder die Universitäten offenstehen. Zudem bieten die Höheren Fachschulen oder die Berufs- und Fachprüfungen, also die Höhere Berufsbildung Abschlüsse, deren Arbeitsmarktwert gleichwertig ist wie der durchschnittliche rein akademische Weg. Das ist bei den Eltern zu verankern, damit sie ihre Kinder richtig beraten können, und es keinen unnötigen Sog in die Gymnasien gibt.

Also müssen wir diese Äquivalenz im Kollektiv noch besser bewusst machen.

Absolut! Betriebe, OdA und eine weitsichtige Politik müssen die Chancen- und Wertegleichheit der beruflichen Bildungswege weiter implementieren. Ich setze vor allem auf die Betriebe, die über Vereine oder Schulen die Eltern am besten erreichen können. Sie sollten dabei über den Tellerrand hinausdenken und nicht nur die langfristigen beruflichen, sondern auch Bildungsoptionen aufzeigen, um talentierte Jugendliche für die Lehre zu gewinnen. Selbst mit dem Risiko, dass sich diese nach einem tertiären Abschluss anderweitig engagieren. Denn mit einem defensiven «Unterschlagen» der tertiären Chancen sind Talentierte möglicherweise für den Berufszweig ganz verloren. Kann man aber echte Talente und Opinion Leaders für eine Lehre motivieren, lassen sich auch weitere junge Menschen gewinnen. Solche, die der Branche oder dem Betrieb als wertvolle Mitarbeitende erhalten bleiben.

Volle Transparenz zur Karriere stärkt also das Gesamtsystem Berufslehre.

Durchaus! Gerade im Detailhandel ist die Karriereoption matchentscheidend. Für ungelernete Kräfte müssen Löhne bezahlt werden,

von denen man leben kann. Das ist zunächst korrekt. Aber ausgebildete Personen verdienen bei hohen Minimallöhnen nur wenig mehr als die ungelerneten Angestellten, da die Wertschöpfung im Verkauf viel höhere Löhne nicht zulässt. Die Folge ist, dass viele Jugendliche auf eine richtige Lehre im Verkauf verzichten könnten, wenn man ihnen nicht das Potenzial zur Karriere durch die Lehre aufzeigen kann.

Man kann aber auch im Detailhandel Karriere machen.

Sicher, in kleineren Betrieben sowieso! Aktuell sehen wir aber Umwälzungen, die diese Karrieremöglichkeiten wiederum negativ tangieren: Zum einen verschwinden wegen dem Online-Handel stationäre Geschäfte und damit Stellen als Rayon- und Filialleiter im klassischen mittleren Management. Zum anderen reduzieren sich auch die Aufgaben der Kader, da Logistik und andere spannende Aufgaben digitalisiert sind und so von der Zentrale aus gesteuert werden.

Hinzu kommen die Geschäfte ganz ohne Personal ...

Ja, hier werden Menschen gänzlich von Software abgelöst. Nur noch die Gestelle werden von Menschen aufgefüllt.

Beratung wird dennoch grossgeschrieben – speziell im Fachhandel.

Aktuell zu Recht – noch! Aber auch hier bietet das Internet mit Vergleichsdiensten, Kundenforen und Tutorials bereits eine grosse Konkurrenz. Und KI übernimmt sogar individualisierte Informationsvermittlung, so dass selbst die Beratung nur noch bedingt von ausgebildeten Menschen erbracht werden muss.

Und jetzt: Was machen wir mit all den Erkenntnissen?

Wie aufgezeigt, reagiert die Berufsbildung quantitativ und qualitativ schnell auf Bewegungen im Markt. Tätigkeiten werden neu definiert, Berufsbilder kommen dazu, andere werden überflüssig. Im Detailhandel sehen wir grosse Verlagerungen weg vom klassischen Verkauf, hin zu Informatik, Logistik, E-Commerce – somit auch zu ganz neuen Berufen. Berufe anzupassen genügt nicht immer, sie müssen ab und zu auch neu definiert oder gar neu «gebildet» werden. Von der Anpassungsgeschwindigkeit der Berufsbildung hängt es deshalb ab, ob sie ihren zu Recht prominenten Platz in unserem Bildungssystem behalten kann.

Vielen Dank für die spannenden Einblicke, Herr Wolter!

Interview durch Andreas Grünholz im Auftrag der perspective.

SAVE THE DATE!



Der diesjährige Nationale Bildungstag findet am 30. September 2025 in der Messe Luzern statt.

Bitte reservieren Sie sich dieses Datum!



Prof. Dr. Stefan C. Wolter ist Direktor der Schweizerischen Koordinationsstelle für Bildungsforschung (www.skbf-csre.ch) und Professor für Volkswirtschaftslehre an der Universität Bern.

Er ist zudem Vizepräsident des Verwaltungsrates des Centre for Educational Research and Innovation (CERI) und Mitglied des Education Policy Committee der OECD in Paris sowie Mitglied des wissenschaftlichen Beirats des deutschen Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) und der deutschen Kultusministerkonferenz (KMK).

Seine Forschungsschwerpunkte sind die Arbeits- und Bildungsökonomie. Er ist zudem Co-Direktor des Swiss Leading House on Economics of Education (www.leadinghouse.ch).

Dieser Bericht wird in der nächsten Ausgabe der perspective in französischer Sprache publiziert. Ce rapport sera publié en français dans le prochain numéro de perspective.

KI als Chance – KI als Gamechanger – SWISSAVANT IST VORNE DABEI!

QR-Code scannen, staunen und geniessen!

Swissavant und KI-Videos: Kommunikation neu gedacht!

In der heutigen digitalen Welt ist es für einen modernen Wirtschaftsverband – wie Swissavant es sein möchte – unerlässlich, innovative Wege zu finden, um mit unseren Mitgliedern aus Industrie und Handel in Kontakt zu treten.

Der Einsatz von KI-generierten Videos eröffnet seit kurzem spannende Möglichkeiten, branchenrelevante Informationen über eine Branchenveranstaltung wie den Nationalen Branchentag oder die Generalversammlung anschaulich und ansprechend zu vermitteln. Die multimediale Technologie der KI-generierten Videos ermöglicht es Swissavant, komplexe (Branchen-)Themen einfach und verständlich darzustellen. Das Ziel: Die Aufmerksamkeit unserer Mitglieder zu gewinnen und zu steigern, denn KI-generierte Videos sind ein moderner, kommunikativer Brückenschlag zu unseren Mitgliedern.

Grosses Kommunikationspotenzial

Nach einer lernintensiven Auftaktphase mit informativen KI-Videos werden auch solche

mit personalisierten Inhalten möglich sein, die dann auf die Bedürfnisse und Interessen unserer Mitglieder zugeschnitten sind. Diese Art der Kommunikation fördert nicht nur das Engagement, sondern wird auch die Bindung zu Swissavant als Branchenorganisation stärken. Zudem kann man dank einer Ressort-bezogenen Integration dieser KI-Videos auf unserer Swissavant-Website eine interaktive Plattform mit hohem Branchenbezug schaffen, die den Austausch und die Vernetzung unter den Mitgliedern fördert.

Kommunikatives Zukunftsfenster

Mit wachem Blick öffnet sich hier für die Verbandsmitglieder ein neues Zukunftsfenster, um gemeinsam die Branche zu gestalten und die Vorteile dieser modernen Kommunikationsmittel zu nutzen!

Besuchen Sie unsere Website um mehr über unsere neuesten KI-Initiativen im Rahmen der zukünftigen Verbandskommunikation zu erfahren und so Teil dieser spannenden Entwicklung zu sein. www.swissavant.ch



Christoph Rotermund

«In einer technologie-lastigen Welt, die sich ständig und schnell wandelt, müssen wir täglich den Mut haben, neue Wege zu gehen.

Dies gilt auch für unsere Verbandskommunikation.» meint Christoph Rotermund, Geschäftsführer Swissavant, mit Blick auf die neuen KI-Videos des Verbandes.

Tisch- und Küchenkultur vereint

Per 1. Januar 2025 ist CASCADE GmbH aus Luzern an die muff haushalt ag mit Standorten in Sissach und Winterthur übergegangen. Zwei Firmen in den Bereichen Tischkultur und Haushaltswaren mit unterschiedlichen Konzepten und einem gemeinsamen Ziel.

Im Herbst 2024 hat sich Lisa Buchecker aktiv auf die Suche nach jemandem gemacht, der ihr schönes Geschäft an der Bundesstrasse in Luzern übernehmen und weiterführen möchte.

«Im ersten Moment erschien uns eine Übernahme nicht sehr naheliegend. Zu unterschiedlich erschienen uns die beiden Ladensortimente,» erklärt Andreas Müller aus der Geschäftsleitung der muff haushalt ag. Nach einem Besuch im Laden sprudelten dann aber die Ideen, wie sich die beiden Konzepte gegenseitig befruchten könnten.

«Lisa Buchecker ist im Bereich Tischkultur eine Koryphäe. Ihr Sortiment ist sehr sorgfältig und vielseitig zusammengestellt und schweizweit eine Klasse für sich. CASCADE präsentiert das sowohl im Laden als auch auf der Homepage wunderschön und ansprechend,» schwärmt Carole Soltermann, die bei muff haushalt für das Marketing und den Onlineauftritt zuständig ist.

Lisa Buchecker ist ebenfalls hoch erfreut über die Entwicklung. «Es gab schon in der Vergangenheit ernsthafte und spannende Interessenten, aber es kam nie zum Vertragsabschluss.»

