

RegionalWirtschaft

Zürcher Oberländer Anzeiger von Uster

Das Wirtschaftsleben in der Region
Samstag, 24. November 2018

Alle
14 Tage
neu

Nobody is perfect

Kolumnistin Dorothe Kienast wünscht sich eine Kultur des offenen Umgangs mit Fehlern.

3



Werbung am Urinal

Oliver Stucki von Swiss Invent in Aathal ist von der Effektivität ihrer Geschäftsidee überzeugt.

9

Medizinische Hilfe

Für Andreas Juchli, Chef der Pfäffiker Firma JDMT, ist das Leben retten eine Herzenssache.

7



Foto: Seraina Boner

Der sanfte Reformier im Spielzeug-Paradies

Vor Weihnachten steigt das Stressniveau im Einzelhandel: André Nyffeler, Chef der Pastorini Spielzeug AG in Dübendorf, weiss ein Lied davon zu singen. Im Interview erzählt er, wie sich das Kaufverhalten verändert hat, welches hartnäckige Image sein Haus losbekommen muss und warum traditionelles Spielzeug trotz digitaler Alternativen eine Zukunft hat.

Seiten 6/7

Notunterkünfte aus Oberland-Holz kommen endlich zum Einsatz

Region Schutzbedürftige in Krisenregionen sollen in Holzbaracken statt in Zelten unterkommen. Das ist die Vision von Schindler & Scheibling aus Uster. Jetzt gelangen die Prototypen der Holzbaufirma an ihren ersten Einsatzort: nach Turin.

Bis heute stehen die von der Firma Schindler & Scheibling hergestellten Holzunterkünfte für Menschen in Not auf dem Firmenareal in Saland – verpackt in einem Container. «Cubus Vita», so der Projektname, ist eine Zu-

sammenarbeit mit dem Verein Holz, der sich für die Holzwirtschaft im Zürcher Oberland stark macht. In diesem Frühjahr waren acht Exemplare des ersten Prototypen an der Baumer Gewerbeschau erstmals zu sehen. Für deren Herstellung hatte

man ausschliesslich Holz von regionalen Sägereien verwendet. Eigentlich sollten die Baracken nach der Gewerbeschau gleich in ein Krisengebiet geliefert werden. Allerdings gestaltete sich die Zusammenarbeit mit Hilfswerken schwieriger als im Vorfeld erwartet (wir berichteten).

Für Schweizer Hilfswerk

Am Montag, 26. November, ist es endlich so weit: Dann werden die Unterkünfte auf einen Lastwagen geladen und nach Turin transportiert. Dort sollen sie beim Schweizer Hilfswerk «Ak-

tion für verfolgte Christen und Notleidende» (AVC) zum Einsatz kommen. Die Planung sieht vor, dass vier Baracken als Standorte für die Essensausgabe an Arme dienen. Die verbleibenden vier Exemplare sind – gemäss dem ursprünglichen Zweck – als Unterkünfte vorgesehen. «In Turin wird ein richtiges kleines Dorf entstehen», sagt Othmar Hasler, Medienverantwortlicher bei Schindler & Scheibling.

Um den Aufbau der Unterkünfte beratend zu begleiten, reisen auch zwei Angestellte der Firma mit. «Für uns wird von

grossem Interesse sein, ob das Aufstellen der Container den Personen vor Ort einfach von der Hand geht», sagt Hasler.

Generell erhoffen sich die Verantwortlichen vom ersten Einsatz wichtige Rückmeldungen, um das Projekt weiterentwickeln zu können. Und ebenso, dass es einen starken Schub erhält. Dereinst sollen die Unterkünfte seriell in Saland produziert werden. Dort plant Schindler & Scheibling eine neue Produktionshalle. Einen zweiten Prototypen hat die Firma bereits gebaut.

Rolf Hug

Jetzt anmelden!
fürs 2. Semester

- Musikunterricht
- Ensembles
- Kurse
- Schnupperkationen

Anmeldeschluss:
7. Dezember 2018

msug
www.musikschule-msug.ch

Inhalt

Chefsuche in Hinwil

Jürg Möckli ist als CEO der Ferag AG ausgeschieden. Bis ein Nachfolger gefunden ist, gibt es eine Interimsführung. **Seite 5**

Verband wird 150

Der Gewerbeverband Uster feiert sein 150-Jahr-Jubiläum. Fünf Fragen zu dessen Vergangenheit, Gegenwart, Zukunft. **Seite 9**

Energiegenügsam

Passivhäuser sind eine Antwort auf die Herausforderungen der Energiewende. Ein Heidelberger Projekt belegt dies. **Seite 11**

Illnauer Firma im Final für KMU-Preis

Illnau-Effretikon Die Nanovis GmbH aus Illnau hat den Sprung ins Final für den KMU-Preis der Zürcher Kantonalbank geschafft. Die Reinigungstechnik-Firma ist eine von zehn Finalisten. Mit dem Preis werden Schweizer KMU ausgezeichnet, die herausragende und nachhaltige Leistungen erbringen. Die drei Hauptpreise sind mit insgesamt 120'000 Franken dotiert. Daneben werden zwei Sonderpreise à 15'000 Franken vergeben. Die Bekanntgabe der Sieger findet an der Preisverleihung am 31. Januar in der Umweltarena in Spreitenbach statt. Insgesamt hatten sich rund 50 Firmen für den Preis beworben. **zo**

abo top
Mehr für Ihr Abo

Zürcher Oberländer Anzeiger von Uster

Die Profitierkarte Ihrer Zeitung!

Profitieren Sie laufend von attraktiven Vergünstigungen!

Jetzt Abo bestellen!
Telefon 044 933 32 33
oder abo@zol.ch

SPONSORING

Greifensee – das moderne, weltoffene Landstädtchen

Greifensee liegt zwischen den Toren der Stadt und dem Beginn des Zürcher Oberlandes. Bestens erschlossen und doch idyllisch ländlich.

In 14 Minuten mit der S-Bahn im Herzen von Zürich, in 20 Minuten am Flughafen und in 5 Minuten am See – das ist eine schier unschlagbare Kombination, die Greifensee zu bieten hat und die alle der 5000 Bewohnerinnen und Bewohner überaus schätzen. Das war nicht immer so.

Von 500 auf 5000

Noch 1966 war Greifensee ein Bauerndorf mit gerade mal 500 Einwohnern. Das Dorf mit seinem malerischen mittelalterlichen Städtchen und Schloss erlebte aber einen Wachstumsschub sondergleichen: Durch die Arealüberbauungen wuchs die Bevölkerung bis 1977 um das Zehnfache. Ein einzigartiges Schutzkonzept für den ganzen Greifensee und die Revolution im öffentlichen Verkehr durch die Einführung der S-Bahn 1991 machen das Landstädtchen bis heute zu einem überaus begehrten Wohnort. Durch die Nähe zur Stadt ist das ganze Gebiet um den Greifensee auch ein beliebtes Naherholungsgebiet.

Bis zu den Pfahlbauern zurück

Greifensee bietet auch in historischer Hinsicht viel: Greifensee war Schauplatz des Alten Zürichkrieges, als von 1439 bis 1450 die Innerschweizer und Zürich



einen erbitterten und gewaltsamen Streit um die Vormachtstellung an der Handelsroute zu den Bündner Alpenpässen austrugen. Greifensee war schliesslich der letzte befestigte Ort ausserhalb Zürichs Stadtmauern. Es wurde durch die Innerschweizer belagert. Von den 64 Verteidigern des Städtchens wurden in einer beispiellos grausamen Aktion 62 in der Nachbargemeinde Nänikon enthauptet.

Greifensee war als Landvogtei von Zürich auch Wirkungsstätte und Residenz der Landvögte Zürichs. Das wohl bekannteste unter ihnen war Salomon Landolt, der von 1780 bis 1786 in Greifensee wirkte und in vielen Bereichen Reformationen ins Leben rief. Das mittelalterliche «Städtli», das unmittelbar am Seeufer liegt, hat zwei markante und weit über die Grenzen Greifensees bekannte Wahrzeichen: Einerseits das im frühen 13. Jahrhundert errichtete Schloss, andererseits das in der ersten Hälfte des 14. Jahrhunderts errichtete Kirchlein mit seinem einzigartigen dreieckigen Grundriss.

Wirtschaftsstandort Greifensee

Das Gebiet ist nicht erst seit dem Mittelalter besiedelt: Bereits die Pfahlbauer errichteten vor 3000 bis 5000 Jahren hier ihre Wohnhütten.



Die Gemeinde Greifensee ist in einem grossartigen Naturschutzgebiet am «eigenen» See situiert.

Foto: PD

Das Dorf ist aber nicht nur wegen seiner Lage und Geschichte beeindruckend. Es ist auch ein respektable Wirtschaftstandort. In Greifensee gibt es über 130 Betriebe aus Industrie, Gewerbe, Detailhandel, Dienstleistungen und Landwirtschaft. Zusammen bieten sie über 1600 Arbeitsplätze an. Eines der Schwergewichte ist dabei sicher die weltweit tätige Herstellerin von Hochpräzisionsinstrumenten, die Mettler-Toledo AG, welche ihren operativen Hauptsitz in Greifensee hat. Wichtig sind für Greifensee aber auch die vielen hier ansässigen Gewerbe- und Handwerksbetriebe.

Umfassendes Bildungsangebot

Greifensee hat sechs Kindergärten und eine Primarschule mit einem integrierten Hort. Ergänzt wird die Primarschule durch ein umfassendes Angebot mit der integrierten Bibliothek, den Räumen der Musikschule Uster Greifensee und einem eigenen Lehrschwimmbecken, das derzeit gerade saniert wird. Ergänzt wird dieses Spektrum durch betreute Aufgabenstunden, Psychomotorik und Logopädie.

Auch die grosse Auswahl an freiwilligen Kursen der Schule ist einzigartig: Von Akrobatik über Comiczeichnen bis zu Sport für Frühaufsteher ist für jeden Geschmack etwas dabei.

Die Oberstufenschule wird als Oberstufenschulgemeinde Nänikon-Greifensee gemeinsam mit der Nachbargemeinde in Nänikon (Uster) betrieben und ist in kurzer Distanz erreichbar. Ebenfalls in unmittelbarer Nähe befinden sich die Kantonsschule Uster und diverse Berufsfachschulen.

Für Menschen in allen Lebenslagen

Eltern von kleineren Kindern schätzen das gute Angebot an Spielgruppen und einer Kinderkrippe. Der neue öffentliche Spielplatz auf dem Areal der Primarschule und viele Freizeitangebote tragen mit dazu bei, dass das Dorf für Familien attraktiv ist.

Das Zentrum im Hof stellt mit der Spitex die ambulante

Pflegeversorgung und mit dem Pflegezentrum die stationäre Pflegeversorgung sicher. Daneben bietet das Zentrum auch alters- und behindertengerechte Wohnungen. Einkaufen für den täglichen Bedarf lässt sich im Zentrum Meierwies mit zwei Detailhandelsgeschäften, einer Poststelle sowie einer Apotheke.

Als Einheitsgemeinde organisiert

Politisch ist Greifensee als Einheitsgemeinde organisiert. Die Exekutive besteht aus sieben Mitgliedern. Weitere Behörden sind die Oberstufen- und die Primarschulpflege, die Rechnungsprüfungskommission sowie die Sozialbehörde. Der moderate Steuerfuss von derzeit 91 Prozent (ohne Kirchen) ist sowohl für Gewerbetreibende wie auch für Private attraktiv.

Einzigartiges ehrenamtliches Engagement

Greifensee bietet mit vielen Themenmärkten, kulturellen Veranstaltungen und sportlichen Freizeitangeboten ein aktives und integrierendes Gemeindegemeinschaftsleben. Dies ist dem überdurchschnittlich hohen Engagement von Freiwilligen, die in über 60 Vereinen organisiert sind, zu verdanken. Sie alle fühlen sich mit der Gemeinde eng verbunden und sorgen durch ihre ehrenamtliche Tätigkeit ebenfalls dafür, dass Greifensee auch in Zukunft bleibt, was es ist: ein attraktiver Wohnort.

Nachgefragt



Monika Keller ist Gemeindepräsidentin der Gemeinde Greifensee

«Die Infrastruktur aus den boomenden 1960er und 1970er Jahren muss umfassend saniert werden.»

Was fasziniert Sie am Standort Greifensee?

Monika Keller: Greifensee ist eine einmalige Kombination einer gut erschlossenen dörflichen Gemeinde mit einer grossen Geschichte, situiert in einem grossartigen Naturschutzgebiet am «eigenen» See. Hinzu kommt eine sehr aktive und offene Bevölkerung, die sich stark im Gemeinwesen engagiert, was sich in einem breiten Angebot von über 60 Vereinen zeigt. Auch bezüglich Bevölkerungsstruktur verfügt Greifensee über eine grosse Vielfalt. Alles zusammen führt zu einem äusserst farbigem, lebendigen Dorfleben.

