



Werkzeug für Profis



MEHR INFOS ZUM SORTIMENT



Clever zusammengestellt für Profis

technocraft bietet ein qualitativ hochwertiges Werkzeugsortiment, das alle Bedürfnisse des professionellen Handwerkers abdeckt – und das zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis.



Für Sie ist es Freude. Für uns eine Dienstleistung.

Wo Sie Kunde sind, erwarten Sie heute einiges an Dienstleistungsqualität – schliesslich haben Sie Ihre Ansprüche. Aber denken Sie auch bei einer Vorsorgeeinrichtung an Kundenorientierung und erfolgreiche Zusammenarbeit? Wir schon. Zusammen stark.

www.pk-merlion.ch

Pensionskasse Merlion
Frau Malgorzata Wylub
Seestrasse 6
Postfach
8027 Zürich
T +41 52 208 92 85
info@pk-merlion.ch

Zukunft heute.

Merlion

PENSIONS KASSE
CAISSE DE PENSION
CASSA PENSIONE

Weitere Infos
Plus d'informations
Swissavant digital



Inhalt/Contenu

4



22



38/40



4 Stimme aus der Branche – Die neue Beitragsreihe!

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

7 **Nationaler Branchentag 2025 – Nachlese, Teil 1**

Journée Nationale de la branche 2025 – Rétrospective, 1^{er} partie

16 Eine kleine KI-Übersicht von Swissavant

20 Über die Ehepaarrente in der AHV

La rente de couple dans l'AVS

22 **Bester Ausbildungsbetrieb «Haushalt 2024»**

Meilleure entreprise formatrice «**Ménage 2024**»



27 Nachrichten aus Wirtschaft und Gesellschaft

Actualités économiques et sociales

32 Produkte

Produits

**Stellenanzeigen
Offres d'emploi**

35 – Buchhalter*in

37 – Zeitschriften-Macher*in

43 – Mitarbeiter*in EDI und Datenmanagement



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



Handel im Wandel: «Vom Blaukittel zum Influencer!»

Man traf sich Anfang Januar 2025 – zunächst Anlass für «Es Guets Nois!» Und dann zu einer Standortbestimmung und für den Blick in die Kristallkugel: Wo steht der Schweizer Fachhandel im ersten Viertel des Jahrhunderts? Was ist? Was wird (absehbar)? Was sicher nicht? – Thomas Derrer und Daniel Dossenbach von der mamutec AG sind ausgewiesene Kenner der Szene, und Gedankender dazu. Sie verstehen ihren Beitrag als Einladung zur Reflexion – nicht als Patentrezept!

Le commerce en mutation: de la blouse bleue à l'influenceur!

On s'est rencontré début janvier 2025. Après s'être souhaité la bonne année, nous avons fait le point et jeté un coup d'œil dans la boule de cristal: où en est le commerce spécialisé suisse au premier quart de ce siècle? Quelles directions prend-il? Lesquelles sûrement pas? Thomas Derrer et Daniel Dossenbach de mamutec AG, grands connaisseurs de la branche, partagent volontiers leurs réflexions à ce sujet, comme invitation au dialogue, non comme recette miracle.



Daniel Dossenbach (links), Geschäftsführer und Thomas Derrer, Verkaufsleitung, der mamutec AG, St. Gallen stehen der *perspective* in einem spannenden und pointierten Interview Rede und Antwort. Das Foto wurde während der Messe Hardware 2025 in Luzern aufgenommen.

Daniel Dossenbach (à g.), directeur, et Thomas Derrer, responsable commercial de mamutec AG St-Gall répondent aux questions de *perspective* dans une interview captivante et pointue. La photo a été prise pendant le salon professionnel Hardware 2025 à Lucerne.

Multiple Info-Kanäle

Dossenbach setzt an beim Kunden im stationären Handel: «Bisher kam er mit einer Frage ins Geschäft und ging mit einer Antwort hinaus. Heute bringt die Kundin bereits beste Vorinformationen mit – Preisvergleiche inklusive.

Nun braucht es nicht mehr eine Antwort, sondern den richtigen Kick, damit sie kauft – hier und jetzt.» Dossenbach sieht den Grund für die kundenseitig hohe Vorinformation nicht zuletzt in fehlenden Fachkräften und bei der Abnahme von Verkaufsstellen. Dabei würden die Informationskanäle generationsabhängig unterschiedlich genutzt. Die ältere Generation blätterte noch Prospekte und Wurfsendungen durch. Die Baby-Boomer erforschten aktiv und zielgerichtet die einschlägigen Webseiten.

«Der Fachhändler sollte seine Kunden wie ein 'Influencer' bezirzen. Das heisst nicht, auf youtube den Kasperli machen, sondern seine Leistungen und Kompetenzen aktiv kommunizieren: Glaubhaft, ehrlich, attraktiv.»

Daniel Dossenbach

Canaux d'information multiples

Dossenbach commence par le client du commerce stationnaire: «Autrefois, le client poussait la porte du magasin avec une question et ressortait avec une réponse. Aujourd'hui, la cliente est déjà parfaitement informée en entrant, y compris sur des comparaisons de prix.

De nos jours, plus qu'une réponse, il faut donner un sérieux coup de pouce qu'elle achète – ici et maintenant.» Pour Dossenbach, cette vaste information préalable résulte notamment du manque de personnel qualifié et de la réduction du nombre de points de vente. Les diverses générations utilisent les canaux d'information différemment. La plus âgée feuillette encore des prospectus et des tous-ménages, celle des baby-boomers fait des recherches actives et ciblées sur les sites web pertinents.

«Le commerçant devrait charmer ses clients comme un influenceur. Cela ne signifie pas jouer au guignol sur youtube, mais communiquer activement ses prestations et ses compétences: de manière crédible, honnête et attrayante.»

Daniel Dossenbach



Die jungen Generationen «y», «z», «Alpha» usw. orientierten sich hingegen nicht mehr an soliden Geschäften und etablierten Marken, sondern an Idolen: «An Influencern mit Ruf, die gut präsentieren und damit Vertrauen generieren.» Ob gesponsert oder nicht, sei dabei oft unwichtig. Für Dossenbach sind diese Beobachtungen irreversibel, der Handel muss sich damit arrangieren: «Der Wandel im Resonanzverhalten auf Marketingsignale ist unumkehrbar!» Ob wünschenswert oder nicht – die Kundschaft wird digitaler und damit durch diese neue Art der Inspiration immer mehr beeinflussbar.

«Es fragt sich, wie viel Produktqualität wirklich Sinn macht. Die endlose Verbesserung der Verbesserung einer Verbesserung kann irgendwann ins Absurde kippen und vom Kauf abhalten.»

Daniel Dossenbach

Was wo wie kommunizieren?

«Wir Lieferanten müssen uns überlegen, wie wir welche Botschaften wo platzieren. Was für junge Endkundinnen interessant und attraktiv ist, kann am Handel völlig vorbeiziehen», ergänzt Thomas Derrer. Ganz wichtig dabei: Der stationäre Handel müsse der Kundschaft seinerseits einen handfesten Grund zum Ladenbesuch vermitteln und bewusst machen. Botschaften zu Lifestyle, Genuss und Vergnügen, spielerische Ansätze und allfälliges Schnäppchendenken mögen die junge Klientel in ihren digitalen Kanälen ansprechen. Im Fachhandel seinerseits brauche es Schulung und technisches Wissen zum Weitergeben, saubere Etikettierung und eine ansprechende Warenpräsentation. Hochprofessionelle Informationen für Industriekunden erzeugten eine zusätzliche Komplexität. Dazu gehört bei mamutec etwa die europäische Gesetzgebung zu Lieferkette und Produkthaftung: «Dieses anspruchsvolle Know-how müssen wir oft direkt einbringen, auch wenn wir über den Handel verrechnen.» – Ein ganz eigenes Feld ist die digitale Content-Vermittlung. Einerseits verlangt der klassische Webshop immer mehr tiefgehende Informationen. Zum anderen soll es in den sozialen Medien auch um Unterhaltung, allenfalls um «Glanz und Glamour» gehen. – «Wie bespielen wir als Einzelmarke all diese Felder optimal?» Thomas Derrer stellt die Frage rhetorisch ...

«Oft sind nicht das Produkt, der Verkäufer oder der Preis der Trigger beim Kauf, sondern die sofortige Verfügbarkeit.»

Thomas Derrer



Einige typische Handelsprodukte des Schweizer Herstellers aus europäischer Produktion.



Les jeunes générations «y», «z», «Alpha» etc. ne s'orientent plus vers des entreprises solides et des marques établies, mais vers des idoles: «Des influenceurs réputés, qui présentent bien et inspirent confiance». Que ceux-ci soient sponsorisés ou non est souvent sans importance. Pour Dossenbach, ces observations sont irréversibles, le commerce doit s'y faire. «Le changement dans la réponse aux signaux de marketing est irrévocable!» Souhaitable ou non, à mesure que sa compétence numérique augmente, la clientèle devient plus influençable par ce type d'inspiration.

«On se demande si la qualité du produit joue vraiment un rôle. L'interminable amélioration de l'amélioration d'une amélioration peut un jour ou l'autre tourner à l'absurde et décourager l'achat.»

Daniel Dossenbach

Que communiquer, où et quand?

«C'est à nous, les fournisseurs, de nous demander comment et où faire passer quels messages. Ce qui intéresse et attire les clientes finales peut échapper complètement aux commerçants», ajoute Thomas Derrer. Une considération est très importante dans ce contexte: le commerçant stationnaire doit, de son côté, susciter chez le client une raison consciente et tangible d'entrer dans son magasin. Des messages sur le style de vie, le plaisir et l'amusement, les approches ludiques et l'attrait de bonnes affaires éventuelles permettent d'aborder la jeune clientèle dans les canaux numériques. De plus, il faut au commerce spécialisé une formation, des connaissances techniques à transmettre, un étiquetage soigné et une présentation séduisante des marchandises. Des informations hautement professionnelles pour les clients industriels augmentent encore la complexité. Chez mamutec, il y a par exemple la législation européenne sur les chaînes d'approvisionnement et la responsabilité produits. «Nous devons souvent fournir ce savoir-faire pointu, même si nous facturons via le commerce.» La transmission numérique de contenu est un domaine tout à fait particulier. D'une part, le magasin en ligne classique exige des informations de plus en plus approfondies. De l'autre, les médias sociaux veulent du divertissement, voire du «bling-bling et du glamour». D'où la question rhétorique de Thomas Derrer: «Comment pouvons-nous, en tant que marque unique, jouer sur tous ces tableaux?»

«Souvent, ce n'est ni le produit, ni le vendeur, ni le prix qui déclenche l'achat, mais sa disponibilité immédiate.»

Thomas Derrer



Quelques produits commerciaux typiques du fabricant suisse, fabriqués en Europe.





Vertrauen – wem kann man noch?

Der fachkompetente Handel mit einem schönen POS hat an Strahl- und Anziehungskraft eingebüsst – dazu herrscht Konsens. Der blaue Kittel ist nicht mehr Symbol für gute Beratung und seriöses Geschäftsgebahren. Es braucht neue und immer mehr Botschaften und Signale, so Derrer: «Wir Hersteller sind heute neben Produkt- auch Content-Lieferanten. Je zielgruppenspezifischer wir unsere Begleitbotschaften zubereiten und vermitteln, desto eher werden sie wahrgenommen und mit Vertrauen belohnt.» Man erreiche die Menschen fast nur noch über einfache Aussagen: Grafiken, bewegte Bilder und Töne: «Lesen ist out – selber Denken mitunter ein hoher Anspruch!» Deshalb würden Influencer oder KI vermehrt auch Beratungstätigkeiten übernehmen.

Thomas Derrer sieht immer mehr Marketing-Forderungen auf die Hersteller zukommen. «Die bisherige Rollenteilung zwischen Industrie als Lieferant und Handel als Marktbearbeiter löst sich auf. Die gegenseitigen Ansprüche steigen.» Ja, und die Bezugsquellen werden vielfältiger: Stationärer Handel mit oder ohne Webshop, der reine Online-Handel, das Ausfährli über die Grenze oder die Web-Bestellung im nahen Ausland bis hin zur Päckliflut von Billigstprodukten chinesischen Ursprungs. Aktuell setzt auch noch die stationäre Nonfood-Discountkette «Action» zum Sprung aus Holland in die Schweiz an: Die Möglichkeiten sind fast unendlich und Kundentreue oft nur noch ein Fremdwort. «Der Zugriff auf Produkte war noch nie so einfach, das Wartenkönnen noch nie so schwierig.» Die Frage für Lieferanten UND Handel ist also knifflig – Daniel Dossenbach stellt sie: «Wo und wie können wir in dieser Vielfalt unseren Platz bestmöglich finden und behaupten?»

«Wir müssen als Lieferanten immer das Händler-system berücksichtigen – nicht umgekehrt. Das macht die Datenaufbereitung aufwändig. mamutec arbeitet aktuell intensiv an der Datenveredelung.»

Thomas Derrer

Faire confiance, mais à qui?

Il est notoire que le magasin spécialisé compétent avec un beau point de vente a perdu de son prestige et de son attrait. La blouse bleue n'est plus synonyme de bons conseils et de pratiques commerciales sérieuses. Selon Derrer, il faut des messages et des signaux nouveaux et de plus en plus nombreux. «Les fabricants d'aujourd'hui doivent fournir non seulement le produit, mais aussi le contenu. Plus nous préparons et transmettons de messages d'accompagnement spécifiques selon les groupes-cibles, plus ces derniers les percevront et nous feront confiance. On n'atteint presque plus les gens que par des messages simples: graphiques, images animées et sons. «La lecture, c'est dépassé, penser soi-même semble ardu!» Les influenceurs ou l'IA pourraient donc aussi reprendre plus d'activités de conseils.

Thomas Derrer pense que les fabricants devront assumer de plus en plus d'activités de marketing. «Le partage des rôles entre l'industriel fournisseur et le commerçant démarcheur tend à s'estomper, les exigences réciproques augmentent.» De plus, les sources d'approvisionnement se diversifient: le commerce stationnaire avec ou sans boutique en ligne, le commerce en ligne pur, le tourisme commercial transfrontalier ou les commandes Internet dans les pays voisins jusqu'au raz-de-marée de petits colis de produits bon marché d'origine chinoise. Comme si cela ne suffisait pas, la chaîne discount non-alimentaire stationnaire néerlandaise «Action» se lance actuellement en Suisse. Les possibilités sont quasi infinies et la fidélité des clients semble s'être évaporée. «Jamais l'accès aux produits n'a été aussi facile, savoir attendre aussi pénible.» Daniel Dossenbach pose donc la question épineuse aux fournisseurs ET aux commerçants: «Où et comment trouver et garder notre place dans cette diversité?»

«Les fournisseurs doivent toujours tenir compte du système du commerçant et non le contraire. D'où le coût de la mise en forme des données. mamutec s'efforce d'ailleurs actuellement d'enrichir celles-ci.»

Thomas Derrer

Daniel Dossenbach sammelte seine Vertriebserfahrung in grossen und kleineren nationalen und internationalen Unternehmen, so auch in den Branche Eisenwaren und Grünbereich. Er versteht sich als Digitalisierer, Techniker und effizienzgetriebener Vordenker mit Blick fürs Ganze. Vor allem eines will er kompromisslos sein: «Zukunftsgerichtet!»

Thomas Derrer sieht seine Stärken primär im klassischen Kundenkontakt, in der Betreuung und Gestaltung von POS und Markenauftritt sowie in der Pflege der geschäftlichen Beziehungen. Dossenbach und Derrer ergänzen sich somit in der strategischen Weitsicht und beim operativen Tagesgeschäft der mamutec AG.

Das international aktive Unternehmen engagiert sich seit über 160 Jahren in der Produktion und im Vertrieb von Seilen, Ketten und Drahtseilen. Es ist in 14 Ländern aktiv. Insgesamt rund 40 Mio. Meter Seil verlassen jährlich die Produktionsstätten in der Schweiz, in Deutschland und in Ungarn. 250 Mitarbeitende fertigen mit über 250 Flecht- und Webmaschinen ein kundenorientiertes Sortiment von mehr als 10 000 Produkten. Die mamutec AG besitzt mehr als 30 Patente und beliefert über 3200 Kunden. Die mamutec AG führt den Claim «swiss» im Logo.

Daniel Dossenbach a accumulé son expérience commerciale dans de petites et grandes entreprises nationales et internationales, et également dans la branche de la quincaillerie et du jardinage. Il se considère avant tout comme numérisateur, technicien et précurseur motivé par l'efficacité, avec une vue d'ensemble. Il y a un domaine où il ne tolère aucun compromis: «l'orientation vers l'avenir»

Thomas Derrer voit ses points forts plutôt dans le contact classique avec les clients, dans le suivi et l'agencement des points de vente et la présence commerciale ainsi que dans l'entretien des relations d'affaires. Dossenbach et Derrer se complètent donc dans la perspective stratégique et dans l'activité opérationnelle quotidienne de mamutec AG.

Active dans 14 pays, l'entreprise produit et distribue des cordes, des chaînes et des câbles métalliques depuis plus de 160 ans. Quelque 40 millions de mètres de câbles quittent chaque année les sites de production en Suisse, en Allemagne et en Hongrie. Sur plus de 250 machines à tresser et de métiers à tisser, 250 collaboratrices et collaborateurs fabriquent un assortiment de plus de 10 000 produits orientés sur la clientèle. mamutec AG, avec plus de 30 brevets, fournit 3200 clients et arbore, dans son logo, le signe «swiss».

Mehr Farbe: VSF und Swissavant fusionieren

Vorab zur Klärung: VSF steht für den «Verband Schweizerischer Farbenfachhändler». Der Zusammenschluss beider Verbände war das wohl spannendste Geschäft der 115. ordentlichen Swissavant Generalversammlung von Anfang April in Kloten. Wie dieses wurden auch alle anderen statutarischen Belange einstimmig durchgewinkt. Erstmals kommentierte eine KI-generierte Dame den nationale Branchentag mit.

Plus de couleur: fusion entre l'ASCP et Swissavant

Que signifie ce sigle? ASCP veut dire «Association suisse des commerçants en peinture». La fusion des deux associations était sans doute le point le plus attendu de la 115^e assemblée générale ordinaire de Swissavant au début d'avril à Kloten. L'assemblée a approuvé ce point statutaire de l'ordre du jour à l'unanimité, comme tous les autres. Pour la première fois, une femme générée par l'IA a commenté la journée.



Als «unaufgeregt» könnte man diese Jahresversammlung bezeichnen, insbesondere im Vergleich zu den Vorveranstaltungen 2023/2024. Ungewohnt war allenfalls der Vorsitz durch den Swissavant Vizepräsidenten Iso Raunjak. Er leitete die Versammlung anstelle des aus gesundheitlichen Gründen nicht anwesenden Präsidenten Kevin Feierabend. Ja, und ungewohnt waren auch die Zwischenkommentare der Avatar-Dame «Ada», die zwar charmant, aber eben doch nicht ganz echt, gewisse Inhalte zusammenfasste.

