

Nachrichten

Energie Alpiq-Finanzchef tritt nach 18 Monaten wieder ab

Banken Barclays streicht 19 000 Investmentbanking-Stellen

Die britische Grossbank Barclays streicht noch mehr Stellen als bereits bekannt.

Personalvermittlung Erholung in Europa hilft Adecco

Der grösste Arbeitskräftevermittler Adecco ist gut ins Jahr gestartet.

Geldpolitik EZB behält Leitzins vorerst bei

Bei der Geldpolitik der Europäischen Zentralbank (EZB) bleibt vorerst alles beim Alten.

Rivella kommt schräg rüber

Swissness Alexander Barth über Werbe- und Marktstrategien im Ausland

VON ROMAN HUBER

Dass Michael Mittermeier auf die Frage des deutschen Polizisten «Haben Sie getrunken?» eine Flasche Rivella zückt, hat seine guten Gründe.



Alexander Barth referiert in der Trafohalle in Baden.

Der Werbespot mit Mittermeier soll den Marktanteil des Schweizer Getränkes dank einer neuen Swissness auf dem deutschen Markt vergrössern.

markt gesichert, bringt Barth damit in Verbindung, dass man auf das traditionell Schweizerische beim Auftritt verzichtet habe.

Berge und Heimatgefühl

Tröstlich für Alexander Barth ist, dass Rivella unter den «Top 5» der Schweizer Traditionsmarken figuriert.

nalmannschaft. An keiner grossen Sportveranstaltung fehlt Rivella.

«Rivella hat auch in ländlichen Regionen einen grösseren Marktanteil als in der Urbanität, sagte Barth.

Advertisement for fire alarm systems (Brandmeldeanlagen) by Frey + Cie, featuring a fire alarm icon and contact information.

Tagesgewinner

Table listing top gainers in the market, including Swmtl Holding i.Liq with a +11.29% gain.

Tagesverlierer

Table listing top losers in the market, including Pelikan Hold. with a -10.43% loss.

Aktienmarkt Schweiz Inländische Titel vom 08.05.14

Main table of Swiss stock market data for domestic titles, listing titles, prices, and percentage changes.

Table of Swiss stock market data for foreign titles, listing titles, prices, and percentage changes.

Table of Swiss stock market data for foreign titles, continuing the list of titles and prices.

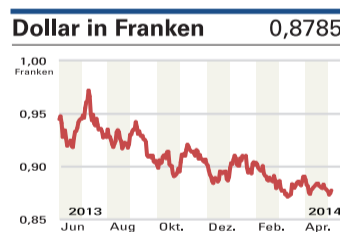
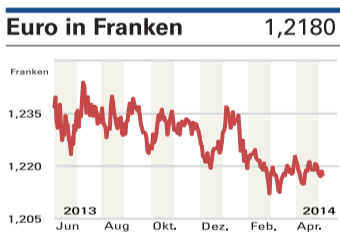


Table of exchange rates (Devisenkurse) for Euro, USA, England, and Japan.

Table of precious metals and raw materials (Edelmetalle / Rohstoffe) prices.

Börsenkommentar

Der Schweizer Aktienmarkt hat den Handel am Donnerstag im Plus beendet.

(+1,8 Prozent), nachdem das Bundesverwaltungsgericht die Weko-Sanktion gegen den Konzern aufgehoben hatte.

Advertisement for finanzenverlag, a financial publication.



Die rund 330 Forumsteilnehmer bekommen in der Trafohalle ein dichtes Programm an Referaten serviert.

Wie viel Schweiz soll es denn sein?

Baden Am KMU Swiss Forum referierten und diskutierten Wirtschaftsleute über Swissness

VON ROMAN HUBER (TEXT)
UND EMANUEL FREUDIGER (FOTOS)

Heidi, Matterhorn und Schokolade reichen heute längst nicht mehr aus, um die Swissness eines Produktes herauszustrichen und auf internationalem Boden erfolgreich zu sein. Ebenso können Schweizer Produzenten Qualität und Präzision nicht mehr allein für sich beanspruchen. Forum-Initiant Armin Baumann hatte ein aktuelles Thema gewählt: «Swissness: Entität oder Identität – Wie viel Swissness erträgt der Markt, wann ist sie unterstützend, wann kontraproduktiv?»

