

perspective

September 2025

Fachzeitschrift Handwerk und Haushalt



A CENTURY OF LE CREUSET
1925-2025



Swissavant: Berufsbildung (r)evolutionär!

Der diesjährige 6. Nationale Bildungstag – traditionell findet er jährlich im September statt – ist für Swissavant – Wirtschaftsverband Handwerk und Haushalt als nationale Trägerorganisation von insgesamt vier Ausbildungs- und Prüfungsbranchen im Schweizer Detailhandel erneut Anlass, für alle Bildungsakteurinnen und -akteure, Ausbildenden und Berufsbildungsverantwortlichen eine zweisprachige Sonderpublikation **BERUFSBILDUNG 2026 EIN- UND AUSBLICKE** mit dem Titel «Evolution und Revolution» aufzulegen.

Der diesjährige Sonderdruck beschreibt mit dem Hauptthema «**Evolution und Revolution**» treffend, wie Swissavant die bestehende Berufsbildung evolutionär weiterentwickelt und mit revolutionärem Gedankengut neue Berufsbildungsmöglichkeiten entwickelt. Im Detailhandel werden drei Jahre nach Einführung der **reformierten Detailhandels-Lehre und «verkauf2022+»** die ersten inhaltlichen und organisatorischen Adaptionen in der Kursführung der überbetrieblichen Kursen (üK) vorgenommen.

Im Verlauf des Jahres 2026 beginnen zudem die umfassenden **Sanierungsarbeiten im suissetec Campus** in Lostorf (SO), dem Durchführungsort der üK. Hierzu ist auch ein Gastbeitrag im Heft.

Grundbildung für den E-Commerce-Bereich

Zudem erhalten Sie einen umfassenden Bericht des Leiters Berufsbildung Swissavant über die vorbereitenden Arbeiten zur Lancierung einer allfälligen, neuen Grundbildung für den **E-Commerce-Bereich** sowie die Information zu möglichen Ausgestaltungsvarianten, um die dringend benötigten Handlungskompetenzen der Schweizer Wirtschaft zukünftig über eine Grundbildung zur Verfügung zu stellen. Der Text endet leider, Stand heute, mit einem «Cliffhanger» – Also bleiben Sie gespannt!

Weitere informative Textbeiträge und wissenschaftliche Informationen und Gastbeiträge, z. B. von Prof. Dr. Stefan C. Wolter, Professor für Bildungsökonomie an der Universität Bern, runden die aktuelle umfassende Ausgabe der Berufsbildungsbroschüre ab.

Der Sonderdruck «**BERUFSBILDUNG EIN- UND AUSBLICKE 2026**» kann bequem auf unserer digitalen Plattform «swissavantdigital» heruntergeladen werden oder wenn alternativ ein gedrucktes Exemplar gewünscht wird, kostenlos unter berufsbildung@swissavant.ch bestellt werden.

Swissavant: La formation professionnelle en (r)évolution!

La 6^e édition de la Journée nationale de formation, qui se tient traditionnellement chaque année en septembre, est pour Swissavant – Association économique Artisanat et Ménage, en tant qu'organisation faîtière nationale de quatre branches de formation et d'examen dans le commerce de détail suisse, une occasion de publier à nouveau une édition spéciale bilingue de la brochure **FORMATION PROFESSIONNELLE 2026, APERÇUS ET PERSPECTIVES**, sous le titre «Évolution et révolution», pour l'ensemble des acteurs et actrices de la formation, apprentis/-es et responsables de la formation professionnelle.



L'édition spéciale de cette année décrit avec justesse sous le thème principal «**Évolution et révolution**» la manière dont Swissavant fait avancer la formation professionnelle existante de façon évolutive et développe de nouvelles possibilités de formation professionnelle avec une pensée révolutionnaire.

Trois ans après l'introduction de la **nouvelle formation professionnelle dans le commerce de détail et de «vente2022+»**, les premières adaptations organisationnelles et de contenu dans la direction des cours interentreprises (CIE) dans le commerce de détail sont effectuées.

Au cours de l'année 2026, les **travaux de rénovation complets du suissetec campus** à Lostorf (SO), lieu de réalisation des CI, débiteront également. Un article invité sur ce sujet figure également dans le numéro.

Formation de base pour le domaine du e-commerce

Vous recevez également un rapport complet du responsable de la formation professionnelle de Swissavant sur les travaux préparatoires en vue du lancement d'une éventuelle nouvelle formation de base pour le **domaine du e-commerce**, ainsi que des informations sur les différentes variantes de mise en œuvre possibles, afin de doter l'économie suisse des compétences dont elle a tant besoin par le biais d'une formation de base. Malheureusement, le texte s'achève pour le moment sur un «cliffhanger», alors restez à l'écoute!

D'autres articles informatifs et des informations précieuses, ainsi que des articles invités, par exemple de Stefan C. Wolter, professeur d'économie de l'éducation à l'Université de Berne, complètent cette édition actuelle et complète de la brochure sur la formation professionnelle.

Le numéro spécial «**FORMATION PROFESSIONNELLE, APERÇUS ET PERSPECTIVES 2026**» peut être téléchargé facilement sur notre plateforme numérique «swissavantdigital» ou, si vous préférez un exemplaire imprimé, commandé gratuitement à l'adresse formation@swissavant.ch.

Weitere Infos
Plus d'informations
Swissavant digital



Inhalt/Contenu

4



12



26



4 Nachrichten aus Wirtschaft und Gesellschaft

Actualités économiques et sociales

10 VSF: Mitglieder genehmigen Fusionsvertrag

ASCP: les membres approuvent le contrat de fusion

18 Bericht über das internationale Handelssystem

Rapport sur le système commercial international

22 Produkte

Produits

29 Die Bücherseite



BUCHTIPP
der perspective

Stellenanzeigen
Offres d'emploi

16 – Geschäftsführer*in

21 – Buchhalter*in

Impressum

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

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

Verlagsleitung:
Christoph Rotermund

Redaktion und Verlag:
Werner Singer, Andrea Maag

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

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

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

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

Erscheinungsweise:
12 Ausgaben pro Jahr gemäss Redaktions- und Themenplan

printed in
switzerland



Messe-Highlights der Ambiente

Das Messetrio – Ambiente/Christmasworld/Creativeworld – baut seine Position als globale Drehscheibe für modernen Lifestyle, saisonale Dekoration und kreative DIY-Produkte weiter aus und hebt Networking auf ein neues Niveau.

Die Messe in Frankfurt will Angebot und Nachfrage noch zielgerichteter angepasst an die individuellen Bedürfnisse zusammenführen – auch durch ganz neue Formate speziell für die Möbelindustrie.

Lieferketten, Konsumverhalten und Marktbedingungen verändern sich rasant – umso wichtiger werden persönliche Begegnungen und belastbare Kontakte. Frankfurt ist dafür der ideale Ort, an dem sich die globale Konsumgüterbranche jährlich trifft, austauscht und orientiert.

Die starken Anmeldequoten zur Ambiente, Christmasworld und Creativeworld bestätigen diesen Bedarf. Das Messegelände ist erneut voll belegt. Internationale Branchengrößen und Newcomer nutzen das Momentum Frankfurt für neue Geschäftsperspektiven. Mehr Interaktion und mehr Fortbildungsmöglichkeiten sind für alle drei Messen zentral.

Gezielte Geschäftsanbahnung statt Zufallsbegegnung

Mit dem neuen digitalen Networking-Tool, direkt integriert auf den Veranstaltungsw Webseiten, wird Networking intuitiv, ganzjährig, messeübergreifend, automatisch ab dem Ticketkauf möglich. Ein intelligenter Matching-Algorithmus verknüpft Interessen und Profile und schlägt verifizierte, relevante Kontakte vor. Aussteller können bereits im Vorfeld ihre Ansprechpartner*innen dafür freischalten. Über das digitale Leadmanagement-Tool «LeadSuccess» für Aussteller lassen sich Messekontakte einfach scannen, auswerten und ins eigene CRM übertragen. So wird Messeerfolg messbarer und planbarer.

ambiente

6.–10.2.2026
FRANKFURT / MAIN

Ambiente Trends 26+: Stilwelten von morgen

Wie möchten wir in diesen Zeiten wohnen, arbeiten und leben? Welche Farben, Formen und Materialien schaffen Räume für eine lebenswerte Zukunft? Die Ambiente Trends 26+ formulieren drei kraftvolle Antworten: brave, light und solid.

Sie machen Lust auf die internationale Konsumgütermesse Ambiente 2026, die vom 6. bis 10. Februar 2026 in Frankfurt am Main stattfindet. Im Trendareal im Foyer der Halle 4.1 werden die neuen Stilwelten mit ausgewählten Ausstellerprodukten erlebbar in Szene gesetzt.

Ambiente Trends 26+: les univers stylistiques de demain

Comment voulons-nous vivre, travailler et loger à l'avenir? Quelles couleurs, formes et matières créent des espaces propices à un avenir digne d'être vécu? Les Ambiente Trends 26+ formulent trois réponses fortes: brave, light et solid.

Elles donnent envie de découvrir le salon international des biens de consommation Ambiente 2026, qui se tiendra du 6 au 10 février 2026 à Francfort-sur-le-Main. Dans l'espace Trend situé dans le foyer de la Halle 4.1, les nouveaux univers stylistiques seront mis en scène à travers une sélection de produits d'exposants.

Les temps forts du salon Ambiente

Le trio de salons Ambiente/Christmasworld/Creativeworld continue de consolider sa position de plateforme mondiale du lifestyle moderne, de la décoration saisonnière et des produits créatifs de bricolage et élève le networking à un niveau inédit.

Le salon de Francfort veut encore mieux adapter l'offre et la demande aux besoins individuels des visiteurs, notamment grâce à de nouveaux formats spécialement conçus pour l'industrie de l'ameublement.

Les chaînes d'approvisionnement, les comportements de consommation et les conditions du marché évoluent rapidement, d'où l'importance de rencontres personnelles et de contacts fiables. Francfort est le lieu idéal de réunion, d'échange et d'orientation de l'industrie mondiale des biens de consommation chaque année. Les taux d'inscription élevés aux salons Ambiente, Christmasworld et Creativeworld confirment ce besoin. Le site du salon est à nouveau entièrement occupé. Les grands acteurs internationaux et les nouveaux venus profitent de l'élan de Francfort pour ouvrir de nouvelles perspectives commerciales. Plus d'interactions et plus de possibilités de formation sont au cœur des trois salons.

Des rencontres ciblées plutôt que des rencontres fortuites

Le nouvel outil de networking numérique, directement intégré aux sites web des salons, permet de nouer des contacts intuitivement, automatiquement, tout au long de l'année, sur tous les salons, dès l'achat du billet. Un algorithme de mise en relation intelligent associe les intérêts et les profils et propose des contacts vérifiés et pertinents. Les exposants peuvent activer leurs contacts en amont. L'outil de gestion des leads «LeadSuccess» permet aux exposants de scanner, d'évaluer et de transférer facilement les contacts noués au salon dans leur propre CRM. Le succès du salon devient ainsi plus mesurable et plus planifiable.

brave



Mit brave zieht das Neue ein: unerwartete Materialkombinationen, Retro-Charme und künstlerische Gestaltungsfreude prägen diesen Trend.

Brave est synonyme de nouveauté: des combinaisons de matériaux inattendues, un charme rétro et une créativité artistique caractérisent cette tendance.

Christmasworld: Take Off, Coffee & Connect, Tropical Bounty

Die Christmasworld ist mit Keyplayern voll belegt. 2026 werden Party & Festartikel als ergänzender Produktbereich mit neuen Ausstellern in der Halle 4.0 ausgebaut. Mit dem Fokus auf den umsatzfördernden Erlebnisfaktor von weihnachtlicher und saisonaler Dekoration geht das Christmasworld Take off-Programm in die zweite Runde. Es richtet sich mit Guided Tour und Keynote speziell an Entscheidungsträger*innen grosser Dekorationsprojekte – ab 2026 neu am Messemontag und mit erweitertem Europafokus. Das neue Coffee & Connect-Format lädt zum Austausch mit Anbietern aus dem Kernsegment Visual Merchandising & Licht ein. Weitere Impulse für mehr Wow-Effekt und Kaufanreize am Point of Sale bietet die Sonderpräsentation Decoration Unlimited mit einer multisensorischen Inszenierung, diesmal unter dem Titel «Tropical Bounty».

Creativeworld: Zertifizierte Weiterbildung für den Handel

Die Creativeworld wird zum pulsierenden Erlebnisraum mit vielen bekannten und neuen Marken. Um die kreative Community besser zu matchen, wird die Creative Academy zur zertifizierten Weiterbildungsplattform. Die stärkere Sichtbarkeit und anerkannte Zertifizierung verschaffen einen zusätzlichen Wettbewerbsvorteil. Für eine optimierte Besucherführung ziehen die Creative Academy in die Halle 1.2 um und die Creativeworld Trends in die Halle 1.1. Ausserdem lässt die neue Graffiti Wall-Mitmach-Sonderfläche Besucher*innen in die urbane Kunstform eintauchen.

Ambiente Dining mit neuer Live-Kochshow

Mit zehn Hallenebenen bleibt Ambiente Dining weltweit führend. Starke Marken und spannende Neuaussteller sind gesetzte Keyplayer. Ein besonderes Highlight: In der Galleria 1 Süd finden unter dem Titel Kitchen Show – Spot on Kitchen Essentials Live-Kochshows mit prominenten Gästen statt – als interaktive Bühne für das Zusammenspiel von Produkten und kulinarischer Kreativität.

www.ambiente.messefrankfurt.com

Christmasworld: Take Off, Coffee & Connect, Tropical Bounty

Le Christmasworld est plein de têtes d'affiche. En 2026, le domaine de produits des articles de fête et de décoration sera élargi avec de nouveaux exposants dans le hall 4.0. Le programme Take Off du Christmasworld, qui se concentre sur l'aspect expérientiel de la décoration de Noël et saisonnière, qui stimule les ventes, entre dans sa deuxième phase. Avec sa visite guidée et son discours d'ouverture, il s'adresse tout particulièrement aux décideurs de grands projets de décoration. À partir de 2026, il aura lieu le lundi du salon et mettra davantage l'accent sur l'Europe. Le nouveau format Coffee & Connect est un espace d'échange avec les fournisseurs du segment de base de la décoration visuelle et de l'éclairage. La présentation spéciale Decoration Unlimited, qui offre encore davantage d'effet «wouah» et d'incitations à l'achat au point de vente, sera proposée dans un environnement multisensoriel, cette fois-ci sous le titre «Tropical Bounty».