Solide Finanzen – alles im grünen Bereich

Im Gegensatz zu den beiden letzten Versammlungen waren die Finanzen – und damit die Mitgliederbeiträge – kein Thema. Das vorjährig beschlossene neue Beitragsmodell ist implementiert, zur GV 2026 sind evaluierende Rückmeldungen zu erwarten. Wegen des neuen Beitragsmodells entfiel auch die übliche Abstimmung zur Beitragshöhe. In den übrigen Finanzsektoren von Swissavant, also in der Aus- und Weiterbildung, der ASA-Branchenlösung, bei der *perspective* und beim Branchenportal nexmart ist man trotz widriger Gesamtumstände (Inflation, Inerate) laut Kassier Andreas Diener bzw. seiner «Assistentin» Ada stabil unterwegs. – Zur *perspective* sei noch berichtet, dass der Verband diese Sparte neu mit «Zeitschriften» betitelt.

On pourrait qualifier cette assemblée générale annuelle comme tranquille, surtout en la comparant à celles des années 2023/2024. En l'absence de Kevin Feierabend, président de l'Association, empêché pour cause de maladie, c'est donc à Iso Raunjak, vice-président, qu'est incombé la tâche de présider l'assemblée générale. Les contenus, résumés par l'avatar féminin «Ada» de façon charmante, mais pas tout-à-fait authentiques, ont également surpris.

Finances solides – des chiffres noirs

Contrairement aux deux assemblées générales précédentes, les finances et donc les cotisations des membres, n'ont donné lieu à aucun débat. Le nouveau modèle de cotisations approuvé l'an dernier est en vigueur. Le vote traditionnel fixant le montant des cotisations a donc été supprimé. Il faudra s'attendre à des retours d'information lors de l'AG 2026. Dans les autres secteurs financiers de Swissavant, à savoir la formation et le perfectionnement, la solution de branche MSST, *perspective* et le portail de la branche nexmart, le trésorier Andreas Diener estime que la situation est stable en dépit des circonstances globales défavorables (inflation, annonces) et son «assistante» Ada partage cet avis. Au sujet de *perspective*, signalons que ce poste figurera désormais au compte

►► ... FORTSETZUNG / ... SUITE

«Auch wenn Digitalisierung und Automatisierung weiter fortschreiten bleibt der Mensch der entscheidende Faktor. Unsere Fachkräfte werden auch künftig den Unterschied ausmachen.»

Iso Raunjak, Vizepräsident Swissavant,
Tagespräsident der Generalversammlung
2025



«Bien que la numérisation et l'automatisation se poursuivent, la personne humaine restera le facteur décisif. Nos spécialistes sauront faire la différence à l'avenir également.»

Iso Raunjak, vice-président de Swissavant,
président du jour de l'assemblée générale
2025

Diese Umbenennung signalisiert den erweiterten Fokus bei den Druckergebnissen. Über die Verbandszeitschrift als Periodikum hinaus geht es vermehrt um Akzidenz-Publikationen wie Geschäftsberichte, Sonderdrucke oder Ausbildungs- und Informationsmaterialien.

Farben und Eisenwaren: Ab sofort unter einem Dach

Die strategische Zusammenarbeit funktionierte schon seit 2009 in weiten Bereichen, so etwa mit der bei Swissavant angesiedelten Geschäftsstelle des «Verbands Schweizerischer Farbenfachhändler (VSF)». Nun geht der VSF in einer sog. «Absorptionsfusion» im grossen Bruder auf. Das bedeutet nicht die Auflösung des Farbenverbands, sondern weniger institutionellen Eigenaufwand und damit eine Stärkung der spezifischen Dienste für die VSF-Mitglieder. Diese erhalten Zugang zu den Leistungen von Swissavant und stärken zugleich dessen eigenes Potenzial. Kurz und bündig, so Tagespräsident Iso Raunjak: «Die Fusion ist eine echte Win-win-Situation für beide Verbände!» Dass Avatar-Madame Ada diese positive Einschätzung bestätigte, ist zunächst nicht verwunderlich. Die Zukunft wird aber definitiv zeigen, ob und wie weit dieser Zusammenschluss Früchte trägt und das Gedeihen der verwandten Branchenverbände farbiger macht. Er tritt rückwirkend auf den 1. Januar 2025 in Kraft. – Abschliessend wünscht auch die *perspective* dem Verbandspräsidenten Kevin Feierabend gute Genesung. Dies in der Hoffnung, dass der Gruss bei Drucklegung der neuen Ausgabe bereits obsolet sein möge! Auf dass Feierabend den nationalen Branchentag und die 116. Swissavant Generalversammlung vom Montag, 30. März 2026 bei bester Gesundheit präsidieren kann!

d'exploitation sous la rubrique «Publications». Ce changement de nom exprime l'extension du secteur des imprimés. En plus de la revue professionnelle périodique, ce poste comprendra plus de publications ad hoc telles que rapports annuels, tirages à part ou imprimés de formation et d'information.

Peinture et quincaillerie: tout sous le même toit dès maintenant

La collaboration stratégique fonctionne déjà depuis 2009 dans des domaines étendus, comme par exemple le secrétariat de l'Association suisse des commerçants en peinture assuré par Swissavant. Désormais, la grande sœur a absorbé l'ASCP par fusion. Cela ne signifie pas que l'ASCP sera dissoute mais que la diminution de ses frais institutionnels renforcera les services spécifiques qu'elle rend à ses membres. Ceux-ci ont désormais accès aux prestations de Swissavant et renforcent en même temps le potentiel de cette dernière. Bref, comme l'a dit Iso Raunjak, le président du jour: «La fusion est une situation dans laquelle les deux parties sont gagnantes.» Personne ne s'étonnera donc que Ada, l'avatar féminin, soit du même avis. L'avenir montrera définitivement si et jusqu'à quel point cette fusion portera ses fruits et permettra aux deux associations de branche de prospérer. La fusion entre en vigueur rétroactivement au 1^{er} janvier 2025. Pour terminer, la revue *perspective* souhaite également un bon rétablissement à Kevin Feierabend, président de l'Association, en espérant que ce vœu sera dépassé quand le prochain numéro paraîtra, et qu'il pourra présider la prochaine Journée nationale de la branche et la 116^e assemblée générale le 30 mars 2026.



Die Fusion von Swissavant

Verbandsmitteilung an die Mitglieder von Swissavant und VSF:

Die Fusion des «Verbands Schweizerischer Farbenfachhändler (VSF)» mit «Swissavant – Wirtschaftsverband Handwerk und Haushalt» wird per 1. Januar 2025 rückwirkend vollzogen: Die Generalversammlungen von VSF (Frühling 2024) und Swissavant (7. April 2025) haben den Fusionsvertrag angenommen. Damit ist der Zusammenschluss der beiden Wirtschaftsverbände offiziell gültig.

Mit der Fusion erhalten alle Mitglieder des VSF ab sofort uneingeschränkten Zugang zu allen Dienstleistungen von Swissavant. Unter dem Dach von Swissavant profitieren nun alle bisherigen VSF-Mitglieder ohne zusätzlichen administrativen Aufwand und zu vorteilhaften Konditionen von sämtlichen Leistungen.

Besonders für die Ausbildungsbetriebe aus der Branche «Farben» ergeben sich neue Perspektiven und ein erweitertes Unterstützungsangebot – von der Berufsbildung über die Arbeitssicherheit (EKAS) und betriebswirtschaftliche Beratungen bis hin zu branchenspezifischen Services.

«Für die Mitglieder des VSF bedeutet die Fusion vor allem eines: mehr Dienstleistung und Service, mehr Vorteile und ein nahtloser Übergang in eine gestärkte nationale Verbandsorganisation», so Christoph Rotermund, Geschäftsführer von Swissavant. Die administrative wie rechtliche Abwicklung der nun beschlossenen Fusion obliegt Swissavant.

La fusion de Swissavant avec l'ASCP

Communiqué commun de Swissavant et de l'ASCP aux membres:

La fusion de l'«Association suisse des commerçants en peinture (ASCP)» avec «Swissavant – Association économique Artisanat et Ménage» est effective rétroactivement au 1^{er} janvier 2025: Les assemblées générales de l'ASCP (printemps 2024) et de Swissavant le 7 avril 2025 ont approuvé le contrat de fusion. De ce fait, la fusion des deux associations économiques est officiellement valable.

Par cette fusion, tous les membres de l'ASCP ont immédiatement accès à tous les services de Swissavant. Les membres de l'ASCP profitent désormais sans charge administrative supplémentaire et à des conditions avantageuses de toutes les prestations.

En particulier, de nouvelles perspectives s'ouvrent pour les entreprises formatrices de la branche «Peintures» avec une offre étendue de soutien, tant dans la formation professionnelle que dans la sécurité au travail (CFST), les conseils de gestion d'entreprise et les services spécifiques des différentes branches.

«Pour les membres de l'ASCP, la fusion signifie avant tout plus de services et de prestations, plus d'avantages et une transition sans heurt vers une organisation nationale renforcée», a déclaré Christoph Rotermund, directeur de Swissavant. Swissavant est responsable de la gestion administrative et juridique de la fusion qui vient d'être décidée.

«Wir wollen und werden weiterhin auch auf bildungspolitischer Ebene Einfluss nehmen, um unseren Mitgliedern heute und morgen die für ein gesundes Wirtschaften nötigen Kompetenzen und Ressourcen zu sichern.»

Iso Raunjak, Vizepräsident Swissavant,
Tagespräsident der Generalversammlung 2025

«Nous voulons également continuer à influencer la politique de la formation afin d'assurer que nos membres trouvent aujourd'hui comme demain les compétences et les ressources nécessaires pour une gestion saine.»

Iso Raunjak, vice-président de Swissavant,
président du jour de l'assemblée générale 2025



►► ... FORTSETZUNG / ... SUITE

Digital beraten – smart verkaufen: Der stationäre Handel der Zukunft

Der nationale Branchentag von Swissavant gibt dem Fachhandel für Eisenwaren und Haushalt immer wieder neue Impulse und Anregungen, nimmt Standortbestimmungen vor und wirft einen Blick in die Zukunft. Wie sich aus der rund 140 Namen starken Teilnehmerliste des Branchentags 2025 schliessen lässt, wird das geschätzt. Das Einstiegsreferat skizzierte den stationären Fachhandel der Zukunft.

Conseils numériques – vente astucieuse: le commerce spécialisé stationnaire du futur

La journée nationale de la branche de Swissavant donne chaque fois des impulsions et des suggestions nouvelles au commerce spécialisé en quincaillerie et en articles de ménage, permettant de faire le point et de jeter un regard sur l'avenir. Comme le montre la liste des quelque 140 noms de participants en 2025, cette manifestation est appréciée. Le premier exposé de la journée a brossé le portrait du commerce spécialisé stationnaire du futur

«Smart – digital – 24/7» So könnte das Fachgeschäft der Zukunft funktionieren. Mit automatisierten Prozessen, digitaler Fernberatung und deutlich flexibleren Zugangs- und Öffnungszeiten sucht derzeit die Baywa AG in Deutschland neue Wege für den zeitgerechten Vertrieb – insbesondere von Baustoffen. Die Marke «BayWa» steht ursprünglich für «Bayerische Warenvermittlung landwirtschaftlicher Genossenschaften AG» und dürfte in der Funktion etwa der helvetischen Landi entsprechen. Nicht aber in der Grösse, denn der Konzern ist mittlerweile in 56 Ländern tätig. – Markus Daik verantwortet den Gesamtvertrieb Baustoffe bei der Baywa AG. Er sucht und testet neue Wege für den Verkauf: Lokal, handwerkergerecht – und auch in Deutschland vom Ringen um Fachkräfte gezeichnet.

Bekannte Einzelemente zum digitalen Einkauf kombiniert

«Ohne Kasse – ohne Theke – (fast) ohne Personal» Die im Test befindlichen Smartstores der BayWa sind auf ländliche Gebiete abgestimmt. Sie setzen auf das digital verknüpfte Zusammenspiel verschiedener Standard-Hardware-Komponenten. Ziel ist der Mehrwert mit Komfort bei möglichst wenig Personal, geringen Prozesskosten und mehr Verkaufs- und Lagerfläche. So will man den Beratungs- und Verkaufsvorgang effizienter und damit wirtschaftlicher gestalten.

«Rationalisé – numérique – ouvert 24h par jour et 7 jours par semaine». Voilà comment le commerce spécialisé de l'avenir pourrait fonctionner. À l'aide de processus automatisés, de conseils numérisés à distance et d'horaires d'ouverture nettement plus souples, l'entreprise allemande Baywa AG cherche actuellement de nouvelles voies pour vendre d'une manière appropriée à notre époque, en particulier dans le domaine des matériaux de construction. Autrefois, son activité correspondait à celle de l'entreprise suisse Landi. Avec le temps, elle est devenue un groupe mondial actif dans 56 pays. – Markus Daik, responsable des ventes de matériaux de construction de Baywa AG recherche et teste de nouvelles méthodes de vente. À l'échelon local, répondant aux exigences des artisans, en particulier en Allemagne où la pénurie de main d'œuvre qualifiée est criante.

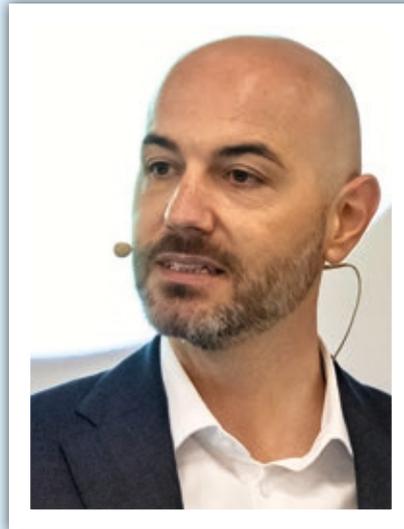
Combiner différents éléments connus pour la vente numérisée.

«Sans caisse enregistreuse ni comptoir et (presque) sans personnel» Les smart stores de BayWa inclus dans le test sont adaptés à des régions rurales. Ils misent sur l'interaction numérique de différents composants matériels standard afin d'accroître la valeur ajoutée, le confort, la surface de vente et d'entrepôts avec le moins de personnel possible pour réduire les frais de processus et rendre les conseils et la vente plus efficaces et donc plus rentables.



«Am Beratungsterminal trifft der Kunde nicht auf einen Avatar, sondern auf einen reellen Menschen: Die richtigen Fragen, die richtigen Antworten und auch mal eine herzliche Humorbotschaft müssen Platz haben!»

Markus Daik, Vertriebsleiter
Baywa Baustoffe, München



«Au terminal de conseils, le client ne rencontre pas un avatar, mais une personne humaine réelle, auprès de laquelle les bonnes questions, les bonnes réponses et un peu d'humour ont assurément leur place.»

Markus Daik, responsable des ventes de matériaux de construction chez Baywa AG, Munich

Die Hardware-Komponenten im Smartstore setzen sich zunächst aus einer digitalen Zutrittskontrolle und einer Video-Überwachung zusammen. Diese wird ergänzt von einer Totmann-Schaltung, die allfällige Notfälle physiologischer Art erkennt und automatisch Alarm auslöst. Ein Self-Service-Drucker dient der Print-Version von Rechnungen, Lieferscheinen und gewünschten Verkaufsunterlagen. Die Preise werden mit dem bekannten Warens scanner erfasst und die Self-Service-Kasse ermöglicht das bargeldlose Bezahlen der Ware. Und die Beratung, das Hauptargument für den stationären Handel? Dafür gibt es im Smartstore der BayWa zunächst ein Beratungs-Tablet, das die wichtigsten Produktinformationen zugänglich macht. Ergänzt – und das ist wichtig für das Vertrauen der Kundschaft – wird die Beratung durch ein Terminal, über welches sich externe Fachleute in einer Teams-Schaltung beziehen lassen: Live, echt, menschlich. «Das Beratungsterminal mit realen Menschen am Schirm ist das Herzstück unserer Smartstores!»

Funktioniert's?

«Im Mittelpunkt steht der Kunde – weil ohne Kunde kein Geschäft!» Diese Prämisse gilt selbstverständlich auch für den Smartstore der Zukunft. Doch gibt es auch Rahmenbedingungen, die der Volldigitalisierung des stationären Verkaufs bisher noch im Weg stehen. In Deutschland etwa lassen die Ladenöffnungszeiten einen vollständigen 24/7-Betrieb nicht zu. Oder auch, dass eine digital affine Kundschaft Vorbedingung für den rentablen Betrieb eines Smartstores ist. Im ländlichen Raum erfüllt sich diese Forderung noch nicht überall. Ausserdem gibt es Mitarbeitende, die aus gewissen Ängsten heraus das Konzept der Smartstores ablehnen und sich der Kundschaft gegenüber entsprechend kritisch verhalten.

Das sei nachvollziehbar, aber für die Entwicklung hinderlich: «Wir haben gelernt, dass wir die Mitarbeitenden frühzeitig in die Neugestaltung unserer Stores einbinden müssen. Denn Personalfluktuationen sind beim aktuellen Fachkräftemangel das Letzte, was wir brauchen.» Darüber hinaus müsse man die Strategie im ganzen Konzern bekanntmachen und einbetten, um ein Mitdenken und Mittragen top-down zu erreichen. «Das Wichtigste aber ist das Vertrauen unserer Kundschaft. Vertrauen in die Technologie, Vertrauen in die Beratungssicherheit, Vertrauen in den Datenschutz. Das muss sorgsam aufgebaut und gepflegt werden. Denn ohne Vertrauen fruchtet die ganze Digitalisierung nicht!» Insofern, so fasste Markus Daik zusammen, sei man bei der Baywa AG mit den Smartstores weiter in der Test- und Optimierungsphase. «Aber wir sehen für kleinere Abholstandorte mit minimalen Personalkosten durchaus eine Zukunft. Denn mit wirtschaftlich betriebenen Niederlassungen im ländlichen Gebiet können wir eine flächendeckende Markenpräsenz realisieren – auch bei Fachkräftemangel.»

Les composants du smart store incluent un contrôle d'accès numérique et une vidéosurveillance complétée par un dispositif «homme mort» qui détecte toute urgence éventuelle d'ordre physiologique et déclenche une alarme automatique. Sur demande, une imprimante en libre service imprime des factures, des bulletins de livraison et d'autres documents de vente. Un scanner de marchandises connu saisit les prix et la caisse en libre service permet de payer sans numéraire. Quid des conseils, l'argument principal du commerce stationnaire ? A cette fin, le magasin BayWa prévoit d'abord une tablette de conseils permettant d'accéder aux plus importantes informations sur les produits. Le conseil est complété, ce qui est important pour la confiance de la clientèle, par un terminal de conseils permettant de faire appel à des experts externes connectés par le logiciel Microsoft Teams. en direct, en vrai, de manière humaine. «Le terminal de conseils avec de vraies personnes à l'écran forme le cœur de nos smart stores !

Et ça fonctionne?