Wie sieht Ihre Prognose für die nächsten 10 Jahre aus

Greifensee erfuhr in den 1960er und 1970er Jahren ein ausserordentliches Wachstum. Die dafür erstellte Infrastruktur kommt nun an ihr Lebensende und muss umfassend saniert werden. Ebenso steht in vielen Vereinen ein Generationenwechsel an. Auch dies ist eine Herausforderung, um das attraktive Dorfleben weiter so erhalten zu können. Die Region entwickelt sich stark, und Greifensee muss sich – obwohl es selber nicht mehr gross wachsen kann – unbedingt mit den langfristigen raumplanerischen Themen befassen. Das Ziel des Gemeinderates ist, die hohe Lebensqualität noch weiter zu verbessern.

Wie verschaffen Sie dem Gewerbe Gehör?

Die Gemeinde ist in regelmässigem Kontakt mit dem lokalen Gewerbeverein und dem Industrieverein Volketswil. Bei Auftragsvergaben wird das lokale Gewerbe zudem aktiv eingeladen mitzubieten. In der Bau- und Zonenplanung sind die Bedürfnisse des Gewerbes jeweils ein wichtiger Faktor.



Das Schloss und die Kirche sind zwei historische Wahrzeichen, die weit über die Grenzen Greifensees bekannt sind.

Foto: PD

Königliche Weihnachten

im

poschtilädeli

Inegüxle chostet nüt! ★ Mo-Fr 14-18 ★ Sa 10-17 ★ Sonntag 14-17

Im Städtli 16 ★ 8606 Greifensee ★ www.poschtilaedeli.ch

Grundkurs Musik

für die 1. Klasse

Schulhaus Singvogel, Nänikon

jeweils Dienstag, 16.00 Uhr

Jetzt anmelden fürs 2. Semester

msug

www.musikschule-msug.ch

Editorial



Jörg Marquardt
Wirtschaftsredaktor

Kauflust in der Vorweihnachtszeit

310 Franken. So hoch fällt das durchschnittliche Budget für Weihnachtsgeschenke in diesem Jahr aus – ein neuer Rekord. Das hat zumindest eine repräsentative Befragung von 400 volljährigen Konsumenten in der Schweiz ergeben, die die Prüfungs- und Beratungsorganisation EY in Auftrag gegeben hat. Noch im Vorjahr lag das Budget bei 272 Franken. Der bisherige Höchstwert von 301 Franken geht auf das Jahr 2010 zurück.

Der Einzelhandel kann demnach mit einem starken Weihnachtsgeschäft rechnen. Zu den beliebtesten Geschenken gehören dabei Spielwaren. Gemäss der Befragung rangieren sie an zweiter Stelle nach Lebensmitteln (inklusive Süswaren), gleichauf mit Büchern beziehungsweise E-Books.

Das sind gute Nachrichten für Pastorini mit Sitz in Dübendorf. Der Händler für traditionelles Spielzeug generiert in der Vorweihnachtszeit 30 bis 40 Prozent des Jahresumsatzes. Dessen Geschäftsführer André Nyffeler weist aber darauf hin, dass das Weihnachtsgeschäft insgesamt rückläufig sei. Das Zeitfenster für den Einkauf werde immer enger. Heute würden viele Kunden erst kurz vor den Festtagen in den Laden kommen oder online bestellen.

Welche Konsequenzen Pastorini aus dem veränderten Kaufverhalten zieht, wie man Lieferengpässen vorbeugt und warum digitales Spielzeug seinem analogen Gegenstück nicht dauerhaft Marktanteile wegnimmt, erfahren Sie im grossen Interview.

Impressum

RegionalWirtschaft – ein Produkt der Zürcher Oberland Medien AG
Redaktion: Jörg Marquardt
Verkauf: Marcel Hofer (Leitung), Ilona Steiner, Priska Forte, Christine Vogt, Jeannette Kammermann, Viviane Andres, Susanne Pulver
Abonnemente: Susanna Limata (Leitung)
Kontakt: Redaktion: Tel. 044 933 33 33, regionalwirtschaft@zol.ch
Verkauf: Tel. 044 933 32 04, inserate@zol.ch

Wir haben die regionale Wirtschaft im Fokus – alle 14 Tage neu.

Beilage im «Zürcher Oberländer» und «Anzeiger von Uster»

RegionalWirtschaft

Carte blanche

Aus Schaden klug werden – wenn man will

Sind Sie Perfektionist? Es gehört schon fast zum guten Ton, bei Vorstellungsgesprächen zu beteuern, dass man Perfektionist sei – ebenso wie es fast schon dazu gehört, auf die Frage nach den eigenen Schwächen zu erwähnen, dass man ungeduldig sei – vielleicht einfach deshalb, weil sich das gut macht und man insgeheim findet, es sei keine Schwäche.

Fehler sind unangenehm. Wer hat nicht Angst davor, Fehler zu begehen? Begangene Fehler können einen als Versager absteampeln. Nach einem Fehler aufzustehen, braucht – so scheint es – doppelt so viel Kraft, wie es eh schon braucht.

Wer aber schon ein kleines Kind beobachtet hat, weiss, dass es auch anders geht: Der Prozess des Laufens ist bei jedem Kind von unzähligen Versuchen, Misserfolgen und erneuten Versuchen geprägt. Ohne Misserfolge hat noch kein Kind laufen gelernt.

In der Geschäftswelt ist das anders. Hinter geschlossenen Bürotüren, seien es reale oder virtuelle, versucht man, Fehler

so gut wie möglich zu verbergen. Der Druck, keinen Fehler zu machen und sich allfällige Fehler vorhalten lassen zu müssen, ist einfach zu gross. Fehler zu vertuschen oder Misserfolge als das Resultat von misslichen äusseren Umständen darzustellen, sind deshalb beliebte Strategien.

Auch in der Politik sind diese Strategien beliebt und vielfältig erprobt. Während bei einem Wahl- oder Abstimmungserfolg die eigenen Qualitäten, die der Partei und vor allem die der gelungenen Strategie hervorgehoben und als Erklärung für den quasi geplanten Sieg herangezogen werden, liegt die Schuld im Falle einer Niederlage bei den äusseren Umständen, den Zeichen der Zeit, den Medien oder dem Stimmvolk, das die Vorlage nicht verstanden hat.

Es könnte anders gehen. Nämlich man Redensarten wie «Aus Schaden wird man klug» oder «Entweder du gewinnst oder du lernst» ernst, könnte man aus Fehlern lernen.

Dazu gehört aber der Wille und eine gelebte Kultur, Fehler nicht als Scheitern, sondern als

Schritt zum nächsten Erfolg zu werten.

Es ist eine Führungsaufgabe, eine gute Fehlerkultur zu entwickeln. Und wie jede Führungsaufgabe setzt sie bei der gelebten Praxis an: Der Chef, der die Fehler nicht bloss bei anderen sucht, ermöglicht es seinem Team, sich durch die richtige Interpretation von zunächst negativen Vorkommnissen weiterzuentwickeln.

Systematisch betrieben wird die gute Fehlerkultur zum Schlüssel fürs Weiterkommen. Wer zu seinen Fehlern steht und sich nicht davor fürchten muss, dass diese in einem dummen Moment ans Licht kommen, kann dadurch negative Gedanken schneller loslassen und macht sich so bereit für Neues. Wer weiss, dass man auch zum Scheitern stehen kann, entwickelt leichter den Mut, auch einmal etwas auszuprobieren und der Erfüllung seiner Lebenswünsche nachzueifern.

Weil es so wichtig ist, über seine Fehler sprechen zu können, gibt es in Amerika – und inzwischen auch in vielen euro-



Dorothe Kienast ist Gründerin und Inhaberin der Kommunikationsberatung Dok-Kommunikation in Wetzikon

päischen Ländern – ganze Kongresse, an denen gescheiterte Unternehmer über ihre Fehlentscheidungen miteinander spre-

chen können – und nicht dem falschen Stress unterliegen, sich als Perfektionisten darstellen zu müssen.

«Ich bin als Präsident gewählt worden, um den Ruf der Bank wiederherzustellen.»

Guy Lachappelle, neuer Präsident der Raiffeisenbank, spricht über seine Mission, zu der auch die Bestimmung eines Nachfolgers für den unhaltbar gewordenen CEO Patrik Gisel gehört

«Die Beziehungen zu Saudiarabien sind wichtig, aber wir wollen Klarheit über den Fall Khashoggi.»

Jean-François Rime (SVP), Präsident der nationalrätlichen Wirtschaftskommission, erläutert, warum seine Kommission die Beratung zum Doppelbesteuerungsabkommen mit Riad gestoppt hat

Aktuelle Wirtschaftszitate

«Wir müssen den Mut haben, uns mit der Welt zu messen.»

Michael Hengartner, Rektor der Universität Zürich, erinnert am diesjährigen Ustertag als Gastredner daran, dass sich die Schweiz im internationalen Wettbewerb behaupten können müsse

«Dieses Signal gilt nach wie vor.»

Johann Schneider-Ammann, Landwirtschaftsminister (FDP), bestätigt auf Nachfrage seine Aussage, wonach sich die Bauern mittelfristig auf einen weniger rigorosen Importschutz einstellen sollten

«Ich bin der Meinung, dass Quoten oder Lohnanalysen nicht der richtige Weg sind, um eine echte Gleichstellung zu erreichen.»

Karin Keller-Sutter, Spitzenkandidatin der FDP für den Bundesrat, will Geschlechtergerechtigkeit über die Vereinbarkeit von Beruf und Familie erreichen

SPONSORING

Maurer – ein Beruf mit Zukunft

Schalen, mauern, bewehren: Das muss ein Maurer können. Die Möglichkeiten zur Weiterbildung nach der Lehre sind vielfältig: Polierschule, Bauführerschule oder Ingenieurstudium.

Maurerinnen und Maurer sind auf Baustellen des Hoch- und Tiefbaus tätig. Im Hochbau werden vor allem Gebäude erstellt: Wohnhäuser, Einkaufszentren, Schulanlagen oder Industriebauten. Zum Tiefbau gehören Tunnelbauten, Brücken, Kanalisationssysteme oder Infrastrukturbauten wie Kläranlagen, das Strassen- oder Bahnnetz. Auch trägt man dazu bei, dass Bauwerke ihren Wert behalten. Das Sanieren und Restaurieren sind wichtige Aufgaben. Bei allen Aufgaben gilt es, Ausführungspläne zu lesen und diese mit traditionellem Handwerk und modernsten Maschinen und Geräten umzusetzen.

Traditionelles Handwerk ...
Das Maurerhandwerk beinhaltet sowohl traditionelles Handwerk als auch neue Baumethoden. Beim Bau einer Backsteinmauer setzen Maurerinnen und Maurer Handwerkszeug ein: Mit der Kelle schöpfen sie Mörtel auf den Backstein, setzen diesen in die Mauer ein und ziehen den überschüssigen Mörtel ab. Mit

Richtschnur und Wasserwaage überprüfen sie, ob die Mauer gerade ist.

... und neue Baumethoden
Der Bau von Wänden, Decken und Böden aus Beton erfordert den Einsatz moderner Maschinen und Geräte. Aus Schaltafeln oder Schalelementen erstellen Maurerinnen und Maurer eine Schalung, die als Form für den Beton dient. Danach fügen sie die Bewehrung ein, das heisst Stahlstäbe oder -netze, die dem Beton die notwendige Zugfestigkeit und Stabilität geben. Schliesslich füllen sie den frischen Beton ein und verdichten ihn mit der Vibrier Nadel. Damit beseitigen sie allfällige Luftblasen im Beton.

Vielseitiges Aufgabengebiet
Maurerinnen und Maurer bringen auch Verputze an, erstellen Zementüberzüge, bauen vorgefertigte Teile wie Treppen oder Balkongeländer ein, montieren Gerüste, verlegen Kanalisationsrohre und sind mit Erdarbeiten wie Kanalaushub beschäftigt.



Für den Bau einer Backsteinmauer schöpft der Maurer Mörtel auf den Backstein und setzt diesen in die Mauer ein.
Foto: Baumeisterverband

Gute Kondition und den Kopf bei der Sache
Auf Neubauten arbeiten Maurer/innen im Freien, bei Umbauten und Renovationen oft auch im Gebäudeinnern. Zum Teil sind sie in luftiger Höhe tätig, weshalb sie schwindelfrei und trittsicher sein müssen. Ihre Arbeit braucht Kraft, aber auch der Kopf ist gefragt, zum Beispiel beim Lesen von Bauplänen, bei der Arbeitsvorbereitung oder bei der Materialbeschaffung.
Maurer sind beim Bau von Anfang bis zum Abschluss des Rohbaus vor Ort und sehen das Resultat ihrer Arbeit.