Creativeworld: formation continue certifiée pour le commerce

Le Creativeworld devient un espace d'expérience dynamique avec de nombreuses marques connues et nouvelles. Pour mieux répondre aux besoins de la communauté créative, la Creative Academy devient une plateforme de formation continue certifiée. Une visibilité accrue et une certification reconnue offrent un avantage concurrentiel supplémentaire. Pour une meilleure orientation des visiteurs, la Creative Academy déménage dans le hall 1.2 et les Creativeworld Trends dans le hall 1.1. Le nouvel espace participatif Graffiti Wall permet également aux visiteurs de s'immerger dans cette forme d'art urbain.

Ambiente Dining présente un nouveau spectacle culinaire en direct

Ambiente Dining reste le leader mondial avec dix niveaux de hall. Les marques fortes et les nouveaux exposants sont des têtes d'affiche incontournables. Événement à ne pas manquer: dans la Galleria 1 Sud, des émissions de cuisine en direct avec des invités de marque auront lieu sous le titre «Kitchen Show – Spot on Kitchen Essentials», et ce, sur une scène interactive qui met en valeur la synergie entre les produits et la créativité culinaire.

www.ambiente.messefrankfurt.com



Mit Transparenz, ätherische Farben und schwerelose Designs steht light für Klarheit und eine neue, zarte Sinnlichkeit.

Light est synonyme de transparence, de couleurs éthérées et de designs aériens, symbole de clarté et d'une nouvelle sensibilité délicate.



Solid verbindet klare Formen, langlebige Materialien und durchdachte Designs zu zeitlosen Lebenswelten.

Solid associe des formes claires, des matériaux durables et des designs bien pensés à des univers intemporels.



spoga+gafa 2026 mit neuem Hallenkonzept für High-End-Outdoor-Design

Die spoga+gafa – weltweit führende Fachmesse für Gartenlifestyle und BBQ – schlägt 2026 ein neues Kapitel auf. Mit «Object.Europe» entsteht in Halle 9 ein kuratiertes Format, das europäisches Outdoor-Design auf höchstem Niveau inszeniert.

Für die inhaltliche Kuratierung konnte die Messe Angelika Müller gewinnen, Herausgeberin des Premium-Lifestyle-Magazins H.O.M.E., und eine renommierte Stimme der internationalen Design- und Architekturwelt.

Seit fast 25 Jahren prägt Müller mit H.O.M.E. und weiteren internationalen Lizenz-Magazinen die internationale Design- und Lifestyle-Berichterstattung. Ihr weitreichendes Netzwerk in Architektur, Kreativ- und Medienindustrie sowie ihre Erfahrung als Jurorin renommierter Design-Awards machen sie zu einer gefragten Expertin mit einem klaren kuratorischen Anspruch.

«Der Erfolg einer Messe wie der spoga+gafa hängt massgeblich von einer konsequenten inhaltlichen Weiterentwicklung und dem offenen Dialog mit Besucher*innen und Ausstellern ab», erklärt Angelika Müller. «Als Kuratorin für «Object.Europe» möchten wir dabei unterstützen, Outdoor-Living neu zu präsentieren. Wir sehen die «Object.Europe» als Bühne für Premium-Marken, die Qualität, Design und Nachhaltigkeit verbinden – kuratiert im internationalen Schulterschluss mit dem H.O.M.E. Team. Zugleich wünschen wir uns, dass die spoga+gafa zu einem inspirierenden Treffpunkt für die Branche avanciert.»

Eine neuer kuratierter Erlebnisraum

Mit «Object.Europe» rückt die spoga+gafa die gestalterische und kulturelle Dimension des Outdoor-Livings stärker in den Fokus. Das Format präsentiert europäische Designmöbel, hochwertige Beschattungslösungen und exklusive Outdoor-Küchen in einem stilvoll inszenierten Umfeld – als Räume, die Lebensqualität im Freien neu definieren.

spoga+gafa 2026: un nouveau concept d'exposition pour le design extérieur haut de gamme

spoga+gafa, le salon leader mondial du lifestyle jardin et du barbecue, ouvre une nouvelle page de son histoire en 2026. Avec «Object.Europe», un nouveau format sera proposé dans le hall 9, afin de mettre parfaitement en avant le design extérieur européen.

Pour la gestion de l'exposition, le salon est parvenu à attirer Angelika Müller, rédactrice en chef du magazine de lifestyle haut de gamme H.O.M.E. et voix reconnue dans l'univers international du design et de l'architecture.

Depuis près de 25 ans, avec H.O.M.E. et d'autres magazines internationaux sous licence, Angelika Müller a façonné le paysage de la presse internationale du design et du lifestyle. Son vaste réseau dans les domaines de l'architecture, de la création et des médias, ainsi que son expérience en tant que jurée de prix de design renommés, font d'elle une experte très prisée, avec des exigences claires en matière d'exposition.

«Le succès d'un salon comme spoga+gafa dépend en grande partie de sa capacité à faire évoluer son contenu de manière cohérente et à établir un échange avec les visiteurs et les exposants», explique Angelika Müller. «En tant que curatrice d'«Object.Europe», je souhaite contribuer à une nouvelle présentation du design outdoor. Je vois «Object.Europe» comme une plateforme pour les marques haut de gamme qui allient qualité, design et durabilité, et qui sont présentées dans le cadre d'une collaboration internationale avec l'équipe de H.O.M.E. Nous souhaitons également que spoga+gafa devienne un lieu de rencontre inspirant pour le secteur.»

Un nouvel espace d'expérience

Avec «Object.Europe», spoga+gafa va mettre davantage l'accent sur la dimension culturelle et créative du design extérieur. Ce format présente des meubles de design européens, des solutions d'ombrage haut de gamme et des cuisines extérieures exclusives dans un environnement stylisé, comme des espaces qui redéfinissent la qualité de vie en plein air.



Angelika Müller



«Natürlich geht es auch um Produktpräsentation», ergänzt Claudia Maurer, Director der spoga+gafa. «Aber mehr noch geht es um Atmosphäre, Werte und kuratierte Markeninszenierung – das, was die Branche künftig stärker braucht.»



Claudia Maurer

«Bien sûr, il s'agit aussi de présenter les produits», complète Claudia Maurer, directrice de spoga+gafa. «Mais il s'agit surtout de créer une atmosphère, de mettre en avant des valeurs et de mettre en scène des marques soigneusement sélectionnées – c'est ce dont le secteur a besoin à l'avenir.»

Halle 9 und Halle 10:

Zwei Pole – ein Dialog auf Augenhöhe

Halle 10 bildet ab 2026 das komplette Spektrum des internationalen Outdoormöbelmarktes ab – von volumenstarken Consumer-Marken bis zu etablierten Premium-Anbietern. Halle 9 setzt mit «Object.Europe» einen bewusst kontrastierenden Fokus.

Das Zusammenspiel beider Hallen schafft ein differenziertes und zugleich komplementäres Messeerlebnis, das sowohl Sortimentsbreite als auch Designqualität in den Mittelpunkt stellt – und damit den gestiegenen Erwartungen der Besuchenden aus Handel, Planung und Hospitality gerecht wird.

Neue Leitidee: 100 % Design.100 % Selected.

Das neue Format steht für hohe Qualitätsstandards, mehrheitlich kurze Lieferketten und transparente Produktionsbedingungen – und damit für Werte, die in Zeiten globaler Umbrüche an Bedeutung gewinnen. «Wir wollen mit dieser Halle starke Marken zurück auf die spoga+gafa holen, neue dazugewinnen – und der Branche einen Raum geben, der inspiriert und Impulse setzt», so Claudia Maurer.

Zukunft gestalten: spoga+gafa baut Relevanz weiter aus

Mit «Object.Europe» stärkt die spoga+gafa nicht nur ihr Profil als weltweit führende Messe für Garten- und Outdoor-Living, sondern gewinnt auch in design- und architekturelevanten Segmenten neue Relevanz – für Ausstellende sowie Besuchende und die Branche insgesamt.

www.spogagafa.de

Hall 9 et hall 10: Deux pôles – un dialogue à égalité

Le hall 10 présentera à partir de 2026 l'ensemble du spectre du marché international des meubles de plein air, des marques de masse aux marques premium établies. Le hall 9 se concentrera sur «Object.Europe», un concept qui mise sur un contraste conscient.

L'interaction entre les deux halls crée une expérience de salon différenciée et complémentaire, qui vise à la fois la diversité des produits et la qualité du design, et répond ainsi aux attentes croissantes des visiteurs du commerce, de la planification et de l'hôtellerie.

Nouvelle idée directrice: 100 % Design.100 % Selected.

Ce nouveau format mise sur des normes de qualité élevées, des chaînes d'approvisionnement courtes et des conditions de production transparentes – et donc sur des valeurs qui prennent de plus en plus d'importance à l'heure des bouleversements mondiaux. «Nous voulons que ce hall attire des marques fortes sur spoga+gafa, attire de nouvelles marques et offre à l'industrie un espace qui inspire et donne des impulsions», explique Claudia Maurer.

Construire l'avenir: spoga+gafa renforce sa pertinence

Avec «Object.Europe», spoga+gafa renforce non seulement son profil de salon mondial de référence pour les meubles de jardin et de plein air, mais elle gagne également en pertinence dans les segments liés au design et à l'architecture – pour les exposants, les visiteurs et l'industrie dans son ensemble.

www.spogagafa.de



Ohne KMU keine Schweiz – jetzt handeln!

Der Schweizerische Gewerbeverband sgv lanciert eine Petition für ein dringendes Entlastungs- und Revitalisierungsprogramm für die KMU-Wirtschaft. Das Gewerbe schafft zwei Drittel aller Arbeitsplätze in der Schweiz. KMU sind lokal verankert, sozial engagiert und weltweit erfolgreich – wenn die Rahmenbedingungen stimmen. Das ist immer weniger der Fall – nach dem Zollhammer aus den USA erst recht nicht mehr.

Das Mass für Schweizer KMU ist voll. Der Schweizerische Gewerbeverband ruft Bevölkerung, Politik und Wirtschaft auf, die Petition für ein starkes, nachhaltiges KMU-Revitalisierungsprogramm zu unterstützen.

Der Zollhammer trifft direkt

Die Ausgangslage für viele KMU ist herausfordernd. Internationale Handelskonflikte und innenpolitische Hürden setzen den Produktionsstandort Schweiz stark unter Druck. Die meisten exportierenden KMU produzieren ausschliesslich in der Schweiz und können Zölle nicht durch Produktionsverlagerungen umgehen. Wird jetzt nicht gehandelt, drohen Arbeitsplatzverluste, sinkende Innovationskraft und ein Rückgang des Wohlstands.

«Schweizer KMU zeichnen sich dadurch aus, dass sie rasch und flexibel auf Veränderungen reagieren», sagt Urs Furrer, Direktor des Schweizerischen Gewerbeverbandes. Damit sie diese Stärke ausspielen können, benötigen sie aber die richtigen Rahmenbedingungen.

Der sgv fordert daher in der Petition, dass erstens Bürokratie und Abgaben gesenkt werden, zweitens der Staat verschlankt wird, und drittens der Aussenhandel diversifiziert wird, indem Freihandelsabkommen abgeschlossen und modernisiert werden sowie Handelsabkommen KMU-tauglich ausgestaltet werden. Nachdem für KMU immer neue Belastungen hinzugekommen seien, sei das Mass jetzt voll, sagt Urs Furrer. «KMU brauchen jetzt Entlastung, statt immer neue Belastungen. KMU sind das Rückgrat unserer Wirtschaft – ohne sie steht die Schweiz still. Und das will niemand ernsthaft erleben.»

Hier geht's zur Petition des sgv:
www.sgv-usam.ch/revitalisierung

Sans PME, pas de Suisse – agissons maintenant!

L'Union suisse des arts et métiers usam lance une pétition pour un programme urgent d'allègement et de revitalisation de l'économie des PME. Le secteur des arts et métiers crée deux tiers de tous les emplois en Suisse. Les PME sont ancrées localement, socialement engagées et prospères à l'échelle mondiale – lorsque les conditions-cadres sont favorables. C'est de moins en moins le cas, surtout après le coup de massue douanier américain.

La mesure est pleine pour les PME suisses. L'Union suisse des arts et métiers appelle la population, politique et l'économie à soutenir la pétition pour un programme de revitalisation fort et durable des PME.

Les droits de douane frappent directement

La situation de nombreuses PME est difficile. Les conflits commerciaux internationaux et les obstacles politiques internes exercent une forte pression sur la place industrielle suisse. La plupart des PME exportatrices produisent exclusivement en Suisse et ne peuvent pas contourner les droits de douane en délocalisant leur production. Si rien n'est fait maintenant, des pertes d'emplois, un recul de la capacité d'innovation et une baisse du niveau de prospérité sont à craindre.



Urs Furrer

«Les PME suisses se distinguent par leur capacité à réagir rapidement et avec souplesse aux changements», explique Urs Furrer, directeur de l'Union suisse des arts et métiers. Mais pour pouvoir exploiter cet atout, elles ont besoin de conditions-cadres adéquates.

Dans sa pétition, l'usam demande donc premièrement que la bureaucratie et les charges soient réduites, deuxièmement que l'État soit allégé et troisièmement que le commerce extérieur soit diversifié en concluant et en modernisant des accords de libre-échange et en adaptant les accords commerciaux aux PME. Après avoir subi des charges toujours plus lourdes, les PME ont désormais atteint le point de rupture, estime Urs Furrer. «Les PME ont besoin d'allègements, pas de nouvelles charges. Elles sont le pilier de notre économie – sans elles, la Suisse s'arrêterait. Et personne ne souhaite sérieusement en arriver là.»