«Unser Ziel ist, dass wir uns in diesen Bereichen gegenseitig stärken, fordern und fördern und somit die drei Standorte Sissach, Winterthur und Luzern noch fitter für die Zukunft machen, erläutert sie die Strategie weiter.»

Diese zukünftige Entwicklung beinhaltet die Umbenennung von CASCADE Edel Hausrat in cascade by muff haushalt ag. Ansonsten bleibt vorerst vieles gleich. Nach und nach sollen die jeweiligen Standorte von den Kompetenzen des jeweils anderen lernen und profitieren und so das Sortiment wo sinnvoll angepasst werden.

Lisa Buchecker übernimmt die Ladenleitung des Luzerner Standorts und wird muff haushalt noch während sicher zwei Jahren begleiten.

www.muff-haushalt.ch

Arts de la table et cuisine réunis

Le 1^{er} janvier 2025, muff haushalt a repris CASCADE GmbH à Lucerne avec des sites à Sissach et Winterthur. Ces deux entreprises sont actives respectivement dans les arts de la table et les arts ménagers avec des concepts différents et un objectif commun.

À l'automne 2024, Lisa Buchecker s'est activement mise à la recherche d'un repreneur pour continuer son beau magasin à la Bundesstrasse à Lucerne.

«Au premier abord, une reprise ne nous semblait pas très évidente. Les gammes des deux commerces nous paraissaient trop différentes,» explique Andreas Müller, membre de la direction de muff haushalt ag. Mais après avoir visité le magasin, les idées ont germé sur la façon dont les deux concepts pourraient s'enrichir mutuellement.

«Lisa Buchecker est une sommité des arts de la table. Son assortiment est très soigné et polyvalent et constitue une classe à part à l'échelle de toute la Suisse. Il est présenté de manière magnifique et attrayante tant en magasin que sur la page d'accueil de CASCADE,» s'enthousiasme Carole Soltermann, responsable du marketing et de l'affichage en ligne chez muff haushalt.

Lisa Buchecker se réjouit également de l'évolution de la situation. «Il y avait déjà eu des personnes sérieusement intéressées dans le passé, mais aucun contrat n'a été conclu.»

«Notre objectif est de nous renforcer, de nous mettre au défi et de nous encourager mutuellement dans ces domaines pour rendre ainsi les trois sites de Sissach, Winterthur et Lucerne encore plus aptes à maîtriser l'avenir, explique-t-elle.»

Cette évolution future implique le changement de nom de CASCADE Edel Hausrat in cascade by muff haushalt ag. Pour le reste, beaucoup de choses restent les mêmes pour l'instant. Progressivement, les différents sites doivent apprendre et bénéficier des compétences des uns et des autres et ainsi adapter l'assortiment là où il convient.

Lisa Buchecker assume la direction du site de Lucerne et accompagnera Muff Ménage encore pendant deux ans.

www.muff-haushalt.ch



Lisa Buchecker (mitte) mit Andreas Müller (Geschäftsführung muff haushalt ag) und Carole Soltermann (Online shop und Marketing muff haushalt ag).

Lisa Buchecker (au centre) avec Andreas Müller (directeur de muff haushalt ag) et Carole Soltermann (boutique en ligne et marketing muff haushalt ag).

Top-Marken und Aussteller an der Weltleitmesse in Chicago

Wenn die **THE INSPIRED HOME SHOW** Anfang März eröffnet wird, werden die Teilnehmer von über 1600 Ausstellern begrüßt, darunter mehr als 250 neue und wiederkehrende Aussteller sowie eine Vielzahl von langjährigen Marktführern und aufstrebenden Unternehmen. Die Messe bringt die Haushaltswarenindustrie in einem dynamischen Umfeld zusammen, um neue Produkte, neue Erkenntnisse und unzählige Möglichkeiten zur Stärkung von Partnerschaften und zum Aufbau von Verbindungen zu erkunden.

«Während wir diese 125. Ausgabe der The Inspired Home Show feiern, richten wir unseren Fokus weiterhin auf die Zukunft», sagt Derek Miller, Präsident und CEO der International Housewares Association (IHA), die Gastgeber der Messe ist. «Wir arbeiten ständig mit Ausstellern, Einkäufern und Einzelhändlern zusammen, um eine Messe zu entwickeln und zu gestalten, die ihren sich wandelnden Bedürfnissen gerecht wird und ihnen hilft, erfolgreich zu sein.»

Neue Expos und Pavillons

Zu den Ergänzungen der Messe 2025 gehört die Premiere der Travel Gear + Luggage Expo, die eine Reihe von marktführenden Ausstellern aus dem Bereich der Reisebranche hervorhebt.

Auf der Show werden auch der neue Candle Pavilion – der in Zusammenarbeit mit der National Candle Association geschaffen wurde – und der Pet Product Pavilion – der in Zusammenarbeit mit der American Pet Products Association geschaffen wurde – zu sehen sein.

Der Bereich Debut Inkubator mit aufstrebenden Haus- und Haushaltswarenunternehmen und kleineren Ausstellern, die sich auf der Messe präsentieren, wird sich verdoppeln. Global Design Points wird mit länderspezifischen Pavillons einen Einblick in neue Trends bieten; unter anderem werden Hongkong, die Türkei und Brasilien vertreten sein.

Weitere vollständige Informationen zu Ausstellern, Marken und Produkten finden Sie online auf der Connect 365 Website der Messe. Die Inhalte werden täglich aktualisiert und ergänzt, kurz vor Eröffnung der Messe am 2. März 2025.

Zu den jüngsten Bemühungen, den sich wandelnden Bedürfnissen der Teilnehmenden gerecht zu werden, gehört die Anpassung der Ausstellungsfläche im Jahr 2024, damit die Teilnehmer sich leichter im McCormick Place Complex zurechtfinden können, sowie die Zusammenfassung der Ausstellungszeiten auf drei volle Tage.

www.theinspiredhomeshow.com

Marques et exposants de top niveau au salon de Chicago

Lors de l'ouverture du salon **THE INSPIRED HOME SHOW** au début du mois de mars, les visiteurs seront accueillis par plus de 1600 exposants, dont plus de 250 nouveaux exposants, un grand nombre de leaders de longue date et d'entreprises émergentes. Le salon réunit l'industrie du ménage dans un environnement dynamique pour explorer de nouveaux produits, de nouvelles connaissances et d'innombrables possibilités de renforcer les partenariats et de créer des liens.



«Alors que nous célébrons cette 125^e édition de The Inspired Home Show, nous continuons à nous tourner vers l'avenir», déclare Derek Miller, président-directeur général de l'International Housewares Association (IHA), qui accueille le salon. «Nous travaillons en per-

manence avec les exposants, les acheteurs et les détaillants pour développer et concevoir un salon qui répond à leurs besoins changeants et les aide à réussir.»

Nouvelles expositions et pavillons

Parmi les ajouts au salon 2025 figure la première du Travel Gear + Luggage Expo, qui met en avant une série d'exposants leaders du secteur du voyage.

Le nouveau Candle Pavilion, créé en collaboration avec la National Candle Association, et le Pet Product Pavilion, créé en collaboration avec l'American Pet Products Association, seront également présents.

L'incubateur Debut, avec des entreprises émergentes de l'industrie domestique et des petits exposants, sera doublé. Global Design Points offrira un aperçu des nouvelles tendances avec des pavillons spécifiques à chaque pays, y compris Hong Kong, la Turquie et le Brésil.

Vous trouverez de plus amples informations sur les exposants, les marques et les produits en ligne sur le site Connect 365 du salon. Le contenu sera mis à jour et complété quotidiennement, juste avant l'ouverture du salon le 2 mars 2025.

Parmi les efforts déployés récemment pour répondre à l'évolution des besoins des participants, mentionnons l'adaptation de l'espace d'exposition en 2024 afin de faciliter l'accès des participants au complexe McCormick Place et la réduction des horaires d'exposition à trois jours complets.

www.theinspiredhomeshow.com

Villeroy & Boch Welt öffnet Türen für Besucher

In der neu gestalteten Villeroy & Boch Welt inmitten der beeindruckenden Kulisse der Alten Abtei im saarländischen Mettlach lädt das Unternehmen dazu ein, die Faszination der Marke Villeroy & Boch hautnah zu erleben. Das angeschlossene Outlet ist bereits seit November 2024 geöffnet.

Die Villeroy & Boch Welt bietet ein facettenreiches Markenerlebnis und ist damit mehr als ein Firmemuseum. Gemeinsam mit der Alten Abtei und dem kürzlich eröffneten Outlet entsteht ein überregionales Ausflugsziel, das Gäste aus ganz Deutschland sowie den umliegenden Ländern anziehen soll.

Auf einer Fläche von mehr als 2000 Quadratmetern erwartet die Gäste eine spannende Reise in die Welt von Villeroy & Boch: von abwechslungsreichen Rauminszenierungen bis hin zu faszinierenden Produktwelten und interaktiven Elementen. So ermöglicht die Ausstellung einen spannenden Blick in die Produktionsabläufe, lässt die Besucher in die Werkstatt eines Produktdesigners blicken und zeigt zentrale Innovationen und Designhighlights.

Selbstverständlich dürfen auch die spannende Firmengeschichte und die Ausstellung historischer Keramik nicht fehlen. Das integrierte Outlet lädt dazu ein, Produkte aus dem Bereich Dining & Lifestyle direkt vor Ort zu erkunden und zu erwerben. Ein Besuch der Ausstellung macht die Verbindung von Tradition und Innovation, die das Unternehmen seit 277 Jahren prägt, greifbar und zu einem Erlebnis für alle Sinne.
www.welt.villeroy-boch.com

L'univers Villeroy & Boch ouvre ses portes aux visiteurs

Dans l'univers redessiné de Villeroy & Boch, au milieu de l'impressionnant décor de l'ancienne abbaye de Mettlach, en Sarre, l'entreprise vous invite à découvrir de près la fascination de la marque Villeroy & Boch. L'outlet associé est ouvert depuis novembre 2024.