Lehre und Weiterbildung
Der Maurerberuf kann in einer dreijährigen Lehre mit Abschluss zum Maurer EFZ erlernt werden und ist der ideale Einstieg in die Bauwelt. Ebenfalls besteht die Möglichkeit, eine zweijährige Baupraktiker-Lehre zu absolvieren. Nach erfolgreichem Abschluss des Baupraktikers ist es möglich, ins zweite Lehrjahr als Maurerin und Maurer einzusteigen, um so den Abschluss als Maurer EFZ zu erwerben. Mit einer abgeschlossenen Ausbildung stehen den Maurerinnen und Maurern unzählige Wege offen: von Ab-

schlüssen innerhalb der Branche als Bauvorarbeiter, Baupolier, Bauführer oder Baumeister über Höhere Fachschulen bis hin zum Studium an einer Fachhochschule.
Überdurchschnittlich hohe Entlöhnung
Auf jeder Stufe sind die Löhne im Bauhauptgewerbe überdurchschnittlich hoch. Ebenso sind fünf Wochen Ferien (während der Lehre sechs Wochen) und die Möglichkeit, sich frühzeitig pensionieren zu lassen, weitere attraktive Vorteile, diesen spannenden Beruf zu erlernen.

Ausgezeichnete Chancen auf dem Arbeitsmarkt
Maurerinnen und Maurer sind in Bauunternehmen tätig. Die Betriebsgrösse reicht vom Kleinbetrieb bis zum Grossbetrieb mit über 100 Mitarbeitenden. Die Anstellungsbedingungen sind durch den Landesmantelvertrag für das schweizerisch Bauhauptgewerbe und regionale Gesamtarbeitsverträge geregelt. Die Chancen auf dem Arbeitsmarkt sind für gelernte Maurerinnen und Maurer ausgezeichnet.

Weitere Informationen: Baumeisterverband Zürcher Oberland, www.baumeister-zo.ch

Nachgefragt



Marco Bereuter ist CEO und Inhaber der Bereuter-Gruppe Volketswil

Die Basislöhne liegen gemäss dem Baumeisterverband deutlich über jenen anderer Branchen.
Marco Bereuter: Ja, das ist so. Bei einem ausgebildeten Jungmauer liegt der Mindestlohn gemäss gültigem Landesmantelvertrag bei Fr. 5553.– pro Monat, dies mal 13, zusätzlich hat dieser 5 Wochen Ferien und mit 60 Jahren kann er in den FAR (frühzeitiger Altersrücktritt) gehen.

Ist der Lohn für Jugendliche ein wichtiges Kriterium, oder welches sind die Motivationen, um sich für eine Ausbildung als Maurer zu entscheiden?
Der hohe Lohn ist sicher auch ein zusätzliches Kriterium. Doch viel wichtiger ist, dass der oder die Jugendliche Freude an der handwerklichen Arbeit in einem

Team und im Freien an der frischen Luft hat. Das räumliche Vorstellungsvermögen und die guten Fähigkeiten im Rechnen können tagtäglich eingesetzt werden. Der Maurerberuf ist sehr abwechslungsreich in der Tätigkeit: Mauern, Schalen, Armieren, Betonieren und vieles mehr. Genauso vielseitig ist das Bauobjekt: Ein- und Mehrfamilienhäuser, Gewerbebauten, Brücken, Infrastrukturbauten und anderes. Und schliesslich sorgt auch die Örtlichkeit für Abwechslung: Dorf, Stadt, auf dem Lande sowie andere Orte. Ausserdem sieht man am Abend was man gemacht hat. Die fertig erstellten Bauten erinnern einen immer wieder an die Bauzeit beziehungsweise begleiten einen durchs Leben.

Nach einer Grundausbildung zum Maurer bieten sich auch viele Weiterbildungsmöglichkeiten, heisst es laut Verband.
Der Maurer mit eidgenössischem Fähigkeitsausweis kann sich nach etwas Berufspraxis für die Vorarbeiterschule, Polier- oder Bauführerschule anmelden. Anschliessend besteht die Möglichkeit, die Ausbildung zum eidgenössisch diplomierten Baumeister zu absolvieren.

Macht der Jugendliche während der Lehrzeit die Berufsmatura, so kann er auch Ingenieur oder Architektur studieren.

Haben auch Frauen eine Chance, in Ihrer Branche zu bestehen und Karriere zu machen?
Ja natürlich, das Baugewerbe beziehungsweise der Maurerberuf ist nicht mehr so hart wie früher. Die Arbeiten werden in einem Team ausgeführt, Ausserdem achten wir auf Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz. Allgemein brauchen wir je länger je mehr gute Handwerkerinnen und Handwerker sowie gute

Führungskräfte, daher sind Frauen bei uns willkommen.

Inwiefern ist die Baubranche von der Digitalisierung betroffen? Beeinflusst das auch das Berufsfeld des Maurers?
Der Baumeister ist von Grund auf ein interessierter Mensch, er ist offen für Neues und für neue Methoden, welche einen Bauablauf rationalisieren, optimieren und vereinfachen. Daher erarbeitet der Schweizerische Baumeisterverband ein Konzept zur Digitalisierung des Bauhauptgewerbs.

Das Thema «Rente ab 60 Jahren für Bauarbeiter» ist noch nicht endgültig ausdiskutiert. Wie denken Sie darüber und welches sind die grössten Herausforderungen, wenn Sie an morgen denken?
Aktuell laufen Verhandlungen mit der Gewerkschaft. Der Schweizerische Baumeisterverband bekennt sich zum FAR beziehungsweise setzt er sich für dessen Erhalt ein. Eine gute und langfristige Arbeitgeber Lösung liegt auf dem Tisch. Es braucht nur noch die Zustimmung der Sozialpartner. Wie bis anhin, setzen wir Baumeister uns für das Wohl unseren wertvollen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein.



Der Maurerberuf ist nicht mehr so hart wie früher, weshalb auch Frauen gute Chancen haben, Karriere zu machen. Foto: Baumeisterverband

Weitere Unternehmen bzw. Lehrstellen auf www.baumeister-zo.ch/dein-beruf/

Ihre Baumeister im Zürcher Oberland



BEREUTER



BEREUTER



BAUR

BAU MIT UNS DEINE ZUKUNFT!

MAURER/IN EFZ
GRUNDBAUER/IN EFZ
BAUWERKTRENNER EFZ

BEREUTER HOLDING AG, SCHÜTZENSTRASSE 55, 8604 VOLKETSWIL
lehrstellen@bereuter-gruppe.ch

JETZT BEWERBEN

Warum ging der Ferag-Chef?

Hinwil Bei der Ferag AG in Hinwil muss man sich nach einem neuen CEO umsehen: Jürg Möckli ist nach neun Jahren zurückgetreten – auf eigenen Wunsch, wie das Unternehmen mitteilt. Inzwischen wurde eine Interimsführung eingesetzt.

Die Hinwiler Ferag AG, ein weltweit tätiger Anbieter von Förder- und Verarbeitungstechniken für die Druckindustrie, wird zurzeit interimistisch geführt. Wie kürzlich bekannt wurde, hat CEO Jürg Möckli das Unternehmen Mitte Oktober 2018 verlassen. Dies bestätigt der Medienverantwortliche Christoph Vollenweider gegenüber dem ZO/AvU. Er verweist dazu auf zwei Communiqués, die firmenintern ausgehängt worden waren: eines vom 20. August und eines von Mitte Oktober 2018. Beide liegen Züriost vor.

«Berufliche Veränderung»

Im ersten Communiqué informierte die Geschäftsleitung der WRH Walter Reist Holding, zu der auch die Ferag gehört, dass Möckli das Unternehmen «auf eigenen Wunsch» per Ende Dezember 2018 verlassen werde. Man bedauere diesen Entscheid, habe aber «grösstes Verständnis für Herrn Möcklis Wunsch nach einer beruflichen Veränderung». Möckli, der die Geschäftsführung seit Mitte Juni 2009 innehatte, will sich zu dem Sachverhalt nicht öffentlich äussern.

In dem August-Communiqué hiess es noch, der scheidende CEO werde bis Ende 2018 im Unternehmen bleiben und «Projekte abschliessen sowie der Geschäftsleitung bei verschiedenen Aufgaben noch beratend zur Seite stehen». Bis zur Bestimmung eines Nachfolgers würden die operativen Führungsaufgaben

von den Mitgliedern der Geschäftsleitungen WRH und Ferag übernommen werden.

Als operativer Geschäftsführer ist Möckli laut Mediensprecher Vollenweider bereits Ende August zurückgetreten.

Bezug zu Stellenabbau?

Letztlich ging alles schneller. «Die Projekte, in die Herr Möckli noch involviert war, konnten frühzeitig abgeschlossen werden. Insofern machte ein längerer Verbleib im Unternehmen keinen Sinn», sagt Vollenweider.

Dass Möcklis frühzeitiges Ausscheiden mit dem Stellenabbau bei der Ferag-Tochter Denipro AG in Weinfelden TG zusammenhängt, verneint er. Anfang September wurde die Belegschaft mündlich darüber informiert, dass die Produktion des Lagerlogistiklieferanten nach Hinwil verlagert und dort konzentriert werden soll (wir berichteten). «Der Rücktritt von Herrn Möckli hatte persönliche Gründe und stand schon Wochen vor dem Entscheid zur Produktionsverlagerung fest», sagt Vollenweider.

Interimistische Führung

Im Oktober-Communiqué teilte man der Belegschaft mit, dass die Geschäftsleitung der WRH per sofort eine Interimsführung eingesetzt habe: Thomas Klumpp führt seither interimistisch die Geschäfte der Ferag. Er ist CEO der WRH Global, die das Aussenhandelsgeschäft der Holding verantwortet.



Rücktritt von der Geschäftsleitung: Jürg Möckli hat die Ferag AG verlassen. Archivfoto: Fabio Meier

Diese Übergangsregelung gelte bis zur Wahl eines neuen CEO. Laut Vollenweider ist bisher kein neuer Geschäftsführer gewählt worden.

«Fit für die Zukunft»

Bei der WRH Holding gibt man sich angesichts der Veränderungen optimistisch: «Die Geschäftsleitung ist überzeugt, eine bestqualifizierte Persönlichkeit als Nachfolge gewinnen zu können, kann doch diese mit der Ferag die Führung eines Unternehmens antreten, das fit für die Zukunft ist», steht am Ende beider Communiqués. Die Ferag stehe wirtschaftlich «auf soliden Pfeilern».

Im August-Communiqué verweist die Geschäftsleitung darüber hinaus auf die «neuartige(n)

und innovative(n) Systeme», mit denen das Unternehmen in den «zukunftssträchtigen Märkten der Intralogistik weitere Erfolge erzielen kann». Und was die För-

der- und Verarbeitungstechnik von Printmedien betrifft, bleibe die Ferag «nach wie vor Marktleaderin».

Jörg Marquardt

«Die Projekte, in die Herr Möckli involviert war, konnten frühzeitig abgeschlossen werden. Insofern machte ein längerer Verbleib im Unternehmen keinen Sinn.»

Christoph Vollenweider

ist Medienverantwortlicher ad interim der Ferag AG

Verstorben: Vater von Bioengineering

Wald Am 31. Oktober ist der Gründer der Bioengineering AG in Wald, Pio Giuseppe Meyer, im 78. Lebensjahr verstorben. Sein Verdienst war der Aufbau des Unternehmens zu einem weltweit operierenden Anbieter von Anlagen zur Konstruktion von Medikamenten mittels Bakterien und Zellkulturen. Mit über 130 Mitarbeitern ist Bioengineering heute der grösste Industriebetrieb in Wald. Nach der Übernahme der Firma durch seine Tochter Gabriella Meyer war Pio Giuseppe Meyer 2009 in den Ruhestand getreten und engagierte sich weiter ehrenamtlich für diverse Projekte in der Region. zo

Wetter drosselt den Energiebedarf

Rapperswil-Jona Die Energie Zürichsee Linth AG (EZL) mit Sitz in Rapperswil-Jona hat ihre Bilanz fürs laufende Geschäftsjahr vorgelegt. Demnach reduzierte sich die Liefermenge an die Kunden in ihrem Versorgungsgebiet per Ende 2018 um 3 Prozent. Grund war die Abnahme der Heizgradtage infolge der gestiegenen Durchschnittstemperatur.

Bei den Hauseigentümern, die sich beim Bau oder bei der Sanierung für eine Umstellung auf Erdgas beziehungsweise Biogas entschieden haben, verzeichnet die EZL eine Steigerung um 57 Prozent – das entspricht 100 Eigentümern. Ebenfalls gestiegen sei in dem Zusammenhang auch die Anschlussleistung. Die Lieferpreise für Erdgas habe man 2018 kundenseitig moderat anheben müssen, nachdem die Beschaffungspreise gestiegen waren. Die Schweiz importiert ihren gesamten Erdgas-Bedarf aus den umliegenden Ländern.