Ohne dass er direkt Schuldige ansprechen wollte, wies Baumann auf mangelnde Qualität von Produkten oder Dienstleistungen sowie Verhaltensweisen von Firmen im internationalen Umfeld hin, die der Swissness auch schaden würden. Die Schweizer Politik wurde dabei nicht ausgeklammert, womit zweifellos die Annahme der Masseneinwanderungsinitiative mitgemeint war.

Mit rund 330 Vertreterinnen und Vertretern von Schweizer Unternehmen ist das Interesse am insgesamt 12. KMU Swiss Forum etwas hinter den Auflagen in den Vorjahren zurückgeblieben. Zwar standen einige interessante Referentinnen



«Nach einer Niederlage immer wieder aufstehen – einmal mehr als man hingefallen ist.»

Katja Porsch, Verkaufs- und Erfolgsexpertin

und Referenten auf dem Programm, wenn auch die ganz grossen Namen diesmal ausblieben. Erneut führte Hugo Bigi durch das Programm und entlockte den Referenten mit gezielten Fragen weitere Statements.

Tradition und Innovation

Für Networking blieb den Tagungsteilnehmern im Trafo während der Pausen sowie beim Mittags-Steinlunch genügend Zeit zur Verfügung.



«Es ist wie in der Politik: Man merkt erst hinterher, welche Flaschen man gewählt hat.»

Bruno Hartmann, Weinbau Hartmann AG

«Es ist wie in der Politik: Man merkt erst hinterher, welche Flaschen man gewählt hat», nahm Rebauer Bruno Hartmann ein geflügeltes Wort zum Einstieg. Er zeigte auf, wie sich sein Familienunternehmen mit Tradition und steter Innovation erfolgreich gehalten hat.

Innovation und Neudefinition von Swissness gehört zum Alltag von Pascal Jenny, Tourismusdirektor von Arosa. Der ehemalige Spitzenhand-

baller schilderte, wie der traditionelle Tourismus trotz steigender Freizeitaktivitäten gegen rückläufige Zahlen kämpft. Um Swissness geht es auch beim Getränkehersteller Rivella. Wie schwer es ist, damit auf dem ausländischen Markt Fuss zu fassen, schilderte Alexander Barth, VR-Präsident der Rivella-Gruppe.

Den Frauenanteil hielt das Forum zumindest am Rednerpult hoch. Barbara Messmer, Verwaltungsratsmitglied der Firma wb form AG (Wohnbedarf) und VR-Präsidentin deren Schwestergesellschaft eröffnete den Reigen. Sie referierte zur Bedeutung der Swissness im Bereich von Designermöbeln, deren Bestandteile doch zu einem erheblichen Teil aus dem Ausland stammen würden.

Mit Franziska Tschudi Sauber, VR-Delegierte und CEO der Wicor-Gruppe (Elektrotechnologie), zeigte die Attribute auf, die von Industriekunden mit Swissness heute verbunden würden. «Nach einer Niederlage immer wieder aufstehen – einmal mehr als man hingefallen ist», lautet die Devise von Katja Porsch. Sie stellte die Motivation ins Zentrum. Den Abschluss der Referenten bildete Peter Maritz, der bei ABB Schweiz mit der Generatorschalter Fabrik in Oerlikon den Industrie Award «Beste Fabrik Europas» gewann.

Randnotizen



Das Netzwerk von **Armin Baumann**, Initiant und Organisator des KMU Swiss Forum, ist heute zweifellos beträchtlich. So staunt man immer wieder, welche Leute er ans Rednerpult seines Forums bringt. Es war zwar diesmal kein Reinhold Messner dabei, doch immerhin figurierten klingende Namen in seinem Programm. Den einen oder andern habe er **beim Golfspiel getroffen** und dabei für ein Referat gewinnen können, gestand Baumann schmunzelnd.

Mit **Alexander Barth** hatte er tatsächlich einen Topcrack aus dem Aargau vom Golfplatz ins Trafo geholt. Der aktuelle Bezug zu seiner Firma und der Zeitpunkt konnten kaum besser gewählt sein. Erst vor kurzem hat der Rothristler Getränkehersteller seine neuen **Produkte Rivella Pfirsich und Rivella Rhabarber** präsentiert.



