# **FARBEN NEWS**

### **III/DEZEMBER 2021**

OFFIZIELLES ORGAN DES VERBANDES SCHWEIZERISCHER FARBENFACHHÄNDLER (VSF)
ORGANE OFFICIEL DE L'ASSOCIATION PROFESSIONNELLE SUISSE DES COMMERÇANTS EN PEINTURE (ASCP)







TRADITION & INNOVATION

MADE IN GERMANY

www.davinci-defet.com

GV 2022 AG 2022

# **GV 2022 – neuer Präsident gesucht**

Kürzlich konnten die Mitglieder des VSF ihre Meinung zur GV-Ausgabe 2022 abgeben. Auf die Frage, ob statt physisch eine digitale GV bevorzugt würde, antworteten gerade mal 5% mit ja. Über 50% würden an der nächsten GV wieder persönlich teilnehmen wollen.

# AG 2022 – Recherche d'un nouveau président

Récemment, les membres de la L'ASCP ont pu donner leur avis sur l'édition 2022 de l'AG. A la question de savoir si une AG numérique serait préférable à une AG physique, à peine 5% ont répondu par l'affirmative. Plus de 50% d'entre eux souhaiteraient à nouveau participer personnellement à la prochaine AG.



Mit diesem Stimmungsbarometer auf dem Tisch, der ganz klar das Bedürfnis nach einem persönlichen Zusammenkommen aufzeigt, diskutierte der VSF-Vorstand an seiner Endjahressitzung über das Ausgabeformat der nächstjährigen GV. Aufgrund der aktuell sich wieder zuspitzenden Gesamtsituation rund um die COVID-19 Pandemie kein leichtes Unterfangen.

Trotz aller Widrigkeiten sprach sich das leitende VSF-Gremium einstimmig für eine Durchführung der GV im physischen Format aus. Wann immer möglich, und hier richtet sich der Verband klar nach den BAG-Richtlinien, wird die nächste Generalversammlung am

### **Samstag, 21. Mai 2022**

stattfinden. Als Austragungsort wurde Glattfelden, im schönen Zürcher Unterland und umrahmt von Wald und Fluss gelegen, ausgewählt.

### Zuerst die Arbeit - dann das Vergnügen

Der GV-Anlass wird am Samstagnachmittag mit der Abarbeitung der statutarischen Geschäfte starten und abends mit einem Galadinner und dem gemütlichen Geniessen beendet. Wer den Abend C'est avec ce baromètre de l'humeur – qui montre clairement le besoin d'une rencontre personnelle - que le comité de l'ASCP a discuté, lors de sa réunion de fin d'année, du format d'édition de l'AG de l'année prochaine. En raison de l'aggravation de la situation générale actuelle autour de la pandémie COVID-19, ce n'est pas une mince affaire.

Malgré toutes ces difficultés, le comité de l'ASCP s'est prononcé à l'unanimité en faveur de la tenue de l'AG sous format physique. Dans la mesure du possible, et si l'association se conforme clairement aux directives de l'OFSP, la prochaine assemblée générale aura lieu le

### samedi 21 mai 2022

à Glattfelden. Glattfelden est une petite ville proche de Zurich, entourée de forêts et d'une rivière.

### D'abord le travail – ensuite le plaisir

La manifestation de l'AG commencera le samedi après-midi par le traitement des affaires statutaires et se terminera le soir par un dîner de gala et un moment de détente. Ceux qui souhaitent profiter de la soirée sans souci et ne prendre le chemin du reGV 2022 AG 2022

unbeschwert geniessen und die Heimfahrt erst am nächsten Tag antreten möchte, hat die Gelegenheit, im Hotel zu übernachten und den Sonntag zum Beispiel mit einem Spaziergang im Grünen ausklingen zu lassen.

Der VSF-Vorstand ist guter Dinge, dass im nächsten Mai die Gesamtsituation soweit unter Kontrolle ist, dass dieser Zusammenkunft – immer mit den nötigen Massnahmen gemäss BAG – nichts mehr im Wege steht.



tour que le lendemain ont la possibilité de passer la nuit à l'hôtel et de terminer le dimanche par une promenade dans la verdure, par exemple. Le comité de l'ASCP a bon espoir qu'en mai prochain, la situation générale sera suffisamment sous contrôle pour que plus rien ne s'oppose à cette rencontre, toujours avec les mesures nécessaires selon l'OFSP.

#### Année des élections

L'ordre du jour de la prochaine AG

comportera également des «élections». Outre la réélection de l'ensemble du comité directeur, il faudra également élire un nouveau président. Les personnes intéressées par cette fonction passionnante sont priées de prendre directement contact avec le secrétariat, Madame Alexandra Kunz.

L'ensemble du comité directeur se réjouit d'ores et déjà de pouvoir accueillir tous les membres de l'industrie et du commerce à l'AG 2022. Le nouveau format, réduit à une journée, s'intégrera mieux – nous l'espérons - dans l'un ou l'autre agenda et permettra d'y participer. On peut se réjouir d'un événement passionnant et agréable avec des collègues de la branche.

### Wahljahr

Die Traktandenliste der nächsten GV wird ebenfalls «Wahlen» beinhalten. Neben der Wiederwahl des Gesamtvorstandes wird auch ein neuer Präsident gewählt werden müssen. Interessenten für dieses spannende Amt sind gebeten, sich mit der Geschäftsstelle, Frau Alexandra Kunz, direkt in Verbindung zu setzen.

Der gesamte Vorstand freut sich bereits heute, alle Mitglieder aus Industrie und Handel an der GV 2022 begrüssen zu dürfen. Das neue, auf einen Tag reduzierte Format wird sich – so die Hoffnung – besser in die eine oder andere Agenda einfügen lassen um eine Teilnahme zu ermöglichen. Es darf sich auf einen spannenden und genüsslichen Anlass mit Branchenkolleginnen und -kollegen gefreut werden.



# cP

### Datenschutz: Wir sind alle betroffen

Das neue Datenschutzgesetz wird voraussichtlich in etwa einem Jahr in Kraft treten. Es wird keine Übergangsfrist geben und alle Unternehmen müssen sich darauf einstellen, strengere Anforderungen an die Erhebung und Verarbeitung personenbezogener Daten zu erfüllen.

### Unternehmen müssen sich jetzt vorbereiten

Der Datenschutz ist in letzter Zeit durch mehrere Cyberangriffe auf Daten von Unternehmen oder Behörden in die Schlagzeilen geraten. Doch auch wenn es beim Schutz dieser Daten vor Hackern noch Fortschritte zu machen gibt, dürfen die anderen gesetzlich vorgeschriebenen Schutzanforderungen nicht vernachlässigt werden. Denn in diesem Bereich stehen erhebliche Veränderungen an. Die Schweiz hat sich vorgenommen, ihr aus dem Jahr 1992 stammendes Datenschutzgesetz zu revidieren, um es an die wachsende Bedeutung der Digitalisierung und an die Entwicklung der europäischen Regelungen anzupassen. Das neue Datenschutzgesetz (DSG) wurde im September 2020 formell verabschiedet.

Das ursprünglich für Anfang 2022 vorgesehene Inkrafttreten wurde nun auf Ende 2022 oder Anfang 2023 verschoben. In einer Reihe von Durchführungsverordnungen, die im Sommer in die Vernehmlassung geschickt wurden und deren endgültiger Inhalt daher noch nicht bekannt ist, müssen noch verschiedene Details ausgearbeitet werden. Es ist jedoch wichtig, dass sich die Unternehmen jetzt vorbereiten. Das neue Gesetz sieht keine Übergangsfrist vor, und sobald das Datum des Inkrafttretens bekannt ist, bleibt wenig Zeit, sich darauf einzustellen. Alle Unternehmen sind davon betroffen, unabhängig von ihrer Grösse oder ihrem Tätigkeitsbereich. Es sei auch daran erinnert, dass der rechtliche Rahmen für den Datenschutz nicht nur für die Kundendaten eines Unternehmens gilt, sondern auch für die Daten seiner Mitarbeitenden. Einige auslandorientierte Unternehmen halten sich heute bereits an die europäische Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und müssen nur noch wenige Anpassungen vornehmen. Die anderen müssen unverzüglich eine Bestandesaufnahme der in ihrem Besitz befindlichen Daten und der von ihnen vorgenommenen Datenverarbeitung vornehmen.

# Ein Minimum an Daten, ein Maximum an Transparenz

Das neue Gesetz sieht eine Reihe von Verpflichtungen vor. Insbesondere muss eine Bestandesaufnahme gemäss «Art. 12 Verzeichnis der Bearbeitungstätigkeiten» erstellt werden, d. h. eine allgemeine Beschreibung der verschiedenen Datenverarbeitungstätigkeiten.

Diese Verpflichtung sollte durch eine einfache Empfehlung für KMU ersetzt werden, sofern sie nicht in grossem Umfang sensible Daten (biometrische, medizinische, finanzielle, strafrechtliche, politische oder religiöse Daten) verarbeiten oder ein risikoreiches Profiling betreiben. Im Allgemeinen unterliegen sensible Daten zusätzlichen Anforderungen wie z. B. bei der Zustimmung oder bei der Weitergabe an Dritte. Die Verarbeitung sensibler Daten sowie die Verarbeitung grosser Datenmengen muss einer Folgenabschätzung unterzogen werden. Ausserdem muss sichergestellt werden, dass bei der Datenverarbeitung die Datenschutzvorschriften standardmässig und von vornherein eingehalten werden. Jedes neue Projekt muss diesen Anliegen von Beginn weg Rechnung tragen, indem es vor allem sicherstellt, dass nur notwendige Daten erhoben werden und dass alle Verarbeitungen ausdrücklich und aktiv von den betroffenen Personen gebilligt werden (bei einer Internetregistrierung sind beispielsweise vorausgefüllte Kontrollkästchen nicht mehr zulässig). Jede/r hat das Recht, die sie/ihn betreffenden Daten zu erfahren, sie wiederherzustellen oder ihre Löschung zu verlangen. Schliesslich muss jede Verletzung personenbezogener Daten, die ein Risiko für die Betroffenen darstellt (Data Hacking), den Betroffenen und den Behörden gemeldet werden.

### Eine sich auszahlende Bemühung

Die Einhaltung all dieser Anforderungen bedarf organisatorischer Massnahmen, sorgfältig definierter Verfahren und sogar einer Sensibilisierung der Mitarbeitenden. Die neue Gesetzgebung sollte nicht auf die leichte Schulter genommen werden, da Verstösse mit einer Strafe von bis zu 250 000 Franken geahndet werden können – eine Strafe, die sich nicht gegen das zuwiderhandelnde Unternehmen, sondern gegen die für den Datenschutz verantwortliche Person (z. B. ein Mitglied der Geschäftsleitung oder des Verwaltungsrates) richtet.

Für Unternehmen und Verbände wirft die Umsetzung des neuen DSG noch viele Fragen auf. So ist es wünschenswert, dass die Behörden rasch praktische Leitfäden, Beispiele und Modelle bereitstellen, Sollte diese Entwicklung als Hindernis für die Digitalisierung und die Innovation bei der Nutzung von Daten betrachtet werden? Nein. Vielmehr ist sie eine Voraussetzuna für die Akzeptanz Digitalisierung und der Innovation durch den Einzelnen. Die Erhebung von Daten und ihre mehr oder weniger komplexe Verarbeitung sind weiterhin möglich, wenn die betroffenen Personen ordnungsgemäss informiert werden, den Zweck der Verarbeitungen verstehen und davon überzeugt werden können, ihre Zustimmung zu geben. Überzeugungsarbeit ist notwendig, sie wird sich in Form von Transparenz und Vertrauen ausbezahlt machen.

Autor: Pierre-Gabriel Bieri Übersetzung: Olivier Savoy Quelle: Centre Patronal, Bern, 13.10.2021 www.centrepatronal.ch

Das Inkrafttreten des neuen Gesetzes muss von praktischen Informationen der Behörden begleitet werden. In der Zwischenzeit kann die von Economiesuisse veröffentlichte «Charta für einen verantwortungsvollen Umgang mit Daten» als Referenzdokument für die einzuhaltenden Regeln dienen:

www.economiesuisse.ch/de/datenwirtschaft

### **Kunden lieben Coupons**

Gutscheine sind nicht nur ein effektives Mittel, um neue Kunden zu gewinnen, sie binden auch den bereits vorhandenen Kundenstamm oder bewegen ihn zu neuen Käufen. Längst sind Coupons nicht mehr nur in physischer Form anzutreffen, sondern immer häufiger auch digital. Sie bieten vielfältige Möglichkeiten und sollten deshalb einen festen Platz im Media-Mix haben.

### Wegen Corona noch wichtiger

Wer hat's erfunden? Coca Cola! Der erste dokumentierte Coupon stammt von dem US-Süssgetränkehersteller. Um sein Produkt zu promoten, liess er im Jahr 1887 unzählige Coupons an Kunden verteilen. Die sprangen sofort darauf an. Damit war der Grundstein für Couponing als effektives Marketingtool gelegt. Und es hat bis heute nichts von seiner Attraktivität eingebüsst. Vor allem seit dem Ausbruch von Corona gewinnen diese verkaufsfördernden Massnahmen noch stärker an Bedeutung. Erneut setzt CocaCola auf dieses Instrument, mobilisiert damit Kundinnen und Kunden erfolgreich und unterstützt die Gastronomiebetriebe.

### Seit Jahren ein Renner - physisch und digital

Dabei entwickelte sich die Nutzung von Coupons auch im Jahr vor der Pandemie schon prächtig, wie der Report «Der Couponing-Markt in Deutschland» darlegt. Demnach erhöhte sich die Zahl der im Handel und von Markenherstellern verteilten Coupons auf 20 Milliarden, ein Anstieg von elf Prozent im Vergleich zum Vorjahr. In der Praxis zeigt sich, dass nicht nur physische Coupons, sondern auch digitale Versionen funktionieren. Sie sind auf dem Vormarsch und machen laut der «Mobile in Retail 2019»-Studie 20 Prozent des Couponing-Marktes aus. Tendenz steigend. Coupons werden immer häufiger über E-Mail-Newsletter versandt, auf Webseiten platziert sowie in Apps ausgespielt. Händler lieben sie, vor allem Mobile Coupons lassen sich via App (Einverständnis vorausgesetzt) direkt aufs Smartphone übermitteln, liefern Informationen über die Interessen und Vorlieben ihrer Kundschaft und können sogar Geodaten einbeziehen. Mit diesen Daten können Unternehmen ihre CRM-Systeme füttern und die Couponing-Angebote besser auf die Kundenwünsche zuschneiden. Das mindert Streuverluste und erhöht Umsatzpotenziale.

### Die richtige Strategie macht sich bezahlt

Doch wer Coupons in den Marketing-Mix integrieren möchte, sollte sich im Vorfeld genau überlegen, welche Ziele erreicht werden sollen. Denn ob ein Gutschein funktioniert, hängt vorrangig von der strategischen Zielsetzung ab. Hier sind grundlegende Fragen zu klären: Möchte man neue Kunden akquirieren? Wird damit die Kundentreue belohnt und die Kundenbindung gestärkt? Sollen Bestandskunden zurückgewonnen werden? Will

### Les clients apprécient les bons

Les bons de réduction sont un moyen efficace de gagner de nouveaux clients, mais aussi de fidéliser les clients existants et de les inciter à faire de nouveaux achats. Cela fait bien longtemps qu'on ne trouve plus seulement des bons sous forme physique, mais de plus en plus sous forme numérique. Ils offrent de multiples possibilités et devraient donc avoir une place fixe dans le media-mix.

### Encore plus importants à cause du COVID

Qui les a inventés? Coca-Cola! La première mention d'un bon apparaît chez fabricant d'eaux gazeuses aux USA en 1887, année où il en a distribué un nombre considérable pour faire la promotion de son produit. La clientèle s'est ruée dessus. Les bases du couponing en tant qu'outil efficace de marketing étaient posées. Et depuis, les bons n'ont plus perdu de leur attrait. Ces moyens de promotion des ventes ont pris encore plus d'importance depuis l'irruption du COVID dans nos vies. Une nouvelle fois, Coca-Cola mise sur cet instrument, mobilise ainsi les clients et soutient les restaurateurs.

### Un franc succès depuis des années, sous forme physique et numérique

Le recours aux coupons s'était déjà fortement développé l'année précédant la pandémie, selon un rapport allemand. D'après cette étude, le nombre de coupons distribués par les enseignes et les margues s'est élevé à 20 milliards, soit 11% de plus que l'année précédente. La pratique montre qu'à côté des bons physiques, les bons numériques fonctionnent aussi. Ils sont en progression et représentent 20% des bons promotionnels, à en croire l'enquête «Mobile in Retail 2019», avec une tendance à la hausse. Les coupons sont de plus en plus diffusés via une newsletter par e-mail, disponibles sur un site internet ou déposés sur une application. Ces derniers sont particulièrement appréciés des commerçants qui, au moyen d'une application (sous réserve du consentement du client), les envoient directement sur le smartphone, en retirent des informations sur les intérêts et les préférences de leur clientèle et peuvent même y associer leur géolocalisation. Ces données alimentent les systèmes CRM des entreprises et permettent d'adapter les offres de couponing aux souhaits des clients. La perte de diffusion en est amoindrie et le chiffre d'affaires potentiel augmente.

### Une stratégie correcte porte ses fruits

Cependant, avant d'intégrer les coupons dans son marketing-mix, le commerçant doit réfléchir aux buts qu'il veut atteindre: sa réussite dépend de son objectif stratégique. Il doit clarifier les points fondamentaux suivants: veut-il acquérir de nouveaux clients? Veut-il récompenser la fidélité des clients actuels? Veut-il réactiver d'anciens clients? Ou veut-il promouvoir man den Absatz eines bestimmten Produktes befeuern oder den Wert des Warenkorbs erhöhen?

Für jeden Zweck den geeigneten Coupon

Um Neukunden zu gewinnen, eignen sich am besten Rabatt-Coupons. Diese Pre-Sales-Massnahmen gewähren einen Preisnachlass auf ein Produkt oder ein Sortiment und geben dem Konsumenten das Gefühl, dass er sich mehr leisten kann. Die Folge: Er gibt mehr aus, als ursprünglich geplant – das erhöht den Umsatz. Dabei eignen sich Prozente vor allem bei tiefpreisigen Produkten, bei hohen Preisen wirkt ein Nennwert, wie beispielsweise «20 Franken Rabatt», attraktiver. Er sollte allerdings an einen Mindestbestellwert gekoppelt sein. Beliebt sind auch Bundling-Coupons. Hier bekommt der Kunde zum Beispiel drei Stück zum Preis von zweien. Diese Zugabe von Gratisartikeln hilft, den Absatz eines Produktes anzukurbeln. Häufig werden zusammen mit der Quittung auch sogenannte After-Sales-Coupons ausgegeben. Dieser Treuebonus wird gezielt eingesetzt, um Stammkunden zu generieren.

### Worauf Sie beim Couponing achten müssen

Ob Sie neue Kunden gewinnen, bestehende binden oder Ihre Verkäufe ankurbeln wollen: Coupons sind für all das ein geeignetes Instrument, das sich steigender Beliebtheit erfreut. Wir haben für Sie die Erfolgsfaktoren zusammengestellt.