L'univers Villeroy & Boch offre une expérience de marque à multiples facettes, ce qui en fait plus qu'un musée d'entreprise. Avec de l'ancienne abbaye et l'Outlet récemment ouvert, il crée une destination d'excursion transrégionale qui attire les visiteurs de toute l'Allemagne et des pays voisins.

Sur une superficie de plus de 2000 mètres carrés, les clients découvrent l'univers de Villeroy & Boch: des mises en scène variées aux univers de produits fascinants et aux éléments interactifs. Ainsi, l'exposition offre un regard passionnant sur les processus de production, permet aux visiteurs d'admirer l'atelier d'un concepteur de produit et présente les principales innovations et les points forts du design.

Bien entendu, l'histoire passionnante de l'entreprise et l'exposition de céramiques historiques ne doivent pas manquer. L'Outlet intégré invite à explorer et à acheter directement sur place des produits du secteur Dining & Lifestyle. Une visite de l'exposition rend tangible l'alliance de tradition et d'innovation qui caractérise l'entreprise depuis 277 ans et devient une expérience pour tous les sens.
www.welt.villeroy-boch.com/fr



Neue Energie für die Konsumgüterbranche

Die internationalen Leitmessen **Ambiente**, **Christmasworld** und **Creativeworld** bringen neuen Schwung in den globalen Konsumgütermarkt. Vom 7. bis 10./11. Februar 2025 versammelten sich auf dem Frankfurter Messegelände über 4600 Aussteller.

Nouvelle énergie pour l'industrie des biens de consommation

Les salons leaders mondiaux **Ambiente**, **Christmasworld** et **Creativeworld** ont donné un nouvel élan au marché mondial des biens de consommation. Du 7 au 10/11 février 2025, plus de 4600 exposants se sont réunis sur le site du Messe Frankfurt.



Foto: Messe Frankfurt, Petra Weizel

ambiente

Happy to see you!

Ambiente, Christmasworld und Creativeworld standen für 5 Tage im Zeichen der Begegnung und des Networkings.

Happy to see you!

Ambiente, Christmasworld et Creativeworld ont été les théâtres de rencontres et d'échanges pendant 5 jours.

Das Konsumgüter-Messetrio ist damit nicht nur die grösste Veranstaltung am Standort Frankfurt, sondern auch weltweit ein einmaliger One-Stop-Shop für Industrie, Handel und Objektausstattung. «Die wirtschaftliche Weltordnung verändert sich und fordert alle Marktteilnehmer enorm heraus. Inflation, neue Konsumgewohnheiten und Marktkonsolidierungen setzen Handel und Hersteller gleichermaßen unter Druck. Die drei Messen Ambiente, Christmasworld und Creativeworld bilden die grösste internationale Plattform der gesamten Konsumgüterindustrie und werden somit Chancenlieferant in herausfordernden Zeiten und Transformationstreiber für Wachstumsthemen wie Hospitality, Design und Nachhaltigkeit», so Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt.

Meet up at the Market

Inspiration, Information und Order: Das einzigartige Crossover an Produkten, Themen und Segmenten ermöglicht Herstellern wie Händler*innen auf der weltweit bedeutendsten Handelsplattform neues Umsatzpotenzial. Auf der Ambiente dreht sich alles um Dining, Living, Giving und Working – von stilvollen Tischarrangements und modernen Lösungen für Küche und Haushalt über zukunftsweisende Interior-Konzepte, schönen Geschenkideen bis hin zu smarten Arbeitswelten. Ein besonderes Highlight in diesem Jahr: Mit Interior Looks eröffnet die Ambiente der Möbelbranche gezielt neue Geschäftskontakte für die Wachstumsmärkte Contract und Hospitality Business. Auf dem neuen kuratierten Markenareal in Halle 3.1 präsentieren sich deutsche und europäische Möbel-, Leuchten- und Textilhersteller aus dem Premiumsegment, um sich mit Interior Designer*innen, Innenarchitekt*innen und Objektausstatter*innen von öffentlichen Räumen, Hotels oder Restaurants zu vernetzen.

ambiente.messefrankfurt.com

Ce trio d'expositions de biens de consommation est ainsi non seulement la plus grande manifestation organisée sur le site de Francfort, mais aussi, dans le monde entier, un événement unique qui offre un point d'entrée pour l'industrie, le commerce et l'équipement d'espaces publics. «L'ordre économique mondial est en pleine mutation et met à rude épreuve tous les acteurs du marché. L'inflation, les nouvelles habitudes de consommation et les processus de consolidation du marché font peser une pression identique sur le commerce et les fabricants. Les trois expositions Ambiente, Christmasworld et Creativeworld constituent la plus grande plateforme internationale de l'industrie des biens de consommation et, en ces temps difficiles, elles sont un véritable levier de croissance pour des thèmes tels que l'hôtellerie, le design et la durabilité», a déclaré Detlef Braun, directeur général de la Messe Frankfurt.

Rendez-vous au Marché

Inspiration, information et commande: la plateforme commerciale la plus importante au monde offre aux fabricants et aux détaillants des possibilités de croissance grâce à une offre unique de produits, de thématiques et de segments. L'Ambiente est centrée sur le Dining, le Living, le Giving et le Working des mises en place élégantes sur la table, des solutions modernes pour la cuisine et la maison, des concepts d'intérieur innovants, des idées de cadeaux élégants et des espaces de travail intelligents. Cette année, l'Ambiente propose un nouveau rendez-vous avec les professionnels du secteur du mobilier: les Interior Looks. Ils sont conçus pour aider les fabricants de mobilier, d'éclairage et de textiles allemands et européens à établir des contacts avec des designers d'intérieur, des architectes d'intérieur et des fournisseurs d'équipements pour les espaces publics, les hôtels et les restaurants.

ambiente.messefrankfurt.com

Milwaukee Conference 2025 – «World of Solutions»

Unter dem Motto «We are Milwaukee» veranstaltete der bekannte amerikanische Hersteller von Elektrowerkzeugen und Zubehör seine alljährliche Händlerkonferenz im Februar in Monaco.

Die Gäste – inkl. Mitarbeitende immerhin mehr als 5000 (!) – der Milwaukee Vertriebsregion EMEA kamen aus Europa, dem Nahen Osten, Asien und Afrika. In einem Zeitraum von drei Wochen reisten die Gäste jeweils zeitlich versetzt an, um sich einen Tag lang an verschiedenen Workstations über die Neuheiten für 2025 zu informieren.

Keine Frage, die Milwaukee Conference hat sich zum Grossevent entwickelt, das Veranstaltungsplätze mit entsprechender Logistik erfordert. Mit dem Grimaldi Forum an zentraler Lage gibt es in Monaco eine Location, die alle Bedingungen hervorragend erfüllt. Auf insgesamt über 7000 m² wurden an 11 verschiedenen Workstations die aktuellen Sortimente gezeigt und vorgeführt.

In der so genannten «Partner Zone» bot sich am Ende der Veranstaltung die Gelegenheit für den Austausch zwischen den anwesenden Händler*innen und den Vertriebsleuten von Milwaukee. Bei partnerschaftlichen Gesprächen und intensiven Verhandlungen bot die «Partner Zone» auch einen einmaligen Überblick über alle Sortimente und zeigte die vielfältigen Möglichkeiten der Warenpräsentation am POS.

Die Milwaukee Conference ist mehr als die Präsentation von neuen Produkten. Milwaukee zeigte auch, was dahinter steckt, wer die Menschen hinter den Kulissen sind und was letztlich die Marke antreibt und den Unterschied macht. Dabei bot die Veranstaltung viel Gelegenheit zum Austausch und zur Vertiefung und Stärkung der Partnerschaft zwischen Händlern, Anwendern und Milwaukee.

Conférence Milwaukee 2025 – «World of Solutions»

Sous le slogan «We are Milwaukee», le célèbre fabricant américain d'outils électriques et d'accessoires a organisé sa conférence annuelle pour les distributeurs en février à Monaco.

Les invités – dont les employés, au total plus de 5000 (!) – de la région de distribution EMEA de Milwaukee sont venus d'Europe, du Moyen-Orient, d'Asie et d'Afrique. Pendant trois semaines, les invités sont arrivés à des dates différentes pour passer une journée à se familiariser avec les innovations 2025 sur différents stands.

Il est clair que la conférence de Milwaukee s'est transformée en un événement majeur nécessitant des espaces d'exposition avec une logistique adéquate. Le Grimaldi Forum, situé au cœur de Monaco, est un lieu qui répond à toutes les conditions requises. Les gammes actuelles ont été exposées et présentées sur plus de 7000 m² et 11 différentes stations de travail.

À la fin de l'événement, les détaillants ont eu l'occasion de s'échanger, d'avoir des entretiens et de mener des négociations intensives avec les représentants de Milwaukee dans l'«Espace partenaires». Celui-ci offrait également une vue d'ensemble unique sur toutes les gammes d'articles avec de multiples suggestions pour présenter des produits dans les points de vente.

La conférence de Milwaukee a été bien plus qu'une présentation de nouveaux produits. Elle a également permis de découvrir ce qui se cache derrière la marque, qui sont les personnes qui travaillent dans l'ombre et ce qui motive finalement la marque et la rend unique. L'événement a également été l'occasion pour les distributeurs, les utilisateurs et Milwaukee de se rencontrer, d'échanger et de renforcer leurs liens.



