

FARBEN NEWS

I MÄRZ/MARS 2022

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



TITELBILDSERIE/SÉRIE DE COUVERTURES 2022:

ARBEITEN VON LERNENDEN AUS DEM ÜBERBETRIEBLICHEN KURS (ÜK) 3 IM JAHR 2017.
TRAVAUX RÉALISÉS PAR LES APPRENTIS DU COURS INTERENTREPRISES (CI) 3 EN 2017.

ALPHACRYL PURE MAT SF

Matt, farbig, beständig.
Die neue Generation
bindemittelreicher
Acryl-Dispersionen.





GV findet wieder physisch statt

Die Zeichen scheinen auf grün zu stehen und der VSF-Vorstand ist guter Dinge, dass die geplante, physische GV 2022 am Samstag, 21. Mai 2022 stattfinden kann.

Nach zwei Jahren «online» ist es dem leitenden Vorstandsgremium des VSF ein grosses Anliegen gewesen, die kommende 52. GV wieder physisch und umrahmt von einem kleinen Programm durchführen zu können. Nach aktuellen Einschätzungen scheint



dieser Plan auf gutem Wege zu sein. So freut es den Vorstand sehr, die VSF-Mitglieder am Samstag, 21. Mai 2022 ins Zürcher Unterland, nach Glattfelden, einladen zu dürfen.

Es soll nicht nur der erste Event «nach» der Corona-Abstinenz sein, sondern wird mit dem Traktandum «Wahlen» auch eine spannende und zukunftsrelevante GV werden. So stellen sich aktuell 3 der fünf Vorstandsmitglieder definitiv für eine Wiederwahl zur Verfügung. Wie bereits angekündigt, wird der Präsident, Beat Capelli, nach Beendigung seiner Amtszeit im Mai 2022 endgültig aus dem Vorstand verabschiedet. Er möchte damit den Platz für neue Branchenakteure frei machen und würde sich natürlich über eine passende Anschlusslösung sehr freuen. Bedauerlicherweise konnte trotz intensiven Suchens noch keine Nachfolge für das präsidiale Amt gefunden werden.

An dieser Stelle sei nochmals der Aufruf platziert, bei Interesse am Präsidium gerne mit der Geschäftsstelle, Frau Alexandra Kunz, Kontakt aufzunehmen. Das präsidiale Pflichtenheft ist nicht ganz so umfangreich wie vielleicht vermutet, sodass ein Engagement auch mit eher begrenzten Zeitressourcen durchaus vereinbar wäre.



L'AG aura à nouveau lieu physiquement

Les signaux semblent être au vert et le comité de l'ASCP a bon espoir que l'AG physique 2022 prévue pour le samedi 21 mai 2022 puisse avoir lieu.

Après deux années passées «en ligne», le comité de l'ASCP souhaitait vivement que la 52^e assemblée générale se déroule à nouveau physiquement et soit encadrée par un petit programme. Selon les estimations actuelles, ce projet semble être en bonne voie. Ainsi, le



comité directeur est très heureux de pouvoir inviter les membres de l'ASCP le samedi 21 mai 2022 dans l'Unterland zurichois, à Glattfelden.

Il ne s'agira pas seulement du premier événement «après» l'absence de Corona, mais le point «élections» à l'ordre du jour fera également de cette AG un moment passionnant et porteur d'avenir. En effet, 3 des cinq membres du comité se mettent définitivement à disposition pour une réélection.

Comme nous l'avons déjà annoncé, le président, Beat Capelli, quittera définitivement le comité à la fin de son mandat en mai 2022. Il souhaite ainsi laisser la place à de nouveaux acteurs du secteur et serait naturellement très heureux de trouver une solution de remplacement adéquate. Malheureusement, malgré des recherches intensives, aucun successeur n'a encore pu être trouvé pour le poste de président.

Nous vous invitons donc à prendre contact avec le secrétariat, Madame Alexandra Kunz, si vous êtes intéressé par la présidence. Le cahier des charges de la présidence n'est pas aussi vaste qu'on pourrait le croire, de sorte qu'un engagement serait tout à fait compatible avec des ressources en temps plutôt limitées.





« Die Branche liegt Ihnen am Herzen?

Sie möchten gerne aktiv im Verband mitarbeiten und Ihre Ideen und Wünsche zum Wohle der Farbenbranche und deren Zukunft einbringen? Dann sind Sie sicherlich ein idealer oder eine ideale Kandidat/in für ein Engagement im Vorstand resp. dann auch für den Präsidiums-Stuhl. Melden Sie sich – wir freuen uns auf Sie! »

Die kommende GV ist nicht nur der erste Event an dem sich die VSF-Mitglieder wieder persönlich begegnen werden, nein, auch wird es die erste GV mit neuer Ablaufstruktur sein. So wird der Anlass an nur einem Tage stattfinden und nach dem Motto «zuerst die Arbeit, dann das Vergnügen» mit der Abarbeitung der statutarischen Geschäfte starten. Ein kleines Rahmenprogramm überbrückt dann den Nachmittag bis am Abend zum Gala-Dinner geladen wird. Der gesamte Vorstand des VSF freut sich ausserordentlich, alle Mitglieder aus Industrie und Handel herzlich zur GV einzuladen und hoffentlich auch zahlreich begrüssen zu dürfen.

Alexandra Kunz



« Le secteur vous tient à cœur? Vous aimeriez participer activement à l'association et apporter vos idées et vos souhaits pour le bien du secteur des peintures et de son avenir? Dans ce cas, vous êtes certainement le candidat idéal pour un engagement au sein du comité directeur ou pour le siège de la présidence. Faites-vous connaître – nous nous réjouissons de vous accueillir!

La prochaine AG ne sera pas seulement le premier événement au cours duquel les membres de la l'ASCP se rencontreront à nouveau en personne, non, ce sera aussi la première AG avec une nouvelle structure de déroulement. Ainsi, l'événement se déroulera sur une seule journée et commencera par le traitement des affaires statutaires, selon la devise «le travail d'abord, le plaisir ensuite». Un petit programme-cadre couvrira ensuite l'après-midi jusqu'à l'invitation au dîner de gala le soir. L'ensemble du comité de la l'ASCP se réjouit d'inviter cordialement tous les membres de l'industrie et du commerce à l'AG et, nous l'espérons, de pouvoir les accueillir en nombre.

Alexandra Kunz



Programm:

Samstag, 21. Mai 2022

ab 13.00 Uhr Eintreffen der Teilnehmende im Hotel Riverside

13.30 Uhr Begrüssungskaffee im Autoatelier
(«La Dolce Vita» im Autoatelier – Das Autoatelier bietet eine eindrucksvolle Kulisse für Klassiker aller Epochen. Auf über 800 m² werden in einem italienischen Ambiente exklusive Fahrzeuge von regelmässig wechselnden Marken präsentiert. Ein Highlight nicht nur für Auto-Fans.)

ab 14.00 Uhr Türöffnung zum GV-Saal

14.30 Uhr Beginn der 52. Generalversammlung

16.00 Uhr Aperitif und gemeinsames Bowlingspielen (fakultativ)

18.00 Uhr Gala-Dinner und gemütliches Beisammensein

ca. 23.30 Uhr Ende der offiziellen Veranstaltung

Individueller Ausklang des Abends z. B. an der Riverbar

Programme:

samedi 21 mai 2022

dès 13h00 Arrivée des participants à l'hôtel Riverside

13h30 Café de bienvenue au salon de l'automobile
(«La Dolce Vita» au salon de l'automobile – Le salon de l'automobile offre un cadre impressionnant pour les voitures classiques de toutes les époques. Sur plus de 800 m², des véhicules exclusifs de marques régulièrement renouvelées sont présentés dans une ambiance italienne. Un moment fort, pas seulement pour les fans de voitures).

dès 14h00 ouverture des portes de la salle de l'AG

14h30 Ouverture de la 52^e assemblée générale 2022

16h00 Apéritif et jeu de bowling en commun (facultatif)

18h00 Dîner de gala et soirée conviviale

vers 23h30 Fin de la manifestation officielle

Fin de soirée individuelle, par exemple au Riverbar



Traktanden:

Samstag, 21. Mai 2022

Beginn der GV 14.30 Uhr

Türöffnung 14.00 Uhr

Hotel Riverside, Glattfelden (ZH)

1. Eröffnungswort des Präsidenten

Der Präsident konstituiert die GV 2022.

2. Wahl der Stimmentzähler

Die Versammlung wählt zwei Stimmentzähler.

3. Protokoll der 51. GV in Wallisellen (digital)

Der Vorstand beantragt, das Protokoll zu genehmigen.

4. Jahresbericht Zentralpräsident

Der Vorstand beantragt, den Jahresbericht 2021 zu genehmigen.

4.1. Jahresbericht des Präsidenten der Sektion Romand mit Jahresrechnung (Orientierung)

4.2. Bericht über die Berufsbildung (Orientierung)

4.3. Prämierung

5. Abnahme der Jahresrechnung/Déchargeerteilung

Der Vorstand beantragt, die Jahresrechnung 2021 zu genehmigen und den Mitgliedern des Vorstandes wie der Geschäftsstellen-Leitung für das Verbandsjahr 2021 Entlastung zu erteilen.

5.1. Genehmigung der Jahresrechnung

5.2. Déchargeerteilung

6. Budget 2022

Der Vorstand beantragt, das Budget 2022 freizugeben.

7. Mitgliederbeiträge 2023

Der Vorstand beantragt, die Mitgliederbeiträge 2023 beizubehalten.

8. Wahlen

Die Versammlung wählt die vorgeschlagenen Vorstandsmitglieder für eine Amtsperiode von vier Jahren (2022–2026).

8.1. Zentralvorstand

8.2. Zentralpräsident

8.3. Revisionsstelle

Der Vorstand beantragt, die bisherige Revisionsstelle Convisa Revisions AG, für die Dauer von vier Jahren (2022–2026) wiederzuwählen.

9. Varia



Ordre du jour:

samedi 21 mai 2022

Début de l'assemblée générale 14h30

Ouverture des portes 14h00

Hôtel Riverside à Glattfelden (ZH)

1. Ouverture de la séance par le président

Le président ouvre l'assemblée générale 2022.

2. Election des scrutateurs

L'assemblée élit deux scrutateurs.

3. Procès-verbal de la 51^e AG à Wallisellen (numé.)

Le comité propose d'approuver le procès-verbal.

4. Rapport annuel du Président central

Le comité directeur propose d'approuver le rapport annuel 2021.

4.1. Rapport annuel du Président de la Section romande avec compte annuel (Information)

4.2. Rapport concernant la formation prof. (Info.)

4.3. Remise des prix

5. Approbation des comptes annuels et décharge

Le comité directeur propose d'approuver les comptes annuels 2021 et de donner décharge aux membres du comité directeur ainsi qu'à la direction du secrétariat pour l'année 2021 de l'association.

5.1. Approbation des comptes annuels

5.2. Décharge

6. Budget 2022

Le comité propose d'approuver le budget 2022.

7. Cotisation des membres 2023

Le comité propose de maintenir inchangées les cotisations des membres 2023.

8. Élections

L'assemblée élit les membres du comité proposés pour un mandat de quatre ans (2022–2026).

8.1. Membres du comité directeur central

8.2. Président central

8.3. Organe de révision

Le comité propose de réélire l'organe de révision actuel, Convisa Revisions AG, pour une durée de quatre ans (2022–2026).

9. Divers



GV-Sponsorentafel – Herzlichen Dank für die Unterstützung!

Anlässlich unserer 52. ordentlichen GV freut es den leitenden VSF-Vorstand sehr, auf grosszügige Sponsoren aus Lieferantenkreisen zählen zu dürfen. Namhafte Firmen unterstützen dieses Branchenhight und unterstreichen somit ihre Verbandstreue und das dem VSF entgegengebrachte Vertrauen.



AG: Tableau des donateurs – Un grand merci pour votre soutien!

A l'occasion de notre 52^e AG, le comité de l'ASCP est très heureux de pouvoir compter sur de généreux sponsors parmi les fournisseurs. Des entreprises de renom soutiennent ce temps fort de la branche et soulignent ainsi leur fidélité à l'association et la confiance qu'elles accordent à l'ASCP.

PERMAPACK AG, RORSCHACH  Eine Marke von Permapack.	RUPF & CO. AG, GLATTBRUGG  LACKE UND FARBEN
PEKA PINSELFABRIK AG, EBNAT-KAPPEL  Pinsel, Farbroller, Malerwerkzeug	CD COLOR SÀRL, DELÉMONT  Leistung verbindet
KNUCHEL FARBEN AG, WIEDLISBACH 	MOTIP DUPLI AG, FEHRALTORF 
DURATEC AG, REIDEN 	TALENS AG, DULLIKEN 

Im Namen der ganzen Mitgliedschaft sowie des leitenden VSF Vorstandes bedanken wir uns an dieser Stelle ganz herzlich bei allen Sponsoren für ihre pekuniäre Unterstützung. Wir hoffen auf zahlreiche Anmeldungen und freuen uns, Sie am 21. Mai in Glattfelden zur 52. ordentlichen Generalversammlung 2022 zu begrüssen.

« Für alle Firmen, die noch nicht auf der Tafel genannt sind, besteht noch immer die Möglichkeit, „mit ins Boot“ zu springen. Nutzen Sie als dem VSF verbundene Unternehmung diese Gelegenheit, sich an diesem offiziellen Branchenanlass 2022 zu präsentieren. Wir freuen uns über Ihre finanzielle Unterstützung und Partizipation! »

Au nom des membres ainsi que du comité directeur, nous remercions vivement de leur précieux soutien tous les donateurs. En espérant que les inscriptions seront nombreuses, c'est avec plaisir que nous vous accueillerons le 21 mai à Glattfelden pour la 52^e assemblée générale ordinaire de l'ASCP.

« Pour toutes les entreprises qui ne sont pas encore mentionnées sur le tableau, il est encore possible de "sauter dans le bateau". En tant qu'entreprise liée à l'ASCP, profitez de cette occasion pour vous présenter lors de cet événement de la branche en 2022. Nous nous réjouissons de votre soutien financier et de votre participation! »

Sekundärer Sektor mit hohen Produktions- und Umsatzanstiegen im 4. Quartal 2021 und im Gesamtjahr 2021

Die Produktion im sekundären Sektor hat im 4. Quartal 2021 im Vergleich zum Vorjahresquartal um 6,2% zugenommen. Der Umsatz ist um 8,3% angewachsen. Im Gesamtjahr 2021 hat der sekundäre Sektor mit +7,9% (Umsatz +8,9%) deutlich mehr produziert als im ersten Pandemiejahr 2020 und konnte damit die Vorjahresverluste (Produktion -2,8%; Umsatz -4,7%) mehr als wettmachen. Dies zeigen die provisorischen Ergebnisse des Bundesamtes für Statistik (BFS).

In der Industrie ist die Produktion im Vergleich zum vergangenen Jahr im Oktober (+4,3%), im November (+9,3%) und auch im Dezember angestiegen (+7,3%). Für das gesamte 4. Quartal 2021 ist bei der Produktion im Vergleich zum entsprechenden Vorjahresquartal eine Zunahme von 7,3% zu verzeichnen.

Im Baugewerbe ist die Produktion im 4. Quartal 2021 gegenüber dem Vorjahresquartal um 0,2% gestiegen. Der Hochbau erfuhr einen Produktionsrückgang von 3,5%, der Tiefbau hat ebenfalls einen Rückgang (-3,6%) zu verzeichnen. Beim sonstigen Baugewerbe ist die Produktion um 2,7% gestiegen.

Umsatz

In der Industrie sind die Umsätze im Oktober im Vergleich zum Vorjahr um 7,2% gestiegen und haben auch im November (+11,0%) und im Dezember zugenommen (+9,0%). Für das gesamte 4. Quartal 2021 wurde beim Umsatz im Vergleich zum entsprechenden Vorjahresquartal ein Plus von 9,3% registriert. Im Baugewerbe hat der Umsatz im 4. Quartal 2021 gegenüber dem Vorjahresquartal um 4,6% zugenommen. Der Umsatz im Hochbau ist um 2,5% gestiegen, während der Tiefbau ein Minus



Fortes hausses de la production et des chiffres d'affaires dans le secteur secondaire au 4^e trimestre 2021 et sur toute l'année

La production dans le secteur secondaire a augmenté de 6,2% au 4^e trimestre 2021 par rapport au même trimestre de l'année précédente. Les chiffres d'affaires ont progressé de 8,3%. Sur l'ensemble de l'année 2021, ce secteur a produit nettement davantage qu'en 2020 (production en hausse de 7,9% et chiffres d'affaires de 8,9%). Il a ainsi plus que compensé les pertes enregistrées pendant la première année de la pandémie (-2,8% pour la production et -4,7% pour les chiffres d'affaires). Tels sont les résultats provisoires de l'Office fédéral de la statistique (OFS).

