

## Business Software

### Passgenau

Thomas Pfyffer,  
Redaktion «Zürcher Wirtschaft»

Stehen Sie vor der Anschaffung einer neuen Business Software und überlegen sich: Welche Fragen stellen sich nun eigentlich? Wir haben einen Spezialisten seines Faches gefragt. Rainer Erismann kennt den Markt für Business Software aus dem Effeff und berät KMU seit gut 20 Jahren.

Er weiss, welche Fallstricke es zu vermeiden gilt und an welchen internen Fragestellungen kein Weg vorbeiführt. Wir machen im grossen Interview eine Auslegung zum Markt der Business Software und über die unterschiedlichen Philosophien der Anbieter. Erfahren Sie auch mehr über typisch schweizerisches Kaufverhalten. Mehr ab Seite 2

## IT: Märkte und Möglichkeiten

### Wie das Netz uns formt



Das Internet verändert unser Kaufverhalten. Und allmählich auch unser Denken? In Bezug auf Geschäftsmodelle üben Social Networks wie Facebook und Twitter zunehmend ihren Einfluss aus. Rennommierte Experten geben Auskunft. Ab Seite 8

## INSIDE



2  
ERP für KMU



6  
Die Post geht ab



11  
Hüterin des  
Wettbewerbs?



12  
Tunnel statt  
Dauerstau

Anzeige

Für kürzere  
Bauzeiten.

**Eberhard**

Pioniere im Tiefbau

Eberhard Unternehmungen  
Kloten, Oberglatt, Rümlang, Luzern, Basel  
Telefon 043 211 22 22  
www.eberhard.ch

518

Zürich Basel St. Gallen

- Bewirtschaftung und Verwaltung von Wohn- und Geschäftshäusern
- Finanzielle Teilverwaltung
- Schätzung/Expertisen
- Vermittlung und Verkauf
- Erstvermietung

**SCHAEPLI  
GRUNDSTÜCKE**

Sihlfeldstrasse 10 8036 Zürich  
Tel. 044 456 56 56 Fax 044 456 56 99  
www.immovista.ch www.schaeppi.ch

520

Das Business-Programm

BusPro ist Kunden- und Lieferanteninfo, Auftrag, Lager, Buchhaltung, Lohn

www.buspro.ch

519

## Angebote und Trends Business Software

# ERP für KMU

Dr. Marcel Siegenthaler\*

**Im Schweizer Business-Softwaremarkt tummeln sich über 300 Anbieter. Wer die passende Software und den geeigneten Implementationspartner finden will, muss strukturiert vorgehen.**

So vielfältig wie die über 300 000 Unternehmen in unserem Land präsentiert sich auch der Markt für Geschäftssoftware: Allein die Datenbank der Business-Software-Messe topsoft enthält über 300 mittelgrosse und grössere Anbieter. Dazu kommen viele Kleinstanbieter mit nur wenigen Installationen sowie unzählige Individuallösungen, die speziell für ein bestimmtes Unternehmen entwickelt wurden.

Für die meisten KMU stellt die Auswahl der richtigen Software in einem dermassen zerstückelten Markt eine grosse Herausforderung dar. Dies umso mehr, als heute im Durchschnitt pro Arbeitsplatz etwa 12 000 Franken in die Geschäftssoftware investiert werden. Dazu kommt, dass die Systeme im Schnitt nur alle acht Jahre erneuert werden, was bedeutet, dass das Marktwissen aus der letzten Erneuerungsrunde in der Gegenwart meist nicht mehr sehr viel wert ist. Gerade die Auswahl der passenden Software und des geeigneten Implementationspartners ist aber entscheidend dafür, ob sich die happyen Investitionen unter dem Strich auch rechnen werden.

## Systematisch evaluieren

Der unübersichtliche Markt zwingt alle Unternehmen, ob Klein- oder Grossbetrieb, zu einem strukturierten Vorgehen, wenn sie eine neue Software evaluieren. Selbstverständlich können nicht alle Unternehmen den gleichen Aufwand bei der Softwareauswahl betreiben. Hier spielen die vorhandenen personellen und finanziellen Ressourcen die entscheidende Rolle. Zudem macht es in vielen Fällen Sinn, einen spezialisierten Berater beizuziehen, um sich im Angebot besser zurechtzufinden. Unabhängig davon, wie auf-

wendig die Evaluation durchgeführt wird, gelten aber die gleichen Grundsätze.

## Spezielles bei kleinen Firmen

Welche Spezialität kleiner Firmen muss bei der Auswahl der Software Beachtung finden? Sicher nicht die Breite und Komplexität der Geschäftsvorgänge, die ist oft genau so gross wie in grossen Firmen. Durch die geringere Arbeitsteilung ist es aber gut möglich, ganz bewusst auf einzelne Funktionen (mindestens vorläufig) zu verzichten. Allerdings muss die Software dieser verschobenen Arbeitsteilung zwischen Mensch und Computer auch folgen können und beispielsweise höher verdichtete Informationen in wenigen Masken anbieten. Ist dies nicht der Fall, so stellt das einen guten Grund für frustrierend umständliches Arbeiten mit dem ERP bei Kleinfirmen dar.

Ein weiterer wichtiger Faktor für kleine Firmen ist die Akzeptanz beim Anbieter. Niemand kann ernsthaft erwarten, dass beim verlockenden Schnäppchen-Angebot eines international agierenden Multis die besonderen Anliegen der lokalen Kleinfirma berücksichtigt werden können. Aber auch bei realistischeren Kostenstrukturen stellt sich die Frage, ob sich die beiden Parteien auf Augenhöhe begegnen und in der gleichen Sprache sprechen und das Gleiche damit meinen.

## Die neuste Technologie

Die Innovationszyklen in der Informatik sind noch immer ausgesprochen kurz. Dauernd werden neue Technologien lanciert. Bei jeder Softwareauswahl stellt sich darum die Gretchenfrage, ob modernste Technik ein Muss oder nur

ein Kann ist. Diese Frage lässt sich nicht generell beantworten. Interessanterweise spielt nämlich einerseits die Technologie meist nur eine untergeordnete Rolle, wenn ERP-Anwender die Zufriedenheit mit ihren Systemen bewerten. Andererseits ist ein nicht mehr genügendes, veraltetes System in fast 50 Prozent der Fälle der Hauptgrund für die Neuevaluation. Denn für viele Unternehmen kann heute ein modernes und sehr flexibles System ein entscheidender Wettbewerbsvorteil sein.

## SOA, SaaS, Cloud Computing

Genau bei der Flexibilität setzt der heute wahrscheinlich wichtigste IT-Trend an: Praktisch alle Hersteller von Informatik-Grundlagen-Technologien haben in den letzten Jahren ihr Angebot auf die sogenannte serviceorientierte Architektur (SOA) umgestellt. Im Gegensatz dazu sind allerdings erst wenige Business-Software-Hersteller daran, ihre Produkte in ihre funktionalen Einheiten aufzuspalten, damit diese nachher als Services zur Verfügung stehen, die flexibel zu neuen oder veränderten Prozessen zusammengesetzt werden können. So viel SOA in Zukunft verspricht, so wenig ist die Technik also heute Business-Software-Realität. Wie in der Branche üblich sind die Marketingabteilungen aber bereits einige Begriffe weiter. Auf der Basis der serviceorientierten Architektur wird SaaS möglich, die Software als Service. Die Idee bei SaaS ist, dass die Software durch den Anwender nicht mehr selbst betrieben wird, sondern von einem Anbieter über das Internet bezogen. Die Anwendungen und Daten befinden sich nicht mehr auf dem lokalen Rechner, sondern in der «Wolke», mit der das Internet gemeint ist. Der passende Begriff Cloud Computing ist bereits allgegenwärtig. Der Zugriff auf die Applikationen in der «Wolke» erfolgt über einen Webbrowser, der als einziges Programm noch auf dem lokalen Rechner laufen muss. Oft verwendete Beispiele dazu sind Programme wie Google-Docs oder Dropbox als Datenspeicher, die zwar sehr nützliche Applikationen sind, aber bei weitem nicht den Komplexitätsgrad einer ERP-Software erreichen. Aber auch bei ERP-Systemen kann Cloud-Computing Vorteile bringen: Verantwortlichkeiten, Betrieb und Fi-



Marcel Siegenthaler

nanzierung können anders geregelt werden als bei konventioneller Installation beim Anwender.

## Neue Beschaffungs- und andere Finanzierungsformen

Die Software wird nur noch für den Gebrauch über das Internet gemietet und nicht mehr im eigenen Unternehmen installiert. Gerade für kleinere KMU bietet dieses Modell viele Vorteile. So müssen sie sich nicht mehr mit dem für sie relativ aufwendigen Betrieb und der Wartung der Software und der dazugehörigen Hardware herumschlagen. Trotz offenkundiger Vorteile haben diese externen Lösungen den Durchbruch bisher nicht geschafft. Die grosse Mehrheit der KMU scheint ihre Geschäftsapplikationen und vor allem auch die zugehörigen Daten lieber bei sich zu behalten, als sie einem Provider zu übergeben. Dies obwohl viele Untersuchungen zeigen, dass die Daten beim Spezialisten wesentlich sicherer aufgehoben wären. Aber schliesslich hat das Internet auch ein paar Jahre gebraucht, bis es die Boom-Versprechen aus den 1990er-Jahren mit den heutigen Web-2.0-Techniken einlösen konnte. ■

Die topsoft ist die Schweizer Fachmesse für Business-Software und ist konsequent auf dieses Thema und die Besucher ausgerichtet. Die nächste topsoft findet am 24. und 25. März 2010 in Bern statt. Alle Informationen zur Messe sowie gratis Ticket unter [www.topsoft.ch](http://www.topsoft.ch).

\* Dr. Marcel Siegenthaler ist Dozent und Berater an der Fachhochschule Nordwestschweiz sowie Partner der schmid + siegenthaler consulting GmbH, die die Fachmesse topsoft organisiert.

[m.siegenthaler@topsoft.ch](mailto:m.siegenthaler@topsoft.ch)

[www.topsoft.ch](http://www.topsoft.ch)

**Mitteilungsblatt für die**  
Mitglieder des Kantonalen Gewerbeverbandes  
Zürich

**Herausgeber**  
Kantonaler Gewerbeverband Zürich KGV  
Badenerstrasse 21, Postfach 2918  
8021 Zürich  
Telefon 043 288 33 66  
Fax 043 288 33 60

**Redaktion**  
zuercherwirtschaft@kgv.ch  
Telefon 043 288 33 68  
Mitarbeiter: Regula Nowak;  
Ursula Speich, Redaktorin BR; Ueli Bamert

**Chefredaktor**  
Thomas Pfyffer, Zürcher Wirtschaft  
Kantonaler Gewerbeverband Zürich  
Badenerstrasse 21, Postfach 2918  
8021 Zürich  
Telefon 043 288 33 67  
Fax 043 288 33 60

**Beiträge**  
Hans Rutschmann, Thomas Pfyffer,  
Martin Arnold, Karl Lüönd,  
Pierre Bessard, Carmen Walker Späh,  
Thomas Held, Hans Egloff

**Zürcher Wirtschaft**  
Auflage 19 500 Expl.  
Erscheinungsort: Zürich  
Erscheinungsweise: 12-mal pro Jahr  
Nachdruck unter Quellenangabe gestattet,  
Belegexemplare erbeten

**Produktion**  
Zürichsee Presse AG  
Leitung: Samuel Bachmann  
Layout: Laurent Brugger  
Seestrasse 86, 8712 Stäfa  
Telefon 044 928 55 55, Fax 044 928 55 49  
E-Mail: technik@zsz.ch

**Druck**  
DZO Druck Oetwil a. See AG  
Industriestrasse 7, 8618 Oetwil am See  
Telefon 044 929 69 69, Fax 044 929 69 77

**Gestaltungskonzept**  
KOKO – Konstruktive Kommunikation GmbH  
Seestrasse 567, 8038 Zürich  
Telefon 044 480 22 22, www.koko.ch

**Anzeigenverwaltung**  
KRETZ AG, Postfach, 8706 Feldmeilen  
Telefon 044 925 50 60, Fax 044 925 50 77  
info@kretzag.ch, www.kretzag.ch

**Annahmeschluss für Inserate**  
am 15. des Vormonats

**Adressänderungen**  
bitte direkt an den Herausgeber

**Besuchen Sie uns**  
im Internet: [www.kgv.ch](http://www.kgv.ch)



Editorial

# Verhaltener Optimismus für 2010

Zu Beginn des neuen Jahres wünsche ich zuerst allen Mitgliedern sowohl persönlich wie auch geschäftlich ein erfolgreiches 2010.

Anlässlich unserer ersten Vorstandssitzung im neuen Jahr, Anfang Januar, führten wir eine Umfrage unter den verschiedenen Branchenvertretern über ihre Perspektiven für das neue Jahr durch. Insbesondere in der Baubranche rechnet man erneut mit einer guten Auslastung, wobei aber trotzdem ein grosser Preisdruck festzustellen ist. In den übrigen Branchen herrscht verhaltener Optimismus. Die Krise ist zwar noch nicht überwunden, es gibt noch zu viele Unsicherheiten. Zudem sind die Prognosen für die einzelnen Branchen auch unterschiedlich. Sicher ist nur, dass wir Gewerbler auch im neuen Jahr gefordert sind.

Gefordert sind wir natürlich wiederum auch auf der politischen Ebene. So finden in den nächsten Monaten im ganzen Kanton Gemeindewahlen statt. Zur Durchsetzung der Interessen der Wirtschaft ist es wichtig, dass wir in den Gemeindeparlamenten und den Exekutiven möglichst gut vertreten sind. Es genügt nicht, dass wir uns nur über die zunehmende Bürokratie und die steigende Gebührenlast beklagen. Wir müssen unsere Anliegen auch aktiv vertreten. Die Unternehmer sind übrigens prädestiniert für solche Aufgaben. Wer erfolgreich ein Unternehmen führen kann, verfügt auch über das nötige Rüstzeug in einer Behörde.