«Le client est l'objet de toute notre attention, car sans client, pas de business!» Cette affirmation s'applique bien sûr aussi au smart store du futur. Mais il existe aussi des conditions-cadres qui s'opposent encore à la numérisation complète de la vente stationnaire. En Allemagne, par exemple, la loi interdit l'ouverture des magasins 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7. D'autre part, l'existence d'une clientèle férue de numérique est une condition préalable à l'exploitation rentable d'un smart store. Dans les zones rurales, cette exigence n'est pas encore satisfaite partout. En outre, certains employés timorés rejettent le concept des smart stores et le critiquent devant la clientèle.

On les comprend, mais ils entravent le progrès: «Nous avons appris que nous devons impliquer les employés dès le début dans la réorganisation de nos magasins. Car avec la pénurie actuelle de main-d'œuvre qualifiée, les fluctuations de personnel sont la dernière chose dont nous ayons besoin.» En outre, il faut faire connaître et intégrer la stratégie dans l'ensemble du groupe afin d'obtenir une réflexion et un soutien à tous les échelons. «Mais le plus important, c'est la confiance de nos clients: dans la technologie, dans la sécurité des conseils, dans la protection des données. Il faut la construire et l'entretenir soigneusement. Car sans la confiance, la numérisation ne portera pas ses fruits!» À cet égard, résume Markus Daik, chez Baywa AG, les smart stores sont encore en phase de test et d'optimisation. «Mais nous entrevoyons un avenir certain pour les petits points de retrait avec des charges de personnel minimales. En effet, avec des succursales gérées de manière rentable dans les zones rurales, nous pouvons assurer une présence de notre marque à l'échelon national, même en cas de pénurie de main-d'œuvre qualifiée.»

►► ... FORTSETZUNG / ... SUITE

Produktdaten: Ist der Knoten endlich gelöst?

Vorab: Das zweite Referat am nationalen Branchentag befasste sich mit den Produktdaten, einem Dauerbrenner in der digitalisierten Handelslandschaft. Die im Titel gestellte Frage vermochte es nicht eindeutig zu beantworten. Bernhard Bicher, CEO der Produktdatenplattform onedot.com zeigte aber Wege und Chancen auf, wie diese permanente Stolperfalle behoben werden kann: Mit KI!

Données produits: le nœud a-t-il été tranché?

Au préalable: le deuxième exposé de la Journée nationale de la branche a concerné les données produits, sujet inépuisable du commerce électronique. Il n'a pas répondu explicitement à la question du titre. Bernard Bicher, CEO de la plateforme de données produits onedot.com, a toutefois indiqué quelques voies et opportunités pour supprimer cet obstacle permanent. Avec l'IA!

«Mit besseren Produktdaten verkaufen wir nicht mehr!» Die provokante These, ein Herstellerzitat aus dem Jahr 2025, sicherte Bernhard Bicher die Neugier des Auditoriums. Natürlich will man mehr verkaufen, und selbstverständlich ist die Datenqualität dazu ein Thema. Doch wie, wie bekommt man endlich vernünftige, einheitliche und aussagekräftige Daten?

Daten oft «handgestrickt»

Das Problem, oder zumindest ein Aspekt davon ist, dass der Hersteller andere Kategorien, Bezeichnungen, Attribute und Wertelisten nutzt als der Händler. So redet der Fabrikant beispielsweise von «Akkuspannung» und «Einschlagstärke» eines Bohrhammers, der Händler kommuniziert in seinem Shop aber die «Nennspannung» und die «Schlagenergie» desselben Geräts. Bei einem Küchenutensil wird werkseitig vom «Hauptmaterial Glas» gesprochen, im Shop des Händlers taucht «Material Krug Glas» als Spezifikation auf. Unschwer zu erkennen, dass hier die manuelle Datenpflege – sprich: endlose Samstage und Sonntage am eigenen Bildschirm – zu unklaren und für die Kundschaft mitunter verwirrenden Botschaften führt. Laut Bernhard Bicher kommt das Durcheinander von Daten und Formaten wegen der nicht durchgängigen Datenweitergabe und als Folge uneinheitlicher Datenstandards innerhalb der Supply-Chain zustande.

«De meilleures données produits ne font pas vendre plus!» Cette hypothèse tirée de la citation d'un fabricant en 2025 a suscité la curiosité de l'auditoire. Vouloir vendre davantage va de soi et la qualité des données produits semble devoir y contribuer. Toutefois, comment se procurer enfin de telles données claires, uniformes et fiables?

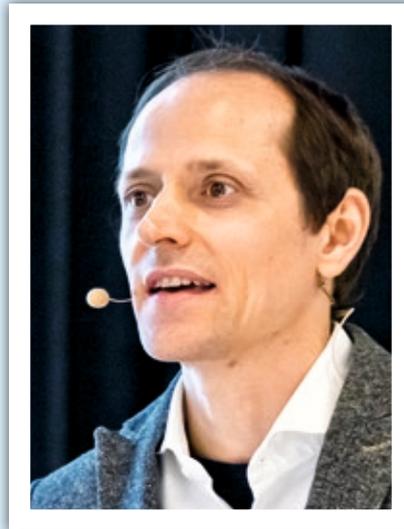
Les données sont souvent «cousues main»

Le problème, ou du moins l'un des aspects de celui-ci, est que les catégories, désignations, attributs et listes de valeurs dont se sert le fabricant diffèrent de ceux du commerçant. Ainsi, par exemple, le fabricant parle de «tension de batterie» et de «force d'impact» d'un marteau perforateur alors que dans son magasin en ligne, le commerçant parle de «tension nominale» et d'«énergie de frappe» du même appareil. Pour un ustensile de ménage, le fabricant utilise le terme de «matériau principal: verre» alors que le commerçant spécifie «carafe en verre». On s'aperçoit facilement que la mise à jour manuelle des données, qui représente d'innombrables samedis et dimanches passés devant son propre écran, conduit à des messages qui prêtent à confusion pour le client. Selon Bernhard Bicher, le désordre dans les données et les formats est dû à l'incohérence dans la chaîne de transmission des données suite au manque de standardisation.



«Die Datenstrukturierung mit KI bedeutet eigentlich nur die Nachahmung eines intelligenten menschlichen Verhaltens.»

Bernhard Bicher,
CEO der Produktdatenplattform
onedot.com, Zürich



«Structurer les données à l'aide de l'IA signifie seulement imiter un comportement humain intelligent.»

Bernhard Bicher,
CEO de la plateforme de données
produits onedot.com, Zurich

KI: Hilfe in Sicht – Ängste unnötig

Bicher zeigte auf, wie sich nun mit dem geschickten Einsatz von KI Daten branchenweit harmonisieren und aufbereiten lassen. Die Komplexität der Vorgänge lässt sich hier nicht detailliert darstellen. Aber mit den Stichworten «Kategorisierung in Zielkategorien», «Merkmals-Mapping», «Text-Extraktion» und «Normalisierung» und «Marketingtext-Generierung» lassen sich Tätigkeiten der KI zumindest umschreiben, die die automatisierte Vereinheitlichung von Produktdaten möglich machen. Dazu kommen Übersetzungsmöglichkeiten, um die vereinheitlichten Daten in den drei Landessprachen korrekt abzubilden. – Zusammenfassend machte Bicher den Hörenden Mut: «Gehens Sie's spielerisch an – probieren Sie KI einfach aus – sammeln Sie Erfahrung. So, nur so können Sie echten Nutzen aus der neuen Technologie ziehen!»

«Am Ende wird uns nicht KI den Job wegnehmen, sondern jemand, der KI nutzt!»

Zitat Scott Galloway, amerikanischer Professor für Marketing, Unternehmer, Autor und Experte für Technologie und Wirtschaft.

IA: l'aide est en vue – craintes inutiles

Bicher a donc montré comment l'utilisation adroite de l'IA permet d'harmoniser et de mettre en forme les données pour toute une branche. Les processus complexes nécessaires ne peuvent pas être représentés ici en détail. Mais les mots-clés «classement en catégories-cibles», «mappage des caractéristiques», «extraction de texte», «standardisation» et «rédaction de textes de commercialisation» permettent au moins de décrire les activités de l'IA afin d'automatiser la standardisation des données produits. À cela s'ajoute la possibilité de traduire correctement les données uniformisées dans les trois langues nationales. En résumé, Bicher a rendu courage aux auditeurs: «Utilisez une approche ludique, essayez simplement l'IA, acquérez de l'expérience. C'est seulement par ce moyen que vous pourrez vraiment tirer parti de la nouvelle technologie!»

«Pour finir, ce n'est pas l'IA qui nous volera notre emploi, mais quelqu'un qui sait s'en servir!»

Citation de Scott Galloway, professeur de marketing américain, entrepreneur, auteur et expert en technologie et en économie.

Nach dem offiziellen Teil der Generalversammlung kam auch der gesellschaftliche und kulinarische Teil nicht zu kurz.

Après la partie officielle de l'assemblée générale, la partie sociale et culinaire n'a pas été oubliée.



Autor/Auteur: Andreas Grünholz

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

Swissavant
Neugutstrasse 12
Postfach
8304 Wallisellen
T +41 44 878 70 50
www.swissavant.ch
info@swissavant.ch

SWISSAVANT



Fusion VSF – Swissavant

Mit grosser Freude heissen wir alle Mitglieder des VSF in der Familie von Swissavant willkommen!

Die Fusion zwischen dem Verband Schweizerischer Farbenfachhändler (VSF) und Swissavant – Wirtschaftsverband Handwerk und Haushalt ist offiziell besiegelt.

Gemeinsam bilden wir nun einen noch stärkeren, breiter abgestützten Verband für die gesamte Schweizer Farbenbranche!

Willkommen in einer starken Gemeinschaft. Willkommen bei Swissavant!

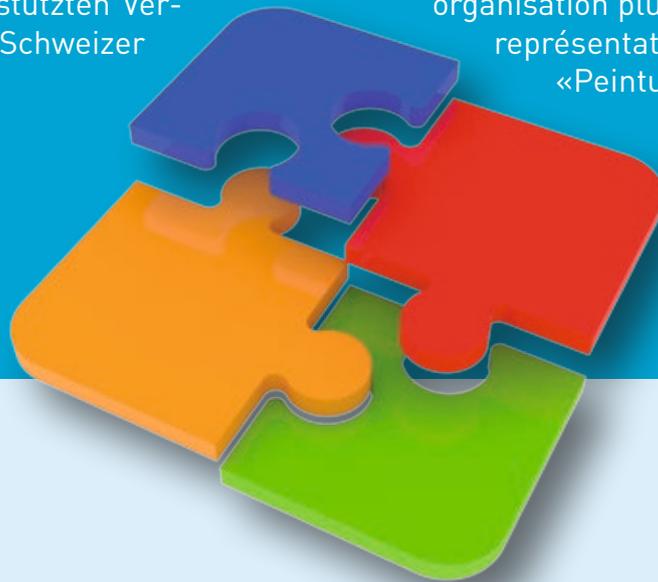
Fusion ASCP – Swissavant

C'est avec grand plaisir que nous accueillons tous les membres de l'ASCP au sein de la famille Swissavant!

La fusion entre l'Association professionnelle suisse des commerçants en peinture (ASCP) et Swissavant – Association économique Artisanat et Ménage est officiellement scellée.

Ensemble, nous formons désormais une organisation plus forte et plus largement représentative pour toute la branche «Peinture» en Suisse.

Bienvenue dans une communauté forte. Bienvenue chez Swissavant!



Mehr Infos unter:
www.swissavant.ch oder
www.farbenschweiz.ch

Plus d'infos sur:
www.swissavant.ch ou
www.peinturesuisse.ch

Ein starkes Signal für die Zukunft der Schweizer Handwerk-, Haushalt- und Farbenbranche!

Un signal fort pour l'avenir de la branche suisse de l'artisanat, du ménage et de la peinture!

I N T E R N A

Alexandra Kunz feiert 25 Jahre Engagement und Innovation

Alexandra Kunz feiert am 1. Mai 2025 ihr 25-jähriges Dienstjubiläum bei Swissavant – Wirtschaftsverband Handwerk und Haushalt, wo sie im Jahre 2000 als Assistentin des Geschäftsführers begann. In den letzten zweieinhalb Jahrzehnten hat sie proaktiv an der dynamischen Entwicklung des Verbandes mitgewirkt und beispielsweise bei bedeutenden Projekten wie beim Aufbau und Installation der ASA-Branchenlösung oder bei der Gründung der nexMart Schweiz AG mit dem heute bestens verankerten Branchenportal erfolgreich mitgearbeitet.

Im Zuge der Familiengründung reduzierte sie dann das Arbeitspensum und übernahm in der Folge die Geschäftsführung des Verbandes Schweizerischer Farbenfachhändler (VSF). In den vergangenen 25 Jahren der Verbandsarbeit konnten die zahlreichen Mitglieder aus Industrie und Handel die Jubilarin an verschiedenen Generalversammlungen oder branchenspezifischen Weiterbildungskursen als dienstleistungsorientierte Mitarbeiterin kennen und schätzen lernen.

Wir gratulieren Alexandra Kunz zu diesem nicht alltäglichen Dienstjubiläum und wünschen ihr an dieser Stelle weiterhin viel Freude und Zufriedenheit bei der Ausübung ihrer täglichen Verbandsarbeit.



Alexandra Kunz

Alexandra Kunz fête 25 ans d'engagement et d'innovation

Alexandra Kunz fêtera le 1^{er} mai 2025 ses 25 ans de service chez Swissavant – Association économique Artisanat et Ménage, où elle a commencé en 2000 en tant qu'assistante du directeur. Au cours des deux dernières décennies et demie, elle a activement contribué au développement dynamique de l'association et a notamment participé à des projets importants tels que la mise en place et l'installation de la solution MSST ou la fondation de nexMart Suisse AG, qui est aujourd'hui un portail de branche bien établi.

Après avoir réduit son temps de travail pour élever sa famille, elle a ensuite pris la direction de l'Association professionnelle suisse des commerçants en peinture (ASCP). Au cours d'un quart de siècle de travail au sein de l'association, les nombreux membres de l'industrie et du commerce ont appris à connaître et à apprécier cette collaboratrice orientée vers le service lors de différentes assemblées générales ou de cours de formation spécifiques à la branche.

Nous adressons nos vives félicitations à Alexandra Kunz pour cet anniversaire de service peu courant et lui souhaitons de continuer à tirer beaucoup de satisfaction de son travail quotidien au sein de l'association.

Wünschen Sie eine Offerte für die

Krankentaggeldversicherung Unfallversicherung Unfallzusatzversicherung

mit tiefen, stabilen Prämien? Wir beraten Sie gerne:

FORTE AI
AHV IV
AVS

info@akforte.ch - 044 253 93 95



Eine kleine KI-Übersicht von Swissavant

Die Künstliche Intelligenz – ist hier und bleibt hier!

Die Künstliche Intelligenz (KI) ist nicht übermorgen, sondern gestern. KI hat Sprache und Text, Fotos und Bilder bereits fest im Griff. KI-generierte Videos sind aktuell der letzte Schrei und diese Technologie hat das Potenzial, die Art und Weise der Kommunikation sowohl für Unternehmen als auch für private Einzelpersonen grundlegend zu verändern. Alle können Künstliche Intelligenz, doch wer hat in dieser KI gefluteten Welt überhaupt noch den Überblick oder noch besser: Wer hat den KI-Durchblick?



Für die Jungen oder für die Junggebliebenen ist KI heute im ganz normalen Alltag fest verankert. In der Schule, am Arbeitsplatz oder im privaten Umfeld wird KI mittlerweile täglich eingesetzt und lässt sich mit dem morgendlichen Zähneputzen vergleichen. Aufgaben in der Schule oder am Arbeitsplatz werden mit «Copy & Paste» der KI weitergeleitet und schon hat man in aller Regel den grössten Teil der Aufgabe bereits erledigt. Ein intelligentes Vorgehen?

Was KI in den einzelnen Arbeitsbereichen schon heute kann, und wo man definitiv auf der Hut sein muss, soll im Folgenden kurz und knackig erklärt sein.

KI und unsere Smartphones

Im Gegensatz zu Apple hat Samsung bereits im Jahr 2024 die Smartphones mit beeindruckender KI bedacht. Während Samsung hier momentan klar Spitzenreiter ist, wird in Europa Apple und weitere Hersteller vermutlich im zweiten Quartal 2025 nachziehen. Es darf

erwartet werden, dass im Android-Umfeld beispielsweise Googles Gemini eingesetzt wird. KI unterstützt auf den Smartphones praktisch alle Apps, die mit einer Tastatureingabe funktionieren. Bei den E-Mails, Notizen oder im Kalender ist KI ebenso angesagt wie bei WhatsApp: Texte verändern, Rechtschreibung und Grammatik korrigieren oder lange Texte zusammenfassen sind ebenso einfach zu bewerkstelligen wie eine eigene To-do-Liste zu kreieren.



Christoph Rotermund über die Künstliche Intelligenz im Hier und Jetzt.

All diese Aufgaben werden heute auf dem Smartphone von der KI schnell, präzise und zuverlässig gelöst. Wie es sich mit anzüglichen oder aggressiven Texten verhält, wurde allerdings nicht ausprobiert.

Wenige Stichworte genügen

Aus der stichwortartigen Eingabe «Geburts- tag, morgen ab 18 Uhr, Apéro, mit Partner bei mir, entspannt,» wird bei ChatGPT dann ein fast tadelloser Einladungstext:

*«Liebe Freunde!
Ich lade euch herzlich ein, morgen um 18:00 Uhr bei mir zu einem Apéro zu kommen, um meinen Geburtstag zu feiern. Es wird eine entspannte Atmosphäre sein, und ich freue mich darauf, gemeinsam auf diesen Anlass anzustossen. Bitte meldet euch, ob ihr kommen könnt. Ich freue mich auf euch!»*

Andere KI-Tools wie Genie, Googles Gemini oder AI-Chat liefern natürlich vergleichbare Ergebnisse. Über alles dürfte aber aktuell die «Samsung-Lösung» am meisten Spass machen oder noch besser: überzeugen! Die diversen KI-Schreibtools sind im Alltag für jeden eine echte Hilfe bei Schrift und Sprache. Man spart enorm viel Zeit und ins Schwitzen gerät man auch nicht, denn Grammatik, Formulierung und Inhalt sind nahezu perfekt. Klar: Wer sich intensiv mit KI-Texten auseinandersetzt, wird diese irgendwann als «kalte Robotertexte» oder «stereotypische Wiederholungen» erkennen. Aber: Die Fleissaufgabe erfüllen die KI-Schreibtools aber allemal.

Fauler Student – effiziente Lösung

Wer faule Studenten fragt, erhält effiziente Antworten: Google Notebook LM ist deshalb im Studentenumfeld auf Platz eins, wenn umfangreiche Textproduktion, differenzierte Analyse oder komplexe Recherche gefragt ist. Hat man ein Google Account kann man bequem und sogar gratis Google Notebook LM nutzen. Das Hochladen von mehreren 100 Seiten ist möglich und in Nullkommanichts erstellt die KI für einen eine brauchbare Kurzzusammenfassung oder, wenn gewünscht, sogar einen Podcast, also eine Audio-Zusammenfassung des Dokuments. Eigene Fragen zum hochgeladenen Dokument oder eine kritische Analyse zum Inhalt sind nicht nur erlaubt, sondern in diesem Fall sogar erwünscht! «Ganze Bücher lesen» war für Studenten gestern, eine knackige Audio-Zusammenfassung ist heute gewünscht und state-of-the-art!