Cliquez ici pour accéder
à la pétition de l'usam:
www.sgv-usam.ch/revitalisation

 Weitere Infos
Plus d'informations
Swissavant digital



 Weitere Infos
Plus d'informations
Swissavant digital

Konzernstrategie konsequent umgesetzt

Umsatz wächst im ersten Halbjahr 2025 akquisitionsbedingt um 12,1 %

Die Geschäftsentwicklung in den ersten sechs Monaten verdeutlicht die Wirksamkeit der strategischen Neuausrichtung des Villeroy & Boch Konzerns. Der Umsatz wuchs akquisitionsbedingt um 12,1 % auf 725,8 Mio. €. Infolge der Ideal Standard Akquisition und der stärkeren Internationalisierung des Konzerns lag das Wachstum dabei besonders in der Region EMEA (Europa, Naher Osten und Afrika) sowie im Armaturengeschäft. Das operative Ergebnis (EBIT) lag mit 47,8 Mio. € um +3,2 % über dem Vorjahr, während das Konzern-EBIT dank eines verbesserten nicht operativen Ergebnisses mit 38,5 Mio. € deutlich gesteigert werden konnte.

www.villeroyboch-group.com



Stratégie du groupe mise en œuvre de manière cohérente

Au premier semestre, le chiffre d'affaires augmente de 12,1 % grâce aux acquisitions réalisées

L'évolution des activités, au cours des six premiers mois, illustre l'efficacité de la réorientation stratégique du groupe Villeroy & Boch. Le chiffre d'affaires a augmenté de 12,1 % pour atteindre 725,8 millions d'euros grâce aux acquisitions réalisées. Suite à l'acquisition d'Ideal Standard et à la forte internationalisation du groupe, la croissance a été particulièrement forte dans la région EMEA (Europe, Moyen-Orient, Afrique) ainsi que dans le secteur de la robinetterie. Le résultat opérationnel (EBIT) s'est élevé à

47,8 millions d'euros, ce qui correspond à une hausse de 3,2 % par rapport à l'année précédente, tandis que l'EBIT du groupe a nettement augmenté pour atteindre 38,5 millions d'euros grâce à l'amélioration du résultat non opérationnel.

www.villeroyboch-group.com



THE INSPIRED HOME SHOW®

IHA's GLOBAL HOME +
HOUSEWARES MARKET

10. – 12. MÄRZ | CHICAGO

DIENSTAG – MITTWOCH – DONNERSTAG

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

Mit über 2.000 Marken und Hunderttausenden einzigartigen Produkten, aus mehr als 50 Ländern, sollten Sie es nicht verpassen, die „The Inspired Home Show“ 2026 zu besuchen. Sprechen Sie unbedingt mit den Ausstellern über Direktimportprogramme, die es Ihnen ermöglichen direkt ab Werk zu beziehen, ohne sich um US-Zölle und Umladungen kümmern zu müssen. Bei kleineren Bestellungen empfiehlt es sich ebenfalls, nach Duty-Drawback-Programmen zu fragen, die den Export von im Ausland hergestellten Produkten aus den USA ohne zusätzliche Zollkosten ermöglichen.

Besuchen Sie die Messe, um sich inspirieren zu lassen, neue Innovationen zu entdecken und unsere Weltklasse-Stadt zu erleben – wir freuen uns darauf, Sie vom 10. bis 12. März in Chicago willkommen zu heißen!

– DEREK MILLER, Präsident und CEO der IHA



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

TheInspiredHomeShow.com

Weitere Messe- und Reiseinformationen: IHA Deutschland Büro,
EK/servicegroup, Melina Wosnitza, +49 521 2092-834,
mwosnitza@housewares.org

VSF: Mitglieder genehmigen Fusionsvertrag einstimmig

Der Verband Schweizerischer Farbenfachhändler (VSF) hat an seiner ausserordentlichen Generalversammlung vom 22. September 2025 in Wallisellen den Fusionsvertrag mit Swissavant – Wirtschaftsverband Handwerk und Haushalt (Swissavant) per 1. Januar 2025 mit überzeugender Mehrheit genehmigt und damit den Weg für die Fusion freigemacht. Die erneute Mitgliederversammlung des VSF im Rahmen der mehrjährigen Fusionsbestrebungen war notwendig, da gemäss Fusionsgesetz keine Vorratsbeschlüsse gefasst werden dürfen. Die Mitglieder von Swissavant haben bereits im Frühling 2025 mit dem notwendigen drei-Viertel-Quorum der Fusion zugestimmt.

ASCP: les membres approuvent à l'unanimité le contrat de fusion

Le 22 septembre 2025, lors de son assemblée générale extraordinaire à Wallisellen, l'Association professionnelle suisse des commerçants en peinture (ASCP) a approuvé à une large majorité le contrat de fusion avec Swissavant – l'Association économique Artisanat et Ménage (Swissavant), ouvrant la voie à la fusion. Cette nouvelle assemblée générale des membres de l'ASCP dans le cadre du travail mené depuis plusieurs années en vue de cette fusion était nécessaire, car en vertu de la loi sur les fusions, les décisions anticipées sont exclues. Les membres de Swissavant avaient déjà approuvé la fusion au printemps 2025 avec le quorum des trois quarts nécessaire.

Bereits vor einem Jahr, an der ordentlichen Generalversammlung 2024, hatten die VSF-Mitglieder der beantragten Fusion mit Swissavant zugestimmt. Aufgrund einer gelebten Praxis des Handelsregisteramtes des Kantons Zürich war jedoch eine erneute Genehmigung des Fusionsvertrages in Form einer ausserordentlichen Generalversammlung erforderlich, da im Rahmen von Fusionsbestrebungen keine sogenannten «Vorratsbeschlüsse» gefasst werden können.

Die anwesenden oder vertretenen Mitglieder des VSF genehmigten den Fusionsvertrag einstimmig und ermöglichten damit den formellen Vollzug der Fusion mit Swissavant, die nun rückwirkend auf den 1. Januar 2025 vollzogen wird.

Il y a un an déjà, lors de l'assemblée générale ordinaire 2024, les membres de l'ASCP avaient approuvé la fusion proposée avec Swissavant. En raison des pratiques de l'Office du registre du commerce du canton de Zurich, une nouvelle approbation du contrat de fusion sous la forme d'une assemblée générale extraordinaire était néanmoins nécessaire, car les «décisions anticipées» sont exclues dans le cadre d'une fusion.

Les membres de l'ASCP présents ou représentés ont approuvé à l'unanimité le contrat de fusion et ont ainsi permis le lancement officiel de la fusion avec Swissavant, qui est désormais effective rétroactivement au 1^{er} janvier 2025.



Das ehemalige Führungsgremium des VSF / L'ancien comité de direction de l'ASCP

Präsidentin a. i. 2020–2025 (ab 2022 Präsidium) – **Jannine Bleisch** – présidente par intérim 2020–2025 (présidence à partir de 2022)

Kassier (2022–2025) – **Daniel Schawalder** – trésorier (2022–2025)

Leiter Berufsbildung (2006–2025) – **Bruno Guzzo** – responsable de la formation professionnelle (2006–2025)

Mitglied des Vorstandes (2015–2025) – **Pietro Lamanuzzi** – membre du comité (2015–2025)

Mitglied des Vorstandes (2022–2025) – **Urs Buser** – membre du comité (2022–2025)

Geschäftsstellenleitung (2009–2025) – **Alexandra Kunz** – directrice de l'administration (2009–2025)

Überzeugende Mehrheit

Mit diesem überzeugenden Entscheid der VSF-Generalversammlung ist der Weg nun frei für eine gemeinsame wie erfolgreiche Zukunft – insbesondere in der Berufsbildung – mit Swissavant. Mit einer erfreulichen Zustimmungsquote von 100% wurde das gesetzliche Quorum von drei Viertel aller anwesenden oder vertretenen Mitgliederstimmen klar übertroffen. Mit dieser überwältigenden Zustimmung von Seiten der VSF-Mitglieder darf die nun beschlossene Fusion zwischen den zwei Wirtschaftsverbänden auch als ein «Resultat der berufspolitischen Logik» mit hohen Kostensynergien gewertet werden.

Erklärtes Ziel der Fusion zwischen den zwei Wirtschaftsverbänden ist es zudem, Synergien in verschiedenen Arbeitsbereichen zwischen den beiden Verbänden zu nutzen, die verbandspolitischen Interessen der Mitglieder noch wirkungsvoller zu vertreten und die kollektiven Dienstleistungen gemeinsam zu bündeln.

Grosser Dank für Vertrauen

Der VSF und allen voran die Vorstandsmitglieder der letzten Stunde, Jannine Bleisch, Präsidentin a. i., Daniel Schawalter, Kassier, Bruno Guzzo, Leiter Berufsbildung, Pietro Lamanuzzi, Mitglied des Vorstands, und Urs Buser, Mitglied des Vorstands, bedanken sich bei allen Mitgliedern für ihre Unterstützung im Rahmen des mehrjährigen Fusionsprozesses und für das damit verbundene grosse Vertrauen in diesen wegweisenden Fusionsschritt, wenngleich damit natürlich der Wirtschaftsverband «Verband Schweizerischer Farbenfachhändler (VSF)» Geschichte ist.



Jannine Bleisch, VSF-Präsidentin der letzten Stunde, zeigte sich nach der Generalversammlung sichtlich erfreut über die überwältigende Zustimmung:

«Die heutige Mitgliederversammlung war ohne Frage ein wichtiger Meilenstein für unsere Mitglieder, denn mit der nun beschlossenen Fusion schaffen wir gemeinsam mit Swissavant für unsere Mitglieder eine starke Verbandsplattform mit modernen Dienstleistungen und sichern so langfristig die Zukunftsfähigkeit unseres Berufsstandes. Dies gilt insbesondere mit Blick auf unsere motivierte Berufsjugend, die letztlich die Basis für die Zukunft unseres Berufes sicherstellt.»

Une majorité convaincante

Avec cette décision convaincante de l'assemblée générale de l'ASCP, la voie est désormais libre vers un avenir commun et fructueux avec Swissavant, en particulier dans la formation professionnelle. Avec un taux de participation de 100%, le quorum légal des trois quarts des voix des membres présents ou représentés a été largement dépassé. Grâce à cette approbation écrasante de la part des membres de l'ASCP, la fusion désormais décidée entre les deux associations professionnelles peut également être considérée comme un «résultat de la logique de la politique professionnelle» avec de fortes synergies de coûts.

L'objectif déclaré de la fusion entre les deux associations professionnelles est de tirer parti des synergies entre les deux associations dans divers domaines de travail, de défendre les intérêts des membres de manière encore plus efficace et de mutualiser les services collectifs.

Un grand merci pour votre confiance

L'ASCP et en particulier les membres du comité de la dernière heure, Jannine Bleisch, présidente par intérim, Daniel Schawalter, trésorier, Bruno Guzzo, responsable de la formation professionnelle, Pietro Lamanuzzi, membre du comité, et Urs Buser, membre du comité, remercient tous les membres pour leur soutien dans le cadre du processus de fusion qui a duré plusieurs années, et pour la grande confiance qu'ils ont accordée à cette fusion historique, même si cela signifie bien sûr que l'Association professionnelle suisse des commerçants en peinture (ASCP) n'existe plus.

Jannine Bleisch, présidente de l'ASCP de la dernière heure, s'est montrée visiblement ravie de l'approbation écrasante rencontrée lors de l'assemblée générale:

«L'assemblée générale d'aujourd'hui a été sans aucun doute un jalon important pour nos membres, car avec la fusion que nous avons décidée, nous créons, avec Swissavant, une plateforme professionnelle solide pour nos membres, avec des services modernes, et nous assurons ainsi la viabilité à long terme de notre profession. Cela vaut en particulier si l'on considère notre jeune génération motivée, qui est la base de l'avenir de notre profession.»

Bruno Guzzo, Leiter Berufsbildung und jahrzehntelanges Vorstandsmitglied des VSF, äussert sich nach der Generalversammlung zufrieden:

«Klar bedaure ich als Ausbildungsbeauftragter, dass der VSF als Wirtschaftsverband nun Geschichte ist, doch die vielfältigen wie zahlreichen Anforderungen an eine moderne Berufsbildung erfordern eine enge strategische Kooperation mit Swissavant als starke nationale Bildungsinstitution. Mit dieser Fusion haben wir zusätzlich auch unser mehrjähriges Besetzungsproblem beim Vorstand von VSF elegant gelöst.»

Bruno Guzzo, responsable de la formation professionnelle et membre du comité de l'ASCP depuis des décennies, s'est déclaré satisfait après l'assemblée générale:

«En tant que chargé de formation, je regrette bien sûr que l'association professionnelle ASCP cesse d'exister, mais les exigences nombreuses et multiples d'une formation professionnelle moderne nécessitent une étroite coopération stratégique avec Swissavant en tant qu'institution solide de formation nationale. Avec cette fusion, nous avons également trouvé une solution gracieuse à notre problème de longue date de composition du comité de l'ASCP.»





Pinseلمانufaktur mit mehr Platz Gain d'espace pour une usine de fabrication de pinceaux

Nach intensiver Planungs- und Bauphase hat da Vinci die Eröffnung seines neuen, hochmodernen Erweiterungsbaus am Standort Nürnberg (DE) bekannt gegeben. Im Sinne der Unternehmensleitlinien «Tradition, Innovation und nachhaltiges Handeln» wurde gezielt investiert, um die Pinselproduktion und Logistik effizienter, umweltfreundlicher und zukunftsorientierter aufzustellen.



Après une intense phase de planification et de construction, da Vinci a annoncé l'inauguration de sa nouvelle extension ultra-moderne à Nuremberg (DE). Dans l'esprit du slogan de l'entreprise «Tradition, innovation et durabilité», des investissements

ciblés ont été réalisés pour faire gagner la production de pinceaux et la logistique en efficacité, et les axer sur la durabilité et l'avenir.

Die Standortwahl wurde bewusst getroffen: Die gute Anbindung an den ÖV sowie das klare Bekenntnis zur Fertigung in Deutschland waren entscheidend. Um den Individualverkehr und die Transportkilometer so gering wie möglich zu halten, zog die Geschäftsleitung eine Produktion im Ausland nicht in Betracht und lehnte Angebote für günstigere Immobilien am Stadtrand ab. Der Neubau markiert nach dem ersten Bauabschnitt im Jahr 2006 nun den nächsten bedeutenden Entwicklungsschritt des Unternehmens am Standort Nürnberg.