Sodann stehen wir auch vor wichtigen Abstimmungen für die Wirtschaft. Auf eidgenössischer Ebene steht hier die Anpassung des BVG-Umwandlungssatzes im Vordergrund. Die Anpassung wird vor allem aufgrund der steigenden Lebenserwartung in der Bevölkerung nötig. Die Renten der beruflichen Vorsorge müssen jedoch nachhaltig gesichert werden. Um dies zu erreichen, ohne die Beiträge der Erwerbstätigen erhöhen zu müssen, ist eine Anpassung des BVG-Umwandlungssatzes leider zwingend nötig.

Ich zähle auch im neuen Jahr auf euren Einsatz für unsere gewerblichen Anliegen.

Hans Rutschmann, Präsident KGV, Nationalrat

Impressum	3
Editorial	3

IM BRENNPUNKT

ERP für KMU	2
«Weg von der Philosophie, mit Updates Geld zu verdienen»	4
Und wo treiben Sie sich rum?	8

POLITIK & WIRTSCHAFT

Von unheiligen Allianzen und konsequenter Finanzpolitik	10
Die Tücken der Wettbewerbspolitik	11
Zeit für den Waidhaldetunnel	12
Regulierungswut 2010	14
Sicherheit statt «Casino-Kapitalismus»	15

AVENIR SUISSE

Die Schweiz ist gut vernetzt	16
------------------------------	----

RATGEBER

Ein Register wie kein zweites	17
-------------------------------	----

KOMMENTAR

Wenn die Post abgeht...	6
Arme Schweiz	7
Samstagakademie	13
Convenience-Stores: Faktor Regulierung	14
Daniel Sager	15

FORUM

Die sportlichste Limousine der Luxusklasse	19
--	----

TOPADRESSEN

Über 12'000 Unternehmen in der Schweiz zahlen im Jahr CHF 480.00 für eine Mitgliedschaft bei Creditreform.

## Warum? Darum!

Mehr Sicherheit dank Wirtschaftsauskünften.  
Verbesserte Liquidität. Weniger Verluste.  
Fünf kostenlose Auskünfte pro Monat.  
Freien Online-Zugriff auf wertvolle Infos.  
Weitere Vorteile erfahren Sie direkt.



**Creditreform Egeli Zürich AG**  
Binzmühlestrasse 13 · CH-8050 Zürich  
Tel. 044 307 80 80 · Fax 044 307 80 85

info@zuerich.creditreform.ch · www.creditreform.ch

Rainer Erismann im Gespräch

# «Weg von der Philosophie, mit Updates Geld zu verdienen»

Interview Martin Arnold und Thomas Pfyffer

Seit gut 20 Jahren prägt die BusPro AG den Markt mit Unternehmenssoftware für KMU mit. Sie beweist damit, dass schlanken, aber konsequent auf die Kunden ausgerichteten Lösungen langfristig Erfolg beschieden sein kann. Welche Fragen sollten Sie sich vor der Einführung einer neuen Software stellen? Die «Zürcher Wirtschaft» fragte nach.

Welches sind die Erfolgsfaktoren bei Auswahl und Implementierung einer Business Software für KMU?

Mit dem richtigen Partner ergibt sich die Chance, im gegenseitigen Gespräch die Geschäftsprozesse zu durchleuchten. Dieser externe Expertenblick auf eine KMU erlaubt es, am Know-how des IT-Beraters zu partizipieren. Sehr wichtig ist aber auch, das eigene Personal in die Projektplanung einzubeziehen. Keiner kennt die Unternehmung – deren Stärken und Schwächen in den Abläufen – besser als die Mitarbei-

«Das latente Risiko einer Fehlschaffung ist bei uns zu beinahe 100% auf den Softwareanbieter umgelegt.»

tenden. Es lohnt sich, auch dieses interne Know-how zu verwenden. Auf keinen Fall sollte die Einführung einer Business Software als «Diktat von oben» wahrgenommen werden. Lohn dafür werden mehr Effizienz und von den Mitarbeitenden akzeptierte Abläufe sein. Wichtig sind auf der Kunden-seite zwei Sachen: Die Bereitschaft zu allfälligen Veränderungen in den Abläufen und die nötige Zeit für die seriöse Überprüfung der Geschäftsprozesse.

Wie individuell können Software-Lösungen für Klein- und Kleinst-Unternehmen zu tragbaren Kosten überhaupt ausgestaltet sein?

Sehr individuell, sofern das eingesetzte Standardprodukt konzeptionell dafür ausgelegt ist und den richtigen Grundumfang an Funktionen mit sich bringt.

Der Trick dabei: Kaufen Sie kein zu «grosses» und kein zu «kleines» Standardprogramm. Ein zu kleiner Funktionsumfang führt zu Kompensationen mittels kostspieligen Individualisierungen und teurer Wartung. Aus diesem Grunde für einen eher zu grossen Funktionsumfang zu plädieren, bringt ebenfalls nichts, weil dann der Kauf-, Einführungs-, Schulungs- und schlussendlich der tägliche Bedienungsaufwand überproportional zum Nutzen steigen. Und dieses Phänomen zieht sich durch alle Updates hindurch.

Wieso wähle ich nicht gleich eine Individual-Software?

Die Herstellung eines individuellen Programm-Paketes sollte sehr gut überlegt sein. Zu Beginn mag solch ein Angebot verlockend erscheinen, meist endet die Anschaffung jedoch in einer nicht erwarteten, teuren «Insellösung». Ausser bei begründeten Ausnahmen sollte davon abgesehen werden.

Gibt es ein Schweiz-spezifisches Kaufverhalten bei Business Software?

Im Gegensatz zum Ausland wünschen in der Schweiz fast alle Betriebe eine weitergehende individuelle Ausprägung bei der eingesetzten Software. Oft werden sogar für die üblichen 3% Ausnahmefälle die Softwarebudgets um über 30% erhöht. Das ist nicht immer

nachvollziehbar, zeigt aber die hohen hiesigen Ansprüche an die Passgenauigkeit einer Software. Wir von BusPro haben uns diesem Wunsch angepasst und bieten heute eine universelle Standardsoftware, die praktisch massgeschneidert werden kann. So bleiben die Kosten auch für die sehr Anspruchsvollen im Rahmen.

Als Pragmatiker vergleiche ich meine Bedürfnisse an eine Business-Software mit anderen Marktteilnehmern aus der gleichen Branche und versuche, aus deren Erfahrung zu lernen. Wie erhalte ich die nötigen Informationen von Mitstreitern bzw. Referenzkunden zu einer bestimmten Software-Lösung?

Führen Sie Gespräche mit Branchenkollegen. Sehr wichtig ist dabei die Vorbereitung. Je zahlreicher die Gespräche, desto mehr vertieft man sich selbst in die Materie. Aus dieser Reflexion leiten Sie Ihre Hauptkriterien für eine Software ab und profitieren zugleich von der Erfahrung der anderen. Gute Anbieter führen ihre Referenzen offen auf, beispiels-

«Die perfekte Software-Lösung muss nicht zwingend immer die neueste sein. Vielmehr ist es die am besten auf den Betrieb anpassbare.»

weise im Internet; dazu geben nur wirklich zufriedene Kunden ihr Einverständnis. Wichtig ist auch, dass man sich nicht nur an den Produkten der Branchenvereinigungen orientiert oder an den Aussagen der Treuhänder. Oft sind solche «Verbandslösungen» übersteuert



## Zur Person

Rainer Erismann ist seit 1990 Geschäftsführer der BusPro AG. Zuvor engagierte er sich an leitender Stelle im Verkauf von grösseren Systemen eines bedeutenden Herstellers. Sein Rüstzeug holte er sich unter anderem auch bei vielen Auslandseinsätzen in einer international tätigen Firma in Audit und Organisation.

und nicht flexibel. Dies, weil die verkauften Mengen in dem begrenzten Branchenmarkt weit unter den verkauften Mengen einer echten Standardlösung liegen. Und den Treuhändern liegt verständlicherweise die perfekt aussehende Finanzbuchhaltung näher als eine praktische Business Software, welche die gesamte Organisation einschliesst. Und dazu gehören beispielsweise auch Bereiche wie die Verkaufunterstützung oder die Logistik.



Die Lösungen von BusPro werden über eine Zeitlizenz abgerechnet. Die Fibu geben Sie gar frei ab. Wo liegt der Haken?

Es gibt keinen! Das BusPro-Angebot, welches immerhin schon seit 1999 unverändert im Markt besteht, ist bisher von keinem anderen Hersteller kopiert worden. Dazu gibt es einen wesentlichen Grund: Das latente Risiko des Anwenders, in eine falsche Lösung zu investieren, ist zu

den Softwareanbieter umgelegt. Solch ein Angebot können deshalb nur Anbieter offerieren, welche bedingungslos an ihr Produkt glauben.

Die Finanzbuchhaltung und die Adress-/Kontaktverwaltung sind kostenlos, weil wir es uns wegen des kundenfreundlichen Preises nicht leisten können, mit grossen Summen Image-Werbung zu betreiben. Vielmehr haben wir uns entschlossen, zwei universell einsetzbare Produkte anzubieten. Heute arbeiten über 11 000 Organisationen mit unserer Gratis-Finanzbuchhaltung, die weder im Umfang noch in Funktion eingeschränkt ist.

Wie präsentiert sich eine kundenfreundliche Lösung?

Die Qualität muss hoch, die Bedienung möglichst einfach sein. Die Software muss an individuelle Bedürfnisse angepasst werden können. Sehr wichtig erscheinen mir in diesem Zusammenhang die Vertriebspartner, die sich am gleichen strengen Massstab messen

lassen müssen. Hier lassen wir keine Kompromisse zu.

Was vermittelt Ihnen die Sicherheit, dass Sie keine Programme, sondern bloss Lizenzen verkaufen können?

Beides ist absolut dasselbe, man kauft nämlich auch keine Programme, sondern nur die Rechte, eine gewisse Software-Version benutzen zu dürfen. Deshalb müssen Sie beim Kauf auch sogenannte Lizenzbedingungen akzeptieren. Und weil sich der Kauf dabei auf eine bestimmte Version bezieht, muss normalerweise für jede

neue Version oder deren Update immer wieder ein Obolus geleistet werden. Oft in Form eines Wartungsvertrages. Bei BusPro bezieht der Kunde eine Lizenz für seinen individuell gewünschten Benutzungszeitraum. Die eingesetzte Softwareversion interessiert dabei nicht.

Wieso haben Sie diesen Paradigmenwechsel vollzogen?

1999 haben wir uns vom System der Updates bzw. von Wartungsverträgen verabschiedet. Wir wollten von der Philosophie wegkommen, über Updates Geld zu verdienen. Ganz bewusst haben wir den Entwicklungszyklus der Programme auf die Kundenbedürfnisse fokussiert. Es soll kein Druck auf den Anwender ausgeübt werden, sondern der Programmnutzen konsequent in den Vordergrund gerückt werden. Die perfekte Software-Lösung muss nicht zwingend immer die neueste sein. Vielmehr ist es die am besten auf den Betrieb anpassbare.

Was empfehlen Sie Start-ups in diesem Kontext?

Der gewünschte resp. gekaufte Benutzungszeitraum kann bei uns wenige Monate oder mehrere Jahre dauern. Bei Lizenzen über eine kurze Zeit investiert man nur wenig und man bleibt völlig unabhängig. Bindende Verträge oder weitere Verpflichtungen kennen wir nicht. Daraus ergibt sich eine hohe Eignung für Start-up-Firmen. Mit den angebotenen mehrjährigen Benutzungszeiträumen sind diejenigen Kunden angesprochen, die den Kaufpreis über mehrere Jahre abschreiben und sich so das Recht zur Benutzung über eine lange

## Business Software

Der Begriff der Business Software umfasst im Allgemeinen jede Art von Anwendungssoftware, die in Unternehmen oder anderen Organisationen im Einsatz steht. Teilweise wird verallgemeinernd Business Software für betriebswirtschaftliche Software verwendet. Das Gegenteil von Unternehmenssoftware ist Software für den Privatbereich. Eine scharfe Trennung ist kaum möglich, da z. B. die grossen Büroanwendungen wie Textverarbeitung, Tabellenkalkulation und Datenbanken sowohl privat als auch geschäftlich genutzt werden.

**diga**  
möbel

Jetzt Jubiläumsangebote zum Zugreifen!

**BÜRO-KOMPETENZ.**

diga ist das Kompetenz-Zentrum für die KMU. Wir planen Ihr Büro, vom einfachen Schreibtisch bis zur komplexen Bürolandschaft.

3400 Burgdorf/Bern    8600 Dübendorf/Zürich    8854 Galgenen/SZ    9532 Rickenbach/Wil  
8953 Dietikon/Zürich    6032 Emmen/Luzern    4614 Hägendorf/Olten

I d'diga muesch higa!    diga Infoservice: Telefon 055 450 55 55

517

**150**  
JAHRE / ANS  
1859 - 2009

[www.diga.ch](http://www.diga.ch)

Periode sichern wollen. Der Unterschied zum üblichen «Programm-Kauf» ist jedoch, dass bei der BusPro-Zeitlizenz jederzeit ohne Mehrkosten immer das neueste Programm benutzt werden kann, weil sich die Lizenz eben nicht auf eine Version bezieht.

**Sie gehören zu den Business-Software-Anbietern der ersten Stunde. Welchen Wandel hat der Markt in den letzten 15 bis 20 Jahren durchlaufen?**

Früher hat man den Fakturierautomaten und die Buchungsmaschine oder die Schreibmaschine ersetzt. Heute löst man zwangsläufig eine

andere Software ab. Das heisst, es ist zu einer Verdrängungssituation gekommen, was teilweise gut ist für den Anwender. Die Lösungen der «alteingesessenen» Anbieter werden perfekter, ohne teurer zu werden. Die neu Nachrückenden haben einen harten Stand. Sie müssen zuerst dieselben Erfahrungen durchlaufen wie wir die letzten 15 bis 20 Jahre. Natürlich hat sich die Programmierung wesentlich verändert, aber die grundsätzliche Aufgabenstellung und damit die Anforderung an die Programme ist dieselbe geblieben. Heute sind die Ansprüche lediglich noch breiter gefächert.