Dass die konsequente Ausrichtung auf den ausschliesslichen Vertrieb über den beratenden Fachhandel weiter verfolgt wird, freute die anwesenden Fachhändler*innen natürlich besonders.

Einige Fakten und Eckdaten

- 15% mehr Umsatz im 2024
- Seit 2008 durchschnittliches Wachstum von 22%
- Hohe Innovationskraft der Marke mit über 1000 neuen Lösungen bis Mitte 2025 in allen Sortimenten
- 95% der Elektrowerkzeuge von Milwaukee werden mit Akkus betrieben
- Ausbau der JSS-Teams¹ bis Ende 2025 auf 800 Mitarbeitende geplant

Ausbau der Produktesortimente

Hier auf den umfangreichen und kontinuierlichen Ausbau der Produktesortimente des Herstellers detailliert einzugehen, würde zu weit führen. Deshalb hier anschliessend nur eine (nicht abschliessende) Auflistung der wichtigsten Neuheiten und Ergänzungen. Alles weitere findet der geneigte Leser und die interessierte Fachhändlerin auf der Website des Herstellers.

- Die neue FORGE-Akkutechnologie mit Tabless-Zellen
- Ausbau der MX FUEL-Baureihe
- Neuheiten der M18-Plattform (z. B. Akku-Flaschenzug)
- Ergänzungen in der M12-Plattform
- Viele neue Handwerkzeuge
- Ausbau im Bereich der PSA (neue Heizjackentechnologie)
- Starker Ausbau im Bereich Outdoor und Gartenbau

¹JSS (Job Site Solution)

Zentrale Rolle für den Vertrieb spielen die JSS-Teams. Sie präsentieren Milwaukee-Lösungen direkt beim Anwender auf der Baustelle und sorgen für Umsatz beim Händler vor Ort. JSS hört aber auch zu, holt Feedback vom Anwender, das in die Entwicklung neuer Produkte und in die Optimierung von vorhandenen fliesst.

www.milwaukeetools.ch



Quelques impressions de la conférence de Milwaukee 2025 à Monaco

Les détaillants spécialisés présents ont particulièrement apprécié que Milwaukee poursuive sa stratégie de distribution exclusive par le commerce spécialisé chargé de conseiller la clientèle.

Quelques faits et chiffres

- 15% de plus de chiffre d'affaires en 2024
- Croissance moyenne de 22% depuis 2008
- Forte capacité d'innovation de la marque avec plus de 1000 nouvelles solutions à commercialiser d'ici à mi-2025 dans tous les segments
- 95% des outils électriques de Milwaukee sont alimentés par des batteries
- Prévision d'augmenter les effectifs des équipes JSS¹ à 800 collaborateurs à la fin de 2025

Évolution des gammes de produits

Il serait trop long d'entrer dans les détails de l'évolution constante et importante des gammes de produits de Milwaukee. Nous ne présentons ici qu'une liste (non exhaustive) des principales innovations et compléments. Pour plus d'informations, nous vous invitons à consulter le site internet du fabricant.

- La nouvelle technologie FORGE avec des batteries sans bornes
- Évolution de la gamme MX FUEL
- Nouveautés sur la plateforme M18 (p. ex. le palan à batterie)
- Compléments sur la plateforme M12
- Nombreux nouveaux outils à main
- Extension du domaine des EPI (nouvelles technologies de gilets chauffants)
- Fort développement du domaine du jardinage et de l'outdoor

¹JSS (Job Site Solution)

Les équipes JSS jouent un rôle central dans la distribution. Elles présentent les solutions Milwaukee directement à l'utilisateur sur le chantier et assurent les ventes au niveau local. Les JSS écoutent également les utilisateurs et recueillent leurs commentaires, qui sont ensuite pris en compte pour développer de nouveaux produits et optimiser des produits existants.

www.milwaukeetools.ch



Koelnmesse weiterhin auf Kurs

Die Koelnmesse hat 2024, dem Jahr ihres 100-jährigen Bestehens, auf Basis vorläufiger Zahlen einen Umsatz von rund 365 Millionen Euro und einen Gewinn von rund 20 Millionen Euro erzielt und bleibt auf einem stabilen Kurs.

«Unser 100-jähriges Jubiläum war ein aussergewöhnliches Jahr, das uns an unsere Ursprünge erinnert und in dem wir gleichzeitig den Blick nach vorne gerichtet haben», erklärt Gerald Böse, CEO der Koelnmesse GmbH. «Unsere Ergebnisse zeigen eindrucksvoll Stabilität und Resilienz in einem herausfordernden Marktumfeld.»

Das Jahr 2024 war für die Koelnmesse geprägt von bedeutenden Fortschritten im Messegelände Köln, beim Ausbau des Auslandsgeschäftes und dem Thema Nachhaltigkeit. Zu den Höhepunkten zählten die feierliche Eröffnung des neuen Event- und Kongresszentrums Confex, die weitere internationale strategische Expansion sowie richtungweisende Massnahmen auf dem Weg, das gesamte Unternehmen und die eigenen Messen bis 2030 ressourcenschonend auszurichten.

Im Veranstaltungsjahr 2024 erzielte die Koelnmesse laut vorläufigen Zahlen einen Umsatz von rund 365 Millionen Euro. Damit blieb sie im turnusgemäss schwächeren Veranstaltungsjahr geringfügig unter ihren eigenen Planungen von 369,5 Millionen Euro zurück. Der Nettogewinn wird voraussichtlich rund 20 Millionen Euro betragen, nachdem im Vorjahr ein operatives Rekordergebnis von 42 Millionen Euro erreicht wurde.

Die leichte Abweichung von den Umsatzplanungen führt das Unternehmen auf mehrere Faktoren zurück. Dazu zählen die anhaltende Konsumflaute, die allgemeine wirtschaftliche Stagnation sowie geopolitische Unsicherheiten. «Die Herausforderungen des Marktes haben uns gefordert, aber auch darin bestärkt, unsere Prozesse noch effizienter zu gestalten und neue Messemärkte zu erschliessen», blickt Böse bereits auf die kommenden Jahre.

Blick nach vorne

Positiv blickt die Koelnmesse auf das Jahr 2025: Die im Oktober stattfindende Anuga ist bereits ausgebucht und sowohl das Messeduo FSB und aquanale als auch die IDS (Internationale Dental Show) oder die INTERZUM übertreffen die Anmeldestände des gleichen Zeitraums zur Vorveranstaltung schon jetzt deutlich.

www.koelnmesse.de

Seitenansicht des neuen Kongresszentrums Confex



Koelnmesse continue sur sa lancée

Koelnmesse a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 365 millions d'euros et un bénéfice d'environ 20 millions d'euros en 2024, année de son centenaire, sur la base des chiffres provisoires, et garde le cap.



Gerald Böse

«Notre centenaire a été une année exceptionnelle qui nous a permis de nous remémorer nos origines tout en nous projetant vers l'avenir», explique Gerald Böse, CEO de Koelnmesse GmbH. «Nos résultats reflètent de manière impressionnante la stabilité et la résilience de notre entreprise dans un environnement de marché exigeant.»

L'année 2024 a été marquée par des avancées significatives pour Koelnmesse, notamment en ce qui concerne l'amélioration du site de Cologne, l'expansion de l'activité à l'étranger et le thème de la durabilité. Parmi les moments forts figurent l'inauguration solennelle du nouveau centre d'événements et de congrès Confex, l'expansion internationale stratégique et les mesures prises pour orienter l'ensemble de l'entreprise et ses salons vers une utilisation plus respectueuse des ressources d'ici 2030.

Selon les chiffres préliminaires, le chiffre d'affaires de la Koelnmesse s'est élevé à environ 365 millions d'euros en 2024, année au cours de laquelle les expositions ont été moins nombreuses en raison de leur cycle. Il est ainsi légèrement inférieur aux prévisions de l'entreprise, qui s'élevaient à 369,5 millions d'euros. Le bénéfice net devrait s'établir à environ 20 millions d'euros, après avoir atteint un record opérationnel de 42 millions d'euros l'année précédente.

Selon l'entreprise, l'écart entre le chiffre d'affaires et les prévisions est dû à plusieurs facteurs, notamment à la persistance de la crise de la consommation, à la stagnation économique générale et aux incertitudes géopolitiques. «Les défis du marché nous ont mis à l'épreuve, mais nous ont également encouragés à optimiser nos processus et à ouvrir de nouveaux marchés d'exposition», a déclaré Böse, en se projetant dans les années à venir.

Un regard vers l'avenir

La Koelnmesse se montre optimiste pour 2025: l'Anuga, qui aura lieu en octobre, est déjà complète et les salons FSB et aquanale, ainsi que l'IDS (International Dental Show) et l'INTERZUM, enregistrent déjà nettement plus d'inscriptions que les salons précédents à la même période.

www.koelnmesse.de

Vues latérales du nouveau centre de congrès Confex

L'IA, l'opportunité qui change la donne – SWISSAVANT EN TÊTE DU PELOTON!

SWISSAVANT

Swissavant
Finances 2024

Défis économiques -
des recettes stables

SCAN ME

Scanner le code QR, s'étonner et savourer!

Swissavant et les vidéos d'IA: repenser la communication!

Dans le monde numérique d'aujourd'hui, il est indispensable, pour une association économique moderne comme Swissavant voudrait l'être, de trouver de nouveaux moyens d'entrer en contact avec nos membres industriels et commerciaux.

Depuis quelque temps, les vidéos générées par l'IA ouvrent des possibilités étonnantes de fournir des informations de façon à la fois vivante et alléchante sur des manifestations telles que la Journée nationale de la branche ou l'Assemblée générale.