Dans l'industrie, par rapport à l'année précédente, la production a progressé en octobre (+4,3%), en novembre (+9,3%) et en décembre de 7,3%. Sur l'ensemble du 4^e trimestre 2021 la production a augmenté de 7,3% par rapport au même trimestre de l'année précédente.

Pour l'ensemble de la construction, la production a augmenté de 0,2% au 4^e trimestre 2021 par rapport au même trimestre de l'année précédente. La production a reculé (-3,5%) dans le bâtiment, le génie civil a également enregistré une baisse (-3,6%).

Enfin, les travaux de construction spécialisés ont enregistré une hausse de 2,7% de leur production.

Chiffres d'affaires

Dans l'industrie les chiffres d'affaires ont augmenté en octobre (+7,2%) par rapport au même mois de l'année précédente, de même qu'en novembre (+11,0%) et qu'en décembre (+9,0%). Si l'on considère l'ensemble du 4^e trimestre 2021, les chiffres d'affaires ont enregistré une augmentation de 9,3% par rapport au même trimestre de l'année précédente.

Pour l'ensemble de la construction, les chiffres d'affaires ont augmenté de 4,6% au 4^e trimestre 2021 par rapport au même





erfuhr (-1,1%). Das sonstige Baugewerbe konnte den Umsatz um 6,4% steigern.

Provisorische Ergebnisse für das Gesamtjahr 2021

Für das gesamte zweite Pandemiejahr 2021 verzeichnete der sekundäre Sektor gegenüber dem Vorjahr einen Produktionsanstieg von 7,9% (Umsatz +8,9%), wobei die Industrie um 9,2% (Umsatz +10,1%) und das Baugewerbe um 1,2% (Umsatz +3,7%) wuchsen. Im ersten Pandemiejahr 2020 hatte der sekundäre Sektor noch ein Produktionsminus von 2,8% (Umsatz -4,7%) zu beklagen. Darin waren die Produktions- und Umsatzrückgänge der Industrie (-3,3%; -5,8%) und des Baugewerbes (-0,2%; -0,3%) enthalten.

Mit Ausnahme der Branchen Energieversorgung und Tiefbau wiesen im Jahr 2021 alle Branchen ein positives Ergebnis aus. Nur bei den Branchen «Textilien und Bekleidung», Fahrzeugbau und Maschinenbau war der Anstieg im Jahr 2021 nicht ausreichend hoch, um die Vorjahresverluste wieder wettmachen zu können.

trimestre de l'année précédente. Ils ont augmenté de 2,5% dans le bâtiment. Le génie civil a enregistré une baisse de 1,1%, les travaux de construction spécialisés une hausse de 6,4%.

Résultats provisoires pour l'année 2021

Sur l'ensemble de la deuxième année marquée par la pandémie, la production a augmenté de 7,9% (chiffres d'affaires: +8,9%) par rapport à l'année précédente, l'industrie enregistrant une hausse de 9,2% (chiffres d'affaires: +10,1%) et la construction de 1,2% (chiffres d'affaires: +3,7%). En 2020, première année de la pandémie, la production de ce secteur accusait encore une baisse de 2,8% (chiffres d'affaires: -4,7%). Cette baisse comprenait les reculs de la production et des chiffres d'affaires de l'industrie (-3,3%; -5,8%) et de la construction (-0,2%; -0,3%)

À l'exception des «production et distribution d'énergie» et du «génie civil», toutes les branches ont affiché un résultat positif en 2021. Seules les branches «textiles et habillement», «industrie automobile» et «fabrication de machines» n'ont pas enregistré en 2021 une progression suffisante pour compenser les pertes de l'année précédente.

RUGO
LACKE UND FARBEN

COLORMATIC WUNSCHFABTON AUS DER SPRAYDOSE

Unsere Partnerfirma Rupf & Co. mischt Farben nach Kundenwunsch und füllt sie in unsere Spraydosen ab.

NEU

european-aerosols – Leading in spray solutions
www.ruco.ch | www.european-aerosols.com

EA
european aerosols

istock© Visivasnc

Cyberangriffe häufiger – Angst steigt spürbar an

Das bekannte Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen EY (Ernst Young) hat jüngst in einer Umfrage die Befindlichkeiten in der Wirtschaft hinsichtlich der offensichtlich zunehmenden Cyberangriffe untersucht.

Die Umfrageergebnisse schlagen klaren Alarm: mehr als 63% der befragten Unternehmen sehen aktuell ein hohes Risiko, Opfer von Cyberangriffen zu werden, und das Risiko wird sich noch massiv verstärken. 44% der Unternehmen haben in den vergangenen zwei Jahren einen Datendiebstahl oder konkrete Hinweise auf Cyberangriffe entdeckt. Im selben Zeitraum wurden sogar 27% mehrmals mit einer sogenannten Ransomware digital angegriffen und mussten sich so mit einer digitalen Erpressung sowie in der Folge mit zum Teil horrenden Lösegeldforderungen auseinandersetzen.

Keine Firewall

Das gestiegene Risiko einer Cyberattacke hat gemäss der EY-Umfrage auch damit zu tun, dass die globale Corona-Pandemie die digitale Transformation bei den Unternehmen stark beschleunigt hat. So mussten die Mitarbeitenden aus dem Homeoffice, also quasi von aussen, auf die firmeneigene IT-Infrastruktur zugreifen, was wiederum Einfallstore für gefährliche Cyberattacken darstellte, da die privaten Internetzugänge vielfach keine geeignete Firewall besitzen. Das Motiv der Cyberkriminellen liegt zu 75% in der finanziellen Bereicherung. Vielfach gelangen die digitalen Angreifer*innen via einer harmlosen E-Mail auf die firmeneigene IT-Infrastruktur und installieren dann die entsprechende Ransomware, um die vitalen Unternehmensdaten zu verschlüsseln und so die Unternehmung quasi «lahmzulegen».

Cyberattacke als Geschäftsmodell

So stellt der Leiter der Cyber Response bei EY, Bodo Meseke, mit Blick auf die aktuellen Umfrageresultate nüchtern fest: «Ransomware ist ein funktionierendes Geschäftsmodell für die organisierte Kriminalität». Damit man den stark steigenden Cyberattacken allerdings wirksam entgegenzutreten kann, ist für viele KMU-Unternehmen vor dem Hintergrund der stark wachsenden Cyberattacken professionelle Hilfe und Prävention angezeigt. Laut EY-Umfrage steht hinter den vielen Cyberangriffen die organisierte Kriminalität an erster Stelle, gefolgt von den ausländischen Geheimdiensten oder dann den aktivistischen Hackergruppen wie Anonymus. Stark betroffen, wen wundert's, sind die Unternehmen aus den Bereichen Telekommunikation oder Technologie, denn diese weisen vielfach ein pures «digitales Geschäftsmodell» auf und sind so ein «gefundenes Fressen» für die digitalen Angreifer.

Fréquence accrue de cyberattaques – la peur augmente sensiblement

EY (Ernst Young), entreprise renommée de révision et de conseils, a récemment réalisé une enquête pour connaître le sentiment des acteurs économiques face à l'augmentation manifeste des cyberattaques.

Les résultats de l'enquête sont clairement alarmants: plus de 63% des entreprises interrogées considèrent actuellement que le risque d'être victime de cyberattaques est élevé. De l'avis des quelque 500 chefs d'entreprise ayant répondu au sondage, ce risque va encore augmenter. Ces deux dernières années, 44% des entreprises ont découvert un vol de données ou détecté des traces concrètes de cyberattaques. Durant la même période, 27% des entreprises ont subi une attaque au rançongiciel et ont ainsi dû se débattre avec un chantage numérique et verser des rançons d'un montant souvent considérable.

Absence de pare-feu

Selon l'enquête de EY, le risque d'une cyberattaque s'est accru d'autant plus que durant la pandémie du coronavirus, la transformation numérique des entreprises s'est fortement accélérée. Ainsi, il a fallu donner accès aux collaborateurs travaillant à domicile à l'infrastructure informatique propre à l'entreprise. Ceux-ci ne possédant souvent pas de pare-feu adéquat, le télétravail a ouvert des portes d'entrée à de dangereuses attaques informatiques. Les cybercriminels sont motivés à 75% par l'enrichissement financier. Souvent, ils accèdent à l'infrastructure informatique par un courriel d'apparence inoffensive pour y installer un rançongiciel qui, en cryptant les données vitales, paralyse l'entreprise.

Les cyberattaques comme modèle d'affaires

Le chef de Cyber Response chez EY, Bodo Meseke, constate sobrement, sur la base des résultats de la récente enquête, que «le ransomware est un modèle d'affaires qui fonctionne pour la criminalité organisée». Pour combattre efficacement le nombre fortement croissant de cyberattaques, il est donc vivement conseillé aux PME de recourir à l'aide d'un professionnel en cybersécurité et en prévention.

Selon l'enquête d'EY, les cyberattaques sont en majorité dues à la criminalité organisée, suivie des services secrets étrangers ou alors de groupes de pirates activistes comme Anonymus. Il n'étonnera personne que les entreprises les plus touchées sont celles des télécommunications et de la technologie, car elles disposent en général d'un modèle d'entreprise purement numérique et sont donc une proie facile pour les agresseurs.



SIND SIE BEREIT, IN DER NATIONALEN BERUFSBILDUNG VERANTWORTUNG ZU ÜBERNEHMEN UND DIE HERANWACHSENDE BERUFSJUGEND ZU FÖRDERN?



SWISSAVANT ist ein renommierter Schweizer Wirtschaftsverband (www.swissavant.ch) und stellt für seine Mitglieder ein attraktives Dienstleistungs- und berufliches Ausbildungsangebot zur Verfügung. Im Zuge einer geordneten Nachfolge-regelung suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine*n

Leiter*in Berufsbildung mit innovativer Zukunftsdenke

für die professionelle Betreuung und den strategischen Ausbau der beruflichen Aus- und Weiterbildung. Es handelt sich um eine strategische Schlüsselposition, die auch mit entsprechenden Entwicklungsmöglichkeiten im beruflichen Bildungsbereich (Projekt- oder Schulungswesen) ausgestattet ist. Nach einer gründlichen Einführung durch den heutigen Leiter Berufsbildung wird der oder die neue Stelleninhaber*in die Gesamtverantwortung für das berufliche Bildungswesen auf nationaler Ebene übernehmen.

Ihre Aufgaben

- Gesamtverantwortung für die operative Führung der obligatorischen nationalen Berufsbildung und des beruflichen Schulungswesens (überbetriebliche Kurse im Internatsbetrieb) mit innovativen Bildungsprojekten
- Koordination der berufsspezifischen Ausbildungsanforderungen (Kommissionen) und deren branchenadäquate Umsetzung für insgesamt 4 Ausbildungsbranchen
- zukunftsgerichtete, branchenaffine Weiterentwicklung aller E-Learning-Systeme und den damit verbundenen digitalen Prozessen
- Verhandlungen mit nationalen Behördenvertretern und Repräsentanten aus Industrie und Handel
- bildungspolitische Projektarbeiten wie neue Berufslehren im anspruchsvollen Spannungsfeld zwischen Staat und Wirtschaft (Stichwort: www.e-commerce-lehre.ch)

Ihr Profil

- einige Jahre Berufserfahrung in einem vergleichbaren Verantwortungs- und Bildungsumfeld; vorzugsweise zwischen 30–40 Jahre alt
- höherer Abschluss (FH) auf Bachelorstufe oder vergleichbare Ausbildung
- belastbar und zuverlässig mit einer zielorientierten, effizienten Arbeitstechnik, die prozessorientierte Resultate für ein modernes Bildungswesen liefert
- hervorragende kommunikative Fähigkeiten mit einem ausgeprägten Flair für Methodik und Didaktik
- ausgezeichnete Deutsch- und sehr gute Französischkenntnisse (von Vorteil bilingual)
- sicheres Auftreten, selbstständige Arbeitsweise, hohe Zuverlässigkeit und angenehme Umgangsformen

Unser Angebot

- proaktive Mitgestaltung und gesetzeskonforme Übernahme des beruflichen Ausbildungswesens im Rahmen des nationalen Reformprojektes «verkauf 2022+»
- hohe Entscheidungsautonomie in einem dynamischen wie innovativen Bildungsumfeld
- attraktive Anstellungsbedingungen mit überdurchschnittlichen Sozialleistungen
- moderne Geschäftsstelle direkt neben dem Bahnhof Wallisellen

Wenn Sie an einer verantwortungsvollen Führungsposition mit hoher Autonomie interessiert sind, Ihr Herz zudem für die nationale Berufsbildung brennt und Sie ein langfristiges Engagement suchen, dann richten Sie bitte Ihre aussagekräftige Bewerbung per E-Mail an: Frau Patricia Häfeli, Personal, bewerbung@swissavant.ch.

Für erste Auskünfte oder Fragen steht Ihnen der jetzige Stelleninhaber, Herr Danilo Pasquinelli, Telefon direkt: 044 878 70 56, gerne zur Verfügung.

SWISSAVANT

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

Darauf achten Talente bei der Arbeitgeberwahl

Von Randstad (Schweiz) AG, Autorin Véronique Traber

Randstad fühlt seit über 20 Jahren den Puls des Arbeitsmarktes und befragt dafür knapp 200 000 Personen in 34 Märkten. Die Daten zeigen ein Bild der aktuellen Situation aber auch Entwicklungen durch Megatrends und Einflüsse neuer Generationen von Arbeitnehmenden. Erfahren Sie hier, worauf hoch qualifizierte Schweizer bei der Wahl des Arbeitgebers achten.

Warum Employer Branding sinnvoll ist

Aber lohnt es sich überhaupt, eine starke Arbeitgebermarke aufzubauen? Sind die Arbeitssuchenden wirklich so kritisch und anspruchsvoll? Die Zahlen zeigen ein klares Bild: Unternehmen mit einer schwachen Arbeitgebermarke müssen diesen Nachteil über höhere Gehälter (bis zu 10% höher) kompensieren, doch die Hälfte der Befragten sagt, dass sie selbst für mehr Geld nicht bei einem Unternehmen mit schlechtem Ruf arbeiten wollen. Der Schlüssel zur Zufriedenheit von Mitarbeitenden liegt in der Übereinstimmung von persönlichen Werten mit denjenigen des Unternehmens, sagen 96% der Befragten. Und auch hier reichen schöne Worte nicht aus: nur 19% der Studienteilnehmenden sehen diese starke Übereinstimmung zwischen dem, was ihr Arbeitgeber über sich selbst sagt und ihrer Erfahrung, dort zu arbeiten. Über 80% sehen die Versprechen nicht oder nur teilweise eingelöst.

Die ideale Welt

Was ist denn nun die ideale Welt aus Sicht der Arbeitnehmenden? Was muss ein Arbeitgeber bieten?

Für die Schweiz sehen die Top-Ten 2021 wie folgt aus (1 bis 10):

1. angenehme Arbeitsatmosphäre,
2. wettbewerbsfähiges Gehalt und Sozialleistungen,
3. Arbeitsplatzsicherheit,
4. Work-Life-Balance,
5. finanzielle Stabilität,
6. Zukunftsperspektiven,
7. Möglichkeit von Homeoffice,
8. gibt der Gesellschaft etwas zurück,
9. COVID-19 sichere Arbeitsumgebung,
10. hervorragender Ruf.

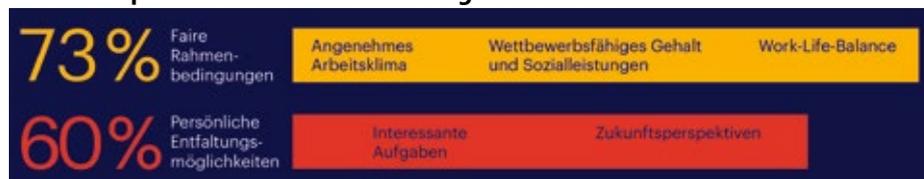
Die ersten fünf Kriterien haben sich in den letzten drei Jahren nicht verändert und variieren nur im Ranglistenplatz.