**Zeitigt die aktuelle Rezession Folgen auf das Verhalten der Marktteilnehmer?**

Wir agieren aus einem stabilen, umfangreichen Kundenstamm heraus und kommen heute vor allem durch Empfehlungen zu neuen Kunden. Der überaus erfolgreiche Geschäftsgang im Krisenjahr 2009 stimmt uns sehr positiv für die Zukunft. Wir haben mit Sicherheit davon profitiert, dass preislich sensibilisierte Einkäufer unsere Software

in ihre Evaluation eingebunden haben. Meist stellen die Interessenten dann überrascht fest, dass unsere Software den Job genau so gut erfüllen kann, zudem einfach und schnell ist.

**Welche Entwicklungen zeichnen sich ab? Und wie erhalten Sie sich Ihre Marktposition?**

Die Business-Programme müssen nebst den klassischen Aufgaben auch neue Aufgaben übernehmen können. Dazu gehört die aktive Unterstützung aller Stadien der Verkaufs-, Wartungs-

und Kommunikationsprozesse. Das reicht von der automatischen Anzeige der Adresse und Kundengeschichte bei Telefongesprächen bis zur Möglichkeit der organisierten, aber informellen Hinterlegung von Gesprächsnotizen und Korrespondenz. Dabei durchmischen sich die Einsatzarten vom klassischen Heimnetzwerk bis hin zum Internet-gestützten Fernarbeitsplatz oder gar zum total ausgelagerten System zunehmend. Mit einer vernünftigen, aber qualitativ hochstehenden Weiterentwicklung sichern wir uns zunächst den zufriedenen Kundenstamm. In der Folge empfehlen uns die Kunden weiter. Und damit habe ich unsere Erfolgsstrategie beim Namen genannt.

«Bei den Vertriebspartnern lassen wir keine Kompromisse zu.»

**Welches sind die Wachstumstreiber im Markt der Business Software?**

Eigentliche Wachstumstreiber waren bisher immer gesetzliche Vorschriften, die wir besser abbilden konnten als bisherige Systeme. Die neuen Technologien wirken sich allerdings eher in der Breite der Anwendung aus.

Herr Erismann, wir danken Ihnen für das Gespräch. ■



## Wenn die Post abgeht ...

Karl Lüönd, Publizist und Buchautor, [www.lueoend.ch](http://www.lueoend.ch)

Wer auf der wertschöpfenden Seite des Wirtschaftslebens steht, hat in der Regel ein zwiespältiges Verhältnis zum «Service public». Vorbei sind zum Glück die Zeiten, da sich der Posthalter im Dorf wie eine Amtsperson gebärdete und der Verkauf eines Billetts am Bahnschalter einem obrigkeitlichen Gnadenakt gleichkam. Wir haben die Teilprivatisierung von Post und Bahn ebenso begrüsst wie die Liberalisierung der Telekommunikation. Wir schauen der SRG misstrauisch auf die Finger und haben in der Mehrheit nein gesagt zur Liberalisierung des Strommarktes – nicht ohne Grund, wie sich inzwischen gezeigt hat, wenn wir an das Fordeungsverhalten der Elektrizitätswirtschaft denken.

Wo der Staat wirtschaftet, ist prinzipiell Skepsis am Platz, denn da machen sich immer auch sachfremde politische Einflüsse geltend, und die laufen nicht selten dem Prinzip der wirtschaftlichen Optimierung zuwider. So ist beim «Service public» die Mitbestimmung der Gewerkschaften de facto eine Tatsache. Oft bleiben strategisches Denken, Kostenbewusstsein und Marketing-Geschick hinter privatwirtschaftlichen Standards zurück. Das Marktverhalten von kommunalen Ver- und Entsorgungswerken spricht Bände, vom Wildwuchs des Gebührenwesens ganz zu schweigen.

Dies alles vorausgesetzt, kann man nicht wirklich froh werden über den derzeitigen Zustand der Schweizer Post. Dabei sind die personellen Turbulenzen an der Unternehmensspitze nicht einmal das wichtigste Problem. Es ist vielmehr der unternehmerische Kurs des wohl wichtigsten Service-public-Betriebs im Lande, der Sorgen macht. Der Verwaltungsratspräsident, der sich nun durchgesetzt hat, scheint Internationalisierung und Vorstösse in neue Geschäftsfelder (Postbank) für wichtiger zu halten als die Qualitätspflege, insbesondere bei der Grundversorgung. Scheibchenweise werden überall Dienstleistungen abgebaut (z.B. Leerungszeiten der Briefkästen). Zu Dutzenden werden Poststellen geschlossen oder umgewandelt. Die Pünktlichkeit lässt zu wünschen übrig. Dafür regt sich im Affenfelsen der Postbürokratie munter der alte Obrigkeitsgeist. Die Kunden werden schikaniert. Auch in Weilern mit fünf Häusern müssen die Adressen mit Hausnummern (notfalls mit erfundenen) versehen sein, sonst gehen die Sendungen als «unzustellbar» zurück. Amerikanische Briefkästen werden nicht bedient, weil deren Schlitz den Postbürokraten nicht passt. Je stärker der Briefverkehr zurückgeht, desto absurder die Rationalisierungs-Ideen!

Wir müssen aufpassen auf die Post, auch auf die SBB und den ganzen Service-public-Bereich. Er garantiert die gute Infrastruktur und damit eine der wichtigsten Standort-Qualitäten. Die richtige Mischung aus privatwirtschaftlichem Ehrgeiz und gemeinwirtschaftlicher Verantwortung erfordert wesentlich mehr politische Führungskraft, als in den letzten Monaten sichtbar geworden ist.

[karl.luond@tolhusen.ch](mailto:karl.luond@tolhusen.ch)



8032 Zürich  
8132 Egg

Hansruedi Grimm  
Dipl. Gipsermeister

Rütistrasse 30 Tel. 044 251 56 08  
Pappelweg 9 Fax 044 251 56 04

[www.grimm-hansruedi.ch](http://www.grimm-hansruedi.ch)

[info@grimm-hansruedi.ch](mailto:info@grimm-hansruedi.ch)

Gipsarbeiten • Isolationen • Beratung • Umbauten • Spezialputze  
Barracuda Spanndecken • Expertisen • Naturputze • Reparaturen  
Muster • Patentabriebe • Kunststoffputze • Stukkaturarbeiten  
Bekannt für sorgfältige, fachmännische und preiswerte Ausführung

516

# Das ideale Schaufenster für Ihre Produkte



Die «Zürcher Wirtschaft»  
und ihre Dienstleistungen.

**Inserate buchen bei:  
Kretz AG, 044 925 50 77,  
info@kretzag.ch**



## Arme Schweiz

Pünktlich zum Jahreswechsel, wenn die Nächte kalt, die Herzen offen und die Spendierhosen angezogen sind, hat die Caritas ihre grossangelegte Kampagne zur «Halbierung der Armut in der Schweiz bis 2020» eingeläutet und damit für einigen medialen Wirbel gesorgt. Die Rede ist von 700 000 – 900 000 armen Menschen in unserem Land, für Caritas-Direktor und alt-Nationalrat Hugo Fasel, bei dem der Name Programm zu sein scheint, ein unhaltbarer Zustand.

Gemäss allgemeinem Verständnis zeichnet sich Armut durch Hunger, Verwahrlosung, Obdachlosigkeit und mangelnde medizinische Versorgung aus. Zur Vorstellung, dass mindestens jeder zehnte Einwohner der Schweiz unter solch erbärmlichen Zuständen zu leiden hat, gehört schon eine ziemliche Portion Fantasie. Die von der Caritas kolportierten Zahlen sind denn auch masslos übertrieben und kommen einzig aufgrund eines fragwürdigen Massstabs zustande: als arm gilt, wer in etwa die Hälfte des mittleren Einkommens der Bevölkerung zur Verfügung hat. Die Armutsgrenze orientiert sich also stets am mittleren Wohlstand der Gesellschaft; somit ist sichergestellt, dass ein signifikanter Teil der Bevölkerung auch dann als «arm» gilt, wenn der Gesamtwohlstand steigt. Wenn aufgrund dieser willkürlich definierten Parameter jemand schon arm ist, weil er sich keinen Flachbild-Fernseher und keine wöchentliche Tai-Chi-Entspannungskur leisten kann, dann haben wir kein Armuts- sondern ein Definitionsproblem.

Damit wir uns richtig verstehen: Es geht hier beileibe nicht darum, den neo-liberalen Totengräber zu spielen, der Menschen am Existenzminimum als Kollateralschäden einer boomenden Wirtschaft einfach so hinnimmt. Genau so wenig Platz ist allerdings für verblendete Sozialromantik: Es gibt in unserer Gesellschaft sehr wohl Armut, allerdings – und darauf dürfen wir stolz sein – verfügt die Schweiz auch über eines der dichtesten sozialen Auffangnetze weltweit. Übertreibt man das Armutsproblem dermassen drastisch, wie dies die Caritas tut, schadet man damit nur den tatsächlich Bedürftigen, welche von der breiten Bevölkerung gar nicht mehr als solche wahrgenommen werden.

Die Caritas will die Armut in der Schweiz innerhalb von zehn Jahren halbieren? Würde sie sich an einer realistischen Definition von Armut orientieren, könnte sie dieses Ziel schon in den nächsten zehn Minuten erreichen.

Der Wadenbeisser

## Social Media: Märkte und Möglichkeiten

# Und wo treiben Sie sich rum?

Thomas Pfyffer, Redaktion «Zürcher Wirtschaft»

Die ganze Welt spricht über Social Media. 2008 regte Facebook die Fantasie an, der Star von 2009 war Twitter. Was bringen uns die kommenden Jahre in Bezug auf die sozialen Netzwerke? Welche Relevanz entwickeln diese? Wir haben einige der führenden Experten in diesem Lande gefragt, welche Konsequenzen sie für die KMU aus ihren Fronterfahrungen ableiten. Sie äussern sich zu Märkten und Möglichkeiten und liefern damit ein paar Anregungen zum Thema.

blogWERK

BERNET\_PR

n|w

Fachhochschule Nordwestschweiz  
Hochschule für Wirtschaft

fuellhaas.com

Dr. Peter Hogenkamp  
Gründer und GeschäftsführerMarcel Bernet  
Inhaber von Bernet\_PR, AutorDaniel Ebnetter  
DozentKarsten Füllhaas  
Gründer und CEO

Welche generellen Chancen ergeben sich aus der Präsenz eines KMU auf den Plattformen der Social Media?  
Welche Gefahren?

Die Chancen sind gross: Social Media kann zu einer neuen Form des Dialogs mit den Kunden führen, und das zu sehr günstigen Kosten, denn Dienste wie Twitter und Facebook sind ja für Firmen gratis. Die neue Kommunikation kostet also «nur» Zeit, d.h. Ziel muss es sein, sie möglichst «schlank» in den eigenen Arbeitsalltag einzubauen. Gefahren gibt es zweifellos, denn wo Dialog ermöglicht wird, kann dieser natürlich auch für negatives Feedback genutzt werden. Die Risiken für KMU sind aber sicher geringer als für Grossunternehmen, denn im Konfliktfall kann hier der Gegensatz «David gegen Goliath» nicht spielen, der sonst beinahe automatisch zu Parteinahme gegen den Konzern führt.

Chancen ergeben sich aus der verstärkten viralen Verbreitung von Inhalten und Botschaften. Und aus einem besseren Draht zu Kunden und Meinungsmachern – wenn man offen ist fürs Zuhören. Gefahren liegen im unkonzentrierten Einsatz von Ressourcen. Denn Zuhören und einen authentischen Dialog pflegen, bindet Kräfte. Ist gewährleistet, dass die Website als Ankerpunkt aktuell und lebendig bleibt? Sind neue Dialog-Filialen auf Facebook oder Twitter in eine Gesamtstrategie integriert?

Unternehmen können Social Media auf vielfältige Weise nutzen. Das Spektrum reicht von Netzwerkpflge über gezielte Verkaufsförderung bis zur Marktforschung. Kommuniziert wird dabei nicht mehr mit Megafon und Telefon, sondern wie am Stammtisch: direkt, schonungslos und öffentlich. Diese Transparenz bietet grosse Vorteile, wenn man mit ihr umzugehen weiss. Die Herausforderung von Social Media liegt aber darin, dass Kontrolle nur sehr beschränkt möglich ist.

Social Media bieten die Chance, neue Wege in der Kommunikation mit Kunden, Interessenten, Partnern und Stellensuchenden zu gehen. Erfolgreiche Kommunikation ist heute auf Interaktion und Dialog zwischen Menschen aufgebaut. Dass dabei auch Kritik öffentlich sichtbar wird, verstehen manche Unternehmen als Gefahr. Es ist jedoch auch eine Chance, Kundenbedürfnisse besser zu erfassen und zu verstehen. Wer schnell und souverän online mit Kritik umgeht, tut viel für seine Glaubwürdigkeit und seine Reputation.

Wie stark hängt der Einsatz von Social Media und digitalen Medien von Branche und Geografie des Marktes einer Unternehmung ab?

Grundsätzlich ist es natürlich etwas naheliegender für IT-nahe oder überregionale Firmen, Social Media Marketing einzusetzen, aber es funktioniert genauso für andere Branchen und Firmen mit lokalem oder sogar hyperlokalem Einzugsgebiet. Die «sozialen Medien» sind ja nichts anderes als «Mund-zu-Mund-Werbung» auf einem neuen, elektronischen Kanal. Es gibt keinen Grund, warum nicht

Sehr stark. Denn Branche und Geografie bestimmen die Zielgruppen. Mit wem pflegt das KMU seinen Dialog? Wo sind diese Dialog-Partner präsent? Was erwarten sie für Inhalte? Darauf haben sich Social-Media-Engagements auszurichten.