Der Absatz an den Gas-Tankstellen konnte 2018 laut EZL deutlich gesteigert werden. zo

Blickpunkt

Ein Sternfahrer zu Gast am Wirtschaftsforum Wetzikon

Am Montag, 19. November, hatte das Wirtschaftsforum Wetzikon buchstäblich «hohen» Besuch an seinem jüngsten Abendanlass. In solchen Höhen wie Claude Nicollier hielt sich bislang nämlich kein anderer Schweizer auf. Der Astronaut, der mehrere Missionen im All durchgeführt hatte, sprach in der Event Loft des Hotels Swiss Star über «Mut zum Risiko».

Dabei stellte Nicollier immer wieder einen Zusammenhang zwischen seinen Erfahrungen in der Raumfahrt und der Wirtschaft her. Mehr als 200 Mitglieder und Gäste hörten ihm aufmerksam zu. Für Nicollier war es der erste Besuch im Zürcher Oberland.

Der Zufall und ein Bonmot

Wie es der Zufall wollte, hielt wenige Stunden zuvor alt Bundesrat Adolf Ogi (SVP) ein Referat am Bildungsforum Rüti. Ogi hatte in den 90er Jahren anlässlich des ersten Weltraumflugs des Astronauten das Bonmot geprägt: «Freude herrscht, Monsieur Nicollier!» Daran erinnerte auch Arthur Hächler in seiner Moderation, als er die Karriere Nicolliers umriss. zo



Astronaut Claude Nicollier zog an einem grossen Anlass des Wirtschaftsforums Wetzikon mehrere Parallelen zwischen Raumfahrt und Wirtschaft.

Fotos: Seraina Boner

Interview: Der Pastorini-Chef berichtet vom veränderten Einkaufsverhalten vor Weihnachten, vom Umgang mit Konkurrenten und wie man sich als Firma für traditionelles Spielzeug im Wandel treu bleibt.

«Wir waren nicht sichtbar genug auf dem Markt»

Dübendorf Die Phase vor Weihnachten gehört zur umsatzstärksten des Jahres. André Nyffeler, Chef von Pastorini Spielzeug in Dübendorf, gibt Einblick, wie sich der Markt durch Videogames und Onlinehandel verändert hat und was er von Rabattschlachten hält.

Auf einer Skala von 1 bis 10: Wie gestresst sind Sie jetzt im Vorweihnachtsverkauf?

André Nyffeler: Inzwischen bin ich bei 10 angelangt. Der Einkauf fürs Weihnachtsgeschäft ist zwar längst organisiert, aber parallel zum erhöhten Tagesgeschäft müssen wir bereits den Zeitraum von März bis Juni 2019 planen.

Wann fällt der Startschuss fürs Weihnachtsgeschäft?

Jeweils kurz nach den letzten Weihnachten. Dann bereinigen wir unser Sortiment und überlegen uns, wie wir es im Folgejahr optimieren können.

Benötigen Sie vor Weihnachten mehr Leute im Verkauf?

Auf jeden Fall. In dieser Phase müssen wir das Personal um etwa 30 Prozent aufstocken, sonst kämen wir mit dem Verkauf nicht hinterher. Neben den 13 Festangestellten beschäftigen wir dann noch vier temporäre Mitarbeiter.

Zur Person:

André Nyffeler (43) ist Geschäftsführer der **Pastorini Spielzeug AG** mit Sitz in **Dübendorf**. Seit 2002 gehört er dem Unternehmen an. Er ist der Sohn von **Ernst Nyffeler**, dem früheren Direktor und Einkaufsleiter von Pastorini. Seit dessen Ausscheiden aus dem operativen Geschäft im Jahr 2016 verantwortet Nyffeler vollumfänglich den Einkauf, den er zuvor schon während einer rund 5-jährigen Übergangsphase grösstenteils bestimmte. Zudem leitet er auch das Marketing. *jäm*

November und Dezember sind traditionell die wichtigsten Monate für die Spielzeugbranche, dann generiert sie den grössten Umsatz im Jahr. Wie ist das Geschäft bei Ihnen angelaufen?

Etwa wie im Vorjahr. Bei der Umsatzentwicklung darf man aber eines nicht vergessen: Noch vor 10 bis 15 Jahren fing das Weihnachtsgeschäft schon im Oktober an. In diesem Zeitraum erwirtschafteten wir die Hälfte des Jahresumsatzes. Heute konzentriert sich alles auf die letzten zwei bis drei Wochen vor dem Fest. Das Weihnachtsgeschäft macht nur noch 30 bis 40 Prozent des Umsatzes aus.

Das kurzfristige Kaufverhalten erschwert die Einkaufsplanung. Haben Sie besondere Abmachungen mit Ihren Lieferanten, um spontan Ware nachbestellen zu können?

Wir bemühen uns darum, aber das geht nur bei einzelnen Produkten, nicht beim gesamten Sortiment, das würde den Rahmen sprengen. **Ist das ein ernstes Problem?**

Durch die jahrelange Erfahrung können wir die benötigte Warenmenge normalerweise gut abschätzen. Aber drei Wochen vor Weihnachten sollte man keine hohen Stückzahlen mehr von einem Spielzeug erwarten. Nicht selten sind dann die begehrtesten Artikel auch beim Hersteller Mangelware.

Ist es schwieriger geworden, Lieferanten zu finden, die in ausreichend grossen Mengen und fristgerecht liefern?

Einige Hersteller können tatsächlich weniger liefern als früher. Das liegt nicht unbedingt daran, dass die Nachfrage in der Schweiz gestiegen wäre. Oftmals haben sie den Export in andere Länder ausgebaut. Bei unseren Kernprodukten sorgen wir aber durch Vorreservationen oder frühzeitigen Einkauf für einen ausreichend grossen Bestand.

Worauf liegt Ihr Fokus?

Das sind vor allem exklusive Spielwaren, die eine Vorlaufzeit von bis zu einem Jahr haben. Diese können wir nicht stückweise bestellen, sondern müssen sie in bestimmten Mengen abnehmen. Der Planungshorizont ist hier länger als ein Jahr. So können wir die benötigte Menge meistens abrufen. Verkauft sich ein Produkt aber überraschend gut, sind uns punkto Lieferbarkeit oftmals die Hände gebunden. Daher appellieren wir an die Kunden, sich früh zu überlegen, was sie schenken wollen. **Sie verkaufen nicht nur Holzspielzeug, sondern auch Brettspiele oder Lego-Bausätze. Ist Kerngeschäft weiterhin das Kerngeschäft?**

Das ist so und soll auch so bleiben. Wir arbeiten seit Jahrzehnten mit Holzwarenerstellern zusammen und verfügen über das entsprechende Know-how. Wir setzen aber nicht nur auf Holz, sondern primär auf Qualität und sinnvolles Spielzeug. Im Outdoor-Bereich, etwa im Sandkasten, sind Holzspielwaren wegen der Feuchtigkeit nicht zu empfehlen. Deswegen haben wir auch hochwertige Produkte aus Kunststoff im Sortiment.

Sie sagten, der Umsatz aus dem Weihnachtsgeschäft gehe zurück. Wie reagieren Sie darauf?

Wir sagen unseren Kunden, dass es nicht auf die Quantität, sondern auf die Qualität eines Geschenks ankommt. Gerade innerhalb einer Familie bietet sich ein Geschenk-

plan an: Statt vieler kleiner Geschenke legen Gotte, Götti und Grosseletern für ein grösseres Geschenk zusammen, das man beliebig erweitern kann, zum Beispiel ein Puppenhaus oder einen Bauernhof. Zum Geburtstag des Kindes, zu Ostern und anderen Anlässen können sie etwas dazu kaufen. Wir haben unser Sortiment auf solche Produkte angepasst. Dabei achten wir darauf, dass man die Bausätze auch ohne Plan und nach eigener Fantasie gestalten kann.

Gemäss dem Marktforschungsinstitut GfK schrumpfte der Schweizer Spielwarenmarkt im ersten Halbjahr 2018 um 2,6 Prozent. Haben Sie das auch zu spüren bekommen?

Diese Zahlen sind für uns nur zweitrangig, weil wir uns in einer Nische mit einem speziellen Sortiment bewegen. Die grossen Spielwarenhändler orientieren sich an den weltbekannten Marken und sind abhängig von deren Innovationen. Einige laufen gut und werden zum Trend, andere verkaufen sich schlecht. So sind die 2,6 Prozent schnell zu erklären. Dass der Rückgang nachhaltig ist, kann man daraus nicht ableiten.

Sind Sie als Nischenplayer weniger abhängig von Trends auf dem Gesamtmarkt?

Unser Trend ist, keinen Trend mitzumachen. Die Konsumenten würden sich doch langweilen, wenn sie überall das gleiche bekämen. Dann ginge es nur noch darum, Preise zu vergleichen.

Ihr Vorgänger, der inzwischen verstorbene Felix Schumacher-Pastorini, sagte 2016 gegenüber dem ZO/AvU: «Wir haben es in einem gewissen Sinn verpasst, uns der heutigen Zeit anzupassen.» Seit dem Spitzenjahr 1993 sei der Umsatz rückläufig gewesen. Hat man bei Pastorini zu spät auf Marktveränderungen reagiert?

Umsatzschwankungen gab es immer schon und wird es immer geben. Dass wir uns der Zeit anpassen müssen, liegt auf der Hand. Wie der Wandel konkret aussehen und ablaufen soll, ist umso schwieriger, je älter eine Firma ist. Da gibt es eine gewisse Starrheit in den Strukturen. Jetzt gilt es, alle Prozesse und Entwicklungen aus verschiedenen Blickwinkeln zu betrachten. Wir müssen uns fragen, wo wir zu unserer eigenen Bremse geworden sind.

Wo haben Sie sich gebremst? Im Nachhinein würde ich sagen, wir waren als Firma nicht sichtbar genug auf dem Markt. Viele Leute denken, Pastorini gäbe es nicht mehr, nachdem wir das Ladengeschäft in Zürich vor fast drei Jahren geschlossen haben. Daher investieren wir heute mehr ins Marketing. Unsere Botschaft lautet: «Hallo, wir sind auch noch da. Schaut mal vorbei, denn wir bieten etwas, was ihr aus eurer Kindheit kennt.»

Zu den grössten Umwälzungen auf dem Spielwarenmarkt zählt das Aufkommen von Videogames und Spielkonsolen in den 1980er Jahren. Macht Ihnen die Konkurrenz mit Elektronikspielzeug das Leben schwer?

Es ist völlig normal, dass neue Produkte einen gewissen Anteil vom bestehenden Markt übernehmen. Das gilt auch für die Game-Konsolen. Ich glaube aber nicht, dass sie dem traditionellen Spielzeug langfristig Marktanteile abspenstig machen. Im Gegenteil: Es kann auch eine Bereicherung sein, beides zu haben – digitales und analoges Spielzeug. Ein Kind, das eben mit dem iPad beschäftigt ist, holt eine Stunde später vielleicht ein



«Eine gewisse Starrheit in den Strukturen»: André Nyffeler, CEO von Pastorini Spielzeug in Dübendorf, will sein Unternehmen bedachtsam reformieren. Foto: Seraina Boner

«Unser Trend ist, keinen Trend mitzumachen. Die Konsumenten würden sich doch langweilen, wenn sie überall das gleiche bekämen.»

Pastorini hat den Ruf, exklusiv und hochpreisig zu sein. Setzen Sie zu sehr auf Klasse statt auf Masse?

Das kann man so nicht sagen. Von vielen wichtigen Produkten gibt es bei uns mehrere Ausführungen. Natürlich versuchen wir, auch den Rolls-Royce anzubieten. Zusätzlich führen wir aber ein Modell, das den gleichen Zweck erfüllt, eine gute Qualität aufweist und deutlich günstiger ist. Für Kunden, die ihr Budget noch mehr zusammenhalten müssen, bieten wir ebenfalls ein passendes Modell an. Diese Preisgestaltung geht aber nicht zulasten der Qualität. Das handhaben wir schon seit geraumer Zeit so. Insofern staune ich, dass Pastorini als hochpreisig dasteht.

An dem Punkt müsste dann Ihr Marketing ansetzen, oder? Völlig korrekt, da sind wir auch dran. Das Image ist ja nicht per se falsch, aber es spiegelt nicht mehr den Ist-Zustand. Daran herumschrauben, ist bloss eine heikle Aufgabe. Man könnte es falsch interpretieren.