### So steigern Sie die Konversionsrate

Im Bereich Couponing gibt es einige Stellschrauben, mit denen der Wert des Warenkorbs gesteigert werden kann. Dazu zählt beispielsweise die Rabatthöhe. Doch Vorsicht: Wer seine Kundschaft ständig mit preissenkenden Coupons ködert, sorgt dafür, dass sie nicht mehr zum regulären Preis kaufen. Auch die Produktkategorie kann entscheidend sein: Coupons für Produkte des täglichen Bedarfs werden vermutlich eher eingelöst als für solche, die man nur selten braucht, wie beispielsweise für Bademoden. Unser Tipp: Achten Sie auch auf die Gültigkeitsdauer. Es ist sinnvoll, diese zu begrenzen. Sie vermitteln Konsumenten den Eindruck, etwas zu verpassen, wenn sie die Coupons nicht einlösen. Ist der Rahmen jedoch zu eng gesteckt, wird der Gutschein in vielen Fällen ungenutzt bleiben, besonders, wenn er kurz nach einer Bestellung ausgespielt wird. Über Einlösung oder Verfall des Coupons kann auch der Zeitpunkt und die Art der Zustellung entscheiden.

### Messen Sie den Erfolg

Doch wie genau misst man den Erfolg dieses Marketinginstruments? Bei Papier-Coupons erkennen Händler am Rücklauf, wie viele Kunden beim Einkauf davon Gebrauch gemacht haben. Abhängig vom eingesetzten System sind sehr detaillierte Auswertungen möglich. Noch einfacher geht das beim E-Couponing: Jeder Kunde kann, sofern er damit einverstanden ist, beispielsweise durch einen individuellen Code getrackt werden. So lässt sich nachverfolgen, welcher Kunde den Coupon eingelöst hat und welcher nicht.

Quelle: www.post.ch

Der Leitfaden mit den Erfolgsfaktoren Couponing steht kostenlos zum Download zur Verfügung. www.post.ch/212-leitfaden-couponing

les ventes d'un produit déterminé ou augmenter le montant du panier d'achats?

### Le coupon adapté à chaque besoin

Le coupon de réduction est le moyen idéal pour acquérir de nouveaux clients. Cette mesure pré-ventes octroie une réduction sur un produit ou un assortiment et donne au consommateur le sentiment qu'il peut s'en offrir davantage. Avec pour conséquence un achat plus important que ce qu'il avait prévu initialement, donc un chiffre d'affaires plus élevé. Une réduction en pour-cent est particulièrement indiquée pour des produits à bas prix. Lorsque le prix est élevé, une indication de valeur comme «20 francs de rabais» s'avère plus attrayante. Elle devrait toutefois être liée à un montant minimum d'achat. Les offres du type trois pour deux sont également très appréciées. L'ajout d'un article gratuit contribue à relancer la vente d'un produit. On distribue aussi fréquemment des bons dits «after-sales coupons» avec le ticket de caisse. Ce bonus de fidélité est à utiliser de manière ciblée afin de fidéliser les clients.

### Points à prendre en compte avec le couponnage

Que vous souhaitiez acquérir de nouveaux clients, fidéliser des clients existants ou stimuler vos ventes: dans tous ces cas, les coupons sont un moyen approprié qui gagnent en popularité. Nous avons réuni à votre intention les facteurs de réussite.

#### Comment améliorer le taux de conversion

Les bons nécessitent quelques ajustements afin d'augmenter la valeur du panier d'achats, par exemple, du montant de la réduction. Mais la prudence s'impose: lorsque l'on appâte sans cesse la clientèle avec des réductions, on court le risque de ne plus la voir faire ses achats au prix effectif. Le type de produit joue également un rôle: des bons pour des produits d'usage quotidien seront sans doute utilisés plus rapidement que ceux pour des articles dont on a besoin plus rarement, comme un maillot de bain. Notre conseil: veillez également à la durée de validité. On s'avisera de la limiter pour donner l'impression aux consommateurs qu'ils ratent quelque chose en ne retirant pas leur dû. Toutefois, si leur durée de validité est trop courte, le coupon restera dans bien des cas inutilisé, notamment s'il est délivré peu de temps après une précédente commande. Le moment et la manière de distribuer un bon peuvent aussi être déterminants.

### Mesurez la réussite

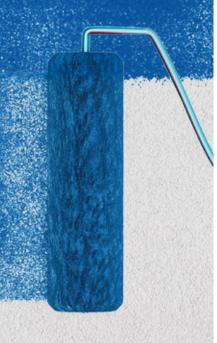
Mais comment mesurer exactement le succès de cet instrument de marketing? Lorsqu'il s'agit de bons physiques, on recense le nombre de coupons échangés lors de l'achat. Selon le système, il est possible d'effectuer des analyses très détaillées. C'est encore plus simple dans le cas de coupons numériques: chaque client peut être suivi, dans la mesure où il a donné son consentement, par exemple à l'aide d'un code personnel, permettant de vérifier s'il en a fait usage ou non.

Source: www.post.ch

Le guide des facteurs de réussite du couponing peut être téléchargé gratuitement. www.post.ch/212-leitfaden-couponing

# TESTENSIE UNSERE NEUEN BAUFARBEN JETZT KOSTENLOS!









QR-Code scannen oder auf www.baufarben-teknos.ch gehen und bestellen

### «Ich war schon seit Ewigkeiten in keinem Laden mehr!»

Der Boom des Onlineshoppings wird die Coronakrise überdauern: Man stehe erst am Anfang einer neuen Ära, sagt Florian Teuteberg, Chef von Digitec Galaxus. Verbesserungspotenzial sieht er beim Einkaufserlebnis.



Herr Teuteberg, der Onlinehandel boomt. Das grösste Schweizer Onlinewarenhaus Digitec Galaxus gehört zu den Corona-Gewinnern. Wie geht es Ihnen dabei?

Es ist schwierig, in dieser Situation als grosser Gewinner dazustehen. Es gilt, so rasch als möglich durch die Krise zu kommen. Positiv am Onlinehandel ist für mich, dass die Leute weiter einkaufen können und sich keinem Ansteckungsrisiko aussetzen.

## Die Krise trifft den stationären Handel besonders stark.

Detailhändler, die schon vorher über ein Onlinestandbein verfügten, kommen relativ gut über die Runden. Die anderen haben einen Trend verschlafen. Insofern hat die Coronakrise diesen Prozess nur beschleunigt.

### Welche Produkte laufen in der Coronakrise auf Digitec Galaxus überraschend gut?

Zu Beginn der Pandemie waren Masken, Desinfektionsmittel und Toilettenpapier stark gefragt. Danach rüsteten sich die Leute mit Heimelektronik fürs Homeoffice und Homeschooling aus – aber auch Gartenartikel, Sportgeräte, Werkzeuge, Möbel und Gesellschaftsspiele waren begehrt.

# Wie bewältigten Sie die Lieferengpässe zu Beginn des Lockdowns im März?

Der Lockdown hat uns völlig überrascht. Kurzfristig waren wir nicht in der Lage, die grosse Nachfrage zu bewältigen. Doch wir sind gut durchgekommen – mehr als ein paar Tage waren wir nie im Rückstand. Glücklicherweise konnten wir damals zeitgleich eine neue Vertriebsanlage in Betrieb nehmen. Fürs Weihnachtsgeschäft haben wir dann massiv Personal in der Logistik und im Kundendienst aufgestockt.

### Wenn Sie an die Anfänge von Digitec vor 20 Jahren zurückdenken: Wie hat sich das Onlineshopping verändert?

Damals kauften nur Technikfreaks und Sparfüchse online ein. Heute ist es die breite Masse: Die Kunden haben eine riesige Auswahl an Produkten, erhalten eine Beratung und können ein Produkt problemlos umtauschen, wenn sie nicht zufrieden sind. Im Zentrum steht heute das Einkaufserlebnis. Zudem erfasst der Onlinehandel immer mehr Sparten – vor 20 Jahren hätte ich mir nicht vorstellen können, dass man einmal Kleider, Möbel und Werkzeuge im Internet kauft.

### Früher musste man für jedes Produkt auf eine andere Website – heute bieten Plattformen alles Mögliche an.

Ja. Dieser Gedanke hat uns 2012 dazu bewogen, Galaxus zu gründen – als digitales Warenhaus. Der Plattformgedanke beinhaltet aber auch, dass wir nicht mehr alles selber machen wollen, sondern den Kunden direkt auch Produkte von anderen Anbietern vermitteln.

Sie haben ein riesiges Logistikzentrum im Kanton Aargau. Wie behalten Sie

# die Übersicht über die Tausende von Produkten?

Das sieht dort auf den ersten Blick ziemlich chaotisch aus – hat aber System. Um das Lager optimal zu nutzen, lagern wir die Produkte nach Frequenz und Grösse statt nach Kategorien wie Küchenzubehör oder Tierbedarf.

# Setzen Sie in Ihrer Logistik auch künstliche Intelligenz ein?

Ja, bei den Robotern, welche die Ware aus den Lagerregalen picken. Auch für die Prognosen der benötigten Lagerbestände setzen wir auf künstliche Intelligenz.

Vieles im Lager läuft aber noch manuell. Von insgesamt 2000 Mitarbeitenden arbeitete vor Weihnachten rund die Hälfte in der Logistik. Vor einem Jahr waren es noch 500. Ist dies der Corona-Effekt?

Ja, wobei wir zuletzt jedes Jahr um etwa 30 Prozent gewachsen sind. Allerdings schwankt der Personalbestand stark – im Sommer arbeiten jeweils nur halb so viele bei uns in der Logistik wie vor Weihnachten.

# Wo arbeiten die restlichen 1000 Mitarbeitenden?

Im Kundendienst, im Service, in den Filialen, in der Softwareentwicklung, im Category-Management, im Marketing, in den Finanzen und im HR.

### In der Coronakrise rekrutierten Sie Personal aus der Event- und Reisebranche, zum Beispiel von Hotelplan. Wie klappt das?

Das klappt hervorragend. Event-Leute können anpacken, und Reiseberater sind eine sehr gute Unterstützung im Kundendienst.

# Es scheint also, dass man Arbeitskräfte rasch aus anderen Branchen einsetzen kann?

Ja, das funktioniert gut in der Schweiz. Zumindest immer dann, wenn es der Wirtschaft gut geht. Das Ende der Arbeit ist nicht in Sicht. Trotzdem: Gewisse Berufe würde ich einem Schulabgänger nicht mehr empfehlen.

### Welche?

Heikel ist der kaufmännische Bereich. Dort werden einfache Aufgaben wie Daten prüfen und verarbeiten zusehends automatisiert.

# Ihr Jahresumsatz liegt bei über einer Milliarde Franken – Tendenz steigend. Was halten Sie von der Aussage: Wer im Markt überleben will, ist zu Wachstum verdammt?

Für unsere Branche stimmt das grundsätzlich. Man braucht eine gewisse Grösse, um einen kundenfreundlichen Onlineshop mit tiefen Preisen zu betreiben. Dennoch gibt es immer erfolgreiche Nischenanbieter – etwa im Modebereich.

# Wie können Sie gegenüber Riesen wie Amazon und Aliexpress bestehen?

Es hat Platz für mehrere Onlineplattformen – auch in der Schweiz. Die These «The winner takes it all» stimmt nicht. Die ganz grossen Plattformen setzen vor allem auf ein riesiges Angebot und günstige Preise. Wir hingegen auf Qualität und Emotionen – die persönliche Note eben. Wir beraten die Kunden oder investieren viel Zeit in Produktbeschriebe, damit sich die Kunden gut informieren können. Ein weiterer Unterschied ist die Community: Auf unserer Plattform kann man sich mit anderen Menschen über Produkte austauschen.

### Sind die Kleinheit der Schweiz sowie die Nichtmitgliedschaft in der EU für Sie eine Einschränkung oder ein Vorteil?

Es gibt beide Seiten: Wir profitieren davon, dass die Ware der Konkurrenz nicht so einfach in die Schweiz hineinkommt. Umgekehrt ist es für uns schwieriger, in

die EU zu expandieren. Grundsätzlich sind wir aber für offene Märkte. Unser Anliegen ist es, das Preisgefüge in der Schweiz demjenigen im Ausland anzugleichen. Und mit Digitec haben wir das Preisniveau in der Schweiz gesenkt – zumindest für Elektronikartikel.

### Warum waren die Preise für Computerprodukte bei Ihrer Firmengründung vor 20 Jahren so hoch in der Schweiz?

Die Händler und Zwischenhändler schlugen hohe Margen drauf. Wir hingegen konnten die Margen tief halten, weil wir kaum Kosten hatten. Wir wohnten in der Wohnung unserer Eltern und bezahlten uns nur kleine Löhne. Entsprechend waren unsere wassergekühlten Computergehäuse aus den USA, die man fürs Gaming brauchte, halb so teuer wie im stationären Handel.

### Sie sind vom Computerfachgeschäft zu einem Warenhaus mit über 3 Millionen Artikel geworden. Diversifizieren Sie Ihr Angebot immer weiter?

Das Angebot bauen wir sicher weiter aus. Aber Digitec Galaxus wird nicht plötzlich zum Cloudanbieter oder zur Streamingplattform. Allerdings haben wir unsere Plattform als sogenannten Marktplatz schon länger für externe Anbieter geöffnet – so können wir deutlich mehr Produkte anbieten. Zudem sehen wir uns je länger, je mehr auch als Medienunternehmen.

### Wie meinen Sie das?

Wir sehen uns als Fachmagazin, das wertvolle Infos zu Produkten bietet und Hintergrundgeschichten erzählt. So haben wir 20 Journalisten angestellt, die Beiträge für uns verfassen und diese auf unserer Seite und in den sozialen Medien teilen. Damit wollen wir neue Kunden ansprechen und zu Diskussionen unserer Community anregen.

### Wie wichtig war der Einstieg der Migros bei Digitec Galaxus im Jahr 2012?

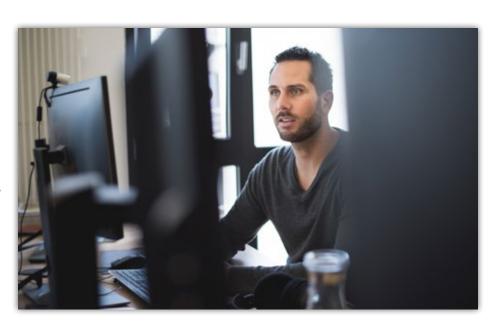
Uns würde es heute in dieser Grösse ohne die Migros nicht geben.

### Auf Galaxus.ch und Digitec.ch findet man die identischen Produkte und Kommentare der Nutzer. Warum setzen Sie auf zwei Plattformen?

Wir können die Kunden mit zwei Marken zielgerichteter ansprechen. Wir machen kein Geheimnis daraus, dass es sich um ein und dieselbe Firma handelt.

### Seit Beginn weg punkten Sie mit tiefen Preisen. Ist Digitec Galaxus ein Discounter?

Nein, wir sehen uns nicht als Discounter. Wir bieten mehr als nur einen günstigen Preis – einen einzigartigen Onlineshop etwa mit unserem Kundendienst, den Abholstandorten in den Städten und mit der Kulanz beim Umtauschen.



### Sie sind bekannt für Ihre auffällige Werbung. Welches Zielpublikum sprechen Sie an?

Unser Motto lautet: «Fast alles für fast jede\*n». Von Jugendlichen bis Senioren – alle kaufen bei uns ein. Auf Galaxus ist auch der Geschlechteranteil ausgeglichen, bei Digitec sind es mehr Männer.

### In Ihrer Werbung setzen Sie auch auf klassische Formen wie Fernsehen, Kino und Plakate. Warum?

Wir wollen sichtbar sein für alle. Mit reiner Onlinewerbung erreichen wir nur jene, die sowieso schon online sind. Zudem kann man in einer klassischen Kampagne andere Geschichten erzählen als auf einem Smartphone-Display, wo die Aufmerksamkeitsspanne einen Bruchteil einer Sekunde beträgt.

### Häufig ist die Rede von «Death by Amazon»: Wird Amazon nach den stationären Händlern auch alle anderen Onlineanbieter fressen?

Das glaube ich nicht. Netzwerkeffekte sind wichtig – aber letztlich nicht alles. Das sieht man gerade bei den sozialen Medien. Facebook hat ja nicht alles plattgemacht.

# Wird es überhaupt noch physische Läden geben?

Wir stehen erst am Anfang der Ära des Onlinehandels: In Zukunft wird mehr online als stationär eingekauft. Dennoch verschwinden die physischen Läden nicht. Es gibt Kunden, die wollen ein Produkt anfassen. Diese erreichen wir online nicht.

#### Eine Variante wären Showrooms.

Ja, das mag sein. Für mich braucht es aber kein physisches Geschäft mehr. Ich war schon seit Ewigkeiten in keinem Laden mehr. Doch für mich ist klar: Das Potenzial beim Onlineshopping ist noch längst nicht ausgeschöpft. Es braucht mehr Inspiration und eine noch bessere Beratung. Wichtig sind personalisierte Vorschläge, wie wir dies auf der Startseite oder im Newsletter machen.

# Variieren die Preise je nach Nutzer und Tageszeit?

Wir kennen keine individualisierten oder nach Tageszeit optimierten Preise. Unsere Preise sind aber dynamisch – das heisst, sie hängen von täglich millionenfach ändernden Einkaufspreisen und den Wettbewerbspreisen ab.

### Seit 2018 ist Digitec Galaxus auch in Deutschland aktiv. Wie schafften Sie es – als in Deutschland mehr oder weniger unbekannte Plattform – die nötige Grösse zu erreichen?

Wir mussten in Deutschland nicht bei null beginnen: Die Website, das Diskussionsforum, die Produktbewertungen und das Know-how – all das war ja schon vorhanden. So konnten wir den deutschen Nutzern bereits ab dem ersten Tag einen Mehrwert bieten.

### Warum der Schritt über die Grenze?

Der Markt in der Schweiz ist längerfristig zu klein. Gleichzeitig sind wir überzeugt, dass wir mit Digitec Galaxus über ein international konkurrenzfähiges Produkt verfügen. Deutschland ist nicht das Ende der Reise. Von Deutschland aus können wir in die ganze EU liefern. Der Verkauf in Hamburg und die Logistik in Krefeld sind dafür die Basis.

# Expansion ins Ausland, komplexe Logistik, ein eigenes Mobiltelefonabo und CO<sub>2</sub>-Kompensation: Die Liste Ihrer Projekte ist lang – wie schlafen Sie?

Tipptopp. Ich muss zum Glück nicht alles allein machen. Ich kann auf ein super Team zählen. Unsere Firmenkultur baut darauf, dass auf allen Ebenen Projekte selbstständig vorangetrieben werden.

# Woraus schöpfen Sie nach fast 20 Jahren Kraft?

Wir sind noch nicht am Ziel: Das Online-Einkaufserlebnis kann man weiter verbessern. Zudem bedingt ja der Wandel auch immer Anpassungen meinerseits – langweilig wird mir also nicht.

Interview von Guido Barsuglia, Chefredaktor, Die Volkswirtschaft Nachdruck mit freundlicher Genehmigung aus Die Volkswirtschaft 1–2/2021.



### Florian Teuteberg

Florian Teuteberg ist Chef und Mitgründer von Digitec Galaxus, des grössten Schweizer Onlinewarenhauses. Seit 2015 hält die Migros-Gruppe 70 Prozent am Unternehmen, das zur Weihnachtszeit rund 2000 Mitarbeitende beschäftigt. Die Geschäftsidee entstand vor 20 Jahren mit seinen Gaming-Freunden und Mitstudenten Oliver Herren und Marcel Dobler, die auch an der Hochschule für Technik in Rapperswil studierten. Anfänglich verkaufte Digitec vor allem Computerzubehör. Florian Teuteberg ist 42 Jahre alt und wohnt in Zürich.