La technologie multimédia des vidéos générées par l'IA permet à Swissavant de présenter des sujets complexes de la branche de façon simple et compréhensible.

Le but visé est d'attirer et d'intensifier l'attention des membres, car les vidéos générées par l'IA jettent des ponts modernes vers ceux-ci.

Un immense potentiel de communication

Après une phase d'apprentissage intensive avec des vidéos IA d'information, on pourra en réaliser d'autres taillées sur mesure pour répondre aux besoins et aux intérêts de nos membres.

Ce mode de communication favorise non seulement l'engagement mais renforce aussi le lien avec Swissavant comme organisation professionnelle. En outre, l'intégration de ces vidéos IA affectées aux différents services sur notre site web permet de créer une plateforme interactive étroitement liée à notre branche pour promouvoir l'échange et le réseautage entre les membres.

Ouverture sur la communication de l'avenir

Pour l'œil attentif, une fenêtre s'ouvre ici pour les membres de notre Association, permettant de modeler l'avenir ensemble en utilisant les avantages de ce moyen de communication moderne.

Visitez donc notre site web pour en savoir plus sur notre dernière initiative d'IA dans le cadre

de la communication future au sein de notre Association et participer ainsi à ce nouveau développement passionnant.

www.swissavant.ch



Christoph Rotermund

«Dans un monde dominé par une technologie qui évolue sans cesse à grande vitesse, nous devons avoir chaque jour le courage de quitter les sentiers battus. C'est également

vrai pour la communication de notre Association», affirme Christoph Rotermund, directeur de Swissavant, en référence aux nouvelles vidéos AI de l'Association.

Mit passendem Sonnenschutz den Garten rundum genießen

Sonnenschirmprofi Glatz hat für jede Gartenarchitektur eine Lösung im Angebot.

Die modernen Seitenmastschirme des Herstellers, wie zum Beispiel der Sombrano S+, beschatten von der Seite und lassen grosszügig Platz unter dem Schirmdach. Mittelstockschirme zeichnen sich durch flexibles Wenden und Kippen aus – so ist Schatten bei jedem Sonnenstand garantiert. Allen Schirmen gemeinsam sind hochwertige Materialien, das zeitlos-elegante Design, die ergonomische Handhabung und ihre Langlebigkeit. Wenn die Sonne untergegangen ist, lässt sich mit LED-Beleuchtung unter dem Schirmdach ein behagliches Plätzchen schaffen.

Der richtige Schirm für jeden Garten

Für die Gesamtoptik spielt auch die Form eine Rolle. Was passt am besten zum Grundriss des Gartens oder zur Architektur des Hauses? Rund, eckig, nur zwei Meter Durchmesser, ganze vier Meter im Quadrat? Im Glatz-Sortiment lässt sich für jeden Bedarf ein passender Schattenspendler finden. Auch beim Gestell haben Sonnenschirmkäufer viel Auswahl. Es gibt Schirme mit Streben und Mast aus Holz, wie etwa das Modell Teakwood. Andere Gestelle sind aus pflegeleichtem Aluminium in Anthrazit, Eloxiert oder Weiss. Mit der richtigen Befestigung, die Glatz auch bietet, ist direkt für solide Standfestigkeit gesorgt. Für windexponierte Plätze gibt es besonders windfeste Schirme.

Qualität zahlt sich langfristig aus

Die Investition in einen Glatz-Schirm lohnt sich, denn die langlebigen Schirmbezüge sorgen für Farbestabilität und anhaltenden Schutz vor UV-Strahlen. Die sorgfältige Verarbeitung, hochwertige Materialien und ein umfassender Reparaturservice lassen die Freude am Schattenspendler lange währen. Bis zu zehn Jahre nach Kauf ist das Schirmdach austauschbar, auch Streben oder Kurbeln lassen sich ersetzen.

www.glatz.com



Mittelstockschirme: praktisch und ergonomisch. In vielen Variationen und Designs erhältlich.

Parasols à mât central: pratiques et ergonomiques. Disponibles dans de nombreuses variantes et designs.

Profiter pleinement du soleil au jardin à l'ombre d'un parasol adapté

Glatz, le professionnel des parasols, propose une solution pour chaque architecture de jardin.

Les parasols à mât latéral modernes du fabricant, tels que Sombrano S+, donnent de l'ombre sur le côté et laissent un espace généreux sous le parasol. Les parasols à mât central se caractérisent par leur flexibilité de rotation et de basculement, garantissant ainsi de l'ombre, quelle que soit la position du. Tous les parasols ont en commun des matériaux de haute qualité, un design élégant et intemporel, une manipulation ergonomique et leur longévité. Après le coucher du soleil, l'éclairage LED sous le parapluie permet de créer un endroit confortable.

À chaque jardin le parasol qui lui convient

Pour l'aspect général, la forme joue également un rôle. Qu'est-ce qui correspond le mieux au plan du jardin ou à l'architecture de la maison? Rond, anguleux, seulement deux mètres de diamètre, quatre mètres carrés entiers? Dans la gamme Glatz, on trouve un distributeur d'ombre pour le besoin de chacun. Même pour le support, les acheteurs de parasols ont un grand choix. Il existe des parasols en bois, comme le modèle Teakwood. D'autres supports sont en aluminium anthracite, anodisé ou blanc facile à entretenir. La fixation correcte fournie par Glatz assure la stabilité et la solidité les plus grandes. Pour les places exposées au vent, il existe des parasols particulièrement stables au vent.

La qualité est payante à long terme

L'investissement dans un parasol Glatz est rentable, car les tissus durables garantissent la solidité de la couleur et une protection durable contre les rayons UV. La finition soignée, les matériaux de haute qualité et un service de réparation intégral font que le plaisir du donneur d'ombre dure longtemps. Glatz peut remplacer le toit, les baleines ou les manivelles jusqu'à dix ans après l'achat.

www.glatz.com



Seitenmastschirme: perfekter Bedienkomfort, Eleganz und Sonnenschutz rundum.

Parasols à mât latéral: confort d'utilisation parfait, élégance et protection solaire intégrale.

Für Grill-Enthusiasten und Design-Liebhaber

Der Compadre Grill & Ofen, der weltweit erste Grill aus innovativem Thermo-Sichtbeton, wurde von der Jury des German Design Award 2025 als Gewinner in der Kategorie Gardening and Outdoor Living ausgezeichnet. Die feierliche Preisverleihung fand am 7. Februar 2025 in Frankfurt am Main statt.

Design, das Maßstäbe setzt

Der Compadre Grill & Ofen wurde für Menschen entwickelt, die Wert darauf legen, ihren hohen Anspruch an Qualität und Design bewusst im Außenbereich weiterzuführen. Mit klaren, symmetrischen Linien und nahtlosen Oberflächen fügt sich der Grill perfekt in moderne Architektur ein. Die minimalistische Gestaltung macht den Compadre zu einem echten Blickfang, der nicht nur ein individuelles Statement setzt, sondern auch durch hochwertige Verarbeitung glänzt.

Vielseitigkeit für kulinarische Erlebnisse

Der innovative Einsatz von Thermo-Sichtbeton, durchsetzt mit Millionen winziger Lufträume, gewährleistet eine aussergewöhnliche Hitzebeständigkeit und Wärmespeicherung. Dies ermöglicht stundenlanges Grillen, ohne Kohle nachlegen zu müssen. Die luftdichte Verschlusskonstruktion sorgt dafür, dass die Aromen im Grillgut verbleiben und das Geschmackserlebnis intensiviert wird. Egal ob saftige Steaks, knusprige Pizza oder schonend gegrilltes Gemüse.

Individualisierung für besondere Momente

Jeder Compadre Grill & Ofen wird on demand in der Manufaktur gefertigt und auf Wunsch personalisiert. Möglich sind unter anderem die Gravur des eigenen Namens sowie die limitierte Seriennummer. So entstehen Unikate, die Persönlichkeit und Stil auf einzigartige Weise widerspiegeln.

Nachhaltigkeit als Kernprinzip

Mit seiner Produktion in Süddeutschland steht der Compadre Grill für kurze Lieferwege, höchste Materialqualität und einen bewussten Umgang mit Ressourcen. Der langlebige Thermo-Sichtbeton und die effiziente Wärmenutzung machen den Grill zu einer gleichsam nachhaltigen wie stilvollen Alternative in einer Welt voller schnelllebiger Produkte. Dazu vermindert der geringe Verbrauch von Holzkohle dauerhaft den ökologischen Fussabdruck dieses Highend-Geräts.

Preis und Verfügbarkeit

Der Compadre Grill & Ofen ist ab sofort zum Preis von 5000 Euro inklusive Mehrwertsteuer erhältlich. Jeder Grill wird individuell gefertigt und innerhalb von acht Wochen komplett montiert sowie einsatzbereit bis auf die Terrasse geliefert. Für Bestellungen aus dem Ausland wird eine direkte Kontaktaufnahme empfohlen, um die Logistik abzustimmen. Bestellungen sind ab sofort über die Website möglich.

<https://compadregrills.com/>



Schweizer Grill-Fachhändler aufgepasst:

Vielleicht sucht der Hersteller noch einen Vertriebspartner in der Schweiz? Das wäre doch eine tolle Möglichkeit, sich zu profilieren und den eigenen Showroom aufzuwerten!



Hinter dem Compadre Grill & Ofen steht Axel Puhmann, der als ehemaliger Leiter des Marketings bei SportScheck und passionierter Grill-Enthusiast seine Liebe zu Design und Kulinarik mit der Entwicklung dieses Highend-Gerätes verwirklicht hat.