**«In KI-Zeiten gilt:
Frei ausprobieren und frei nach
Goethe: Wer es nicht erfährt, hat
es nicht begriffen!»**

Wer die bekanntesten KI-Systeme wie Google Gemini, ChatGPT, Microsoft Copilot, Deep Seek, Claude, Perplexity oder Grok ausprobiert, begibt sich auf eine abenteuerliche KI-Entdeckungsreise und wird sich schnell in einer neuen Welt wiederfinden, zurechtfinden müssen und viele Aha-Erlebnisse in atemberaubender Geschwindigkeit erfahren. Die genannten KI-Systeme sind in verschiedenen Varianten zu unterschiedlichen Bedingungen und natürlich in diversen Preismodellen nutzbar.

Wer beispielsweise von Google das Gemini Advanced, ChatGPT in der Gratisversion, Perplexity, welches nur drei Anfragen am Tag kostenlos beantwortet, den Microsoft Copilot, der neuerdings im Microsoft-365-Abonnement enthalten ist, sowie Grok, das auf der Plattform X bereitgestellt wird und in der gehobenen Version ein Abonnement erfordert, sowie die chinesische Gratis-App Deep Seek nutzt, wird schnell feststellen, dass alle KI-Systeme Vorteile, aber auch gewichtige Nachteile haben.

«Ein wichtiger Hinweis gilt aktuell immer: alle KI-Systeme neigen irgendwann zum Fantasieren, zum Dichten und zum Fabulieren. Es gilt also: Das KI-Ergebnis ist immer zu prüfen.»

Perplexity und Grok

Als Zwischenresultat haben unserer Meinung nach bei den verschiedenen Anwendungen aktuell die zwei beeindruckende KI-Systeme «Perplexity» und «Grok» die Nase zurzeit vorne.

Sprache und Text

Grosse Vorteile bieten die KI-Systeme allemal, und wenn dann die gesprochene Sprache in Schriftform eingegossen werden soll,

erkennt man auf einen Blick die Mächtigkeit dieser modernen KI-Systeme. Früher war Spracherkennung eine komplexe, aufwendige und vor allem sehr teure Angelegenheit. Sündhaft teure Software musste über Wochen mit der eigenen Stimme trainiert und falsch aufgenommene und geschriebene Wörter stets umgeschrieben werden, bevor überhaupt ein brauchbarer Text produziert werden konnte. Das dauerte unter Umständen monatelang.

Die KI-Sprach-Apps stellen hier alles auf den Kopf: für Apple-Fans bieten sich beispielsweise Whisperboard oder Aiko an. Beide Apps liefern bei der Umwandlung der gesprochenen Sprache in Text eine bestechende Qualität. Grammatik wird ohnehin berücksichtigt und auf Wunsch stellt die anschliessende Übersetzung in verschiedenen Sprachen ebenfalls kein Problem mehr dar. To-do-Liste, Wortersetzungsfunktion oder grammatikalisch richtige Interpunktion – alles ist hier möglich und je nach KI-Sprach-App liegen die Vorteile eben hier oder dort.

«Es gilt aber erneut, was schon erwähnt wurde: Ausprobieren, kommt vor dem Studieren.»

KI und Fotos

KI, Bildbearbeitung und Fotos sind bei den Profis schon lange angekommen und eigentlich schon kalter Kaffee. Der Profi kennt für die tägliche Bildbearbeitung Photoshop und skaliert Bilder nach Belieben, beseitigt im Bild ungeliebte Gegenstände und die Auflösung wird je nach Wunsch mit zwei oder drei Mausklicks festgelegt. Neu und mächtig beeindruckend: Bilder oder Fotos können fast nach Belieben ergänzt oder sogar völlig künstlich erzeugt werden. Hier sind ohne Frage «Tür und Tor» für die in unserer Welt stets vorhandene kriminelle Energie geöffnet. Die Softwareentwickler haben zwar die eine oder andere Hürde eingebaut, doch abschreckend wirken diese kaum – zu einfach und so schnell sind sie mit wenig Aufwand beiseitegeschoben.



«Die Künstliche Intelligenz ist nicht die Zukunft sondern die Gegenwart» sagt Avatar Ada überzeugt.

►► ... FORTSETZUNG



«Die Künstliche Intelligenz durchdringt unseren Alltag von der Schule bis zum Arbeitsplatz.»

Bilder oder Fotos mit KI ergänzen, verändern oder optimieren ist heute also einfacher denn je. Ein rechtlich zulässiges Beispiel gefällig: Aus einem Zugabteil mit einem Mann wird mit fünf Mausklicks ein voll besetztes Zugabteil, in welchem die Menschen dicht gedrängt aneinander stehen. Sogar auf dem Smartphone ist heute in Sachen Bildbearbeitung schon vieles möglich: Objekte lassen sich einfach entfernen oder hinzufügen und mit KI lassen sich auch bequem lustige Zeichnungen oder bei Bedarf persönliche Emojis anfertigen.

KI: Sprache und Texte; Fotos und Bilder im digitalen Mixer

«Als die Bilder laufen lernten» war der Film und das Kino im Jahr 1895 geboren. 130 Jahre später gehören KI-generierte Videos fast schon zum Alltag. Die Zeiten der teuren und zeitaufwendigen Videoproduktionen gehören definitiv der Vergangenheit an.

Botschaften, Informationen oder Analysen sind dank KI-Videoplattformen schnell, kostengünstig und – man staune – kreativ in einem Erklär-Video für neue Mitarbeitende oder über neue Prozesse verpackt.

Wie bei anderen KI-Plattformen sind erste Gehversuche kostenlos möglich, und wer eine grössere Auswahl an Avataren oder höhere Ansprüche an das Video stellt, entscheidet sich für eines der vielen Abos und kann sofort auf die spezifischen Bedürfnisse oder Vorlieben der Zielgruppe durch die Personalisierung von Videos eingehen und anschliessend beim Publikum dank beeindruckender KI-Verpackung punkten. KI-Video-Plattformen wie Runway ML, Cinelytic oder Descript sind vielleicht schon für Fortgeschrittene oder sogar für Profis. Wer in die Welt der KI-Videos eintauchen möchte, ist beispielsweise mit den Videoplattformen Synthesia oder Lumen5 gut beraten und wird an den KI-Video-Tools schnell seinen persönlichen Gefallen finden.

Die KI-Video-Technologie hat ein grosses Potenzial und wird die Kommunikationswelt grundlegend verändern. Unternehmen können beispielsweise den Onboarding-Prozess von neuen Mitarbeitenden, die Wissensvermittlung von neuen Prozessen oder Projekte völlig neu definieren. Was in der Geschäftswelt gilt, wird ohne Frage auch privat gelten: neue Botschaften können schnell, adressatengerecht und effektiv sowie für wenig Geld kommuniziert werden.

Motto: Üben, üben und nochmals üben!

KI ist nicht morgen, sondern bereits gestern. Gestern sündhaft teuer, heute kostenlos oder im persönlichen Wunsch-Abo für mehr Vielfalt, Qualität oder Analyse: Der beeindruckende Durchbruch bei den Sprachmodellen liefert für jedermann unschätzbare Mehrwerte für private oder geschäftliche Anwendungen.

Die KI generierten Videos sind auf dem Vormarsch und werden einem breiteren Publikum bei automatisch generierten Untertiteln oder Übersetzungen eine neue Art der Informationsverbreitung oder Wissensvermittlung zugänglich machen. Ob es sich nun um Schulungsvideos oder um Marketing- und Unternehmens-Clips handelt, KI wird helfen, eine neue KI-generierte Informations- und Wissenswelt aufzubauen.

Klar: Die effiziente Anwendung und Umsetzung will natürlich noch gelernt sein, doch mussten wir nicht alle einmal in unserer Jugend bei unendlichen Anläufen und vielen Fehlversuchen das sichere Stehen und eigenständige Laufen von Grund auf erlernen?

«Nicht vergessen:

Eine gehörige Portion Mut, Offenheit und Neugier haben damals wie heute das Erlernen vereinfacht. Und: Wer den Spieltrieb nicht verlernt hat, hat es noch ein bisschen einfacher!

Christoph Rotermund

Geschäftsführer Swissavant – Wirtschaftsverband Handwerk und Haushalt

Diese Ausführungen über die Künstliche Intelligenz wurden anlässlich des Nationalen Branchentages 2025 vom 7. April 2025 an die Teilnehmenden Personen aus Industrie und Handel abgegeben.

Eine (selbstverständlich nicht abschliessende) Übersicht über die momentan verfügbaren KI-Tools für Text, Bild, Audio und Video finden Sie auf unserer Website unter:
https://swissavant.ch/mediathek/2025/04/Tabelle-KI-Tools_Bild_Audio_Text_Film.pdf
 oder mit nachstehendem QR-Code.



Entdecken Sie die Möglichkeiten der Künstlichen Intelligenz (KI) in Aktion!

In unserem umfassenden Artikel haben wir die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten von KI in den Bereichen Text, Bild, Audio und Video beleuchtet. Doch Theorie ist nur der Anfang – erleben Sie nun selbst, wie diese Technologien praktisch angewendet werden können!



So einfach geht's:

1. **QR-Code scannen:** Nutzen Sie Ihr Smartphone oder Tablet, um den nebenstehenden QR-Code zu scannen.
2. **Video ansehen:** Sie werden direkt zu einem informativen Video weitergeleitet, das anschaulich demonstriert, wie die vorgestellten KI-Tools in realen Szenarien funktionieren.
3. **Inspiration sammeln:** Lassen Sie sich von den gezeigten Beispielen inspirieren und überlegen Sie, wie Sie diese innovativen Technologien in Ihrem eigenen Umfeld einsetzen können.



Warum sollten Sie das Video ansehen?

- Praxisnahe Einblicke: Sehen Sie live, wie KI-gestützte Anwendungen Texte generieren, Bilder bearbeiten, Audiodateien erstellen und Videos produzieren.
- Einfache Erklärungen: Komplexe Prozesse werden verständlich und nachvollziehbar dargestellt, sodass Sie auch ohne Vorkenntnisse den Mehrwert erkennen können.
- Aktuelle Informationen: Bleiben Sie auf dem neuesten Stand der Technik und erfahren Sie, welche Tools derzeit führend sind und wie sie sich weiterentwickeln.

Ihr nächster Schritt zum KI-Level:

Nutzen Sie die Gelegenheit, die im Artikel beschriebenen KI-Technologien nicht nur theoretisch zu verstehen, sondern sie in Aktion zu erleben. Scannen Sie jetzt den QR-Code und tauchen Sie ein in die faszinierende Welt der Künstlichen Intelligenz!

Hinweis: Für weiterführende Informationen und eine detaillierte Übersicht der aktuell verfügbaren KI-Tools besuchen Sie bitte unsere Website unter: <https://swissavant.ch/>

Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Entdecken und Ausprobieren der vielfältigen Möglichkeiten, die die Künstliche Intelligenz heute bietet!



AHV-Konten und Plafond für Ehepaare: Den Franken zweimal umdrehen!

Eine kostspielige Initiative der Mitte-Partei will die Ehepaarrenten in der AHV erhöhen. Mit Blick auf die Volksabstimmung wird ein parlamentarischer Gegenvorschlag diskutiert. Da die Finanzierung der 13. Rente nicht geregelt ist und keine strukturellen Massnahmen zur Stabilisierung der AHV-Finanzen in Sicht sind, schwebt jetzt das Damoklesschwert über der AHV.

Die vergessenen Vorteile einer Ehe

Vergessen geht bei dieser Initiative, wie Ehepaare in der AHV behandelt werden. Übermütig titelt die Mitte: *«Ja zu fairen AHV-Renten auch für Ehepaare – Diskriminierung der Ehe endlich abschaffen!»*. Gefordert wird die Beendigung der Rentenplafonierung und die daraus resultierende Ungerechtigkeit gegenüber verheirateten Personen. Unfair ist das nur auf den ersten Blick. Schaut man genauer hin wird klar, dass die AHV für Verheiratete Vorteile bietet.

Die Vorteile in der AHV für Ehepartner sind mannigfaltig: erstens die Befreiung des nicht erwerbstätigen Ehepartners von der Beitragszahlung; zweitens die Aufteilung («Splitting») des für die Rentenberechnung massgeblichen Einkommens, wodurch die Rente des Ehepartners mit den niedrigeren Beitragsleistungen aufgestockt wird; drittens die Zahlung von Renten an den überlebenden Ehepartner vor Erreichen des Rentenalters und eines Witwenzuschlags, der die Altersrente erhöht.

Rentenplafonierung: Wichtig für die Balance

Als Ausgleich für diese verschiedenen Vorteile sind die AHV-Renten von Ehepaaren auf höchstens 150% der maximalen Einzelrente begrenzt (d. h. CHF 45 360.– im Jahr 2025). Diese Regel ermöglicht die Aufrechterhaltung der Gleichheit bei der Verteilung der Leistungen. Sie berücksichtigt auch die Grössenvorteile, die Paare im Vergleich zu Haushalten mit alleinstehenden Personen haben. Sie fügt sich daher gut in die Logik und den solidarischen Aufbau der ersten Säule ein, da selbst Paare mit eher bescheidenen Einkommen dank der für sie vorteilhaften Berechnungsmethode die maximale Rente bekommen.

Die Initiative der Mitte will «z'Füfi und z'Weggli», die Vorteile ohne die Nachteile! Die Aufhebung der Rentenobergrenze würde

im Jahr 2030 rund 3,8 Milliarden Franken kosten. Der Bundesrat empfiehlt dem Parlament, die Initiative ohne Gegenvorschlag abzulehnen. Das Risiko einer Annahme dieser Initiative besteht: Von der Plafonierung der Renten sind 90% der verheirateten Paare betroffen.

«Die Initiative der Mitte will 'z'Füfi und z'Weggli', die Vorteile ohne die Nachteile!»

Gegenvorschlag statt Salomitaktik

Man erinnere sich: Trotz der breiten Ablehnung einer 13. AHV-Rente von Bundesrat und Parlament hat das Volk sie angenommen. Dieses Szenario könnte sich mit der ruinösen, aber verführerischen Initiative der Mitte-Partei wiederholen. Wie die Freuden dieser Initiative zu finanzieren sind, lässt der Initiativtext offen.

Die zuständige Kommission räumt der Initiative bei einer Volksabstimmung gute Chancen ein und schlägt eine «koordinierte Lösung» zur Finanzierung der 13. Rente sowie der Kosten für die Aufhebung der Obergrenze für Renten vor. Die Arbeitnehmerbeiträge würden zunächst zum 1. Januar 2028 um 0,4 Prozentpunkte erhöht. Die Mehrwertsteuer würde zuerst um 0,5 Prozentpunkte erhöht, um die 13. Rente zu finanzieren, und eine zweite Erhöhung um 0,5 Prozentpunkte ist in Planung, sollte das Volk einer Aufhebung der Obergrenze zustimmen. Die Kommission rühmt sich, mit diesem Finanzierungsvorschlag die finanzielle Stabilität der AHV bis zur nächsten umfassenden Revision gesichert zu haben.

In Tat und Wahrheit erhöhen diese aufeinanderfolgenden Zwangsabgaben einzig die Kosten für die Finanzierung der Zuschläge, ohne dass strukturelle Massnahmen die Folge sind. Schlimmer noch, diese vier dicken Salamischeiben reichen nicht einmal aus, um

die AHV mittelfristig zu sichern. Auf ein Projekt zur Stabilisierung der AHV wartet man vergebens: Das Parlament hat den Bundesrat im September 2021 beauftragt, ihm bis zum 31. Dezember 2026 ein solches Projekt für den Zeitraum 2030 bis 2040 vorzulegen. Die Kommission zäumt das Pferd vom Schweif auf, wenn es zuerst die Finanzierung des Ausbaus der AHV berät, statt die Stabilisierung der AHV insgesamt. Das bringt das Fundament der AHV ins Wanken.

Besser wäre es, wenn das Parlament hartnäckig aufs Tempo drückt, damit der Bundesrat innerhalb der gesetzten Frist einen Reformvorschlag für die AHV mit strukturellen Massnahmen an das Parlament überweist.

Darüber ist es ratsam, einen vernünftigeren Gegenvorschlag zur Initiative der Mitte-Partei auszuarbeiten. Dieser könnte sich beispielsweise an der Zwillingsinitiative dieser Partei zur Besteuerung von Ehepaaren orientieren, die eine doppelte Berechnung vorschlägt, einmal als Ehepaar und einmal als Einzelpersonen. Der aus der Berechnung resultierende tiefere Betrag kommt zur Anwendung.

Im Rahmen der AHV hiesse das: Die erste Berechnung erfolgt nach den bisherigen Regeln inklusive Vor- und Nachteile der Ehepaarbesteuerung. In der zweiten Berechnung ermittelt jeder als Einzelperson, wieviel Rente er bekommen würde, wenn er ledig wäre und sich die Berechnung der Rente einzig nach der Grundlage seiner eigenen Beiträge bemisst. Die Berechnungsmethode mit dem höheren Ergebnis macht das Rennen.

Autor: Tatiana Rezso

Übersetzung: Philip Kristensen

Quelle: Presse- und Informationsdienst
Centre Patronal, 09.04.2025

www.centrepatronal.ch

Comptes de l'AVS et plafond pour couples mariés: financer le plat de résistance avant les garnitures!

Une coûteuse initiative du Centre vise à avantager les couples mariés dans l'AVS. Dans la perspective du vote populaire, un contre-projet parlementaire est en discussion. Alors que le financement de la 13^e rente n'est pas réglé et qu'aucune mesure structurelle pour la stabilisation des comptes de l'AVS n'est prévue, c'est une véritable épée de Damoclès financière sur l'AVS.

Les avantages oubliés du mariage

Une certaine incompréhension règne quant au traitement réservé aujourd'hui aux couples mariés dans l'AVS. Le Centre ose même le titre: *«Oui à des rentes AVS équitables pour les couples mariés – Pour enfin en finir avec la discrimination du mariage!»* pour demander la fin du plafonnement des rentes et donc de ce qui est présenté comme une injustice envers les personnes mariées. Pourtant, les différences entre concubins et époux dans l'AVS penchent en faveur de ces derniers, et en particulier de ceux qui ont choisi un partage des tâches que l'on qualifiera de traditionnel.

Les avantages dans l'AVS pour les époux sont de plusieurs ordres: premièrement, l'exemption du paiement des cotisations pour l'époux sans activité lucrative; deuxièmement, le partage («splitting») des revenus déterminants pour le calcul de la rente, qui renforce la rente de l'époux ayant moins cotisé; troisièmement, le paiement de rentes au conjoint survivant avant l'âge de la retraite et d'un supplément de veuvage qui vient augmenter la rente de retraite.