Inwiefern «falsch»? Dass es auf einmal heisst, Pastorini verkaufe auch Ramsch. Dabei ist der Preis immer eine relative Sache. Wenn man jedes Jahr eine neue Konsumstoffschaukel von minderender Qualität nachkaufen muss, dann übersteigen die Wiederbe-

schaffungskosten und der Zeitaufwand zur Entsorgung oft die Kosten für ein hochwertiges und robusteres Produkt. Das wissen wir von Kindergärten und Spielkrippen, die mit ihrem Budget sparsam umgehen müssen.

Vor drei Jahren, Sie erwähnten es bereits, haben Sie Ihren Laden in Zürich geschlossen. Wie kam es dazu?

Wir verzeichneten dort jahrelang einen rückläufigen Geschäftsgang. Das Kundenverhalten und die Ansprüche an das Shopping-Erlebnis hatten sich durch den Onlinehandel so sehr gewandelt, dass wir das Nachsehen hatten. Die Kosten-Nutzen-Rechnung ging schlicht nicht mehr auf. Wir hätten viel investieren müssen, um den Laden zu erneuern. Durch die Schliessung konnten wir das Unternehmen stabilisieren. Zudem waren wir von vornherein überzeugt, die Kundenbedürfnisse mit den modernen Möglichkeiten des E-Commerce befriedigen zu können. **Wo liegt heute Ihr Schwerpunkt: weiter auf dem stationären Handel oder dem Onlinehandel?**

Die Frage bekomme ich fast täglich von Herstellern, Lieferanten oder Mitbewerbern gestellt (*lacht*). Sie lässt sich nicht leicht beantworten. Viele Kunden informieren sich im Onlineshop über unser Sortiment, bevor sie in den Laden kommen. Andere wiederum schauen sich die Produkte im Laden an und bestellen dann in unserem Onlineshop. Beides ist miteinander verzahnt.

Erzielen Sie online inzwischen mehr Umsatz als stationär? Wir konnten im Onlinehandel zulegen. Das hat vor allem mit dem runderneuerten Portal zu tun, das wir gewisse Funktionen erweitert worden ist. Wir sind jedenfalls zufrieden mit der Entwicklung. Die

erhoffte Synergie mit dem stationären Laden hat sich erfüllt. **Am meisten verkaufen Sie also immer noch im Ladengeschäft, oder?**

Dazu möchte ich mich nicht äussern. Bekanntlich werden die neuen Investoren unseres Mitbewerbers Franz Carl Weber (FCW) verstärkt auf E-Commerce setzen und ein professionelles Portal lancieren. Nur so viel: Der Onlinehandel leistet einen überlebensnotwendigen Beitrag zum Gesamtumsatz. Das Volumen aus dem stationären Laden wäre nämlich zu gering, um eine ausreichend grosse Produktpalette anbieten zu können. Würden wir weniger Ware abnehmen, bekämen wir im Einkauf nicht mehr die gleichen Konditionen – im Verhältnis dazu würden die Transportkosten massiv steigen.

Sie beobachten also aufmerksam, wie FCW in den Online-markt eintritt?

Aufmerksam ist übertrieben. Ich nehme es zur Kenntnis. Schon in Zürich waren Pastorini und FCW nah beieinander. Es ist eine gesunde Konkurrenz. FCW macht keine Preisschlachten, er hat eine Tradition und verhält sich auch so. Der Wettbewerb ist nicht schädigend, sondern bereichernd. FCW deckt ein Segment ab, das wir nicht führen, zum Beispiel gewisse Lizenzprodukte. Der Marktplatz Zürich

«Es ist eine gesunde Konkurrenz zwischen Pastorini und Franz Carl Weber. Der Marktplatz Zürich und Schweiz mag uns beide gut verkraften.»

und Schweiz mag uns beide gut verkraften.

Was ist mit Grosshändlern wie Amazon, die immer mehr auf den Schweizer Markt drängen?

Je mehr der Markt von Masse und Quantität bestimmt wird, umso einsamer fühlen sich die Kunden und suchen wieder den persönlichen Kontakt im kleinen Laden. **Sie machen sich keine Sorgen?** Ich bin zuversichtlich, dass persönlicher Kontakt, Beratung und Vertrauen weiterhin ein Erfolgsfaktor sind, wenn es ums Schenken und um zufriedene Kunden geht.

Ist das auch der Grund, warum Sie Rabattschlachten wie den «Black Friday» meiden?

Solche Aktionen widersprechen unserer Philosophie. Dabei mitzumachen, hiesse, unseren Markenkern auszuhöheln. Denn beim «Black Friday» geht es nur noch um den Preis und nicht mehr um Qualität und Nachhaltigkeit. **Die Weihnachtszeit ist eine Zeit der Wünsche. Was wünschen Sie sich für Ihr Unternehmen?** Ich wünsche mir, dass alle, die Weihnachtsgeschenke bei Pastorini einkaufen, glücklich sind, weil sie dem Beschenkten damit eine Freude machen, und dass sie Lust bekommen, wieder einmal bei uns vorbeizuschauen, weil ihnen das Einkaufserlebnis gefallen hat.

Interview: Jörg Marquardt

Persönlich

«Ich wäre gerne noch strukturierter»

Pfäffikon Als CEO von JDMT Medical Services in Pfäffikon, aber auch als Arzt dreht sich bei Andreas Juchli vieles um die Gesundheit. Er will Menschen befähigen, medizinische Hilfe zu leisten. Über Engstirnigkeit kann er sich ärgern.

Die JDMT Medical Services AG bietet Lösungen in medizinischer Hilfe an. Worauf achten Sie als CEO, wenn es um Ihre eigene Gesundheit geht?

Andreas Juchli: Ich achte stark darauf, Dinge zu übernehmen, die ich sehr gerne mache. Ich bin 41 Jahre alt und brauche bereits meine Zeit, um mich zu regenerieren.

Wie machen Sie das?

Ich habe einen 4-jährigen Sohn und schaue, dass ich regelmässig mit ihm zusammen bin. Ich mache auch gelenkschonende Fitness. Es geht mir nicht darum, perfekt zu leben, sondern eine gute Lebensqualität zu erreichen. Ich rauche nicht, trinke nicht allzu viel Alkohol und esse nicht übermässig viel Fleisch.

Wie wichtig ist der Schlaf?

Wir haben ein gemeinsames abendliches Ritual mit unserem Sohn. Wir legen uns ins Bett und erzählen ihm eine Geschichte. Wenn er schläft, habe ich nochmals eine produktive Phase bis Mitternacht. Nachher kann ich gut einschlafen.

Wie kam es, dass Sie Medizin studierten?

Schon mein Grossvater war Mediziner. Er hatte eine Privatklinik in Kreuzlingen aufgebaut. Meine Eltern haben dann die Klinik übernommen und weitergeführt – sie sind leider in den 90er Jahren bei einem Unfall gestorben. Für mich war naheliegend, ebenfalls Medizin zu studieren. Das Schöne am Studium und an meinem Beruf sind die naturwissenschaftlichen und menschlichen Komponenten. Es

geht um Menschen und ums Leben retten. **Können Sie das näher erläutern?**

Vor zwei Jahren retteten wir am Weltklasse Zürich eine Person auf der Strasse. Aus medizinischer Sicht ist das Lebenretten an sich keine herausragende Leistung. Wir von JDMT Medical Services befähigen vielmehr Leute, Leben zu retten, oder versorgen sie mit medizinischen Geräten wie dem Defibrillator. Das haben wir beispielsweise in Pfäffikon gemeinsam mit der Gemeinde und dem Gewerbe getan. Mit dem Defibrillator konnten zwei Leben gerettet werden.

Beschäftigen Sie Vorfälle wie jener am Weltklasse Zürich über längere Zeit?

In solchen Situationen entstehen Emotionen, wie sie auch in einem Film entstehen können.

In einem Kurs zeigte ich das Beispiel von einem Kind, das eine Form von Epilepsie hat. Da denkt man unweigerlich an sein eigenes Kind. Emotional darf man sein, doch die Frage ist immer, welche Funktion hat eine Person, falls etwas passiert.

Woran messen Sie als Unternehmer den Erfolg Ihrer Arbeit?

An Geschichten von Menschen und dem, was sie uns erzählen. Kürzlich meldete sich vom Akademischen Sportverband Zürich ein Trainingsleiter und sagte mir, er habe kürzlich in einem Kinderzirkus einem Kind mit Kreislaufstillstand das Leben retten können – dank einer Ausbildung bei JDMT. Menschen zu berühren und zu befähigen – daran messe ich meine Arbeit.

Haben Sie dafür ein weiteres Beispiel?

Einmal hatten wir Dienst bei einem Fussballspiel im Letzigrund. Plötzlich fuhr ein Sanitätswagen ins Stadion. Der Wagen brachte einen Knaben aus dem Zürcher Oberland, der sich einer Chemotherapie unterziehen musste. Ich sprach mit dem Sicherheitschef von den Young Boys. Dieser erlaubte dem jungen YB-Fan, nach dem Spiel in die Kabine der Mannschaft zu gehen. Das berührte viele, auch die YB-Spieler. Das ist für mich auch Work-Life-Balance, das gibt mir Zufriedenheit.



Gesundheit steht bei Ihnen im Mittelpunkt. Was verstehen Sie darunter?

Sein Leben so zu führen, wie man es möchte.

Was sind Ihre Stärken?

Meine Frau sagt, ich sei sachlich. Für mich ist eine meiner Stärken, dass ich eine Richtung klar verfolgen und etwas erreichen kann.

Und Ihre Schwächen?

Ich habe eine Vorstellung, wie man etwas machen muss. Ich habe ein Führungsverständnis, das den Mitarbeitern einen gewissen Freiraum lässt. Zu akzeptieren, dass etwas dann nicht ganz so wird, wie ich es mir vorstelle, ist für mich nicht immer einfach. Ich wäre gerne noch strukturierter.

Worüber ärgern Sie sich?

Über Engstirnigkeit. Wenn ich aus dem Ausland zurückkomme und jemand auf dem Flughafen nörgelt, dann denke ich: «Das muss nicht sein.»

Lesen Sie gerne Bücher?

Ich lese sehr gerne. Aktuell die Biografie von Rockefeller junior. Ich mag alte Bücher, zum Beispiel ein signiertes Buch von Montgomery oder Churchill.

Was ist Ihr Lieblingsort im Zürcher Oberland?

Wir leben seit diesem Sommer etwas ausserhalb von Russikon. Zum Haus gehört ein Garten mit unverbaubarer Grünzone. Dort gefällt es mir sehr. Ich möchte

schon früher Gartenarbeit. Zu Hause etwas im Garten zu machen, bedeutet mir viel.

Sie haben oft mit Menschen zu tun. Wo legen Sie Ihr Schwergewicht beim persönlichen Kontakt?

Die Haltung ist entscheidend. Welche Einstellung hat ein Mitarbeiter zu seiner Tätigkeit? Ich sehe da grosse Unterschiede. Nur schon wie eine Person vom Tisch geht. Schiebt sie den Stuhl zurück an den Tisch oder nicht? Das zieht sich durch andere Verhaltensweisen. Ich habe oft mit Lernenden zu tun und stelle sehr unterschiedliche Haltungen fest. Diese sind entscheidend, wie jemand arbeitet.

Aufgezeichnet: Bruno Fuchs

Steckbrief

- **Name:** Andreas Juchli
- **Geburtsjahr:** 1977
- **Beruf:** Geschäftsführer JDMT Medical Services AG, Pfäffikon
- **Erlerner Beruf:** Arzt
- **Hobbys:** Geniessen, Geschichte und Gestalten
- **Zivilstand/Kinder:** verheiratet, 1 Sohn
- **Wohnort:** Wilhof (Russikon)

Spielwarengeschäft im Wandel

Die **Pastorini Spielzeug AG** ist ein Familienunternehmen mit Sitz in **Dübendorf**, das von Ende der 80er Jahre bis 2017 von **Felix Schumacher-Pastorini** (†) und seiner Frau **Christa Pastorini-Schumacher** in der dritten Generation geführt wurde. Seither liegt die operative Leitung in den Händen von **André Nyffeler**.

Das Spielwarengeschäft ging aus einer Papeterie hervor, die **Bertha Kessler** 1911 in Höttingen erworben hatte. 1912 heiratete sie

Wilhelm Pastorini, mit dem sie den Betrieb zusammenführte. Ab 1945 übernahm ihr Sohn **Silvio Pastorini** die Leitung und eröffnete 1959 den Standort am Weinplatz in Zürich. Dieser musste im Februar 2016 aus Kostengründen geschlossen werden. In Dübendorf hat Pastorini Spielzeug seit 1972 ein Lagerhaus, seit 1973 ein Ladengeschäft, dazumal an der Industriestrasse, seit 2002 dann «Im Schössacher». Dieser Standort wurde 2016 zum Hauptsitz. *jäm*

Stellenkarussell

Martin Hegglin



Jürg Konrad, dem Inhaber der Gruppe, der sich als Verwaltungsratspräsident auf strategische Fragen konzentrieren wird. Hegglin war zuletzt Geschäftsleitungsmitglied der Brunner Medien in Kriens.