Wer wählen kann, ist wählerisch

Neben spezifischen Branchen wie dem Gesundheitswesen oder naturwissenschaftlichen Berufen sind vor allem hoch qualifizierte Arbeitnehmende gefragt. Auch wenn derzeit in der Schweiz der Anteil der 25- bis 34-Jährigen mit Tertiärabschluss schon bei ca. 46%* liegt, sind wir im Vergleich zu Kanada oder Korea (beide 60+%) noch im Hintertreffen. Das Streben nach hoher Wertschöpfung führt auch zu mehr Bedarf an sehr gut ausgebildeten Mitarbeitenden. *OECD Factbook

all diesen Kriterien spielt aber nicht Maximierung eine grosse Rolle, sondern Fairness. Damit gemeint sind Transparenz und Offenheit im Umgang, wettbewerbsfähige Entlohnung sowie eine gute Balance von Leistungsbereitschaft und Raum für persönliche Interessen. Eine zweite Kategorie mit über 60% der Nennungen bilden inhaltliche Themen: gesucht und gefordert werden interessante Aufgaben und Zukunftsperspektiven. Das Kriterium «gibt der Gesellschaft etwas zurück» gehört interessanterweise nicht dazu. Der Fokus

Was Hochqualifizierte von ihrem Arbeitgeber erwarten



Die Randstad Studie hat gezeigt, dass die Hochqualifizierten Schweizer*innen 11 von 16 abgefragten Arbeitgeberkriterien eine höhere Bedeutung zumessen, als Personen mit mittlerem oder tieferem Ausbildungsniveau dies tun. Eine Ausnahme war beispielsweise das Kriterium «COVID-sicheres Arbeitsumfeld». Darauf sind vor allem Berufsleute im Bereich Gastro, Einzelhandel oder Produktion sensibilisiert, die wiederum tendenziell eher keinen Tertiärabschluss vorweisen. Arbeitssicherheit und finanzielle Stabilität des Arbeitgebers sind bei allen Arbeitnehmenden ähnlich hoch gewichtet.

Der Rahmen muss stimmen

Wer die Randstad Studie danach ausgewertet, was Hochqualifizierte in der Schweiz vor allem von Arbeitgebern erwarten, erkennt zwei Cluster. In der Top-Kategorie mit über 70% der Nennungen, finden sich die eigentlichen Rahmenbedingungen für einen Job: Arbeitsklima, Gehalt und Sozialleistungen und die Work-Life Balance. Bei

scheint eher bei einer persönlichen Optimierung als bei altruistischen Motiven zu liegen. Der Ruf der Unternehmung, Diversität und Integration sowie starke Führung werden zwar auch höher gewichtet als bei den Berufsleuten mit mittlerer oder tieferer Bildung, platzieren sich im Kriterienkatalog aber auf den hinteren Rängen. Was ist nun das Fazit für einen Arbeitgeber? Hochqualifizierte sind gesucht und darum auch umworben. Weiche Faktoren wie das Arbeitsklima, die Work-Life-Balance oder Perspektiven und Inhalte werden von ihnen sehr hoch gewichtet. Schweizer Arbeitgeber wiederum haben laut Studie das Image, vor allem finanziell stabil zu sein, einen hervorragenden Ruf zu geniessen und sichere Arbeitsplätze zu bieten. Diesen Gap zwischen Image und Erwartungen gilt es zu schliessen, wenn das Profil des Arbeitgebers auch als Köder für Hochqualifizierte genutzt werden soll.

www.randstad.ch, <https://blog.randstad.ch>

MINERAL- ODER DISPERSIONSFARBE?

Der Untergrund sowie Anspruch an die Deckbeschichtung sind matchentscheidend. RUCO hat für jede Wand- und Deckenfläche das optimale Produkt im Sortiment. Testen Sie uns!

Auch für
Grundierungen
haben wir die
optimalen
Lösungen!

Rekordhohe Beschäftigung in der Schweiz im 4. Quartal 2021

Im 4. Quartal 2021 ist die Gesamtbeschäftigung (Anzahl Stellen) in der Schweiz im Vergleich zum Vorjahresquartal um 1,9% gestiegen und hat damit einen neuen Rekordwert von 5,239 Millionen erreicht. Saisonbereinigt entspricht dies einer Zunahme von 0,5% zum Vorquartal. In Vollzeitäquivalenten stieg die Beschäftigung im selben Zeitraum um 1,6%. In der Industrie und im Dienstleistungssektor wurden 32 900 offene Stellen mehr gezählt als im entsprechenden Vorjahresquartal (+50,2%) und der Indikator der Beschäftigungsaussichten zeigt nach oben (+5,0%). Dies geht aus den neuen Zahlen des Bundesamtes für Statistik (BFS) hervor.

Nachdem die COVID-19-Pandemie und die Massnahmen zu deren Bekämpfung die Wirtschaft während fast zwei Jahren gebremst haben, resultierte nun mit den rund 5,24 Mio. Stellen im 4. Quartal 2021 bereits zum zweiten Mal in Folge ein neuer Rekord. Der Zuwachs von 1,9% innert Jahresfrist entspricht einem Plus von 97 400 Stellen. So stieg die Beschäftigung sowohl im sekundären Sektor als auch im tertiären Sektor (Dienstleistungen) an, und zwar um 0,9% (+9 500 Stellen) respektive 2,2% (+87 900 Stellen). Im tertiären Sektor beträgt der Anteil an Teilzeitstellen 47,2%, während im sekundären Sektor nur 16,6% aller Beschäftigten zu weniger als 90% angestellt sind. Bei den saisonbereinigten Werten stieg die totale Beschäftigung im Vergleich zum Vorquartal um 0,5%. Im sekundären und im tertiären Sektor ist eine Zunahme der saisonbereinigten Beschäftigung von 0,3% respektive 0,7% zu beobachten. In Vollzeitäquivalenten belief sich das Beschäftigungsvolumen insgesamt auf 4,065 Millionen Stellen (+1,6% gegenüber dem Vorjahresquartal). Die Beschäftigung in Vollzeitäquivalenten stieg im sekundären (+8 600 Einheiten, +0,9%) und im tertiären Sektor (+57 300 Einheiten, +1,9%).

Positive Gesamtbeschäftigungslage in allen Regionen

Im 4. Quartal 2021 zeigte die Entwicklung der Beschäftigung in allen sieben Grossregionen nach oben: Im Jahresvergleich nahm die Beschäftigung zwischen 0,6% (Nordwestschweiz) und 3,0% (Zentralschweiz) zu. Auch im sekundären Sektor verzeichneten alle Grossregionen Zunahmen der Beschäftigung. Der tertiäre Sektor wies ebenfalls in allen Grossregionen ein Beschäftigungswachstum aus. Besonders stark fiel dieses in der Genferseeregion (+2,6%), in Zürich (+2,9%) und in der Zentralschweiz aus (+3,1%).

Rekord bei der Anzahl offener Stellen

Die Anzahl offener Stellen stieg im sekundären Sektor um 59,4% und im tertiären Sektor um 47,5%. In beiden Sektoren zusammen wurden insgesamt 98 600 offene Stellen gezählt. Dies sind 32 900 mehr als im entsprechenden Vorjahresquartal (+50,2%) und eine neue Höchstmarke. Die Quote der offenen Stellen entsprach im Total 1,8%, im sekundären Sektor 2,1% und im tertiären Sektor einem Anteil von 1,8%.

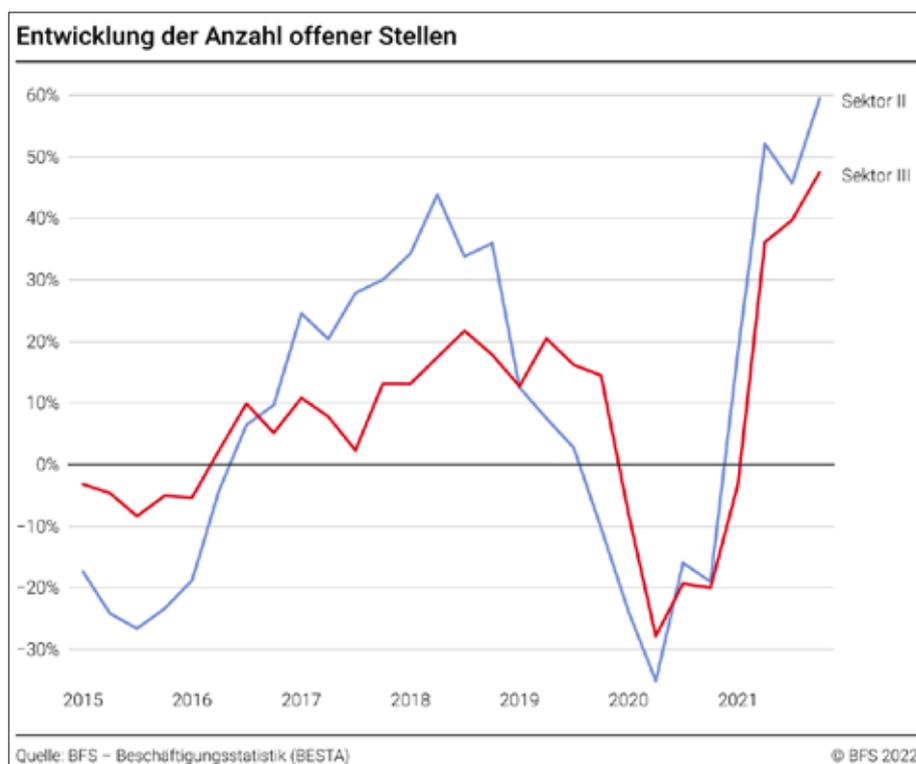
Positive Beschäftigungsaussichten

Im 4. Quartal 2021 repräsentieren die Unternehmen, die den Personalbestand im nächsten Quartal beibehalten wollen, 69,8% der Gesamtbeschäftigung (72,4% im Vorjahresquartal). Diejenigen Unternehmen, die eine Erhöhung der Beschäftigtenzahl planen, vertreten 13,8% der Beschäf-

tigten (8,5% im Vorjahresquartal), und jene, die einen Beschäftigungsabbau beabsichtigen, 3,5% (7,1% im Vorjahresquartal). Der Anteil jener Unternehmen, die sich zur Frage nicht geäussert haben, beläuft sich nur auf 12,9% der 18 000 befragten Unternehmen (12,0% im Vorjahresquartal). Der Indikator der Beschäftigungsaussichten, der aus diesen Angaben berechnet wird, ist gegenüber dem Vorjahr gestiegen (1,06; +5,0%) und übertrifft in allen Branchen und Grossregionen den Wert von 1,00.

Schwierigkeiten bei der Rekrutierung von qualifiziertem Personal

Die Schwierigkeiten bei der Personalrekrutierung von gelernten Arbeitskräften haben im Vergleich zum Vorjahresquartal wieder stark zugenommen (36,3%; +8,2 Prozentpunkte).



Industriezollabbau kommt 2024

Die kürzlich vom Parlament beschlossene Abschaffung der Industriezölle tritt per 1. Januar 2024 in Kraft. Der Bundesrat gibt damit der Wirtschaft genügend Zeit für die technischen und organisatorischen Umstellungen.

Ende des letzten Jahres war es so weit: National- und Ständerat beschlossen nach einigem Seilziehen die Abschaffung der Industriezölle, also der Importzölle auf Gütern ausserhalb des Agrar- und Fischereisektors. Die im Parlament unterlegene Linke verzichtete darauf, das Refe-

rendum zu ergreifen, womit der Beschluss in Kraft treten kann. Der Bundesrat hat nun entschieden, den Schritt per 1. Januar 2024 zu machen. So bleiben den Betroffenen fast zwei Jahre, um sich auf die Umstellung vorzubereiten. Die Abschaffung führt nicht nur zu einer finanziellen

Entlastung der Importeure und ihrer Kunden, sondern auch zu einer bedeutenden Vereinfachung der administrativen Abläufe.

Wasserbasierender Lack verhindert ein Durchschlagen

CROMA LACKE präsentiert neuen isolierenden Lackaufbau

Eine bekannte Problematik ist das «Braunfärben» der Äste nach einer deckenden Lackierung von Nadelhölzern mit wasserbasierenden Lacksystemen. Bisher war es meistens nur möglich diesen Effekt durch die Verwendung von lösemittelbasierenden Lacken zu umgehen. Daher wurde damit entweder grundiert und in Kombination wasserbasierend lackiert, oder die Applikation komplett mit einem lösemittelhaltigen Lackaufbau durchgeführt.

Das optisch störende Durchschlagen der Äste ergibt sich generell bei allen deckenden Lackierungen von Nadelhölzern, ganz gleich ob es sich um Möbel, Türen oder Holzverkleidungen handelt. IVM Chemicals hat sich daher die Aufgabe gestellt, dazu eine umweltfreundliche Anwendungslösung zu entwickeln. Das innovative Unternehmen präsentiert jetzt ein wasserbasierendes Lacksystem mit dem ein «Braunfärben» der Äste verhindert werden kann.

Umweltfreundlich ohne Flecken deckend lackieren

Mit dem wasserbasierenden Lackaufbau CROMAQUA ISO MSL kann eine gleichbleibende Oberfläche deckend lackiert werden, ohne dass sich Äste durch unan-

sehliche Flecken abzeichnen. Ein Untergrund, der mit einer lösemittelbasierenden Isolierung abgesperrt wird, ist dazu nicht erforderlich.

Weitere Informationen unter www.cromalacke.com



Foto: Hintau Allaksei, shutterstock.com



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

Appli-tech 2023: Uneingeschränktes Messeerlebnis

Wie wichtig das persönliche Treffen für unser wirtschaftliches und auch privates Leben ist, haben die letzten Jahre deutlich gezeigt. Der persönliche Kontakt kann für wichtige Geschäftsbeziehungen durch nichts ersetzt werden.

Dies beweist auch die appli-tech, die seit über 20 Jahren ein unverzichtbarer Branchentreffpunkt ist. Nachdem die appli-tech 2021 im digitalen Format durchgeführt wurde, findet sie 2023 wieder in den Hallen der Messe Luzern, vom 8. bis 10. Februar 2023, statt.

Damit kann wieder der ersehnte Raum für Netzwerk, Austausch und qualitative Kundengespräche angeboten werden. Besonders erfreulich: seit Mitte Februar ist dieser Austausch wieder uneingeschränkt möglich.

Haben Sie die Ausschreibung der appli-tech bereits studiert? Es lohnt sich! Mehr Infos unter <https://www.appli-tech.ch>.



Relaunch der PEKA-Homepage

Informativer, moderner und natürlich «responsive».

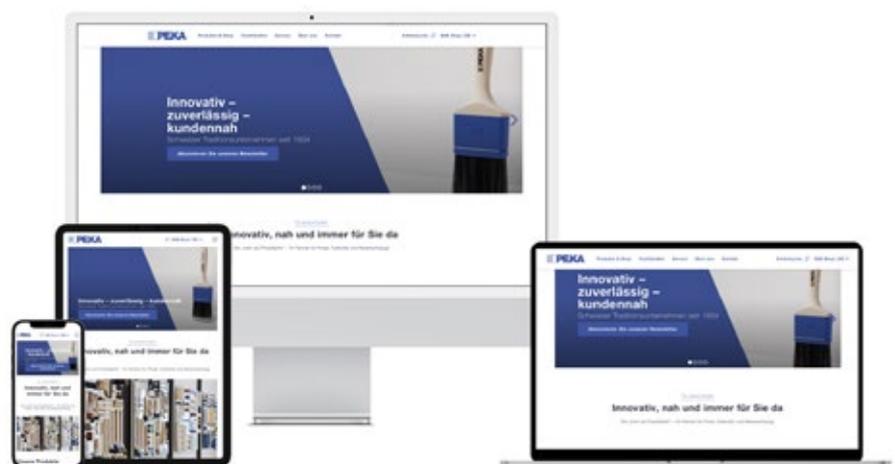
Der Relaunch von www.peka.ch hat etwas länger gedauert – aber wie sagt man doch so schön? «Was lange währt, wird endlich gut.» So soll Ihnen unsere neue Website ab sofort einen noch umfassenderen Einblick in unser modernes und innovatives Produktions- und Handelsunternehmen mit über 87-jähriger Tradition geben.

Frischer Content!