**Permafix 224 – elastischer Dämmschaum für den Bau-Profi.** Eignet sich zum Füllen von Hohlräumen und Fugen. Er absorbiert Bauteilbewegungen und ist dabei dreimal so flexibel wie handelsübliche PU-Schäume. Das All-Season-Produkt lässt sich auch bei kalten Temperaturen von bis zu –10 °C verarbeiten. Interessiert? Fragen Sie uns einfach an: 071 844 12 12.

# So geht Berufsbildung schon bald... sehr bald!

Wollte man den Bildungstag 2021 der Förderstiftung polaris von Ende September in einen Slogan giessen, böte sich etwa «aktuell + konkret» an. Themen waren die Reform der Detailhandelslehre «verkauf 2022+» und die neue Berufslehre E-Commerce mit EFZ. Dabei wurde klar: Die Vordenkerinnen und Fitmacher der Branche haben sich von der Corona-Starre nicht erfassen lassen – im Gegenteil!

# Voici comment la formation professionnelle se déroulera bientôt, très bientôt!

En deux mots, la journée de la formation 2021 de la fondation polaris à fin septembre pourrait se résumer par «actuel + concret». Les sujets traités ont été la réforme de l'apprentissage dans le commerce de détail «vente 2022+» et le nouvel apprentissage e-commerce avec CFC. Clairement, le covid-19 n'a tétanisé ni les leaders d'opinion, ni les metteurs en forme de la branche, au contraire!



Erstmals seit der globalen Vollbremsung konnten sich die Berufsbildenden der Branche in Luzern wieder physisch begegnen! Das alleine war vielleicht schon die Reise wert – ganz sicher aber die Infos zum Stand der Berufsbildung. Die Aktualität der Themen vermochte denn auch viele Tagungsbesucher\*innen aus der Westschweiz nach Luzern zu locken. Danilo Pasquinelli, Leiter Berufsbildung bei Swissavant, zeigte sich hocherfreut über die Resonanz in der Romandie. Und wenn Stiftungsratspräsident Christian Fiechter seinerseits die insgesamt 130 Anwesenden mit einem trockenen «Es gibt uns noch!» begrüsste, ist das seiner gewohnt unprätentiösen Art zuzuschreiben. Diese Zurückhaltung als pandemische Passivität zu deuten, wäre jedoch schlicht falsch. Denn, Lockdown hin oder (lieber nicht mehr) her: Es bewegt sich viel bei der Berufsbildung. Sehr viel!

#### **Wandel als Konstante**

Und das muss es auch, denn das wirtschaftliche Umfeld verändert sich. Virus-bedingt noch schneller als bisher, wo man Corona

Pour la 1ère fois depuis l'arrêt universel, les formateurs de la branche ont de nouveau pu se rencontrer en personne! Déjà rien que cette opportunité valait sans doute le voyage – mais certainement les informations sur l'état de la formation professionnelle. L'actualité des sujets a également motivé de nombreux participants de Suisse occidentale à faire le voyage de Lucerne. Danilo Pasquinelli, s'est vivement félicité de l'écho obtenu en Suisse romande. Si Christian Fiechter, président du conseil de fondation, a accueilli les quelque 130 participants en affirmant sèchement «nous existons encore», ce n'était que l'expression de son habituelle modestie naturelle. Confondre cette attitude réservée avec une passivité due au confinement serait toutefois une grossière erreur. En effet, indépendamment du confinement, il y a du mouvement dans la formation professionnelle. Beaucoup de mouvement!

#### Le changement comme constante

C'est d'ailleurs nécessaire, vu l'évolution du contexte économique. Sous l'effet du virus, le changement est encore plus rapide



lediglich mit Bier assoziierte. «Die letzten beiden Jahre haben einen enormen Wandel mit sich gebracht», so Fiechter. «Nach der Pandemie werden wir alte Einkaufsgewohnheiten nicht mehr leben – nicht mehr leben wollen!» Statt in den Laden zu gehen, bestellt man heute praktisch alles mit wenigen Klicks von zuhause aus. Die Gefahr sei gross, dass die Kunden aus schlichter Gewöhnung für immer den Geschäften fernblieben. «Darauf müssen wir rechtzeitig und richtig antworten!» - Der rasante Wandel wurde auch von Keynote-Speaker Robert Heinzer bestätigt. Als Chief Human Resources Officer bei Victorinox ist er an vorderster Front dabei, wenn es um die Erkennung von Trends und Entwicklungen in der Arbeitswelt geht. So handfest und bodenständig ein Sackmesser ist, so fortschrittlich sind die Visionen, Strategien und Prozesse der Innerschweizer Messerschmiede. Heinzer nennt die Digitalisierung die «Vierte industrielle Revolution». Im Kern gehe es heute um die Datenvernetzung von IT und Software mit mechanischen und elektronischen Komponenten – also von allem mit allem. Um digital an der Spitze mithalten zu können, sieht er drei Kompetenzfelder, in denen künftig auszubilden ist:

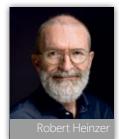
- Basiskompetenzen, die man sich on-the-job eigenverantwortlich aneignet. So etwa die Nutzung von Collaboration Tools (z. B. Office 365), Social Media im Geschäft oder das Erkennen von Phishing E-Mails.
- Fachspezifische Kompetenzen zur Einführung, Betreuung und Weiterentwicklung digitaler Prozesse wie Big Data & Smart Data, Internet of Things, Künstliche Intelligenz, Additive Fertigung oder die 5G-Technologie.
- Management-Kompetenzen: Moderne Führungskräfte müssen disruptive Entwicklungen frühzeitig erkennen und Geschäftsmodelle neu gestalten können. Sie verstehen die Chancen und Risiken der digitalen Transformation und können diese konstruktiv und teamorientiert nutzen.

qu'avant, quand le mot Corona ne faisait penser qu'à de la bière. «Les deux dernières années ont entraîné un gigantesque changement», selon Monsieur Fiechter. «Après la pandémie, nos vieilles habitudes d'achat ne reviendront pas, elles sont révolues!» Aujourd'hui, au lieu d'aller au magasin, les clients commandent presque tout en quelques clics depuis chez eux. Le risque est grand de voir les clients cesser pour toujours et par habitude de fréquenter les magasins. «Nous devons y donner à temps une bonne réponse!» – dans son exposé, l'orateur principal, Robert Heinzer, a confirmé lui aussi la vitesse du changement. En tant que directeur des ressources humaines chez Victorinox, il est en première ligne pour repérer les tendances et les évolutions dans le monde du travail. Si tangible et terre-à-terre que soit un couteau de poche, les visions, stratégies et processus du fabricant de couteaux de Suisse centrale sont au contraire progressistes. Heinzer qualifie la numérisation de «4ème révolution industrielle». En essence, on assiste aujourd'hui à la mise en réseau de données informatiques et logicielles avec des composants mécaniques et électroniques. Pour pouvoir rester en tête du peloton dans le numérique, il distingue trois domaines de compétences qui, à l'avenir, demandent une formation:

- les compétences de base acquises individuellement sur le tas.
   Par exemple: utiliser des outils collaboratifs, les médias sociaux en entreprise ou détecter des e-mails de hameçonnage;
- l'expertise technique spécifique pour introduire, entretenir et développer les processus numériques tels que les mégadonnées et leur traitement, l'Internet des objets, l'intelligence artificielle, la fabrication additive et la technologie 5G;
- des compétences de gestionnaire: les cadres dirigeants modernes doivent savoir détecter le plus tôt possible des développements disruptifs et concevoir de nouveaux modèles d'entreprise. Ils comprennent les opportunités et les risques liés à la transformation numérique et savent s'en servir constructivement dans un esprit d'équipe.

# «Wir haben vor zwei Jahren etwa 2% unseres Umsatzes online gemacht. Heute sind es 30%!»

Robert Heinzer, Chief Human Ressources Officer, Victorinox AG, Ibach/SZ



«Il y a deux ans, nous avons réalisé environ 2% de notre chiffre d'affaires en ligne, Aujourd'hui ce sont 30%!»

Robert Heinzer, directeur des ressources humaines, Victorinox AG, Ibach/SZ

Heinzer bilanzierte weiter: «Die Pandemie hat uns einen enormen Schub verliehen!» So sei die Führung von Mitarbeiter\*innen im Homeoffice eine ganz neue Disziplin geworden: Transparenz und Vertrauen hätte eine neue Bedeutung bekommen, was die «soziale Kompetenz» in Ergänzung der genannten drei Kompetenzen als Führungsinstrument ins Zentrum rücke. Insofern böten sich Firmenkultur und individuelles Mindset (Denkweise, Geisteshaltung, Mentalität) als fruchtbare Böden für ein erfolgreiches Change Management an. Böden, die unbedingt und von kleinen und grossen Unternehmungen gleichermassen zu beackern seien: «Umsichtig und Vorausschauend, denn die Zukunft kommt nicht einfach. Wir gestalten sie!»

Continuant à dresser un bilan, Monsieur Heinzer a dit: «La pandémie nous a donné une puissante impulsion!» Ainsi, diriger du personnel travaillant à domicile est devenu une toute nouvelle discipline. La transparence et la confiance ont reçu un tout nouveau sens, ajoutant la «compétence sociale» aux trois compétences précitées comme instrument central de direction. Sur ce point, la culture d'entreprise et l'état d'esprit individuel (façon de penser, attitude face aux défis, mentalité) offrent un sol fertile pour réussir la gestion du changement. Tant les petites que les grandes entreprises sont nécessairement appelées à cultiver ce sol. «Avec circonspection et clairvoyance, car l'avenir ne viendra pas tout seul. Nous lui donnons forme!»

## Reform «verkauf 2022+»: Eine gute Ausbildung wird noch besser

Wandel verlangt Wandel! Die immer rascheren Veränderungen in unserer Gesellschaft lassen sich nicht aufhalten. Rechtzeitige Trenderkennung und durchdachte Massnahmen schützen jedoch vor Marginalisierung und einem uneinholbaren Rückstand. Die Reform der Detailhandelsausbildungen «verkauf 2022+» verfolgt genau dieses Ziel.

### «Wir sind gerne für Sie da und unterstützen Sie jederzeit bei Fragen und Problemen rund um die Reform!»

Danilo Pasquinelli, Leiter Berufsbildung, Swissavant (Mandatsträger der VSF-üK's)



# Réforme «vente 2022+»: une bonne formation se perfectionne

Le changement exige le changement! Nous ne pouvons pas empêcher notre société de se transformer toujours plus vite. En détectant les tendances à temps et en prenant des mesures adéquates, nous nous protégeons contre la marginalisation et un retard impossible à rattraper. La réforme des formations dans le commerce de détail «Vente 2022+» vise précisément ce but.

«Nous sommes volontiers à votre disposition et nous vous soutenons en tout temps en cas de questions et de problèmes concernant la réforme!»

Danilo Pasquinelli, responsable de la formation professionnelle, Swissavant

«Die aktuelle Detailhandelslehre gibt es seit 2005. Mit zehn- bis fünfzehntausend Lernenden sollte unsere Ausbildung immer 'up to date' sein. Mehr noch: Sie muss!» Danilo Pasquinelli, Leiter Berufsbildung bei Swissavant, führte die Zuhörerschaft gewohnt eloquent durch die Neuerungen eben dieser Detailhandelsausbildung. Der Reformtitel «verkauf 2022+» signalisiert das zeitliche Ziel: Die modernisierte Berufsausbildung wird ab August 2022 konkret umgesetzt.

### 4 + 2 = mehr Erfolg

Zum Einstieg skizzierte Pasquinelli den Werdegang der Reform. Er betonte dabei ausdrücklich das gute Funktionieren der bestehenden Ausbildung: «Wir stellen Bewährtes nicht einfach auf den Kopf. Die Reform verstärkt, ergänzt und aktualisiert vielmehr erprobte Inhalte, um diese zeitgemäss und praxisorientiert zu vermitteln.» Bereits 2017 – also noch lange vor Corona – wurden die Bedürfnisse des Detailhandels mittels Umfrage erhoben. Daraus hat man die gewünschten Handlungskompetenzen definiert, die man jungen Berufsleuten ab dem Jahr 2022 mitgeben will.

Pasquinelli berichtete von vier Handlungskompetenzbereichen (a bis d) und von zwei neuen Schwerpunkten (e und f). Beibehalten will man den professionellen Umgang mit Kunden (Handlungskompetenz a: Gestalten von Kundenbeziehungen) und eine hochstehende Betreuung des gesamten Angebots (b: Bewirtschaften und Präsentieren von Produkten und Dienstleistungen). Ebenso bleiben die interne und externe Fachausbildung (c: Ein-

«L'apprentissage actuel dans le commerce de détail existe depuis 2005. Avec dix à quinze mille apprentis, notre formation devrait, ou mieux encore, doit être constamment à jour!». Danilo Pasquinelli, responsable de la formation professionnelle chez Swissavant, a passé en revue, avec son éloquence habituelle, les nouveautés de cette réforme dont le titre «vente 2022+» marque le calendrier: la formation professionnelle de base modernisée sera mise en œuvre concrètement à partir d'août 2022.

### 4 + 2 = plus de succès

Monsieur Pasquinelli a commencé par décrire le parcours de la réforme, en soulignant expressément le bon fonctionnement de la formation actuelle. «Nous ne mettons pas simplement sens dessus dessous tout ce qui a fait ses preuves. Au contraire, la réforme renforce, complète et met à jour des contenus éprouvés pour les transmettre de façon moderne et axée sur la pratique.» En 2017 déjà, bien avant le coronavirus, un sondage a permis d'évaluer les besoins du commerce de détail. Ensuite, nous avons défini les compétences opérationnelles souhaitables que nous voulons transmettre aux jeunes professionnels à partir de 2022.

Monsieur Pasquinelli a cité quatre domaines de compétences opérationnelles (a à d) et deux nouveaux centres de gravité (e et f). Le comportement professionnel vis-à-vis des clients sera maintenu (compétence opérationnelle a: donner forme aux relations avec les clients) ainsi que le suivi efficace de la totalité de l'offre (b: gestion et présentation des produits et services).

La formation professionnelle interne et externe (c: intégration et



bringen und Weiterentwickeln von Produkte- und Dienstleistungskenntnissen) sowie eine lebendige Kommunikation und Verantwortung (d: Interagieren im Betrieb und in der Branche) als Handlungskompetenzen auf dem Wunschzettel.

Zumindest in dieser expliziten Ausformulierung neu ist das Betreuen, Überraschen und Verwöhnen der Kundschaft (e: Gestalten von Einkaufserlebnissen) sowie die Pflege des Online-Shops als mittlerweile unverzichtbarem Kanal (f: Betreuen von Online-Shops).

Die vier erstgenannten Handlungskompetenzbereiche (a bis d) gelten für Fachleute EFZ und Assistent\*innen EBA des Detailhandels gleichermassen. Einer der beiden Schwerpunkt-Handlungskompetenzbereiche e und f (Einkaufserlebnisse und Online-Shop) werden ausschliesslich von den Absolvent\*innen der dreijährigen EFZ-Ausbildung erarbeitet.

### e und f: Antworten auf aktuelle Herausforderungen

Das «Gestalten von Einkaufserlebnissen» (Handlungskompetenzbereich e) ist die eine neu definierte Disziplin im Mehrkampf um Marktanteile und stabile Umsätze.

Was ist gemeint? Die jungen Menschen sollen in der Lage sein, anspruchsvolle Kundenbegegnungen konstruktiv und fruchtbar zu arrangieren. Die Gesprächsführung auf hohem Niveau ist hier das Thema. Weiter sollen sie produkt- und dienstleistungsorientierte Erlebniswelten kreieren können. Und sie sollen eine verlässliche Hilfe sein bei Kundenanlässen, Verkaufspromotionen oder Messeauftritten. Im Idealfall können sie diese sogar selbstständig vorbereiten und durchführen. Hier geht es also um die «hohe Schule» des Verkaufens im persönlichen Kundenkontakt.

Die betriebliche Ausbildung bei Kompetenz e findet auf der Verkaufsfläche, im Büro und im Lager statt.

Mindestens ebenso wichtig ist die «Betreuung von Online-Shops» (Handlungskompetenzbereich f). Die Artikeldatenpflege, die Auswertung von Onlineverkäufen und des Kundenverhaltens sowie die gepflegte Warenpräsentation im Online-Shop gehören dazu.

### Wahlmöglichkeiten bestehen weiterhin

Heute lassen sich bei der Detailhandelslehre die beiden Richtungen «Beratung» (Fachgeschäft) oder «Bewirtschaftung» (Grossfläche) wählen. Diese Alternativen gibt es neu nicht mehr. Die Reform verkauf 2022+ sieht stattdessen die Wahl zwischen «Gestalten von Einkaufserlebnissen» (Handlungskompetenzbereich e) und «Betreuen von Online-Shops» (Handlungskompetenzbereich f) vor.

Diese Wahlmöglichkeit berücksichtigt wie bisher unterschiedliche Unternehmensgrössen und -charakteristika sowie persönliche Neigungen der Lernenden. Im Schwerpunkt «Einkaufserlebnisse» (e) lässt sich durchaus eine Vertiefung der bisherigen Ausbildungsrichtung «Beratung» erkennen. Die «Betreuung von Online-Shops» (f) hingegen ist neu. Die Lernenden dieser Richtung sind im 3. Lehrjahr während sechs bis neun Monaten nicht mehr auf der Verkaufsfläche oder im Lager tätig, sondern arbeiten sich im Backoffice in die digitalen Geschäftsaufgaben ein.

Diese Richtung setzt voraus, dass der Betrieb sowohl einen etablierten Online-Shop als auch die entsprechende Fachkompetenz zum Ausbilden im Hause hat. Wo Online-Shops extern betreut werden, kann diese Ausbildung wegen dem Bezug zum eigenen Ladengeschäft eher aufwendig werden. Lehrbetriebsverbünde im

perfectionnement de connaissances des produits et services) ainsi qu'une communication vivante et la responsabilité (d: interaction dans l'entreprise et la branche) resteront également au menu.

La nouveauté, dans cette formulation explicite, réside dans le suivi, la surprise et le chouchoutage de la clientèle (e: conception d'expériences d'achat) et dans l'entretien du magasin en ligne comme canal de vente devenu indispensable entre temps (f: entretien du magasin en ligne).

Les quatre premiers domaines de compétences opérationnelles précités (a à d) sont valables tant pour les professionnels avec CFC que pour les assistant(e)s AFP du commerce de détail. En revanche, les apprentis qui suivent la formation CFC de trois ans devront assimiler l'un des deux principaux domaines de compétences opérationnelles e ou f (expériences d'achat ou magasin en ligne).

#### e et f: réponses aux défis actuels

La «conception d'expériences d'achat» (domaine de compétence e) est l'une des disciplines nouvellement définies dans le polyathlon pour des parts de marché et des chiffres d'affaires stables. Qu'est-ce que cela signifie? Les jeunes devront être capables d'organiser des rencontres constructives et fructueuses avec une clientèle exigeante, dans le but de mener des entretiens à haut niveau. De plus, ils devront non seulement savoir créer des mondes d'expériences axés sur des produits et des services, mais aussi fournir une sérieuse assistance lors d'événements clients, de promotions commerciales et de participations à des foires. Dans le cas idéal, ils pourront même les préparer et les réaliser de façon autonome. Il s'agit donc ici du «grand art» de la vente en contact personnel avec les clients. La formation en entreprise pour la compétence e a lieu dans l'espace de vente, au bureau et dans l'entrepôt. L'«entretien d'un magasin en ligne» est au moins aussi important (domaine de compétence opérationnelle f). Il comprend la gestion des données d'articles, l'analyse des ventes en ligne et du comportement des clients ainsi que la présentation soignée des marchandises dans le magasin en ligne.