Marc Heller

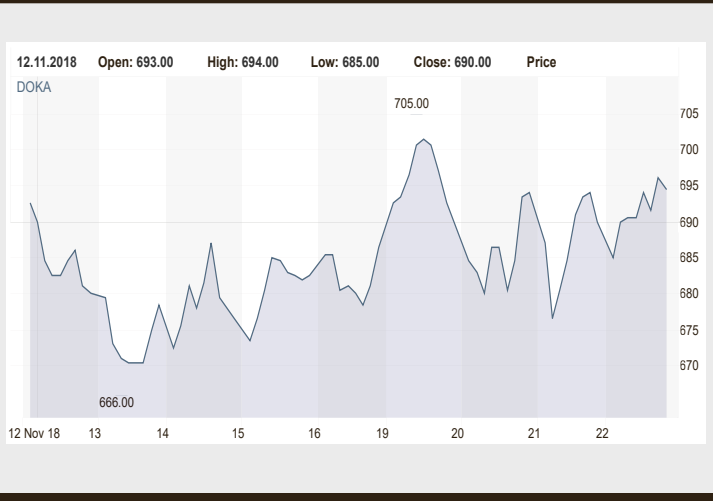


Marc Heller hat per 1. September 2018 die Geschäftsführung der Natürli Zürioberland AG in Saland übernommen. Damit ist er die Nachfolge von Fredi Bieri angetreten, der die Natürli Zürioberland vor 22 Jahren gegründet und wesentlich geprägt hat. Heller war bereits seit Juni 2016 als Leiter Verkauf, Marketing und Administration in der Natürli tätig.

Belimo, Hinwil



Dormakaba, Wetzikon



Geberit, Rapperswil-Jona



Givaudan: Sehnsucht nach Verlässlichkeit

Die Aktie des Aromen- und Riechstoffherstellers Givaudan mit Sitz in Dübendorf war in der vorletzten Woche die einzige, die einen Kursgewinn verzeichnen konnte. Diese Entwicklung entspricht einem längerfristigen Trend: Der Kurs hat seit Jahresanfang um knapp 9 Prozent zugelegt und rangiert annähernd auf Rekordniveau. Schon im Frühjahr waren einige Analysten davon ausgegangen, dass der Kurs von Givaudan den Gesamtmarkt schlagen werde, wenngleich die Verteuerung der Rohstoffpreise auf die Profitabilität drückt.

Garant für Solidität

Bei der Bewertung des aktuellen Börsengeschehens liegt die Vermutung nahe, dass das volatile Marktumfeld – der Brexit, aber auch der Handelsstreit mit den USA spielen hier eine entscheidende Rolle – dazu beiträgt, dass die Anleger verstärkt auf solche

Unternehmen setzen, die als robust und verlässlich gelten. Aufgrund des soliden Geschäftsgangs kann Givaudan diesen Ansprüchen in besonderer Weise gerecht werden. Hinzu kommt, dass der Konzern seine dominante Marktposition durch gezielte Investitionen wie etwa zuletzt am Standort Grasse in Frankreich untermauern und durch die Erweiterung seines Portfolios um neue Dienstleistungen weiter ausbauen kann.

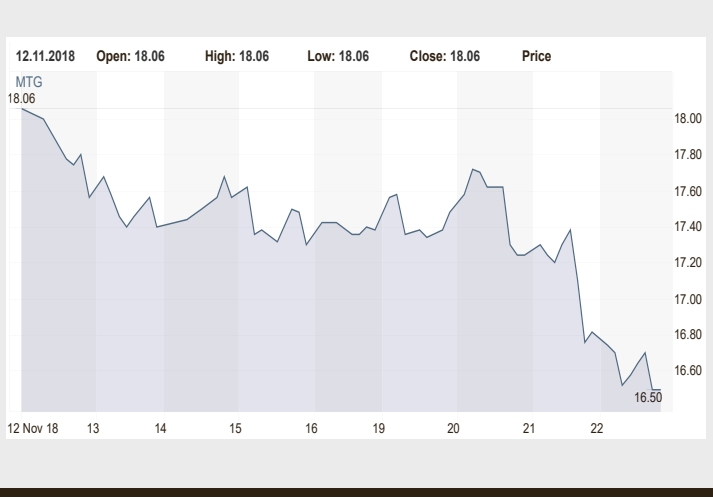
Jörg Marquardt



Huber+Suhner, Pfäffikon



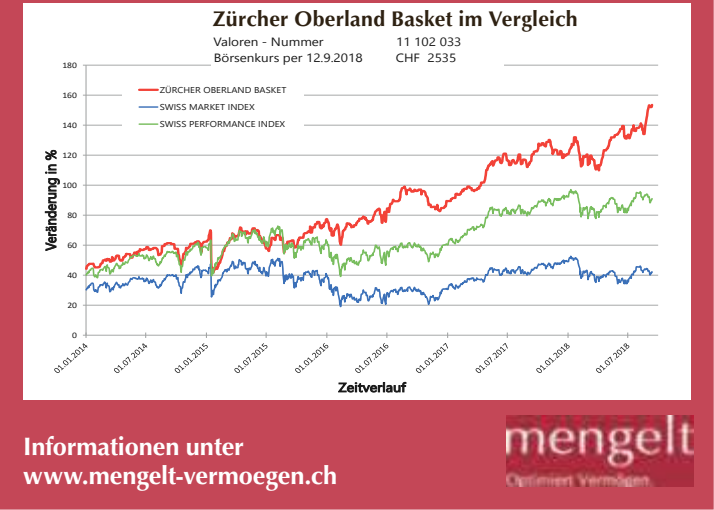
Meier-Tobler, Schwerzenbach



Rieter, Winterthur



Zürcher Oberland Basket
Investieren Sie regional



Sulzer, Winterthur



Firmenübersicht

Unternehmen	Standort	Kurs	Tendenz
Autoneum Holding AG	Winterthur	189.10	▲
Belimo Holding AG	Hinwil	4055.00	▼
Burckhardt Compression	Winterthur	281.00	▲
Crealogix AG	Bubikon	126.00	▼
Dormakaba Holding AG	Rümlang	695.50	▲
Elma Electronic AG	Wetzikon	404.00	►
Geberit International AG	Rapperswil-Jona	382.00	▲
Givaudan SA	Dübendorf	2403.00	▼
Huber+Suhner AG	Pfäffikon	66.60	▲
LafargeHolcim Ltd	Jona	44.45	▼
Meier Tobler Group AG	Schwerzenbach	16.50	▼
Rieter Holding AG	Winterthur	127.50	▼
Sulzer AG	Winterthur	92.70	▼
Zimmer GmbH / Zimmer Biomet	Winterthur	111.00	►

«Königliche» Urinale

Seegräben Die Aathaler Firma Swiss Invent hat eine Marktlücke entdeckt: Pissoir-Bildschirme. Ein neuer Auftrag für Real Madrid führte zu einem Missverständnis – und zu Schlagzeilen auf der ganzen Welt.

Wer kennt das nicht: Während eines Fussballspiels im Stadion muss man auf die Toilette und verpasst prompt ein Tor? – Solch ein ärgerliches Erlebnis könnte bald der Vergangenheit angehören.

So oder so ähnlich lautete die Meldung, die Anfang November weltweit in den Medien kursierte. Real Madrid, hiess es dann jeweils weiter, teste nämlich Pissoir-Bildschirme einer Schweizer Firma, auf denen das Match live übertragen werde.

Leider ist die Meldung so nicht korrekt. Denn auf den Bildschirmen wird ausschliesslich Werbung gezeigt. Was jedoch stimmt: Hergestellt werden die Urinale tatsächlich von einem Schweizer Unternehmen, nämlich vom Start-up Swiss Invent mit Sitz in Aathal.

Grenzen der Technik

«Dieses lustige Missverständnis entstand wohl durch das Wunschenken vieler Fans, die so eine Dienstleistung natürlich begrüessen würden», sagt Marketing- und Vertriebsleiter Oliver Stucki. Dabei sei eine Übertragung ohne Verzögerung technisch gar nicht möglich. Es wäre unsinnig, da der Jubel im Stadion dem Geschehen auf dem Bildschirm zuvorkommen würde. Dass dennoch in zahlreichen Ländern diese Fehlinformation verbreitet wurde, ärgert Stucki nicht so sehr – frei nach dem Motto: «Publicity ist immer gut».

Merkwürdig fand er lediglich, dass die 79 zuvor installierten Urinale mit Bildschirm im Stadion des weitaus weniger prominenten Ligarivalen CD Leganés von der Presse gänzlich unemerkt geblieben waren. «Erst als der Name Real Madrid aufgetaucht ist, interessierten sich plötzlich alle dafür», stellt Stucki fest. Die Aufträge in Spanien verdankt Swiss Invent ihrem Agenten vor Ort.

Sechs Schüsseln mit befestigten Bildschirmen wurden bisher im VIP-Bereich des Bernabeu-Stadions installiert. Sie durchlaufen momentan eine 120-tägige Testphase. Anschliessend hofft Stucki auf einen weitaus grösseren Auftrag von Real Madrid. Lassen sich doch «Die Königlichen» ihren Stadionumbau insgesamt rund eine halbe Milliarde Euro kosten.

«Der Blick fällt beim Verrichten des kleinen Geschäfts ganz automatisch auf den Bildschirm.»

Oliver Stucki ist Marketing- und Vertriebsleiter der Swiss Invent AG in Aathal

Den Stadionbetreibern bieten die Urinale aus dem Aathal eine bisher ungeahnte Möglichkeit, zusätzliche Einnahmen zu generieren, indem sie die Werbefläche – ähnlich den Werbebanden um das Spielfeld herum – vermieten.

Werbung am Urinal sei äusserst effektiv, so Stucki. «Der Blick fällt beim Verrichten des

kleinen Geschäfts ganz automatisch auf diese Fläche. Mit der Männertoilette hat man ausserdem eine klar definierte Zielgruppe und eine garantiert hohe Besucherfrequenz.»

Gratis-Urine

Bei einem zweiten Geschäftsmodell behält sich Swiss Invent die Werberechte für die Bildschirme vor, um dem Toilettenbetreiber im Gegenzug die Urinale zu schenken. Gut frequentierte Hotels oder Restaurants kommen für dieses Angebot beispielsweise in Frage. An deutschen Raststätten hat das Unternehmen bereits 2300 solcher Anlagen installiert und vermietet nun diese Werbemöglichkeit. Dabei handelt es sich in der Regel um fünf tonlose Filme à sieben Sekunden.

Bei den Stadiontoiletten funktioniert dieses Modell nicht. Dort können die Betreiber selbst Werbeverträge abschliessen, müssen für das Urinal und dessen Unterhalt jedoch bezahlen. Der Grund ist einleuchtend: «Im Stadion haben Sie vielleicht einmal pro Woche während kurzer Zeit eine hohe Frequenzierung. Raststätten sind daher für Werber um ein Vielfaches attraktiver», erklärt Stucki. Dort könne man nämlich mit täglich rund 300 Besuchern pro Schüssel rechnen. Bei einem Stadion-Urinal seien es gerade einmal rund 3000 pro Jahr.

«Gewisse Hemmschwelle»

Das Konzept des 2016 gegründeten Start-ups scheint zu funktionieren. Das Aathaler Unternehmen beschäftigt zwölf Mitarbeiter, von denen neun allein in diesem Jahr ins Team aufgenommen wurden.

Ein kleines Problem gibt es aber: Nicht jede Firma ist begeistert von der Vorstellung, auf einem Männerklo für ihre Produkte zu werben. «Es gibt hier eine gewisse Hemmschwelle», gesteht Stucki. Ist diese Hemmschwelle aber einmal überwunden, bleibt nur noch die Frage: Nervt es die WC-Besucher nicht, wenn sie auch beim Wasserlassen mit Werbebotschaften behelligt werden? – «Nein», sagt er. «Laut einer Studie stören sich 99 Prozent der Leute kein bisschen daran.»

Silvan Hess



Pissoir-Werbung für Real Madrid: Oliver Stucki, Marketing- und Vertriebsleiter von Swiss Invent, war überrascht über das weltweite Aufsehen, das das Aathaler Start-up erregte. Foto: Seraina Boner

150 Jahre GVV: Wozu braucht es den Verband heute?

Uster Im Stadthofsaal Uster wurde am Freitag, 23. November, das 150-Jahr-Jubiläum des Gewerbeverbands Uster gefeiert. Vizepräsident Gerold Brütsch-Prévôt beantwortet fünf Fragen zum GVV.

Der Gewerbeverband Uster feiert dieser Tage sein 150-Jahr-Jubiläum. Wenn Sie mit einer Zeitmaschine an die Gründungsversammlung 1867 reisen könnten: Worüber würden Sie sich mit den ersten Mitgliedern unterhalten und was könnten Sie von ihnen lernen?