Le plafonnement, une contrepartie menacée

En contrepartie de ces différents avantages, les rentes AVS des couples mariés sont plafonnées à 150% de la rente simple maximale (soit CHF 45 360.– en 2025). Cette règle permet le maintien de l'équité dans la distribution des prestations. Elle reconnaît aussi les économies d'échelle dont profitent les couples par rapport aux ménages de personnes seules. Elle s'inscrit donc bien dans la logique et dans la construction solidaire du premier pilier, puisque même des couples ayant eu des revenus plutôt modestes parviennent à la rente maximale grâce à la méthode de calcul préférentielle dont ils bénéficient.

Conserver les avantages, sans accepter les inconvénients, voilà ce que propose la dangereuse initiative du Centre. L'abandon du plafond de rente coûterait environ CHF 3,8 milliards en 2030. Le Conseil fédéral a déjà indiqué s'opposer à cette initiative, mais sans présenter de contre-projet. Or le risque d'acceptation de ce texte doit être pris au sérieux, étant donné que le plafonnement concerne 90% des couples mariés.

«Conserver les avantages, sans accepter les inconvénients, voilà ce que propose la dangereuse initiative du Centre.»

Un contre-projet au lieu de la «tactique du salami»

Malgré son large refus par le Conseil fédéral ainsi que par le Parlement, la 13^e rente AVS a été acceptée en votation populaire. Ce scénario pourrait se répéter avec l'initiative du Centre ruineuse, mais séduisante, et dont le texte n'évoque pas du tout le financement.

Cette éventualité semble être envisagée concrètement par la commission compétente, qui a déjà communiqué avoir trouvé une «solution coordonnée» pour financer la 13^e rente, ainsi que le coût du déplafonnement des rentes. Les cotisations salariales seraient augmentées d'abord de 0,4 point au 1^{er} janvier 2028. La TVA serait relevée dans un premier temps de 0,5 point pour financer la 13^e rente et une deuxième augmentation de 0,5 point serait déjà prévue en cas d'acceptation du déplafonnement. La commission se targue ainsi de renflouer les finances de l'AVS avant une plus vaste révision.

En réalité, ces rallonges successives ne font qu'alourdir la facture pour financer les suppléments sans qu'aucune mesure structurelle ne soit prise.

Pire encore, ces quatre épaisses tranches de salami ne suffisent même pas à sécuriser l'AVS à moyen terme. Or un projet de stabilisation de l'AVS se fait toujours attendre, le Parlement ayant confié au Conseil fédéral en septembre 2021 le mandat de lui soumettre d'ici au 31 décembre 2026 un tel projet pour la période 2030 à 2040. Force est de constater que la commission se penche sur le financement des objets par ordre antichronologique, ce qui fait courir un danger à la sécurité des rentes.

En lieu et place, il serait judicieux que le Parlement ne relâche pas la pression envers le Conseil fédéral et exige de recevoir dans les délais impartis un projet de réforme de l'AVS comprenant des mesures structurelles.

Par ailleurs, il serait bien inspiré d'élaborer un contre-projet plus raisonnable à l'initiative du Centre. Celui-ci pourrait par exemple s'inspirer de l'initiative jumelle de ce parti en matière de fiscalité des couples mariés, qui propose d'effectuer un double calcul pour retenir le résultat le plus avantageux.

Dans le cadre de l'AVS, appliquer cette logique voudrait que le premier calcul soit celui selon les règles en vigueur, incluant les avantages du mariage et le plafonnement. Le second calcul consisterait, pour chacun des époux, à l'établissement de la rente à laquelle il aurait droit s'il était célibataire sur la base uniquement de ses propres cotisations. On verserait alors le maximum entre les rentes plafonnées et la somme des deux rentes de célibataires.

*Auteur: Tatiana Rezzo
Source: Service d'information
du Centre Patronal, 09.04.2025
www.centrepatronal.ch*

BESTER AUSBILDUNGSBETRIEB 2024 / MEILLEURE ENTREPRISE FORMATRICE 2024: **VANOLI AG**

«Wir sind anders!»

Das Gras wachsen hören – eigene Wege suchen – Neues wagen: So lässt sich die Denke im Hause Vanoli wohl auf den Punkt bringen. Das Fachgeschäft mit Tradition und Ideen für die Zukunft bildet aktuell drei Detailhandelsfachfrauen EFZ aus. Die bestehende Filiale in Baar und die neu eröffnete in Lyssach bestätigen die Einschätzung von Inhaber und Geschäftsführer Reto Vanoli: «Wir sind auf Wachstumskurs!»

«Nous faisons autrement!»

Réfléchir – chercher sa propre voie – oser la nouveauté: Tel est en résumé le mode de pensée de la maison Vanoli. Le magasin spécialisé traditionnel avec des idées pour l'avenir forme actuellement trois femmes gestionnaires du commerce de détail avec CFC. La filiale à Baar et celle nouvellement ouverte à Lyssach confirment l'appréciation du propriétaire et directeur Reto Vanoli: «Nous avons mis le cap sur la croissance!»



Tradition hat das Fachgeschäft für Ess-, Tisch- und Wohnkultur in Thalwil: Reto Vanoli führt es seit 2008 in zweiter Generation. Seine Eltern hatten vor weit über 30 Jahren in Thalwil ein klassisches Haushalt- und Eisenwarengeschäft mit zwei Standorten übernommen. Im heutigen, vor 17 Jahren bezogenen solitären Domizil lässt sich alles auf einer Verkaufsfläche von 700 m² bewirtschaften. Nach dem Umzug wurde das Sortiment – ausgenommen die Schliess- und Sicherheitstechnik – auf den Haushalt fokussiert. Warum? Reto Vanoli ist offen und ehrlich: «Meine Leidenschaft sind nicht Bohrmaschinen und Rasenmäher, sondern die Tafel- und Wohnkultur!»

Le magasin spécialisé en art culinaire, art de la table et art de vivre à Thalwil repose sur la tradition: Reto Vanoli fait partie de la deuxième génération et dirige l'entreprise depuis 2008. Il y a bien plus de 30 ans, ses parents avaient repris à Thalwil un commerce classique d'articles de ménage et de quincaillerie avec deux sites. À l'unique adresse actuelle occupée depuis 17 ans, tout est géré sur une seule surface de 700 m². Après le déménagement, l'assortiment a été concentré sur le ménage, excepté la technique de fermeture et de sécurité. Pour quelles raisons? Reto Vanoli déclare franchement: «Ma passion, ce ne sont pas les perceuses et les tondeuses, mais les arts de la table et l'habitat!»

Aller guten Dinge sind drei

Dabei hat er es nicht mit «Haushalt» bewenden lassen: An der Gotthardstrasse 49 wird die feine Lebensart zelebriert – ein besonderer «Brennpunkt» ist dabei die umfangreiche Grillabteilung. Neben Beratung und Verkauf finden hier jährlich weit über hundert Grill- und Kochkurse, Firmenevents und Vereinsanlässe statt – sämtliche



Toutes les bonnes choses vont par trois

Mais il ne s'en est pas tenu au «ménage»: à la Gotthardstrasse 49, on célèbre l'art de vivre raffiné, le rayon des barbecues constituant un point focal particulier. En plus des conseils et de la vente, plus d'une centaine de cours de barbecue et de cuisine, d'événements d'entreprise et de manifestations d'association



«Was wir heute zusammen mit unseren Lernenden verwirklichen, ist einfach stark: Sie gestalten unsere Auftritte in den sozialen Medien wie Profis und arbeiten Zuhause an den digitalen Botschaften weiter: Freiwillig und aus Freude!»



Reto Vanoli

«Ce que nous réalisons aujourd'hui avec nos apprentis est tout simplement génial: ils gèrent nos apparitions sur les réseaux sociaux comme des pros et continuent à travailler sur les messages numériques chez eux: de leur plein gré et par plaisir!»

auf Genuss und Geselligkeit, auf Emotion und Lebensfreude ausgerichtet. – Ja, und Zukunft hat das Unternehmen sicher auch: Sohn Sandro Vanoli hat Betriebswirtschaft studiert und übernimmt die Führung des Ende Februar 2025 neu eröffneten Fachgeschäfts in Lyssach. Zusammen mit «Vanoli Casa» in Baar – spezialisiert auf Wohnkonzepte und Wohnaccessoires – kommt somit unweit von Bern der dritte Standort der Vanoli AG in Schwung. «Dort werden Events noch wichtiger sein», deutet Reto Vanoli an.

Mit Begeisterung anstecken

«Ware hin – Geld her! So geht Fachhandel heute nicht mehr!» Diese Grundhaltung vermittelt die Vanoli AG auch ihren Lernenden. Man setze vielmehr auf Erlebnisse und Stories, Emotionen und Erinnerungen. Der Verkaufstresen seien heute die Events, die aber mit Ideen und Leidenschaft beseelt werden müssten: «Vor einigen Jahren hatte fast jedes gehobene Warenhaus einen Event-Bereich. Ohne Leben, ohne Feu sacré blieben das aber oftmals teure Warenträger.» Die Begeisterung für Produkte genauso wie für Menschen mache es aus, so Vanoli.

«Wir müssen die digitale Kommunikation unserer Branche fest in die bestehende Berufsausbildung integrieren. Damit können wir junge Menschen begeistern und dem Mangel an Lernenden und Fachkräften entgegenwirken.»

Ausbildung: Modern, umfassend, zukunftsgerichtet

Für Reto Vanoli sind die Leistungen von Swissavant unverzichtbar, allen voran die gesamte Berufsbildung. Allerdings wünscht er sich – und der gesamten Branche – dass Handel und Verkauf in der Gesellschaft wieder den Stellenwert bekommen, den sie verdienen: **«Wir müssen den Fachhandel als das zeigen, was er ist. Ein anspruchsvolles, spannendes, vielseitiges und kreatives Tätigkeitsfeld.»**

Im Hause Vanoli setzt man dazu stark auf die digitalen Fähigkeiten der Lernenden. Von Profis gecoacht, gestalten sie die Auftritte in den sozialen Medien mittlerweile perfekt. Themenwahl, Filmaufnahmen, Schnitte und Implementierung im Netz würden von den Jungen praktisch selbstständig betreut. Sie brächten (nicht nur) digitale Fähigkeiten mit und entwickeln diese weiter.



ont lieu ici chaque année, tous axés sur le plaisir et la convivialité, sur l'émotion et la joie de vivre. – Et l'entreprise a sûrement aussi de l'avenir: le fils Sandro Vanoli a étudié l'économie d'entreprise et pris la direction du magasin spécialisé récemment ouvert fin février 2025 à Lyssach. En collaboration avec «Vanoli Casa» à Baar, spécialisé en concepts d'habitat et en accessoires d'intérieur, la troisième implantation de Vanoli AG prend son essor près de Berne. «Là-bas, les événements joueront un rôle encore plus important», déclare Reto Vanoli.

Transmettre l'enthousiasme

«Échanger la marchandise contre de l'argent! De nos jours, dans le commerce spécialisé, ça ne marche plus!» L'entreprise Vanoli AG transmet aussi cette attitude fondamentale à ses apprentis. Il faut au contraire miser sur les expériences et les histoires, les émotions et les souvenirs. Aujourd'hui, les comptoirs, ce sont les événements, qu'il faut animer par des idées et de la passion, «Il y a quelques années, tout grand magasin de classe avait aussi un domaine événementiel. Sans vie ni feu sacré, il demeurait souvent un entrepôt coûteux.» L'enthousiasme, pour les produits comme pour les gens, fait toute la différence, selon Vanoli.

«Il faut intégrer fermement la communication numérique de notre branche dans la formation professionnelle existante. Nous pouvons ainsi enthousiasmer des jeunes et lutter contre la pénurie d'apprenti(e)s et de personnel qualifié.»

La formation: moderne, complète et tournée vers l'avenir

Pour Reto Vanoli, les prestations de Swissavant sont indispensables, en tout premier lieu toute la formation professionnelle. Toutefois, il se souhaite, ainsi qu'à toute la branche, que le commerce et la vente retrouvent la place qu'ils méritent dans la société. **«Nous devons montrer le commerce spécialisé dans sa réalité: un domaine d'activité exigeant, passionnant, varié et créatif.»**

Chez Vanoli, on mise fortement sur les aptitudes numériques des apprentis. Avec un coaching par des pros, les jeunes arrivent désormais à créer des présentations parfaites dans les médias sociaux. Ils prennent en charge de façon quasi autonome le choix des sujets, le tournage de films, le montage et la mise en ligne. Non seulement ils apportent des aptitudes numériques, mais ils les développent,

►► ... FORTSETZUNG / ... SUITE

Sie identifizierten sich über die Desktop-Aktivitäten auch mit der Materie, mit den Produkten und mit ihrem Ausbildungsbetrieb – kurz: Mit der DNA ihres Berufs. «Unsere Jungen machen das in einem enormen Tempo und mit sehr viel Eigenmotivation.» Diese modernen Bereiche – also Social Media, digitale Kommunikation und Omni-Channel-Präsenz – gehörten aus Sicht von Reto Vanoli zwingend in den Lehrplan einer modernen Berufsausbildung. Damit gewannen die Lehrberufe, die Lehrbetriebe und die gesamte Branche an Anziehungskraft. Sein Credo: «Das ist unsere Zukunft!»

Mais par leur activité à l'écran, ils s'identifient aussi avec la matière, les produits et leur entreprise formatrice. Bref: avec le DNA de leur métier. «Nos jeunes le font à une vitesse vertigineuse et avec beaucoup de motivation personnelle.» Selon Reto Vanoli, ces domaines modernes, à savoir les médias sociaux, la communication numérique et la présence tous canaux devraient impérativement figurer dans tout programme de formation professionnelle moderne. Cela rendrait leur attrait aux métiers d'apprentissage, aux entreprises formatrices et à toute la branche. Son credo: «Voilà notre avenir!»

Storytelling und Emotionen?

Ein Beispiel aus Thalwil

Die Vanoli AG verkauft auch Dry Aged Beef: Lokales Rindfleisch – also «Züriffleisch» – das im Reifeschrank während mehrerer Wochen trocken abhängt. Es reift dabei geschmacklich und in der Konsistenz für höchsten kulinarischen Genuss.

Der Clou in Thalwil ist die Webcam mit Blick in den Reifeschrank. Vorbestellte Fleischstücke werden gut sichtbar mit dem Kundenvornamen bezeichnet und können so jederzeit von zuhause oder von unterwegs begutachtet, eigentlich begleitet werden. Einladungen zum Festessen lassen sich damit unterhaltsam wiederholen, der mentale Kontakt zum Fachgeschäft bleibt wach, die Vorfreude steigt – und der Appetit vermutlich auch ...



Des narratifs et des émotions?

Un exemple de Thalwil

La maison Vanoli AG vend aussi du Dry Aged Beef: de la viande de bœuf produite localement, séchée pendant plusieurs semaines dans une armoire de maturation. Elle gagne ainsi en saveur et en consistance pour un plaisir culinaire ultime.

Le clou à Thalwil est la webcam orientée sur l'armoire de maturation. Les pièces de viande réservées bien visibles portent le prénom du client et peuvent ainsi être examinés, il faudrait dire accompagnés, à tout moment, depuis chez soi ou en déplacement. Les invitations à un repas de fête sont ainsi renouvelées de manière ludique, le contact mental avec le magasin spécialisé reste vivant, l'anticipation augmente – et l'appétit aussi, sans doute...

Der polaris Preis – Ein Bravo für betriebliches Engagement

Die Auszeichnung zum «Ausbildungsbetrieb des Jahres» durch die Förderstiftung polaris beinhaltet die Übernahme der Ausbildungskosten seitens Verband für eine/einen Lernenden während der gesamten Ausbildung. Dazu kommen Film-Materialien zur eigenen Verwendung sowie textliche Unterstützungsarbeiten für die regionale Presse. Visualisiert wird die Auszeichnung mit einem Diplom für das Ladengeschäft – die Kundschaft freut's!

Le prix polaris – un bravo pour l'engagement de l'entreprise

Le prix «Entreprise formatrice de l'année» décerné par la fondation polaris inclut la prise en charge par Swissavant des frais de formation d'un(e) apprenti(e) pendant toute la durée de sa formation. A cela s'ajoutent les films que les entreprises peuvent utiliser pour leurs propres besoins ainsi que les communiqués dans la presse locale. La distinction est rendue visible par un diplôme à suspendre dans le magasin - ça plaît aux clients!



Die Berichterstattung über den Gewinner des Förderpreises 2024 im Bereich Eisenwaren, Robert Jost AG, wird in einer nächsten Ausgabe der perspective publiziert.

La présentation du lauréat du prix de la meilleure entreprise formatrice 2024 dans le secteur quincaillerie, Robert Jost AG, sera publiée dans un prochain numéro de perspective.

Autor/Auteur: Andreas Grünholz ■



Jetzt von
Frühlingsrabatt
profitieren.

PROFESSIONELLE PFLEGE FÜR GRÜNE OASEN.

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

- **Zuverlässig bei jedem Wetter** – Optimale Bodenhaftung auch bei Regen und Kälte.
- **Meister der Komplexität** – Präzise Mähleistung auch in schwierigen Geländeformen.
- **Geringe Betriebskosten** - Keine Lohnkosten, geringere Energiekosten und geringerer Wartungsaufwand im Vergleich zu konventionellen Rasenmähern.

Bitte beachten Sie unsere Sonderangebote bei Ihrem Fachhändler. Lassen Sie sich jetzt unverbindlich beraten.