Limited Edition in Rot – Die Kollektion 2025

Victorinox zeigt die neue Taschenmesserkollektion Alox Limited Edition 2025 «Stone Red». Die elfte Ausgabe der beliebten – jährlich erscheinenden – Kollektion präsentiert sich in einem ruhigen und gleichzeitig intensiven Rot. Genau wie verwittertes Gestein den Test der Zeit besteht, verkörpert «Stone Red» die langlebige Qualität und Stärke, die als Markenzeichen von Victorinox gelten.

Eine zeitlose Ikone für 2025

Alle Messer der Kollektion haben hochwertige Alox-Schalen, die aus Aluminium gestanzt, geprägt und im markanten Rot eloxiert werden. Die exklusive Alox Limited Edition 2025 ist nur 2025 erhältlich. Auf der Rückseite der Messer ist die Jahreszahl 2025 eingätzt – die perfekte Ergänzung für jede Sammlung. Jeder Aspekt dieser Messer ist genau durchdacht und präzise gefertigt, von den langlebigen Alox-Schalen bis zum schlanken, unverwechselbaren Design.

Die Taschenmesser der Alox Limited Edition 2025 sind in einer Geschenkbox mit Echtheitszertifikat verpackt. Ein echter Schatz für alle, die Präzision und zeitloses Design zu schätzen wissen.

www.victorinox.com



Édition limitée en rouge – la collection 2025

Victorinox présente la nouvelle collection de couteaux de poche Alox Limited Edition 2025 «Stone Red». La 11^e numéro de la collection populaire – qui paraît chaque année – se présente dans un rouge calme et intense. À l’instar de la roche usée par les intempéries, le «Stone Red» reflète la qualité durable et la force inébranlable qui sont les marques de fabrique de Victorinox.

Une icône intemporelle pour 2025

Chaque couteau de la collection est habillé de côtes en Alox de grande qualité qui sont découpées dans l’aluminium puis estampées et éloxées dans un Rouge unique.

L’Alox Limited Edition 2025 est une offre exclusive, disponible uniquement cette année. Chaque couteau est gravé de l’année 2025 sur l’une de ses côtes ce qui en fait un ajout remarquable à toute collection.

Tous les détails ont été minutieusement travaillés, des côtes en Alox résistant au design unique et élégant.

Présenté dans une boîte-cadeau Victorinox et accompagné d’un certificat d’authenticité, l’Alox Limited Edition 2025 est un petit bijou pour quiconque apprécie la précision et le design intemporel.

www.victorinox.com

Powerset für Grillfans

Die kleinste All-in-One-Kitchen-Maschine fürs BBQ

Was auch immer auf den Grill kommt, wird begleitet von würzigem Drumherum. Damit das flott zubereitet werden kann, gibt es den bamix® M200 BBQ in stylischem Schwarz mit umfangreichem Zubehör.

Mit seinem langlebigen, kraftvollen AC-Motor «Made in Switzerland» püriert, hackt und zerkleinert er alle Zutaten, von der Avocado für die leckere Guacamole bis hin zu Zwiebeln für Dressings und Dips. Das Spiralkabel ist bis zu ca. 160 cm ausziehbar und sorgt so für Bewegungsfreiheit bei der Zubereitung.

www.bamix.ch



Powerset pour les fans de grillade

La plus petite machine de cuisine tout-en-un pour le barbecue

Tout ce qui vient sur le grill est accompagné d’éléments épicés. Le bamix® M200 BBQ est disponible en noir élégant avec une large gamme d’accessoires pour une préparation rapide.

Avec son moteur à courant alternatif durable et puissant «Made in Switzerland», il réduit en purée, hache et hache tous les ingrédients, des avocats pour un délicieux guacamole aux oignons pour les vinaigrettes et les trempettes. Le câble spiralé peut être rallongé jusqu’à environ 160 cm et assure ainsi la liberté de mouvement pendant la préparation.

www.bamix.ch

Die Blüte neu gedacht: Fleur

Modern, mutig und überraschend anders: Mit der neuen Kollektion Fleur erfindet Villeroy & Boch das Blumendekor neu und inszeniert die Blüte als zeitloses Design-Element.

Mit einer bisher ungesehenen Ästhetik, vier leuchtenden Farben und unzähligen Mix & Match-Varianten bringt die Kollektion pure Lebensfreude auf den Tisch. Der Fokus auf das Wesentliche und die Liebe zum Detail verleihen Fleur dabei eine unwiderstehliche Anziehungskraft.

Ein Blumenstrauss, so individuell wie die eigene Persönlichkeit

Jedes Tisch-Arrangement mit Fleur ist so einzigartig wie ein Blumenstrauss. Die Komplettkollektion in vier leuchtenden Tönen – Cassis, Soleil, Vert und Bleu – lässt das Esszimmer erstrahlen und kreiert ein Ambiente voller Energie und Wärme. Die breite Farb- und Artikelpalette inspiriert dazu, die eigene Kreativität



im Mix & Match aufblühen zu lassen und individuelle Arrangements zusammenzustellen, die den eigenen Stil und die Stimmung perfekt unterstreichen. Ob reduziert auf eine einzige Farbe oder als mutiges Zusammenspiel der gesamten Palette: Jeden Tag lässt sich eine neue, reizvolle Tisch-Landschaft gestalten, die mit Leichtigkeit von klassisch-elegant bis fröhlich-verspielt reicht.

Die drei Servierteile – grosse und kleine Schüssel sowie Platte – sind besondere Eye-catcher, die jeweils drei der vier Farben in sich kombinieren und daher zu jedem individuellen Arrangement passen.

www.villeroy-boch.com

Radiant von Berndorf Luzern

Ein Meisterwerk für jeden Tisch, geschaffen für Menschen, die das Besondere suchen.



Funkelnd und zeitlos elegant

Gleich zwei neue Besteckserien wurden von der bekannten Schweizer Besteckmarke Berndorf Luzern neu designt, entwickelt und auf den Markt gebracht: Radiant und Malabar. Die neuen Kollektionen verbinden herausragendes Design mit höchster Funktionalität und bereichern jede Tafel um eine besondere Note.

Radiant – Glanz und Eleganz

Ein Besteck, das weit über seine Funktion hinausgeht. Mit der einzigartigen, grafischen Struktur wird jede Mahlzeit zu einem besonderen Erlebnis. Der Benutzer erlebt, wie das Licht auf der edlen Oberfläche spielt und auf der Tischdecke funkelnde Akzente setzt – als würde der Moment selbst glitzern. Radiant ist nicht nur ein Besteck, sondern eine Einladung, innezuhalten und den Augenblick zu geniessen. Es vereint die Kunst der Funktionalität mit einem ästhetischen Erlebnis, das alle Sinne anspricht. Jeder Griff fühlt sich besonders an, jede Berührung offenbart ein neues Detail.

Malabar – Harmonisch und schlank

Die Malabar-Serie besticht durch ihre klare Formensprache und feine Linienführung, die dem Besteck eine edle Note verleihen. Klassisch geformte Zinken, Löffelschalen und Messerklingen fügen sich harmonisch mit schlanken, leicht gebogenen Griffen zusammen. In der Hand fühlt sich das neue Besteck geschmeidig und angenehm an, als wäre es dafür geschaffen, ein Teil jeder Bewegung zu werden.

Beide neuen Serien sind ab sofort erhältlich.
www.kreavita.ch



Étincelant, élégant, intemporel

Deux nouvelles séries de couverts ont été conçues, développées et lancées sur le marché par la célèbre marque suisse Berndorf Luzern: Radiant et Malabar. Les nouvelles collections allient un design exceptionnel à une fonctionnalité optimale et apportent une touche particulière à chaque table.

Radiant – Éclat et élégance

Un couvert qui va bien au-delà de sa fonction. La structure graphique unique en son genre transforme chaque repas en une expérience particulière. L'utilisateur peut voir la lumière jouer sur la surface élégante et créer des reflets étincelants sur la nappe. C'est comme si le moment lui-même étincelait. Radiant n'est pas seulement un couvert, c'est une invitation à prendre le temps de vivre l'instant présent. Il allie l'art de la fonctionnalité à une expérience esthétique qui sollicite tous les sens. Chaque prise en main est particulière et chaque contact révèle un nouveau détail.

Malabar – Harmonieux et élégant

La série Malabar se caractérise par une forme simple et des lignes fines qui confèrent au couvert un aspect élégant. Les fourchettes, les cuillères et les couteaux ont des formes classiques et s'harmonisent avec des manches fins et légèrement incurvés. Le nouveau couvert est agréable au toucher et semble fait pour accompagner tous les mouvements.

Les deux nouvelles séries sont disponibles dès maintenant.
www.kreavita.ch



La floraison revisitée: Fleur

Moderne, audacieuse et étonnamment différente: avec la nouvelle collection Fleur, Villeroy & Boch revisite le décor floral et met en scène la fleur en tant qu'élément design intemporel.

Avec son esthétique inédite, quatre couleurs vives et d'innombrables variantes de combinaisons mix & match, cette collection apporte une joie de vivre à l'état pur sur la table. L'accent mis sur l'essentiel et l'amour du détail confèrent à Fleur un attrait irrésistible.