#### **Options maintenues**

Aujourd'hui, l'apprentissage dans le commerce de détail permet de choisir entre l'orientation «conseils» (commerce spécialisé) et «gestion» (grandes surfaces). Ces options n'existeront plus. La réforme «vente 2022+» prévoit de les remplacer par la «conception d'expériences d'achat» (domaine de compétences opérationnelles e) et la «gestion de magasins en ligne» (domaine de compétences opérationnelles f).

Ce choix tient compte, comme auparavant, des différentes tailles et caractéristiques des entreprises ainsi que des penchants personnels des apprentis. On s'aperçoit sans peine que le domaine «expériences d'achat» (e) représente un approfondissement de l'ancienne orientation de formation «conseils». En revanche, le domaine «gestion de magasins en ligne» (f) est nouveau. En 3ème année, les apprentis ayant choisi cette orientation ne travailleront plus dans l'espace de vente ou l'entrepôt, mais exécuteront des tâches de gestion numérique au bureau.

Cette orientation présuppose que l'entreprise dispose à la fois d'un magasin en ligne bien établi et du personnel compétent nécessaire pour donner la formation correspondante. Si la boutique en ligne est gérée en externe, cette formation pourrait s'avérer Detailhandel könnten jedoch gangbare Wege sein, dennoch Lernende mit dem Schwerpunkt «Online-Shops» auszubilden.

Die Entscheidung für einen der beiden Schwerpunkte e und f ist durch den Betrieb bereits bei Abschluss des Lehrvertrags zu treffen. Wenn Betriebe beide Schwerpunkte anbieten, wird pro Lehrvertrag ein Schwerpunkt festgelegt. Stand heute soll ein nachträglicher Schwerpunktwechsel jedoch möglich sein. «Dieser flexible Ansatz berücksichtigt die raschen Entwicklungen im Online-Handel», erklärte Pasquinelli.

### Weitere strukturelle Neuerungen

Einige Änderungen bei der Reform sind eher äusserlich, andere substanziell. Die bisherigen «Leistungsziele» heissen neu «Handlungskompetenzen». Die drei Lernorte Betrieb, Berufsfachschule und üK bleiben als solche bestehen, erfahren aber teilweise strukturelle Änderungen.

So gibt es mehr üK-Tage (EFZ 14 Tage, EBA 10 Tage). Ebenso ändert das Schultagemodell (neu 1,5-2-1 Schultage pro Lehrjahr). Die Berufsschulen arbeiten nicht mehr mit Fächern, sondern mit Handlungskompetenzbereichen. Analog werden beim Qualifikationsverfahren statt Fächer die Handlungskompetenzen geprüft.

Die allgemeine Branchenkunde ABK an den Schulen wird es nicht mehr geben, die spezielle Branchenkunde in den üK hingegen ausgebaut. Und im Betrieb bekommt die Lerndokumentation deutlich mehr Gewicht. Sie wird digitalisiert: «Lernende und Ausbildende habe künftig über ein Login eine gemeinsame Plattform zum Nachweis der Leistungen und zur periodischen Standortbestimmung.»

Die Lerndokumentation ist neu notenwirksam für die Schlussprüfung und deshalb zwingend zu führen. Beim Qualifikationsverfahren (QV, früher LAP) zählt die praktische Prüfung im Betrieb (Verkaufsgespräch EFZ 90 Minuten, EBA 60 Minuten) neu als Fallnote. Dies bedeutet: Mit einer Praxisnote unter 4,0 gilt die gesamte Prüfung als nicht bestanden. – Die Änderungen im Zuge der Reform «verkauf 2022+» sind hier nicht vollständig aufgeführt.

Vertiefende Informationen und die Präsentationen zum polaris Bildungstag 2021 sind unter www.swissavant.ch abrufbar. Ausserdem gilt seitens der Berufsbildung beim VSF für die ganze Branche und bei sämtlichen Fragen zur Reform verkauf 2022+ stets: «Wir sind für Sie da!»

coûteuse suivant la relation avec le magasin concerné. Toutefois, en s'associant, plusieurs entreprises formatrices du commerce de détail pourraient réaliser une solution praticable pour former malgré tout des apprentis ayant choisi l'orientation «magasin en ligne». Il appartient à l'entreprise formatrice de choisir l'une des deux orientations au moment de conclure le contrat d'apprentissage. Si elle offre les deux orientations, elle doit fixer une orientation pour chaque contrat d'apprentissage. Dans l'état actuel, il devrait toutefois être possible de changer d'orientation aprèscoup. «Cette souplesse tient compte de l'évolution rapide du commerce en ligne», déclare Monsieur Pasquinelli.

### **Autres innovations structurelles**

Certains changements introduits par la réforme sont plutôt d'ordre cosmétique, d'autres sont substantiels. Les anciens «objectifs de performance» s'appellent désormais «compétences opérationnelles». Les trois lieux de formation que sont l'entreprise, l'école professionnelle et les CIE restent, mais subissent partiellement des modifications structurelles.

Ainsi, le nombre de jours de CIE augmentera (CFC 14 jours, AFP 10 jours), et le schéma des jours d'école changera (désormais 1,5 – 2 – 1 jour(s) par année d'apprentissage). Les écoles professionnelles ne connaîtront plus de matières, mais des domaines de compétences opérationnelles. Par analogie, la procédure de qualification ne portera plus sur des matières, mais sur des compétences opérationnelles.

Les connaissances générales de la branche (CGB) ne seront plus enseignées à l'école. En revanche, les connaissances spécifiques de la branche seront développées dans les CIE. Les documents d'apprentissage en entreprise deviendront nettement plus importants et seront numériques: «A l'avenir, les apprentis et les formateurs accèderont à une plateforme commune par un identifiant de connexion pour justifier leurs prestations et pour faire le point périodiquement.»

La tenue des documents d'apprentissage sera obligatoire, car ceux-ci serviront de base pour les notes de l'examen final. Lors de la procédure de qualification (PQ, autrefois EFA), l'examen pratique en entreprise (durée de l'entretien: CFC 90 minutes, AFP 60 minutes) comptera comme note éliminatoire. Il s'ensuit qu'une notre pratique inférieure à 4.0 entraînera l'échec à l'examen. Les changements dans la foulée de la réforme «Vente 2022+» ne sont pas tous mentionnés ici.

Les informations détaillées et les présentations concernant la journée de la formation 2021 de polaris sont consultables sous www. swissavant.ch. En outre, pour toute la branche et toutes les questions concernant la réforme «vente 2022+», ASCP applique la devise: «Nous sommes là pour vous!»



# RUCOSILAT Wohnraumfarbe

Die ökologische Mineralfarbe auf Sol-Silikatbasis.

Die Premium Mineralfarbe mit Sol-Technologie ist lösemittel- und konservierungsmittelfrei. Für atmungsaktive und strapazierfähige Innenanstriche.

- ergibt stumpfmatte Oberflächen mit mineralischer Optik
- ansatzfrei verarbeitbar, auch auf grossen Flächen
- hoch diffusionsfähig und feuchtigkeitsregulierend
- sichere Haftung auf matten Dispersionen sowie mineralischen Untergründen
- hoch strapazierfähig und waschbeständig (Nassabriebklasse 2)
- ausgezeichnetes Deckvermögen (Deckkraftklasse 1)
- weiss oder bunt nach RAL, NCS usw.
- Umweltetikette B, entspricht den Anforderungen MINERGIE-ECO

# Altersvorsorge der Schweiz braucht dringend Reformen!

# Schweizer Altersvorsorgesystem im Rückwärtsgang

Das Schweizer Rentensystem rutscht im Mercer CFA Institute Global Pension Index nach dem 11. Platz im Jahre 2018 neu auf den 12. Platz ab. Der Jahresbericht 2020 bezeichnet das Vorsorgesystem zwar insgesamt weiterhin als stabil, sieht aber klares Verbesserungspotenzial. Der Mercer CFA Institute Global Pension Index vergleicht länderübergreifend insgesamt 39 Rentensysteme weltweit.

# Le système de retraite suisse doit être réformé de toute urgence!

### Le système de retraite suisse fait marche arrière

Dans le Mercer CFA Institute Global Pension Index, le système suisse des rentes passe de la 11ème place en 2018 à la 12ème place actuellement. Le rapport annuel 2020 confirme certes que le système de pensions suisse reste stable dans l'ensemble, mais il entrevoit clairement un potentiel d'amélioration. Le Mercer CFA Institute Global Pension Index compare 39 systèmes de pensions dans le monde entier.

Rang Place	System Système	Indexwert 2020 (gesamt) Indice 2020 (global)	Subindizes / Sous-indices		
			Angemessenheit Adéquation	Nachhaltigkeit Durabilité	Integrität Intégralité
1.	Niederlande / Pays-Bas	82.6	81.5	79.3	88.9
2.	Dänemark / Danemark	81.4	79.8	82.6	82.4
3.	Israel / Israël	74.7	70.7	72.4	84.2
4.	Australien / Australie	74.2	66.8	74.6	85.5
12.	Schweiz / Suisse	67	59.5	64.2	83.1
36.	Philippinen / Philippines	43	38.9	53.4	34.8
37.	Türkei / Turquie	42.7	44.2	24.9	65.3
38.	Argentinien / Argentine	42.5	54.5	27.6	44.4
39.	Thailand / Thailande	40.8	36.8	40.8	47.3
	Durchschnitt / Moyenne	59.7	60.9	50	71.3

Die 4 führenden Länder, die Schweiz und die 4 Länder am Schluss der Liste.

Les 4 pays en tête de liste, la Suisse et les 4 pays en bas de la liste.

Die Schweiz hat laut internationaler Vergleichsstudie ein gutes Rentensystem, das sich auf bewährte öffentliche und berufliche Säulen abstützen kann. In der offiziellen Mitteilung von Seiten Mercer zum Index 2020 werden allerdings für die relativ wohlhabende Schweiz und ihre Volkswirtschaft klare Verbesserungsmassnahmen empfohlen.

Im Index werden beispielsweise die Subindizes «Angemessenheit», «Nachhaltigkeit» und «Integrität» untersucht. Die Schweiz schneidet bei Angemessenheit mit 59,5 Punkten unter dem Durchschnitt ab. Dies ist ein klares Zeichen dafür, dass «mehr getan werden muss», um die Renteneinkünfte von Einzelpersonen zu verbessern. Die Schwächen liegen vor allem in der zweiten Säule (BVG-Vorsorge). Treiber dafür sind im Jahre 2020 neben der steigenden Lebenserwartung, die andauernden Negativzinsen und vor allem die milliardenschwere Umvertei-

Selon l'étude comparative internationale, la Suisse dispose d'un bon système de prévoyance vieillesse fondé sur les piliers public et professionnel qui ont fait leurs preuves. Dans son communiqué officiel, Mercer recommande toutefois des mesures claires d'amélioration pour la Suisse et son économie relativement prospère.

L'indice examine par exemple les sous-indices «adéquation», «durabilité» et «intégralité». Avec 59,5 points pour l'adéquation, la Suisse obtient un score inférieur à la moyenne. C'est un signe clair qu'elle doit en faire davantage pour améliorer les rentes de vieillesse individuelles. Les points faibles se situent avant tout dans le deuxième pilier (prévoyance LPP). En 2020, ils sont dus non seulement à l'augmentation de l'espérance de vie et à la persistance des taux d'intérêt négatifs, mais surtout à la redistribution de milliards de francs des actifs vers les retraités.



lung von Aktiven zu Rentnern. Bei vielen Pensionskassen sei zudem weiterhin ungenutztes Potenzial zur Leistungsverbesserung durch eine effizientere und renditestärkere Anlagestrategie (Aktienanlagen) vorhanden.

Laut der Studie müsste die Schweiz ausserdem das gesetzliche Rentenalter schrittweise erhöhen. Als weitere Massnahmen werden konkret die Reduzierung der Haushaltsverschuldung, die Erhöhung der Hauseigentümerquote und die Senkung vorzeitiger Mittelabflüsse durch die Begrenzung des Zugangs zu den Ersparnissen vor dem Renteneintritt aufgezählt.

Unter dem Strich ist dies ein weiterer Hinweis auf die Dringlichkeit einer BVG-Reform und dass diese keine unnötigen Kosten verursachen darf, wie es beispielsweise im Vorschlag des Bundesrats und der Sozialpartner eingeplant ist.

Die Studienergebnisse 2020 lassen sich mit folgenden sechs Empfehlungen zur Stärkung der Schweizer Altersvorsorge zusammenfassen:

- Einführung einer Regelung, einen Teil der Altersleistung als Rente beziehen zu müssen:
- Einführung von Steuerbegünstigungen auch für die Monatsrente anstatt nur für die einmalige Kapitalausschüttung;
- Einführung von Massnahmen zur Reduktion der mehrheitlich aus Hypotheken stammenden – Verschuldung der Privathaushalte;
- Schrittweise Erhöhung des gesetzlichen Rentenalters zur Anpassung an die relativ hohe Lebenserwartung;
- Steigerung der Wohneigentumsquote mittels Anreizen ausserhalb des BVG-Systems;
- Stärkere Einschränkung des Zugriffs auf Leistungen vor dem ordentlichen Renteneintritt.

Mit folgendem Link gelangen Sie zum vollständigen Bericht und zur Studie (in Englisch): https://www.mercer.com.au/our-thinking/global-pension-index.html

En outre, de nombreuses caisses de pensions disposent encore d'un potentiel inutilisé pour améliorer leurs prestations par une stratégie de placement plus efficace et plus rentable (Participations en capital).

Selon l'étude, la Suisse devrait, en plus, relever progressivement l'âge légal de la retraite. Parmi les autres mesures, Mercer cite concrètement la réduction de l'endettement des ménages, l'augmentation du taux de propriété du logement et un frein aux versements anticipés par une limitation de l'accès à l'épargne avant la retraite.

En conclusion, cette étude souligne une fois de plus l'urgence d'une réforme de la LPP et le fait que celle-ci ne doit pas causer des frais inutiles, comme ceux prévus par exemple dans la proposition du Conseil fédéral et des partenaires sociaux.

Les résultats de l'étude 2020 se résument dans les six recommandations suivantes pour renforcer la prévoyance vieillesse suisse:

- introduire une règle selon laquelle les assurés devraient toucher obligatoirement une partie de la prestation de vieillesse sous forme de rente;
- introduire des allègements fiscaux également pour la rente mensuelle et non exclusivement pour le versement unique en capital;
- introduire des mesures pour réduire l'endettement des ménages privés (composé principalement d'hypothèques);
- augmenter progressivement l'âge légal de la retraite pour l'adapter à l'espérance de vie relativement élevée;
- augmenter le taux de propriété du logement par des incitations hors du système LPP;
- limiter plus fortement l'accès aux prestations avant l'âge ordinaire de la retraite.

Le lien suivant vous mènera au rapport et à l'étude complets: https://www.mercer.com.au/our-thinking/global-pension-index. html



#### **Impressum**

Herausgeber: Verband Schweizerischer Farbenfachhändler (VSF), Neugutstrasse 12, 8304 Wallisellen T +41 44 878 70 68, info@farbenschweiz.ch, www.farbenschweiz.ch Redaktion und Verlag: Alexandra Kunz – Layout: Andrea Maag – Druck: Swissavant, Wallisellen Erscheinung der Farben News: 3x jährlich



Akzo Nobel Coatings AG 6203 Sempach Station www.sikkens-center.ch









DURAtec AG 6260 Reiden www.duratec.ch



European Aerosols AG 8320 Fehraltorf www.european-aerosols.com

### **FESTOOL**

Festool Schweiz AG Moosmattstrasse 24, 8953 Dietikon Telefon 044 744 27 27 www.festool.ch



PEKA Pinselfabrik AG 9642 Ebnat-Kappel www.peka.ch; www.pekashop.ch



**Eine Marke von Permapack.** 

Permapack AG 9401 Rorschach www.permapack.ch



Rupf & Co. AG 8152 Glattbrugg www.ruco.ch



Teknos AG LI-9487 Gamprin-Bendern www.teknos.ch



**Thommen-Furler AG •** Industriestrasse 10 CH-3295 Rüti b. Büren • thommen-furler.ch



VSF/ASCP 8304 Wallisellen www.farbenschweiz.ch

Allen unseren Geschäftspartnern wünschen wir für 2022 viel Erfolg. Wir freuen uns auf eine weiterhin gute Zusammenarbeit.

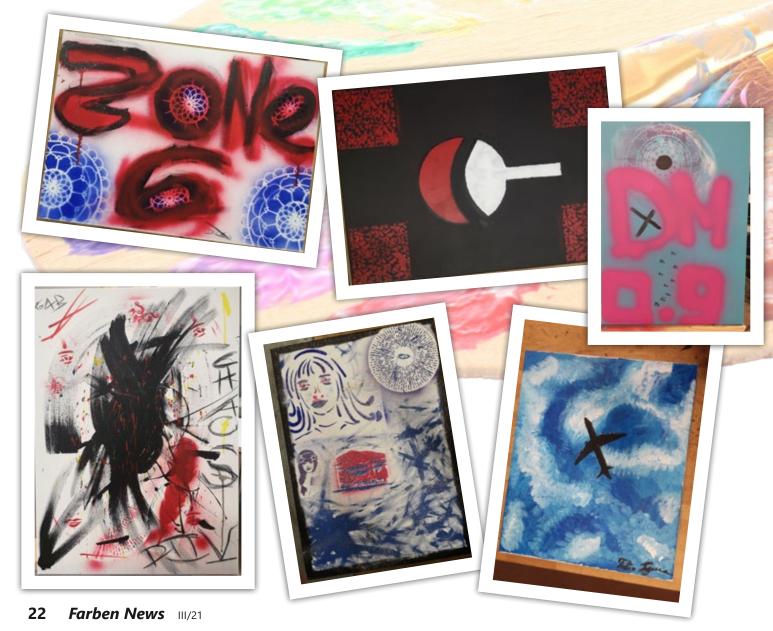


# Von der Theorie in die Praxis: Lernende zeigen ihre Kreativität

Der dritte überbetriebliche Kurs (üK) in Lostorf, welcher in diesem Jahr vom 08.–10. September 2021 stattgefunden hat, ist für die Farben-Lernenden immer ein spezielles Highlight. Nachdem in der Theorie z. B. der Aufbau und die Beschaffenheit eines Pinsels, die verschiedenen Leinwandarten und Rahmen sowie die Zusammensetzung der verschiedenen Künstlerfarben eingehend besprochen worden sind, dürfen die Lernenden das theoretische Wissen direkt in die Praxis umsetzen.

# De la théorie à la pratique: les apprenti(e)s font preuve de créativité

Le cours interentreprises (CIE), dont la troisième édition s'est tenue à Lostorf du 08 au 10 septembre 2021, est à chaque fois un grand moment pour les apprenti(e)s du commerce spécialisé en peintures. Après la présentation détaillée, par exemple, de la structure et des propriétés des pinceaux, des diverses sortes de toiles et de cadres ainsi que de la composition des différents types de couleurs pour artistes, les apprenti(e)s ont pu mettre directement en pratique les connaissances théoriques acquises.



Unter der Leitung von Frau Katja van Strijk, üK-Referentin und selbst renommierte Künstlerin, wird der Unterrichtsraum zum Mal-Atelier. Auf Staffeleien werden die Leinwände mit Ölfarbe, Acrylfarbe, Tempera-/Gouachefarbe und vielem mehr mit grossem Engagement und Freude von den jungen Berufsleuten bearbeitet.

So entstehen im üK Kunstwerke, die eine hohe Kreativität aufweisen und das eine oder andere «Künstlerpotenzial» abzeichnen.