Le choix du site a été délibéré: la bonne desserte par les transports publics et l'engagement clair en faveur de la production en Allemagne ont été déterminants. Pour réduire au minimum le trafic individuel et les kilomètres de transport, la direction n'a pas cherché à délocaliser et a rejeté des offres de biens immobiliers plus avantageux en périphérie de villes. Le nouveau bâtiment marque une nouvelle étape clé dans le développement de l'entreprise à Nuremberg, après la première phase de construction en 2006.

Mit dem Erweiterungsbau wurde die gesamte Betriebsfläche auf insgesamt über 10 000 m² vergrößert. Die Umsetzung erfolgte auf einer zuvor ungenutzten Brachfläche und wurde mit besonderem Augenmerk auf nachhaltige Bauweise und energieeffiziente Technik realisiert. Ein zentrales Element des Neubaus ist die Nutzung regenerativer Energien: Für das geothermische Heiz- und Kühlsystem wurden 45 Sonden mit einer Tiefe von jeweils 55 Metern gebohrt. Ergänzt wird dies durch eine Photovoltaikanlage zur Eigenstromerzeugung, eine extensive Dachbegrünung sowie die Ausstattung mit E-Ladestationen. Die technische Infrastruktur folgt höchsten Baustandards und ist darauf ausgelegt, den ökologischen Fussabdruck des Unternehmens deutlich zu minimieren.

L'agrandissement porte la surface de l'entreprise à plus de 10 000 m². La construction a été réalisée sur un terrain auparavant inutilisé et a été menée en veillant tout particulièrement à ce que les méthodes employées soient durables et les éléments techniques efficaces en énergie.

Le nouveau bâtiment se caractérise notamment par l'utilisation d'énergies renouvelables: 45 sondes de 55 mètres de profondeur ont été forées pour le système de chauffage et de refroidissement géothermique. Elles sont complétées par une installation photovoltaïque permettant une autoproduction d'électricité, la végétalisation d'une grande partie du toit et des bornes de recharge pour véhicules électriques. L'infrastructure technique répond aux normes de construction les plus élevées et a été conçue pour réduire considérablement l'empreinte écologique de l'entreprise.

Mit dieser Investition stärkt da Vinci nicht nur seine Produktionskapazitäten, sondern auch die Verbindung zwischen traditioneller Handwerkskunst und automatisierter Fertigung. Der neue Gebäudeteil bietet zudem moderne Arbeitsbedingungen und schafft räumliche Voraussetzungen, um zukünftigen Anforderungen flexibel begegnen zu können.

Das Familienunternehmen bekräftigt mit diesem Schritt sein klares Bekenntnis zur nachhaltigen Industrieproduktion in Deutschland und zur Qualität «Made in Germany».

www.davinci-defet.com



Grâce à cet investissement, da Vinci renforce non seulement ses capacités de production, mais aussi le lien entre l'artisanat traditionnel et la production automatisée. Le nouveau bâtiment offre également des conditions de travail modernes et crée l'environnement idéal pour répondre aux futurs besoins avec flexibilité.

L'entreprise familiale confirme ainsi son engagement clair en faveur d'une production industrielle durable en Allemagne et de la qualité «Made in Germany».

www.davinci-defet.com

NCS – die Farbsprache für Planende und Ausführende

Seit 1982 gilt das NCS-Farbsystem in der Schweiz als Basis für die Kommunikation über Farben sowie als Standard, um Farbwerte abzustimmen. Es beschreibt das Aussehen von Farbtönen klar und nachvollziehbar – unabhängig von Produkten, Materialien oder Herstellungsverfahren.

Das in Schweden entwickelte Natural Colour System NCS ist ein branchenübergreifendes, weltweit anerkanntes Farbsystem. Es kommt überall dort zum Einsatz, wo Farbe ein entscheidender Faktor ist: bei der Farbbestimmung von Bauten im Bestand, bei der Schaffung farblicher Harmonien, beim Verständnis der Beziehung zwischen Farbe, Licht und Material oder bei der Farbkommunikation. Verschiedene NCS-Farbtöne bieten eine kompakte Übersicht über alle 2050 Standardfarbtöne, und mithilfe der NCS-Farbtönen-Sammlungen lassen sich Farbverwandtschaften erkennen.

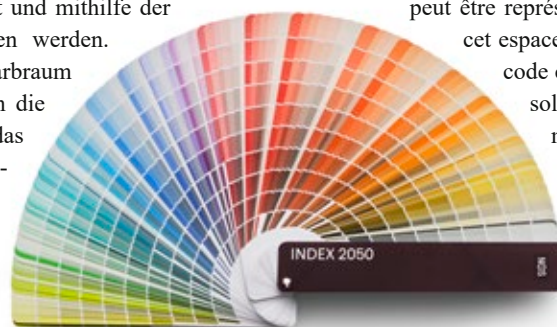
Orientierung am menschlichen Auge

Im Gegensatz zu Modellen wie RGB oder CMYK, die auf physikalischer Farbmischung beruhen, orientiert sich das NCS-Farbsystem am menschlichen Farbempfinden. NCS beschreibt das Aussehen von Farbtönen genauso, wie wir sie sehen, und macht Farbzusammenhänge klar und deutlich sichtbar. Herzstück des NCS-Systems sind sechs sogenannte «Elementarfarben»: die zwei unbunten Weiss und Schwarz sowie die vier bunten Gelb, Rot, Blau und Grün. Diese Grundfarben können nicht weiter zerlegt werden. Alle anderen Farbtöne lassen sich durch eine Kombination dieser Grundfarben beschreiben.

NCS-Farbkreis und NCS-Farbdreieck

Die NCS-Farbwelt ist als dreidimensionaler Doppelkegel aufgebaut. Die Vertikale bildet eine Achse mit Weiss und Schwarz als Endpunkte. Die vier bunten Grundfarben sind auf einem Kreis um diese Achse angeordnet. So kann jede im Alltag vorkommende Farbe an einer eindeutigen Position in diesem Raum abgebildet und mithilfe der NCS-Farbcodierung eindeutig beschrieben werden. Der vertikale Schnitt durch den NCS-Farbraum ergibt das NCS-Farbdreieck. Hier werden die verschiedenen Nuancen eines Bunttons – das Verhältnis von Schwarz-, Weiss- und Buntanteil – definiert.

www.crb.ch/ncs



NCS – le langage des couleurs pour les concepteurs et les exécutants

Depuis 1982, le système de couleurs NCS sert de référence en Suisse pour la communication sur les couleurs et de standard pour les valeurs colorimétriques. Il décrit l'aspect des teintes manière claire et compréhensible – indépendamment des produits, des matériaux ou des procédés de fabrication.

Développé en Suède, le Natural Colour System NCS est un système de couleurs intersectoriel reconnu dans le monde entier. Il est utilisé partout où la couleur est un facteur décisif: pour déterminer la couleur des bâtiments existants, pour créer des harmonies chromatiques, pour comprendre la relation entre la couleur, la lumière et les matériaux ou pour la communication sur les couleurs. Différents nuanciers éventails NCS offrent un aperçu rapide des 2050 teintes standard, et les collections d'échantillons de couleurs NCS permettent d'identifier les affinités entre les couleurs.

Basé sur l'œil humain

Contrairement aux modèles tels que RGB ou CMYK, qui reposent sur le mélange physique des couleurs, le système de couleurs NCS s'appuie sur la perception chromatique humaine. NCS décrit l'aspect des couleurs, telles que nous les voyons, et met leurs interactions en évidence. Au cœur du système NCS se trouvent six «couleurs élémentaires»: les deux couleurs achromatiques blanc et noir, ainsi que les quatre couleurs chromatiques jaune, rouge, bleu et vert. Ces couleurs fondamentales ne peuvent être décomposées davantage. Toutes les autres nuances peuvent être décrites par une combinaison de ces couleurs de base.

Cercle et triangle chromatique NCS

L'univers chromatique NCS est représenté comme un cône double tridimensionnel. La verticale forme un axe dont les extrémités sont le blanc et le noir. Les quatre couleurs primaires sont disposées sur un cercle autour de cet axe. Ainsi, chaque couleur présente dans la vie quotidienne peut être représentée dans une position précise au sein de cet espace et décrite de manière univoque à l'aide du code couleur NCS. La coupe verticale à travers le solide de couleurs NCS donne le triangle chromatique NCS. Ici sont définies les différentes nuances d'une teinte – le rapport entre les proportions de noir, de blanc et de couleur.

www.crb.ch/ncs

Die Schweizerische Zentralstelle für Baurationalisierung CRB bietet seit über 65 Jahren Dienstleistungen für Baufachleute an. CRB entwickelt und vertreibt Arbeitsmittel zur rationellen und rechtssicheren Leistungsbeschreibung, für ein effizientes und transparentes Kostenmanagement sowie zur besseren Verständigung zwischen Bauherren, Planern, Unternehmern und Zulieferern. Das Natural Colour System NCS ist in der Schweiz bei CRB erhältlich.

CRB, le Centre suisse d'études pour la rationalisation de la construction, est, depuis plus de 65 ans, un prestataire de services pour les professionnels du secteur de la construction. CRB développe et commercialise des instruments pour des descriptions de prestations rationalisées et juridiquement sûres, pour une gestion des coûts efficace et transparente, ainsi que pour une meilleure compréhension entre maîtres d'ouvrage, concepteurs, entrepreneurs et fournisseurs. CRB est le distributeur du système Natural Colour System en Suisse.

Kisag: Neuer Webauftritt

Pünktlich zum 80-jährigen Firmenjubiläum präsentiert sich Kisag mit einem neuen digitalen Auftritt: moderner, inspirierender und benutzerfreundlicher. Die komplett überarbeitete Website sowie der neu aufgesetzte Webshop spiegeln nicht nur die lange Tradition und das Qualitätsversprechen des Unternehmens wider, sondern schlägt gleichzeitig die Brücke zur digitalen Zukunft.

«Ein zentrales Ziel des Redesigns war es, unseren Kundinnen und Kunden ein optimiertes, zeitgemässes Nutzungserlebnis zu bieten mit jede Menge Inspiration für die Küche und natürlich zum Nachkochen.» sagt Alexander Dischö, Leiter Marketing. Die neue Struktur ist logisch aufgebaut und übersichtlich gestaltet, sodass sich Nutzende intuitiv zu-rechtfinden – ob auf dem Smartphone, Tablet oder Desktop. Die Navigation wurde vereinfacht, Inhalte klar gegliedert und die gesamte Benutzerführung grundlegend verbessert. Besonderes Augenmerk wurde auf Inspiration und Rezepte gelegt: Neben einer Vielzahl neuer Rezepte finden sich nun auch ansprechende Rezeptvideos, die das Kochen mit Kisag-Produkten noch erlebbarer machen – ideal für Hobbyköch:innen, Profis und alle, die Freude am kreativen Kochen haben.

Die deutlich verbesserte Suchfunktion sorgt dafür, dass gewünschte Produkte, Inhalte oder Rezepte schnell gefunden werden – ganz gleich, ob man stöbern oder gezielt suchen möchte. «Auch technisch haben wir einen wichtigen Schritt gemacht», ergänzt Alexander Dischö: «Der neue Webshop basiert jetzt auf Shopware 6, einer modernen E-Commerce-Plattform, die mehr Flexibilität, bessere Performance und eine zukunftssichere Basis für den weiteren Ausbau des Online-Angebots bietet. Mit dem Relaunch feiern wir nicht nur 80 Jahre Kisag, sondern zeigen auch, dass wir unsere Werte – Schweizer Qualität, Innovation und Kundennähe – mit frischem Elan und digitalen Lösungen in die Zukunft tragen. Wir freuen uns, wenn Sie unseren neuen Webauftritt entdecken – und sich inspirieren lassen.»

www.kisag.ch

Kisag: nouvelle présence en ligne

À l'occasion du 80e anniversaire de l'entreprise, Kisag se présente avec une nouvelle présence digitale: plus moderne, plus inspirante et plus conviviale. Le site Internet entièrement repensé ainsi que la nouvelle boutique en ligne reflètent non seulement la longue tradition et la promesse de qualité de notre entreprise, mais jettent également un pont vers l'avenir numérique.



Alexander Dischö

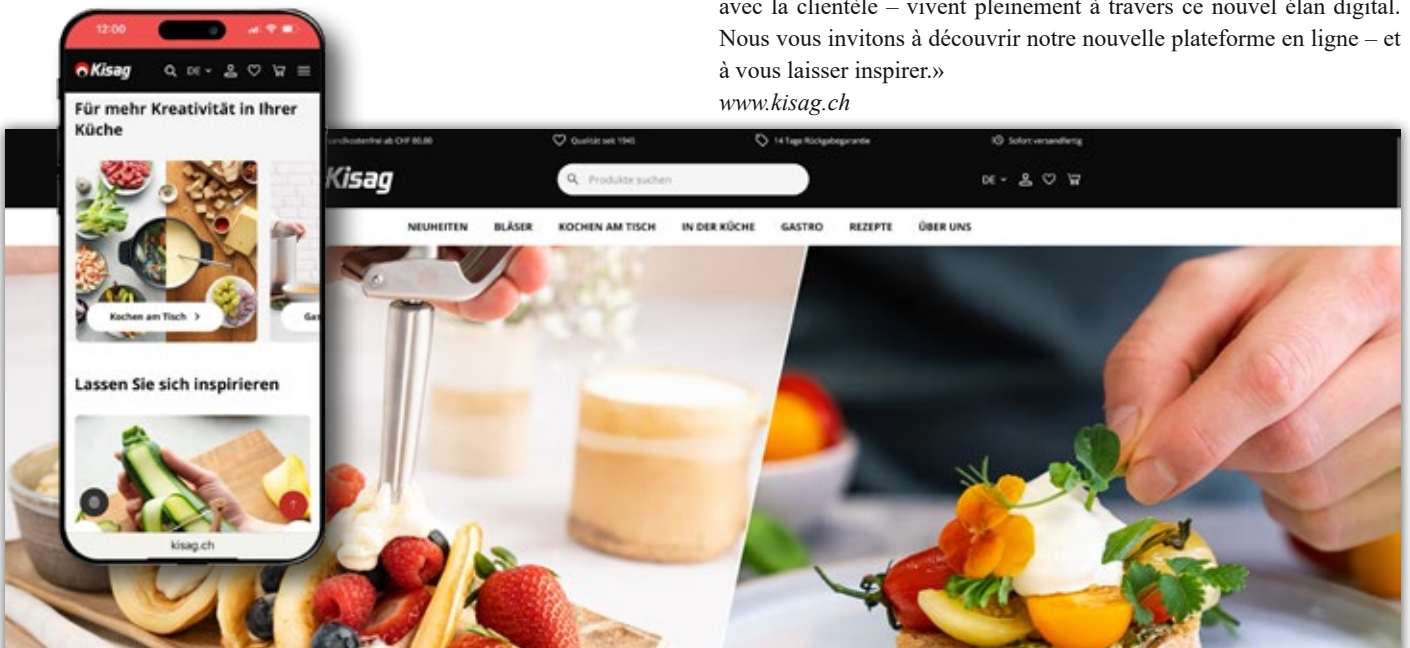
«L'un des objectifs centraux de cette refonte était d'offrir à nos clientes et clients une expérience utilisateur optimisée et actuelle, avec une foule d'inspirations pour la cuisine – et bien sûr pour les récréations à la maison», explique Alexander Dischö, responsable marketing. La nouvelle structure du site est conçue de manière logique et claire, afin que les utilisateurs s'y retrouvent intuitivement – que ce soit sur smartphone, tablette ou ordinateur. La navigation a été simplifiée, les contenus sont structurés de manière lisible, et l'ensemble de l'expérience utilisateur a été fondamenta-

lement amélioré.