Entscheidend ist vor allem, die Zielgruppe am richtigen Ort, also auf den richtigen Plattformen, anzusprechen und sich auf Augenhöhe mit ihr auszutauschen. Für ein trendiges Konsumgut ist vielleicht eine Kampagne auf Facebook das Richtige, der Chef eines industriellen KMU wird eher ein Business Network wie XING für die Netzwerkpflge nutzen. Keine Branche und kein geografisches Gebiet sollten von vornherein aus-

Nicht jede Branche ist gleich stark im Internet und in Social Media vertreten. Am bekanntesten sind natürlich grosse Unternehmen und Brands. Genauso gut finden jedoch Nischenanbieter ihr Publikum und ihre Kunden. Auch geht es nicht immer nur um Abverkauf oder Markenimage. Auch die Fähigkeit eines Unternehmens, sich als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren und neue Arbeitskräfte anzuziehen, wird von immer mehr

blogWERK

BERNET\_PR

n|w Fachhochschule Nordwestschweiz  
Hochschule für Wirtschaft

fuellhaas.com



Dr. Peter Hogenkamp  
Gründer und Geschäftsführer



Marcel Bernet  
Inhaber von Bernet\_PR, Autor



Daniel Ebnetter  
Dozent



Karsten Füllhaas  
Gründer und CEO

ein Bäcker oder ein Schreiner, der besonders viel leistet und dessen Kunden sich daher überdurchschnittlich gern als «Fans» outen, sich diese Mechanismen nicht auch zunutze machen sollte. Wichtig ist, dass in der Zielgruppe die Durchdringung hoch genug ist, um potenzielle Kunden zu erreichen. Das ist zum Beispiel bei Facebook mit bald 2 Millionen aktiven Schweizer Mitgliedern heute in vielen Gemeinden oder Quartieren gegeben.

Was beachten Sie bei der Pflege der Online-Reputation besonders?

Reputation funktioniert online und offline erstaunlich ähnlich. In beiden Bereichen sind keine Wunderdinge möglich oder doch zumindest sehr selten. Reputation baut sich langsam und stetig auf. Der wichtigste Unterschied ist, dass man sich online explizit «erreichbar» machen muss – wer nicht in den neuen Medien präsent ist, kann kein Feedback einholen und keine Kontakte dokumentieren. Auch online sollte man sich nicht auf falsche Berater verlassen, die einem den schnellen Erfolg versprechen (etwa durch tolle Platzierungen bei Google), sondern davon ausgehen, dass zufriedene Kunden mittelfristig die beste Werbung machen.

geschlossenen. Es wird nur nicht in jedem Fall gleich einfach sein, die Zielgruppe zu lokalisieren und eine Community aufzubauen.

Gute Taten und klare Worte sorgen für eine gute Reputation. Wer Mist baut, wird online noch schneller überführt. Deshalb ist wichtig: Sehr gutes Monitoring, schneller und authentischer Dialog. Authentisch bedeutet, dass man Online-Dialoge auf Dauer nicht an Agenturen delegieren kann.

geschlossenen. Es wird nur nicht in jedem Fall gleich einfach sein, die Zielgruppe zu lokalisieren und eine Community aufzubauen.

Social Media sind offen, schnell und unbarmherzig. Ob ein Unternehmen das will oder nicht: Es wird über seine Produkte und Dienstleistungen geredet da draussen. Zwei Dinge sind für Unternehmen Pflicht. Erstens eine Social Media Policy, die Richtlinien dafür aufstellt, wer sich wie auf Social Media äussern darf. So wird verhindert, dass die Reputation «von innen her» Schaden nimmt. Zweitens ein Monitoring-konzept, damit jederzeit richtig eingeschätzt werden kann, was im Internet über das Unternehmen publiziert wird. Nur wer sich vorbereitet, kann angemessen reagieren.

Firmen via Social Media kommuniziert.

Wenn man von Online-Reputation spricht, sollte man nicht vergessen, dass die Online-Reputation Teil der gesamten Reputation eines Unternehmens ist und vielfach ihren Ursprung im Verhalten im normalen Geschäftsalltag hat. Online-Reputation wird durch Online-Berichte von Konsumenten über ihre Erfahrungen aus der realen Welt und dem Auftreten des Unternehmens im Internet geprägt. Zum Management der Online-Reputation gehören der systematische Aufbau durch verschiedene Aktivitäten im Social Web und ein Monitoring, um relevante Diskussionsthemen und problematische Issues aufzuspüren.

FDP  
Die Liberalen

## Robuster Finanzchef

Stadtrat Martin Vollenwyder ist der robuste und stämmige Finanzchef, den Zürich in schwierigen Zeiten braucht. Seine Stimme hört man auch im Nebenzimmer. Und seine ehrliche Sprache kann man nicht missverstehen. Er ist kein Märchen-erzähler, sondern ein erfahrener, krisenfester Finanzprofi, der seinen Job aus dem Effeff beherrscht. Weil er in den guten Jahren vorgesorgt hat, wird unsere Stadtkasse glimpflich über die Runden kommen.



Erfahren, stark und krisenfest.  
Stadtrat Martin Vollenwyder

Zusammen mit Andres Türlér und Urs Egger  
www.martinvollenwyder.ch

## Rückblick Wintersession

# Von unheiligen Allianzen und konsequenter Finanzpolitik

Hans Rutschmann, Präsident KGV, Nationalrat

**In der im Dezember zu Ende gegangenen Wintersession hat der Nationalrat auch einige für die Wirtschaft wichtige Vorlagen beraten. Als erstes Sachgeschäft beschäftigte sich der Nationalrat mit dem Strompreis und erhöhte ihn gleich um jährlich mehr als 300 Millionen. Wie immer prägt aber die Budgetberatung die Wintersession. Trotz sinkenden Einnahmen wurden die Ausgaben und damit auch der Schuldenberg wiederum erhöht. Im Zentrum der Beratungen in der dritten Woche stand im Nationalrat die Revision der Arbeitslosenversicherung, welche dringend einer Sanierung bedarf.**

Aufgrund einer parlamentarischen Initiative aus dem Ständerat soll der Wasserzins bis ins Jahr 2020 stufenweise angehoben werden. Profitieren von dieser Erhöhung würden vor allem die Bergkantone, bezahlen müssen es die Stromkonsumenten. Der Wasserzins wird bekanntlich mittels eines Stromzuschlages finanziert. In der vorbereitenden Kommission wurde diese Vorlage anfänglich skeptisch beurteilt, denn dieser Wasserzinserhöhung steht keine konkrete Mehrleistung der Bergkantone gegenüber. Man will jedoch vom allgemeinen Trend zu höheren Energiepreisen und von der Teuerung ebenfalls noch profitieren.

## Staatlich verordnete Strompreiserhöhung

Die Vorlage wurde von Links/Grün in der Kommission erst voll unterstützt und damit mehrheitsfähig, nachdem gleichzeitig die kostendeckende Einspeisevergütung (KEV) verdoppelt und auch die Förderbeiträge für die Photovoltaik massiv erhöht wurden. Diese Erhöhung war ein zentrales Anliegen der linken Ratsseite. Die einen, vor allem die Vertreter der Bergkantone, wollten also den Wasserzins, die anderen wollten die Einspeisevergütung erhöhen. Jedes Anliegen für sich war nicht unbedingt mehrheitsfähig. Also schloss man sich zu einer Zweckgemeinschaft zu-

sammen und unterstützte sich gegenseitig.

Vor einem Jahr führte das Parlament eine aufgeregte Debatte über die Strompreiserhöhungen durch. Und nur wenige Monate später erhöht das gleiche Parlament den Strompreis selber noch einmal. Die Strompreiserhöhungen treffen nicht nur die privaten Haushalte. Sie treffen auch Zehntausende von Klein-, Mittel- und Grossbetrieben. Und das in einem wirtschaftlich schwierigen Umfeld. Der Nationalrat hat den Antrag der Kommission, welcher die Einspeisevergütung verdoppeln wollte, mit einer knappen bürgerlichen Mehrheit noch abschwächen können. Trotzdem dürfte die Erhöhung die Stromkunden jährlich mehr als 300 Millionen Franken kosten.

## Milliardendefizit für das Jahr 2010

Der Voranschlag 2010 sieht ordentliche Einnahmen von 58,133 Milliarden Franken und Ausgaben von 60,522 Milliarden Franken vor. Die Ausgaben wachsen dabei gegenüber dem Voranschlag 2009 um 2,9 Prozent, während die Einnahmen infolge des massiven Konjunkturunbruchs um 3,1 Prozent sinken. Zusammen führen diese beiden Entwicklungen zu einem budgetierten Defizit von 2,4 Milliarden Franken für das kommende Jahr.

Von bürgerlicher Seite wurde eine Reihe von Kürzungsanträgen in den verschiedenen Departementen gestellt. Die SVP-Fraktion stellte einen Rückweisungsantrag an den Bundesrat mit dem Auftrag, dem Parlament einen revidierten Voranschlag zu unterbreiten, welcher auf der Ausgabenseite der laufenden Rechnung eine Reduktion von 1,5 Milliarden Franken zeigt. Der Rückweisungsantrag wurde mit 124:54 Stimmen abgelehnt. Der Sparwille hält sich im Parlament also in engen Grenzen, leider auch bei verschiedenen bürgerlichen Politikern. In der Detailberatung wurde immerhin einem Kürzungsantrag von 2,5 Millionen Franken für eine Imagekampagne der Präsenz Schweiz in den USA zugestimmt. Damit sollte der angeschlagene Ruf des Finanzplatzes Schweiz als Folge der UBS-Probleme mit Steuergeldern wiederhergestellt werden. Die Ratsmehrheit zweifelte an der Wirkung dieser staatlichen PR-Aktion.

## Revision des Arbeitslosengesetzes

Das Arbeitslosenversicherungsgesetz aus dem Jahre 1982 wurde in Folge des starken Anstiegs der Arbeitslosigkeit Anfang der 90er-Jahre revidiert. Mit der Schaffung der regionalen Arbeitsvermittlungszentren wurde die Vermittlung von arbeitslosen Personen professionalisiert, die Versicherung stark auf die Wiedereingliederung ausgerichtet und der gesetzliche Rahmen für ein breites Instrumentarium an Integrationsmassnahmen gesetzt. Mit der Revision 2002 wurde ein Finanzierungskonzept eingeführt, das einen Ausgleich von Einnahmen und Ausgaben der Versicherung über einen Konjunkturzyklus anstrebte. Dabei wurde eine konjunkturunabhängige Arbeitslosigkeit von durchschnittlich 100 000 Personen angenommen. Diese Zahl hat sich nun als zu tief erwiesen. Ebenfalls hat sich die damalige Senkung der ordentlichen Beiträge von 3 auf 2 Prozent als zu grosszügig erwiesen. Trotz der damaligen guten Konjunkturlage und einem Rückgang der Arbeitslosigkeit hat die ALV mit der Rückzahlung der Fehlbeiträge nicht beginnen können. Der Schuldenberg wird bereits nächstes Jahr die 10-Milliarden-Grenze überschreiten. Die jetzige Revision strebt



Hans Rutschmann

daher eine möglichst schnelle finanzielle Sicherung der ALV an.

Bei der Umsetzung soll im Wesentlichen die Finanzierung auf eine höhere durchschnittliche Arbeitslosenzahl ausgerichtet werden. Sodann soll für den Ausgleich der laufenden Rechnung der Beitragssatz um 0,2 Prozentpunkte erhöht werden, gleichzeitig sind aber auch Sparmassnahmen durch Leistungskürzungen vorgesehen. Die Kostensenkung soll vor allem durch das Beseitigen von Fehlanreizen und durch eine Steigerung der Effizienz der Wiedereingliederungsmassnahmen erreicht werden. So müssen beispielsweise Junge flexibler sein und auch Arbeiten annehmen, die nicht unbedingt ihrer Qualifikation entsprechen. Für die Entschuldung werden zeitlich befristet eine zusätzliche Beitragserhöhung von 0,1 Prozent und ein Solidaritätsbeitrag von 1 Prozent auf dem bisher nicht versicherten Einkommensteil zwischen dem Höchstbetrag und dem Zweieinhalbfachen des versicherten Verdienstes vorgeschlagen.

Eintreten war für die bürgerlichen Parteien weitgehend unbestritten. Gemäss ihren Votanten kann man nur bei der Höhe des Beitragssatzes, der Bezugsdauer und der Höhe des Taggeldes Änderungen vornehmen. Notwendig ist keine einseitige, sondern eine ausgewogene Sanierung. Unsere Arbeitslosenversicherung gehört heute international zu den besten, eine unverhältnismässige Verteuerung der Lohnnebenkosten würde die Wettbewerbsfähigkeit unserer Wirtschaft noch mehr benachteiligen. Der Nationalrat hat nach einer längeren Debatte mit 126:60 Stimmen gegen den Willen der Ratslinken Eintreten beschlossen. Ein bürgerlicher Schulterchluss von SVP, FDP und Teilen der CVP setzte sich für einmal durch. ■

Über die Entwicklung der staatlichen Kontrolle des Wettbewerbs

# Die Tücken der Wettbewerbspolitik

Pierre Bessard, Direktor des Liberalen Instituts in Zürich, [www.libinst.ch](http://www.libinst.ch)

Die Wettbewerbskommission stellt sich gerne, unter Applaus vieler Teile der Medien, als Hüterin des Wettbewerbs dar. Die Rufe nach einer «Verstärkung» der Kommission, einer «Aufstockung der Mittel» oder einem «griffigeren» Gesetz sind gang und gäbe. Auf den ersten Blick scheint kaum eine ordnungspolitische Aufgabe wichtiger für das Funktionieren einer Marktwirtschaft. Doch die zunehmende Kriminalisierung einzelner wirtschaftlicher Tätigkeiten, die durch Hausdurchsuchungen, hohe Bussen «mit präventivem Charakter» und Denunziationsprämien gekennzeichnet ist, wirft die Frage auf, wie fundiert die staatliche Kontrolle des Wettbewerbs tatsächlich ist.

Die jüngste Kontroverse um die Parole des Weko-Präsidenten für einen EU-Beitritt hat wieder einmal gezeigt, dass hinter der Wettbewerbspolitik oft mehr Politik als Wettbewerb steckt. Ein EU-Beitritt würde u.a. einen Mindestmehrwertsteuersatz von 15%, höhere Zinsen und einen jährlichen Beitrag von 4,9 Milliarden Franken zulasten der Schweizer Steuerzahler bedeuten. Schwer vorstellbar, wie dies den Konsumenten zugute käme, zumal die EU und die Schweiz seit bald 40 Jahren über ein Freihandelsabkommen verfügen. Hinzu kommt, dass viele Produkte in der Schweiz aufgrund der höheren EU-Zölle gegenüber dem Rest der Welt mit einem Beitritt verteuert würden. Werden noch die nötigen institutionellen Umwälzungen im Falle eines Beitritts berücksichtigt, muss diese Debatte aus wettbewerbspolitischer Sicht als geradezu fahrlässig bezeichnet werden.