An dieser Stelle ist es dem VSF-Vorstand und insbesondere dem Leiter Berufsbildung ein grosses Anliegen, den kompetenten und engagierten Referenten, welche sich die Berufsbildung und die Förderung der jungen Berufsleute auf die Fahne geschrieben haben, aufrichtig zu danken. Jahr für Jahr darf auf deren Einsatz gezählt werden – und dies im Dienste der Allgemeinheit. Ebenfalls richtet sich der Dank an die entsprechenden Firmen, welche ihre Mitarbeitenden für diese wichtige und wertvolle Aufgabe zur Verfügung stellen und somit deren Engagen.

Sous la direction de Madame Katja van Strijk, intervenante aux CIE, elle-même artiste renommée, la salle de cours s'est transformée en atelier de peinture. C'est avec un grand engagement et beaucoup de joie que les jeunes professionnel(le)s ont appliqué des couleurs à l'huile, à l'acryl, à la détrempe ou à la gouache sur les toiles posées sur des chevalets.

On a pu voir se créer aux CIE des travaux d'une grande créativité révélant souvent un vrai talent artistique.

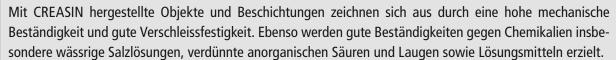
Le comité de l'ASCP et en particulier le responsable de la formation professionnelle tiennent à remercier sincèrement les intervenants compétents et engagés qui se consacrent à la formation professionnelle et à l'encouragement des jeunes professionnel(le)s. Ils sont heureux de pouvoir compter, d'année en année, sur le concours de ces personnes au service de la collectivité. Ils adressent également leurs remerciements aux entreprises qui mettent généreusement leurs collaborateurs à disposition pour assumer cette tâche aussi importante que précieuse.





# CREASIN 2-K Clear Das perfekte Giessharz

CREASIN ist ein niederviskoses, lösungsmittelfreies und selbstverlaufendes 2-Komponenten High-Solid Epoxy-Klarlacksystem, mit welchem porenfreie, flüssigkeitsdichte und dekorative Überzüge und Ausgiessungen erzielt werden können. CREASIN ist langsam härtend eingestellt, leicht zu verarbeiten und kann als transparente und wasserhelle Überzugslackierung oder in dickeren Schichten auch als Giessharz eingesetzt werden. Diese können anschliessend auch gesägt, gebohrt und geschliffen werden.







CREASIN ist niederviskos und hochtransparent.



Lange Offenzeit für porenfreie Ausgiessungen bis 5 cm.



1 Kg Dose, inkl. Härter5 Kg Eimer, inkl. Härter



### Lernende fair beurteilen

Die Beurteilung von Leistungen gehört zu den wichtigsten Aufgaben eines\*r Berufsbildner\*in. Die Anforderungen an eine faire Beurteilung sind hoch. Häufig werden Bewertungen von sogenannten Wahrnehmungsverzerrungen beeinflusst.

Wer ausbildet, ist zwangsläufig auch mit dem Thema Beurteilung von Leistungen konfrontiert. Die Leistungsbeurteilung ist ein wichtiges Element des Lernprozesses. Die Lernenden erhalten eine Rückmeldung zu ihrem Lernstand und die Ausbildenden erkennen entwickelte Stärken und noch vorhandene Lücken. Gemeinsam gilt es Fehlendes aufzuarbeiten und Vorhandenes zu festigen. Doch die Leistungseinschätzung in der Ausbildungspraxis ist mit einigen Herausforderungen verbunden, die eine gültige, zuverlässige und chancengerechte Beurteilung erschweren. So passiert es leider häufig, dass nicht das beurteilt wird, was eigentlich beurteilt werden soll.

# Faire Leistungsbeurteilungen sind eine Herausforderung

Leistungen werden teilweise an eigenen, persönlichen Kriterien gemessen und nicht an den im Bildungsplan vorgegebenen Leistungszielen. Auch Beurteilungen nach dem persönlichen Auftritt, dem Charme, dem Aussehen, statt der eigentlichen Leistungserbringung sind keine Seltenheit. Eine weitere Herausforderung ist es, so-

wohl für die Beurteilten, als auch die Beurteilenden, eine vergleichbare Umgebung für die zu beurteilende Situation zu schaffen. Der Zeitpunkt einer Bewertung kann zum Beispiel sehr entscheidend sein. Es hat einen Einfluss, ob die Bewertung frühmorgens oder am Ende eines langen, intensiven Arbeitstags stattfindet.

# Störfaktoren für eine faire Leistungsbeurteilung bei Lernenden

In der beruflichen Grundbildung sowie in normalen Arbeitsbeziehungen sind Ausbildende beziehungsweise Vorgesetzte in ihrer Rolle verpflichtet, Bewertungen abzugeben oder Zeugnisse zu erstellen. Doch häufig sind gerade enge, vertraute oder auch stark belastete Beziehungen besonders anfällig auf sogenannte Wahrnehmungsverzerrungen und dadurch beeinflusste Leistungseinschätzungen. Sympathische, fleissige, engagierte und humorvolle Personen sind gegenüber eher zurückhaltenden, unbequemen, launischen Angestellten in der Einschätzung häufig benachteiligt. Auch, wenn sie objektiv vergleichbare Leistungen zeigen.

Häufige Wahrnehmungsverzerrungen sind sogenannte Halo-Effekte, Strenge- und Mildeeffekte, sowie Erwartungseffekte.

- Beim Halo-Effekt lässt sich die beurteilende Person vom Gesamteindruck oder von Teileindrücken beeinflussen. Sie macht sich ein übermässig vereinfachtes Bild von der zu beurteilenden Person. Z. B. schliessen Beurteilende aufgrund des guten, gepflegten beziehungsweise ungepflegten Aussehens, der sprachlichen Ausdrucksfähigkeit oder anderen äusseren Einflüssen auf eine vorhandene oder fehlende Kompetenz.
- Beim Strenge- und beim Mildeeffekt folgt die\*der Beurteilende einer persönlichen Vorstellung von Leistung und beurteilt diese ausgesprochen mild oder gegenteilig ausgesprochen streng. Häufig treten diese Effekte bei Personen auf, die sich als besonders grosszügig und nachsichtig geben möchten. Oder im Gegenteil sich selber gerne als streng und anspruchsvoll sehen und geben.

Besonders bei längeren Arbeits- und Aus-



bildungsbeziehungen können vorgefasste Vorstellungen oder persönliche Erwartungen über die Leistungsmöglichkeiten einen Einfluss auf die Beurteilung haben. Über einen längeren Zeitraum hinaus gesammelte Erfahrungen und Erlebnisse bleiben in der Erinnerung haften und fliessen positiv oder negativ in die Leistungsbeurteilung ein. Häufig provozieren vorgefasste Vorstellungen von Beurteilenden die Erfüllung ihrer Meinung durch eigene, meistens unbewusste Verhaltensweisen. Beispiele dafür sind besondere Fragestellungen in Beurteilungssituationen, sowie die Auswahl von Aufgaben und Aufträgen.

#### Massnahmen für eine faire Beurteilung

Solche Effekte sind für die faire Beurteilung natürlich nachteilig. Sie sind jedoch biologisch bedingt und lassen sich auf die Entwicklungsgeschichte der Menschen zurückzuführen. Sie sind eine Konsequenz der Fähigkeit des Gehirns, sich schnell in der Umwelt zu orientieren, Eindrücke rasch zu bewerten, um angemessen reagieren zu können. Deshalb lassen sich Effekte von Wahrnehmungsverzerrungen nicht voll-

ständig ausschliessen. Beurteilende können lediglich versuchen, sich bewusst zu machen, für welche Wahrnehmungsverzerrungen sie besonders anfällig sind. Um den Risiken von Wahrnehmungsverzerrungen zu begegnen, sind die Ausbildenden und Beurteilenden gefordert, ihr Verhalten und ihre Einschätzungen selbstkritisch zu hinterfragen. Folgende Fragen können dabei leitend sein:

- Was spricht mich bei der Person besonders an? Was stösst mich?
- An wen erinnert mich diese Person? Wie stehe ich zu jener Person?
- · Was fällt mir besonders auf?
- Beurteile ich die Leistung oder die Person?
- Beurteile ich aufgrund von beobachtbaren Kriterien oder aufgrund von eigenen Eindrücken?
- Wie verhält sich die Beurteilung im Vergleich zur Beurteilung von anderen Personen?
- Mit wem oder mit welcher Leistung vergleiche ich die Leistung der Person?
- Bin ich müde, angespannt, nervös, besonders gut gelaunt, fröhlich?

- Weshalb bewerte ich die Leistung besonders streng, mild oder in der Mitte?
- Nach welchen Kriterien habe ich die Beurteilungssituation ausgewählt oder Fragen gestellt?

#### **Fazit**

Ausbildende und Vorgesetzte müssen sich bei der Beurteilung von praktischen und mündlichen Leistungen von Lernenden und Mitarbeitenden bewusst sein, dass sie verschiedenen Gefahren von Wahrnehmungsverzerrungen ausgesetzt sind. Diesen können sie nur durch ein selbstkritisches Hinterfragen ihrer eigenen Beurteilungen begegnen.

Anfang Oktober 2020 erschien vom Autor dieses Beitrags, Gregor Thurnherr, ein Fachbuch mit dem Titel: «Handlungskompetenzorientiert prüfen – Leistungsbewertung in der Berufsbildung». Das Buch richtet sich an Lehrpersonen, Prüferinnen und Prüfungsautoren in der Berufsbildung, sowie an Ausbildende mit bewertenden Aufgaben. Es ist im Fachhandel oder direkt beim hep-Verlag erhältlich: http://hep-verlag.com/handlungskompetenzen-pruefen

# Hier könnte Ihre Anzeige stehen. Werbung schafft Arbeitsplätze!

Mehr Infos unter: T +41 44 878 70 68, info@farbenschweiz.ch



# Die MOTIP DUPLI Group wächst weiter unter neuem Firmennamen

Seit dem 1. November 2021 wird die MOTIP DUPLI Group mit Hauptsitz in Wolvega und den deutschen Standorten in Hassmersheim und Schwerte unter dem Namen «European Aerosols» weitergeführt. Um das Wachstum auf dem europäischen Markt voranzutreiben, entschied man sich für einen neuen Namen



#### **European Aerosols**

«Der neue Name unterscheidet den Firmennamen deutlich von unseren Produktmarken MOTIP, DUPLI-COLOR und anderen Eigenmarken wie ColorMatic, presto, Montana und vielen mehr. Mit European Aerosols wollen wir unsere Ziele für die Zukunft deutlich machen. Wir werden auch weiterhin wachsen und das ist ein Schritt in die neue Richtung» so Jürg Vogelsang bei der offiziellen Enthüllung des Logos am 04. November 2021 in Hassmersheim.

### Unternehmensgeschichte

Seit der Gründung der Kurt-Vogelsang AG im Jahr 1946 in Schwerzenbach (Schweiz) ist das mittelständische Unternehmen im Bereich Farben und vor allem Sprühlacke kontinuierlich gewachsen. Im Jahr 1998 fusionierte MoTip B.V. (Niederlande) mit der Vogelsang AG (Schweiz) zur MOTIP DUPLI Group. Als Europäischer Marktführer in den Segmenten Lacksprays und Lackstifte umfasst das breite Produktportfolio weitere Produktgruppen wie Spachtel, Technische Aerosole. Unterbodenschutz- und Care Care-Produkte. Mit der flächendeckenden. europaweiten Distribution hat die Produktion mit einem Gesamtvolumen von jährlich über 150 Millionen Sprühdosen in den vergangenen Jahren eine enorme Steigerung erreicht. Auch die einzelnen Produktmarken DUPLI-COLOR, MOTIP und presto gewinnen zunehmend an Bedeutung.

### Das neue Logo

Das neue Logo von European Aerosols ist klar strukturiert. Das «e» im Logo steht für das Wort «European» und das «a» steht für «Aerosols». Dreht man das Logo um 90°, werden die Umrisse einer Sprühdose sichtbar. Gemeinsam mit dem Claim «leading in spray solutions» werden sowohl im Namen als auch in der Grafik die weiteren Wachstumsambitionen deutlich gemacht.

Weblink:

https://www.european-aerosols.com/ Social Media:

https://www.linkedin.com/company/european-aerosols



### Überleister und Langsamlerner

Die auf Erfolg getrimmte Konkurrenzgesellschaft droht Kinder und Eltern mehr und mehr zu überfordern. Dabei sind weder Intelligenz noch Schulnoten das Mass aller Dinge, sondern die authentische Entwicklung des Heranwachsenden.

**Gastkommentar von Margrit Stamm.** 

# Élèves surperformants ou lents

L'entraînement à la réussite dans le cadre de la société de compétition risque de surmener de plus en plus aussi bien les enfants que leurs parents. Dans ce contexte, la priorité ne revient ni à l'intelligence, ni aux notes scolaires, mais bien au développement authentique de l'adolescent. **Commentaire de l'invitée Margrit Stamm.** 



Mama und Papa sind die überehrgeizigen Schuldigen, welche ihren Nachwuchs ins Gymnasium pushen und um jeden Preis seine Leistungsfähigkeit maximieren wollen. Deshalb schleifen sie ihn so lange, bis er ihren Vorstellungen entspricht.

Diese These ist verbreiteter denn je, trotzdem ist sie zu einseitig. Das Hauptproblem liegt nicht in erster Linie bei Vätern und Müttern, sondern eher in der Hochleistungsgesellschaft. Als deren Abbild setzt das Bildungssystem auf immer höhere Bildungsabschlüsse und betont gleichzeitig die «verantwortete Elternschaft», das heisst, dass Eltern die Leistungsbereitschaft des Nachwuchses fördern und kontrollieren sollen. Dazu gehören die Begleitung oder sogar die Kontrolle von Hausaufgaben, die Unterstützung bei der Erstellung von Referaten und Power-Point-Präsentationen oder die Vorbereitung auf Prüfungen. Dass manche Mütter und Väter deshalb ihre Antennen dauernd ausgefahren haben und sich permanent in Startposition bringen, wirkt wie eine logische Reaktion auf solche Erwartungen.

#### **Durchschnitt geht nicht mehr**

Optimierung hat das Schicksal abgelöst, das Durchschnittliche wird kaum mehr toleriert. Das ist keine Weisheit, die Eltern erfun-

Les responsables sont les parents qui, par excès d'ambition, poussent leurs enfants au gymnase pour qu'ils maximisent à tout prix leurs performances. Ils les soumettent donc à un entraînement jusqu'à ce qu'ils correspondent à leurs attentes. Cette thèse, bien qu'elle soit plus répandue que jamais, reste trop unilatérale. L'origine du problème principal est imputable en premier lieu non pas aux parents, mais plutôt à la société de haute performance. Celleci impacte le système éducatif qui requiert des diplômes de fin d'études de plus en plus élevés tout en insistant sur la «responsabilité des parents». Ceux-ci sont supposés promouvoir et superviser la volonté de performance de leur progéniture, surveiller, voire même vérifier les devoirs à domicile, fournir de l'aide pour rédiger des exposés et des présentations Power-Point et pour préparer des examens. Un nombre non négligeable de parents ont donc leurs antennes déployées en permanence pour être constamment dans les starting blocks en réaction à ces attentes.

#### La moyenne ne suffit plus

L'optimisation a remplacé le destin, les résultats moyens ne sont plus guère tolérés. Cette affirmation n'est pas un conseil de bon sens inventé par les parents, mais un impératif de développement den haben, sondern ein Entwicklungsimperativ unserer Gesellschaft, dem sich zu entziehen schwierig geworden ist. Manche Mütter und Väter schicken sich fast unhinterfragt in die ihnen zugedachte Rolle als Maximierer der kindlichen Entwicklung.

Das ist kaum erstaunlich, werden sie doch für alles verantwortlich gemacht. Eltern-Determinismus ist der wissenschaftliche Begriff dafür. Gemeint ist damit die Vorstellung, dass die Leistungsfähigkeit des Kindes und die Fähigkeit der Eltern, «gute» Eltern zu sein, kausal verknüpft sind. Zeigen sich Probleme in der kindlichen Entwicklung, ist das Elternhaus schuld. Deshalb liegt der Fehler dort, wenn sich der Schulerfolg nicht wie erwartet einstellt. Ist das Kind hingegen frühreif oder leistungsfähig, dann gilt dies als besonderes Verdienst der Eltern.

Das Bildungssystem beschleunigt diesen Eltern-Determinismus. Vier Beispiele: die frühe Förderung als gezielte Schulvorbereitung, die Verschulung des Kindergartens, der fixe Blick auf Noten als Leistungsprodukte sowie der Trend zur Akademisierung.

Eltern-Determinismlius ist der wissenschaftliche Begriff für die Vorstellung, dass die Leistungsfähigkeit des Kindes und die Fähigkeit der Eltern, «gute» Eltern zu sein, kausal verknüpft sind.

Margrit Stamm

Frühe Förderkurse haben Hochkonjunktur und ebenso die Werbung dafür. Dahinter verbirgt sich die Philosophie, dass Kinder nahezu alles lernen können, wenn es nur gut arrangiert ist. Schon für die Allerkleinsten gibt es Lern-DVD mit vielversprechenden Namen wie «Baby-Einstein». Dass solche Kurse oft schon lange im Voraus ausgebucht sind, ist nachvollziehbar. Denn die Werbung der Anbieter ist meist mit düsteren Zukunftsaussichten verbunden: Was Hänschen nicht lernt, wird für Hans nimmermehr der Fall sein können. Darum soll die frühe Kindheit zu einem Treibhaus werden, in dem man jedes Kind nach Belieben wie einen Diamanten schleift, um es maximal leistungsfähig zu machen.

Der nächste Schritt ist der Eintritt in den obligatorischen Bildungsraum – sprich den Kindergarten. Hier wird zum ersten Mal deutlich, was das Bildungssystem von Kindern erwartet. Kaum mehr im freien Spiel sollen sie sich entfalten, sondern in einer schulähnlich organisierten und durchdidaktisierten Lernkultur. Dies wäre an sich noch nicht problematisch. Fragwürdig scheint vor allem die zunehmende Tendenz, dass die «Leistung» der Kindergärtler mit mehrseitigen Standortbestimmungen «gemessen» und in Elterngesprächen besprochen wird.

#### Im Kompetenzraster

Bildungsverantwortliche unterstreichen zwar, dass solche Kompetenzraster allein der Entwicklungsförderung des Kindes dienen sollen. Doch bei vielen Eltern kommt diese Massnahme als kindliche Vermessung an, die sie mit der Frage verbinden: Sind die anderen Kinder besser als unser Kleiner? Oder müssen wir ihn noch mehr optimieren? Somit ist es keineswegs überraschend, wenn sich Mütter und Väter ab dem Kindergarten für den Schulerfolg

de notre société auquel il est devenu difficile d'échapper. De nombreux parents s'engagent presque sans hésiter dans le rôle attendu d'eux, consistant à maximiser le développement de leurs enfant. Rien d'étonnant, puisqu'ils sont tenus responsables de tout. En termes scientifiques, on parle de déterminisme parental. Cette expression renvoie à l'idée qu'il existe une relation de cause à effet entre les performances de l'enfant et la capacité des parents à être de «bons» parents. En cas de problèmes dans le développement de l'enfant, il faut blâmer les parents. C'est donc eux qui sont fautifs si la réussite scolaire ne s'instaure pas comme prévu. En revanche, si l'enfant est précoce ou performant, le mérite en revient aux parents. Quatre exemples de ce déterminisme parental pour illustrer notre propos: le soutien précoce en tant que préparation scolaire ciblée, la scolarisation du jardin d'enfant, l'attention fixée sur les notes en tant qu'indicateurs de performance ainsi que la tendance à la formation universitaire.