Une attention particulière a été portée à la rubrique Inspiration et Recettes: en plus d'une grande variété de nouvelles idées de plats, des vidéos de recettes attrayantes rendent la cuisine avec les produits Kisag encore plus vivante – idéal pour les passionné·e·s de cuisine, les professionnel·le·s comme pour toutes les personnes qui aiment cuisiner avec créativité.

La fonction de recherche grandement améliorée permet désormais de trouver rapidement les produits, contenus ou recettes recherchés – que l'on souhaite explorer librement ou effectuer une recherche ciblée. «Nous avons également franchi une étape importante sur le plan technique», ajoute Alexander Dischö. «La nouvelle boutique en ligne repose désormais sur Shopware 6, une plateforme e-commerce moderne qui offre davantage de flexibilité, de performance et une base durable pour le développement futur de notre offre en ligne. Avec ce relancement, nous ne célébrons pas seulement les 80 ans de Kisag, nous démontrons aussi que nos valeurs – qualité suisse, innovation et proximité avec la clientèle – vivent pleinement à travers ce nouvel élan digital. Nous vous invitons à découvrir notre nouvelle plateforme en ligne – et à vous laisser inspirer.»

www.kisag.ch



Roto Frank unter neuer Leitung

Zum 1. Januar 2026 übernimmt Sebastian Wagner die Leitung des Geschäftsgebiets D-A-CH und die Geschäftsführung der Roto Frank FTT Vertriebs GmbH. Volker Fitschen, der die Organisation über 33 Jahre hinweg geprägt hat und seit 2009 erfolgreich das Geschäftsgebiet mit den Ländern Deutschland, Österreich und Schweiz verantwortete, verabschiedet sich zum Jahreswechsel in den Ruhestand. Die Übergabe der Aufgaben erfolgt im Laufe des vierten Quartals.

Erfahrener Nachfolger aus dem eigenen Haus

Sebastian Wagner kommt aus den eigenen Reihen und ist seit 2016 im Vertrieb D-A-CH tätig. Zuletzt verantwortete der 35-jährige Wirtschaftsingenieur unter der Leitung von Volker Fitschen das Key Account Management für Deutschland und Österreich sowie die Vertriebssteuerung im gesamten D-A-CH-Raum. «Für unsere Kunden sind wir ein zuverlässiger und stabiler Partner. Deshalb ist es uns wichtig, zentrale Funktionen mit vertrauten Ansprechpartnern vorausschauend und erfolgreich zu besetzen», betont Volker Fitschen.

«Unverändert nah mit unseren Kunden zu agieren, den Roto Vertrieb weiter zukunftsstark auszurichten und einen erfolgreichen Generationenwechsel an der Vertriebsführungsspitze zu vollziehen», sieht Wagner als seine wesentliche Aufgabe. Dabei kann er auf die Unterstützung des langjährigen Führungsteams im Roto Vertrieb D-A-CH sowie auf eine vertrauensvolle Übergabe durch Volker Fitschen zählen.

In seiner neuen Funktion berichtet Wagner direkt an Marcus Sander, den Vorsitzenden der Geschäftsführung der Roto Frank Fenster- und Türtechnologie GmbH. Sander freut sich auf die Zusammenarbeit: «Sebastian Wagner ist mit Markt, Branche und Unternehmen bestens vertraut und bringt die für das Geschäftsgebiet D-A-CH entscheidende Kundenexpertise mit. Seine hohe Qualifikation für diese verantwortungsvolle Aufgabe ergibt sich aus seiner langjährigen Vertriebserfahrung und ist auch ein Ergebnis unseres eigenen Nachwuchskräfteprogramms.»

www.roto-frank.com

Nouvelle direction pour Roto Frank

Au 1^{er} janvier 2026, Sebastian Wagner prendra la direction de la région D-A-CH et de la société Roto Frank FTT Vertriebs GmbH. Volker Fitschen, qui a marqué l'organisation de son empreinte pendant 33 ans et dirigeait avec succès la zone Allemagne, Autriche et Suisse depuis 2009, prendra sa retraite à la fin de l'année. Le passage de relais aura lieu au cours du quatrième trimestre.

Un successeur expérimenté issu de l'entreprise

Sebastian Wagner est issu de l'entreprise et travaille depuis 2016 au sein du service commercial D-A-CH. Cet ingénieur commercial, de 35 ans a été responsable du Key Account Management pour l'Allemagne et l'Autriche sous la direction de Volker Fitschen et a également piloté la gestion des ventes pour l'ensemble de la région D-A-CH. «Nous sommes un partenaire fiable et stable pour nos clients. Il est donc important pour nous d'attribuer les postes clés à des interlocuteurs de confiance, et d'assurer une transition anticipée et efficace», souligne Volker Fitschen.

«Je veux maintenir la proximité avec la clientèle, poursuivre l'adaptation du service commercial de Roto à l'avenir et assurer un changement de génération réussi à la tête de la direction commerciale», déclare Sebastian Wagner, qui voit dans ces tâches sa mission principale. Pour l'accomplir, il peut compter sur le soutien de l'équipe de direction expérimentée du service commercial D-A-CH de Roto ainsi que sur une passation placée sous le signe de la confiance avec Volker Fitschen.

Dans ses nouvelles fonctions, Sebastian Wagner rendra directement compte à Marcus Sander, président du conseil d'administration de Roto Frank Fenster- und Türtechnologie GmbH. Marcus Sander se réjouit de cette collaboration: «Sebastian Wagner connaît parfaitement le marché, le secteur et l'entreprise. Il possède l'expertise client requise pour la région D-A-CH. Grâce à ses nombreuses années d'expérience dans la vente et à notre propre programme de relève, il dispose de toutes les qualifications requises pour assumer cette mission exigeante.»

www.roto-frank.com



v.l.n.r./d.g.à.d.
Marcus Sander, Volker Fitschen,
Sebastian Wagner.

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

Wir suchen im Rahmen einer geordneten Nachfolgeplanung aufgrund der anstehenden Pensionierung des jetzigen Stelleninhabers nach Absprache eine[n] gesamtverantwortliche[n]

Geschäftsführer*in

(100%-Pensum)

Ihre Hauptaufgaben in enger Zusammenarbeit mit dem Verbandspräsidenten und Vorstand:

- Vorbereitung der Geschäfte der Verbandsorgane sowie Ausführung der gefassten Beschlüsse
- Verantwortung von strategischen Verbandsprojekten und deren ziel- und termingerechte Umsetzung
- Führung der operativen Geschäftsstelle mit rund 12–15 Mitarbeitenden
- Überwachung und Übernahme laufender Aufgaben und Arbeiten in Zusammenhang mit Kommissionen und Arbeitsgruppen – insbesondere in der Berufsbildung
- Permanente Strategieanalyse der E-Business-Prozesse in der Branche
- Verlagsleitung der Verbandszeitschrift [Periodika]
- Aktive Kontaktpflege im relevanten wie anverwandten Branchenumfeld

Unsere Anforderungen:

- Integre und kommunikative Persönlichkeit mit grossem Gestaltungswillen an der Schnittstelle zwischen Staat und Wirtschaft
- Interdisziplinäre Auffassungsgabe mit unternehmerischem Spürsinn für markt-, sozial- und verbandspolitische Herausforderungen
- Hohe Eigenmotivation mit grossem Pflichtbewusstsein bei zukunftsgerichteter Denke
- Hoher Dienstleistungswille für die Mitglieder des Verbandes und anverwandter Branchengruppen sowie strategischen Partnern
- Verständnis für verbandspolitische Strukturen und Organisationen [NPO]
- Hervorragende Deutsch- und sehr gute Französischkenntnisse [verhandlungssicher]
- Hochschulabschluss [Uni/FH] oder gleichwertige betriebswirtschaftliche Ausbildung

Swissavant bietet:

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

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

Für erste Auskünfte steht Ihnen der aktuelle Geschäftsführer, Christoph Rotermund, T: 044 878 70 50, E-Mail: christoph.rotermund@swissavant.ch, gerne zur Verfügung.

Swissavant
Neugutstrasse 12
8304 Wallisellen
www.swissavant.ch

SWISSAVANT

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



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

Inspiziert 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 Puhlmann, Gründer und Entwickler

CHRISTMAS

BY LE CREUSET



Ein Weihnachtsfest wie kein anderes – ein Fest, das man nie vergisst. Feiern Sie mit Le Creuset und schaffen Sie unvergessliche Momente voller Wärme und Genuss. Lassen Sie den zeitlosen Farbklassiker Ofenrot zum 100-jährigen Jubiläum von Le Creuset in feierlichem Glanz erstrahlen – für ein Fest, das Tradition und zeitlose Eleganz vereint.

www.lecreuset.com

Ist das regelbasierte Handelssystem am Ende?

Nachgefragt bei Richard Baldwin, IMD Business School

Wie tiefgreifend ist das weltweite Handelssystem durch die neuen US-Zölle erschüttert?

Die einzige wirklich bedeutende Veränderung besteht darin, dass sich die USA, die ehemalige Hüterin des Handelssystems, vollständig aus diesem zurückgezogen haben. Dies ist kein Versuch, den Welthandel neu zu gestalten. Es ist lediglich ein Versuch der US-Regierung, mit der Erhöhung von Zöllen alle Regeln zu ignorieren und alle Handelsversprechen zu brechen, die die USA jemals gemacht haben. Glücklicherweise ist kein anderes grosses Handelsland diesem Regelverstoss gefolgt.

Wird das regelbasierte globale Handelssystem somit überleben?

Die USA machen weniger als 15 Prozent der weltweiten Importe aus. Daher ist es entscheidend, dass die Nationen, die die restlichen 85 Prozent ausmachen, weiterhin die Regeln befolgen. Wenn sie dies tun oder sich zumindest darum bemühen, wird das regelbasierte System überleben. Es sind schliesslich die WTO-Regeln, die verhindert haben, dass der US-Protektionismus zu einem globalen Protektionismus eskaliert ist.

«All dies lässt China als Handelspartner zuverlässiger und stabiler erscheinen.»

Est-ce la fin du système commercial fondé sur des règles?

Éclairage de Richard Baldwin, IMD Business School

Dans quelle mesure les nouveaux tarifs douaniers américains bouleversent-ils le système commercial mondial?

Le seul changement vraiment important réside dans le fait que les États-Unis se sont complètement retirés du système commercial mondial, alors qu'ils en étaient autrefois les gardiens. Il ne s'agit pas d'une tentative de reconfigurer le commerce mondial; en relevant les tarifs douaniers, le gouvernement américain essaye de contourner toutes les règles commerciales et de rompre l'ensemble des engagements commerciaux pris par les États-Unis par le passé. Heureusement, aucune autre grande nation commerciale ne leur a emboîté le pas.

Le système commercial mondial fondé sur des règles va-t-il survivre à ces bouleversements?

Les États-Unis représentent moins de 15 % des importations mondiales. Il est donc primordial que les nations qui constituent les 85 % restants continuent d'appliquer les règles. Si elles le font, ou du moins s'y efforcent, le système fondé sur des règles perdurera. N'oublions pas que ce sont les règles de l'OMC qui ont permis d'empêcher que le protectionnisme américain ne dégénère en un protectionnisme mondial.

«Cela renforce l'image de la Chine en tant que partenaire commercial fiable et stable.»



Wenn die übrigen Nationen weiterhin die Regeln befolgen, kann das regelbasierte Handelssystem überleben.

Le système commercial fondé sur des règles n'est pas menacé si les autres pays continuent d'appliquer les règles en vigueur.

In der Nachkriegszeit haben die Länder von Zollsenkungen profitiert. Wie entwickelt sich das globale Handelssystem zukünftig?

Der Protektionismus der USA wird bestehen bleiben. In meinem aktuellen E-Book «The Great Trade Hack» schreibe ich, dass die USA – im Gegensatz zu früher – eher zögerlich oder sogar feindselig gegenüber dem Handel sind. Dies ist mittlerweile ein parteiübergreifender Konsens. Selbst wenn 2028 ein demokratischer Präsident gewinnt, glaube ich, dass ein Grossteil der von Trump eingeführten Zölle bestehen bleibt. Wir steuern meiner Meinung nach auf eine Welt zu, in der die USA mit ihren hohen Zöllen eine Ausnahme bilden. Dies wird die USA zu einer noch geschlosseneren Wirtschaft mit geringeren Importen und Exporten im Verhältnis zum BIP machen.

Gibt es also keine allgemeine Tendenz zum Protektionismus?