Un bouquet de fleurs aussi individuel que la personnalité de chaque personne

Avec Fleur, chaque composition de table est aussi unique qu'un bouquet de fleurs. La collection complète affichant quatre tons lumineux, Cassis, Soleil, Vert et Bleu, fait resplendir la salle à manger et crée une ambiance pleine d'énergie et de chaleur. Son vaste assortiment de couleurs et d'articles inspire à laisser s'exprimer sa propre créativité dans le cadre de combinaisons mix & match et à réaliser des



compositions individuelles qui souligneront parfaitement le style personnel et l'humeur du moment. Qu'elle soit réduite à une seule couleur ou composée d'une combinaison audacieuse incluant tous les tons: il est possible de créer, chaque jour, une nouvelle présentation de table pleine de charme, allant avec légèreté d'un style classique élégant à un style joyeux plein de fantaisie.

Les trois pièces à servir, le grand et le petit saladier ainsi que le plat, attirent les regards. Elles combinent chacune trois des quatre couleurs et conviennent donc quelle que soit la présentation individuelle. Fleur crée ainsi une atmosphère harmonieuse qui promet des heures agréables en famille et entre amis.

www.villeroy-boch.com

Exklusives Angebot für Mitglieder der AHV-Ausgleichskasse Forte



Vereinfachen Sie Ihre Lohnabrechnung mit unserem exklusiven **Online-Lohnprogramm**.
Schliessen Sie sich den vielen an, die uns vertrauen.

Für weitere Informationen kontaktieren Sie uns
044 253 93 95 / info@akforte.ch

Die Anmeldung und Videos finden Sie unter:
www.akforte.ch



Der Sommer kann kommen: Sea Salt von Le Creuset

In der Mischung aus Grün, Grau und Blau spiegeln sich die ständig verändernden Farben des Ozeans wider. Der faszinierende Farbverlauf wird bei den klassischen gusseisernen Brättern von einem Edelstahlknopf gekrönt, einem kühlen Silberschimmer, der den edlen, wertigen Look perfektioniert.

Erhältlich ist Sea Salt in einer umfangreichen Auswahl, das Repertoire reicht vom Gusseisen-Sortiment mit Brättern, Gourmet-Profitorf, La Marmite, Bratpfanne, quadratischer Grillpfanne bis hin zu Auflaufformen, Tarteform, Mini-Cocotte, Förmchen, Kaffeebereiter sowie unterschiedlich grossen Bechern aus Steinzeug. Hinzu kommt die beliebte Coupe Collection mit Speise-, Frühstücks- und Suppentellern, Müsli- und Becher.



L'été peut venir: Sea Salt de Le Creuset

Ce coloris, mélange de vert, gris et bleu, reflète en permanence les couleurs changeantes de l'océan. Sur les cocottes en fonte émaillée classiques, le dégradé fascinant est complété par un bouton en acier inox au reflet argenté frais, qui vient parfaire l'aspect noble et précieux.

De nombreux produits sont déclinés dans le coloris Sea Salt, notamment les cocottes, le faitout, la Marmite, la poêle et le skillet grill carré de l'assortiment fonte émaillée, les plats rectangulaires, les moules à tarte, les mini-cocottes rondes, les ramequins, la cafetière à piston ainsi que des mugs et tasses de différentes tailles en céramique. À cela vient s'ajouter la populaire Collection Cocon, avec ses grandes assiettes, assiettes à dessert, assiettes creuses, bols et mugs.

Beim Farblauch unterstützt Le Creuset die Fachhandelspartner mit 360°-Kommunikation auf allen relevanten Kanälen. Dazu gehören attraktive Materialien für den POS wie blickfangstarke A1 Poster, A3 Aufsteller, Fahne sowie eine Broschüre. Ergänzt wird das werbewirksame Trade Pack mit Text- und Bilddateien für die Website und Social Media Posts.

www.lecreuset.ch

À l'occasion du lancement du coloris, Le Creuset met à disposition des revendeurs spécialisés des outils de communication à 360° pour tous les canaux pertinents. Nous proposons notamment du matériel attrayant pour les POS tels que des affiches A1 accroche-regards, de supports A3, des drapeaux et une brochure. Ce Trade Pack à fort impact est complété par des fichiers texte et image pour les sites web et des publications sur les réseaux sociaux.

www.lecreuset.ch



Faszinierender Farbverlauf: Sea Salt changiert zwischen gedecktem Blau und Hellgrün.

Dégradé fascinant: Sea Salt varie entre le bleu brume et le vert clair.



In den Farben des Meeres: Bräter, Mühlen, Mini-Cocottes und Geschirr in Sea Salt.

Déclinés dans des coloris marins: cocottes, moulins, mini-cocottes rondes et ustensiles Sea Salt.

Bundesrat führt nachträgliche Einkaufsmöglichkeit in die Säule 3a ein

Personen, die in bestimmten Jahren keine Beiträge oder nur Teilbeträge in ihre gebundene Selbstvorsorge (Säule 3a) eingezahlt haben, können diese Beiträge künftig auch nachträglich in Form von Einkäufen einzahlen. Der Bundesrat hat das Ergebnis der Vernehmlassung an seiner Sitzung vom 6. November 2024 zur Kenntnis genommen und die erforderlichen Änderungen der Verordnung über die steuerliche Abzugsberechtigung von Beiträgen an anerkannte Vorsorgeformen (BVV 3) gutgeheissen.

Diese treten per 1. Januar 2025 in Kraft.

Der Bundesrat setzt damit das Anliegen der Motion 19.3702 «Einkäufe in die Säule 3a ermöglichen» von Ständerat Erich Ettlin um. Die Motion wurde von beiden Räten angenommen. In der Schweiz erwerbstätige Personen, die ab Inkrafttreten der Vorlage nicht jedes Jahr die für sie maximal zulässigen Beiträge in ihre Säule 3a einbezahlt haben, können diese Beiträge künftig bis zu zehn Jahre rückwirkend noch einzahlen und diese Einkäufe von den Steuern abziehen.

Zusätzlich zum ordentlichen Beitrag ist pro Jahr ein Einkauf in die Säule 3a in Höhe des sogenannten «kleinen Beitrages» zulässig (2025 beispielsweise maximal 7258 Fr.). Wer einen Einkauf tätigen möchte, muss zu Beiträgen in die Säule 3a berechtigt sein, das heisst über ein AHV-pflichtiges Erwerbseinkommen in der Schweiz verfügen, sowohl im Jahr, in dem der Einkauf stattfindet, als auch im Jahr, für das nachträglich Beiträge einbezahlt werden. Ein Einkauf setzt voraus, dass der ordentliche Jahresbeitrag im betreffenden Jahr vollständig entrichtet wird. Der Einkauf ist, wie auch der ordentliche Jahresbeitrag, vollumfänglich vom steuerbaren Einkommen abzugsfähig.

Die neuen Bestimmungen sehen spezielle Regelungen vor, um die Rechtmässigkeit von Einkäufen abzusichern und zu gewährleisten, dass Einkäufe auch zu einem späteren Zeitpunkt nachvollzogen und insbesondere von den zuständigen Steuerbehörden ordnungsgemäss überprüft werden können.

Finanzielle Auswirkungen

Nach einer groben Schätzung ist mit jährlichen Mindereinnahmen bei der direkten Bundessteuer von 100 bis 150 Mio. Franken zu rechnen. Davon entfallen 21,2 Prozent auf die Kantone und 78,8 Prozent auf den Bund. Bei den Einkommenssteuern der Kantone und Gemeinden ist nach einer groben Schätzung von Mindereinnahmen zwischen 200 bis 450 Mio. Franken pro Jahr auszugehen.

www.bsv.admin.ch

Le Conseil fédéral introduit la possibilité d'effectuer des rachats dans le pilier 3a

Les personnes qui, certaines années, n'ont pas effectué de versement dans leur prévoyance individuelle liée (pilier 3a) ou qui n'ont effectué que des versements partiels pourront verser ces cotisations ultérieurement sous forme de rachats. Lors de sa séance du 6 novembre 2024, le Conseil fédéral a pris connaissance des résultats de la consultation et a approuvé les modifications nécessaires de l'ordonnance sur les déductions admises fiscalement pour les cotisations versées à des formes reconnues de prévoyance (OPP 3). **Ces dernières entreront en vigueur le 1^{er} janvier 2025.**

Le Conseil fédéral répond ainsi à la demande formulée dans la motion 19.3702 «Autoriser les rachats dans le pilier 3a», déposée par le conseiller aux États Erich Ettlin et adoptée par les deux chambres. Les personnes exerçant une activité lucrative en Suisse qui, à partir de l'entrée en vigueur du projet, n'auront pas versé chaque année les cotisations maximales autorisées dans leur pilier 3a auront ainsi la possibilité de verser rétroactivement ces cotisations pendant dix ans au plus et de déduire ces rachats de leur revenu imposable.

Un rachat dans le pilier 3a à hauteur de la «petite cotisation» (soit 7258 francs en 2025) sera autorisé chaque année, en plus de la cotisation ordinaire. Pour pouvoir effectuer un rachat, une personne devra avoir eu le droit de verser des cotisations au pilier 3a, c'est-à-dire avoir perçu un revenu soumis à l'AVS en Suisse, pendant l'année pour laquelle elle entend verser rétroactivement des cotisations. Elle devra également remplir cette condition pendant l'année au cours de laquelle elle effectue le rachat et avoir, de fait, versé la totalité de la cotisation ordinaire pour l'année en question. Le montant du rachat sera entièrement déductible du revenu imposable, au même titre que la cotisation annuelle ordinaire.

Les nouvelles dispositions prévoient des règles spécifiques pour garantir la légalité des rachats et permettre leur suivi ultérieur, notamment pour les contrôles des autorités fiscales compétentes.