Neben den Veränderungen in der Optik und den NEWS-Meldungen, haben wir verschiedene frische Inhalte für Sie aufbereitet. Unter der Rubrik «Fachhändler» stärken wir unsere Wiederverkäufer. So gelangen Sie mit einem Click auf das entsprechende Händler-Logo direkt auf deren Online-Shop. Zudem haben wir im Bereich «Service» ein Kunden-Feedback-Formular aufgeschaltet, mit dem Sie uns Ihre Anliegen, Wünsche, Ideen und auch kritischen Bemerkungen zu unseren Produkten und

Dienstleistungen direkt online übermitteln können. Eine weitere Optimierung betrifft die integrierte Artikelsuche, welche Sie direkt zum richtigen Produkt im Online-Shop führt.

Wir freuen uns, wenn Sie unsere neue Homepage fleissig besuchen und sich stets über den aktuellen Stand bei der PEKA Pinselfabrik AG informieren. Viel Spass!



Bildungspläne sichern breite Ausbildung – verursachen aber auch Kosten für die Lehrbetriebe

EHB-Studie zur Passung von Bildungsplänen und betrieblichen Bedürfnissen

Nicht immer passen die vorgeschriebenen Lerninhalte einer beruflichen Grundbildung perfekt zur Tätigkeit eines Lehrbetriebs. Dieses Passungsproblem kann zu zusätzlichen Kosten für die Lehrbetriebe führen, wie eine neue Studie der EHB zeigt. Diese Kosten wachsen, je breiter die Qualifikationsprofile sind. Umgekehrt sorgen breite Profile aber dafür, dass die Lernenden nach der Ausbildung auf dem Arbeitsmarkt für eine breite Palette von Stellen qualifiziert sind. Dieses Dilemma ist typisch für die Berufsbildung: Bei der Definition von Berufen und Berufsprofilen muss darum eine optimale Balance zwischen den Ansprüchen der Lernenden beziehungsweise späteren Fachkräfte einerseits und den Ansprüchen der Lehrbetriebe andererseits gefunden werden.

Les plans de formation garantissent une formation étendue, mais occasionnent aussi des coûts

Étude de la HEFP sur l'adéquation entre les plans de formation et les besoins des entreprises

Les plans de formation décrivent les activités et les compétences opérationnelles auxquelles les entreprises doivent former leurs apprenti-e-s dans une profession déterminée. Ils garantissent ainsi qu'au terme de l'apprentissage, les titulaires du CFC posséderont l'ensemble des compétences opérationnelles requises, quelles que soient les caractéristiques de l'entreprise qui les a formés. Toutefois, les plans de formation, qui sont définis par profession d'apprentissage, ne correspondent pas à chaque entreprise formatrice ni à ses besoins de qualification dans la même mesure. Sur la base des données issues de l'étude coût/bénéfice, la présente étude examine les problèmes d'adéquation entre les plans de formation et les besoins des entreprises. Les analyses montrent que toutes les entreprises ne sont pas touchées par ces questions de la même manière, que le type de problèmes rencontrés dépend également de l'ancienneté du plan de formation et qu'enfin, les problèmes d'adéquation se traduisent par une augmentation des coûts de la formation pour les entreprises.

Studienautoren:

Dr. Manuel Aepli ist Senior Researcher in der Sparte Forschung und Entwicklung des EHB.

Prof. Dr. Jürg Schweri ist Leiter Forschungsschwerpunkt in der Sparte Forschung und Entwicklung des EHB.

Dr. Andreas Kuhn ist Senior Lecturer und Senior Researcher in den Sparten Ausbildung und Forschung und Entwicklung des EHB.

Es gibt ausgeprägte Unterschiede darin, wie gut die Kompetenzen, die in den Bildungsplänen formuliert werden, zu den Kompetenzen passen, welche die Lehrbetriebe für ihre Lernenden und Fachkräfte in ihren Produktionsprozessen benötigen. Größere Betriebe, Mitglieder einer OdA und Betriebe mit überdurchschnittlich effizienten Prozessen geben eher an, dass sie die im Bildungsplan definierten Kompetenzen benötigen. Mitglieder

Les auteurs de l'étude:

Le **Dr Manuel Aepli** est Senior researcher au secteur Recherche et développement de la HEFP.

Le **Prof. Dr Jürg Schweri** est responsable d'axe de recherche prioritaire au secteur Recherche et développement de la HEFP.

Le **Dr Andreas Kuhn** est Senior lecturer et Senior researcher aux secteurs Formation ainsi que Recherche et développement de la HEFP.

On observe de grandes variations dans la concordance entre les compétences contenues dans les plans de formation et celles dont l'entreprise a besoin pour ses apprenti-e-s et les membres de son personnel dans les processus de production. Les entreprises de grande taille, celles qui sont membres d'une OrTra et celles dont les processus ont une efficacité supérieure à la moyenne sont plus



Foto: Alexander Supertramp, shutterstock.com

einer OdA und von der Digitalisierung stark betroffene Betriebe geben eher an, dass sie ihren Lernenden darüber hinaus weitere Qualifikationen vermitteln. Die Passung hängt aber nicht nur von Betriebsmerkmalen ab, auch das Alter eines Bildungsplans spielt eine Rolle. Bei neueren Bildungsplänen vermitteln weniger Lehrbetriebe zusätzliche Qualifikationen, dafür geben die Lehrbetriebe vermehrt an, dass sie (noch) nicht alle festgelegten Kompetenzen benötigen.

Die Passung von Bildungsplan und betrieblichen benötigten Kompetenzen hängt auch mit den Ausbildungskosten zusammen. Beide Passungsprobleme, nicht benötigte Kompetenzen oder zusätzlich ausgebildete Qualifikationen, erhöhen die Bruttokosten der Ausbildung und senken den produktiven Beitrag der Lernenden. Die Schätzungen lassen sich auch dazu verwenden, die Gesamtkosten zu berechnen, die den privaten Lehrbetrieben in der Schweiz durch die Passungsprobleme entstehen. Die Mehrkosten für das Ausbilden nicht benötigter Kompetenzen belaufen sich demnach auf insgesamt rund 42 Millionen CHF, während die Kosten für Zusatzqualifikationen rund 11 Millionen CHF betragen. Diese Beträge erscheinen eher gering im Verhältnis beispielsweise zu den gesamten Bruttokosten von 4,3 Milliarden CHF, welche die privatwirtschaftlichen Lehrbetriebe in der Schweiz pro Jahr für die Ausbildung tragen. Trotzdem ist es bemerkenswert, dass die Kosten für nicht benötigte Kompetenzen jene für Zusatzqualifikationen deutlich überwiegen. Diese extrapolierten Kosten stellt zwar nur eine grobe Schätzung dar, deuten aber darauf hin, dass die Bildungspläne den Lehrbetrieben zumeist mehr beziehungsweise breitere Kompetenzen auferlegen, als diese bei der Ausbildung selbst wählen würden. Dies passt zur Idee, dass Bildungspläne insbesondere auch gewährleisten sollen, dass Lernende genügend breit ausgebildet sind, damit sie nach der Ausbildung auf dem Arbeitsmarkt für eine breite Palette von Stellen qualifiziert sind. Gleichzeitig zeigen diese Resultate, dass breitere Bildungspläne mit Kosten für die Lehrbetriebe verbunden sind. Sehr breite Kompetenzprofile, wie sie zum Beispiel durch eine deutliche Reduktion der Anzahl Lehrbetriebe entstehen würden, könnten für die Lehrbetriebe daher beträchtliche Kosten bedeuten und die Ausbildungsbereitschaft verringern. Bei der Definition von Berufen und Berufsprofilen durch die Akteure der Berufsbildung kommt es somit darauf an, eine optimale Balance zu finden zwischen den Ansprüchen der Lernenden beziehungsweise späteren Fachkräfte einerseits und den Ansprüchen der Lehrbetriebe andererseits.

Hier gehts zu den Studienergebnissen:

<https://sgab-srfp.ch/bildungsplaene-sichern-breite-ausbildungsverursachen-aber-auch-kosten-fuer-die-lehrbetriebe/>

nombreuses à déclarer qu'elles ont besoin des compétences contenues dans les plans de formation. Les membres d'une OrTra et les entreprises fortement concernées par la numérisation sont plus nombreuses à déclarer qu'elles transmettent des qualifications supplémentaires à leurs apprenti-e-s. Toutefois, la question de la concordance ne dépend pas uniquement des caractéristiques de l'entreprise, mais aussi de l'ancienneté du plan de formation. Plus le plan de formation est récent, moins les entreprises sont nombreuses à transmettre des qualifications supplémentaires, mais plus elles sont nombreuses à déclarer qu'elles n'ont pas (encore) besoin de toutes les compétences prévues. La concordance entre le plan de formation et les compétences requises dans l'entreprise se répercute aussi sur les coûts de formation. Les deux problèmes de concordance examinés – compétences non requises et qualifications supplémentaires transmises – accroissent les coûts bruts de la formation et réduisent la contribution productive des apprenti-e-s. Les estimations permettent également de calculer les coûts globaux générés par les problèmes de concordance dans les entreprises formatrices privées en Suisse. Le surcoût de la formation à des compétences non requises s'élève au total à quelque 42 millions et celui de la transmission de qualifications supplémentaires à 11 millions de francs. Ces montants paraissent assez faibles en regard, par exemple, de la totalité des coûts bruts supportés par les entreprises de l'économie privée en Suisse pour la formation des apprenti-e-s, qui se chiffrent à CHF 4,3 milliards par année. Il est cependant intéressant de relever que les coûts liés à la formation à des compétences non requises dépassent nettement ceux de la transmission de qualifications supplémentaires. Si ces extrapolations ne représentent qu'une estimation sommaire, elles montrent toutefois que les plans de formation exigent des entreprises qu'elles assurent la transmission de compétences plus nombreuses ou plus étendues que ce qu'elles auraient choisi. Cela correspond à l'idée que les plans de formation doivent en particulier garantir aux apprenti-e-s une formation suffisamment large pour les qualifier pour une vaste palette de postes sur le marché du travail. Ces résultats montrent aussi que des plans de formation contenant de vastes compétences se traduisent par des coûts pour les entreprises formatrices. Des profils de compétences très larges – qui résulteraient par exemple d'une forte diminution du nombre de professions d'apprentissage – pourraient engendrer des coûts non négligeables à la charge des entreprises et réduire dès lors leur disposition à former des apprenti-e-s. Dans la définition des professions et des profils professionnels, les acteurs de la formation professionnelle doivent donc trouver un équilibre optimal entre les attentes des apprenti-e-s – et, partant, des futur-e-s titulaires du CFC – et les exigences des entreprises formatrices.

Cliquez ici pour les résultats de l'étude:

<https://sgab-srfp.ch/fr/les-plans-de-formation-garantissent-une-formation-etendue-mais-occasionnent-aussi-des-couts/>

Die EKAS und die überbetrieblichen ASA-Lösungen

Die EKAS ist die Initiatorin der überbetrieblichen ASA-Lösungen. Sie ist für deren strategische Weiterentwicklung wie auch für die Qualitätssicherung zuständig und setzt sich für die Stärkung der systemorientierten Prävention ein. Mit der ASA-Fachstelle unterhält sie zudem den Dreh- und Angelpunkt für die überbetrieblichen ASA-Lösungen.

Die überbetrieblichen ASA-Lösungen verdanken ihre Existenz der ASA-Richtlinie 6508 der EKAS. Mit dieser Richtlinie wurde der überbetriebliche ASA-Beizug ins Leben gerufen. Seit dem setzt sich die EKAS auch für die Weiterentwicklung des ASA-Systems und die Stärkung der involvierten Akteure ein. In ihren 2019 beschlossenen strategischen Grundsätzen hat sich die EKAS weiterhin zur systemorientierten Prävention bekannt. 2020 hat sie die Überarbeitung grundlegender Dokumente gutgeheissen; das ASA-Umsetzungskonzept, das ASA-Handbuch und das ASADO-Kurskonzept wurden im Zuge dessen neu erarbeitet oder aktualisiert.

Die EKAS verfolgt mit der Förderung der systemorientierten Prävention das Ziel, die Zahl und die Schwere der Berufsunfälle und Berufskrankheiten nachhaltig zu senken. Die systemorientierte Prävention ist das Grundgerüst einer Präventionskultur. Die Kommission entscheidet über sämtliche Grundsatzfragen zum Thema ASA und zu den überbetrieblichen ASA-Lösungen. Sie erlässt das notwendige Regelwerk und zertifiziert neue ASA-Lösungen, sofern diese die Anforderungen erfüllen. Die EKAS setzt zudem auch strategische Ziele und Schwerpunkte und koordiniert sowie kontrolliert deren Umsetzung. In ihrem Jahresbericht ist jeweils eine Zusammenfassung zur ASA-Umsetzung zu finden.

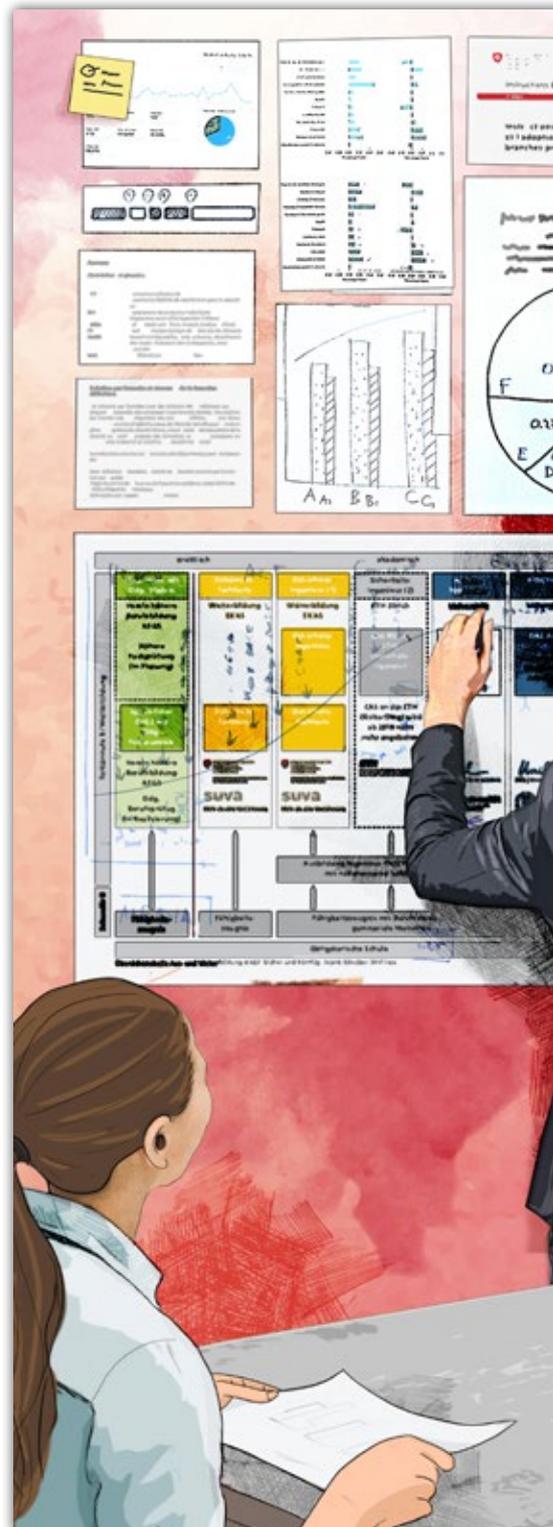
Die Vorbereitungsarbeit für die EKAS übernimmt eine ihrer Fachkommissionen, die Fachkommission 22 «ASA» (FK22). Die FK22 bereitet die Unterlagen für die EKAS vor. Sie leitet das Verfahren für die Zertifizierung und Rezertifizierung überbetrieblicher ASA-Lösungen und bereitet die entsprechenden Genehmigungsanträge zuhanden der EKAS vor.