Le terme scientifique de déterminisme parental désigne l'idée d'une relation de cause à effet entre les performances de l'enfant et la capacité des parents à être de «bons» parents.

Margrit Stamm

Les cours de soutien précoces sont en plein essor comme le montre la publicité en faveur de ceux-ci. Cette démarche part du principe que les enfants sont capables d'apprendre pratiquement tout si on le leur présente d'une manière adéquate. Déjà pour les plus petits, il existe des DVD d'apprentissage portant des noms prometteurs comme «Baby-Einstein». Il est compréhensible que de tels cours affichent déjà complet longtemps à l'avance. Car la publicité des fournisseurs dépeint généralement de sombres perspectives d'avenir: il faut apprendre jeune, car la capacité d'apprentissage diminue avec l'âge. La petite enfance doit devenir une sorte de serre dans laquelle chaque enfant est poli à volonté comme un diamant pour le rendre aussi brillant que possible. L'étape suivante est le passage dans l'espace éducatif obligatoire, c'est-à-dire l'entrée au jardin d'enfants. Ce dernier concrétise pour la première fois clairement ce que le système éducatif attend des enfants. Ceux-ci ne doivent plus se développer librement par le jeu, mais dans une culture éducative entièrement basée sur la didactique et organisée sur le modèle scolaire. En soi, cette approche n'est pas encore problématique. En revanche, la tendance croissante à «mesurer les progrès» des enfants d'âge préscolaire à l'aide d'évaluations de plusieurs pages faisant l'objet d'entretiens avec les parents semble contestable.

### La grille des compétences

Certes, les responsables éducatifs soulignent que de telles grilles de compétences ont pour seul but de soutenir le développement de l'enfant. Mais pour de nombreux parents, cette grille est interprétée comme une mesure de la performance qui les amène à poser la question: les autres enfants sont-ils meilleurs que le nôtre? Ou devons-nous encore l'optimiser davantage? Il n'est donc pas

Ausbildung



ihres Kindes mitverantwortlich fühlen und auf Unterstützungsmassnahmen pochen, wenn es als etwas langsamer, verträumter und verspielter als die anderen Kinder eingeschätzt wird.

Hinzu kommen die Testkultur in den Schulen und der Fokus auf das Leistungsprodukt, die Noten. Darum konzentrieren sich viele Elternhäuser auf die Noten des Sprösslings, aus denen sie seine Fähigkeiten ablesen, und setzen ihn nicht selten unter Druck.

Glücklicherweise gibt es Leuchtturmschulen, welche sich eher an intrinsisch motivierten Lernprozessen und überfachlichen Kompetenzen wie Selbstorganisation, Beharrlichkeit und Frustrationstoleranz orientieren. Trotzdem schaffen die Flut testorientierter Massnahmen und die Fixierung auf Noten einen nicht zu übersehenden Konkurrenzdruck. Das Bildungssystem erweckt damit den unbeabsichtigten Eindruck, Noten und Testleistungen seien für einen erfolgreichen Übertritt in eine höhere Bildungsstufe viel wichtiger als alle anderen Kompetenzen.

Damit verbunden ist der vierte Punkt, der Trend zur Akademisierung. Wer Kindergärtner oder Hebamme werden will, braucht eine Matura. Die Mehrheit internationaler Unternehmen will nur noch Leute mit einem Hochschulabschluss einstellen. Parallel dazu sind viele Abschlüsse entwertet worden. Realschulzeugnisse zählen weniger als noch vor ein paar Jahren. Auch Studienabschlüsse sind zwar wichtiger, aber weniger wert. Ein Bachelor ist Voraussetzung für viele Berufe, aber längst keine Karrieregarantie mehr.

Das Bildungssystem erweckt den unbeabsichtigten Eindruck, Noten und Testleistungen seien für einen erfolgreichen Übertritt in eine höhere Bildungsstufe viel wichtiger als alle anderen Kompetenzen.

Margrit Stamm

### **Statussymbol Gymnasium**

Diese Entwicklung ist unter anderem eine Ursache dafür, weshalb in manchem Elternhaus das Gymnasium zum Statussymbol geworden ist und als Wettbewerbsvorteil gilt. Deshalb müssen die Noten im Quervergleich mindestens gleich gut oder besser sein als die Noten der anderen. Und um besser zu sein, braucht es überdimensionierte Anstrengungen mit dem Ergebnis, dass sich manche Kinder zu Überleistern entwickeln sollen.

Überleister sind solche, die mehr leisten müssen, als sie eigentlich aufgrund ihrer Fähigkeiten imstande wären. Dieses Phänomen betrifft bei weitem nicht nur Kinder, die auf dem Weg zum Gymnasium sind oder dort bleiben sollen, sondern auch Langsamlerner mit deutlichen Leistungsschwächen, deren Eltern mit allen Mitteln auf die Sekundarschule pochen, oder Kinder mit Lernschwierigkeiten, welche nonstop zu guten Leistungen angehalten werden.

Dies alles trägt dazu bei, junge Menschen in einen Weg zu drängen, der mit Angst vor Misserfolgen und Nichtgenügen gepflastert ist, Möglichkeiten zur Selbstbestimmung beiseiteschubst und Kinder in ihrem Selbstvertrauen lähmt. Solche Erfahrungen haben die Bedingungen des Aufwachsens unserer Jugend in den letzten beiden Jahrzehnten drastisch verändert.

surprenant que les mères et les pères se sentent CO-responsables de la réussite scolaire de leur enfant à partir de l'école maternelle et réclament des mesures de soutien dès que leur enfant est jugé plus lent, plus rêveur ou plus insouciant que les autres. A cela s'ajoute la culture des tests dans les écoles et la concentration sur la performance, à savoir les notes. C'est pourquoi de nombreux parents se fixent sur les notes de leur rejeton pour en déduire ses capacités et le mettre souvent sous pression. Heureusement, il existe des écoles-phares qui tiennent davantage compte de processus d'apprentissage issus d'une motivation intrinsèque et de compétences transdisciplinaires telles que l'autogestion, la persévérance et la tolérance à la frustration. Néanmoins, la vague de mesures axées sur les tests et la fixation sur les notes entretiennent une pression concurrentielle non négligeable. Le système éducatif donne ainsi l'impression involontaire que les notes et les performances lors des tests sont beaucoup plus importantes que toute autre compétence pour réussir le passage à un niveau d'enseignement supérieur. Le quatrième point, la tendance à la formation universitaire, est liée à ce qui précède. Pour devenir jardinière d'enfants ou sage-femme, il faut une maturité. La plupart des entreprises internationales n'engage plus que des titulaires d'un diplôme universitaire. Par contraste, de nombreuses qualifications ont été dévaluées. Les certificats de l'école secondaire comptent encore moins qu'il y a quelques années. Même si les diplômes universitaires sont devenus plus importants, ils ont perdu de leur valeur. Un diplôme de bachelor est un prérequis pour de nombreuses professions, mais n'est plus, depuis longtemps, une garantie de carrière.

Le système éducatif donne l'impression involontaire que les notes et les performances aux tests sont beaucoup plus importantes que toute autre compétence pour réussir le passage à un niveau d'enseignement supérieur. Margrit Stamm

### Le gymnase comme symbole de statut social

Cette évolution est l'une des raisons pour lesquelles de nombreux parents considèrent que le gymnase est un symbole de statut social offrant un avantage compétitif. C'est pourquoi les notes doivent être au moins aussi bonnes, sinon meilleures comparées à celles des autres. Pour être meilleurs, des efforts démesurés sont nécessaires, avec pour résultat que de nombreux enfants doivent devenir des surprestataires. Ces derniers doivent fournir plus d'efforts que ceux qu'ils seraient en fait capables fournir sur la base de leurs aptitudes. Ce phénomène ne touche pas seulement des enfants se préparant à entrer au gymnase ou qui devraient y rester, loin de là. Il touche aussi ceux qui apprennent lentement, avec de nets défauts de performance, et dont les parents essaient alors par tous les moyens de leur faire réussir leur entrée dans l'enseignement supérieur, et ceux, aussi, qui ont des difficultés à apprendre et dont on exige constamment de réaliser de bonnes performances. Cette situation contribue à pousser des jeunes sur la voie de la peur de l'échec et de la performance insuffisante, écartant les possibilités d'autodétermination et paralysant leur confiance en

### **Psychischer Druck**

Um nicht falsch verstanden zu werden: Es geht nicht um eine Aufforderung zum Mittelmass! Weder Hochleistung noch hohe Erwartungen von Schulen, Lehrkräften und Eltern sind per se negative Phänomene. Hohe Erwartungen sind für eine erfolgreiche schulische Laufbahn wichtig – dies ist eine wissenschaftlich vielfach bestätigte Tatsache. Es gibt Kinder mit Hochleistung, die gerne zur Schule gehen, seelisch in ausgewogener Verfassung sind und ein gutes Selbstwertgefühl haben. Sie sind intrinsisch motiviert und wissensdurstig, so dass sie von Eltern und Lehrkräften manchmal fast gebremst werden müssen. Doch solche Kinder gibt es eher wenige.

Das Hauptproblem mancher Kinder liegt im ausgepressten Leistungspotenzial. Diese Situation hat Konsequenzen, die weiter reichen als der Blick auf ihre oftmals überforderten Psychen. Im Zentrum steht die Optimierungs- und Hochleistungskultur, die zum gesellschaftlichen Mandat geworden ist. Es hat vom Bildungssystem auf Familien und Kinder übergegriffen und will uns weismachen, dass es normal ist, wenn Kinder so viel leisten müssen. Gäbe es nicht die permanente Nachhilfe und Lernstudios, die Coaching-Angebote und die verschiedensten Therapien, könnte der Nachwuchs die an ihn herangetragenen Leistungserwartungen kaum mehr stemmen.

Es ist an der Zeit, einen Diskurs über das Hoch- und Überleistersyndrom zu führen und es mit den Vorgaben des Bildungssystems in einen Zusammenhang zu bringen. Erst wenn wir die Fixpunkte unserer Optimierungsgesellschaft hinterfragen, kann deutlich werden, dass weder Intelligenz noch Schulnoten das Mass aller Dinge sind, sondern die authentische Entwicklung des Kindes. Authentische Kinder haben nicht nur ein Recht auf Bildung, sondern auch ein Recht auf die Entwicklung des ihren Fähigkeiten angemessenen Leistungspotenzials – aber auch ein Recht darauf, nur durchschnittlich zu sein und auch einmal zu scheitern.

Margrit Stamm ist emeritierte Professorin für Erziehungswissenschaften an der Universität Freiburg/FR. Zuletzt ist 2020 erschienen: «Erziehung – Väter – Mütter» (Piper-Verlag).

Quelle: NZZ, 29.05.2021

eux-mêmes. De telles expériences ont radicalement changé les conditions de développement de nos jeunes au cours des deux dernières décennies.

#### Pression psychologique

Pour éviter tout malentendu; nous ne lançons pas un appel en faveur de la médiocrité! Ni les hautes performances ni les attentes élevées des écoles, des enseignants et des parents ne sont des phénomènes négatifs en soi. Des attentes élevées sont importantes pour un parcours scolaire réussi, un fait confirmé scientifiquement à de nombreuses reprises. Il existe des enfants très performants, qui vont volontiers à l'école, sont mentalement équilibrés et possèdent une bonne estime d'eux-mêmes. Ils se motivent euxmêmes et ont soif de connaissances, si bien que leurs parents et leurs enseignants doivent parfois presque les freiner. Mais ces enfants sont plutôt rares. Le principal problème de nombreux enfants résulte du potentiel de performance exigé d'eux. Cette situation se traduit par des conséquences qui vont souvent au-delà de leur psychisme surmené. Au centre, on trouve la culture de l'optimisation et de la haute performance, devenue un impératif social. Celui-ci s'est propagé du système éducatif aux familles et aux enfants. Il veut nous faire croire qu'il est normal que les enfants doivent fournir tant d'efforts. Sans l'assistance permanente d'instituts de formation, d'offres de coaching et de différentes thérapies, la jeune génération serait pour ainsi dire incapable de faire face aux attentes qu'on lui impose en matière de performance. Il est temps d'ouvrir le débat sur le syndrome de la haute performance et de la surperformance et de le mettre en perspective avec les spécifications du système éducatif. Ce n'est qu'en remettant en question les points de référence de notre société d'optimisation qu'il devient évident que ni l'intelligence, ni les notes scolaires ne sont la mesure de toute chose, mais le développement authentique de l'enfant. Les enfants authentiques ont non seulement le droit à l'éducation, mais aussi au développement de leur potentiel de performance correspondant à leurs capacités, y compris le droit d'être simplement dans la moyenne et d'échouer de temps en

Margrit Stamm est professeur émérite des sciences éducatives de l'Université de Fribourg (Suisse) Paru en 2020: «Erziehung — Väter — Mütter» (Piper-Verlag).



### Protection des données: nous sommes tous concernés



La nouvelle loi fédérale sur la protection des données devrait entrer en vigueur d'ici une année environ. Il n'y aura pas de délai transitoire et toutes les entreprises devront être prêtes à respecter des exigences plus contraignantes en termes de collecte et de traitement des données personnelles.

# Les entreprises doivent se préparer dès maintenant

Le thème de la protection des données a été évoqué dans l'actualité récente, à la suite de plusieurs cyberattaques visant des données détenues par des entreprises ou des administrations. Mais si des progrès restent à faire pour protéger ces données des pirates, il ne faut pas négliger non plus les autres impératifs de protection que pose la législation. Or, dans ce domaine, les choses évoluent fortement. La Suisse a en effet entrepris de réviser sa loi sur la protection des données, qui datait de 1992, afin de l'adapter à l'importance croissante de la numérisation et à l'évolution de la réglementation européenne. La nouvelle loi fédérale sur la protection des données (LPD) a été formellement adoptée en septembre 2020. Son entrée en vigueur, initialement prévue pour le début de 2022, est maintenant repoussée à fin 2022 ou début 2023. Divers détails doivent encore être réglés au niveau de plusieurs ordonnances d'application, qui ont été mises en consultation durant cet été et dont la teneur définitive n'est donc pas encore connue.

Il est cependant indispensable que les entreprises se préparent dès maintenant. La nouvelle loi ne prévoit aucun délai transitoire et, une fois connue la date de son entrée en vigueur, le temps pour s'y adapter sera compté. Toutes les entreprises (ou autres personnes morales, telles les associations) sont concernées, quels que soient leur taille ou leur secteur d'activité. On rappellera aussi que le cadre légal de protection des données s'applique aux données des clients d'une entreprise, mais aussi aux données de ses collaborateurs. Certaines entreprises tournées vers l'étranger se sont déjà mises en conformité avec le RGPD européen (Règlement général sur la protection des données); elles n'auront que peu d'adaptations à entreprendre. Les autres doivent procéder sans tarder à un état des lieux des données qu'elles détiennent et des traitements qu'elles leur appliquent.

# Un minimum de données, un maximum de transparence

La nouvelle loi impose un certain nombre d'obligations. Il faut en particulier établir un «registre des traitements», soit un descriptif général des diverses activités de traitement des données.

Cette obligation devrait être remplacée par une simple recommandation pour les PME, pour autant que celles-ci ne traitent pas de données sensibles (données biométriques, médicales, financières, pénales, politiques ou religieuses) à grande échelle, ou ne procèdent pas à du profilage à risque élevé. D'une manière générale, les données sensibles sont soumises à des exigences supplémentaires, notamment en matière de consentement ou de divulgation à des tiers. Le traitement de données sensibles, de même que le traitement d'un grand nombre de données, doivent faire l'objet d'une analyse d'impact. Il faut par ailleurs veiller à ce que le traitement des données respecte les règles de protection des données «par défaut et dès la conception». Tout nouveau projet doit intégrer ces préoccupations, en s'assurant, principalement, que seules les données nécessaires soient collectées et que les traitements prévus soient tous explicitement et activement consentis par les personnes concernées (dans une inscription sur internet, par exemple, les cases à cocher préremplies ne sont plus admises). Chacun a le droit de connaître les données qui le concerne, de les récupérer ou d'exiger leur effacement. Enfin, toute violation de données personnelles entraînant un risque pour les personnes concernées (piratage de données) doit être annoncée à ces dernières, de même qu'aux autorités.

### Un effort payant

Le respect de toutes ces exigences nécessite des mesures d'organisation, des procédures soigneusement définies, voire un travail de sensibilisation à l'égard des collaborateurs. La nouvelle législation ne doit pas être prise à la légère, car les infractions peuvent faire l'objet d'une sanction pénale allant jusqu'à 250 000 CHF – sanction dirigée non pas contre l'entreprise fautive, mais contre la personne physique responsable de la protection des données (par exemple un membre de la direction ou du conseil d'administration).

Pour les entreprises et pour les associations, la mise en pratique de la nouvelle LPD suscite encore beaucoup de questions et il est souhaitable que les autorités fournissent rapidement des guides pratiques, des exemples et des modèles. Faut-il voir dans cette évolution un frein à la numérisation et à l'innovation en matière d'utilisation des données? En réalité, il s'agit plutôt d'une condition pour que la numérisation et l'innovation soient acceptées par les individus. La collecte de données et leur traitement plus ou moins complexe restent possibles si les personnes concernées sont correctement informées, qu'elles comprennent l'utilité des processus de traitement et qu'elles se laissent convaincre de donner leur consentement. Un effort de persuasion est nécessaire, mais il sera payant en termes de transparence et de confiance. Auteur: Pierre-Gabriel Bieri

Source: Centre Patronal, Paudex, 13.10.2021

www.centrepatronal.ch

L'entrée en vigueur de la nouvelle loi devra être accompagnée d'informations pratiques de la part des autorités. En attendant, la **«Charte pour une gestion responsable des données»** publiée par Economiesuisse peut servir de document de référence quant aux règles à respecter: www.economiesuisse.ch/fr/gestiondedonnees

32

### Stellengesuch

### Auf eine farbige und erfolgreiche Zukunft

Erfahrener technischer Berater mit Vertriebsund Führungserfahrung sucht eine Dauerstelle in der Farben- oder Baunebenbranche 80%–100%.

- Langjährige Tätigkeit im Vertrieb von Farben, Lacken und chemisch-technischen Produkten.
- Als Zertifizierter Kursleiter und dipl. Betriebswirtschafter sind eine Vielzahl von Tätigkeiten auf allen Stufen möglich.
- Grundbildung im Verkauf mit diversen Weiterbildungen im Bereich der Wirtschaft und Management.
- Mehrsprachig, flexibel mit Führerausweis.

Stellenangebote bitte an: VSF, Chiffre 1221, Neugutstrasse 12, Postfach, 8304 Wallisellen.

### Demande d'emploi

### Vers un avenir coloré et prospère



Un conseiller technique avec expérience de vente et de direction est à la recherche d'un poste permanent dans la branche de peinture ou de construction 80%–100%.

- De nombreuses années d'activité dans la distribution de peintures, vernis et produits
- chimiques et techniques.
- En tant que formateur certifié et diplômé en gestion de entreprise, diverse poste sont possible.
- Formation de base dans la vente avec diverses formations continues dans le domaine de l'économie et de la gestion.

Veuillez adresser votre candidature à l'ASCP, chiffre 1221, Neugutstrasse 12, Case postale, 8304 Wallisellen.

## SFS nominiert neuen Verwaltungsratspräsidenten

Der Verwaltungsrat der SFS Group AG schlägt der Generalversammlung vom 27. April 2022 die Wahl von Thomas Oetterli zum Präsidenten des Verwaltungsrates vor.