Der neue Schutz ausserhalb der USA wurde grösstenteils mit WTO-konformen Mitteln wie Antidumpingzöllen erreicht. Ebenso gab es auch neue Handelsliberalisierungen, etwa zwischen China und Brasilien oder zwischen Grossbritannien und Indien.

Sie haben in einem Interview gesagt, dass der Handelskonflikt Chinas Position auf Kosten der USA stärke. Warum?

Bis April 2025 wurden die zunehmenden geopolitischen Spannungen hauptsächlich als Handelskrieg zwischen den USA und China betrachtet. Aber jetzt sieht es vielmehr nach einem Konflikt zwischen den USA und dem Rest der Welt aus. Ebenso untergräbt die chaotische US-Handelspolitik das Vertrauen der Nationen in alles, was die USA versprechen. All dies lässt China als Handelspartner zuverlässiger und stabiler erscheinen.

*Interview: Die Volkswirtschaft, 25.08.2025
www.dievolkswirtschaft.ch*

Après la Seconde Guerre mondiale, les pays ont bénéficié de la baisse des droits de douane. Comment le système commercial mondial va-t-il évoluer?

Le protectionnisme américain va perdurer. Dans mon dernier livre numérique intitulé «The Great Trade Hack», j'explique que, contrairement au passé, les États-Unis adoptent actuellement une posture hésitante, voire hostile, à l'égard du commerce et que cette vision y fait désormais consensus. Même si un président démocrate était élu en 2028, je pense qu'une majeure partie des droits de douane introduits par Trump subsisteraient. Nous nous dirigeons vers un monde où les États-Unis, avec leurs droits de douane élevés, constitueront une exception. L'économie américaine se renfermera encore plus, affichant une baisse des importations et des exportations par rapport au PIB.

On n'observe donc pas de tendance générale au protectionnisme?

En dehors des États-Unis, le commerce mondial est en grande partie protégé par des mesures conformes aux règles de l'OMC telles que les droits antidumping. On assiste en parallèle à une nouvelle libéralisation du commerce, notamment entre la Chine et le Brésil ou entre le Royaume-Uni et l'Inde.

Vous avez affirmé dans un entretien que le conflit commercial renforce la position de la Chine au détriment des États-Unis. Pour quelles raisons?

Jusqu'en avril 2025, la montée des tensions géopolitiques était principalement perçue comme une guerre commerciale entre les États-Unis et la Chine. Mais, aujourd'hui, elle prend plutôt la forme d'un conflit opposant les États-Unis au reste du monde. L'imprévisibilité de la politique commerciale des États-Unis sape en outre la confiance des autres nations dans les engagements américains. Cela renforce l'image de la Chine en tant que partenaire commercial fiable et stable.

*Propos recueillis par «La Vie économique», 25.08.2025
www.dievolkswirtschaft.ch/fr*



Richard Baldwin ist Professor für internationale Ökonomie an der IMD Business School in Lausanne.

Richard Baldwin est professeur d'économie internationale à l'IMD Business School de Lausanne.



Weiterbildungsstudie 2025: Weiterbildung ist der Schlüssel für die digitale Zukunft

- Jeder bzw. jede zweite Berufstätige nutzt bereits KI, um sich neues Wissen anzueignen
- Bitkom Akademie und HRpepper präsentieren aktuelle Studie wie KI und Digitalisierung das Lernen verändern



Anja Olsok

«Die Ergebnisse unterstreichen, dass moderne Technologien wie KI enorme Potenziale für die persönliche Lernentwicklung eröffnen, jedoch nicht die menschliche Komponente ersetzen können.»

Weiterbildung wird als entscheidender Hebel für langfristigen Unternehmenserfolg erkannt. Das zeigt die Weiterbildungsstudie 2025, die von der Bitkom Akademie gemeinsam mit HRpepper (beide Berlin) durchgeführt wurde. Im Fokus der diesjährigen Erhebung stehen die Rolle von KI und Technologie in der Weiterbildung sowie die Einbindung gezielten Lernens in die Unternehmensstrategie.

KI ergänzt, ersetzt aber nicht

Künstliche Intelligenz hat sich zu einem festen Bestandteil der Lernreise von Arbeitnehmenden entwickelt. Im Rahmen der Weiterbildungsstudie 2025 geben 54 Prozent der Befragten an, schon einmal KI genutzt zu

haben, um sich neues berufliches Wissen anzueignen. Trotz dieses beachtlich hohen Anteils wird die Technologie jedoch weiterhin als ergänzendes Werkzeug, nicht aber als Ersatz für menschliche Expertise verstanden.

«Die Ergebnisse unterstreichen, dass moderne Technologien wie KI enorme Potenziale für die persönliche Lernentwicklung eröffnen, jedoch nicht die menschliche Komponente ersetzen können. Erfahrene Weiterbildungs-expertinnen und -experten bleiben unverzichtbar, um nachhaltige Lernerfolge zu erzielen», sagt Anja Olsok, Geschäftsführerin der Bitkom Servicegesellschaft mbH.

Zwischen Erwartung und Realität

Dabei wird das Thema Weiterbildung für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer immer wichtiger: 74 Prozent betrachten gezielte Weiterbildung als Schlüsselfaktor für unternehmerischen Erfolg, 78 Prozent sehen sie als entscheidend für die eigene berufliche Entwicklung. 86 Prozent von ihnen verstehen Weiterbildung schon heute als festen Bestandteil ihres Berufsalltags, nicht als Belohnung durch den Arbeitgeber.

In vielen Unternehmen haben Weiterbildung und Lernen nach Wahrnehmung der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer aber noch Luft nach oben: Nur 56 Prozent sehen, dass ihr Arbeitgeber Weiterbildungen nutzt, um dem Fachkräftemangel zu begegnen. Gerade einmal 49 Prozent erkennen in ihrem Unternehmen eine klare Weiterbildungsstrategie.

«Beschäftigte haben erkannt, wie wichtig Weiterbildung für den Unternehmenserfolg ist, jetzt müssen Unternehmen konsequent handeln. Wer langfristig wettbewerbsfähig bleiben will, muss Weiterbildung gezielt in die Unternehmensstrategie integrieren», betont Anja Olsok, Geschäftsführerin der Bitkom Servicegesellschaft mbH.

Die vollständigen Ergebnisse der Weiterbildungsstudie 2025 wurden im Rahmen des Jubiläumsempfangs von Anfang September «20 Jahre Bitkom Akademie» vorgestellt und stehen zum kostenfreien Download bereit.

<https://bitkom-akademie.de/weiterbildungsstudie-2025>

Hinweis zur Methodik: Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag der Bitkom Akademie und von HRpepper durchgeführt hat. Dabei wurden 1057 Berufstätige in Deutschland online befragt, darunter 917 Arbeitnehmende.

Die Befragung fand im Zeitraum von Mitte Mai bis Mitte Juni 2025 statt. Die Umfrage ist nicht repräsentativ, gibt aber ein aussagekräftiges Stimmungsbild für Berufstätige und Arbeitnehmende in Deutschland.

www.bitkom.org



bitkom



**Sechste
Weiterbildungsstudie in
Folge**



**Befragung von über 1000
Berufstätigen in
Deutschland**



**Aktuelle Insights zur
Nutzung von KI in der
Weiterbildung**



**Handlungsempfehlungen
für Unternehmen**

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.



Miele präsentiert erste Outdoor-Küche «Dreams»

Von Grillen über Kochen bis hin zum Organisieren und Kühlen: Mit einer neuen Produktkategorie «Outdoor Cooking» steigt Miele in den wachsenden Markt für Outdoor-Küchen ein. «Dreams» ist die erste Outdoor-Küche des Hausgeräteherstellers mit einer Vielzahl von unterschiedlichen Modulen und Zubehör. Sie besitzt ein modulares Design, für individuelle Küchen von klein bis gross. Eines der Highlights des neuen Portfolios: der «Fire Pro IQ», ein intelligenter Gasgrill, der Temperaturen präzise regelt und Rezept-schritte automatisch grillt. Das neue Sortiment wurde erstmalig auf der IFA 2025 in Berlin vorgestellt.

Miele présente sa première cuisine d'extérieur «Dreams»

De la cuisson à la grillade en passant par le rangement et la réfrigération, Miele fait son entrée sur le marché en pleine croissance des cuisines d'extérieur avec sa nouvelle catégorie de produits «Outdoor Cooking». «Dreams», la première cuisine d'extérieur du fabricant d'appareils électroménagers, est accompagnée d'une multitude de modules et d'accessoires différents. Elle est dotée d'un design modulaire, pour créer des cuisines personnalisées, petites ou grandes. L'un des produits phares de cette nouvelle gamme: le «Fire Pro IQ», un barbecue à gaz intelligent qui règle les températures avec précision et grille automatiquement en suivant les étapes des recettes. La nouvelle gamme a été présentée pour la première fois à l'IFA 2025 de Berlin.



Alle Module der Miele Outdoor-Küche lassen sich flexibel miteinander kombinieren – für kleine und grosse Konfigurationen, im Garten, auf der Terrasse oder dem Balkon.

Tous les modules de la cuisine d'extérieur de Miele peuvent être combinés de manière flexible, pour des cuisines de petite ou de grande taille, dans un jardin, sur une terrasse ou un balcon.

- Outdoor-Küche «Dreams» bringt gewohntes Premiererlebnis nach draussen
- Modular und intelligent: Grosses Portfolio mit Modulen, Zubehör und intelligentem Gasgrill «Fire Pro IQ»
- Ab Frühling 2026 in der Schweiz, Deutschland und Österreich verfügbar

Der Backofen, der Lieblingsgerichte automatisch zubereitet oder das Kochfeld, das Temperaturen zuverlässig hält: Seit über 126 Jahren steht Miele als Hersteller für Premium-Hausgeräte für Qualität, hochwertiges Design, einfache Bedienung und innovative Features.

- L'expérience premium habituelle de Miele désormais aussi en plein air avec la cuisine d'extérieur «Dreams»
- Modularité et intelligence: une large gamme avec des modules, des accessoires et le barbecue à gaz intelligent «Fire Pro IQ»
- Disponible en Suisse, en Allemagne et en Autriche à partir du printemps 2026

Qu'il s'agisse d'un four qui prépare automatiquement les plats favoris ou d'un plan de cuisson qui maintient les températures de manière fiable, depuis plus de 126 ans, Miele est un fabricant d'appareils électroménagers premium, synonyme de qualité, de design haut de gamme, de simplicité d'utilisation et de fonctionnalités innovantes.

Ein perfektes Zusammenspiel
aus Grillrost und Zubehör.

Mit der neuen Produktkategorie «Outdoor Cooking» überträgt das Unternehmen diese Expertise nun auf den Aussenbereich: «Outdoor-Living ist ein Lebensstil, den immer mehr Menschen weltweit für sich entdecken», erklärt Axel Kniehl, Geschäftsführer Sales und Marketing bei Miele. «Mit «Dreams» bringen wir jetzt erstmalig das besondere Miele Kocherlebnis dorthin: nach draussen. Eine modulare Outdoor-Küche, die individuelle Gestaltung ermöglicht und minimalistisches Design, intelligente Technik sowie den Miele Premiumanspruch vereint. Unsere Kundinnen und Kunden können so mit der vertrauten Perfektion von Miele besondere Momente und perfekte Ergebnisse mit Familie und Freunden geniessen – draussen wie drinnen.»

Miele Qualität und Design – jetzt auch Outdoor

Das gesamte Sortiment besteht aus hochwertigen und Outdoor-fähigen Materialien, die Sonne oder Regen 365 Tage im Jahr standhalten. Essenzieller Teil des Designs ist Modularität. Ob kleiner Balkon oder grosse Terrasse: Verschiedene Module, darunter mehrere Gasgrills und Miele's erster Outdoor-Kühlschrank, lassen sich flexibel miteinander kombinieren – für jeden individuellen Outdoor-Küchen-Traum. Über 60 Zubehöre bringen neben weiteren Zubereitungsarten auch mehr Flexibilität und Komfort nach draussen – wie zum Beispiel Haken und Halterungen für Modulschränke, die die Grillzange, den Spachtel oder die passgenaue Abdeckhaube immer griffbereit halten. So fügt sich die Outdoor-Küche dank ihres minimalistischen Designs als Highlight in jeden Outdoor-Bereich ein.

www.miele.ch

Erstmals kann der Grill auch über die verknüpfte Miele App aus der Ferne geregelt oder Parameter von speziell entwickelten CookAssist-Rezepten an den Grill gesendet werden.



Une interaction parfaite
entre la grille et les accessoires.

Avec sa nouvelle catégorie de produits «Outdoor Cooking», l'entreprise transpose désormais cette expertise à l'extérieur: «L'Outdoor living est un style de vie que de plus en plus de gens apprécient dans le monde entier», explique Axel Kniehl, Directeur général Sales et Marketing chez Miele. «Et avec «Dreams», nous proposons pour la première fois l'expérience

culinaire particulière de Miele en plein air. Cette cuisine d'extérieur modulaire permet une conception personnalisée et allie un design minimaliste, une technologie intelligente et l'exigence de qualité supérieure de Miele. Notre clientèle peut ainsi savourer des moments privilégiés et des résultats parfaits en famille ou entre amis, avec la perfection habituelle de Miele – à l'extérieur comme à l'intérieur.»

La qualité et le design Miele – maintenant aussi en plein air

Toute la gamme est composée de matériaux de haute qualité adaptés à l'extérieur et capables de résister au soleil ou à la pluie 365 jours par an. Que l'on ait un petit balcon ou une grande terrasse, il est possible de combiner librement différents modules, dont plusieurs barbecues à gaz et le premier réfrigérateur d'extérieur de Miele – afin de concevoir la cuisine d'extérieur de ses rêves. Plus de 60 accessoires apportent, comme les modes de préparation supplémentaires, plus de souplesse et de confort à l'extérieur – par exemple les crochets et les supports spéciaux pour les armoires modulaires qui permettent de toujours garder à portée de main la pince pour barbecue, la spatule ou le capot de protection parfaitement ajusté. Grâce à son design minimaliste, la cuisine d'extérieur s'intègre parfaitement dans n'importe quel espace extérieur.

www.miele.ch



Pour la première fois, il est également possible de régler le barbecue à distance ou d'envoyer au barbecue des paramètres de recettes CookAssist spécialement conçues via l'app Miele.