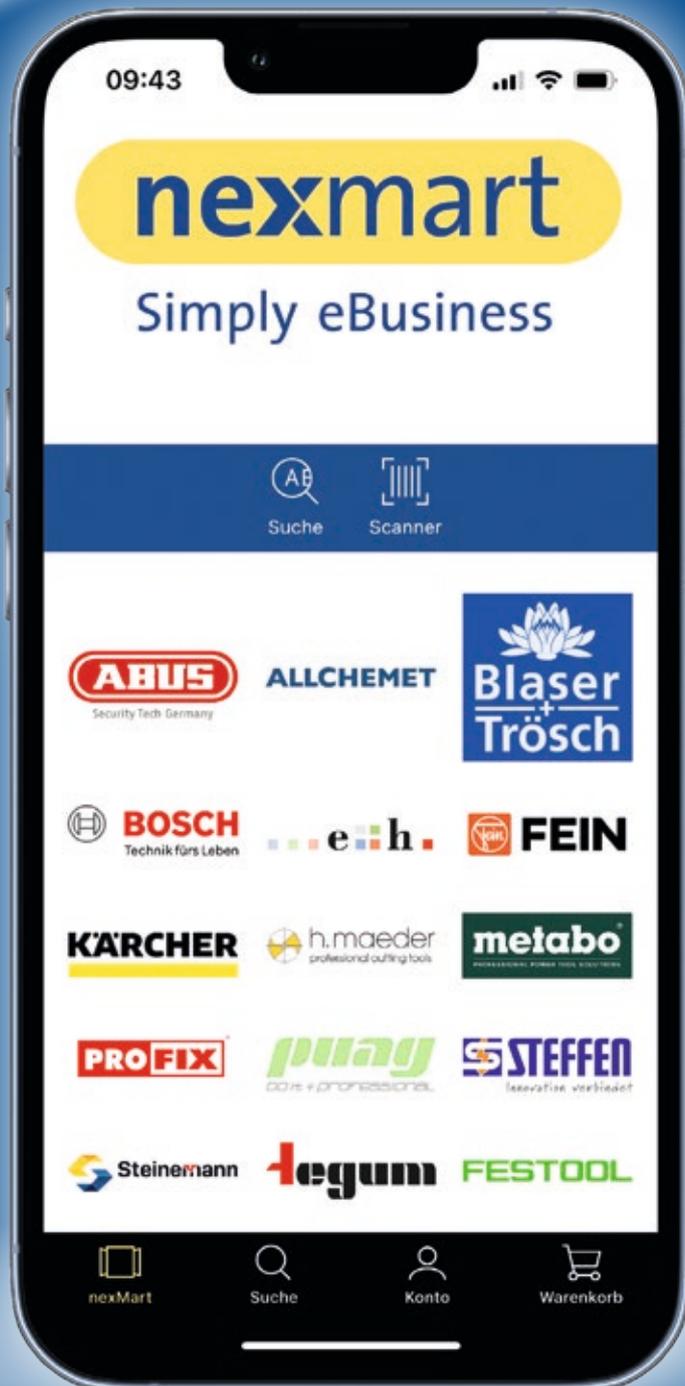
www.kress.com
kress.switzerland@positecgroup.com
+41 56 201 02 30

Kress 

kostenlos testen!

nexmart

Simply eBusiness



Ihre Vorteile:

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

Jetzt ohne Risiko für 3 Monate testen!

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



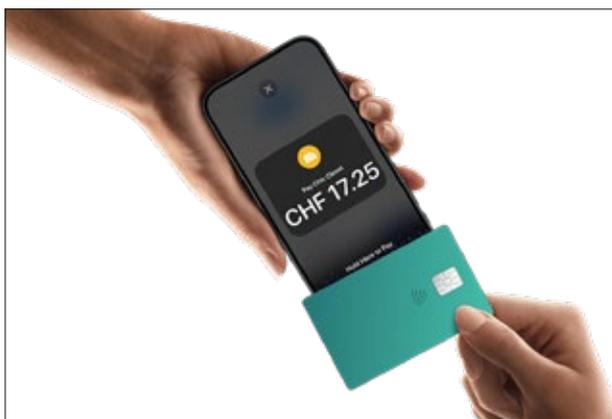
**Die TradeApp
jetzt 3 Monate
kostenlos testen!**



Worldline ermöglicht «Tap to Pay» auf dem iPhone

Schweizer Unternehmen jeder Grösse können ab sofort mit einem iPhone und der Worldline Tap on Mobile App kontaktlose Zahlungen akzeptieren – ohne zusätzliche Hardware.

Mit «Tap to Pay» auf dem iPhone und der Worldline Tap on Mobile App können Unternehmen jeder Grösse in der Schweiz alle Arten von persönlichen, kontaktlosen Zahlungen direkt auf dem iPhone akzeptieren – dazu gehören Kredit- und Debitkarten, Apple Pay und andere digitale Wallets. Es wird keine zusätzliche Hardware oder ein Zahlterminal benötigt.



Die «Tap to Pay»-Technologie nutzt die integrierten Funktionen des iPhones (Modell XS oder neuer), um sowohl Geschäfts- als auch Kundendaten privat und sicher zu halten. Bei der Verarbeitung einer Zahlung speichert Apple keine Kartennummern oder Transaktionsinformationen auf den Apple-Servern.

Die Verwendung von «Tap to Pay» auf dem iPhone zusammen mit der Worldline Tap on Mobile App ist einfach, sicher und schützt alle Daten. Beim Bezahlen genügt es, wenn Kundinnen und Kunden ihre bevorzugte kontaktlose Zahlungsmethode in die Nähe des iPhones des Händlers halten, um die Zahlung sicher über NFC-Technologie abzuschliessen. «Tap to Pay» auf dem iPhone kann sowohl eigenständig als auch ergänzend zu bestehenden Zahlterminals verwendet werden. Das Verkaufspersonal hat die Möglichkeit, den Checkout-Prozess überall im Geschäft abzuschliessen und den Kundinnen und Kunden so ein personalisiertes, nahtloses Einkaufserlebnis zu bieten, ohne dass diese zur Kasse gehen oder in der Schlange warten müssen. Weitere Einsatzbereiche sind die Gastronomie, Lieferdienste, Taxiunternehmen und Marktstandbetreiber.

Diana Hurni, Managing Director Worldline Schweiz, erklärt: «Händler können mit «Tap to Pay» auf dem iPhone Zahlungen sicher und flexibel akzeptieren, indem sie einfach die Worldline Tap on Mobile App auf einem iPhone nutzen. Unabhängig von der Unternehmensgrösse, ist diese innovative Lösung für jede Art von Handel geeignet und bietet eine unkomplizierte und kostengünstige Möglichkeit, die Zahlungsprozesse zu optimieren. Diese Technologie unterstreicht unser Engagement, die Zukunft des Handels mitzugestalten und unserer Kundschaft eine herausragende Lösung für die digitale Wirtschaft zu bieten.»

www.worldline.com

Worldline permet «Tap to Pay» avec l'iPhone

Les entreprises de toutes tailles en Suisse peuvent désormais accepter les paiements sans contact avec un iPhone et l'application Worldline Tap on Mobile, sans équipement supplémentaire.

Grâce à la fonctionnalité «Tap to Pay» de l'iPhone et à l'application Worldline Tap on Mobile, les entreprises de toutes tailles en Suisse peuvent accepter tous types de paiements personnels sans contact directement sur l'iPhone, y compris les cartes de crédit et de débit, Apple Pay et d'autres portefeuilles numériques. Il n'est pas nécessaire d'utiliser un terminal de paiement ou un autre matériel.

La technologie de paiement par simple contact utilise les fonctionnalités intégrées de l'iPhone (modèle XS ou plus récent) pour protéger les données des entreprises et des clients de manière privée et sécurisée. Apple ne stocke pas les numéros de carte ou les informations de transaction sur ses serveurs lors du traitement des paiements.

L'utilisation de la fonctionnalité «Tap to Pay» de l'iPhone avec l'application Worldline Tap on Mobile est simple, sûre et protège toutes les données. Pour effectuer un paiement, les clients n'ont qu'à approcher leur moyen de paiement sans contact préféré de l'iPhone du commerçant pour finaliser le paiement en toute sécurité via la technologie NFC. La fonctionnalité «Tap to Pay» de l'iPhone peut être utilisée de manière autonome ou en complément d'un terminal de paiement existant. Les employés de vente peuvent ainsi finaliser la transaction partout dans le magasin, offrant ainsi une expérience d'achat personnalisée et sans interruption aux clients, qui n'ont pas besoin de se rendre à la caisse ou de faire la queue. Cette solution est également adaptée aux restaurants, aux services de livraison, aux entreprises de taxis et aux stands de marché.

Diana Hurni, Directrice générale de Worldline Suisse, déclare: «Les commerçants peuvent accepter les paiements de manière sécurisée et flexible en utilisant simplement l'application Worldline Tap on Mobile sur un iPhone. Cette solution innovante est adaptée à toutes les entreprises, quelle que soit leur taille, et offre une solution simple et peu coûteuse pour optimiser les processus de paiement. Cette technologie illustre notre engagement à façonner l'avenir du commerce et à offrir à nos clients une solution exceptionnelle pour l'économie numérique.»

www.worldline.com

Vollautomatisierte Läden: Knapp ein Viertel würde gerne in Smart Stores einkaufen

- 13 Prozent glauben, in zehn Jahren gibt es nur noch Smart Stores
- Rund ein Drittel ist skeptisch gegenüber der technischen Zuverlässigkeit



Nastassja Hofmann

«Die Herausforderungen liegen derzeit vor allem in hohen Investitionskosten für die notwendige Technologie wie Künstliche Intelligenz, Sensorik und automatisierte Kassensysteme, aber zum Teil auch in Datenschutzbedenken und Zurückhaltung gegenüber neuer Technologie seitens der Verbraucherinnen und Verbraucher.»

Nastassja Hofmann,
Referentin Retail & Prop Tech,
Bitkom e.V.

Grosser Wocheneinkauf am Samstag und nur zwei Kassen geöffnet? Rund jede und jeder Dritte (35 Prozent) ist genervt, wenn in klassischen Supermärkten lang angestanden werden muss.

Smart Stores könnten hier Abhilfe schaffen. Ein Smart Store ist ein vollautomatisiertes Geschäft, in dem Einkäufe automatisch digital erfasst und ohne Anstehen an der Kasse, zum Beispiel per Smartphone-App oder Kartenzahlung, abgerechnet werden. Fast jede und jeder Vierte (23 Prozent) würde generell gerne in einem Smart Store einkaufen. Unter den Jüngeren ist die Offenheit dabei besonders gross: Unter den 16- bis 29-Jährigen würden 27 Prozent gerne in einem Smart Store einkaufen, unter den 30- bis 49-Jährigen 29 Prozent. Das sind Ergebnisse einer repräsentativen Befragung unter 1180 Internetnutzerinnen und -nutzer in Deutschland ab 16 Jahren im Auftrag des Digitalverbands Bitkom.

Grundsätzlich werden Vorteile vor allem für dünner besiedelte Regionen und hinsichtlich der Zeitersparnis gesehen: 34 Prozent sagen, mit Smart Stores können in ländlichen Gegenden mehr Einkaufsmöglichkeiten entstehen. «Für ländliche Regionen liegt das Potenzial vor allem darin, dass in einem Smart Store hohe Personalkosten wegfallen, durch die ein Geschäft sonst häufig nicht rentabel wäre», so Nastassja Hofmann, Referentin für Retail beim Bitkom.

Ebenfalls knapp ein Drittel (31 Prozent) sagt, Smart Stores, die 24 Stunden geöffnet sind, würden ihnen durch die Unabhängigkeit von Öffnungszeiten den Alltag erleichtern. 26 Prozent sind überzeugt, sie würden beim Einkauf in einem Smart Store viel Zeit sparen.

Insgesamt 13 Prozent der Befragten gehen sogar davon aus, dass es in zehn Jahren nur noch Smart Stores geben wird. «Bisher gibt es solche Smart Stores vor allem in den USA und Südkorea, aber auch in Deutschland werden sie zunehmend erprobt», so Hofmann. «Die Herausforderungen liegen derzeit vor allem in hohen Investitionskosten für die notwendige Technologie wie Künstliche Intelligenz, Sensorik und automatisierte Kassensysteme, aber zum Teil auch in Datenschutzbedenken und Zurückhaltung gegenüber neuer Technologie seitens der Verbraucherinnen und Verbraucher.»

Insgesamt hat rund ein Drittel (36 Prozent) Bedenken, ob die Technik in Smart Stores zuverlässig funktioniert. 32 Prozent sagen, sie hätten Bedenken hinsichtlich des Datenschutzes bei der Nutzung von Smart Stores. Konkret sagen 28 Prozent, sie fänden es beunruhigend, wenn ihre Bewegungen beim Einkaufen in Smart Stores durch Sensoren und Kameras aufgezeichnet würden. Aber auch persönliche Hilfe würde von rund einem Viertel vermisst: 24 Prozent sagen, in Smart Stores würde ihnen der persönliche Kontakt zum Verkaufspersonal fehlen.

www.bitkom.org



Hinweis zur Methodik: Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 1180 Internetnutzerinnen und -nutzer in Deutschland ab 16 Jahren online befragt.

Die Befragung fand im Zeitraum von KW 40 bis KW 43/2024 statt. Die Gesamtumfrage ist repräsentativ. Die Fragestellungen lauteten: «Nun interessiert uns Ihre Meinung zu so genannten Smart Stores. Ein Smart Store ist ein vollautomatisiertes Geschäft, in dem Einkäufe automatisch erfasst und ohne Anstehen an der Kasse, z. B. per Smartphone-App oder Kartenzahlung, abgerechnet werden. Welche der folgenden Aussagen treffen auf Sie bzw. Ihrer Meinung nach zu?».

«Unternehmen müssen die Nutzungsbedingungen der Plattformen für generative KI lesen»

Tools, die mit generativer künstlicher Intelligenz arbeiten, bieten Unternehmen jede Menge Vorteile, bringen aber auch rechtliche Unsicherheiten mit sich. Wie lassen sich die Risiken begrenzen, insbesondere mit Blick auf die Wahrung des Urheberrechts? Antworten von Sabrina Konrad, Juristin am Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum.

Knapp die Hälfte der kleinen und mittleren Unternehmen in der Schweiz haben begonnen, künstliche Intelligenz (KI) in ihre Prozesse einzubinden, wie aus einer Studie der AXA Versicherung und des Forschungsinstituts Sotomo hervorgeht. Neben der Übersetzung und dem Verfassen von Texten nutzen mehr als ein Drittel der Firmen diese neuen Technologien auch für das Erstellen von Werbeanzeigen und knapp ein Viertel für die Erzeugung von Bildern für ihre Website oder ihre PR-Massnahmen.

Mit diesem Vorgehen kann man Kosten sparen und erhält innert kürzester Zeit Zugang zu einer breiten Auswahl an Vorschlägen. Aber was ist mit dem Urheberrecht? Ein Unternehmen darf das Bild einer berühmten Persönlichkeit nicht zu Werbezwecken verfremden, zum Beispiel indem es James Bond mit einer Patek Philippe ausstattet. In welchem Rahmen kann man unverfänglich auf Bilder zurückgreifen, die von diesen Tools generiert werden? Erklärungen dazu liefert Sabrina Konrad, stellvertretende Leiterin des Rechtsdienstes «Urheberrecht» beim Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum (IGE).

Welche Risiken gehen Unternehmen ein, wenn sie Bilder oder Texte verwenden, die durch künstliche Intelligenz generiert wurden?

Sabrina Konrad: In Abhängigkeit von der Qualität des Tools, seiner Funktionsweise und den verwendeten Prompts (Anm. d. Red.: Anweisungen oder Datenreihen, mit denen ein KI-System gefüttert wird) kann es sein, dass die KI Inhalte generiert, in denen urheberrechtlich geschützte Elemente vorkommen. Den Unternehmen können in dem Fall zivilrechtliche oder sogar strafrechtliche Konsequenzen drohen.

Es ist ratsam zu prüfen, ob rechtliche Ausnahmen wie das Zitatrecht gelten, und gegebenenfalls die Quelle zu nennen. Im Zweifelsfall können Unternehmen auch eine Internetrecherche durchführen oder Tools zur Plagiatsprüfung nutzen.

www.kmu.admin.ch

«Il est crucial que les entreprises lisent les conditions d'utilisation des plateformes d'IA générative»

Les outils d'intelligence artificielle générative offrent de formidables opportunités aux entreprises, mais engendrent aussi des incertitudes juridiques. Comment limiter les risques, notamment en matière de respect des droits d'auteurs? Les réponses de Sabrina Konrad, juriste à l'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle.



Sabrina Konrad

Près de la moitié des petites et moyennes entreprises suisses a commencé à intégrer l'intelligence artificielle (IA) à leurs processus, selon une étude de l'assureur AXA et de l'institut Sotomo. Outre la traduction et la rédaction de textes, plus d'un tiers des sociétés utilise ces nouvelles technologies pour rédiger des annonces publicitaires, et près d'un quart pour créer des images pour leur site web ou leur communication.

La démarche permet d'économiser des frais, tout en donnant accès à un vaste choix de propositions en un temps record. Mais qu'en est-il des droits d'auteur? Une entreprise ne peut pas détourner l'image d'une célébrité à des fins publicitaires, en faisant par exemple porter une Patek Philippe à James Bond. Dans quelle mesure peut-on recourir à des images générées par ces outils sans arrière-pensée? Les explications de Sabrina Konrad, cheffe suppléante du service juridique «Droit d'auteur» à l'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle (IPI).

À quoi s'exposent les entreprises qui utilisent des images ou des textes générés par intelligence artificielle?

Sabrina Konrad: Selon la qualité de l'outil, son mode de fonctionnement et les prompts (ndlr: instructions ou séries de données fournies à un système d'IA) utilisés, il est possible que l'IA génère des contenus intégrant des éléments protégés par des droits d'auteur. Les entreprises pourraient ainsi encourir des sanctions civiles et même pénales.

Il est recommandé de vérifier si des exceptions légales comme le droit de citation s'appliquent, et de mentionner le cas échéant la source. En cas de doute, les entreprises peuvent aussi effectuer une recherche sur internet ou recourir à des outils de détection de plagiat.

www.kmu.admin.ch



...lesen Sie hier das ganze Interview.



...lisez toute interview ici.

Europol Bericht 2024: KI als «Währung der Macht»

Die diesjährige Europol-Analyse 2024 der EU-Polizeibehörde beleuchtet die wachsende Bedrohung durch kriminelle Netzwerke, die zunehmend Künstliche Intelligenz (KI) nutzen, um Daten und Passwörter zu stehlen.

Die Exekutivdirektorin Catherine De Bolle betont: «Die DNA der organisierten Kriminalität verändert sich gerade», und weist explizit darauf hin, dass sich die organisierte Kriminalität in globale, technologiegestützte Unternehmen verwandelt hat, die digitale Plattformen und illegale Finanzströme ausnutzen.

Die Europol-Analyse zeigt ferner, dass fast alle Formen des organisierten Verbrechens einen digitalen Fussabdruck hinterlassen und das Internet sowohl als Werkzeug als auch als Ziel von Angriffen dient.

Cyberangriffe, insbesondere auf kritische Infrastrukturen und Privatpersonen, nehmen massiv zu, oft mit politischer Motivation aus Ländern wie Russland. Ransomware-Angriffe verursachen immense Schäden, während moderne KI auch zur Identitätsfälschung und zur Erstellung von missbräuchlichem Material eingesetzt wird.

Europol muss und wird seine Fähigkeiten verbessern, um im Kampf gegen diese Bedrohungen mithalten zu können und die Sicherheit in der EU zu gewährleisten.

Catherine De Bolle ist eine belgische Juristin, ehemalige Generalkommissarin der Nationalpolizei des Königreichs Belgien und seit Mai 2018 Direktorin des Europäischen Polizeiamtes.

Als Exekutivdirektorin leitet Frau De Bolle die Verwaltung von Europol, verantwortet die Personalführung und ist für die Erfüllung der Europol zugewiesenen Aufgaben verantwortlich.