ASA-Fachstelle als Knotenpunkt

Anlaufstelle für sämtliche Belange der überbetrieblichen ASA-Lösungen ist die ASA-Fachstelle. Diese bei der Geschäftsstelle der EKAS angesiedelte Fachstelle ko-

ordiniert die Abläufe im Zusammenhang mit den ASA-Lösungen. Die ASA-Fachstelle ist auch die administrative Ansprechstelle für die Trägerschaften im Rahmen des Genehmigungs- und Rezertifizierungsverfahrens. Die ASA-Fachstelle organisiert und leitet die Sitzungen der FK 22. Sie erstellt mit Hilfe von Arbeitsgruppen operative Hilfsmittel für die ASA-Lösungen. Dazu gehört auch die ASA-Homepage, über welche alle aktuellen Informationen für die ASA-Lösungen abrufbar sind. Die ASA-Fachstelle organisiert jährlich die Trägerschaftstagung der EKAS. An dieser Tagung werden einerseits Innovationen und neue Erkenntnisse im Zusammenhang mit den ASA-Lösungen vorgestellt. Andererseits bietet sich den Trägerschaften der ASA-Lösungen ein ideales Forum zum Austausch von Erfahrungen. Die ASA-Fachstelle koordiniert, instruiert und unterstützt auch die Branchenbetreuenden, welche je einer ASA-Lösung zugeteilt sind. Für die Branchenbetreuenden organisiert sie jeweils eine Branchenbetreuer-tagung. Die Branchenbetreuenden von Suva und SECO, sowie die kantonalen Branchenspezialisten können sich in diesem Rahmen austauschen und Herausforderungen der Betreuung diskutieren. Die ASA-Fachstelle leitet darüber hinaus auch die Durchführungsorgane an. Im Rahmen von ASADO-Kursen, Kursen zum Thema ASA für Durchführungsorgane, sorgt sie für einen Austausch zum ASA-Vollzug und stellt damit einen einheitlichen Vollzug sicher.

Die ASA-Fachstelle hat das Ziel, einen möglichst zielführenden Austausch mit den ASA-Lösungen, den ASA-Spezialisten und den Betrieben zu pflegen. Der Kontakt mit den Durchführungsorganen und den Branchenbetreuenden soll zu einheitlichem Vollzug und kompetenter Beratung führen. Auf diese Weise soll das übergeordnete Ziel der EKAS erreicht werden: Die Gewährleistung eines effektiven Schutzes der Arbeitnehmenden vor Berufsunfällen und -krankheiten.



La CFST et les solutions MSST interentreprises

Instigatrice des solutions MSST interentreprises, la CFST est responsable de leur développement stratégique ainsi que de l'assurance qualité, et œuvre en faveur du renforcement de la prévention systématisée. Avec le service spécialisé MSST, elle est par ailleurs un acteur incontournable pour les solutions MSST interentreprises.



Les solutions MSST interentreprises doivent leur existence à la directive MSST 6508 de la CFST, qui a institué l'appel à des MSST. Depuis lors, la CFST œuvre également en faveur du développement de la méthode MSST et du renforcement des acteurs concernés. Dans ses principes stratégiques adoptés en 2019, la CFST a réaffirmé son engagement en faveur de la prévention systématisée. En 2020, elle a approuvé la révision des documents de base et remanié ou mis à jour dans la foulée le concept de mise en œuvre de la directive MSST, le manuel MSST et le concept de cours ASADO.

De par la promotion de la prévention systématisée, la CFST a pour objectif de réduire durablement le nombre et la gravité des accidents et maladies professionnels. La prévention systématisée constitue dans ce cadre le fondement d'une culture de la prévention. La Commission se prononce sur l'ensemble des questions de fond relatives au thème MSST et aux solutions MSST interentreprises. Elle édicte la réglementation requise et certifie les nouvelles solutions MSST si elles satisfont aux exigences. La CFST fixe également des objectifs et des priorités stratégiques, dont elle coordonne et contrôle la mise en œuvre. Elle publie par ailleurs un résumé de la mise en œuvre de la directive MSST dans son rapport annuel.

Les travaux préparatoires de la CFST sont assurés par l'une de ses commissions spécialisées, la CS 22 «MSST» qui met au point les documents pour la CFST. La CS 22 dirige la procédure de (re-)certification des solutions MSST interentreprises et prépare les demandes d'adoption correspondantes à l'intention de la CFST.

Le service spécialisé MSST comme plateforme de contact

Situé au sein du secrétariat de la CFST, le service spécialisé MSST répond à toutes les questions relatives aux solutions MSST interentreprises et aux procédures ayant

trait aux solutions MSST dont il assure la coordination. Il est également l'interlocuteur des organismes responsables sur le plan administratif lors de la procédure d'adoption et de recertification. Le service spécialisé MSST organise et dirige les séances de la CS 22. Il met au point, à l'aide de groupes de travail, des outils opérationnels pour les solutions MSST, dont le site Internet MSST qui permet de consulter toutes les informations actualisées sur les solutions MSST. Le service spécialisé MSST organise chaque année, à l'intention des organismes responsables, la Journée de la CFST durant laquelle sont présentées les innovations et les nouvelles connaissances relatives aux solutions MSST. Cette journée est par ailleurs un lieu idéal pour permettre aux organismes responsables des solutions MSST d'échanger leurs expériences. Le service spécialisé MSST coordonne, instruit et soutient également les responsables de branche assignés à chaque solution MSST, et leur organise une journée dédiée. Les responsables de branche de la Suva et du SECO, ainsi que les spécialistes de branche cantonaux peuvent échanger dans ce cadre et discuter des défis liés à leur activité.

Le service spécialisé MSST procède de plus à l'instruction des organes d'exécution. Dans le cadre des cours ASADO (MSST pour les organes d'exécution), il veille à favoriser les échanges en matière d'exécution de la directive MSST et garantit ainsi une mise en œuvre uniforme.

Le service spécialisé MSST a pour objectif d'entretenir avec les solutions MSST, les spécialistes MSST et les entreprises des échanges aussi efficaces que possible. Le contact avec les organes d'exécution et les responsables de branche vise à aboutir à une mise en œuvre uniforme et à des conseils compétents. C'est ainsi que la CFST pourra remplir son objectif général consistant à protéger efficacement les travailleurs contre les accidents du travail et les maladies professionnelles.

«Aktionsplan Digitalisierung 2019–2020» erfolgreich abgeschlossen

Der Bundesrat hat in seiner BFI-Politik 2021–2024 die Digitalisierung als eines von drei transversalen Themen definiert. Er unterstützt die Akteure in der Bewältigung und in der Mitgestaltung des digitalen Wandels. Zentrale Grundlage ist dabei der «**Aktionsplan Digitalisierung im BFI-Bereich 2019–2020**», den das SBFI in enger Zusammenarbeit mit Akteuren aus Bildung und Forschung erarbeitet hat.

Bildung, Forschung und Innovation spielen eine zentrale Rolle in der Entwicklung, Anwendung und Nutzbarmachung neuer Technologien. Eine zentrale Herausforderung der Digitalisierung ist die Geschwindigkeit dieser Entwicklungen. Daher hat das SBFI in enger Zusammenarbeit mit Akteuren aus Bildung und Forschung den «Aktionsplan Digitalisierung im BFI-Bereich in den Jahren 2019–2020» entwickelt. Dieser soll in acht Aktionsfeldern die digitalen Kompetenzen in Bildung und Forschung stärken und damit gewährleisten, dass die Schweiz weiterhin zu den führenden Ländern in der Entwicklung und Anwendung digitaler Technologien zählt. Entsprechend dem Verständnis der Schweizer BFI-Politik, welche auf eine starke Eigenverantwortung der Akteure setzt, wurde der Aktionsplan als Anschlagunterstützung ausgestaltet. Die im Rahmen des Aktionsplans erarbeiteten Massnahmen werden, wie auch die zusätzliche Finanzierung, im Rahmen der Förderperiode 2021–2024 in Eigenregie der Akteure weitergeführt.

Die Informationsbroschüre kann kostenlos von der Website des SBFI heruntergeladen werden.
www.sbf.admin.ch



Le plan d'action «numérisation 2019–2020» est un succès

Soucieux de soutenir la transformation numérique et conscient des enjeux qu'elle soulève pour tous les acteurs, le Conseil fédéral a fait de la numérisation l'un des trois thèmes transversaux de sa politique FRI 2021–2024. Preuve en est le plan d'action «**Numérisation pour le domaine FRI durant les années 2019 et 2020**», qui a été mis au point par le SEFRI en étroite collaboration avec les acteurs du monde de la formation et de la recherche.

La formation, la recherche et l'innovation jouent un rôle central dans le développement, l'application et la mise à disposition des nouvelles technologies. La vitesse à laquelle interviennent les évolutions, notamment numériques, représente ici un défi majeur. C'est pourquoi le SEFRI a développé en étroite collaboration avec les acteurs de la formation et de la recherche le plan d'action «Numérisation pour le domaine FRI durant les années 2019 et 2020». Celui-ci se déclinait en huit champs d'action visant à renforcer les compétences numériques dans la formation et la recherche, l'objectif étant que la Suisse maintienne sa position parmi les pays les plus avancés en matière de développement et d'application des technologies numériques. La Suisse menant une politique FRI clairement axée sur la responsabilité individuelle des acteurs, le plan d'action s'entendait comme de départ. Les mesures qui y sont définies ainsi que le financement supplémentaire dont il fait l'objet sont pérennisés durant la période d'encouragement 2021–2024, mais sous l'égide des acteurs eux-mêmes.

La brochure d'information peut être téléchargée gratuitement sur le site Internet du SEFRI.
www.sbf.admin.ch

Umstellung auf die QR-Rechnung nimmt Fahrt auf

Die aktuelle Studie von gfs.bern zur Ablösung der heutigen Einzahlungsscheine zeigt: Die Umstellung der Unternehmen auf die QR-Rechnung nimmt Fahrt auf. Bereits heute planen rund zwei Drittel aller Schweizer Unternehmen die Umstellungsarbeiten zeitgerecht abzuschliessen.

94% der befragten Unternehmen wissen von der Umstellungspflicht und 81% kennen das genaue Enddatum der Einzahlungsscheine, denn ab dem 30. September 2022 sind in der Schweiz Zahlungen mit den roten und orangen Einzahlungsscheinen nicht mehr möglich. Spätestens bis zu diesem Zeitpunkt müssen alle Unternehmen in der Lage sein, QR-Rechnungen auszustellen. Die Studie zeigt auch, dass die QR-Rechnung bereits im Alltag angekommen ist und überzeugt: Wer schon umgestellt hat, sammelt damit grösstenteils gute Erfahrungen und ist mit der QR-Rechnung in der Anwendung zufrieden.

Jetzt umstellen auf die QR-Rechnung oder eBill!

Für Unternehmen ist es jetzt höchste Zeit umzustellen, sofern sie dies noch nicht getan haben. Zu beachten ist insbesondere auch der Versand von sämtlichen Zahlungsbelegen am Jahresanfang, z. B. für Ratenzahlungen mit Zahlungszielen nach dem Enddatum. Hier erhöht sich der Handlungsdruck zusätzlich, da dann die Umstellung auf die QR-Rechnung faktisch schon Anfang 2022 erfolgt sein muss. Ebenfalls zu berücksichtigen ist die fristgerechte Umstellung von Daueraufträgen.

Handlungsbedarf für Rechnungssteller

Der Zahlungsverkehr und insbesondere die Kreditoren- und Debitorenbuchhaltung von Rechnungsstellern mit Hard- und Software-Lösungen müssen rechtzeitig umgestellt werden.

Für weitere Informationen zur QR-Rechnung und zu eBill wenden sich Rechnungsempfänger an ihre Bank. Rechnungssteller und Unternehmen mit Hard- und Software-Lösungen kontaktieren ebenfalls ihre Bank und/oder ihren Softwarepartner.

www.kmu.admin.ch, Quelle: SIX

Le passage à la QR-facture prend de l'ampleur

Les derniers résultats de l'enquête de gfs.bern sur le remplacement des bulletins de versement montre que le passage des entreprises à la QR-facture prend de l'ampleur. Aujourd'hui déjà, environ deux tiers de toutes les entreprises suisses prévoient d'achever les travaux de transition dans les délais.

94% des personnes interrogées sont au courant de l'obligation de conversion et 81% connaissent la date exacte de fin des bulletins de versement, car à partir du 30 septembre 2022, les paiements avec les bulletins de versement rouges et oranges ne seront plus possibles en Suisse. C'est à cette date au plus tard que toutes les entreprises devront être en mesure d'émettre des QR-factures. L'enquête montre également que la QR-facture s'est bien établie dans la vie quotidienne et qu'elle a su convaincre les utilisatrices et utilisateurs: ceux qui ont déjà achevé le passage à la QR-facture font pour la plupart de bonnes expériences.

Passer maintenant à la QR-facture ou à eBill

Il est grand temps pour les entreprises d'opérer la conversion, si elles ne l'ont pas encore fait. Il convient également d'accorder une attention particulière à l'envoi de tous les titres de paiement au début d'année, p. ex. pour les paiements échelonnés dont les échéances de paiement sont postérieures à la date butoir. Ici, l'urgence d'agir est accrue étant donné que le passage à la QR-facture devra être chose faite au début de l'année 2022.

Les émetteurs de facture devront passer à l'action.

Le trafic des paiements et notamment la comptabilité créditeurs et débiteurs des émetteurs de facture disposant de solutions matérielles et logicielles doivent être convertis à temps. Pour de plus amples informations sur la QR-facture et l'eBill, les destinataires de factures doivent s'adresser à leur banque. Les émetteurs de factures et les entreprises disposant de solutions matérielles et logicielles doivent également contacter leur banque et/ou leur partenaire logiciel.

www.kmu.admin.ch, Source: SIX

<p>Empfangsschein</p> <p>Konto / Zahlbar an CH03 3100 0046 8426 4100 0 Swissavant - Neugutstrasse 12 8304 Wallisellen</p> <p>Referenz 98 21990 00000 03000 10728 21008</p> <p>Zahlbar durch Swissavant - Neugutstrasse 12 8304 Wallisellen</p> <p>Währung Betrag CHF 1.10</p> <p>Annahmestelle</p>	<p>Zahlteil</p>  <p>Konto / Zahlbar an CH03 3100 0046 8426 4100 0 Swissavant - Neugutstrasse 12 8304 Wallisellen</p> <p>Referenz 98 21990 00000 03000 10728 21008</p> <p>Zahlbar durch Swissavant - Neugutstrasse 12 8304 Wallisellen</p> <p>Währung Betrag CHF 1.10</p>
---	--

QR-Rechnung mit QR-Referenz (Pendant zum heutigen ESR). Für Inlandzahlungen in CHF/EUR inkl. Liechtenstein mit strukturierter Referenz (ehemals ESR-Referenz).

Facture QR avec référence QR (équivalent du BVR d'aujourd'hui). Pour les paiements nationaux en CHF/EUR y compris le Liechtenstein avec référence structurée (anciennement référence BVR).

Qualität ist entscheidend

Hanna Zürcher ist im Product Management des Rorschacher Produktions- und Handelsunternehmens Permapack tätig. Als eidgenössisch diplomierte Malermeisterin und Frau aus der Praxis kennt sie die Sorgen und Nöte ihrer Berufskolleginnen und -kollegen. Deswegen ist es ihr ein Anliegen, unter der Marke Permafrix ein anwenderfreundliches Sortiment für Maler- und Gipserspezialisten auf den Markt zu bringen.

Sie haben einige Jahre in den USA gearbeitet. Welche Unterschiede zur Schweiz haben Sie wahrgenommen?

Durch unser duales Bildungssystem kam ich als 20-Jährige bereits mit einer abgeschlossenen Berufsausbildung in die USA. Ich habe dort mit keinem gelernten Maler zusammengearbeitet. Stattdessen hatte ich viele Hilfsarbeiter im Team, die ich erst anlernen musste. Es herrscht dort kaum Wertschätzung für den Bau oder den Malerberuf. Aber auch hier betrachten mittlerweile viele junge Leute die Baubranche eher abschätzig, obwohl in ihr so viel Potential steckt. Ich trage einen gewissen Berufsstolz in mir und finde diese Entwicklung schade.

Was unterscheidet sich im Arbeitsalltag?

An die dort üblichen Masseinheiten musste ich mich erst gewöhnen. Meine erste Farbbestellung fiel etwas zu umfangreich aus. Seit dem weiss ich, dass eine Gallone Farbe knapp 4 Litern entspricht. Im Bereich Abdecken musste ich viel Überzeugungsarbeit leisten. Das in der Schweiz übliche Abdeckvlies wird in den USA beispielsweise kaum verwendet. Die Schweizer Genauigkeit wird im Ausland sehr geschätzt, aber selten erreicht und tatsächlich musste ich mich nach meiner Rückkehr wieder daran gewöhnen, so genau zu arbeiten, wie es dem Schweizer Standard entspricht.