Gerold Brütsch: «Zur Ehr und Wehr dem Vaterland, ein tüchtiger Gewerbebestand» war damals der Leitsatz des Handwerker- und Gewerbevereins Uster. Das zeugt von Stolz und Selbstverständnis. Und obwohl wir heute nicht mehr in erster Linie zur

Ehr und Wehr des Vaterlandes Gewerbler sind, können wir aus dieser Zeit lernen: stolz darauf zu sein, den Schritt in die Selbstständigkeit gewagt und Arbeitsplätze und Lehrstellen geschaffen zu haben. Dazu gehört auch, die tägliche Herausforderung zu bestehen, Kunden zu gewinnen und um Aufträge zu kämpfen. Darüber hätte ich mich sehr wahrscheinlich mit den Gründern vor 150 Jahren unterhalten und ihnen dazu gratuliert.

Wozu braucht es den Gewerbeverband Uster auch noch nach 150 Jahren?

Auf das Jahr 2018 angepasst aus den gleichen Gründen: Das Gewerbe ist das Rückgrat der Wirtschaft. 99 Prozent der Schweizer Unternehmen sind KMU, sie bilden 70 Prozent der Lernenden aus und stellen zwei Drittel aller Arbeitsplätze in der Schweiz. Da gehören der Kleinstbetrieb mit einem Mitarbeiter und das KMU mit 100 Mitarbeitenden. Darauf können wir stolz sein. Um diese Interessen zu vertreten und sie auch zu schützen, braucht es den Gewerbeverband mehr denn je.

Zuletzt ist Ihr Verband wegen der neuen Parkplatzverordnung und der Sorge vor einer übermässigen Reduktion von Mitarbeiterparkplätzen auf Ustermer Boden öffentlich in Erscheinung getreten. Sind Parkplatz und Verkehr für Sie die einzigen wichtigen Anliegen?

Nein, gar nicht. Aber wenn man dem Gewerbe und den Läden, wie es die sogenannte Abstellplatzverordnung vorsieht, Parkplätze für Kunden und Mitarbeitende wegnehmen will, müssen wir uns doch wehren. Zudem: Dass es durch die Beruhigung des Zentrums, sprich: durch die blosse Sperrung von Strassen mehr Leben im Zentrum gäbe, wie es der Stadtrat kürzlich mitgeteilt hat, ist eine Illusion. Beispiele aus Zürich zeigen: Dadurch brechen die Umsätze der Läden zusammen.

In diesem Jahr sind zwei Vorstandsmitglieder zurückgetreten. Ihr Vorwurf: Der Gewerbeverband Uster sei zu bürgerlich und SVP-nah. Politisieren Sie zu stark?

Nein, im Gegenteil, wir sind eher weniger politisch. Im Vorstand sitzt ein SVP-Mitglied, alle anderen Mitglieder sind parteilos. Das gilt auch für den gesamten Verband. Aber es ist schon so: Die SP, die Grünen und die sogenannten Mitteparteien setzen sich nicht für das Gewerbe ein. Deshalb decken sich unsere Positionen oft mit jenen der bürgerlichen Parteien, dazu gehört übrigens auch die FDP.

Welche Aufgaben und Herausforderungen muss der Gewerbeverband Uster anpacken, um auch das nächste grosse Jubiläum feiern zu können?

Das nächste grosse Jubiläum wäre wohl das 175-jährige Bestehen. Die Digitalisierung wird das Gewerbe in den nächsten Jahren schneller als erwartet enorm verändern – da wird kein Stein auf dem anderen bleiben. Dazu gehört, dass Umsätze weiter ins Internet abwandern, ganze Berufsgruppen durch Roboter ersetzt oder nicht mehr benötigt werden. Auf der anderen Seite muss man digitale Geschäftsmodelle

erkennen können, beispielsweise auf die Kunden zugeschnittene Lösungen. Das eröffnet auch grosse Chancen – die vielen kreativen Start-ups bestätigen diese Aussage. Das sind die grossen Aufgaben und Herausforderungen für die Zukunft und damit auch für den GVV.

Interview: Jörg Marquardt



Gerold Brütsch-Prévôt ist Vizepräsident sowie PR- und Marketing-Verantwortlicher Gewerbeverband Uster (GVU) Foto: PD

Givaudan investiert in Frankreich

Dübendorf Aromen- und Riechstoffhersteller Givaudan mit Sitz in Dübendorf hat bekanntgegeben, 20 Millionen Franken in die Einrichtungen von Expressions Parfumées in Grasse (an der französischen Riviera) zu investieren. Dort wolle man die Forschungs- und Entwicklungslabors ausbauen und modernisieren sowie die Produktionsanlagen mit neuer Robotik ausstatten und den Betrieb digitalisieren. Die Investition zielt unter anderem darauf ab, das angestrebte starke Wachstum bei lokalen und regionalen Kunden zu unterstützen. Die Expansion soll in der ersten Hälfte 2020 abgeschlossen sein. zo

Neunter Laden für Veloplus

Wetzikon Am 1. Dezember eröffnet die Veloplus AG mit Sitz in Wetzikon ihren neunten Laden. Dieser befindet sich an der Binzmühlestrasse 80 in Oerlikon, Zürich. Die Ladenfläche des Veloartikel-Fachgeschäfts beträgt insgesamt 500 Quadratmeter. zo

SPONSORING

«Gute Geschenke sind ein Ausdruck von Wertschätzung»

Weihnachten stehen vor der Tür und so auch die Frage: Was schenke ich meinen Mitarbeitern und Kunden? Und lohnt sich das überhaupt? Einer, der Antworten zu diesen Fragen hat, ist Alessandro Semeraro. Er arbeitet seit 2006 als Trainer und Coach und unterstützt Unternehmer und Führungskräfte in Fragen rund um das Thema Persönlichkeits- und Unternehmensentwicklung. Seit diesem Jahr ist er Schulungsleiter der neu gegründeten HofAkademie der Jucker Farm AG in Seegräben.



Alessandro Semeraro ist Schulungsleiter der neu gegründeten HofAkademie der Jucker Farm AG in Seegräben.

Warum soll man seinen Mitarbeitenden überhaupt etwas schenken?

Alessandro Semeraro: Ein Geschenk ist ein Ausdruck von Wertschätzung, Lob und Dankbarkeit. Die moderne Hirnforschung zeigt, dass aufrichtiges Lob – und das Wort «aufrichtig» ist in diesem Zusammenhang natürlich entscheidend – die Motivation des Mitarbeitenden merklich steigert. Ein Geschenk, gerade zu Weihnachten, ist ein symbolischer Ausdruck für diese Wertschätzung. Und zwar

für die Leistung wie auch für die Person an sich. Ein simples «Super Job gemacht» oder «Danke für deinen motivierten Einsatz in dieser stressigen Zeit» können Wunder wirken.

Soll man mit dem Schenken denn bis zu Weihnachten warten?

Natürlich nicht, aber vor den Festtagen ist das Thema bei den meisten einfach sehr präsent. Das Jahr neigt sich dem Ende zu, und man zieht Bilanz. Aber auch Geschenke unter dem Jahr, zum Beispiel für ein erfolgreich abgeschlossenes Projekt oder nach einer stressigen Zeit, sind ein sehr schönes Zeichen der Wertschätzung. Erfolge wollen gefeiert werden. Das stärkt die Unternehmenskultur und das Selbstbewusstsein des einzelnen Mitarbeitenden.

Was soll man denn schenken?

Man sollte sich fragen; A: Was ist die Motivation hinter dem Geschenk?, und B: Was möchte ich ausdrücken damit? Es gibt Geschenke, die würde man am besten einfach sein lassen. Schenkt man etwas eindeutig Billiges, sendet das auch eine Botschaft aus. Im Gegensatz dazu sagen überlegte, gute, hoch-



Ein hausgemachtes Produkt kommuniziert gewisse Werte. In Form eines Geschenks werden diese Werte von Person zu Person übertragen.

Fotos: Jucker Farm

wertige Geschenke natürlich das Gegenteil aus.

Was macht man, wenn man als Unternehmen ein beschränktes Budget hat für Geschenke?

Ich spreche von «wertvollen» Geschenken. Wertvoll ist allerdings nicht zwingend gleich

teuer. Bei einer Privatbank, bei der ich vor einigen Jahren gearbeitet habe, gab es jährlich ein Geldgeschenk in einem Couvert.

Auf den ersten Blick ist das nicht sehr einfallsreich. Aber das, was mir und all meinen Kolleginnen und Kollegen von damals in Erinnerung geblieben ist, ist die Art und Weise, wie das Couvert übergeben wurde.

Der über 80-jährige Patron hat das Couvert nämlich jedem und jeder Einzelnen persönlich überreicht und sich für die geleistete Arbeit bedankt. Das war ihm wichtig, und das kam bei uns auch so an. Es war zweitrangig, wie viel in dem Umschlag drin war.

Das Gefühl bei der Geschenkübergabe spielt eine grosse Rolle, ob wir ein Geschenk als wertvoll erachten oder nicht. Generell erinnert man sich eher an das Gefühl, das man bei der Geschenkübergabe hatte, als an das Geschenk an sich. Hätte die HR-Abteilung der Bank den gleichen Betrag einfach aufs Mitarbeiterkonto überwiesen, wäre der Effekt des Geschenks bei Weitem nicht der Gleiche gewesen.

«In Zeiten, wo man sich fast alles leisten kann, ist der emotionale Wert eines Geschenks umso wichtiger.»

Alessandro Semeraro,
Schulungsleiter
HofAkademie Jucker Farm

Also soll man einfach Geld schenken?

Geldgeschenke sind durchaus in Ordnung. Aber auch – und hier kann ich mit gutem Gewissen Werbung machen – ein hausgemachtes Produkt aus den Jucker Hofläden kann die Botschaft, die man senden will,

übertragen. Eine feine Konfitüre, die man zu Hause mit seiner Familie beim Brunch teilen darf, kann ebenso geschätzt werden wie ein Couvert mit Geld.

Das funktioniert jedoch mit einem Glas Nutella nicht – denn auch das Geschenk selber kommuniziert natürlich gewisse Werte. Im Falle zum Beispiel einer Jucker-Farm-Geschenkbox sind das Werte wie nachhaltig, hausgemacht, Bauernhof, regional, saisonal und so weiter. Diese Werte werden via Geschenk von Person zu Person übertragen, zusammen mit der Art des Schenkens.

Und wie sieht es bei Kundengeschenken aus?

Genau gleich. Viele Unternehmen werden zur Weihnachtszeit von Geschenken überhäuft, meistens sind das Schokolade, Kalender oder eine Flasche Wein. Standardgeschenke, ohne persönliche Werte dahinter. Gerade in der heutigen schnelllebigen Zeit, wo man sich fast alles leisten kann, ist der emotionale Wert hinter einem Geschenk umso wichtiger. Dieses Prinzip gilt übrigens auch im privaten Umfeld.



Bevor man etwas schenkt, sollte man sich fragen, welche Motivation dahinter steckt.

JUCKER GESCHENKKISTE

Sagen sie «Danke» mit feinen Bauernhof-Produkten aus der HofManufaktur. Das perfekte Weihnachtsgeschenk für Ihre Mitarbeiter und Kunden.

Individuell zusammenstellbar oder als Standardbox.

Infos und Preise: www.juckerfarm.ch/geschenk

JUCKERHOF



Die Passivhäusle-Revolution

Wer am Hauptbahnhof ankommt, ist schneller in der Heidelberger Zukunft als im Heidelberger Gestern mit seiner barocken Pracht und dem Kopfsteinpflaster und dem Schloss. Zur Altstadt, durch die sich die Touristen schieben, sind es zwei S-Bahn-Stationen. Zur «Bahnstadt», dem jüngsten Stadtteil Heidelbergs, kann man direkt von der Überführung des Bahnhofs hinabsteigen.

Hier, wo bis 1997 die Güterzüge rangierten, entstehen Gebäude, die es in dieser Form, in dieser Zahl kein zweites Mal gibt. Die austauschbar aussehen – sie könnten genauso auch in einem Münchner Neubaugebiet oder einer Satellitenstadt von Schanghai stehen oder eigentlich überall auf der Welt: weiss, würfelförmig, aus der Vogelperspektive eine Schuhkartonsammlung. Häuser, die aber etwas Besonderes sind: fast unbeheizt, trotzdem immer wohlig warm.

Heizung läuft fast nie

Zu den ersten, die im Spätsommer 2012 in die Bahnstadt zogen, Baufeld «Schwetzinger Terrassen», Einheit C2.3, gehören Susanne und Volker Schmidt. Ein Pädagogenpaar: Sie Mitte 30, Grundschullehrerin, er Anfang 40, Deutsch und Geschichte am Gymnasium.