Es drängt sich der Verdacht auf, dass wir es auch in der Wettbewerbspolitik mit einer behördlichen Anmassung zu tun haben (deren Folgen eine beträchtliche Einnahmequelle für den Staat bedeuten). Wie kann etwa eine Kommission anhand einer «Untersuchung» zu jedem Zeitpunkt abschliessend beurteilen, was der «richtige» Wettbewerb auf einem bestimmten Markt in den unterschiedlichsten Branchen ist? Wenn der Staat, der we-

der Preissignale noch Gewinnmassstäbe kennt, den richtigen Wettbewerb allwissend verordnen könnte, wäre wohl die Planwirtschaft keine so hoffnungslos untaugliche Wirtschaftsordnung.

In der Praxis impliziert Wettbewerb lediglich Handlungsfreiheit. Er findet dynamisch statt, indem ein Akteur eine Idee umsetzt, die die Konsumenten überzeugt und die Prüfung durch den Markt besteht. Die Wettbewerbspolitik hingegen beruht auf einer statischen Vorstellung des wirtschaftlichen Geschehens. Sie kann die unendliche Vielfalt und den steten Wandel der Präferenzen und der möglichen, auch künftigen Produktionsstrukturen nie umfassend berücksichtigen.

In einer offenen Weltwirtschaft stösst die Wettbewerbspolitik ohnehin schnell auf willkürliche Hürden. Die Wettbewerbsbehörde muss einen Markt stets so eng definieren, dass sie einen Eingriff in ihn rechtfertigen kann. Wenn aber beispielsweise ein Markt durch eine Fusion plötzlich von einem einzelnen Anbieter beherrscht wird, die Konsumenten aber weiterhin Ausweichmöglichkeiten auf andere Substitutionsprodukte haben, besteht das behördlich verfolgte Problem aus Konsumentensicht gar nicht. Erhöht der Produzent seine Preise, werden entweder die Konsumenten auf andere Produkte auswei-

chen, oder aber neue Produzenten werden von den so entstandenen Gewinnmöglichkeiten angezogen und beleben das Geschäft.

Die Wettbewerbspolitik geht also von einem Modell des Wettbewerbs aus, das so nirgends existiert, nämlich einem Wettbewerb zwischen zahlreichen Firmen, die alle das Gleiche auf die gleiche Weise produzieren. In Wahrheit bedeutet Wettbewerb genau das Gegenteil: Er setzt eine Differenzierung voraus! Jeder Anbieter versucht, besser, billiger oder irgendwie anders zu sein, um im Markt zu bestehen. Solange Marktzutritt und Innovation nicht gesetzlich verboten oder erschwert werden, wie es im Falle staatlicher Monopole und Anbieter leider der Fall ist, kann also die Qualität des Wettbewerbs auf einem Markt nie abschliessend beurteilt werden.

Preisabsprachen, die in der Öffentlichkeit einen besonders schlechten Ruf haben, bleiben vor diesem Hintergrund in der Realität oft wirkungslos. Kartelle werden grundsätzlich von innen bedroht, indem jeder Produzent durch erhöhte Preise einen Anreiz erhält, seinen Marktanteil zu maximieren. Dies gelingt aber nur, indem Preise reduziert werden. Vor allem aber werden neue Anbieter durch höhere Preise angezogen. Problematisch sind daher solche Kartelle vor allem dann, wenn bestehende Anbieter durch staatliche Privilegien, wie etwa



Pierre Bessard

Regulierungen, Zölle oder administrierte Preise, geschützt und die Eintrittshürden so künstlich erhöht werden.

Wird Wettbewerb also korrekt als dynamisches, unternehmerisches Entdeckungsverfahren verstanden, so kann Wettbewerbspolitik nur eine Ausweitung der Wirtschaftsfreiheit zum Ziel haben – nie eine Kontrolle und Überwachung der Wirtschaft. Unsere zunehmend interventionistische Wettbewerbspolitik beeinträchtigt dagegen inzwischen zunehmend auch solche Lösungen, die für Konsumenten vorteilhaft wirken.

Es ist also Vorsicht geboten: Nicht alles, was nach «Wettbewerb» tönt, fördert auch den Wettbewerb. Die Wettbewerbspolitik schützt aufgrund ihrer statischen Perspektive immer wieder einzelne Wettbewerber statt des Wettbewerbs an sich. Die Wahlfreiheit der Konsumenten hängt zum Glück nicht von einer zwölfköpfigen Behörde ab, die sich gelegentlich in Bundesbern trifft. Es ist die unendliche Vielfalt und Dynamik freier Konsumenten- und Investitionsentscheidungen, die dem Markt seinen segensreichen Ordnungsrahmen gibt. ■

## Verkehrspolitik Stadt Zürich

# Zeit für den Waidhaldetunnel

**Carmen Walker Späh**, Kantonsrätin FDP, Mitglied ständige Kommission für Planung und Bau

Seit mehr als 30 Jahren bildet die täglich von rund 70 000 Fahrzeugen befahrene Rosengartenstrasse ein Provisorium der Westtangente in der Stadt Zürich. Wohnquartiere werden zerschnitten, die Bevölkerung leidet an unerträglichen Immissionen durch Lärm und Luftverschmutzung und der Berufsverkehr steht im Dauerstau. Mit einer Kommissionsmotion will die kantonsrätliche Kommission für Planung und Bau den Regierungsrat beauftragen, in Zusammenarbeit mit den zuständigen Stellen des Bundes und der Stadt Zürich ein Projekt für einen Waidhaldetunnel auszuarbeiten.

Die Rosengartenstrasse in der Stadt Zürich kennt wohl die ganze Schweiz. Als eine der verkehrlichen Hauptschlagadern in Zürich verbindet sie die beiden Stadtentwicklungsgebiete Zürich Nord und Zürich West. Die Stadtteile sind je für sich grösser als die Stadt Winterthur (101 000 Einwohner, 52 000 Beschäftigte) und die Stadt Bern (128 000 Einwohner und 148 000 Beschäftigte, Quellen: für Zürich: Statistik Stadt Zürich, Jahrbuch 2009; für Winterthur [www.stadtwinterthur.ch](http://www.stadtwinterthur.ch), Winterthur in Zahlen 2008; für Bern: [www.bern.ch](http://www.bern.ch), Statistik 2007). Mit anderen Worten verbindet die Rosengartenstrasse zwei Städte in der Grösse von Winterthur und Bern. Entsprechend hoch ist auch das Verkehrsaufkommen mit über 70 000 Fahrzeugen, dies der Stand vor Inbetriebnahme der Baustelle Hardbrücke. Das sind 3,5-mal so viel wie der durchschnittliche Werktagsverkehr auf der Gotthardautobahn bei Erstfeld (20 000 Fahrzeuge/Tag), 3-mal soviel wie an Spitzentagen, z.B. Pfingstmontag, durch den Gotthardtunnel fahren (22 000 Fahrzeuge/Tag) und 10% mehr als im Autobahntunnel durch die Stadt Luzern (Sonnenbergtunnel: 62 000 Fahrzeuge/Tag).

## Hausgemachter Verkehr

Der grösste Teil des Verkehrs auf der Rosengartenstrasse ist an die Stadt gebunden, d.h. entsteht direkt in Zürich Nord oder Zürich West/Süd als Ziel-



Rosengartenstrasse Herbst 2009 (mit Baustellenbetrieb Hardbrücke)

Quell- oder Binnenverkehr. Das Problem kann deshalb auch in Zukunft nicht mit einer Verlagerung auf die Westumfahrung oder auf den Stadttunnel gelöst werden. Gemäss Prognosen des Stadtzürcher Tiefbauamtes sind die Belastungszunahmen durch die Siedlungsentwicklung grösser als die mögliche Verlagerung von gebietsfremdem

Verkehr, d.h. das Problem muss vor Ort gelöst werden.

## Waidhaldetunnel hat für Zürcher Regierung Priorität ...

Aufgrund dieser dramatischen Ausgangslage hat der Zürcher Regierungsrat schon mehrfach den Bau ei-



Carmen Walker Späh

nes Entlastungstunnels als prioritäres kantonales Schlüsselvorhaben zur Lösung der Verkehrsproblematik ins Gesamtverkehrskonzept und ins Agglomerationsprogramm aufgenommen. Damit setzte die Regierung ein klares Zeichen dafür, den unhaltbaren Zustand endlich zu beenden und die entsprechenden Schritte zügig in die Wege zu leiten. Der Zürcher Kantonsrat bestätigte diesen Entscheid der Zürcher Regierung mehrfach, letztmals indem er den Waidhaldetunnel als kurz- bis mittelfristig zu realisierende Anlage im neuen kantonalen Richtplan Verkehr (weiterhin) verankerte. Der Waidhaldetunnel ist heute als mehrstreifiger Tunnel unter Abklassierung der Rosengarten- und Bucheggstrasse inkl. Begleitmassnahmen zur Verhinderung von Mehrverkehr über die Duttweilerbrücke vorgesehen (Objekt Nr. 7).

## ... dabei wäre eigentlich die Stadt Zürich gefordert!

In den Städten Zürich wie Winterthur ist die Kompetenz zum Bau und Unterhalt der überkommunalen Strassen per Strassengesetz vom Kanton an die Städte delegiert. Somit wäre eigentlich die Stadt Zürich für die Planung zuständig. Trotz klaren Vorgaben im kantonalen Verkehrsrichtplan hat jedoch der links-grün dominierte Zürcher Gemeinderat mehrfach jede Planung für einen Waidhaldetunnel abgelehnt, letztmals mit der erneuten Streichung des Projektkredites im Budget 2009. Der Gemeinderat ging jedoch noch weiter, indem er vom Stadtrat als Gegenvor-

schlag zur Volksinitiative für den Bau eines Trams auf der Rosengartenstrasse verboten hat, auch «Lösungen für den Individualverkehr zu erarbeiten» (der Tunnel wurde nicht einmal erwähnt). Dem Zürcher Stadtrat ist zugutezuhalten, dass er mehrfach versucht hat, dem Parlament klarzumachen, dass dieses Vorgehen unrealistisch ist und nur ein Gesamtkonzept für den öffentlichen Verkehr und für den Individualverkehr eine dauerhafte Lösung bringt, leider bislang ohne jeden Erfolg. Die Verkehrspolitik wird noch immer dominiert von links-grüner Fundamentalopposition gegenüber jeder Form der individuellen Mobilität.

### Kanton muss Federführung übernehmen

Gemäss § 50 des Strassengesetzes kann der Staat jederzeit Strassen des kantonalen Verkehrsplans in der Stadt Zürich erstellen oder ausbauen, wenn er das Vorhaben aufgrund der zeitli-

chen Festlegungen der Richtplanung oder aus verkehrstechnischen Gründen für notwendig hält und die Standortgemeinde dessen Verwirklichung ablehnt. Diese Voraussetzungen sind nun erfüllt. Nachdem die Stadt offensichtlich über 35 Jahre nicht in der Lage war, den skandalösen Zustand am Rosengarten zu beheben, ist nun die Regierung gefordert. Der Zürcher Kantonsrat wird demnächst Gelegenheit haben, über die Kommissionsmotion abzustimmen. Damit besteht erstmals Hoffnung, dass es am Rosengarten endlich einen Schritt weitergeht. Erfreulich war bisher die gute Zusammenarbeit von SVP, FDP und CVP in der Kommission für Planung und Bau. Es ist zu hoffen, dass diese bei der Debatte ihre Fortsetzung findet und die Motion überwiesen wird. Geredet und geschrieben wurde in den letzten 35 Jahren nämlich viel über die Rosengartenstrasse, doch passiert ist nichts. Es ist Zeit, endlich den vielen Worten Taten folgen zu lassen. ■

### Kurz gesagt

# Samstagsakademie

TP. Das IBBK bietet neu Weiterbildungen zur Entwicklung individueller Fertigkeiten und Fähigkeiten an, die sich weder um Bologna noch um andere formale Kriterien drehen, sondern den praktischen Nutzen, die konkrete Umsetzung im Alltag und die Freude am Lernen zum Ziel haben. Erfahrene, kompetente Kursleiterinnen und Kursleiter – meist Mitglieder der Geschäftsleitung – vermitteln Einblick in Kernthemen aus den Bereichen Selbst-, Sozial-, Führungs- oder Unternehmenskompetenz und erlauben so, bestehende Kenntnisse wieder aufzu-

frischen, neue zu erwerben und sich über deren Nutzen mit anderen auszutauschen. Die Samstagsakademie – ein Lernort, dessen Klima Lernen fördert und nachhaltig unterstützt, weil er nicht nur Schule ist, sondern auch ein Ort der Begegnung und des Austauschs.

Die Samstagsakademie beginnt jeweils am Freitagabend und dauert bis Samstag 15 Uhr.

Weitere Infos unter Tel. 044 863 71 71 oder auf [www.samstagsakademie.ch](http://www.samstagsakademie.ch) bzw. [www.ibbk.ch](http://www.ibbk.ch). ■



Bedeutendster Jungunternehmerpreis der Schweiz  
**Swiss Economic Award 2010**



**Preissumme  
CHF 75 000**

Kategorien:

**Produktion/Gewerbe  
Dienstleistung  
Hightech/Biotech**

**Jetzt bewerben: [www.swisseconomic.ch/award](http://www.swisseconomic.ch/award)**

Award-Partner



**Anmeldeschluss  
27. Februar 2010**

Aktuelle Kurzmeldungen aus der Politik

# Regulierungswut 2010

Ueli Bamert, Redaktion «Zürcher Wirtschaft»

Von der eidgenössischen Regulierungsfront erreichen uns dieser Tage sowohl erfreuliche als auch weniger erfreuliche Nachrichten. An Fantasie scheint es unseren Beamten und Politikern jedenfalls nach wie vor nicht zu mangeln. Eine Übersicht.