Mit seinen fünf Sensoren im Garraum und am Grillrost regelt der Fire Pro IQ die Temperaturen präziser als jeder andere Grill. Für noch mehr Komfort: Einfach ein Automatikprogramm in der Miele App auswählen, an den Fire Pro IQ senden und Schritt für Schritt zum perfekten Ergebnis geführt werden.

Avec ses cinq capteurs placés dans l'enceinte et sur la grille, le Fire Pro IQ régule les températures avec plus de précision que n'importe quel autre barbecue.

Et pour encore plus de confort: il suffit de sélectionner un programme automatique dans l'app Miele, de l'envoyer au Fire Pro IQ et de se laisser guider pas à pas jusqu'au résultat final.

Mehr Farbe im Alltag

Die Swiss Classic Kollektion verkörpert das Engagement von Victorinox für Präzision und Qualität. Mit ihrer bemerkenswerten Verarbeitung und ihrem schlichten Design fügt sie sich nahtlos in den Alltag und jede Küche ein. Als Neuauflage der Originalkollektion aus 2007 steht dieses neue Farbsortiment für unverzichtbare Küchenwerkzeuge mit Schweizer Expertise.

Präzise Werkzeuge für Leidenschaft beim Kochen

Die Kollektion wurde für Präzision und Komfort entwickelt, damit Hobbyköchinnen und -köche ihre Leidenschaft in der Küche voll entfalten können. Zeitloses Design und Konstruktion auf Profi-Niveau schaffen professionelle Verhältnisse in jeder Küche. Mit der renommierten Qualität und Präzision unserer Schweizer Expertise bietet die Kollektion Klingen, deren Schärfe mit geschmiedeten Messern vergleichbar ist. So entstehen strapazierfähige Küchenwerkzeuge auf Profi-Niveau.

Leichtes Design für Komfort und Kontrolle

Die Swiss Classic Kollektion kombiniert Präzision mit Komfort – perfekt für den täglichen Einsatz. Ihr leichtes Design ist für intuitives, dynamisches Schneiden gemacht. Schmale, ergonomische Griffe – bei kleineren Messern (wie Tomaten- und Tafelmessern) aus strapazierfähigem Polypropylen (PP), bei längeren Messern (wie Brot- und Kochmessern) aus rutschfestem thermoplastischem Elastomer (TPE) – garantieren Komfort und Kontrolle bei jeder Anwendung. Die rostfreien Stahlklingen auf Profi-Niveau bieten hervorragende Schärfe. Alle Messer sind spülmaschinengeeignet und somit für den täglichen Einsatz bereit.

Neue Farben

Ursprünglich war die Swiss Classic Kollektion nur in Schwarz erhältlich, jetzt gibt es sie in einer Reihe moderner, gedeckter Farben. Die durchdachte Palette ist von Kochzutaten inspiriert und bringt ein wenig Farbe in jede Küche. Leistung und Attraktivität in einem.

Strapazierfähig genug für den täglichen Einsatz

www.victorinox.com

Plus de couleur dans la vie quotidienne

La collection Swiss Classic incarne l'engagement de Victorinox en matière de précision et de qualité. Cette collection à la conception remarquable et au design discret se fond dans la vie quotidienne pour se mettre au service de toutes les préparations culinaires. Nouvelle déclinaison de la collection d'origine lancée en 2007, cette gamme inédite et colorée d'ustensiles de cuisine indispensables s'érige comme un symbole du savoir-faire suisse.

La précision au service de la passion culinaire

Conçue dans un souci de précision et de confort, cette collection accompagne les cuisiniers et cuisinières en herbe dans tous leurs projets. Elle associe une conception de qualité professionnelle à un design intemporel, pour offrir une expérience digne d'un(e) chef(fe) dans votre cuisine. Assortie de la qualité et de la précision emblématiques du savoir-faire suisse, cette collection propose des lames dont le tranchant rivalise avec celui des couteaux forgés. Ce savoir-faire authentique confère une valeur remarquable à ces ustensiles robustes et professionnels.

La légèreté, gage de confort et de contrôle

La collection Swiss Classic allie exactitude et facilité d'utilisation, l'idéal pour un usage quotidien. Son design tout en légèreté est propice aux coupes intuitives et dynamiques. Fins et ergonomiques, les manches sont en polypropylène (PP) robuste pour les plus petits couteaux comme les couteaux à tomates et de table, et en élastomère thermoplastique (TPE) antidérapant pour les plus longues lames comme les couteaux à pain et de chef. Résultat: des couteaux agréables à utiliser, faciles à maîtriser et destinés à un usage fréquent. Les lames en acier inoxydable de qualité professionnelle offrent un tranchant exceptionnel et tous les ustensiles sont résistants au lave-vaisselle.

Un arc-en-ciel de couleurs

Auparavant disponible en noir, la collection Swiss Classic s'enrichit d'un éventail de couleurs modernes et discrètes dans sa nouvelle édition. Ces teintes choisies avec soin puisent leur inspiration dans une riche palette d'ingrédients culinaires et apportent une énergie subtile au design, améliorant par la même occasion l'esthétique et la performance.

Une robustesse garantie pour un usage quotidien

www.victorinox.com



Schweizer Handwerkskunst

Letztes Jahr feierte die Messermanufaktur sknife ihr 10-jähriges Bestehen als Vorreiterin der Schweizer Messerhandwerkskunst mit der Limited Edition des Taschenmessers Damast. Die handverlesene Griff-Variante aus Schwemmh Holz mit einzigartiger Maserung und die Klinge aus rostfreiem 800 Lagen Torsionsdamast unterstreichen die Präzision und Perfektion der Bieler Manufaktur.

Der Messerhersteller steht für mehr als feinstes Design und handwerkliche Präzision. Der internationale Erfolg gründet auf zwei bahnbrechenden Technologien: sknife verwendet den hochwertigsten Chirurgenstahl, der in der Uhren- und Medizinalbranche neue Standards setzt. Zudem entwickelte die Manufaktur als erstes die Stabilisierung von Schweizer Holz für den Einsatz in der Spitzengastronomie. So finden die sknife Messer und Bestecke ihren Platz in Hotels am Meer, auf Yachten und in exklusiven Clubs – abgestimmt auf die Farben und Materialien des jeweiligen Interieurs.

Alle beteiligten Lieferanten sind lokal ansässig im Umkreis von 30 km um Biel. Die Kunst der Holzstabilisierung wurde gemeinsam mit der Holzfachschule Biel entwickelt, die Schmiede Flükiger AG ist im Emmental verwurzelt, das Holz liefert HTech in Neueneegg und der Stahl stammt von der Firma Klein SA in Biel. Der letzte Schliff erfolgt von Hand in der Messermanufaktur; hier veredeln Messermacher Timo Müller und sein Team die Messer zu wahren Kunstwerken.

Mit 4 internationalen Designpreisen ausgezeichnet sind die sknife Messer in den renommiertesten Hotels & Restaurants weltweit mit über 300 Michelin-Sternen eingedeckt.

Heute ist der wichtigste Exportmarkt Frankreich, wo sknife in den namhaftesten Hotels in Paris, im Elsass und an der Côte d'Azur eingedeckt ist. Für das Hôtel du Cap-Eden-Roc in Antibes sowie für den Fussball Club Paris St. Germain fertigt sknife eigene exklusive Kollektionen.

www.sknife.com

L'artisanat Suisse

En 2024, la manufacture de couteaux sknife a célébré 10 ans en rôle pionnier dans l'artisanat de la coutellerie suisse avec l'édition limitée du couteau de poche damas. Le manche en bois flotté sélectionné à la main, avec son grain unique, et la lame en acier damassé de torsion inoxydable 800 couches soulignent la précision et la perfection de la manufacture biennoise.

Le fabricant de couteaux est synonyme de plus qu'un design raffiné et une précision artisanale. La percée internationale repose également sur deux nouveaux procédés technologiques: sknife utilise l'acier chirurgical le plus performant, qui établit de nouveaux standards dans l'horlogerie. De plus, la manufacture a été le premier à développer la stabilisation du bois suisse pour une utilisation dans la haute gastronomie. Ainsi, les couteaux et les couverts sont également bien établis dans les hôtels en bord de mer et sur les yachts, ainsi que dans des clubs exclusifs – assorties dans des couleurs à l'intérieur.

Tous les fournisseurs sont situés 30 km autour de Bienne. La stabilisation du bois a été développée avec l'École du bois à Bienne, la forge Flükiger SA est établie dans l'Emmental, le bois provient de l'entreprise HTech à Neueneegg et l'acier est fourni par la société Klein SA à Bienne. La finition et l'affilage à la main sont effectués dans la manufacture où le coutelier Timo Müller et son équipe affinent les couteaux en véritables œuvres d'art.

Récompensés par 4 prix de design internationaux les couteaux sknife trouvent leur place dans les hôtels et restaurants les plus prestigieux au monde, avec plus de 300 étoiles Michelin.

Aujourd'hui, le marché d'exportation le plus important est la France, où sknife équipe les établissements emblématiques de Paris, d'Alsace et de la Côte d'Azur. Pour l'Hôtel du Cap-Eden-Roc à Antibes ainsi que pour le club de foot Paris Saint-Germain, sknife a créé des collections exclusives sur mesure.

www.sknife.com



Limited Edition von 200 Stück:
sknife Taschenmesser Damast Schwemmh Holz, UVP: CHF 1010.00

Édition limitée à 200 pièces:
couteau de poche damas bois flotté sknife, CVP: CHF 1010.00

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

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» 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



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.

Les assortiments de fonte émaillée et de céramique ainsi que les moulins 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.

Das Zuhause in festlichem Glanz: Drei Trends für die Weihnachtsdeko 2025 von Villeroy & Boch

Die Weihnachtssaison wird dieses Jahr so vielseitig wie nie: Ob nostalgische Highlights mit liebevollen Details, stilvoller Minimalismus mit edlen Schwarznancen oder skandinavische Gemütlichkeit – die aktuellen Deko-Trends bringen für jeden Wohnstil das perfekte Festtagsgefühl nach Hause.



Charmante Nostalgie

Mit einer klassischen Farbgebung in Rot, Gold und Grün, und nostalgischen Formen und Dekoren bringt der Trend «Charmante Nostalgie» die Weihnachtszeit, wie sie früher war, nach Hause. Die limitierte **Annual Christmas Edition 2025** erzählt mit fein ausgearbeiteten Motiven die Geschichte vom Polarexpress: Santa auf grosser Reise zu den Kindern, die voller Vorfreude am Bahnhof auf ihn warten. In der Serie Christmas Toy's Memory bedienen Figurinen wie Lokomotive, Weihnachtsmann oder Schneemann nostalgische Gefühle. Mit den Ornamenten aus der Kollektion Christmas Classics lassen sich Weihnachtsbaum, Türkranz oder Tannengirlande klassisch dekorieren.

Minimalismus trifft moderne Eleganz

Klare Linien und eine dezente Farbpalette lassen eine ruhige, stilvolle Weihnachtsatmosphäre entstehen. Dekorationselemente wie Nussknacker, Adventskranz und Ornamente in tiefem Schwarz der Kollektion **Black XMAS** sind exklusiv in den eigenen Geschäften und im Onlineshop von Villeroy & Boch erhältlich und bringen weihnachtlichen Charme in minimalistische Interiors.

Natürlich entspannt – nordischer Winter

Cremeweisse Oberflächen treffen auf zarte Goldakzente, glasiertes Porzellan wechselt sich mit matten Biskuitflächen ab: Von schlichten Ornamenten bis stilisierte Figuren bietet die Kollektion **Winter Glow** vielfältige Dekorationselemente, die in eine ruhige, nordische Winterwelt entführen.

www.villeroy-boch.com



La maison dans toute sa splendeur festive: Les tendances déco pour Noël 2025 de Villeroy & Boch

Cette année, la période de Noël sera plus diversifiée que jamais: des accents nostalgiques avec des détails soignés, un minimalisme élégant avec des nuances noires raffinées, ou encore le style du confort scandinave: les tendances déco du moment amènent une parfaite ambiance festive dans chaque style d'intérieur.

Le charme nostalgique

Aux couleurs classiques rouge, or et vert, avec des formes et ornements nostalgiques, la tendance du «Charme nostalgique» ramène les fêtes de Noël du passé à la maison. L'édition limitée **Annual Christmas Edition 2025** raconte l'histoire du Polar Express avec des motifs finement travaillés: le père Noël sur un grand voyage pour rendre visite aux enfants, qui l'attendent impatiemment à la gare. Dans la ligne Christmas Toy's Memory, des figurines comme des locomotives, le Père Noël et des bonhommes de neige évoquent une sensation nostalgique. Les ornements de la collection Christmas Classics peuvent servir de décoration pour votre sapin de Noël ou votre couronne de Noël.

Le minimalisme rencontre l'élégance moderne

Des lignes épurées et une palette de couleurs discrètes créent une ambiance de Noël apaisée et élégante. Pour amener le charme de Noël aux intérieurs minimalistes, des éléments décoratifs comme le casse-noisettes, les couronnes de l'Avent et les ornements d'un noir profond de la collection **Black XMAS** sont exclusivement disponibles dans les magasins et la boutique en ligne de Villeroy & Boch.



Naturellement détendu – l'hiver nordique

Les surfaces blanc crème combinés aux délicats accents dorés, la porcelaine émaillée alterne avec des surfaces biscuit mates: des ornements simples aux figures stylées, la collection **Winter Glow** offre une des éléments décoratifs aux multiples facettes qui vous transportent dans un monde hivernal nordique serein.

www.villeroy-boch.com



Annual Christmas Edition 2025



Black XMAS



Winter Glow

«Jahrhundert-Rezept» befolgt

Langbewährte Berufsbildung: Die seit über 100 Jahren bestehende Emil Frey Gruppe wurde mit dem Nationalen Bildungspreis geehrt. Das Preisgeld beträgt 20000 Schweizer Franken. Die Preisverleihung fand am Mittwochabend, 17. September 2025, in Bern statt.



Stefan Schulthess (ganz links), Präsident der Stiftung FH SCHWEIZ, und Christian Fiechter (ganz rechts), Präsident der Hans Huber Stiftung, gratulieren Lorenz Frey-Hilti und Walter Frey zum Gewinn des Nationalen Bildungspreises.