Was hat Sie dazu bewogen, die Seiten zu wechseln, weg vom Handwerk ins Produktmanagement eines Lieferanten für die Malerbranche?

Ich bin eine Macherin, liebe Herausforderungen und brauche Abwechslung, um mich wohlfühlen zu können. Genau das gefällt mir an der Aufgabe als Produktmanagerin bei Permapack. Im Mittelpunkt stehen die Produkte und rundherum gilt es den Kontakt zu mehreren Interessensgruppen zu pflegen und zu koordinieren – zu Kunden und Lieferanten natürlich. Aber auch der direkte Draht zu unserem Aussendienst,



Hanna Zürcher (35) sammelte nach ihrer Malerlehre fünf Jahre Berufserfahrung im Ausland bei Sozialeinsätzen in Norwegen und in den USA. Nach ihrer Rückkehr in die Schweiz absolvierte sie die Meisterschule. Zuletzt war sie sechs Jahre als Geschäftsführerin eines Malergeschäfts in Wil SG tätig. Im Juni 2021 wechselte die gebürtige Oberuzwilerin ins Produktmanagement der Firma Permapack. Als Mitglied der «Business Professional Woman» in Wil und als Präsidentin des Vereins «FrauenBauen» engagiert sie sich für Frauen im Beruf bzw. in der Baubranche.

zu unserer Logistik und zum Endverbraucher ist wichtig. Zusammenarbeit ist alles, egal in welcher Situation.

Permapack verspricht «Einfach bessere Lösungen». Wie gehen Sie persönlich an die Arbeit am Produktsortiment heran?

Die Klebebänder der Marke Permafrix kennt man in der Branche. Sie stehen für Qualität. Und die ist auch für mich entscheidend. Ich bin ein Mensch, der hohe Ansprüche hat – an sich selbst, an die eigene Arbeit und entsprechend auch an die Produkte, die ich ins Sortiment aufnehmen.

Aber Qualität kostet auch...

Nicht unbedingt. Das Teuerste muss nicht

automatisch das Beste sein. Wichtig ist ein qualitativer Einkauf, bei dem das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmt. Mit den Abstufungen Eco, Pro, Top und Special bieten wir verschiedene Produktkategorien jeweils zu einem fairen Preis, aus denen der Kunde seinen Bedürfnissen entsprechend wählen kann. Schon in meiner Zeit als Malermeisterin und Geschäftsführerin war meine Devise: Für saubere Arbeiten ist gutes Werkzeug und Material notwendig. Viele Malerbetriebe meinen, sie sparen Geld, wenn sie beim Abdecken sparen. Aber das ist ein Trugschluss. Mit schlechtem Material kann der Angestellte keine saubere Arbeit abliefern und Reklamationen oder ungeplante Nacharbeiten sind die Folge.

Tel. 071 844 12 12, permapack.ch/de/Bau

Corona hat entschieden: Online übernimmt im Handel den Lead

Lange gingen stationärer Handel und Online-Shops getrennte Wege. Nun kann der eine nicht mehr ohne den anderen und Online übernimmt als Innovationstreiber den Lead. Datatrans und die Fachhochschule Nordwestschweiz präsentieren Teil 2 des Commerce Report Schweiz 2021.

Epochenwechsel im Handel



Dass Corona den stationären Handel brutal ausbremste und innerhalb kürzester Zeit einen Investitionsboom in E-Commerce auslöste, ist bekannt. Bisher unklar war: Wird sich dieser Trend halten? Werden Konsumenten alte Gewohnheiten überdenken und ihr Einkaufsverhalten dauerhaft ändern? Ein klares «ja» geht aus dem neuesten Commerce Report hervor. Laut Studienergebnissen wird sogar von einem Epochenwechsel im Handel gesprochen.

«Wer als stationärer Händler jetzt nicht digital mitzieht, an dem zieht die vernetzte Angebotswelt vorbei», fasst Studienleiter Prof. Ralf Wölfle seine Umfrage zusammen. «Die über viele Jahre eingeübten Einkaufsgewohnheiten sind aufgebrochen: Konsumenten schätzen heute die Freiheit, situativ entscheiden zu können, ob sie ihre Einkäufe selbst machen oder sich Produkte liefern lassen wollen.» Die qualitative Befragung umfasst 30 marktprägende Schweizer Online- und Multichannel-Anbieter, wie Brack, Pfister, Migros und Coop.

Hohe Flexibilisierung erfordert Blick aufs Ganze

Die Flexibilisierung von Einkaufsgewohnheiten ist auch beim Studienpartner und Payment Service Provider Datatrans spürbar: «Das Angebot stationärer Händler innerhalb kürzester Zeit online abzubilden, und bestehende Plattformen mit intelligenten Features noch leistungsfähiger zu machen, hat das Jahr der Pandemie geprägt», sagt Datatrans Verwaltungsratsmitglied Urs Kisting. «Unternehmen vernetzen sich, Angebote verschmelzen. Wer jetzt den Blick fürs Ganze behält, gewinnt.»

Aus Unsicherheit wächst Innovation

In der vernetzten Angebotswelt sind das Mindset und die Arbeits-

Le coronavirus a tranché: la vente en ligne prend le pas sur le commerce stationnaire

Longtemps, le commerce stationnaire et les boutiques en ligne ont suivi des chemins séparés. Aujourd’hui, l’un ne peut plus se passer de l’autre. L’internet est le principal moteur d’innovation. Datatrans et la Fachhochschule Nordwestschweiz présentent la 2^{ème} partie du Commerce Report 2021.

Changement d’époque dans le commerce



Comme chacun le sait, le coronavirus a brutalement freiné le commerce stationnaire et a déclenché un boom des investissements dans l’e-commerce en très peu de temps. Jusqu’à présent, il était difficile de savoir si cette tendance allait se poursuivre. Les consommateurs vont-ils repenser leurs vieilles habitudes et modifier durablement leur comportement d’achat? Un «oui» clair ressort du dernier Commerce Report Suisse. Selon les résultats de l’étude, on parle même d’un changement d’époque dans le commerce.

«Si un détaillant stationnaire ne suit pas dès maintenant le mouvement numérique, le monde des offres en réseau lui échappera», c’est ainsi que le professeur Ralf Wölfle, directeur de l’étude, résume son enquête. «Les habitudes d’achat ancrées depuis de nombreuses années se sont effondrées: les consommateurs d’aujourd’hui apprécient la liberté de décider en fonction de la situation s’ils veulent faire leurs achats eux-mêmes ou se faire livrer les produits.» L’enquête qualitative comprend 30 fournisseurs suisses en ligne et multicanaux qui façonnent le marché, tels que Brack, Pfister, Migros et Coop.

Un degré de flexibilité élevé exige une vue d’ensemble

La flexibilisation des habitudes d’achat est également perceptible chez Datatrans, partenaire de l’étude et prestataire de services de paiement: «Proposer l’offre des commerçants stationnaires en ligne dans les plus brefs délais et rendre les plateformes existantes encore plus performantes grâce à des fonctionnalités intelligentes ont marqué l’année de la pandémie», déclare Urs Kisting, membre du conseil d’administration de Datatrans. «Les entreprises se mettent en réseau, les offres fusionnent. Ceux qui gardent un œil sur la situation dans son ensemble remportent la partie.»





weisen digital erprobter Unternehmen besonders gefragt. Anders als traditionelle Anbieter sind sie mit instabilen Marktverhältnissen vertraut. Die Konsequenz: Eine Offenheit für Veränderungen und stetige Suche nach Innovation. Darüber hinaus hilft ihnen die hohe Bereitschaft, sich mit externen Partnern und Wettbewerbern auszutauschen und Neues einfach auszuprobieren.

Onlinemarktplätze, Hersteller-Direktvertrieb und Social Media weiter im Aufwind

In den kommenden Jahren sehen die Studienteilnehmenden Onlinemarktplätze auf der Gewinnerseite. Drei Viertel

der Befragten erwarten, dass sie weitere Marktanteile gewinnen werden. Top-Marken setzen künftig weiter auf den Direktvertrieb, vor allem Händler und Marken müssen ihre Zusammenarbeit neu ausloten. Auch Social Media wird seine Rolle im E-Commerce verändern: Ein relevanter Teil von Onlinebestellungen könnte in Zukunft von Sozialen Netzwerken oder Influencer-Blogs ausgehen.

Kostenloser Download:

www.commerce-report.ch/bestellungen

Mehr Informationen: www.commerce-report.ch



L'innovation naît de l'incertitude

Dans le monde des offres en réseau, l'état d'esprit et les méthodes de travail des entreprises qui ont fait leurs preuves dans le domaine numérique sont particulièrement recherchés. Contrairement aux fournisseurs traditionnels, elles connaissent bien les conditions instables du marché. En conséquence, elles sont ouvertes au changement et recherchent constamment l'innovation. En outre, ces entreprises sont aidées par leur forte volonté d'échanger des idées avec des partenaires externes et des concurrents, et d'essayer de nouvelles choses.

Les places de marché en ligne, la vente directe par les fabricants et les réseaux sociaux poursuivent leur essor

Dans les années à venir, les participants à l'étude voient les places de marché en ligne du côté gagnant. Les trois quarts des personnes interrogées s'attendent à gagner de nouvelles parts de marché. Les grandes marques continueront à miser sur la vente directe à l'avenir; les revendeurs et les marques en particulier devront réévaluer leur coopération. Le rôle des réseaux sociaux va également changer dans l'e-commerce: à l'avenir, une part importante des commandes en ligne pourrait provenir des réseaux sociaux ou des blogs d'influenceurs.

Téléchargement gratuit: www.commerce-report.ch/commandes

En savoir plus: www.commerce-report.ch/fr

Hier könnte Ihre Anzeige stehen. Werbung schafft Arbeitsplätze!

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

KEFA

KefaRid
Protection anti-moisissure régulatrice d'humidité pour les espaces intérieurs

KefaTherm
Anti-condensation pour murs et plafonds

KefaTherm Extérieur
Protection anti-algues et mousses pour les façades

DURAttec AG
CH-6260 Reiden | T 062 758 49 49 | F 062 758 49 27 | www.duratec.ch

Commerce-Report CH 2021

Datatrans und die Fachhochschule Nordwestschweiz fassen die ersten Ergebnisse ihres Commerce Report Schweiz 2021 in einem Stimmungsbarmeter zusammen.

COVID-19 schickte in 2020 den Konsumgüterhandel auf eine Achterbahnfahrt: Neben Herausforderungen wie Lockdown und Kontaktbeschränkungen profitierte die Branche von einer erhöhten Ausgabebereitschaft und vom Rückgang des Einkaufstourismus. Der Lebensmittel-Einzelhandel sowie der Onlinehandel mit Konsumgütern gehen als Gewinner aus der Krise hervor.

Der Schweizer Detailhandel schloss das Jahr 2020 mit einem Umsatzplus von 2,2 Prozent ab und erzielte damit ein besseres Ergebnis als die Jahre zuvor. Dass die ungewohnte Situation so gut gemeistert werden konnte, sei zu einem grossen Teil den Mitarbeitenden zu verdanken. Laut Umfrage waren sie bereit, von heute auf morgen neue Aufgaben zu übernehmen, taten in neuen Situationen oft gleich das Richtige und lernten schnell dazu. «Oft wird das Potenzial von Mitarbeitenden gerade dann mobilisiert, wenn es richtig schwierig wird», gibt Studienherausgeber Prof. Ralf Wölfle zu bedenken.

Umsätze im E-Commerce für Konsumgüter um das Dreifache gestiegen

Auch wenn sich der stationäre Detailhandel ebenso agil zeigte, lag der E-Commerce für Konsumgüter vorn und konnte mit 25 Prozent dreimal so stark wachsen wie in den Jahren zuvor. Die meisten Studienteilnehmer gehen davon aus, dass sich das Niveau der Onlineumsätze auch nach einer Normalisierung des öffentlichen Lebens hält. Dementsprechend haben viele Unternehmen ihre Handlungsschwerpunkte verschoben und bauen ihre digitalen Angebote aus. «Es ist erfreulich zu sehen, wie gut der Schweizer Konsumgüterhandel die Krise gemeistert hat. Die sehr hohe Investitionsbereitschaft zeigt den Gestaltungsanspruch der Anbieter.

Die Konsumgüterbranche blickt optimistisch in die Zukunft – doch wie lange hält sich das Niveau?

Laut Studie wird die Konsumstimmung für das laufende Jahr optimistisch eingeschätzt. Die befragten Unternehmen gehen davon aus, dass Konsumenten auch in 2021 ein erhöhtes Budget aus eingesparten Reise-, Gastronomie- und Kulturausgaben zur Verfügung haben. «Die Konsumgüterbranche erfährt durch die Kontaktbeschränkungen eine Sonderkonjunktur. Doch der Zeitpunkt wird kommen, an dem sie Marktanteile zugunsten von Reisen, Restaurantbesuchen und Freizeiterlebnissen wieder abgeben müssen», fasst Prof. Wölfle die Lage zusammen.
Kostenloser Download: www.commerce-report.ch

Commerce Report Suisse 2021

Datatrans et la Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW) résument les premiers résultats de leur Commerce Report Suisse 2021 sous la forme d'un baromètre du sentiment.

Le commerce des biens de consommation a connu en 2020 un parcours en dents de scie en raison de la covid-19. S'il a connu d'une part des défis du confinement et de la distanciation physique, il a pu d'autre part profiter d'une plus grande propension à dépenser et d'une réduction du tourisme d'achat. Le commerce de détail alimentaire et le commerce de biens de consommation en ligne sortent gagnants de la crise.

Le commerce de détail suisse a clôturé l'année 2020 sur une hausse du chiffre d'affaires de 2,2%, soit un meilleur résultat que les années précédentes. Le fait que la situation inhabituelle ait pu être maîtrisée est en grande partie due aux collaborateurs. D'après l'enquête, ceux-ci ont été prêts à assumer de nouvelles tâches du jour au lendemain. Dans de nouvelles situations, ils ont souvent fait exactement ce qu'il fallait et ont appris rapidement. «Souvent, les collaborateurs savent mobiliser leur potentiel précisément quand les choses deviennent vraiment difficiles», explique le professeur Ralf Wölfle, auteur de l'étude.

Dans les biens de consommation en ligne, le taux de croissance du chiffre d'affaires a triplé

Même si le commerce de détail stationnaire s'est également montré agile, l'e-commerce des biens de consommation a été en tête et a connu une croissance de 25%, soit trois fois plus forte qu'au cours des années précédentes. La plupart des participants à l'étude estiment que le niveau des ventes en ligne se maintiendra même après une normalisation de la vie publique. Par conséquent, de nombreuses entreprises ont modifié leurs priorités d'action et élargissent leurs offres numériques. «Le commerce de biens de consommation a su bien gérer la crise. La très forte propension à investir illustre les hautes ambitions de conception des fournisseurs.

Le secteur des biens de consommation est optimiste pour l'avenir, mais pendant combien de temps ce niveau se maintiendra-t-il?

L'étude estime que le moral des consommateurs est optimiste pour l'année en cours. Les entreprises interrogées s'attendent à ce qu'en 2021, les consommateurs disposent également d'un budget accru dû aux économies réalisées sur les voyages, la restauration et la culture. «Le secteur des biens de consommation connaît une conjoncture particulière en raison des restrictions de contact. Mais le moment arrivera de rendre des parts de marché aux voyages, aux visites au restaurant et aux loisirs», résume le Prof. Wölfle.
Téléchargement gratuit: www.e-commerce-report.ch/fr



Neue Berufslehre für E-Commerce: «Wenn nicht wir, dann sicher andere!»

Vorher bereits erkennbar, hat es die Pandemie gnadenlos deutlich gemacht: Geschäftliche Aktivitäten und die damit verbundenen Prozesse laufen in der Wirtschaft immer öfter digital. Wo bisher noch Skepsis herrschte, geht heute mit zweistelligen Wachstumswerten die Post ab: Digitale Beziehungen aller Art legen exponentiell zu. Die Schweizer Wirtschaft braucht dazu spezifisches Know-how – und zwar dringend! **Die neue Berufslehre «E-Commerce mit EFZ» wird es liefern – liefern müssen!**

Nouvel apprentissage en E-Commerce: «Si nous ne le faisons pas, d'autres le feront sûrement!»