Aufatmen. Die von SP-Nationalrätin Jacqueline Fehr angestossene und von Bundesrätin Widmer-Schlumpf verteidigte «Verordnung über die ausserfamiliäre Betreuung von Kindern» ist nach wuchtigen Protesten von allen Seiten (auch von Seiten der «Zürcher Wirtschaft», vgl. Ausgabe 7/09, S. 6) zusammengestutzt worden. Freunde und Verwandte müssen nun doch keine amtliche Bewilligung beantragen, wenn sie während den Ferien ein paar Tage auf die Kleinen aufpassen; die Bewilligungspflicht soll gemäss der neuen Regelung nur noch für Tagesmütter und Krippen gelten. Bleibt letztlich die Frage, wann denn endlich die Politikeraufsicht behördlich geregelt wird – offenbar muss man gewissen Volksvertretern nämlich pausenlos auf die Finger schauen, damit sie nicht wieder irgendeine Dummheit anstellen.

## Kindersitzpflicht bis 12

Wer gedacht hat, die bundesbehördliche Lust am Schikanieren habe mit dem obigen Entscheid einen Dämpfer erhalten, sieht sich getäuscht. Ab dem 1. April (kein Scherz) gilt die Kindersitzpflicht im Auto für Kinder bis 12 Jahre (bzw. 1,50 Meter Körpergrösse) und nicht mehr wie bis anhin nur bis 7 Jahre. Eltern, die bereits vor langem erleichtert das Sitzli ihres Sprösslings entsorgt haben, können sich also freuen, denn sie «dürfen» jetzt erneut mehrere Hundert Franken in die Sicherheit ihres Nachwuchses investieren.

Es ist schon bedenklich, wie wenig der Staat seinen Bürgern vertraut und sie mit unsinnigen Ge- und Verboten immer wieder gängelt. Als ob Eltern grundsätzlich unfähig wären, die Gefährdung ihrer Kinder realistisch ein-

schätzen und selbstständig die entsprechenden Massnahmen treffen zu können. Geradezu grotesk dürfte die praktische Umsetzung der neuen Weisung werden: Müssen sich Kinder ab sofort jederzeit ausweisen können, wenn sie im Wagen befördert werden? Und tragen Verkehrspolizisten zukünftig immer ein Messband bei sich, um im Zweifelsfall die Grösse eines Kindes feststellen zu können? Manchmal wiehert der Amtsschimmel schon so laut, dass man sein eigenes Wort nicht mehr versteht.

## Rauchverbot kommt

Auch der KGV hat sich mit seiner Vernehmlassungsantwort bis zuletzt für eine liberale Lösung im Streit um ein Rauchverbot in den Zürcher Gastrobetrieben eingesetzt, doch es hat alles nichts genützt. Ab dem 1. Mai 2010 gilt das Rauchverbot ohne Wenn und Aber und mit den folgenden Eckwerten: Raucherbetriebe sind, anders als auf Bundesebene, nicht erlaubt und Fumoirs dürfen nur eingerichtet werden, wenn sie nicht mehr als einen Drittel

der Ausschankfläche umfassen, dürfen aber immerhin bedient werden, wenn von Seiten der Angestellten das klare Einverständnis vorliegt.

Ärgerlicherweise verzichtet der Regierungsrat darauf, eine Übergangsfrist zur Erstellung des Fumoirs zu gewähren, was viele Wirte vor existenzielle Probleme stellen wird. Die gleich langen Spiesse, welche die Rauchgegner jeweils als Argument angeführt haben, sind mit dieser Regelung nämlich gerade nicht gegeben, denn diejenigen Betriebe, die bereits heute über mehrere Räume verfügen, haben ihr Fumoir schneller eingerichtet als die kleinen Betriebe, die zuerst noch bauliche Massnahmen vornehmen müssen.

Letztlich gilt: beschlossen ist beschlossen. Den Wirten ist zu wünschen, dass sie mit der nötigen Flexibilität und Kreativität auf die neuen Umstände reagieren können. Von den Behörden erwarten wir, dass sie wenigstens beim Erteilen von Baubewilligungen unbürokratisch, effizient und mit dem nötigen Augenmass handeln.



Felix Gutzwiller  
FDP-Ständerat, Zürich

«Mit der Anpassung des Umwandlungssatzes wird unser Pensionskassengeld auf mehr Jahre verteilt. Das macht Sinn, denn wir werden immer älter.»

Am 7. März **JA** zum fairen BVG-Umwandlungssatz

www.faire-renten.ch

Zürcher Komitee «JA zum fairen Umwandlungssatz», c/o Communicators Zürich AG, Pf. 8026 Zürich

Convenience-Stores

## Faktor Regulierung

Thomas Pfyffer,  
Redaktion «Zürcher Wirtschaft»

TP. Der Convenience-Markt – Tankstellen-Shops, Kioske und Läden mit langen Öffnungszeiten an stark frequentierten Lagen – boomt hierzulande. Er boomt derart, dass er mittlerweile einen Marktanteil von 10% des Lebensmittel-Detailhandels hält. Erfolgsfaktor Nummer eins war stets, dass die Verkaufsstellen bezüglich Sortiment und Arbeitszeiten flexibel auf das veränderte, oft nicht mehr voraussehbare Kaufverhalten der Konsumenten reagiert haben. Frei von Regulierungen ist dieses Retail-Segment allerdings nicht: Das Bundesverwaltungsgericht hat unlängst in Bezug auf Tankstellen-Läden entschieden, dass zwischen 1 Uhr und 5 Uhr nachts keine Lebensmittel verkauft werden dürfen. Die Regulierung zieht sich gemäss CS-Ökonomen als prägender Faktor durch die Struktur des Convenience-Geschäfts. Als relevant erweist sich Art. 26 der Verordnung zum Arbeitsgesetz, die festhält, welche Betriebe von den allgemeinen Bestimmungen ausgenommen sind und ihre Aktivitäten freier gestalten können.

Erstaunlicherweise ist die Dichte der Tankstellen-Shops in Grossbritannien viel geringer als in der Schweiz, wie «Retail Outlook 2010» von der CS festhält. Die Autoren führen das auf das britische Ladenöffnungsregime zurück, das seit der Liberalisierung vor 20 Jahren ein Massensterben der Tankstellen-Läden auslöste. Das Verkaufsargument der unlimitierten Verfügbarkeit verlor damals seine Einzigartigkeit. Das könnte bei einer umfassenden Deregulierung auch den Schweizer Tankstellen-Shops blühen. Auch Migros und Coop feiern mit ihren Convenience-Formaten Erfolge. Sie werden sich hüten, ihr Geschäft mit dem Ruf nach längeren Öffnungszeiten für Supermärkte zu gefährden. Die Grossanbieter können mit der restriktiven Regulierung wohl ganz gut leben.



## Daniel Sager

Ökonom und Inhaber Meta-Sys AG,  
Informationsverarbeitung und -aufbereitung

**Ein gelungener Arbeitstag beginnt mit ...**

... einwandfrei funktionierenden Programmen ohne Fehlermeldungen.

**Die Zeit vergesse ich, wenn ...**

... ich ein spannendes Buch lese.

**Wer es in meinem Beruf zu etwas bringen will ...**

... sollte ein langes Gespräch mit mir führen, damit er nicht dieselben Fehler machen muss.

**Erfolge feiere ich ...**

... in der Regel im «Ausgang» mit meiner Frau.

**Es bringt mich zur Weissglut, wenn ...**

... ich in meinem Umfeld Intoleranz und Fremdenfeindlichkeit verspüre. Insgesamt aber ein eher selten eintretender Zustand.

**Mit 18 Jahren wollte ich ...**

... die Welt retten.

**Im Rückblick würde ich nicht noch einmal ...**

... zu lange an nicht passenden Mitarbeitern festhalten.

**Finanzielle Freiheit bedeutet mir ...**

... die Möglichkeit, seine Ziele zu realisieren.

**Rat suche ich ...**

... bei denjenigen Vertrauenspersonen, die das entsprechende Problem auch nachvollziehen können.

**Work-Life-Balance heisst für mich persönlich ...**

... dass «Work» ein harmonischer Bestandteil des «Life» ist und ich alle meine Tätigkeiten sachgerecht und mit Sorgfalt ausführen kann.

**Jüngeren Menschen rate ich ...**

... permanent und ungefragt, was diese vermutlich nicht immer begeistert!

**Mein Weg führt mich ...**

... wohl nicht ganz bis zur Rettung der Welt.

Renten-Umwandlungssatz:  
Abstimmung vom 7. März

# Sicherheit statt «Casino- Kapitalismus»

Martin Arnold, Geschäftsleiter KGV

**Die Wirtschaftsdachverbände wollen die 2. Säule sichern und die Zahlung von Zusatzbeiträgen verhindern. Deshalb setzen sie sich für die Anpassung des Umwandlungssatzes ein, die am 7. März 2010 zur Abstimmung kommt.**

Der BVG-Mindestumwandlungssatz legt fest, wie das in der 2. Säule der beruflichen Vorsorge angesparte Altersguthaben in jährliche Renten umgewandelt wird. Die Höhe des Umwandlungssatzes hängt im Wesentlichen von zwei Faktoren ab: der Lebenserwartung und den zu erwirtschaftenden Kapitalerträgen. Nach Ansicht des Schweizerischen Arbeitgeberverbandes, des Schweizerischen Gewerbeverbandes (sgv), des Schweizerischen Pensionskassenverbandes (ASIP) und von economiesuisse zeigt die Entwicklung dieser beiden Faktoren deutlich, dass eine Anpassung des Umwandlungssatzes unverzichtbar ist.

Die Lebenserwartung der Schweizerinnen und Schweizer steigt ungebremst an. Das bedeutet für die angesparten Altersguthaben, dass sie auf einen längeren Zeitraum nach der Pensionierung verteilt werden müssen. Dadurch wird niemandem etwas weggenommen: Das angesparte Geld wird lediglich über mehr Jahre hinweg ausbezahlt. Einem Umwandlungssatz von 6,8 Prozent, wie er im Zuge der 1. BVG-Revision vom Parlament beschlossen wurde, liegt eine Renditeerwartung von mindestens 4,5 Prozent zugrunde. Die Rendite auf sicheren Anlagen ist aber im langjährigen Durchschnitt weit unter diesen Wert gesunken – und zwar unabhängig von Ausreissern wie der Finanzkrise.

## Gegen risikoreiche Anlagen

Nach Ansicht von Hans-Ulrich Bigler, Direktor sgv, lassen sich die benötigten Renditen nur noch mit extrem risikoreichen Anlagestrategien erzielen. «Der Widerstand der Linken und der Gewerkschaften gegen eine Anpassung des Umwandlungssatzes ist für mich unverständlich. Mit ihrem Referendum zwingen sie den Pensionskassen faktisch den «Casino-Kapitalismus» auf, den sie sonst immer verteufeln.»

Für die Wirtschaftsdachverbände ist die vorgeschlagene Anpassung des Umwandlungssatzes auf 6,4 Prozent eine moderate Lösung, um die Rentenlöcher von rund 600 Millionen Franken zu stopfen. Bereits gesprochene Renten bleiben unverändert. Wird der Umwandlungssatz nicht angepasst, drohen höhere Beiträge für Arbeitgeber und -nehmer.

## Für faire Renten

Auch Suzanne Steiner-Weck, Arbeitnehmervertreterin im Stiftungsrat der Sulzer Vorsorgeeinrichtung (SVE), ist für die Anpassung des Umwandlungssatzes. «Ein falscher Umwandlungssatz ist nicht fair gegenüber den erwerbstätigen Mitarbeitenden», sagt Steiner-Weck. Denn die offenen Rentenversprechen müssen die heutigen Beitragszahler decken und dieses Geld fehlt dann wiederum beim Altersguthaben der Erwerbstätigen. ■

Breitband

# Die Schweiz ist gut vernetzt

Dank einem schnellen Glasfasernetz lassen sich in Zukunft Patienten zu Hause überwachen, Schwankungen beim Stromverbrauch ausgleichen oder Verkehrsstaus vermeiden. Die Schweiz ist mit einem hohen Anteil an Breitbandanschlüssen gut aufgestellt – sie muss den Vorteil nutzen.

Das Netz der Zukunft ist kein Telefonnetz mehr, das nebenher auch den Internetzugang möglich macht. Vielmehr dient es dem Übertragen von – immer grösseren – Datenpaketen. Über das leistungsfähige Netz laufen also dereinst nicht nur die (digitalisierte) Telefonie, sondern auch das hochauflösende Fernsehen und die immer aufwendigeren Internetdienste. Für diese Anforderungen genügen allerdings die herkömmlichen Kupferkabel des Telefonnetzes nicht mehr. Deshalb werden schnelle Glasfaserkabel bis in die Quartiere oder sogar in die Haushalte gezogen.

## Was ein schnelles Netz bringt

Die OECD empfiehlt den Staaten in einer aktuellen Studie dringend, solche Hochgeschwindigkeits-Kommunikationsnetze zu bauen: Sie unterstützen als Plattformen die Innovation in allen Bereichen, wie es in der Vergangenheit beim Ausbau der Stromversorgung und der Verkehrsinfrastruktur geschah. Vor allem in vier der wichtigsten Lebensbereiche orten die Studienautoren riesiges Potenzial dank leistungsfähigen Netzen.

Erstens: Mit ihnen lassen sich so genannte Smart Grids, also intelligente Stromnetze, bauen. Die Konsumenten sehen jederzeit, was der Strom kostet, den sie verbrauchen; so können sie nach wirtschaftlichen Gesichtspunkten planen, wann sie die Leistungen beanspruchen. Die Produzenten ihrerseits können, zum Beispiel dank einer Flotte von Elektroautos, den Strom im Netz speichern, also die starken Verbrauchsschwankungen ausgleichen und teure Spitzenkapazitäten einsparen. Zweitens: Dank Breitbandverbindungen können viele Patienten zu Hause bleiben, online ihre medizinischen Werte überwachen lassen und bei Bedarf gleich den Arzt konsultieren. Drittens: Verkehrsflüsse lassen sich dank der Intelligenz im Netz effektiver steuern. Und die Autofahrer selber können dank der Daten ihre Routen aktuell planen, Staus ausweichen und Gefahren erkennen. Viertens: Die Lernenden finden auf dem Netz die besten Lektionen und Materialien aus aller Welt, die Lehrenden tauschen sich aus und kommen so auf ein spürbar höheres Wissensniveau.