Quasi zum Inventar des KMU Swiss Forum gehört mitunter **Moderator Hugo Bigi**. Er definierte als Schweizer mit zur Hälfte italienischen Wurzeln



gleich die Swissness: Offenheit und Leidenschaft würden sicher dazugehören, wobei er auch Offenheit gegenüber andern Kulturen meinte. Bigi ist überzeugt, dass die Schweiz vom Multikulturellen profitieren könne. Er sei übrigens bis 2020 als Moderator gebucht, sagt er schalkhaft.

Als Gastgeber darf auch **Roberto Scheuer**, Geschäftsführer der Trafo Betriebs AG, vom Forum profitieren. Er schätze am Forum unter anderem die Professionalität. Damit meinte er in aller Bescheidenheit den Organisator. Doch in dieser Partnerschaft wird nicht minder die Professionalität der Trafo-Küche geschätzt, welche die Teilnehmenden einmal mehr freundlich mit vorzüglichen Häppchen verwöhnte.



Dann gibt es diejenigen, die hier mit den KMU auf Augenhöhe gehen und wichtige Kontakte knüpfen. Unter diesen befindet sich auch das **Hightech-Zentrum Aargau**, das mit **Helen Dietsche** vertreten war. (–RR–)

Was Swissness und Deutschtum unterscheidet

Baden Er nahm im Trafo den Begriff der Swissness auseinander: Der Psychoanalytiker und Satiriker Peter Schneider.

VON DAVID EGGER (TEXT)
UND EMANUEL FREUDIGER (FOTO)

Für Peter Schneider ist Swissness vor allem eine Werbemarke. «Man kann es ruhig Marketingpatriotismus nennen», sagt der Kolumnist, Satiriker und Psychoanalytiker Peter Schneider. Patriotismus werde dann unangenehm, wenn er ins Politische gedreht wird, so Schneider. Er wurde in Deutschland geboren und lebt seit 32 Jahren in Zürich, mittlerweile ist er Schweizer Bürger. Dass Swissness nichts mit den Genen zu tun habe, ist für ihn klar: «Es ist ein englischer Begriff. Englisch ist die Sprache der Werbung.» Im Marktplatz-Gespräch



Der gebürtige Deutsche Peter Schneider: «Swissness ist ansteckend.»

mit Moderator Hugo Bigi stellte er fest, dass es im Ausland keine vergleichbaren Werbemarken gebe. «Es gibt keine «Germanness». Und

Deutschtum ist das Gegenteil von sexy», so Schneider. «Mit dem Swissness-Hype gab es auch bei den Traditionen einen Modernisierungs-

schub», sagt Schneider. «Damit ist die Schweiz keine Jodelmarke mehr. Swissness ist eine urbane Marke.» Welche Produkte repräsentieren das? «Freitagstaschen und Unterwäsche von Zimmerli», so Schneider. Für ihn ist klar: «Swissness ist ansteckend». Zu Beginn des Gesprächs hinterfragte er auch seine Rolle als Psychoanalytiker: «Wir gehen nicht in die Tiefe, sondern beschäftigen uns mit der Oberfläche und den Brüchen, die man dort findet.» Moderator Bigi dazu: «Genau wie die Medien.»

Der «Marktplatz» als Ausklang der KMU-Tagung bot neben dem Gespräch mit Schneider die Möglichkeit mit dem Badener Stadtrat ins Gespräch zu kommen, der in voller Besetzung ins Trafo kam. Hugo Bigi zog vor dem Gespräch ein Fazit: «Die Schweiz als Sonderfall ist eher negativ konnotiert. Besonders darf die Schweiz aber weiterhin sein.»

INSERAT

palle + partner ag
persönlich. prompt. preiswert.

**IHR DACH-
UND SPENGLER
PARTNER**

Spenglerei, Dach- und Fassadenbau
Inhaber A. Zoppi
5314 Kleindöttingen
T 056 245 77 50, F 056 245 77 54
www.pallapartner.ch

TOP
LEHR-
BETRIEB