Die Verleihung des neunten Nationalen Bildungspreises der Hans Huber Stiftung und der Stiftung FH SCHWEIZ an die Emil Frey Gruppe wurde am Mittwochabend, 17. September 2025, durchgeführt.

Im Rahmen der Schweizer Berufsmeisterschaften SwissSkills im Messezentrum BernExpo lautete das Motto thematisch passend **«Mit der Berufsbildung aufs Podest»**. Dankbar und stolz nahmen Walter Frey, Inhaber und Verwaltungsratspräsident der Emil Frey Gruppe, und sein Sohn Lorenz Frey-Hilti die Ehrung entgegen. Frey-Hilti ist Mitglied der Geschäftsleitung in der Emil Frey Gruppe sowie Teamchef bei Emil Frey Racing.

Erfolgsgeschichten ermöglichen

Auf besondere Weise wurde die Arbeit von Stefan Platter hervorgehoben, dem Verantwortlichen für die Berufsbildung bei der Emil Frey Gruppe. Stark unterstützt werde er gemäss Schulthess von der Enkelin des Firmengründers, Kathrin Frey. Wie ihr Bruder ist auch sie in der Geschäftsleitung aktiv. «Sie will den Lernenden die Chance geben, im Unternehmen schöne Erfolgsgeschichten von der Lehre bis zur Kaderstelle zu schreiben», betonte der Präsident der Stiftung FH SCHWEIZ. Etwa 50 Prozent der Lernenden werden nach der Lehre weiterbeschäftigt und mit Weiterbildungen

gefördert. Europaweit bildet die Emil Frey Gruppe über 1000 Lernende aus, rund die Hälfte davon in der Schweiz. Mit dem Preisgeld von 20000 Franken soll die Berufsbildung weiter gestärkt werden, erläuterte Lorenz Frey-Hilti. Die Lernenden sollen am Auto noch besser ausgebildet werden. Dazu sei das Projekt «Praxisbildner» gestartet worden. Die Ausbildungspersonen könnten so im Berufsalltag besser für die Bedürfnisse von Lernenden sensibilisiert werden. «Ganz nach unserem Firmencredo sollen sie zu noch besseren Fachmännern und Fachfrauen ausgebildet werden», bekräftigte Firmenpatron Walter Frey.

Eltern überzeugen

Christian Fiechter, Präsident der Hans Huber Stiftung, freute sich, dass der neunte Nationale Bildungspreis «im absoluten Mekka der Berufsbildung» verliehen wurde und hob die Breitenwirkung der SwissSkills hervor. Er betonte, dass die Hans Huber Stiftung zusätzlich daran arbeite, Eltern als wichtigste meinungsbildende Personen vom erfolgversprechenden dualen Ausbildungsweg zu überzeugen.

Motivierende Nachwuchskräfte

Den Veranstaltern war es wichtig, dass auch junge Nachwuchskräfte ihre motivierenden Einschätzungen abgeben konnten,

warum die Berufsbildung sinnbildlich zu einem Podestplatz verhelfen kann. Als Vertreter der Lernenden der Emil Frey Gruppe stellte der lernende Automobil-Mechatroniker Omer Ramadani das Kundencredo seines Firmengründers eindrücklich unter Beweis. Er absolviert nach seiner Lehre als Automobil-Fachmann bereits seine zweite Ausbildung und gab seinem Berufsstolz begeistert Ausdruck: «Ich liebe Autos und liebe meinen Beruf. Wenn die Kundschaft zufrieden ist, ist das für mich motivierend. Ich will einfach eine extrem gute Bütz machen.»

SwissSkills- und WorldSkills-Teilnehmer Sven Zängerle ist es ein Anliegen, dass die Berufsmeisterschaften mehr in den Fokus gerückt werden: Er hat kürzlich seine Lehre als Polygraf abgeschlossen und ist überzeugt, dass es für die Wirtschaft förderlich ist, wenn junge Menschen ihre Fachkompetenzen auch an Wettbewerben unter Beweis stellen.

Über das Engagement der jungen Berufsleute freuten sich die beiden Berufsbildungsprofis Martin Erlacher, der Chef des Schweizer SwissSkills-Teams ist, und Stefanie Müller, die die Berufsbildung bei Emmi Schweiz verantwortet.

www.hanshuberstiftung.org

www.stiftungfhschweiz.ch

BUCHTIPP
der perspective



240 Seiten
Kartierter Einband (Masse: 153×225×20 mm)
ISBN: 978-3-86774-843-8
Erscheinungsdatum: 09.09.2025

Schnellbesteller-Angebot für Leser*innen der perspective

Wie Unternehmen die neuen geopolitischen Risiken managen

Graue Nashörner sind Risiken, die Unternehmen kennen – oder zumindest kennen sollten. Sie tauchen nicht plötzlich auf wie schwarze Schwäne, sondern sind vorhersehbar. Und doch handeln viele Unternehmen nicht.

Gerade auf geopolitischer Ebene schlägt für die europäischen Unternehmen nun die Stunde der Nashörner. Die Vereinigten Staaten und China kämpfen um die globale Vorherrschaft: mit Zöllen und Exportkontrollen, künstlicher Verknappung von Rohstoffen oder technischen Standards.

Trumps und Xis Nashörner sind brandgefährlich – und wenn sich Unternehmen nicht wappnen, drohen sie in diesem Kräftespiel zermalmt zu werden.

Der Geopolitikexperte **Ansgar Baums** und der Spiegel-Bestsellerautor und Technikexperte **Thomas Ramge** fordern deshalb intelligentes, geopolitisches Risikomanagement in einer umkämpften, ungeordneten Welt. **Und sie zeigen, wie das geht.**

Kompetent und praxisnah beschreiben sie in ihrem Buch die neue Kampfzone, in der sich Europas Unternehmen bewähren müssen.

Drei Fragen stehen im Fokus: Was sind die Mechanismen dieses digitalen Kalten Krieges? Welche Risiken ergeben sich aus der neuen geopolitischen Machtordnung für Unternehmen? Und mit welchen Managementstrategien lassen sich diese Geotech-Risiken minimieren?

nur noch **27.60 CHF**

anstatt **34.50 CHF**
(20 % Rabatt für Schnellbesteller*)

Bestellcoupon

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

Vorname/Name: _____

Firma: _____

Strasse: _____

PLZ/Ort: _____

Datum: _____ Unterschrift: _____

Bitte gewünschte Anzahl Bücher
«Die Stunde der Nashörner» angeben.

_____ Ex.

*Sie erhalten bei Bestellungen bis zum
7. Oktober 2025 **20 % Schnellbestellerabatt**
auf den UVP von 34.50 CHF

Schnellbestellpreis: 27.60 CHF
Normalpreis: 34.50 CHF, zzgl. MwSt



I N T E R N A

Fünf Jahre voller Innovation und Transformation

Noel Aschwanden feiert 5-jähriges Jubiläum

Die ganze Schweizer Eisenwaren- und Werkzeugbranche gratuliert Noel Aschwanden zum 5-jährigen Firmenjubiläum. Die herausragende Erfolgsgeschichte des Schweizer nexmart-Branchenportals hat der Jubilar mit hoher Kundenorientierung und mit grosser Leidenschaft für digitale wie prozessuale Aufgabenstellungen seit seinem Berufseinstieg anfangs September 2020 aktiv mitbegleitet und kundenorientiert weiterentwickelt.

Dank dieser branchengerechten Perspektive in Verbindung mit dem vertieften Wissen rund um die branchenspezifischen Prozesse ist heute Noel Aschwanden eine unverzichtbare Anlaufstelle für alle Portalbetreiber und -user gleich wie für jene interessierten Marktakteure, die sich mit der digitalen Branchentransformation auseinandersetzen oder digitale Services im Unternehmen implementieren wollen.

Und die Arbeit wird Noel Aschwanden definitiv nicht ausgehen, denn inskünftig werden Künstliche Intelligenz (KI) und die damit verbundenen Analysen und Resultate datengetriebene Entscheidungen des Unternehmers stark unterstützen, forcieren und beeinflussen.

Berufsbegleitend lässt sich der Jubilar aktuell an der Hochschule Luzern (HSLU) zum «Bachelor of Science in Wirtschaftsinformatik» ausbilden und wird diesen anspruchsvollen Lehrgang aller Voraussicht nach im Sommer 2026 abschliessen.

Wir danken Noel Aschwanden an dieser Stelle für die unermüdliche Prozessdenke zugunsten aller Marktteilnehmenden. Mit Blick auf die Branche und das persönliche Berufsleben wünschen wir dem noch jungen Berufsfachmann in den nächsten Jahren weiterhin viele digitale Innovationen und eine partnerschaftliche wie freudvolle Zusammenarbeit mit den Unternehmern aus unserer Branche.

Cinq années d'innovation et de transformation

Noel Aschwanden fête ses 5 ans d'ancienneté



L'ensemble de la branche suisse des quincailleries et de l'outillage félicite Noel Aschwanden à l'occasion de ses 5 ans d'ancienneté. Depuis son entrée dans la profession début septembre 2020, Noel Aschwanden a activement accompagné et développé, en s'orientant vers la clientèle, la remarquable success-story du portail de la branche suisse nexmart. Il a fait preuve d'une grande orientation client et d'une remarquable passion pour les tâches numériques et les processus, tout en continuant à développer le portail pour l'orienter vers la clientèle.

Grâce à cette perspective sectorielle, combinée à une connaissance approfondie des processus spécifiques à la branche, Noel Aschwanden est aujourd'hui un interlocuteur incontournable pour celles et ceux qui exploitent et utilisent le portail, ainsi que pour les acteurs du marché qui s'intéressent à la transformation numérique de la branche ou qui souhaitent mettre en œuvre

des services numériques dans leur entreprise.

Du travail, Noel Aschwanden ne va pas en manquer, car à l'avenir, l'intelligence artificielle (IA) et les analyses et résultats qui en découlent vont fortement soutenir, stimuler et influencer les décisions basées sur les données de l'entrepreneur.

Actuellement, Noel Aschwanden suit une formation en alternance à la Haute École de Lucerne (HSLU) pour obtenir un «Bachelor of Science en informatique de gestion» et il achèvera très probablement ce programme exigeant au cours de l'été 2026.

Nous remercions Noel Aschwanden pour sa réflexion orientée processus en faveur de tous les acteurs du marché. En ce qui concerne la branche et sa vie professionnelle, nous souhaitons à ce jeune professionnel de nombreuses innovations numériques et une collaboration amicale et joyeuse avec les entrepreneurs de notre branche dans les années à venir.

Hier könnte IHRE Anzeige stehen.

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

Vielen Dank an unsere Inserenten.





Sie können es kaum glauben. Wir wissen es.

Sie haben zu Recht hohe Ansprüche an ein modernes Leben und für komplexe Sachverhalte fordern Sie klare Lösungen. Vereinfachen Sie Ihr Leben und setzen Sie bei Ihrer Vorsorge auf einen Partner, der ist wie Sie. **Zusammen Zukunft.**

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.

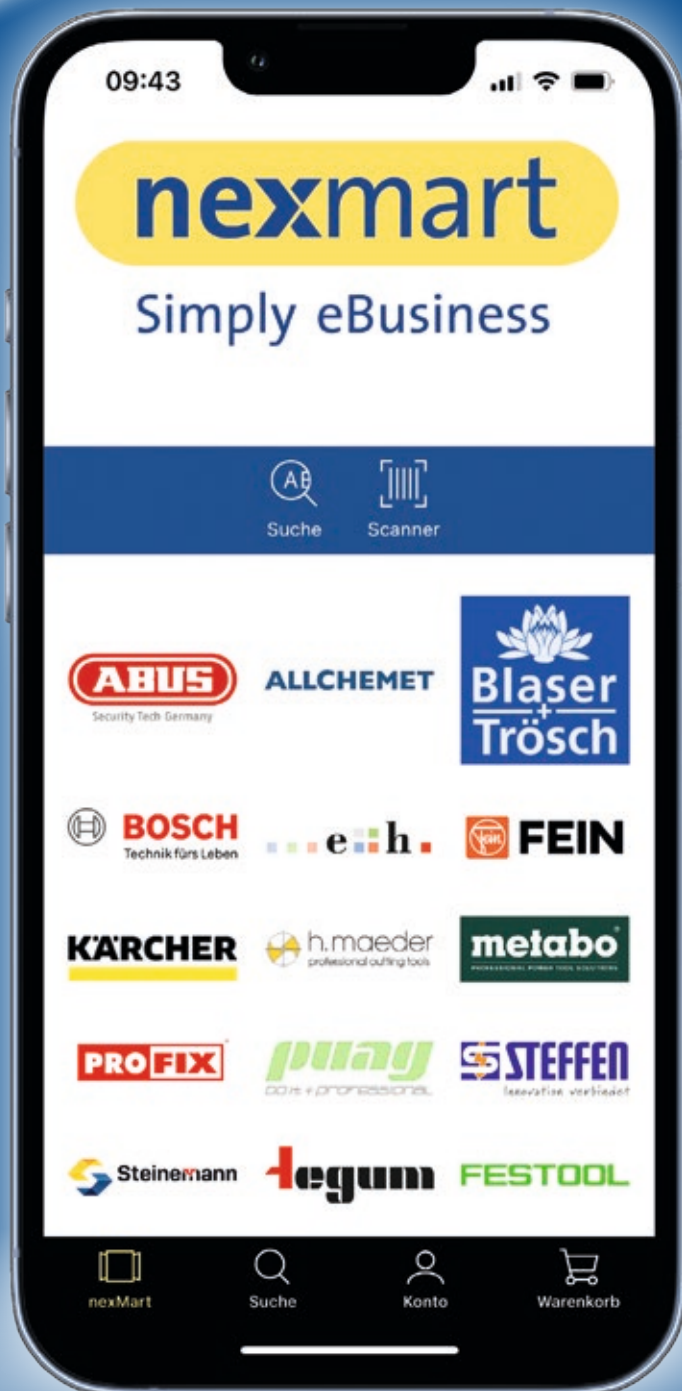
Merlion

PENSIONS KASSE
CAISSE DE PENSION
CASSA PENSIONE

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!**