## Wie die Schweiz dasteht

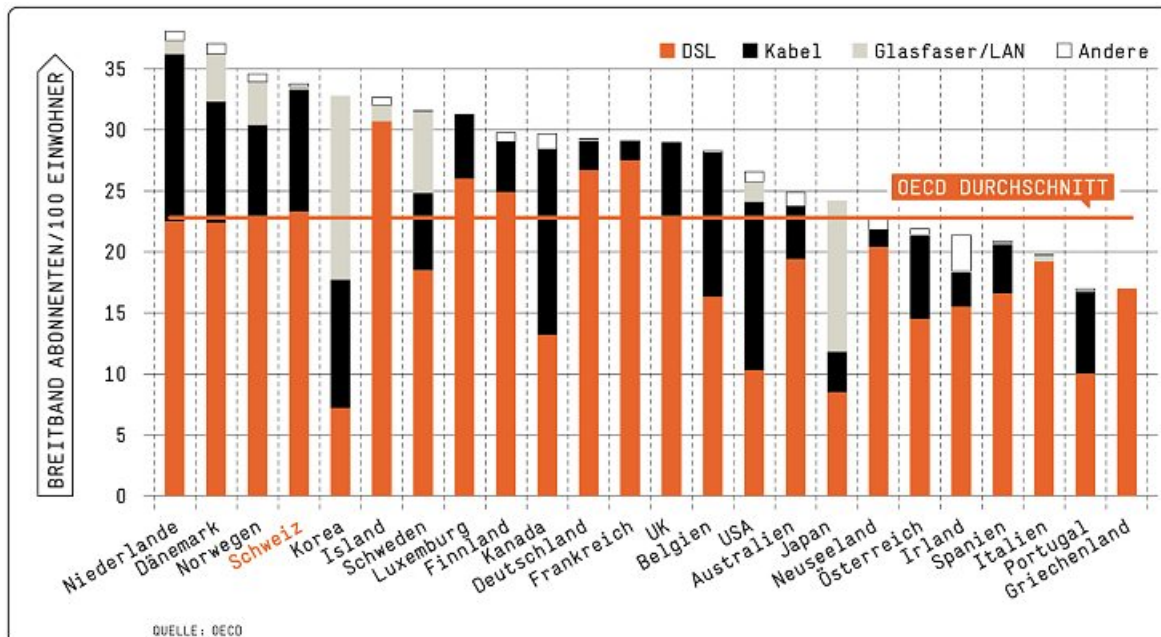
Die Studie rechnet vor, dass sich schon dank Kosteneinsparungen in den Bereichen Stromnetz, Gesundheit, Verkehr und Ausbildung von 0,5 bis 1,5 Prozent während zehn Jahren der Ausbau von Glasfasernetzen bis in die Haushalte lohnt. Deshalb empfiehlt sie den Staaten, diesen Ausbau mit Subventionen zu unterstützen, auch wenn sie eine privatwirtschaftliche Lösung, wie in der Schweiz, vorzieht: Den Wettbewerb zwischen Swisscom und Stromversorgern bei den Glasfaseranschlüssen würdigt die Studie als beispielhaft. Die Schweiz ist für die Zukunft auf dem Netz gut aufgestellt: Nur in Holland, Dänemark und Norwegen verfügt ein grösserer Anteil der Haushalte über einen Breitbandanschluss, die USA, Japan und Deutschland liegen klar zurück. Zudem herrscht in der Schweiz Wettbewerb zwischen den DSL-Anschlüssen der Swisscom und den Netzen der Kabelfernseh-Betreiber. Treiben mehrere Anbieter die Innovation voran, kann die Schweiz das Potenzial des schnellen Kommunikationsnetzes nutzen. ■



## Regulierung allenfalls differenziert

Das Wort «Liberalisierung» hat derzeit keinen guten Klang. Die allgemeine Verunsicherung durch die Finanz- und Wirtschaftskrise führt im Gegenteil zum Ruf nach mehr und schärferer Regulierung (wie im Finanzsektor), zur Rückkehr zu staatlich sanktionierten Regimes (wie bei der Milchkontingentierung und Buchpreisbindung) oder zum Aufschub weiterer Marktöffnungen (wie bei Strom und Post). Solche wirtschaftspolitische Nostalgie mag im Moment populär sein. Sie vergisst aber eine grosse Erfolgsstory der Liberalisierung: die phantastische Entwicklung der Telekommunikation. Die Digitalisierung des Telefons, die Explosion des Internets, das Mobilfunknetz für Texte, Töne, Videos – all dies und vieles mehr entspringt dem rasenden Fortschritt in der Informationstechnologie. Aber erschwänglich und nützlich wurde die Innovation der Produkte und Dienstleistungen durch den Wettbewerb. Hier hatte die Schweiz mit ihrer hohen Kabelfernseh-Dichte einen Standortvorteil gegenüber den Nachbarländern. Ausgerechnet die internationale und private Cablecom, die vom Preisüberwacher geplagt und von der Service-public-Fraktion geschmäht wurde, veranlasste die staatsnahe Swisscom zu Preisdisziplin und raffinierten Angeboten wie «Bluewin-TV». Der für die privaten Konsumenten und vor allem auch für die KMU so wichtige Wettbewerb der Telekom-Infrastruktur ist aber nicht gottgegeben, sondern höchst fragil. Der ehemalige Monopolist Swisscom gewinnt Marktanteile zurück, und die Verlegung des Glasfaserkabels bis in die Haushalte könnte zu einer weiteren Stärkung seiner Marktposition führen. Ob das Engagement der städtischen Elektrizitätswerke in diesem Bereich den Wettbewerb belebt, hängt wesentlich von den geplanten Partnerschaftsverträgen mit der Swisscom ab. Notwendig ist deshalb ein differenzierter Regulierungsansatz: Erst wenn die Voraussetzungen für effektiven Wettbewerb nicht oder nicht mehr erfüllt sind, sollte der Netzzugang – wie beim Kupferkabel – auf regionaler Ebene ermöglicht werden.

Thomas Held  
Direktor Avenir Suisse



## Das Handelsregister

# Ein Register wie kein zweites

Hans Egloff, Rechtsanwalt, Egloff & Partner, [www.egloffpartner.ch](http://www.egloffpartner.ch)

**Das Handelsregister ist eine Datenbank von juristischen und wirtschaftlichen Fakten zu Unternehmungen in der Schweiz. Wie das Grundbuch im Grundstückverkehr erfüllt es seine Aufgaben im Geschäftsverkehr und soll Rechtssicherheit und Vertrauensschutz ermöglichen.**

Durch das Handelsregister werden bedeutsame rechtliche Verhältnisse über kaufmännische Betriebe offengelegt. Zunächst gibt es Auskunft über die Haftungsverhältnisse der Unternehmen. Bei der Aktiengesellschaft als Musterbeispiel lassen sich daher Folgerungen aus dem Aktienkapital ziehen. Sodann informiert das Handelsregister über die Vertretungsverhältnisse der einzelnen Gesellschafter. Weiter können dem Handelsregister Individualisierungsmerkmale wie die Firma, also den für den Handelsverkehr gewählten Namen, Zweck und Sitz eines Unternehmens, entnommen werden.

## Rechtsfolgen des Handelsregistereintrages

Ein Eintrag im Handelsregister führt zu einer Reihe von bestimmten Rechtsfolgen. Im Handelsregister eingetragene Gesellschaften und/oder Gesellschafter bzw. Einzelunternehmer können beispielsweise nur noch auf Konkurs und nicht mehr auf Pfändung betrieben werden. Auch der Firmenschutz wird mit der Eintragung gewährleistet. Ob sich der Schutz über die ganze Schweiz erstreckt oder nur am Eintragungsort gilt, hängt von der gewählten Gesellschaftsform ab. So hat die AG das Recht, ihre Firmennamen in der ganzen Schweiz ausschliesslich alleine zu verwenden. Ein freiwilliger Eintrag ins Handelsregister kann durchaus lohnenswert sein. Nebst dem Firmenschutz werden gegebenenfalls bessere Kreditkonditionen gewährt, da durch die Eintragung nurmehr eine Betreibung auf Konkurs möglich ist.

## Aufgaben des Handelsregisterführers

Dem Registerführer obliegt die Aufgabe, Eintragungen auf ihre Gesetzmässigkeit und Richtigkeit zu prüfen. Dadurch wird garantiert, dass zwingende Gründungsformalitäten und die Vorschriften der jeweiligen Gesellschaftsformen eingehalten werden. So hat der Registerführer bei der AG unter anderem zu kontrollieren, dass vor deren Eintrag ins Handelsregister, ihr Mindestkapital auch einbezahlt ist. Bezüglich der Richtigkeit der formellen Voraussetzungen besitzt der Registerführer eine vollständige Prüfungsbezugnis. Unter diese fallen etwa die örtliche Zuständigkeit des Amtes oder die Prüfung der Vollständigkeit und der Formgültigkeit der Belege.

Im Bereich der materiellen Voraussetzungen beschränkt sich die Prüfung des Registerführers auf die Einhaltung des zwingenden Rechts, welches zur Wahrung öffentlicher Interessen und Interessen Dritter statuiert worden ist. So kann ein Registerführer beispielsweise die Eintragung verweigern, wenn in den Statuten einer AG eine vorgeschriebene Bestimmung fehlt; nicht aber, wenn gemäss solchen Statuten den Aktionären Pflichten auferlegt werden, die gegen das Gesetz verstossen. Die Beurteilung solcher Fälle gehört in die Kompetenz des Zivilrichters.

## Eintragung in das Handelsregister

Gewisse Gesellschaften sind zur Eintragung ins Handelsregister verpflichtet,

andere nur berechtigt. Die Pflicht besteht für jedermann, der ein kaufmännisches Unternehmen führt. Das Recht auf Eintragung steht jedem zu, der unter einem Geschäftsnamen eine selbständige und dauernde Erwerbstätigkeit ausübt. Sogenannt eintragungsbedürftig sind wiederum jene Gesellschaften, bei welchen die Eintragung im Handelsregister eine Voraussetzung ist, damit sie überhaupt entstehen. So existiert beispielsweise die AG ab dem Zeitpunkt, ab welchem sie im Handelsregister eingetragen ist. Vorher können unter dem Namen der AG grundsätzlich noch keine Rechtsgeschäfte abgeschlossen werden. Sobald diese jedoch rechtskräftig gegründet ist, können vorher abgeschlossene Geschäfte von ihr übernommen werden.

## Wirkungen des Handelsregistereintrages

Einer Eintragung ins Handelsregister kommt eine deklaratorische oder konstitutive Wirkung zu. Deklaratorisch bedeutet, dass die Eintragung lediglich zur Bekanntmachung von Tatsachen und Rechtsverhältnissen dient, welche auch ohne Handelsregistereintrag bestehen, so etwa Unterschriftenregelungen. Bei der konstitutiven Wirkung entstehen Tatsachen und Rechtsverhältnisse erst mit Eintrag im Handelsregister, wie eben die bereits erwähnte rechtskräftige Gründung der AG. Aufgrund des sogenannten positiven Publizitätsprinzips kann sich niemand auf Unkenntnis von Eintragungen im Handelsregister berufen. Hingegen schadet es gemäss dem negativen Pu-



Hans Egloff

blizitätsprinzip nicht, wenn man von einer nicht eingetragenen Tatsache keine Kenntnis hat. So kann bei einer AG, die ins Liquidationsstadium gefallen ist, die Beschränkung der Vertretungsbefugnis einem Dritten nicht entgegengehalten werden, wenn der Vermerk «in Liquidation» im Handelsregister-Auszug fehlt.

## Einsichtsrecht ins Handelsregister

Jedermann hat das Recht, das Handelsregister einzusehen und Auszüge daraus zu bestellen. Ein spezieller Interessennachweis ist nicht notwendig. Im Internet können Handelsregistrauszüge kostenlos unter [www.zefix.ch](http://www.zefix.ch) eingesehen werden. Beglaubigte Auszüge versendet das zuständige Handelsregisteramt gegen eine Gebühr. Beim Handelsregisteramt unter [www.hra.zh.ch](http://www.hra.zh.ch) können auch die Statuten, welche je nach Gesellschaftsform vorgeschrieben sind, bezogen werden.