La tendance était déjà décelable, mais la pandémie l'a révélée sans pitié: dans l'économie, les activités commerciales et les processus afférents se déroulent de plus en plus souvent en ligne. Là où le scepticisme régnait encore il y a peu, les taux de croissances à deux chiffres ne se comptent plus aujourd'hui. La croissance des relations numériques est exponentielle. C'est pourquoi l'économie suisse a besoin de savoir-faire spécifique, et le plus vite possible! **Le nouvel apprentissage professionnel «E-Commerce avec CFC» non seulement le fournira, mais doit le fournir.**

Der Bedarf an gut ausgebildeten E-Commerce-Fachleuten in der Schweizer Wirtschaft ist riesig! In der Pandemie hat die Schweiz ein Umdenken erfahren, wie man es der gemächlichen Volksmentalität nicht unbedingt zugetraut hätte. Zumindest nicht in dieser Schnelligkeit! Corona hat die Verlagerung von geschäftlichen Abläufen in den digitalen Raum massiv beflügelt – bei B2B-Prozessen im Geschäftsverkehr genauso wie bei Waren und Dienstleistungen für Endkunden; also im B2C-Bereich. Kurz: Die Wirtschaft funktioniert immer mehr digital. Seit dem Frühjahr 2019 hat sich diese Entwicklung noch spektakulär beschleunigt – nicht zuletzt getragen von der markant höheren Bereitschaft der Endkunden, «umzusteigen». Dieser rasche Wandel verlangt sicheres und stets aktuelles Fachwissen mit den dazugehörigen Handelskompetenzen zu digitalen Tools und zum Funktionieren eines digitalen Marktes. Für die Kundschaft ist das genauso wichtig wie für die Unternehmungen – und somit für eine prosperierende Schweizer Wirtschaft.

Schrittmacher Swissavant

Der Wirtschaftsverband Swissavant hat die sich abzeichnenden Defizite früh erkannt. Seit 2019 setzt man alles daran, um das Fachwissen und die zugehörigen beruflichen Ausbildungsstrukturen zu E-Commerce nachhaltig im Bildungssystem der Schweiz zu verankern. Ziel ist eine solide Ausbildung von jungen Menschen für die Gestaltung und Pflege digitaler Geschäftsbeziehungen in einer dualen Berufslehre zu strukturieren und allgemein anerkannt für die Wirtschaft zur Verfügung zu stellen. Die solide Grundausbildung im Rahmen einer neuen Berufslehre und eine kontinuierliche Fortbildung bilden so die notwendige Basis und bildungs-ökono-

L'économie suisse a un besoin gigantesque de spécialistes bien formés en E-Commerce! La pandémie a causé en Suisse un changement d'attitude dont on n'aurait pas forcément cru capable la mentalité populaire plutôt paisible, du moins pas aussi vite! Elle a massivement stimulé le déplacement des processus commerciaux vers l'espace numérique, tant dans les relations commerciales B2B que dans celles avec les clients finaux B2C, dans les ventes de marchandises et de services. Bref: l'économie suisse fonctionne de plus en plus en mode numérique. Depuis le printemps 2019, il s'est produit une évolution accélérée et spectaculaire, soutenue par une volonté de changement nettement plus marquée des clients finaux. Ce changement rapide exige des connaissances professionnelles sûres et constamment mises à jour et des compétences opérationnelles relatives aux outils numériques et au fonctionnement d'un (sous-)marché numérique. Cette mutation est tout aussi importante pour les clients que pour les entreprises et, en définitive, pour la prospérité de l'économie suisse.

Swissavant comme pionnière

Swissavant a reconnu très tôt les lacunes qui se dessinaient. Depuis 2019, elle s'efforce par tous les moyens d'incorporer durablement les connaissances techniques et les structures de formation de l'e-commerce dans le système éducatif suisse. Elle s'est fixé pour but de structurer, dans le cadre d'un apprentissage dual, une solide formation des jeunes qui permettra à ceux-ci de créer et d'entretenir des relations commerciales numériques et de se mettre à la disposition de l'économie avec un diplôme reconnu de tous. La solide formation initiale d'un nouvel apprentissage et une

«Deutschland hat sie, Österreich hat sie – die Schweiz braucht sie!»

Danilo Pasquinelli, Leiter Aus- und Weiterbildung bei Swissavant, zur neuen Berufslehre «E-Commerce mit EFZ».



Danilo Pasquinelli

«L'Allemagne et l'Autriche l'ont déjà – la Suisse aussi en a besoin!»

Danilo Pasquinelli, responsable de la formation et du perfectionnement chez Swissavant, au sujet du nouvel apprentissage «E-Commerce avec CFC».

mische Voraussetzung, um bei der dynamischen Entwicklung des E-Commerce-Bereichs – auch und gerade im internationalen Wirtschaftskontext – mithalten zu können.

Berufslehre: Offen für alle

Alternativ zur neuen Berufslehre wird auch die Höhere Berufsbildung als erste Ausbildungsstufe im E-Commerce-Bereich diskutiert. Dieses Modell würde jedoch jenen jungen Menschen den Zugang zu einer neuen Welt verwehren, die aus materiellen, familiären oder sonstigen anderen Gründen eine höhere Berufsbildung nicht absolvieren können – selbst wenn sie über das notwendige Potenzial und den persönlichen Drive dazu verfügen würden. Der ebenfalls existierende Ansatz, die Theorie zu E-Commerce im Rahmen von vier zusätzlichen üK-Tagen in die ab August 2022 startende, reformierte Detailhandelslehre zu integrieren, wird von weiten Kreisen der Wirtschaft als völlig unzureichend verworfen. Ausserdem entspricht das Modell der neuen Berufslehre «E-Commerce mit EFZ» mit entsprechenden Weiterbildungsmöglichkeiten dem in der Schweiz verankerten bildungspolitischen Grundsatz «Kein Abschluss ohne Anschluss».

Schweiz muss aufholen

Mit bildungspolitischem Blick auf Europa ist das ganze Thema einer Berufslehre «E-Commerce mit EFZ» (leider!) nicht neu: Deutschland und Österreich haben diese Berufsausbildung bereits 2018 eingeführt. Beide Nachbarländer konnten mit grossem Erfolg ihren nationalen Arbeitsmarkt bereits 2021 mit top ausgebildeten Fachkräften für den E-Commerce-Bereich versorgen, während in der Schweiz weiterhin um Grundlagen, Kompetenzen, Verantwortlichkeiten und Ziele (Handlungskompetenzen) gerungen wurde – und wird. Danilo Pasquinelli ist als Aus- und Weiterbildungsleiter bei Swissavant einer der führenden Köpfe zur neuen Berufslehre «E-Commerce mit EFZ». Wie er darlegt, sieht sich der Verband als national agierende Berufsbildungsorganisation gegenüber vielen Partnern aus der Gesellschaft und Wirtschaft in der Pflicht, heimischen Schulabgängern eine zeitgemässe und entwicklungsfähige Ausbildung anzubieten. Pasquinelli bringt es knackig auf den Punkt: «Wenn wir das nicht selbst aufgleisen, holt sich der Markt die Fachkräfte einfach aus dem Ausland!»

Herr Pasquinelli, Deutschland und Österreich sind uns mit der Berufsausbildung bei E-Commerce deutlich voraus. Was heisst das für die Schweiz?

Zunächst ist es ein weiteres Signal dafür, dass wir in verschiedenen

formation continue constitueront ainsi la base et la condition économique-éducative nécessaires pour pouvoir suivre le développement dynamique du commerce électronique, aussi et surtout dans le contexte économique international.

Apprentissage: ouvert à tous

Certes, une formation professionnelle supérieure pourrait aussi servir d'alternative au nouvel apprentissage comme premier niveau de formation en e-commerce. Ce modèle fermerait toutefois l'accès à ce monde nouveau pour les jeunes qui, pour des raisons matérielles, familiales ou autres, ne pourraient pas suivre une formation professionnelle supérieure, même s'ils disposaient du potentiel et de la motivation personnelle voulus. L'approche consistant à intégrer la théorie de l'e-commerce à l'apprentissage du commerce de détail réformé commençant en août 2022, sous la forme de quatre jours supplémentaires de cours interentreprises, est rejetée par de larges milieux économiques qui l'estiment totalement insuffisante. En outre, le modèle du nouvel apprentissage «E-Commerce avec CFC» avec des possibilités de formation continue correspond au principe inscrit dans la formation professionnelle suisse «pas de diplôme sans passerelle».

La Suisse doit rattraper son retard

En jetant un regard sur la politique de la formation en Europe, on s'aperçoit que le sujet de l'apprentissage «E-Commerce avec CFC» n'est (hélas!) pas nouveau. L'Allemagne et l'Autriche l'ont déjà introduit en 2018. En 2021, ces deux pays voisins ont fourni à leurs marchés nationaux du travail des professionnels très bien formés en e-commerce, alors qu'en Suisse, on continue de se quereller sur les bases, les compétences, les responsabilités et les objectifs (compétences opérationnelles). En sa qualité de responsable de la formation et du perfectionnement professionnels chez Swissavant, Danilo Pasquinelli est l'un des protagonistes du nouvel apprentissage «E-Commerce avec CFC». Il estime que l'Association, en tant qu'organisatrice nationale de la formation professionnelle, a le devoir, vis-à-vis de nombreux partenaires de la société et de l'économie, d'offrir aux jeunes en fin de scolarité en Suisse une formation moderne et évolutive. Pasquinelli résume la situation en ces mots: «Si nous ne mettons pas cette formation en place, le marché ira tout simplement chercher les spécialistes à l'étranger!»

Monsieur Pasquinelli, l'Allemagne et l'Autriche nous ont nettement devancés avec leur formation professionnelle en e-commerce, qu'est-ce que cela signifie pour la Suisse?





Bereichen der Digitalisierung nicht dort sind, wo wir sein sollten. Ich vermute, dass uns hierfür einmal unsere föderalistischen Strukturen bremsen: Die bildungspolitische Grundlagenarbeit dauert an, obschon der Wirtschaftsverband Swissavant seit über 2 Jahren intensiv an der Realisierung einer neuen Berufslehre «E-Commerce mit EFZ» arbeitet. Die Wirtschaft braucht diese Fachkräfte dringend. Man wird sie also im umliegenden Ausland rekrutieren, während wir hier um Definitionen, Zuständigkeiten und den politischen Grundkonsens ringen. Unsere jungen Leute können diese Ausbildung noch nicht einmal antreten, während sich ausländische Fachkräfte bereits in guten Positionen etablieren.

Sie haben mit den zuständigen Fachstellen in Wien und Berlin mehrmals Kontakt gehabt. Wie sieht es bei unseren Nachbarn konkret aus?

Zunächst war man erstaunt, dass die Schweiz mit ihrer international anerkannten dualen Berufsbildung das Thema E-Commerce noch nicht als Berufslehre etabliert hat. Nicht zuletzt auch wegen der raschen Anfangserfolge in beiden Ländern. Dort hatten die ersten Absolvent*innen innert Kürze ihre erste Arbeitsstelle in den boomenden E-Commerce-Bereichen gefunden. Sie wurden teilweise richtig umworben. Man hat uns von kleineren Kinderkrankheiten in der Anfangsphase berichtet, nach deren Behebung die Ausbildung nun mit voller Kraft unterwegs sei. Die Konklusion in beiden Hauptstädten war: Die neue Berufslehre ist ein absolutes MUSS: Im zweiten Jahr wurde bereits ein Drittel mehr Lehrverhältnisse abgeschlossen als zu Beginn ...

...womit laufend mehr Fachkräfte auf den E-Commerce-Markt kommen, die im deutschen Sprachraum die attraktivsten Stellen besetzen können. Wohl auch in der Schweiz, wenn solche Fachleute im Heimmarkt nicht zu finden sind. Können Sie den Bedarf der Schweizer Wirtschaft konkretisieren?

Wir hatten bereits vor 2019 viele Anfragen von Unternehmen, die sich nach Fachkräften für E-Commerce erkundigten. Mit Anfragen aus der öffentlichen Verwaltung, dem Finanzbereich, der Industrie, dem öffentlichen Verkehr oder der Tourismusbranche ging das weit über unseren branchenspezifischen Aktionsrahmen hinaus. Heute, zwei Pandemiejahre später, ist der Bedarf nahezu explodiert. Ebenso ist der Ruf von Seiten der Wirtschaft nach einer anerkannten Ausbildung junger Berufsleute deutlich lauter und fordernder geworden.

Können Sie diese «jungen Berufsleute» etwas beschreiben?

Wir richten uns mit der geplanten Berufslehre «E-Commerce mit EFZ» zunächst an interessierte junge Menschen mit hoher IT-Affinität. Das heisst nicht, dass sie an der Game-Konsole die meisten Punkte erzielen, sondern dass sie vernetzt denken, Beziehungen und Prozesse gestalten und sich in die Nutzer*innen digitaler Kanäle hineindenken können. Die Ausbildung verlangt also geistige Flexibilität und am Ende der Prozesskette ein ausgeprägtes Dienstleistungsverständnis. Wir sprechen damit mitunter Jugendliche an, die auch einen akademischen Weg einschlagen könnten. Sie müssen nicht zwingend potenzielle Maturand*innen sein. Aber sie sollten sich aktiv entwickeln und in einem lebhaften Umfeld weiterkommen wollen. Die neue Berufslehre «E-Commerce mit EFZ» konkurrenziert also keine bestehenden Ausbildungen, denn wir sprechen hier aufgrund neuer Technologien klar von neuen (Ab-

D'abord, c'est un signal de plus indiquant que dans différents domaines de la numérisation, nous ne sommes pas là où nous devrions être. Je pense qu'une fois de plus, nos structures fédéralistes nous freinent: le travail de fond sur la politique éducative se poursuit, bien que Swissavant travaille intensivement depuis plus de 2 ans pour réaliser un nouvel apprentissage «E-Commerce avec CFC». L'économie a un besoin urgent de ces professionnels. Elle les recrutera, au besoin dans les pays voisins, alors qu'ici, nous continuerons à nous disputer sur les définitions, les compétences et le consensus politique de base. Nos jeunes ne peuvent même pas encore commencer cette formation, alors que les professionnels étrangers occupent déjà de bons postes.

Vous avez eu de nombreux contacts avec les services spécialisés à Vienne et à Berlin. Qu'en est-il concrètement chez nos voisins?

D'abord, ils étaient étonnés d'apprendre que la Suisse, avec sa formation professionnelle duale reconnue sur le plan international, n'ait pas encore mis en place un apprentissage en «E-Commerce», en particulier après les succès initiaux rapides dans les deux pays précités. Les premiers diplômés ont trouvé en peu de temps leurs premiers emplois dans les domaines en plein développement de l'e-commerce. Ils ont souvent été littéralement courtisés. On nous a parlé de petites maladies d'enfance dans la phase de lancement, mais après y avoir remédié, la formation a véritablement décollé. La conclusion, dans les deux capitales: la nouvelle formation professionnelle est un impératif absolu. La deuxième année, on a enregistré un tiers de contrats d'apprentissage de plus qu'au début...

...et de ce fait, un nombre croissant de professionnels arrivent sur le marché et occupent les postes les plus attrayants dans l'espace germanophone. C'est-à-dire aussi en Suisse, si de tels professionnels sont introuvables sur le marché national. Pouvez-vous concrétiser les besoins de l'économie suisse?

Nous avons déjà avant 2019 de nombreuses demandes d'entreprises à la recherche de professionnels de l'e-commerce. Les demandes des administrations publiques, du secteur financier, de l'industrie, des transports publics ou du secteur touristique ont montré que les besoins dépassaient de loin le rayon d'action spécifique de notre branche. Aujourd'hui, 2 années de pandémie plus tard, les besoins ont pratiquement explosé. De même, les appels de l'économie en faveur d'une formation reconnue de jeunes professionnels sont devenus nettement plus forts et plus exigeants.

Pouvez-vous décrire un peu mieux ces «jeunes professionnels»?

Notre apprentissage d'«E-Commerce avec CFC» prévu s'adresse d'abord aux jeunes intéressés avec une grande affinité pour les technologies informatiques. Ce ne sont pas ceux qui obtiennent le plus grand nombre de points sur la console de jeux, mais ceux qui savent penser en réseaux, créer des relations et des processus et se mettre à la place des utilisateurs de canaux numériques. La formation exige donc de la flexibilité intellectuelle mais aussi, au bout de la chaîne des processus, un sens aigu des prestations de service. Nous nous adressons donc aussi à des jeunes qui pourraient suivre une formation universitaire. Ils ne doivent pas nécessairement être titulaires d'une maturité, mais se développer activement et vouloir avancer dans un environnement dynamique.

satz-)Märkten mit ganz anderen Bedürfnissen. So richtet sich die reformierte Detailhandelslehre beispielsweise an eine völlig andere Zielgruppe junger Menschen.