Conséquences financières

Selon une première estimation, les nouvelles dispositions occasionneront une diminution des recettes fiscales de l'ordre de 100 à 150 millions de francs pour l'impôt fédéral direct, dont 21,2 millions pour les cantons et 78,8 millions pour la Confédération. En ce qui concerne les impôts cantonaux et communaux sur le revenu, la baisse des recettes est estimée entre 200 et 450 millions de francs par an.

www.bsv.admin.ch



Detaillierte Informationen wie z. B. die Verordnungsbestimmungen finden Sie hier: <https://www.admin.ch/gov/de/start/dokumentation/medienmitteilungen.msg-id-103044.html>



Des informations détaillées, p. ex. les dispositions d'ordonnance, sont disponibles ici: <https://www.admin.ch/gov/fr/accueil/documentation/communiqués.msg-id-103044.html>

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

Im Zuge einer geordneten Nachfolgeplanung suchen wir nach Vereinbarung (Herbst 2025) eine initiative und mit Zahlenflair ausgestattete Persönlichkeit als

Buchhalter*in 80–100 %

Ihre Aufgaben:

- Führen verschiedener Finanzbuchhaltungen samt Nebenbüchern (Hauptbuch, Debitoren, Kreditoren und Mahnwesen)
- Erstellen der MWST-Abrechnungen für die Schweiz
- Rechnungskontrolle und Ausführen der Zahlungen
- Lohnbuchhaltung, Personaladministration und Kontrolle der Zeiterfassung
- Aufbereiten von diversen Statistiken
- Vorbereiten der Jahresabschlüsse für die Revisionsstelle
- Optimierung und Digitalisierung von Buchhaltungsprozessen

Was Sie mitbringen:

- Abgeschlossene kaufmännische Berufsausbildung, idealerweise Weiterbildung mit Schwerpunkt Rechnungswesen oder vergleichbare Qualifikation
- Fundierte Kenntnisse in der Buchhaltung und Rechnungslegung
- Erfahrung im Umgang mit Buchhaltungssoftware, idealerweise Kenntnisse mit ABACUS
- Kommunikations- und Teamfähigkeit, Offenheit und Bereitschaft den Arbeitsplatz permanent weiterzuentwickeln
- Zuverlässigkeit und Genauigkeit in der Arbeit
- Selbstständige und effiziente Arbeitsweise
- Stilsichere Deutschkenntnisse, Französischkenntnisse von Vorteil

Unser Angebot:

- Attraktive Arbeitsbedingungen und fortschrittliche Sozialleistungen
- Selbstständiges Arbeiten in einem anspruchsvollen Umfeld (Vereins-, Aktien- und Stiftungsrecht)
- Moderne Infrastruktur und zentral gelegener Arbeitsplatz neben Bahnhof Wallisellen
- Arbeitsbezogene Weiterbildungsmöglichkeiten

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Suchen Sie eine langfristige Arbeitsstelle mit (Entwicklungs-)Potenzial? Dann senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an: Frau Patricia Häfeli, E-Mail: bewerbung@swissavant.ch, Telefon: 044 878 70 64.

Swissavant
Neugutstrasse 12
8304 Wallisellen
www.swissavant.ch

SWISSAVANT

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

Der Frühling kann kommen!

Schnellbesteller-Angebote für Leser*innen der *perspective*

BUCHTIPP
der perspective



336 Seiten
Kartierter Einband (Masse: 196×250×27 mm)
978-3-7471-0912-0
Erscheinungsdatum: 01.2025
Verlag: **Stiftung Warentest**



Ihr umfassender Ratgeber für den perfekten Obst- und Gemüsegarten!

Von der Planung über die Pflege bis hin zur Ernte – das Handbuch begleitet Sie durch alle Phasen und liefert wertvolle Gartentipps für Einsteiger und erfahrene Hobbygärtner.



288 Seiten
Kartierter Einband (Masse: 196×250×23 mm)
978-3-7471-0917-5
Erscheinungsdatum: 01.2025
Verlag: **Stiftung Warentest**



Blühende Vielfalt im eigenen Garten – Ihr Ratgeber für Stauden und Sommerblumen

Dieses Handbuch liefert Ihnen das komplette Wissen, um Blumenbeete zu planen, zu pflanzen, zu pflegen und nachhaltig zu erhalten.

Je nur noch **32.40 CHF** anstatt je **40.50 CHF**
(20% Rabatt für Schnellbesteller*)

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 angeben.

_____ Ex. «Gemüse- und Obstgarten...»

_____ Ex. «Stauden und Sommerblumen...»

*Sie erhalten bei Bestellungen bis zum
7. März 2025 **20% Schnellbestellrabatt**
auf den UVP von 40.50 CHF

Schnellbestellpreis: 32.40 CHF

Normalpreis: 40.50 CHF, zzgl. MwSt



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

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir im Zuge einer geordneten Nachfolgeplanung eine initiative und mit kreativem Gestaltungsflair ausgestattete Persönlichkeit als

Zeitschriften-Macher mit Marketingverantwortung 100% (m/w)

Ihre Hauptaufgaben:

- Gesamtverantwortung für die regelmässige, termingerechte Herausgabe der Fachzeitschrift *perspective* (Periodika, 12x jährlich) und Publikation verschiedener Geschäftsberichte/Sonderdrucke
- Pflege und Ausbau der Beziehungen zu den Inserenten und Abonnenten sowie zu den Fachautoren und Presseagenturen
- Ausbau der Fachzeitschrift sowohl im grafisch-gestalterischen wie auch im redaktionellen Bereich
- Erledigung aller administrativen Belange wie Fakturierung, Verkehr mit der Druckerei, usw.
- Verantwortung für den gesamten übrigen Printbereich (Briefpapier, Kuverts, Visitenkarten, usw.)

Unsere Anforderungen:

- Einige Jahre Berufserfahrung in einem ähnlichen technischen oder grafischen Umfeld
- Belastbar und zuverlässig mit einer zielorientierten, effizienten Arbeitstechnik
- Hervorragende kommunikative Fähigkeiten mit einem verkäuferischen Flair
- Ausgezeichnete Deutschkenntnisse (Französischkenntnisse von Vorteil)
- Fundierte Kenntnisse der einschlägigen Programme wie InDesign, Photoshop, Adobe Illustrator und der Druckvorstufe

Swissavant bietet:

- Leistungsgerechter Lohn und überdurchschnittliche Sozialleistungen
- Selbstständiges Arbeiten in einem anspruchsvollen Arbeitsumfeld mit modernster IT-Infrastruktur
- Modernes Büro und zentral gelegener Arbeitsplatz neben SBB- und Glattalbahn-Station in Wallisellen
- Arbeitsbezogene Weiterbildungsmöglichkeiten

Möchten Sie im Vorfeld mehr über diese interessante Stelle erfahren, kontaktieren Sie bitte direkt Herrn Werner Singer, Redaktionsleiter, unter Telefon: 044 878 70 60.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Suchen Sie eine langfristige Arbeitsstelle mit grossem Entwicklungspotenzial? Dann senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an: Frau Patricia Häfeli, E-Mail: bewerbung@swissavant.ch, Telefon: 044 878 70 64.

Swissavant
Neugutstrasse 12
8304 Wallisellen
www.swissavant.ch

SWISSAVANT

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

Einfache
Anmeldung unter:
www.polaris-stiftung.ch
oder scannen und
teilnehmen!



Branchenstolz 2025: 3 leistungsorientierte Talente!

16. Preisverleihung 2025 der Förderstiftung polaris, Montag, 7. April 2025, im Hotel Radisson Blu, Zürich-Flughafen.

Die Förderstiftung polaris will den Berufsnachwuchs gezielt fördern, das Image der dualen Berufsbildung in der Öffentlichkeit nachhaltig verbessern und so morgen dem Schweizer (Detail-)Handel leistungsorientierte Spitzenkräfte zuführen!



**Werden auch Sie Teil der Preisverleihung 2025
und melden Sie sich direkt auf der Website zum Anlass an.**

11.15 Uhr [Musikalische Untermalung während
der Preisverleihung](#)

**Begrüssung und Grundsätzliches
zur Schweizer Berufsbildung**

*Christian Fiechter,
Präsident der Förderstiftung polaris*

11.30 Uhr **Ehrung der besten Lehrabschluss-
Absolventinnen und -Absolventen 2024**

*Dr. h.c. Eva Jaisli,
Vizepräsidentin der Förderstiftung polaris*

11.45 Uhr

**Ehrung von zwei Ausbildungsbetrieben
für ihr langjähriges Engagement
zu Gunsten der Berufsbildung**

*Karl Steiner und Marc Peterhans,
Stiftungsräte der Förderstiftung polaris*

Präsidiales Schlusswort

12.15 Uhr

Gemeinsames Mittagessen mit den
Preisträgerinnen und Preisträgern sowie
den geladenen Gästen





PROFESSIONELLE PFLEGE FÜR GRÜNE OASEN.

Entdecken Sie die Revolution von KRESS mit eigenem RTK für gewerbliche Rasen- und Landschaftspflege!



Null Emissionen

Keine umweltschädlichen Abgase, keine Treibhausgasemissionen



Leises Arbeiten

Der Mähroboter pflegt deinen Rasen auch nachts, ohne jede Lärmbe-
lästigung. Der Roboter mäht, wie es ein professioneller Gärtner
tun würde, äusserst effizient in parallelen Bahnen.



Geringe Betriebskosten

Keine Lohnkosten, geringere Energiekosten und geringerer Wartungs-
aufwand im Vergleich zu konventionellen Rasenmähern.

Jetzt exklusiv bei Ihrem Fachhändler. Lassen Sie sich kostenlos und unver-
bindlich beraten.



www.kress.com
kress.switzerland@positecgroup.com
+41 56 201 02 30

Kress 