Eintragungen im Handelsregister werden grundsätzlich im Schweizerischen Handelsamtsblatt (SHAB) publiziert. ■

**ibbk** 580  
Institut für Bildung, Beratung und Kommunikation

## Samstagsakademie

die zwei neuen Seminare  
5./6. Februar 2010

- Wege in die Selbstständigkeit
  - Gruppendynamik im Team
- im IBBK in Bülach

[www.samstagsakademie.ch](http://www.samstagsakademie.ch)

IBBK – Institut für Bildung  
Beratung & Kommunikation  
Tel: 044 863 71 71  
Fax: 044 863 71 72  
Solistrasse 74  
CH-8180 Bülach  
E-Mail: [info@ibbk.ch](mailto:info@ibbk.ch)  
Internet: [www.ibbk.ch](http://www.ibbk.ch)

## Ablaufentstopfungen 24 h

**Wullschleger Kanalreinigung AG**  
Kanalfernsehen/Absaugen und Bekieseln von Flachdächern  
8134 Adliswil, Tel. 044 710 05 45  
[www.wullschleger.com](http://www.wullschleger.com)

## Altlasten/Baugrund/Wasser

**Geologisches Büro Alfred Rissi**  
Heinrichstr. 118, Postfach, 8031 Zürich  
Tel. 044 271 38 44, Fax 044 273 04 90  
E-Mail: [info@rissi-geologen.ch](mailto:info@rissi-geologen.ch)

## Ausstellungs- und Messebau

[www.expo-x.ch](http://www.expo-x.ch)  
Tel. 044 940 61 10, Fax 044 940 33 15

## Badewannen-Reparaturen

**Hibatech AG, 8545 Rickenbach**  
Ärger mit der Wanne? Schluss damit!  
Tel. 052 337 40 03, [www.hibatech.ch](http://www.hibatech.ch)

## Berufliche Vorsorge (BVG)

**ASGA Pensionskasse**  
8050 Zürich, Schaffhauserstrasse 358  
Tel. 044 317 60 50, [www.asga.ch](http://www.asga.ch)

## Revor Sammelstiftung 2. Säule

Die standardisierte, kostengünstige  
PK-Lösung für KMU  
Clientis Sparkasse Horgen  
Tel. 044 727 41 14, [www.skh.clientis.ch](http://www.skh.clientis.ch)

## Computer für das Gewerbe

**Promont AG**  
Informatik-Dienstleistungen  
Vertrieb und Support von WINWARE- und  
SESAM-Anwendungssoftware  
8135 Langnau a. A., Spinnereistrasse 12  
Tel. 044 713 10 33, [www.promont.ch](http://www.promont.ch)

## Druck/Grafik/Beschriftungen

**KMU Agency Switzerland**  
Zürcherstr. 123, CH-8406 Winterthur  
Tel. 0800 11 44 00, [www.kmuagency.com](http://www.kmuagency.com)

## Etiketten/Werbekleber

**Kern-Etiketten AG, Urdorf**  
Tel. 043 455 60 30, Fax 043 455 60 33  
[www.kernetiketten.ch](http://www.kernetiketten.ch)

## Gartenpflege

**AB Arnold Brühlmann Gartenpflege**  
Wädenswil, Tel. 079 325 92 75/043 477 82 30

## Garten- und Landschaftsbau

**Brenner AG Gartenbau**  
Neuanlagen, Umänderungen, Gartenpflege  
8153 Rümlang, Katzenrüti 340  
Postfach 60, 8046 Zürich  
Tel. 044 371 29 30, Fax 044 371 42 71

## Schädli Gartenbau

Unterhalt und Renovationen  
8046 Zürich, Kugeliloostrasse 39  
Tel. 044 371 41 30, Fax 044 311 91 35

## A. Ungricht Söhne Gartenbau AG

Bergstrasse 38, 8953 Dietikon  
Tel. 044 740 82 42, Fax 044 740 80 86

## Factoring/Kreditversicherung

[www.deborga.ch](http://www.deborga.ch)  
Günstige + sichere Finanzierung Ihrer  
Debitoren

## Hauswartungen

**sf home + garden ag**  
Hauswartungen  
8050 Zürich, Kugeliloostrasse 48  
Tel. 044 313 13 44, Fax 044 311 91 35

## Informatik/Support

**1stHelp GmbH - Dübendorf**  
PC- und IT-Support täglich  
Tel. 076 560 99 20, [www.1sthelp.ch](http://www.1sthelp.ch)

## Inkasso

**Creditreform Egeli Zürich AG**  
8050 Zürich, Binzmühlestrasse 13  
Tel. 044 307 80 80  
[info@zuerich.creditreform.ch](mailto:info@zuerich.creditreform.ch)  
[www.creditreform.ch](http://www.creditreform.ch)

**G+M, Götti + Meier AG**  
**Inkasso-Organisation**  
8105 Regensdorf, Wehntalerstrasse 190  
Tel. 044 871 30 00, [www.goettmeier.ch](http://www.goettmeier.ch)

## Kanal- und Entsorgung-Service

**Mökah AG Kanalreinigung**  
Kanalfernsehen, Dichtheitsprüfungen  
24-Std.-Service, 8444 Henggart  
Tel. 052 305 11 11, Fax 052 305 11 10

**Rohrputz AG Kanalreinigung**  
Notfalldienst rund um die Uhr  
8157 Dielsdorf, Margritenweg 6  
Tel. 044 853 06 70, Fax 044 853 04 80

## Liegenschaften

**UtoNova AG**  
Bewirtschaftung, Beratung & Verkauf  
Dörflistrasse 50, 8050 Zürich  
Tel. 044 317 99 99, Fax 044 317 99 90  
[info@utonova.ch](mailto:info@utonova.ch), [www.utonova.ch](http://www.utonova.ch)

## Messebau/Beschriftungen

[www.messe-eichmann.ch](http://www.messe-eichmann.ch)  
Tel. 044 492 18 50, Fax 044 492 18 55

## Messebau/Leuchtreklamen

[www.swissdisplay.ch](http://www.swissdisplay.ch)  
Tel. 044 740 04 61, Fax 044 741 44 61

## Modellautos

[www.christianfreymodellautos.ch](http://www.christianfreymodellautos.ch)  
Oberlandstr. 6, 8712 Stäfa, 043 833 98 76

## Orientteppiche

**Abbas Hamidi Orientteppiche**  
Kauf – Reparaturen – Reinigung – Tausch  
Tel. 079 680 20 19  
[abbadygmbh@bluewin.ch](mailto:abbadygmbh@bluewin.ch)

## Public Relations

**Communicators AG**  
Corporate Communications,  
Finance & Investor Relations, Public  
Affairs, Verbands- + Standortmarketing  
Postfach, Wengistrasse 7, 8026 Zürich  
Tel. 0 444 555 666, Fax 0 444 555 660  
[info@communicators.ch](mailto:info@communicators.ch)  
[www.communicators.ch](http://www.communicators.ch)

## Rechtsberatung

**SBRS Rechtsanwälte**  
Sulger Büel Ringger Schaltegger  
Florastrasse 49, 8008 Zürich  
Tel. 044 387 56 00, [www.sbrs.ch](http://www.sbrs.ch)

## Treuhand/Buchhaltung

**Brunner Finanzen GmbH**  
General-Wille-Strasse, 8706 Meilen  
Tel. 043 843 99 89  
[www.brunnerfinanzen.ch](http://www.brunnerfinanzen.ch)

## Treuhand/Steuerberatung

**BDO AG**  
8031 Zürich, Fabrikstrasse 50  
Tel. 044 444 35 55, Fax 044 444 35 35  
Service-Nr. 0800 825 000  
E-Mail: [zo@bdo.ch](mailto:zo@bdo.ch), [www.bdo.ch](http://www.bdo.ch)

## Verlustschein-Management

[www.glada.ch](http://www.glada.ch)  
Erfolgreich + effizient Verlustscheine  
realisieren

## Versicherungen

**Optimalis AG**  
Versicherungsbroking und -treuhand  
Tel. 044 790 46 00, [www.optimalis.ch](http://www.optimalis.ch)

## Werbegrafik

[www.bosshard-grafik.ch](http://www.bosshard-grafik.ch)  
Werbung mit Schwung

## Zäune

**Früh Zäune GmbH**  
Tel. 044 830 63 60  
[www.frueh-zaeune.ch](http://www.frueh-zaeune.ch)

**Zaunteam –**  
**Ihr Partner für Zäune und Tore**  
[www.zaunteam.ch](http://www.zaunteam.ch), Tel. 0800 84 86 88

## Zeltvermietung

**Lenzlinger Söhne AG Uster**  
Tel. 058 944 58 58, [www.lenzlinger.ch](http://www.lenzlinger.ch)

✂️ **TOP-ADRESSEN in der «Zürcher Wirtschaft» – die günstigste Art zu werben – mindestens 20 000 Kontakte – monatlich!**

Bitte bestätigen Sie uns den folgenden Eintrag:  6 x  12 x (immer monatlich folgend!) – Bitte ankreuzen! Danke.

	Max. Zeichen	Totalpreis Fr. für 6 Ausgab.	Totalpreis Fr. für 12 Ausgab.	Adresse für Bestätigung und Rechnung:
Rubrik	28	gratis	gratis	Firma
Textzeile 1 (Firma)	28	95.–	165.–	Adresse
Textzeile 2	36	190.–	330.–	zuständig
Textzeile 3	36	285.–	495.–	Telefon
Textzeile 4	36	380.–	660.–	Fax
Textzeile 5	36	475.–	825.–	E-Mail
Textzeile 6	36	570.–	990.–	<b>Senden an:</b> KRETZ AG – Postfach – 8706 Feldmeilen oder Fax 044 925 50 77 oder <a href="mailto:info@kretzag.ch">info@kretzag.ch</a> , <a href="http://www.kretzag.ch">www.kretzag.ch</a>

Mindest-Bestellung: Rubrik (gratis) + 2 Textzeilen!

Der neue Audi A8

# Die sportlichste Limousine der Luxusklasse

Thomas Pfyffer, Redaktion «Zürcher Wirtschaft»

**Faszinierende Sportlichkeit, innovative Technologie und souveräner Komfort: Audi bringt die nächste Generation des A8 an den Start. Das neue Flaggschiff demonstriert den Vorsprung durch Technik, den die Marke für sich beansprucht.**

Mit seiner leichten Aluminiumkarosserie, seinen starken und hoch effizienten Motoren, dem weiter verbesserten Be-

diensystem MMI, den neuen Assistenzsystemen, den Voll-LED-Scheinwerfern und einem elegant gezeichneten Inte-

rieur, dessen Verarbeitung auf Manufaktur-Niveau liegt. Mit all diesen Technologien bietet der neue Audi A8 die perfekte Synthese aus Dynamik, Perfektion in Design und Verarbeitung und wegweisender Effizienz. Der A8 3.0 TDI mit Frontantrieb, der zu einem späteren Zeitpunkt folgt, emittiert nur 159 Gramm CO<sub>2</sub> pro Kilometer – mit 6,0 Liter Kraftstoff pro 100 km erzielt er den niedrigsten Verbrauch im Luxussegment.

## Ein technisches Kunstwerk

«Der neue Audi A8 ist die sportlichste Limousine in seinem Segment», sagt Rupert Stadler, Vorsitzender des Vorstands der AUDI AG. «Er verknüpft zahlreiche Funktionen auf neue, intelligente Art. Und er ist unübertroffen in der Formensprache und der Wertigkeit des Interieurs.»

Die neue Luxuslimousine, die Anfang

2010 zu den Händlern rollt, ist ein technisches Kunstwerk. Ihre elegant und kraftvoll gezeichnete Karosserie entsteht in der Audi Space Frame-Bauweise (ASF) aus Aluminium, sie wiegt etwa 40 Prozent weniger als ein vergleichbarer Aufbau aus Stahl. Das Interieur fasziniert durch eine neue, lichte Linienführung und eine kompromisslos hochwertige Verarbeitung voll Liebe zum kleinsten Detail. Der Komfort an Bord ist First Class – von der neuen, emotionalen Ambientebeleuchtung bis zu den luxuriösen, elektrisch verstellbaren Sitzen im Fond.

## Nur fahren müssen noch Sie

Der Audi A8 vereint einen neuartigen Grad an Intelligenz mit einer vorbildlich einfachen Bedienung. Sein Multi Media Interface MMI bringt eine bahnbrechende Innovation mit: Im Zusammenspiel mit dem optionalen Navigationssystem besitzt es ein Touchpad. Über das MMI touch kann der Fahrer viele Funktionen intuitiv steuern – beispielsweise kann er das Navigationsziel eingeben, indem er die Buchstaben auf das Pad zeichnet. Die MMI Navigation plus ist auf neuartige Weise mit den weiterentwickelten Assistenz- und Sicherheitssystemen vernetzt. Sie liest den Verlauf der Strecke im Voraus mit und stellt die Daten den Steuergeräten für das Automatikgetriebe, für die Scheinwerfer und für die ACC Stop & Go zur Verfügung. Mit ihrer gesteigerten Intelligenz können diese Systeme komplexe Szenarien erkennen und den Fahrer vorausschauend unterstützen. Nur fahren müssen Sie noch selbst.



## Deutscher «Design Oscar» für das Audi A5 Coupé

**Der Rat für Formgebung vergibt den «Designpreis der Bundesrepublik Deutschland 2010» an das Audi A5 Coupé. Damit geht die höchste offizielle Design-Auszeichnung in Deutschland bereits zum vierten Mal an ein Audi-Modell.**

Die Preisverleihung wird am 12. Februar 2010 im Rahmen der Eröffnung der «Ambiente – Internationale Frankfurter Messe» erfolgen. Insgesamt gingen 23 Produkte aus dem

Bereich Produktdesign aus dem renommierten Wettbewerb als Sieger hervor. «Das Audi-Design Team und ich freuen uns sehr über diese Auszeichnung. Sie bestätigt in ein-

druckvoller Weise die Designkompetenz der Marke. Das A5 Coupé bringt alle Gene für eine Designikone mit.

Schön, dass die Jury das auch so sieht», sagt Stefan Sielaff, Leiter Audi Design.





**KOMPETENTE  
UNTERSTÜTZUNG:**  
Ihre Bedürfnisse sind uns ein Anliegen –  
Qualität auch.

Die professionelle Leistung von BDO zeichnet sich durch Qualität, fachliche Kompetenz und Kenntnis der regionalen, nationalen und internationalen Gegebenheiten aus. Sie sind uns wichtig, deshalb ist bei uns eine Beratung individuell auf Ihr Unternehmen zugeschnitten.

Verlangen Sie weitere Informationen unter 0800 825 000 oder direkt bei

BDO AG · Fabrikstrasse 50 · 8031 Zürich  
Tel. 044 444 35 55 · zo@bdo.ch · www.bdo.ch

Prüfung · Treuhand · Beratung



579



**STEUER | VORTEIL**

**UNSERE  
STEUEREXPERTEN  
WISSEN, WORAUF SIE  
ACHTEN MÜSSEN.**

TREUHAND | SUISSE

www.treuhand-suisse-zh.ch  
Schweizerischer Treuhänderverband  
Sektion Zürich

536

tharo  
revisions  
ag

**Wirtschaftsprüfung  
Steuerberatung**

**Peter Roesler, dipl. Experte in  
Rechnungslegung und Controlling**


Brunnenstrasse 25  
8610 Uster

T 044 943 61 21  
www.tharo-revision.ch  
tharo@tharo-revision.ch

522




Treuhand  
Wirtschaftsprüfung  
Gemeindeberatung  
Unternehmensberatung  
Steuer- und Rechtsberatung  
Informatik - Gesamtlösungen



**EIGERNORDWAND.**

Stehen Sie am Berg? Die Route zur **optimalen Steuerlösung** erreicht in vielen Unternehmen höchsten Schwierigkeitsgrad. Lassen Sie sich von unseren Experten führen – wir bringen Sie mit schweizerischer Gründlichkeit ans Ziel.



OBT AG  
Hardturmstrasse 120  
8005 Zürich  
Tel. 044 278 45 00

**www.obt.ch**

521