Catherine de Bolle

Angesichts der organisierten Kriminalität in KI-Zeiten verlangt die Exekutivdirektorin Catherine De Bolle ein erhöhtes digitales Sicherheitsbewusstsein, um letztlich mithalten zu können: «Wir müssen unsere nachrichtendienstlichen Erkenntnisse, unsere operative Reichweite und unsere Partnerschaften ausbauen, um die Sicherheit der EU auch in den kommenden Jahren zu schützen.»

www.europol.europa.eu

Rapport Europol 2024: L'IA, une «monnaie du pouvoir»

Le rapport annuel d'Europol pour 2024, l'organisme de police de l'UE, met en évidence la menace croissante des réseaux criminels qui utilisent de plus en plus l'intelligence artificielle (IA) pour voler des données et des mots de passe.

La directrice exécutive Catherine De Bolle souligne que «l'ADN du crime organisé est en train de changer» et souligne explicitement que le crime organisé s'est transformé en entreprises mondiales utilisant la technologie, exploitant les plateformes numériques et les flux financiers illégaux.

Le rapport d'Europol montre également que presque toutes les formes de criminalité organisée laissent une trace numérique et que l'Internet est à la fois un outil et une cible d'attaques.

Les attaques informatiques, en particulier contre les infrastructures critiques et les particuliers, augmentent de manière spectaculaire, souvent avec une motivation politique en provenance de pays comme la Russie. Les attaques par ransomware causent des dommages considérables, tandis que l'IA moderne est utilisée pour falsifier des identités et créer du contenu abusif.

Europol doit et va améliorer ses capacités pour faire face à ces menaces et garantir la sécurité dans l'UE.

Catherine De Bolle est une juriste belge, ancienne commissaire générale de la police nationale du Royaume de Belgique et directrice d'Europol depuis mai 2018.

En tant que directrice exécutive, Mme De Bolle dirige la gestion d'Europol, est responsable de la gestion du personnel et de la réalisation des missions qui lui sont confiées.

Face au crime organisé dans l'ère de l'IA, la directrice exécutive Catherine De Bolle appelle à une plus grande sensibilisation à la sécurité numérique, afin de pouvoir suivre le rythme: «Nous devons renforcer nos capacités de renseignement, notre portée opérationnelle et nos partenariats pour protéger la sécurité de l'UE dans les années à venir.»

www.europol.europa.eu

spoga+gafa 2025: Trendbericht Gartenmöbel und Dekoration

Wie verändert sich das Leben im Freien? Welche Trends bestimmen die Gestaltung von Gärten, Terrassen und Balkonen? Vom 24. bis zum 26. Juni präsentiert die spoga+gafa die neuesten Innovationen für den Gartenlifestyle.



Einladende Gartengestaltung

Der Aussenbereich wird zum zweiten Wohnzimmer – ein Trend, der moderne Gartenkollektionen prägt. Ob auf der Terrasse oder dem Balkon: Outdoormöbel überzeugen mit einladendem Design, abgerundeten Formen, weichen Kissen, und haptisch angenehmen Materialien. Wärme, gedeckte Farben und handgefertigte Pflanzgefäße sorgen für eine behagliche Atmosphäre. Für stimmungsvolle Lichtverhältnisse setzen Sonnenschirme im Retrolook und dimmbare Aussenleuchten charmante Akzente.

Zeitlos modern: Beständigkeit im Design

Es geht um Beständigkeit, sowohl bei den wetterfesten Materialien als auch in der Gestaltung der Möbel selbst. Ohne modisches Beiwerk prägen klare Formen und ergonomische Linien das Design des «grünen Wohnzimmers». Diese Haltung wird mit dem Einsatz beständiger und robuster Materialien wie Naturholz, Leder oder Beton noch unterstrichen. Langlebige Lösungen tragen nicht nur zum Komfort im Freien bei, sondern schonen auch Ressourcen.

Elegante Leichtigkeit: Entspannter draussen sein

Aktuelles Design für Outdoormöbel besticht mit einer filigranen Leichtigkeit, die sowohl Natürlichkeit als auch Eleganz ausstrahlt. Schlanke Linien und organische Formen vereinen sich harmonisch mit Erdtönen und sanften, zurückhaltenden Farben. Sorgfältig gestaltete Teakholz-Garnituren und Low-Dining-Stühle erinnern an das elegante Design der 1950er-Jahre.

Wohnliches, zeitloses Design, Ressourcenschonung, gestalterische Leichtigkeit und Vielseitigkeit – diese Trends prägen die Gestaltung von aktuellen und zukünftigen Aussenbereichen. Welche weiteren Themen und Trends grüne Lebenswelten von Morgen beeinflussen werden, zeigt die spoga+gafa vom 24. bis zum 26. Juni 2025 in Köln. Das neue Leitthema «Design Gardens» wird dann von internationalen Ausstellern aus allen Bereichen des Gartens lebendig gemacht, um spannende Einblicke in die Zukunft des Gartenlifestyles zu bieten.

www.spogagafa.com

spoga+gafa 2025: rapport sur les tendances des meubles de jardin et de la décoration

Quels sont les changements concernant la vie en plein air? Quelles sont les tendances déterminantes de l'aménagement des jardins, des terrasses et des balcons? Du 24 au 26 juin, spoga+gafa présente le lifestyle au jardin et les toutes dernières innovations s'y rapportant.

Aménager un jardin accueillant

L'espace de plein air devient un salon de plein air – une tendance caractéristique des collections modernes de mobilier outdoor. Utilisés sur la terrasse ou sur le balcon, les meubles outdoor séduisent par un design accueillant, des formes arrondies, des coussins moelleux et des matériaux agréables au toucher. Des couleurs chaudes et douces et des bacs à fleurs artisanaux créent une ambiance chaleureuse. Des parasols au look rétro et des luminaires extérieurs à variateur d'intensité ajoutent une note de charme tout en créant une ambiance lumineuse agréable.

Intemporelle et moderne: la durabilité au cœur du design

La durabilité est un but à atteindre, tant au niveau des matériaux résistants aux intempéries que de la conception des meubles eux-mêmes. Des formes épurées et des lignes ergonomiques caractérisent le design du «salon vert» qui se passe de fioritures à la mode. Cette approche est soulignée par l'utilisation de matériaux résistants et robustes comme le bois naturel, le cuir ou le béton. Des solutions durables contribuent au confort en plein air et ménagent également les ressources.

Élégance et légèreté: détente en plein air

Le design actuel du mobilier outdoor séduit par sa légèreté en filigrane, synonyme de naturel et d'élégance tout à la fois. Des lignes élancées et des formes organiques s'associent de façon harmonieuse avec des tons chauds de terre et des couleurs douces et sobres. Des salons en teck conçus avec soin et des chaises low dining rappellent l'élégance du design des années 50.

Design intemporel et chaleureux, préservation des ressources, conception associant légèreté et polyvalence – ces tendances sont déterminantes dans l'aménagement actuel d'espaces extérieurs et le resteront à l'avenir. Les autres thèmes et tendances qui influenceront la conception et la réalisation des espaces de vie végétalisés de demain sont à découvrir à spoga+gafa, qui se tient à Cologne du 24 au 26 juin 2025. Dans tous les secteurs du jardin, des exposants internationaux rendront vivant le nouveau thème principal « Design Gardens » et donneront un aperçu intéressant du lifestyle au jardin, tel qu'il sera demain.

www.spogagafa.com



Le Creuset feiert 100 Jahre farbenfrohes Design

Le Creuset gilt als Pionier für farbenfrohes Kochgeschirr und wurde 1925 im französischen Fresnoy-le-Grand von den belgischen Industriellen Armand Desaegher, einem Spezialisten für Emaillierung, und Octave Aubecq, einem Giessereiexperten, gegründet.

Von der Giesserei zu den berühmten Klassikern

Die Einführung der ersten Emaillefarbe, Ofenrot, markiert den Beginn einer eindrucksvollen Reise. Bis heute wird das emaillierte Guss-eisen in der ursprünglichen Giesserei gefertigt, wobei jedes Stück durch die Hände mehrerer erfahrener Kunsthandwerker geht, um eine herausragende Qualität zu gewährleisten. Das Produktdesign konzentriert sich auf Schönheit, Langlebigkeit und hervorragende Kochergebnisse. Le Creuset bietet bei Kochgeschirr die breiteste Farbpalette, die Eleganz und Modernität miteinander verbindet und sowohl zeitlose als auch trendige Nuancen beinhaltet.

Der Schmelztiegel der Exzellenz

Heute genauso wie in 100 Jahren ist schönes Kochgeschirr die Basis für eine schöne Küche. Seit der Gründung des Unternehmens vor einem Jahrhundert steht Le Creuset für hochwertiges Geschirr, das in seiner Ästhetik beständig und langlebig genug ist, um Generationen zu überdauern. Damit avanciert Le Creuset zum kulinarischen Erbstück, das durch gemeinsame verbrachte Zeit und die Leidenschaft fürs Kochen und Essen tiefe persönliche Beziehungen entstehen lässt – Mahlzeit für Mahlzeit, Jahr für Jahr, Generation für Generation.

www.lecreuset.ch

Das umfangreiche Farbangebot umfasst Gusseisen, Steinzeug sowie Mühlen und Silikon.

Emailliertes Guss-eisen-Kochgeschirr ist weltweit in über 60 Farben erhältlich, Steinzeug wird in nahezu 100 Farben angeboten.

Le Creuset fête 100 ans de designs en couleur

Le Creuset, entreprise pionnière dans la fabrication d'ustensiles de cuisine colorés, a été fondée en 1925 dans la ville française de Fresnoy-le-Grand par deux industriels belges, Armand Desaegher, spécialiste de l'émaillage, et Octave Aubecq, expert en fonderie.

De la fonderie aux célèbres classiques

Le lancement de la première couleur émaillée, Volcanique, marque le début d'une histoire impressionnante. Aujourd'hui encore, la fonte émaillée est fabriquée dans la fonderie d'origine, chaque pièce passant entre les mains de plusieurs artisans spécialisés pour garantir une qualité exceptionnelle. Le design du produit est pensé selon plusieurs facteurs : la beauté, la durabilité et d'excellents résultats de cuisson. Le Creuset décline ses ustensiles de cuisine dans une vaste palette de couleurs, alliant élégance et modernité, et comprenant à la fois des nuances intemporelles et tendance.

Le Creuset décline ses ustensiles de cuisine dans une vaste palette de couleurs, alliant élégance et modernité, et comprenant à la fois des nuances intemporelles et tendance.

Le «creuset» de l'excellence

Aujourd'hui tout comme il y a 100 ans, une vaisselle de cuisson esthétique forme la base d'une belle cuisine. Depuis la fondation de l'entreprise il y a un siècle, Le Creuset est synonyme d'ustensiles haut de gamme esthétiques et durables, qui se transmettent de génération en génération. Les produits Le Creuset sont ainsi un héritage culinaire, permettant de créer des liens profonds et personnels grâce au temps partagé ensemble et à la passion pour la cuisine et les aliments, et ce repas après repas, année après année et génération après génération.

www.lecreuset.ch



Les assortiments de fonte émaillée et de céramique ainsi que les moulin et les ustensiles en silicone se déclinent dans une vaste gamme de couleurs.

La vaisselle de cuisson en fonte émaillée est disponible en plus de 60 couleurs à travers le monde, tandis que l'assortiment de céramique est proposé en près de 100 couleurs.



Statement für Design und Handwerkskunst

Nach dem German Design Award 2025 erhält der Luxus-Grill «Compadre Grill & Ofen» nun den zweiten grossen Designpreis, den IF Design Award 2025.

Die Auszeichnung in der Disziplin «Produkt», Kategorie «Garten» würdigt die innovative und herausragende Gestaltung des Luxusgrills, der jetzt auf den Markt kommt. Damit zählt der brandneue Designergrill zu den Besten unter den fast 11 000 Einreichungen aus 66 Ländern. Jeder Compadre wird auf Bestellung in der Manufaktur gefertigt, nummeriert und auf Wunsch individuell graviert.

Zeitgemässe Alternative zum klassischen Grill

Inspiriert von den markanten Werkstoffen der modernen Architektur, ist der Compadre der erste mobile Grillofen aus Sichtbeton und Stahl. Sowohl durch seine aussergewöhnliche Materialwahl als auch seine organisch-ikonische Formgebung hebt sich der Compadre von herkömmlichen Grill-Designs ab.

Konzipiert ist der Compadre als Hochleistungs-Holzkohlegrill und mobiler Backofen in einem. Der innovative Einsatz von Thermo-Sichtbeton gewährleistet eine aussergewöhnliche Hitzebeständigkeit und Wärmespeicherung; die luftdichte Verschlusskonstruktion sorgt dafür, dass die Aromen im Grillgut verbleiben und das Geschmackserlebnis intensiviert wird.

Diese gelungene Symbiose von Form und Funktion hat die erfahrene Fachjury offensichtlich überzeugt. Der IF Design Award ist ein Gütesiegel für herausragende Gestaltung und Designqualität. Er wird von der iF International Forum Design GmbH, einer der ältesten unabhängigen Designinstitutionen der Welt, seit über 70 Jahren verliehen.

www.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!



Axel Puhmann, Gründer und Entwickler

Die BBQ-Welt in ihrer ganzen Vielfalt.



DAS UMFASSENDSTE SORTIMENT FÜR HANDEL UND PROFIS AN EINEM ORT, DER GRÖSSTEN GARTEN- UND BBQ-MESSE DER WELT.

Auch darüber hinaus bietet die spoga+gafa das **breiteste und tiefste Sortiment** der globalen **Grünen Branche. One-Stop-Shopping** zum besten **Orderzeitpunkt** für alle Segmente des Gartens!



Erfahren Sie mehr und entdecken Sie unsere Aussteller und Sonderflächen unter spogagafa.com

Koelnmesse GmbH
 mariaelena.vacchi@koelnmesse.it
 Telefon: +39 02 8696131
 #spogagafa #designgardens
 spogagafa.de



Nur Positives aus Chicago

Die starke Beteiligung von Händlern und Ausstellern legt den Grundstein für bessere Kontakte, neue Produkte und Wachstum im kommenden Jahr.

Die Inspired Home Show® 2025 ist Anfang März zu Ende gegangen, aber die Teilnehmenden haben bereits damit begonnen, die Kontakte, Ideen, Produkte und Trends, die sie auf der erfolgreichen Veranstaltung kennengelernt haben, für sich zu nutzen. Die führende Fachmesse für Heim- und Haushaltswaren präsentierte den Besuchern aus 115 Ländern auf der McCormick Place in Chicago während der 125. Ausgabe der Show einzigartige Marken und über 300 000 Produkte.

«Die Verantwortlichen von Ausstellern und Einkäufern haben uns mitgeteilt, wie sehr sie die zahlreichen und qualitativ hochwertigen Top-to-Top-Meetings schätzen, die sie in nur drei Tagen und unter einem Dach abhalten konnten», so Derek Miller, Präsident und CEO der International Housewares Association (IHA), die die Veranstaltung organisiert. «Diese Kontakte und die Möglichkeit, so viele neue und innovative Produkte zu entdecken, werden für das Wachstum im kommenden Jahr entscheidend sein.»

Neben einer starken Präsenz von Ausstellern aus der ganzen Branche waren auch fast alle wichtigen Händler mit Führungskräften, Einkaufsleitern, Einkaufsmanagern und Einkäufern vertreten. «Auch wenn wir die 125. Ausgabe dieser renommierten Ausstellung feiern, liegt unser Fokus auf der Zukunft», so Miller. «Wir arbeiten ständig mit Ausstellern, Einkäufern und Händlern zusammen, um die Ausstellung an die sich verändernden Bedürfnisse anzupassen und ihnen den Erfolg zu ermöglichen.»

www.theinspiredhomeshow.com

Des retours positifs de Chicago

La forte participation d'exposants et d'acheteurs a jeté les bases d'une meilleure communication, de nouveaux produits et d'une croissance pour l'année à venir.

The Inspired Home Show® 2025 s'est terminée début mars, mais les participants ont déjà commencé à exploiter les contacts, les idées, les produits et les tendances qu'ils ont découverts lors de cette manifestation réussie. Le salon professionnel phare de produits pour la maison et le ménage a présenté aux visiteurs de 115 pays, au McCormick Place de Chicago, des marques uniques et plus de 300 000 produits lors de sa 125^e édition.

«Des représentants des exposants et des acheteurs nous ont fait part de leur satisfaction face au grand nombre de rencontres de haut niveau qu'ils ont pu avoir en seulement trois jours et sous un même toit», a déclaré Derek Miller, président et PDG de l'International Housewares Association (IHA), organisatrice du salon. «Ces contacts et la possibilité de découvrir autant de nouveaux produits innovants seront déterminants pour la croissance à venir.»

Outre une forte présence d'exposants de toute la branche, le salon a également attiré presque tous les grands distributeurs, avec leurs dirigeants, responsables et gestionnaires des achats. «Bien que nous célébrions la 125^e édition de cette exposition de renom, notre attention se porte sur l'avenir», a déclaré Miller. «Nous travaillons en permanence avec les exposants, les acheteurs et les distributeurs pour adapter le salon aux besoins changeants pour leur permettre de réussir.»

www.theinspiredhomeshow.com



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.

Die zweite Messe-Ausgabe soll ein voller Erfolg werden

Mit über 300 Ausstellern aus 21 Ländern und rund 6000 erwarteten Besuchern aus Italien und Europa etabliert sich die Veranstaltung als Referenz für den Eisenwaren-Sektor auf dem italienischen Markt.

Die Internationale Eisenwaren-Messe Italien, die am Donnerstag, 8. Mai, und Freitag, 9. Mai 2025, im Messezentrum von Bergamo stattfindet, wird die Plattform für eine Veranstaltung sein, die sich nach dem Erfolg der ersten Ausgabe als unverzichtbarer Treffpunkt für Fachleute aus den Bereichen Eisenwaren, Bauwesen, Heimwerkerbedarf, industrielle Ausrüstung, Garten- und Outdoorprodukte, Sicherheit, Farben, Elektro- und Autozubehör etabliert.



Der klare Fokus

Der Event bietet zahlreiche Möglichkeiten zum Networking, aktuelle Brancheninformationen und Gelegenheiten für einen Dialog zwischen den wichtigsten Marktteilnehmern sowie einen klaren Fokus auf die Schlüsselthemen des Marktes und ein umfassendes Besucher-Erlebnis.

Das Konferenzprogramm bietet einen umfassenden Überblick über die wichtigsten Trends des Marktes, mit einem besonderen Fokus auf:

- **Digitalisierung:** Wie die neuen Technologien die Branche verändern und welche Chancen das für die Unternehmen bietet.
- **Nachhaltigkeit:** neue Verbrauchsmodelle und die innovativsten Lösungen im Bereich «grüne Bauweisen».
- **Die Entwicklung der Vertriebsformate:** Die neuen Herausforderungen des Handels heute und wie sich die Vertriebsketten anpassen.
- **Die Farbindustrie**
- **Hand- und Elektrowerkzeuge**
- **Internationale Vertriebsorganisation**

Die ideale Lage

Die Fiera di Bergamo, die die Veranstaltung beherbergt und sich hinter dem Flughafen Orio International und an der Kreuzung wichtiger Autobahnrouen befindet, steht dank ihrer zentrale Rolle für den Erfolg der Ausstellung.

www.hardwarefair-italy.com

Das moderne und gut erreichbare Messegelände in Bergamo.