Der Verwaltungsrat der SFS Group AG schlägt der Generalversammlung vom 27. April 2022 die Wahl von Thomas Oetterli, Jahrgang 1969, als Nachfolger von Heinrich Spoerry zum Präsidenten des Verwaltungsrates vor. Aufgrund der Erreichung

der statutarisch vorgesehenen Altersgrenze wird Heinrich Spoerry aus dem Verwaltungsrat ausscheiden

Thomas Oetterli ist seit 2016 Chief Executive Officer des Schindler Konzerns. Insgesamt ist er bereits seit 27 Jahren in verschiedenen internationalen Funktionen im Schindler

Konzern tätig. Von 2006 bis 2009 war er CEO der Schindler Aufzüge AG, Schweiz. 2010 wurde er Mitglied der Konzernleitung und war zunächst von 2010 bis 2013 verantwortlich für die Region Europa-Nord,

danach für China. Thomas Oetterli hat 1996 das Studium der Betriebswirtschaft an der Uni Zürich mit dem Lizentiat abgeschlossen.

Seit 2011 ist er unabhängiges Mitglied des Verwaltungsrates der SFS Group und führt seit 2014 den Vorsitz des Audit Committee. Aufgrund seiner langjährigen Tätigkeit im Verwaltungsrat der SFS Group verfügt Thomas Oetterli über umfassende Kenntnisse der Unternehmensgruppe.

Die ausführliche Würdigung von Heinrich Spoerry wird an der GV 2022 erfolgen. Bereits an dieser Stelle bedankt sich der Verwaltungsrat in aller Form für die enorm grossen Verdienste des scheidenden Verwaltungsratspräsidenten und für die langjährige hervorragende Zusammenarbeit.

### Grosse Einkommensunterschiede nach der Lehre

Experimentelle Statistiken: Einkommensentwicklung nach einem Abschluss der beruflichen Grundbildung

Fünfeinhalb Jahre nach dem Abschluss einer drei- oder vierjährigen Lehre beträgt das monatliche Bruttomedianeinkommen für ein Vollzeitpensum 5270 Franken. Zwischen den Bildungsfeldern bestehen allerdings grosse Unterschiede. Die höchsten Einkommen werden in «Informatik und Kommunikationstechnologie» (6370 Franken). Im «Gross- und Einzelhandel» sowie bei den «Persönlichen Dienstleistungen» liegt das Monatseinkommen hingegen unter 5000 Franken. Dies geht aus erstmals veröffentlichten Ergebnissen des Bundesamtes für Statistik (BFS) hervor. Dank einer innovativen Methode der experimentellen Statistik, bei der die Registerdaten mit den Daten der Strukturerhebung des BFS verknüpft wurden, konnte erstmals die Einkommensentwicklung nach dem Abschluss eines eidgenössischen Berufsattests (EBA), eines eidgenössischen Fähigkeitszeugnisses (EFZ) oder einer parallel zum EFZ erworbenen Berufsmaturität (BM1) analysiert werden.

### Höhere Einkommen mit einer Berufsmaturität

Fünfeinhalb Jahre nach dem Abschluss verdienten Personen mit einer BM1 monatlich 5730 Franken und damit 10% mehr als Absolventlnnen eines EFZ (5220 Franken). Dieser Unterschied ist darauf zurückzuführen, dass Erstere ihre Ausbildung häufiger auf Tertiärstufe fortsetzen und Berufe in einkommensstärkeren Bildungsfeldern erlernen. Das niedrigste standardisierte Medianeinkommen wird von Personen mit einem EBA erzielt. Mit 4550 Franken liegt es nahezu 700 Franken unter demjenigen der Personen mit einem EFZ.

# Einkommen variiert stark nach Bildungsfeld

In bestimmten Bildungsfeldern ist das Monatseinkommen mehr als 1000 Franken höher als in den einkommensschwächsten Bildungsfeldern. Diese Unterschiede treten im gesamten Beobachtungszeitraum auf, nehmen allerdings im Lauf der Jahre tendenziell zu. Absolventinnen und Absolventen der Bildungsfelder «Informatik und Kommunika-

tionstechnologie» (6370 Franken) und «Pflegepersonal» (6060 Franken) verdienen fünfeinhalb Jahre nach dem Abschluss monatlich mindestens 6000 Franken. Demgegenüber werden im Gross- und Einzelhandel und bei den persönlichen Dienstleistungen rund 4800 Franken erzielt. Diese Einkommensunterschiede lassen sich teilweise damit erklären, dass die Absolventinnen und Absolventen der Bildungsfelder mit höheren Löhnen ihre Ausbildung häufiger auf Tertiärstufe fortsetzen oder eine längere Lehre absolviert haben.

### Schnellerer Einkommensanstieg für Personen, die ihre Bildung fortsetzen

Das erreichte Bildungsniveau gehört zusammen mit der Erfahrung auf dem

Arbeitsmarkt generell zu den wichtigsten Aspekten der Einkommensentwickluna. Während das Medianeinkommen für die gesamte Kohorte der AbsolventInnen fünfeinhalb Jahre nach dem Abschluss bei 5270 Franken liegt, beträgt es bei dem Viertel der Personen, die ihre Ausbildung auf Tertiärstufe fortgesetzt haben, 5710 Franken. Personen, die an einer höheren Fachschule oder einer Fachhochschule bereits einen Abschluss auf Tertiärstufe erworben haben. ein Medianerzielen einkommen von 5990 Franken: das sind 800 Franken mehr als bei jenen, die nach dem Abschluss ihrer beruflichen Grundbildung keine Ausbildung mehr absolviert haben.

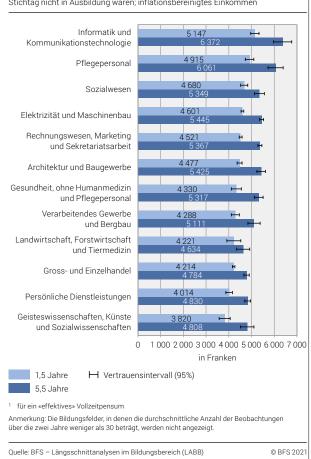
### Um 400 Franken tiefere Einkommen in der italienischen Schweiz

Die bei sämtlichen Arbeitnehmenden häufig

beobachteten sprachregionalen Lohnunterschiede zeigen sich auch bei den Einkommen der Absolventinnen und Absolventen der beruflichen Grundbildung. In der italienischen Schweiz ist das Einkommen von Personen mit einem EFZ oder einer BM1 tiefer als in der übrigen Schweiz. Fünfeinhalb Jahre nach dem Abschluss liegt das Medianeinkommen dort bei 4850 Franken, in der Deutschund rätoromanischen Schweiz bei 5270 Franken und in der französischen Schweiz bei 5200 Franken. Um die regionalen Unterschiede in Bezug auf das verfügbare Einkommen richtig zu interpretieren, muss allerdings auch das Preisniveau berücksichtigt werden.

# Standardisiertes monatliches Bruttomedianeinkommen<sup>1</sup> eineinhalb und fünfeinhalb Jahre nach Erwerb des EFZ oder der BM1, nach Bildungsfeld

Absolventinnen und Absolventen von 2012 und 2013; Personen, die am Stichtag nicht in Ausbildung waren; inflationsbereinigtes Einkommen



# Objektbericht Facharztzentrum: Mit LUCITE Innenwandfarben praxisgerecht beschichtet



In Neustadt an der Weinstrasse ist vor kurzem in zentraler Lage ein Facharztzentrum entstanden. Auch die Radiologie-Praxis Betsch & Georg & Neugebauer & Wagner ist in den attraktiven Neubau eingezogen. Deren grosszügig gestaltete und modern eingerichtete Räume präsentieren sich nicht zuletzt aufgrund der hochwertigen Wand- und Deckenbeschichtung von Dörken einladend, hell und freundlich.

# Widerstandsfähige Innenwandfarbe mit makelloser Optik

Die neue Gemeinschaftspraxis besticht durch ein harmonisches Konzept mit einer klaren, reduzierten Farbwelt, hochwertigen Möbeln und einem individuellen, genau auf die Räume abgestimmten Lichtleitkonzept. Als es um die Gestaltung der Wand- und Deckenflächen in dem Neubau ging, war eine genau auf die Innenarchitektur und die Beanspruchungen einer Arztpraxis abgestimmte Anstrich-Lösung gefragt. Hesselschwerdt, Verkaufsfachberater bei Dörken, erklärt: «Gerade in den stark frequentierten Bereichen wie dem Wartezimmer und den Behandlungsräumen sollte die gewählte Beschichtung besonders widerstandsfähig gegen Schmutz und mechanische Verletzungen sein. Zudem sollte die Farbe über eine makellose und stumpfmatte Optik verfügen.» Nicht zuletzt war auch die Tageslichtsituation in der grossen, offenen und hellen Praxis zu berücksichtigen. Da kontinuierlich Tageslicht in die Räume einfällt, sollte eine Beschichtung zum Einsatz kommen, mit der ungewünschtes Streiflicht verhindert wird.

### Helle Wände trotzen dem Streiflicht

Vor dem Anstrich wurden die Untergründe von den Experten des Malerbetriebs Frank Kadel geschliffen und mit Tiefengrund versehen. Im Bereich der Putzoberflächen wurde danach Anstrichvlies in die Lucite®-Objektfarbe eingelegt und dann «nass in nass» vorgestrichen. Im letzten Schritt erfolgte der Schlussanstrich mit der silikonverstärkten Innendispersion Lucite® Pure Finish in der Farbe Weiss. Die universelle und sehr dünnfilmige Innensilikonharzfarbe ermöglicht ein stumpfmattes Finish und eignet sich ideal für Flächen, die hohem Streiflicht ausgesetzt sind. Peter Hesselschwerdt: «Ganz wichtig in einer Arztpraxis ist auch die leichte Reinigung so-Beständigkeit gegenüber Desinfektionsmitteln - auch dies sichert die gewählte Farbe.»

### Harmonischer Kontrast durch dunkle Wände

Um einen stimmigen Kontrast innerhalb der Praxis zu erreichen und optische Akzente zu setzen, sollten ausgewählte Wände in dunkler Farbe bestrichen werden. Hierbei sollte insbesondere ein Schreibeffekt – also durch mechanische

Belastungen entstehende sichtbare helle Spuren auf der Beschichtung – verhindert werden. So entschied man sich für die lösemittel- und weichmacherfreie Innenwandfarbe Lucite® Flowcoat 2.0. Die Hybrid-Innenfein verlaufende beschichtung verfügt über eine besonders harte Oberfläche und verhindert so Schreibeffekte. Gleichzeitig ist sie sehr gegenüber widerstandsfähig schmutzungen und somit optimal geeignet für Räume mit hoher Besucherfrequenz. Nicht zuletzt kam bei der Beschichtung der Türzargen in der Praxis ein leistungsfähiges System von Dörken zum Einsatz: der Seidenglanz-Acrylat-Wasserlack Lucite® HVLP 2in1 Satin. Dazu Peter Hesselschwerdt: «Das Niederdruck-Spray-System ist Grundierung und Decklack in einem und hat den Vorteil, dass es sich ohne vorherige Grundierung besonders nebel- und spritzarm auftragen lässt. Das war hier besonders gefragt, denn der Fussboden war schon verlegt und Wände schon fertig gestri-

Nach Fertigstellung der Arbeiten ist die Gemeinschaftspraxis Anfang Dezember 2020 eröffnet worden und bietet den Patienten bei jedem Arzttermin ein einladendes Ambiente.



### **LUCITE® HVLP 2in1 Satin**

Hochwertiger Seidenglanz-Niederdrucklack auf Wasserbasis mit Direkthaftung ohne Grundierung – 2in1 Effizienz.



### **LUCITE® Flowcoat 2.0**

Feinmatte, fein verlaufende Hybrid-Innenbeschichtung mit Silizium-CARBON-Technologie mit langer Offenzeit, hoher Reinigungsfähigkeit und reduziertem Schreibeffekt.



### **LUCITE® Pure Finish**

Silikonverstärkte Innendispersion für ein stumpfmattes Finish ohne Ansätze bei Streiflicht

# Informations de base du nouvel apprentissage «Gestionnaire e-commerce avec certificat fédéral de capacité (CFC)»

Les «Gestionnaires e-commerce» répondent, avec leurs multiples compétences, aux exigences des modèles et processus commerciaux numériques interconnectés. Dans le respect de l'écologie et de la durabilité, ils fournissent une contribution importante à la société de consommation numérisée d'aujourd'hui. Grâce à leurs capacités, l'économie suisse est en mesure de satisfaire aux exigences du monde numérique tout en restant compétitive à haut niveau sur le plan international et préparée pour affronter les défis futurs. Les «Gestionnaires e-commerce» contribuent en outre par leur travail à faire croître la force d'innovation de la Suisse en tant que place économique.



### La physionomie de la profession «E-Commerce»

Pendant la formation, les futurs gestionnaires e-commerce apprennent diverses compétences opérationnelles pour l'économie numérique en plein essor. Ces compétences se répartissent en cinq domaines:

- Assurer le suivi des processus de distribution numériques
- Gérer des systèmes de distribution numériques
- Gagner et maintenir des relations avec la clientèle dans la distribution numérique
- Concevoir des expériences numériques pour les clients
- Analyser et développer la distribution numérique

Les compétences opérationnelles sont concrétisées par des objectifs de performance définis dans les trois lieux d'apprentissage que sont l'entreprise, l'école professionnelle et les cours interentreprises.

### **Exigences multiples**

L'environnement de travail numérique se caractérise par son dynamisme et son rythme rapide. Les activités multiples des gestionnaires e-commerce exigent des aptitudes correspondantes telles que:



- Mode de pensée plurirelationnel
- Capacité de raisonnement analytique et logique
- Penchant pour traiter des données et des chiffres
- L'enthousiasme pour les modèles d'entreprises et les tendances numériques
- · Faculté d'innover et de la créativité
- L'intérêt pour les processus et les relations inhérentes à l'économie d'entreprise
- Sens de la technologie
- Goût pour des modes de travail dynamiques dans des équipes interdisciplinaires
- L'aptitude à communiquer oralement et par écrit
- L'aptitude au travail en équipe



**Entreprises formatrices dans diverses** branches

La formation professionnelle initiale de «Gestionnaire e-commerce avec CFC» peut s'effectuer dans différentes entreprises et organisations de toutes branches et tailles de l'économie suisse basées sur des modèles d'entreprise numériques ou utilisant des canaux de distribution numériques établis et parachevés.

Toutefois, pour l'entreprise formatrice, la condition à remplir est de poursuivre une stratégie d'e-commerce complète, de disposer de son propre canal de vente numérique avec des collaborateurs ad hoc et de gérer la plus grande partie des ventes numériques à l'interne et non par des prestataires externes.

### Une prof. offrant des perspectives

Après la fin de l'apprentissage de «Gestionnaire e-commerce avec CFC», de nombreuses perspectives d'emploi et de perfectionnement s'offrent aux nouveaux diplômés dans un environnement économique en plein essor. L'hétérogénéité des

branches et des entreprises disposant de modèles d'entreprises et de canaux de vente numériques ouvre un vaste potentiel d'emplois et de domaines d'activités futurs aux gestionnaires e-commerce diplômés. En outre, par l'étendue de ses contenus, l'apprentissage de «Gestionnaire e-commerce avec CFC» joue parfaitement son rôle formateur de base pour tous les perfectionnements et approfondissements ultérieurs dans le cadre de la formation permanente et de l'accès à la formation professionnelle supérieure ainsi qu'au degré tertiaire. Les titulaires de diplômes de fin d'apprentissage peuvent se perfectionner et se spécialiser tant dans le domaine de l'e-commerce et de l'informatique de gestion que dans des disciplines apparentées telles que les TIC plus techniques ou la gestion d'entreprise (notamment l'innovation, le marketing et la communication, la gestion de projets

Pour plus d'informations, veuillez visiter le site web du projet: e-commerce-formation.ch.

Dieser Bericht wurde in der letzten Ausgabe der FarbenNews in deutscher Sprache publiziert.



### Faits et chiffres

- Le commerce électronique est en plein essor: environ 25% des entreprises prévoient de réaliser plus de la moitié de leur chiffre d'affaires en ligne dans cinq ans.
- Le «COVID-19» comme accélérateur de la numérisation: rien que dans le secteur du commerce de détail, la consommation en ligne a augmenté de 27,2% en 2020, soit l'équivalent de trois années de croissance.
- Un marché du travail asséché: cette augmentation va de pair avec un besoin accru de gestionnaires e-commerce. L'économie numérique suisse appelle de ses vœux une formation professionnelle initiale en e-commerce.
- L'enquête montre que le temps est venu: 70% des entreprises ayant répondu à l'enquête estimaient qu'un nouvel apprentissage «e-commerce» était «extrêmement important» ou «très important» et plus de 50% prévoient d'offrir une ou plusieurs places d'apprentissage d'e-commerce.
- **Formation multibranches:** des apprentis gestionnaires e-commerce peuvent être formés dans différents secteurs de l'économie suisse.
- Formation étendue offrant des perspectives: les opportunités de carrière après l'obtention du certificat de capacité sont considérables dans le secteur de croissance dynamique de l'e-commerce.
- L'Allemagne et l'Autriche ont une longueur d'avance: ces deux pays voisins de la Suisse offrent un apprentissage en e-commerce depuis 2018.

### Vorsicht beim Bezug von Vorsorgegeldern

Der Kanton Zürich senkt seine Steuersätze – dennoch lohnt es sich, einige Ratschläge zu beherzigen.

Wer in die Säule 3a einzahlt oder sich in seine Pensionskasse einkauft, spart Steuern. Sparer sollten dabei aber die Rechnung nicht ohne den Fiskus machen. Bei der Auszahlung der Vorsorgegelder holt dieser sich die ihm entgangenen Steuergelder zumindest zum Teil wieder zurück – und zwar mit der sogenannten Kapitalauszahlungssteuer

Der Wirtschaftskanton Zürich hat die Thematik gerade ins Blickfeld gerückt. Per 1. Januar 2022 reduziert der Kanton die Sätze der Kapitalauszahlungssteuer. Die Anpassungen kommen bei ledigen Steuerzahlern ab Bezügen von 210'000 CHF und bei Verheirateten ab 370'000 CHF zum Zuge, wie es in einer Mitteilung des Kantons von Mitte März heisst. Laut Andreas Lichtensteiger von der Beratungsgesellschaft Vermögenspartner zahlen Alleinstehende und Verheiratete nach der Änderung bis zu 35% weniger Kapitalbezugssteuern.

### Aufschiebung kann sinnvoll sein

Die Kapitalauszahlungssteuer ist einmalig zu zahlen und wird auf Ebene des Bundes, des Kantons und der Gemeinde erhoben. Auch die Kirche erhält einen Anteil. Der Kanton Zürich hat derzeit schweizweit bei der Kapitalauszahlungssteuer mit die höchsten Steuersätze, besonders bei grösseren Vorsorgesummen. Der Ruf Zürichs als «Steuerhölle» hat nicht wenige vermögende Steuerbürger in der Vergangenheit dazu bewogen, ihren Wohnsitz aus dem Kanton Zürich in einen steuergünstigeren Kanton zu verlegen.

«Trotz Steuerharmonisierung bestehen grosse kantonale Unterschiede, was zu Optimierungsmassnahmen geradezu einlädt», schreiben Andrea Opel, Ordinaria für Steuerrecht an der Universität Luzern, und Rechtsanwalt Stefan Oesterhelt in einem jüngst erschienenen Artikel in der Fachpublikation «Steuer-Revue». Als «Eldorado» für Kapitalbezüger präsentieren sich laut den Experten die Kantone Appenzell Inner-

rhoden und Nidwalden.