Mit ihren vier Kindern, dazu Golden-Retriever-Hündin Kyra, wohnen sie auf 140 Quadratmetern, Erdgeschoss und erster Stock, eine Maisonette-Wohnung. «Wir haben in jedem Raum eine Heizung hängen», sagt Vater Volker. «Aber die brauchen wir quasi nicht. Letztes Jahr haben wir vielleicht an zwei Tagen geheizt.» Die Erklärung, die seine Frau dafür liefert, klingt fast esoterisch: «Unsere Körper wärmen die Wohnung. Dazu die Sonne. Oder wenn wir mal eine Kerze anzünden.» Ist aber keine Esoterik, ist Physik. Die Schmidts wohnen in einem Passivhaus, so gut gedämmt, so durchdacht durchlüftet, dass tatsächlich fast keine Heizenergie mehr nötig ist. «Selbst im Winter», sagt Volker, «fällt die Temperatur kaum einmal unter 20 Grad.»

Möglich wird das, weil ein Passivhaus Wärmeverluste vermeidet, so gut es geht. Knapp 30 Zentimeter dick sind die Aussenwän-



Die Städte von morgen müssen weit weniger Energie verbrauchen: Die Heidelberger «Bahnstadt» geht mit gutem Beispiel voran.

Foto: Christoph Püschner/Zeitenpiegel

im Winter null Grad kalte Frischluft bereits auf 16 Grad Celsius vor, ehe die Heizung überhaupt in Aktion treten muss.

In allen Räumen der Schmidt'schen Wohnung gibt es Düsen, die Frischluft verteilen. Und Absauger, die Altluft entziehen. Mit zwei Ausnahmen, erklärt Susanne Schmidt: «In Zimmern, wo wir schlafen, wird nur Luft zugegeben, in den Bädern nur abgesaugt.» Im Keller: Wärmetauscher und Filteranlage. Draussen, hinter der Terrasse im Innenhof, glänzen metallisch zwei Säulen. Eingang und Ausgang der Luft.

Gross wie 200 Fussballfelder

Die komplette Bahnstadt wird in extremer Energiesparbauweise errichtet. Auf 116 Hektar, einer Fläche so gross wie 200 Fussballfelder. Es ist die grösste Pas-

Energien erzeugt als aus Kohle, das ist die gute Nachricht. Doch zu einer erfolgreichen Energiewende gehören neben der Strom- auch eine Verkehrs- und eine Gebäudewärmewende. Hier aber sind die Zahlen weniger sonnig. Beim Verkehr steigen die Emissionen sogar.

«Dahinter steht eine politische Haltung» sagt Barbara Metz, stellvertretende Bundesgeschäftsführerin der Deutschen Umwelthilfe. «Bei der Stromerzeugung gibt es die, und deshalb ist der Anteil der Erneuerbaren am Strommix in den vergangenen Jahren stark gestiegen.» Beim Gebäudebereich fehle diese klare politische Linie, vom Verkehrssektor gar nicht zu reden. Dabei entfalle gut ein Drittel des deutschen Endenergieverbrauchs auf den Gebäudebereich, so Metz – mehr als auf den Verkehr (29 Prozent) und den Strom (28 Prozent). «Deutschland hatte beim Klimaschutz mal eine Vorbildfunktion. Das ist definitiv vorbei.»

Stadt der kurzen Wege

Im Gebäudebereich sind Passivhäuser eine vorbildliche Antwort auf die Herausforderungen der Energiewende. Sie kommen mit maximal 15 Kilowattstunden pro Quadratmeter und Jahr fürs Heizen aus (was etwa 1,5 Litern Heizöl oder 1,5 Kubikmetern Gas entspricht). Das sind rund zwei Drittel weniger als bei einem herkömmlichen Neubau. Und nur fünf bis zehn Prozent dessen, was ein Gebäude aus den 70er-Jahren an Heizenergie benötigt.

Heidelbergs jüngster Stadtteil ist ein energieeffizientes Musterstädtchen. Nicht nur bei den Immobilien. Auch bei der Mobilität. Die Bahnstadt – das ist den Planern so wichtig, dass sie es gerne und oft betonen – ist eine Stadt der kurzen Wege. Wohnen und Arbeiten, Einkaufen und Freizeit, Kindergarten und Grundschule: Alles soll in fussläufiger Entfernung sein. Wie in der guten alten Altstadt. Schon jetzt, da erst gut die Hälfte der Bahnstädter eingezogen ist, sind fünf

Kindergärten, eine Grundschule und die ersten Geschäfte geöffnet. Friseure, Cafés, ein Supermarkt. Ein Zahnarzt, direkt neben einer Eisdiele.

In den Innenhöfen und zwischen den Häusern: grosszügige Flächen mit Wiesen und Wasser. Viele der Flachdächer: begrünt. «Man kann schon sagen, dass die Bahnstadt eine Ökosiedlung ist», sagt Volker Schmidt. Aber andere Aspekte waren den Schmidts mindestens ebenso wichtig wie eine gute Klimabilanz: wenig Autoverkehr. Spielplätze. Eine lebhaftes Nachbarschaft. «Der soziale Faktor», sagt Volker Schmidt. Kurz darauf springen durch die offene Terrassentür Nachbarkinder in die Wohnung, Freunde von Sohn Arian. «Tja, so läuft das hier», sagt er.

Die Bahnstadt ist kinder-, generell: menschenfreundlicher als die gängigen Stadtlandschaften mit ihren baumlos-betongrauen Fahrbahnschneisen und den blechbewehrten Randstreifen. Hier herrscht Autoarmut, zumindest oberflächlich. Ein Grossteil der Pkws wurde unter die Erde verbannt, in Tiefgaragen – auch die Familienkutsche der Schmidts, ein VW-Bus mit Platz für sechs Passagiere plus Hund. Dafür gibt es 3,5 Kilometer Radwege.

Handeln statt Verhandeln

Es ist kein Zufall, dass eine solche «Ökosiedlung» in Heidelberg Wirklichkeit wird. Das wird einem klar, wenn man das «Prinz Carl» im Herzen der Altstadt besucht, früher Grand Hotel mit Gästen wie Goethe, Sissi und Bismarck, heute städtisches Verwaltungsgebäude. Hier, im zweiten Stock, hat Ralf Bermich sein Büro, Abteilungsleiter Klimaschutz und Energie beim Umweltamt. Bermich, Diplomphysiker, randlose Brille, Diplomhysikerbart, hat vor 25 Jahren bei der Stadtverwaltung angefangen. Kurz nachdem Heidelberg ein Klimaschutzkonzept beschlossen hatte, 1992 war das. «Damals hat die erste Weltklimakonferenz in Rio stattgefunden», erinnert sich Bermich.

«Heidelberg startete eine Kampagne mit dem Motto: «Rio verhandelt, Heidelberg handelt.» Etwas grossspurig sei das schon gewesen, so Bermich.

Aber: Heidelberg hat gehandelt. Der Energieverbrauch der städtischen Gebäude wurde seitdem um mehr als 50 Prozent reduziert. Und schon fast die Hälfte aller Heidelberger Häuser wird heute energieeffizient durch Fernwärme aus Kraft-Wärme-Kopplung beheizt. 2014 hat die Stadt einen Masterplan beschlossen, mit dem sie bis 2050 zur klimaneutralen Kommune werden will. «Hier in Heidelberg sind sehr, sehr viele Dinge Realität geworden», sagt Bermich. Dazu zählt nun auch die Bahnstadt als weltgrösster Passivhaus-Stadtteil. Wobei dieser Titel wackelt: «Derzeit entstehen in China mehrere grosse

Stadtklimas etwas abmildern.» Die Strassenlaternen: energiesparende LED-Beleuchtung, teils per Zeitschaltung gedimmt.

Richtig günstig allerdings ist all das nicht zu haben. Susanne und Volker Schmidt konnten sich die Bahnstadt schon 2012 nur leisten, weil ihre Eltern sie grosszügig unterstützten. Rund 450'000 Euro kostete ihre Wohnung, etwa 3200 Euro pro Quadratmeter. Heute, sechs Jahre Immobilienboom später, wäre der Kauf für sie illusorisch.

3 bis 8 Prozent teurer im Bau

Die Passivhaus-Bauweise trage zu den hohen Preisen wenig bei, darauf besteht Bermich. «Passivhäuser sind nicht viel teurer zu bauen, das liegt im Bereich drei bis acht Prozent. Unterm Strich sind sie wahrscheinlich sogar billiger, da man durch den

«Unsere Körper wärmen die Wohnung. Dazu die Sonne. Oder wenn wir mal eine Kerze anzünden.»

Susanne Schmidt

zog mit ihrer Familie 2012 als eine der ersten in die Heidelberger «Bahnstadt»

de gedämmt, noch mehr ist es an den Dächern. Die Fenster sind dreifachverglast; im Vergleich zu einer 1990 gängigen Verglasung geben sie nur noch ein Viertel der Wohnungswärme ab. Die Fensterrahmen – die bei heutigen Neubauten zu den grössten Wärmeverlusten zählen – fallen so schmal wie möglich aus.

Rückgewinnung von Wärme

Andererseits werden Wärmequellen effektiver genutzt. Sonneneinstrahlung, Körperwärme, Hitzeabstrahlung von Haushaltsgeräten – und, ja, von Kerzen: Alles wird in ein Wärmespeichersystem eingespeist, das etwa 80 Prozent der Abluftwärme recycelt, um damit die Frischluft aufzuheizen. 20 Grad warme Abluft wärmt also

sivhaus-Siedlung der Welt. Bis 2022 soll sie fertiggestellt sein. Rund 7000 Menschen werden dann in der Bahnstadt leben, so der Plan, knapp fünf Prozent der derzeit 150'000 Einwohner Heidelbergs. Fast noch einmal so viele sollen zum Arbeiten hierherkommen. Dann dürften, so die offizielle Schätzung, rund zwei Milliarden Euro verbaut worden sein.

Es ist eine Investition in die Zukunft. Denn die Städte von morgen werden weit weniger Energie verbrauchen müssen als die Städte von gestern und heute. Das Klimaziel für 2050 lautet: minus 80 bis 95 Prozent Treibhausgas im Vergleich zu 1990. Zwar wurde in Deutschland im ersten Halbjahr 2018 erstmals mehr Strom aus erneuerbaren

«Passivhäuser sind nicht viel teurer zu bauen. Unterm Strich sind sie wahrscheinlich sogar billiger, da man viel Geld beim Heizen spart.»

Ralf Bermich

ist Abteilungsleiter Klimaschutz und Energie beim Umweltamt in Heidelberg

Passivhaus-Projekte – zwei davon haben sogar den Namen Bahnstadt übernommen.»

Kein Dach ist nur Dach

Ob die chinesischen Bahnstädte so viel Wert aufs Detail legen werden wie ihre badische Blaupause? Ein Holzheizkraftwerk, das überwiegend mit Holzresten aus der Landschaftspflege betrieben wird, macht die Heidelberger Bahnstadt – «bilanziell», wie Bermich betont – zum Null-Emissions-Stadtteil. Dann die vertikale Vielfachnutzung der Fläche: Kein Dach soll nur Dach sein, sondern auch Grün- oder Sportanlage. Regenwasser wird auf Gründächern und in Wasserbecken zurückgehalten: «Mit der Verdunstungskühlung kann man den Effekt des heissen

geringeren Wärmebedarf viel Geld beim Heizen spart.» Trotzdem hat Heidelberg für die Bahnstadt eine Art städtische E-Haus-Prämie ausgelobt: eine monatliche Mietkostenbeteiligung von bis zu vier Euro pro Quadratmeter – oder einen einmaligen Kaufzuschuss, je nach Zahl der Familienmitglieder.

Auch die Schmidts konnten sich bei ihrem Einzug über einen Eigenheimzuschuss der Stadt freuen: 15'000 Euro Familienprämie plus 1500 Euro für jedes Kind – damals waren es erst zwei. Das Fördergeld haben sie unter ihrem Zuhause vergraben. Die 18.000 Euro reichten passgenau für den Tiefgaragenstellplatz.

Markus Wanzeck

Digital-Week-Abonnement



Montag bis Samstag:

- Zugriff auf alle Inhalte von zueriost.ch
- «Zürcher Oberländer» oder «Anzeiger von Uster» als E-Paper
- Alle Wochenzeitungen als E-Paper
- «Abotop»-Profitier-Karte für Abonnenten



Jahresabo Fr. **350.–**
Schnupperabo (1 Monat) Fr. **15.–**

Jetzt abonnieren unter zueriost.ch/abonnemente/aboshop

Am Samstag zusätzlich:

- «Zürcher Oberländer» oder «Anzeiger von Uster» im Briefkasten inkl. aller Beilagen wie Regionalwirtschaft und Heimatspiegel