La deuxième édition du salon devrait être un grand succès

Avec plus de 300 exposants provenant de 21 pays et près de 6000 visiteurs italiens et européens attendus, l'événement s'est imposé comme une référence pour le secteur de la quincaillerie sur le marché italien.

Le salon international de la quincaillerie en Italie, qui se tiendra jeudi 8 et vendredi 9 mai 2025 au BergamoFiere, sera la plateforme d'un événement qui, après le succès de la première édition, s'impose comme un point de rencontre indispensable pour les professionnels des secteurs de la quincaillerie, de la construction, du bricolage, de l'équipement industriel, des produits de jardin et d'extérieur, de la sécurité, des peintures, des accessoires électriques et d'automobiles.

Un objectif clair

L'événement offrira de nombreuses opportunités de réseautage, des informations de premier plan sur la branche et des occasions de dialogue entre les principaux acteurs du marché, clairement ciblées sur les thèmes clés du marché et une expérience visiteur complète.

Le programme de conférences fournira une vue d'ensemble des tendances les plus importantes du marché, avec un accent particulier sur:

- **La numérisation:** comment les nouvelles technologies transforment le secteur et quelles opportunités cela représente pour les entreprises.
- **La durabilité:** les nouveaux modèles de consommation et les solutions les plus innovantes en matière de construction durable.
- **L'évolution des modèles de distribution:** les nouveaux défis du commerce aujourd'hui et comment les chaînes de distribution s'adaptent.
- **L'industrie des peintures**
- **Les outils manuels et électriques**
- **L'organisation de la distribution internationale**

Un emplacement idéal

La Fiera di Bergamo, qui accueille l'événement et se trouve à proximité de l'aéroport international d'Orio et à l'intersection de grands axes routiers, joue un rôle central dans le succès de l'exposition.

www.hardwarefair-italy.com

L'exposition moderne et bien accessible à Bergame.

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

technocraft – Werkzeug für Profis

In der Welt des Handwerks gibt es zwei Arten von Menschen: Die, die suchen – und die, die schaffen. technocraft sorgt dafür, dass professionelle Handwerker nicht mehr nach dem richtigen Werkzeug suchen müssen, sondern direkt ans Werk gehen können. Denn Zeit ist kostbar, und Präzision ist alles.



Tim Craft – das Gesicht von technocraft

Tim Craft ist nicht nur ein Handwerker – er ist ein Macher. Er hat die Späne im Blut, den Metallstaub unter den Fingernägeln. Er kennt

das Problem: Eine Werkzeugkiste, die mehr Chaos als Lösung bietet. Ein Werkzeugwagen, der nie genau das enthält, was man gerade braucht. Ein ständiges Suchen nach dem passenden Schlüssel, der richtigen Zange oder dem perfekten Schraubendreher.

Aber Tim hat eine Lösung: technocraft

technocraft bietet ein qualitativ hochwertiges Werkzeugsortiment, das alle Bedürfnisse des professionellen Handwerkers abdeckt – und das zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis.

Mit über 25 Jahren Erfahrung entwickelt Tim mit seinem Team die beste Zusammenstellung von Werkzeugkoffern, Werkzeugkisten und Werkzeugwagen.

Damit technocraft ein umfassendes Sortiment bieten kann, tüftelt er ständig in seiner Heimat Luzern an Sortimentsverbesserungen- und Erweiterungen wie z. B. jüngst das qualitativ verbesserte und ausgebaute Zerspannungssortiment. Seine Mission ist es, dass überall wo technocraft PROFESSIONAL drauf steht auch technocraft PROFESSIONAL drin steckt.

Deshalb gibt es von technocraft verschiedene Werkzeugsätze mit Werkzeug in einer hervorragenden Qualität, die sich perfekt an die Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe anpassen. Kein unnötiges Wühlen, kein Frust – nur pure Effizienz. Jeder Werkzeugwagen, jede Werkzeugkiste und jeder Werkzeugkoffer ist so konzipiert, dass alles genau dort ist, wo es hingehört.

Mehr zu Tim Craft

Tim ist keiner, der grosse Reden schwingt – er packt an. Seine Geschichten handeln nicht von Theorien, sondern von echten Herausforderungen und smarten Lösungen. Genau deshalb ist er das Gesicht von technocraft: Ehrlich, kompetent und raffiniert.

Er zeigt, wie technocraft Werkzeugsätze den Alltag erleichtern – egal ob in der Werkstatt, auf der Baustelle oder bei Unterhaltsarbeiten. Tim testet, erklärt und beweist: Wer mit technocraft arbeitet, arbeitet intelligenter – nicht härter. Weil Handwerker Werkzeug für Profis brauchen, keine Kompromisse.

Allchemet AG
Emmenweidstrasse 58
6020 Emmenbrücke
www.allchemet.ch
www.technocraft.ch



Sicher stehen mit System

HYMER-Steigtechnik erweitert sein Sortiment um zwei neue Service- und Montagetritte. Die Modelle bieten eine sichere und ergonomische Arbeitsplattform für Aufbau-, Wartungs- und Reparaturarbeiten.

Der einseitig begehbare Klapptritt (Modell 6036) zeichnet sich durch seine kompakte Bauweise und die geringe Ausladung des Stützteils aus, wodurch eine maximale Nähe zur Arbeitsfläche ermöglicht wird. Ergänzt wird das Sortiment durch den beidseitig begehbaren Klapptritt (Modell 6034), der eine flexible Nutzung von beiden Seiten erlaubt. Beide Modelle verfügen über eine grosszügige Plattform von 400 × 500 mm, die einen sicheren Stand gewährleistet.

Modell 6036: Einseitig begehbarer Klapptritt

Das Modell 6036 ist speziell für Arbeiten konzipiert, bei denen eine möglichst geringe Distanz zur Arbeitsfläche erforderlich ist. Die schmale Ausladung des Stützteils ermöglicht eine optimale Positionierung. Durch den ergonomischen Griff lässt sich der Klapptritt mühelos auf- und zuklappen. So kann er platzsparend gelagert und einfach transportiert werden. Dank einer Einrastfunktion klappt der Tritt nicht zusammen, wenn er in Verwendung ist.



Modèle 6036: marchepied pliant à accès unilatéral

Le modèle 6036 est spécialement conçu pour les travaux qui nécessitent une distance minimale par rapport à la surface de travail. La faible extension de la partie de soutien permet une position optimale. La poignée ergonomique permet de relever et de rabattre le marchepied avec facilité. Il peut ainsi être rangé de manière peu encombrante et transporté facilement. Grâce à une fonction de verrouillage, le marchepied ne se replie pas lorsqu'il est utilisé.

Modell 6034: Beidseitig begehbarer Klapptritt

Für maximale Flexibilität sorgt das Modell 6034, das einen beidseitigen Aufstieg ermöglicht. Dies erleichtert den Zugang zur Arbeitsfläche von verschiedenen Positionen aus und erhöht die Anpassungsfähigkeit im Arbeitsalltag. Auch dieses Modell ist mit der grossflächigen Plattform ausgestattet und das D-Holm-Konzept garantiert hohe Verwindungsstabilität und eine sichere Nutzung. www.hymer-steigtechnik.de



Modèle 6034: marchepied pliant à accès bilatéral

Le modèle 6034 offre une flexibilité maximale, car il permet un accès bilatéral. Cette fonction facilite l'accès à la surface de travail depuis différentes positions et augmente la capacité d'adaptation dans la vie professionnelle. Ce modèle est également équipé d'une grande plateforme et la conception en H garantit une grande stabilité et une utilisation sûre. www.hymer-steigtechnik.de



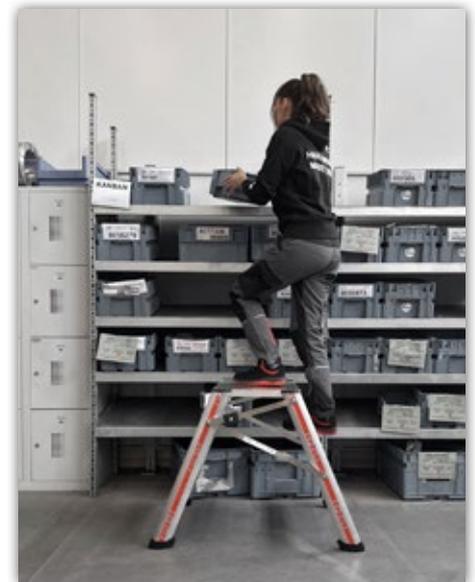
Klapptritte im praktischen Einsatz – Die Modelle 6034 und 6036 bieten sicheren und flexiblen Zugang in verschiedenen Industriebereichen, wie z. B. bei Wartungsarbeiten und Montageaufgaben.

Les modèles 6034 et 6036 sont des escabeaux pliants offrant un accès sûr et flexible dans différents secteurs industriels, par exemple pour des travaux de maintenance et d'assemblage.

Se tenir d'aplomb en sécurité

HYMER-Steigtechnik complète sa gamme par deux nouveaux marchepieds de service et de montage. Ces modèles offrent une plateforme de travail sûre et ergonomique pour les travaux d'installation, d'entretien et de réparation.

Le marchepied pivotant à accès unilatéral (modèle 6036) se caractérise par sa conception compacte et la faible extension de la partie de soutien, ce qui permet de se rapprocher au maximum de la surface de travail. La gamme est complétée par le marchepied pivotant à accès bilatéral (modèle 6034), qui permet une utilisation flexible depuis les deux côtés. Les deux modèles disposent d'une plateforme généreuse de 400 × 500 mm qui assure une bonne stabilité.





REPORTAGE PUBLICITAIRE

technocraft – des outils pour les pros

Dans le monde de l'artisanat, il existe deux genres de personnes: celles qui cherchent – et celles qui accomplissent. technocraft fait en sorte que les artisans professionnels n'aient plus à chercher le bon outil mais qu'ils puissent se mettre à l'œuvre. Car le temps est précieux, et la précision, essentielle.



Tim Craft – le visage de technocraft

Tim Craft n'est pas qu'un artisan – il entreprend. Il a le métier dans le sang, la poussière de métal sous ses ongles. Et il connaît le problème:

une caisse à outils qui apporte davantage de chaos qu'une solution; un chariot d'atelier ne contenant jamais exactement ce dont on a besoin; chercher constamment la clé adaptée, la bonne pince ou le tournevis parfait.

Mais Tim avait la solution: technocraft

technocraft propose un assortiment d'outils haut de gamme qui couvre tous les besoins de l'artisan professionnel – et ce, au meilleur rapport qualité-prix.

Fort de 25 ans d'expérience, Tim conçoit avec son équipe la meilleure gamme de coffres, de caisses et de chariots à outils qui soit.

Afin que technocraft puisse proposer un assortiment complet, il travaille sans cesse, dans son fief de Lucerne, à améliorer et à élargir l'offre d'outillage, avec, par exemple dernièrement, l'assortiment pour l'usinage, encore plus vaste et de qualité améliorée. Sa mission: faire en sorte que partout où il est écrit technocraft PROFESSIONAL, il y ait aussi technocraft PROFESSIONAL à l'intérieur.

C'est pourquoi technocraft propose différents jeux d'outils composés de produits d'excellente qualité et parfaitement adaptés aux besoins de chaque corps de métier. Aucune recherche inutile, aucune frustration – l'efficacité à l'état pur. Chaque servante d'atelier, chaque caisse et chaque coffre à outils est conçu pour contenir exactement ce dont le professionnel a besoin.

Gros plan sur Tim Craft

Tim n'est pas un homme de longs discours – il remonte ses manches. Il n'évolue pas dans les grandes théories, mais se nourrit de véritables défis et de solutions intelligentes. Voilà pourquoi il est le visage de technocraft: franc, compétent et raffiné.

Il montre combien les jeux d'outils technocraft facilitent le quotidien – que ce soit dans les ateliers, sur les chantiers ou dans les travaux d'entretien. Tim teste, explique et démontre: quiconque travaille avec technocraft travaille plus intelligemment – pas plus dur. Parce que les artisans ont besoin d'outils de pros, non de compromis.

Allchemet AG
Emmenweidstrasse 58
6020 Emmenbrücke
www.allchemet.ch
www.technocraft.ch



Neue BBQ-Sprühflasche von Birchmeier

Der Sprüher eignet sich speziell zum Auftragen dünnflüssiger Marinaden wie Öl, Essig, Sojasauce, Zitronensaft oder Sherry-Wein. Es wird weniger Marinade verwendet und das Besprühen ist gleichmässiger als mit einem Pinsel.

Das Gerät entspricht aufgrund der Bauart und Materialwahl den Sicherheits- und Gesundheitsanforderungen für den direkten Kontakt mit Lebensmitteln und erfüllt sämtliche Vorgaben der Verordnungen für den Kontakt mit Lebensmitteln.

Das Grill Star-Display mit 65 Stück kann am POS direkt neben den Produkten rund ums Grillen platziert werden oder als Desk Display mit 15 Stück im Kassensbereich.

www.birchmeier.com



Nouvelle bouteille vaporisateur BBQ de Birchmeier

Ce vaporisateur est spécialement conçu pour appliquer des marinades peu épaisses comme l'huile, le vinaigre, la sauce soja, le jus de citron ou le vin de Xérès. On utilise moins de marinade et la vaporisation est plus uniforme qu'avec un pinceau.

Grâce à sa conception et au choix des matériaux, l'appareil répond aux exigences de sécurité et de santé pour le contact direct avec les aliments et satisfait à toutes les prescriptions des ordonnances relatives au contact avec les aliments.

Le présentoir Grill Star de 65 pièces peut être placé au point de vente directement à côté des produits liés à la grillade ou comme présentoir de comptoir de 15 pièces dans la zone des caisses.

www.birchmeier.com

BBQ Outdoor Kollektion von Le Creuset

Mit der neuen BBQ Outdoor Kollektion präsentiert Le Creuset eine speziell fürs Kochen auf offener Flamme konzipierte Kochgeschirrschere, die den kulinarischen Spielraum fürs Outdoor Cooking genussvoll erweitert.

Zum Sortiment gehören eine runde Grillpfanne, ein quadratischer Grillkorb, eine runde Pizzapfanne, eine rechteckige Grillplatte, eine quadratische Grillpfanne mit Rillen sowie ein runder Bräter mit Deckel.

Weil der Stauraum meist begrenzt ist, in der Küche wie im Camper, lässt sich das BBQ-Equipment zum platzsparenden Aufbewahren perfekt ineinander stapeln. Abgerundet wird die BBQ Outdoor Collection durch praktisches Zubehör wie einen Untersetzer Signature aus Guss-eisen, Zange, Wender, Gabel und Pinsel aus Edelstahl sowie eine Reinigungsbürste.

www.lecreuset.ch



La Collection Barbecue de Le Creuset

Avec la nouvelle Collection Barbecue, Le Creuset propose un assortiment d'ustensiles spécialement conçus pour une cuisson directement sur la flamme permettant d'élargir le champ culinaire de la cuisine en plein air.

La gamme comprend un skillet rond, un panier à griller carré, une plaque à pizza ronde, une plancha rectangulaire, un gril carré avec des rainures ainsi qu'une cocotte ronde.

L'espace de rangement étant souvent réduit, que ce soit dans la cuisine ou dans le camping-car, tous les ustensiles de BBQ s'empilent parfaitement afin de gagner de la place. La Collection Barbecue est complétée par des accessoires pratiques tels qu'un dessous de plat Signature en fonte émaillée, une pince, une spatule, une fourchette et un pinceau en acier inox ainsi qu'une brosse à gril triangulaire.

www.lecreuset.ch

Kuhn Rikon ICED – scharf, robust, langlebig

Kuhn Rikon ist bekannt für innovatives Kochgeschirr. Auch bei Messern gehört das Schweizer Traditionsunternehmen zu den Experten.

Die neuen ICED Messer sind perfekte Alltagshelfer in der Küche. Hergestellt aus Qualitätsstahl und veredelt durch ein innovatives Eishärtungsverfahren bieten sie eine spürbar robuste Klinge, die lange scharf bleibt. Durch die Titanbeschichtung bleiben die Messer lange kratzfest und verlieren nicht an Glanz. Die Messer liegen dank des ergonomischen, genieteten Griffs perfekt in der Hand.

Passend zur ICED Messerlinie gibt es den Messerblock mit transparenter Acrylfront sowie Schneidebretter in zwei Größen aus Bambus.

Im Herbst 2025 wird Kuhn Rikon das Sortiment mit der CULINARY FORGED Messerlinie erweitern. Geschmiedet aus hochwertigem Stahl, bieten diese Messer höchste Präzision.

Mit den Messerlinien macht Kuhn Rikon einen grossen Schritt hin zu einem umfassenden Messersortiment für alle Bedürfnisse und Lebensphasen.

www.kuhnrikon.ch

Kuhn Rikon ICED – tranchant, robuste, durable

Kuhn Rikon est réputée pour ses ustensiles de cuisine innovants. L'entreprise de tradition suisse est également experte dans la production de couteaux.

Les nouveaux couteaux ICED sont de précieux alliés du quotidien en cuisine. Fabriqués en acier de qualité et sublimés par un processus innovant de durcissement à la glace, ils peuvent se targuer de lames sensiblement plus robustes qui restent tranchantes pendant longtemps. Forts de leur revêtement en titane, les couteaux résistent aux rayures et ne perdent pas leur éclat. Par ailleurs, ils tiennent parfaitement en main grâce à leur manche ergonomique riveté.

Le bloc à couteaux, avec sa façade transparente en plexiglas, et les planches à découper en bambou déclinées en deux formats, viennent compléter la gamme de couteaux ICED.

À l'automne 2025, Kuhn Rikon étoffera son assortiment avec la gamme de couteaux Culinary FORGED. Forgés en acier de qualité, ces couteaux sont garants d'une précision maximale.

Avec ces nouvelles gammes de couteaux, Kuhn Rikon propose désormais un assortiment complet répondant à tous les besoins et toutes les phases de la vie.

www.kuhnrikon.ch



ICED – Die neue Messerlinie von Kuhn Rikon

ICED – la nouvelle gamme de couteaux de Kuhn Rikon

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

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

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir einen/eine

Mitarbeiter*in EDI und Datenmanagement mit prozessorientierter Denke

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

Ihre Hauptaufgaben:

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

Unsere Anforderungen:

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

Unser Angebot:

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

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

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

KÄRCHER

NACHHALTIG. ERGONOMISCH. ULTRALEISE.

Die innovative Modulbauweise der brandneuen Trockensauger-Range sorgt für maximale Flexibilität und hohe Ergonomie-Standards. Die Geräte bestehen aus 45% Rezyklat, punkten mit hervorragender Saugleistung, umfassendem Zubehör, einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis und eignen sich dank ultraleisem Betrieb auch für den Einsatz in lärmsensiblen Bereichen. Sie sind als Akku- oder kabelgebundene Modelle mit 10 oder 15 Liter Behälterinhalt erhältlich.
[kaercher.ch](https://www.kaercher.ch)

NEU



 **KÄRCHER
BATTERY
UNIVERSE**