Personen, die kurz vor der Pensionierung stehen, sollten die neuen Änderungen im Kanton Zürich in jedem Fall berücksichtigen. «Wer beispielsweise in diesem Jahr eine Frühpensionierung plant, sollte sich gut überlegen, ob er diese nicht besser aufschiebt, um nächstes Jahr in den Genuss niedrigerer Steuern zu kommen», sagt Lichtensteiger.

Schon ab einem «Vorsorge-Topf» mit 300'000 bis 400'000 CHF könne es sich durchaus lohnen, etwas später in Rente zu gehen und den Kapitalbezug hinauszuzögern. Bei der Pensionskasse Vermögenswerte kommen solche schnell zusammen. Abklärungen lohnten sich schon bei Bezugsbeträgen ab 200'000 CHF, sagt Lichtensteiger. «Die Revision führt zu spürbaren Steuerentlastungen im Kanton Zürich», sagt Gian Matossi, Leiter Steuern bei der Zürcher Kantonalbank (ZKB). Bei Bezügen unterhalb dieser Beträge sei der Kanton Zürich bereits vor der Revision gut positioniert gewesen.

«Allerdings sieht der Kanton Zürich auch nach den Änderungen weiterhin keinen Maximalsatz vor, das ist ein gravierender Makel im Vergleich mit anderen Kantonen», sagt Lichtensteiger.

### Günstige Nachbarkantone

Bei geringeren Beträgen steht der Kanton Zürich nach der Revision besser da, wie eine Auswertung der ZKB zeigt. Beim Bezug einer Summe von 500'000 CHF aus einem Vorsorge-Topf liegt Zürich im Vergleich mit den sechs Nachbarkantonen auf Platz drei. Die Differenz zum günstigsten Nachbarkanton beträgt lediglich 7100 CHF.

Beim Bezug einer Summe von 1 Mio. CHF zum Grundtarif belegt Zürich im Vergleich mit den sechs Nachbarkantonen Schaffhausen, Thurgau, St. Gallen, Schwyz, Zug und Aargau weiterhin den letzten Platz. Im Vergleich mit dem

günstigsten Nachbarkanton werden in Zürich bei einem Alleinstehenden auch nach der Revision 52'200 CHF mehr Kapitalauszahlungssteuer fällig. Bei einer Summe von 1,5 Mio. CHF sind es 118'400 CHF.

#### Was ist zu beachten?

### Gestaffelter Bezug:

«Erhält der Vorsorgenehmer in der gleichen Steuerperiode mehrere Kapitalleistungen aus der Vorsorge, werden diese für die Besteuerung zusammengerechnet», schreiben Opel und Oesterhelt. Vorsorgenden ist folglich zu empfehlen, sich ihre Vorsorgegelder nicht auf einen Schlag, sondern gestaffelt über mehrere Jahre auszahlen zu lassen. So lässt sich die steuerliche Progression brechen und die Kapitalauszahlungssteuer reduzieren. Bei der Staffelung sollten Gelder aus der Pensionskasse, der Säule 3a sowie Freizügigkeitsgelder einbezogen werden. In Kantonen mit hohen Sätzen bei der Kapitalauszahlungssteuer lohnt sich die Optimierung besonders. Dies sei allerdings auch bei Kantonen mit einer Flat Tax der Fall, sagt Lichtensteiger. Schliesslich gebe es ja auch auf Bundesebene eine Progression. Die Staffelungsmöglichkeiten sind derweil weitreichend. Säule-3a-Gelder kann man bereits fünf Jahre vor der ordentlichen Pensionierung beziehen. Wer nach dem Erreichen des ordentlichen Rentenalters weiterarbeitet, kann den Bezug der Vorsorgegelder um bis zu fünf Jahre hinauszögern. «Freizügigkeitsleistungen darf man bis zum Alter von 70 Jahren stehen lassen, auch wenn man nicht mehr erwerbstätig ist», sagt Matossi.

### Mehrere Säule-3a-Konten führen:

Das Kapital auf einem Säule-3a-Konto kann nur vollständig bezogen werden. Folglich ist es sinnvoll, mehrere solcher Konten zu führen. So kann man die Auszahlung auf mehrere Steuerjahre verteilen. Laut Matossi ist es sinnvoll, zwei bis vier separate Säule-3a-Konten zu führen.

### Teilpensionierung erwägen:

Sofern eine Teilpensionierung gewünscht wird, das Reglement der Pensionskasse eine solche erlaubt und der Arbeitgeber mitspielt, kann man sich das Kapital aus der beruflichen Vorsorge beispielsweise in zwei Schritten auszahlen lassen. Laut Opel und Oesterhelt gibt es auch Kantone, die drei Kapitalbezüge akzeptieren. Bei einer Teilpensionierung kann man einen Teil des Kapitals bei der Reduktion des Pensums beziehen – beispielsweise von einem 100%-Pensum auf ein 50%iges. Den zweiten Teil erhält man dann bei der endgültigen Pensionierung. «Mit einer durchdachten Bezugsstrategie lassen sich auch gute steuerliche Effekte erzielen», sagt Matossi.

### Eine frühzeitige Planung spart Steuern:

«Steuern planen heisst auch, für Eventualitäten vorzusorgen», sagt Lichtensteiger. Zudem ist es auch sehr wichtig, sich frühzeitig zu überlegen, wie die Staffelung der Bezüge über mehrere Jahre hinweg erfolgen soll. Frühzeitig kann beispielsweise 10 bis 15 Jahre vor der Pensionierung bedeuten.

# Einen möglichen Umzug frühzeitig planen:

Wer plant, im Ruhestand umzuziehen, sollte dies frühzeitig planen. Ein solcher Entschluss sollte nicht rein aus steuerlichen Gründen erfolgen, sagt Matossi. Schliesslich befindet man sich dann in einem neuen Umfeld und muss sich in der Pensionierung dort zurecht-

finden. «Wenn der Lebensmittelpunkt nicht tatsächlich am neuen Wohnort liegt, kann es sein, dass die Verlegung des Wohnsitzes steuerlich nicht anerkannt wird», sagt der ZKB-Steuerexperte. Er empfiehlt zudem, die laufenden Steuern sowie die Lebenshaltungskosten in dem Kanton, in den man umziehen will, vorher zu berechnen.

Michael Ferber

Nachdruck aus der NZZ vom 01.04.2021

Alle Infos und Download des Whitepapers unter www.ecommercefrustbarometer.ch



### Fortes différences de revenus après l'apprentissage

Statistiques expérimentales: évolution du revenu des certifiés de la formation professionnelle initiale

Cinq ans et demi après la fin de leur apprentissage en trois ou quatre ans, les titulaires disposent d'un revenu mensuel brut médian qui s'élève à 5270 francs pour un plein temps. D'importantes différences de revenus existent entre les domaines de formation. Les revenus sont les plus élevés dans celui des «Technologies de l'information et de la communication» (Fr. 6370), mais inférieurs à 5000 francs dans la «Vente en gros et au détail» ou les «Services aux particuliers», selon des résultats inédits de l'Office fédéral de la statistique (OFS). Pour la première fois, grâce à une méthode innovante de statistique expérimentale couplant les données des registres avec le relevé structurel de l'OFS, il est possible d'analyser l'évolution du revenu des jeunes qui ont obtenu une attestation fédérale de formation professionnelle (AFP), un certificat fédéral de capacité (CFC) ou une maturité professionnelle de type 1 (MP1) parallèlement à leur CFC.

# Un revenu plus élevé pour la maturité professionnelle

Cinq ans et demi après l'obtention de leur titre, les titulaires d'une maturité professionnelle de type I (MP1) gagnent 5730 francs mensuellement, soit 10% de plus que ceux qui ont fait un CFC (Fr. 5220). Cet écart est explicable par la propension plus importante des premiers à continuer leur formation au degré tertiaire et par le domaine de la formation apprise.

Le revenu médian standardisé le plus bas est celui des titulaires d'une AFP (Fr. 4 550), soit près de 700 francs de moins que celui des titulaires d'un CFC.

### Un revenu très variable selon le domaine de formation

Quel que soit le moment après l'obtention d'un titre, les titulaires issus de certains domaines de formation gagnent mensuellement un revenu plus de 1000 francs supérieur à ceux des domaines avec les revenus les plus bas. Ces différences de revenu ont tendance à se renforcer sur la période d'analyse.

Cinq ans et demi après le titre, les reve-

nus atteignent ou dépassent Fr. 6000 francs par mois pour les certifiés du domaine des «Technologies de l'information et de la communication» (Fr. 6370) et du «Personnel soignant» (Fr. 6060). En revanche, dans les domaines de la vente ou des services aux particuliers, les revenus s'établissent autour de 4800 francs. Une partie de ces différences est explicable par la poursuite bien plus fréquente des premiers par rapport aux seconds vers des études dans le degré tertiaire ou par la durée plus longue de l'apprentissage.

# Progression plus élevée pour ceux qui continuent à se former

Conjointement à l'expérience sur le marché du travail, le niveau de formation at-

teint représente de manière générale l'une des composantes les plus importantes de l'évolution du revenu. Tandis que le revenu médian pour l'ensemble de la cohorte de certifiés atteint 5270 francs par mois cinq ans et demi après le titre, il culmine à 5710 francs pour le quart d'entre eux qui ont continué leur formation dans le degré tertiaire. Les personnes qui ont déjà obtenu un titre du degré tertiaire dans une école supérieure ou une haute école spécialisée empochent un revemédian de 5990 francs, soit 800 de plus que celles qui n'ont jamais été en formation après leur titre.

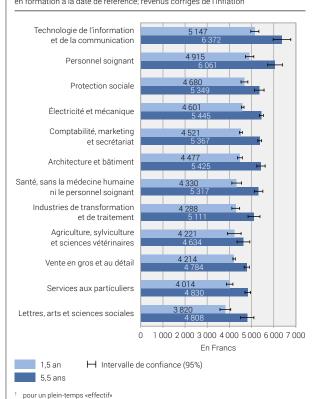
# Des revenus mensuels inférieurs de 400 francs en Suisse italienne

Les différences habituellement constatées entre les différentes régions linguistiques pour l'ensemble des salariés se reflètent également dans les revenus des certifiés. En Suisse italienne, les revenus des titulaires d'un CFC ou d'une MP1 sont moins élevés que dans le reste de la Suisse. Cinq ans et demi après l'obtention du titre, le revenu médian est de 4850 francs en Suisse italienne, de 5270 francs en Suisse alémanique et romanche alors qu'il est de 5200 francs en Suisse romande. Pour une interprétation des différences régionales en termes de revenu disponible, il est cependant important de tenir compte aussi du niveau des prix.

Vous trouverez des informations complémentaires dans le document PDF ci-dessous.

### Revenu mensuel brut médian standardisé<sup>1</sup> 1,5 et 5,5 ans après l'obtention du CFC ou de la MP1, selon le domaine de formation

Cohortes des titulaires de 2012 et 2013; personnes qui n'étaient pas en formation à la date de référence; revenus corrigés de l'inflation



Remarque: les domaines pour lesquels le nombre moyen d'observations sur les deux ans est inférieur à 30 ne sont pas montrés.

@ OFS 2021

Source: OFS - Analyses longitudinales dans le domaine de la formation (LABB)

### Innovativer und elastischer Dämmschaum



Als zuverlässiger Partner für die Baubranche ist es Permapack stets ein Anliegen, hochwertige und anwenderfreundliche Lösungen zu liefern. Mit dem PUR-Schaum Elastic Permafix 224 bietet das Familienunternehmen aus Rorschach ein echtes Multitalent im Bereich Dämmen, das auch hervorragend im Holz- und Fensterbau eingesetzt werden kann.

Mit dem elastischen Dämmschaum Permafix 224 hat Permapack seit Kurzem ein innovatives Universalprodukt zum Füllen von Montagefugen an Fenstern, Türen und Rollladenkästen, sowie zum Isolieren und Ausschäumen von Elementfugen, Mauerdurchbrüchen und anderen Hohlräumen auf dem Markt, das viele Vorteile mit sich bringt.

### Gute Dämmeigenschaften

Der einkomponentige Dämmschaum absorbiert Bauteilbewegungen und ist dabei dreimal so flexibel wie handelsübliche PU-Schäume. Die Schaumstruktur besitzt dauerhaft elastische Eigenschaften. Es besteht keine Gefahr durch Schaumabrisse und seine gute Wärmeund Schalldämmung bleibt über die gesamte Lebensdauer des Bauteils bestehen. Permafix 224 beeindruckt dabei mit einem enorm hohen Fugenschalldämmwert von bis zu 64 dB. Dank seiner geringeren Nachexpansion lässt sich der

Schaum gut dosieren. So ist der Materialverlust gering und der Verarbeiter spart Kosten.

### Ganz jährig anwendbar

Als All-Season-Produkt macht Permafix 224 Dämmarbeiten den Winter über planbarer: Der Pistolenschaum der Baustoffklasse B2 lässt sich auch bei kalten Temperaturen von bis zu –10 °C verarbeiten. Durch Luftfeuchtigkeit härtet der PUR-Schaum zu einer halbharten sowie flexiblen Masse mit überwiegend geschlossenen Zellen aus. Die Anwendung ist auch auf Polystyrolplatten (EPS, XPS) möglich. Mit seiner dezenten zementgrauen Farbe ist der PUR-Schaum optisch absolut unauffällig. Der ausgehärtete Schaum kann überstrichen oder überputzt werden.

Für eine saubere Verarbeitung des Dämmschaums hält das breite Permafix-Sortiment die antihaftbeschichtete Schaumpistole Permafix 93 bereit. Sie ist ganzflächig mit einer widerstandsfähigen



Die graue Schaumfarbe ermöglicht eine visuelle Kontrolle gegenüber den herkömmlichen, gelblichen Standard-Schäumen.

Teflon-Beschichtung überzogen. Schaumreste lassen sich spielend einfach entfernen, was die Reinigung erheblich erleichtert.

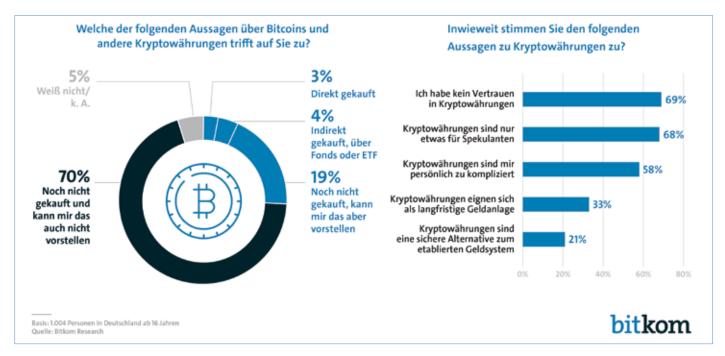
www.permapack.ch/de/Bau



Der elastische Dämmschaum Permafix 224 wird in der Dose geliefert und kann mit einer Pistole verarbeitet werden.

### Bitcoin & Co.: Steigendes Interesse, aber grosse Skepsis

- Erst 3% haben direkt in Kryptowährungen investiert, aber 20 Prozent können sich das künftig vorstellen
- Ein Drittel sieht in Bitcoin & Co. eine langfristige Geldanlage



Bei Kryptowährungen wie Bitcoin, Ethereum und Co. ging es zuletzt nach monatelangen immer neuen Rekordständen mit deutlichen Kurseinbrüchen wieder steil bergab.

Eine Mehrheit der Deutschen dürfte sich damit in ihrer Einschätzung bestätigt fühlen: Zwei Drittel geben an, dass sie kein Vertrauen in Kryptowährungen haben (69%) und diese nur etwas für Spekulantinnen und Spekulanten sind, die schnell Geld machen wollen (68%).

Allerdings geht ein Drittel (33%), davon aus, dass sich Kryptowährungen als langfristige Geldanlage eignen und ein Fünftel (21%) sieht in ihnen sogar eine sichere Alternative zum etablierten Geldsystem. Das ist das Ergebnis einer telefonischen Befragung von 1004 Personen ab 16 Jahren in Deutschland im Auftrag des Digitalverbands Bitkom. «Die letzten ein, zwei Jahre waren geprägt von der Institutionalisierung und Regulierung des Krypto-Marktes. Bei der Mehrheit der Privatinvestoren in Deutschland hat das bisher nicht zu einem Vertrauensschub geführt», sagt Patrick Hansen, Bereichsleiter Blockchain beim Bitkom.

«Diejenigen, die investieren, tun das insbesondere zur langfristigen Geldanlage und nicht in erster Linie um Kryptowährungen als Zahlungsmittel zu nutzen. Kryptowährungen werden dabei ähnlich wie zum Beispiel Gold als alternative Anlageklasse zur Risikodiversifizierung genutzt.»

Das Wissen über Kryptowährungen nimmt indes in der Bevölkerung weiter zu. So haben inzwischen 82% schon einmal davon gehört oder gelesen. Im letzten Jahr waren es noch 76%, 2019 sogar erst 68%. Und zwar sagt noch immer eine Mehrheit von 58%, Kryptowährungen seien ihnen persönlich zu kompliziert, verglichen mit dem Vorjahr (66%) ist das aber ein deutlicher Rückgang. Trotzdem haben nur 3% bereits direkt Kryptowährungen gekauft. Weitere 4% haben indirekt in Kryptowährungen investiert, etwa über Fonds oder ETF, die sich auf Kryptowährungen spezialisiert haben. «Die meisten kaufen Bitcoin & Co. auf deutschen und internationalen Kryptobörsen und -handelsplätzen. Nur die allerwenigsten verwahren ihre Investments selbst in sogenannten Self-Hosted-Wallets. Inzwischen ist es auch möglich, indirekt über Finanzprodukte wie Zertifikate an den bekannten Aktienbörsen in Kryptowährungen zu investieren.», sagt Hansen. «Vor dem Investieren sollte man sich mit den Vor- und Nachteilen der verschiedenen Wege auseinandersetzen - und natürlich sollte sich jede und jeder bewusst sein, dass diese Investitionen risikobehaftet sind.» Rund ein Fünftel (19%, 2020: 18%) lässt sich davon aber nicht abschrecken und hat zwar noch nicht investiert, kann sich das aber künftig vorstellen. 7 von 10 (70%, 2020: 73%) wollen aber auch künftig einen Bogen um Bitcoin & Co. machen. Hinweis zur Methodik: Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverband Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 1004 Personen in Deutschland ab 16 Jahren telefonisch befragt. Die Umfrage ist repräsentativ. Die Fragestellung lautete: «Haben Sie schon einmal etwas von Bitcoins oder anderen sogenannten Kryptowährungen gehört oder gelesen?», «Welche der folgenden Aussagen über Bitcoins trifft auf Sie selbst am besten zu?» und «Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu Kryptowährungen zu bzw. nicht zu?»

Quelle: bitkom.org

42

# **Jetzt Neu**

# IGP - Speziallack

aus der Sprühdose

einfache, schnelle Ausbesserungen im Original-IGP Farbton





# **Eigenschaften**

- Schnelle Trocknung
- IGP Farbrezepturen / Effektfarben
- Breitstrahl Sprühkopf mit zusätzlichem Rundstrahl – Ersatzsprühkopf für eine optimale Ausbesserung
- Guter Verlauf mit einzigartiger Oberfläche
- Farbtonstabil









# **Sortiment:**

13 IGP Standartfarben ab Lager erhältlich 400ml Gebinde

Alle weiteren IGP-Farben auf Bestellung erhältlich bei einer Mind.bestellmenge von 8 Dosen pro Farbton. Fragen Sie uns an!