Die aktuelle Pandemie wird auch «Digitalisierungs-Booster» genannt.

Wir haben bereits anfangs 2020 in einer Umfrage ermittelt, dass ein Drittel aller befragten Firmen bis in 5 Jahren über die Hälfte ihres Umsatzes in digitalen Kanälen erwirtschaften wird. Die Lockdowns haben die Konsumenten gezwungen, sich digital zu versorgen. Nur schon im Schweizer Detailhandel erlebten wir 2020 eine Umsatzzunahme über digitale Kanäle von über 30 Prozent. Andere Branchen oder Sektoren dürften ähnliche Verschiebungen erfahren haben. 2021 sahen wir eine weitere massive Zunahme der digitalen Verkäufe. Im Klartext heisst das jetzt: Es ist höchste Zeit, die digitale Marktgestaltung aus einer bildungspolitischen Perspektive mit einer neuen Berufslehre zu professionalisieren – am besten mit unseren eigenen Leuten.

Wie gross ist das Ausbildungspotenzial?

70 Prozent der befragten Unternehmen auf verschiedenen Bereichen schätzen die neue Ausbildung «E-Commerce mit EFZ» als sehr wichtig ein, die Hälfte würde sofort Lehrstellen anbieten. Wir rechnen mittelfristig schweizweit und über alle Branchen hinweg mit gut 1500 bis 1800 Ausbildungsplätzen. Wir wollen natürlich die neue Berufslehre in allen drei Sprachregionen anbieten. Die fachliche Spezialisierung wird in überbetrieblichen Kursen stattfinden, die wir gemeinsam mit den jeweiligen Branchen und Verbänden organisieren werden, um eine hohe Affinität und damit einen Bezug zum jeweiligen Wirtschaftssektor zu schaffen.

Was sind die nächsten Schritte?

Wir stehen permanent in Kontakt mit dem Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation (SBFI) in Bern. Von dieser Stelle erwarten wir im Frühling 2022 das Vorticket, also das «Go!» für die Weiterarbeit. Damit können wir die neue Berufslehre «E-Commerce mit EFZ» konkret ausarbeiten, mit Inhalten füllen und organisatorisch abstützen. Wenn das gelingt, werden wir der Schweizer Wirtschaft den ersten Ausbildungsgang ab Schulsommer 2024/2025 anbieten können.

Bericht und Interview: *Andreas Grünholz*



Foto: WavebreakMediaMicro, Adobe Stock



Foto: Christian Schwier, Adobe Stock

Le nouvel apprentissage «E-Commerce avec CFC» ne concurrence aucune autre formation existante, car il est clairement question ici, en raison de nouvelles technologies, de nouveaux débouchés avec des besoins complètement différents. Par comparaison, l'apprentissage de commerce de détail réformé s'adresse à un groupe de jeunes entièrement différent.

La pandémie actuelle est aussi appelée le «booster de la numérisation».

Nous avons déjà établi, par notre enquête de début 2020, qu'un tiers des entreprises interrogées prévoient de réaliser, dans 5 ans, la moitié de leur chiffre d'affaires par des canaux numériques. Suite aux confinements, les consommateurs ont dû s'approvisionner en ligne. Rien que dans le commerce de détail, nous avons vu en 2020 une augmentation du chiffre d'affaires de plus de 30% dans les canaux numériques. D'autres branches ont assurément connu des hausses du même ordre. En 2021, nous avons observé une nouvelle augmentation massive des ventes en ligne. En clair, il est grand temps de professionnaliser la création du marché numérique, dans la perspective d'une politique de la formation, par un nouvel apprentissage, de préférence avec des jeunes gens du crû.

Quel est le potentiel de formation?

Près de 70% des entreprises interrogées dans les différents domaines pensent que le nouvel apprentissage «E-Commerce avec CFC» est très important, et la moitié offrirait immédiatement des places d'apprentissage. A moyen terme, nous estimons que le potentiel national, toutes branches confondues, se situe entre 1500 et 1800 places d'apprentissage. Nous voulons naturellement offrir le nouvel apprentissage dans les trois régions linguistiques. La spécialisation par branches se fera dans des cours interentreprises que nous organisons en collaboration avec les secteurs et les associations concernées, pour créer une grande affinité et une relation avec le secteur économique dont il s'agit.

Quelles seront les prochaines étapes?

Nous sommes en contact permanent avec le Secrétariat d'État à la formation, à la recherche et à l'innovation (SEFRI) à Berne. Nous attendons de celui-ci un ticket préliminaire au printemps 2022, c'est-à-dire le feu vert pour continuer le travail. Nous pourrions alors élaborer concrètement le nouvel apprentissage «E-Commerce avec CFC», lui donner des contenus et une organisation. Si cela réussit, nous pourrions donner à l'économie suisse le premier cycle de formation à partir de l'été 2024/2025.

Entretien et interview: *Andreas Grünholz*

ÊTES-VOUS PRÊT À PRENDRE DES RESPONSABILITÉS DANS LA FORMATION PROFESSIONNELLE NATIONALE ET À PROMOUVOIR LA RELÈVE PROFESSIONNELLE?



SWISSAVANT est une association économique suisse (www.swissavant.ch) qui met à la disposition de ses membres une gamme de services et une offre de formation professionnelle attrayantes. Afin d'assurer une succession ordonnée, nous recherchons pour entrée immédiate ou à convenir, un ou une

Responsable de la formation professionnelle avec une tournure d'esprit axée sur l'avenir

pour assurer le suivi professionnel et le développement stratégique de la formation et du perfectionnement professionnels. Ce poste-clé stratégique offre également des possibilités correspondantes de développement dans le domaine éducatif (conception de projets de formation).

Après une introduction approfondie par le responsable actuel du poste, la nouvelle ou le nouveau titulaire du poste reprendra la responsabilité globale de la formation professionnelle à l'échelon national.

Vos tâches

- assumer la responsabilité globale de la direction opérationnelle de la formation professionnelle obligatoire nationale et du système d'enseignement professionnel (cours interentreprises avec internat) avec des projets de formation innovants
- coordonner les exigences de formation spécifiques des différentes professions (au sein de commissions) et les appliquer de façon adéquate pour les 4 branches de formation
- un développement axé sur l'avenir de tous les systèmes d'apprentissage électroniques et les différents processus numériques en fonction de leurs affinités avec les branches
- négocier avec les représentants des autorités nationales, de l'industrie et du commerce
- mener à bien des projets de politique éducative tels que de nouveaux apprentissages dans le champ de tensions délicat entre les autorités étatiques et les représentants de l'économie (www.e-commerce-formation.ch)

Votre profil

- plusieurs années d'expérience professionnelle dans un environnement éducatif comparable sur le plan des responsabilités; être âgé de préférence entre 30 et 40 ans
- diplôme supérieur (HES) au niveau d'études de bachelor ou formation équivalente
- personnalité déterminée et digne de confiance avec une technique de travail efficace et ciblée fournissant des résultats axés sur les processus pour une éducation moderne
- excellentes aptitudes de communication avec un sens aigu pour la méthodologie et la didactique
- excellentes connaissances de l'allemand et très bonnes connaissances du français (bilingue de préférence)
- assurance, méthode de travail autonome, grande fiabilité et contact agréable

Nous offrons

- la possibilité de participer à l'élaboration et à la prise en charge du système de formation professionnelle dans le cadre du projet national de réforme «vente 2022+»
- une grande autonomie décisionnelle dans un environnement éducatif dynamique et innovant
- des conditions d'emploi attrayantes et des prestations sociales supérieures à la moyenne
- des bureaux modernes situés juste à côté de la gare de Wallisellen

Si ce poste de direction responsable offrant une grande autonomie vous intéresse, votre cœur s'enflamme pour la formation professionnelle nationale, vous recherchez un engagement à long terme, Madame Patricia Häfeli, ressources humaines, bewerbung@swissavant.ch, recevra volontiers votre dossier de candidature pertinent.

Monsieur Danilo Pasquinelli, titulaire actuel du poste, vous donnera volontiers des renseignements préliminaires et répondra à vos questions sous le numéro direct 044 878 70 56.

SWISSAVANT

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

Lehrstellenmarkt 2021 bleibt stabil

Insgesamt spiegeln die von der Task Force «Perspektive Berufslehre» eingeholten kantonalen Trendmeldungen weiterhin eine stabile Lehrstellensituation. Gesamtschweizerisch sind per Ende September 2021 rund 77 000 Lehrverträge unterzeichnet worden. Diese Zahl bewegt sich im Rahmen der Vorjahre. Eine Unterzeichnung von Lehrverträgen für Lehrbeginn 2021 ist zudem noch bis Ende Oktober 2021 möglich.

Der stabile Lehrstellenmarkt ist zum einen auf die hohe Ausbildungsbereitschaft der Unternehmen zurückzuführen. Es zeigt sich, dass die Berufsbildung insgesamt gut aufgestellt ist und die Unternehmen an der Sicherung des Nachwuchses festhalten. Zum anderen haben die Kantone und die Organisationen der Arbeitswelt ihre Anstrengungen in den letzten Monaten verstärkt, um Jugendliche auf Lehrstellensuche zu unterstützen und ihnen so den Einstieg in die Berufswelt zu ermöglichen. Der Bund unterstützt Projekte zur Stabilisierung des Lehrstellenmarktes mit dem Förderschwerpunkt «Lehrstellen-COVID-19». Seit Mai 2020 wurden 85 Projekte mit einem Fördervolumen von über 22 Millionen Franken finanziert. Die in der Task Force zusammengeschlossenen Verbundpartner der Berufsbildung – Bund, Kantone und Organisationen der Arbeitswelt – betonen die Wichtigkeit, die Entwicklungen auf dem Lehrstellenmarkt weiterhin im Auge zu behalten. Ziel ist, dass bewährte Massnahmen wie beispielsweise gezieltes Lehrstellenmarketing, gut abgestimmte Angebote in der Berufswahlphase oder individuelle Begleitung von Jugendlichen bei Bedarf jederzeit intensiviert werden können. Dies ist umso wesentlicher, als dass gemäss Szenarien des Bundesamtes für Statistik in den nächsten Jahren gesamtschweizerisch eine Reihe geburtenstarker Jahrgänge das Ende der obligatorischen Schule erreichen wird. So werden im Jahr 2027 gegenüber 2021 rund 10 000 Jugendliche mehr im letzten Jahr der obligatorischen Schulzeit stehen.

www.sbf.admin.ch

Adresse für Rückfragen: Kommunikation Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation SBFI, medien@sbfi.admin.ch

Link zum Teilprojekt «Monitoring»:

<https://taskforce2020.ch/de/monitoring>

Le marché des places d'apprentissage 2021 reste stable

Les tendances observées par la Task Force «Perspectives Apprentissage» dans les différents cantons font état d'un marché des places d'apprentissage globalement stable. Fin septembre 2021, le nombre de contrats d'apprentissage signés dans toute la Suisse s'élevait à environ 77 000, ce qui correspond dans l'ensemble aux chiffres des années précédentes. Les contrats pour la rentrée 2021 peuvent encore être conclus jusqu'à fin octobre.

La stabilité des places d'apprentissage observée en 2021 témoigne de la bonne santé générale de la formation professionnelle et de la volonté des entreprises à former les jeunes en vue d'assurer la relève. Elle est aussi le résultat de l'engagement des cantons et des organisations du monde du travail, qui ont redoublé d'efforts ces derniers mois pour aider les jeunes à la recherche d'un apprentissage à faire leurs premiers pas dans le monde professionnel. Par son programme «Places d'apprentissage COVID-19», la Confédération continue quant à elle à promouvoir les actions favorisant la stabilisation du marché de l'apprentissage. C'est ainsi que 85 projets ont été financés depuis mai 2020, avec à la clé une enveloppe de 22 millions de francs. Les acteurs de la Task Force, à savoir la Confédération, les cantons et les organisations du monde du travail, soulignent que l'évolution du marché des places d'apprentissage nécessite une observation constante. Il s'agit par ailleurs de miser sur les mesures éprouvées – marketing ciblé, orientation adaptée lors de la phase de choix de la profession, accompagnement individuel des jeunes, etc. – et, au besoin, de les intensifier à tout moment. L'enjeu est grand, d'autant plus que d'après les scénarios de l'Office fédéral de la statistique (OFS), l'ensemble de la Suisse va connaître ces prochaines années un afflux de jeunes terminant leur école obligatoire. Pour des raisons démographiques en effet, les élèves en dernière année d'école obligatoire seront près de 10 000 de plus en 2027 qu'en 2021.

www.sbf.admin.ch

Adresse pour l'envoi de questions: Communication, Secrétariat d'État à la formation, à la recherche et à l'innovation SEFRI, medien@sbfi.admin.ch, tél. +41 58 463 04 59

Projet partiel «Monitoring»:

<https://taskforce2020.ch/fr/monitorage>

Wie man Marktplätze nutzt, um potenzielle Kunden auf den eigenen Onlineshop zu bringen

Wie kann die Marktplatzkundschaft zu direkten Kunden und Kundinnen konvertiert werden? Ist das eigentlich erlaubt und wieso sollte man das wollen? Diese Fragestellung ist insbesondere dann interessant, wenn der Hersteller/Lieferant einen eigenen Onlineshop betreibt.



Der Vertrieb über Online-Marktplätze bietet die Chance auf eine existierende Community zuzugreifen und die Reichweite zu steigern. Ein Nachteil ist aber, dass die Kundschaft dem Marktplatz «gehört» und aus Verkäufer-Sicht keine nachhaltige Kundenbeziehung aufgebaut werden kann. Somit ist es ein verlockender Gedanke, den Marktplatz-Kunden zu einem eigenen Kunden zu konvertieren. Aber ist das erlaubt? Und welche Möglichkeiten gibt es, die Kundschaft zu konvertieren?

Ist es erlaubt, einen Marktplatzkunden zu einem eigenen Kunden zu konvertieren?

Die Kundendaten sind für Marktplätze von zentraler Bedeutung, denn die Marktplatzbetreiber verkaufen den Kundenzugang. In den meisten Fällen zahlen die Marktplatzverkäufer dafür eine Provision. Aus diesem Grund versuchen die Marktplätze ihren Kundenstamm möglichst an sich zu binden und untersagen den Verkäufern oft, die Kundendaten aktiv zu nutzen. Wenn die Marktplatz-Kundschaft von sich aus den direkten Kontakt zum Verkäufer sucht, kann dagegen niemand etwas einwenden. Kunden werden das aber nur in dem Fall machen, wenn sie darin einen Vorteil für sich sehen. Deshalb wird in diesem Beitrag auf Möglichkeiten eingegangen, der Kundschaft einen solchen Vorteil zu bieten. Die Voraussetzung ist jedoch, dass der Marktplatzverkäufer auch einen eigenen Kanal.

Bessere Beratung als über Marktplatz

Marktplätze werden erst durch ihre Grösse für die Konsumenten und Verkäufer interessant. Deshalb nutzen Marktplätze in den meisten Fällen ihre Ressourcen, um Prozesse zu automatisieren und zu skalieren. Da sich ein Dialog nicht gut automatisieren lässt, können Marktplätze in dieser Disziplin nicht punkten. Marktplätze versuchen den Nachteil wettzumachen, indem sie Produktfilter einführen, gute Produktdaten anbieten und eine Community aufbauen, die sich selbst helfen kann. Bei beratungsintensiven Produkten reicht das aber in vielen Fällen nicht, um den Dialog mit der Kundschaft zu ersetzen. In solchen Fällen kann der Marktplatz genutzt werden, um die Visibilität der Marke, des Sortiments oder eines spezifischen Produkts zu erhöhen, dann aber mit einem besseren Beratungsangebot über den eigenen Kanal zu überzeugen. Die Idee dahinter: Mit der Bekanntheit steigt die Chance, dass die potenzielle Kundschaft diese Produkte oder die Marke googelt. Wenn dann das Angebot über den eigenen Onlineshop mindestens gleich gut ist, wie das über den Marktplatz und zusätzlich eine hochwertige Beratung angeboten wird, dann ist es für die Kundschaft sinnvoll, über den Onlineshop des Verkäufers, bzw. Herstellers einzukaufen. Dies setzt natürlich voraus, dass der eigene Onlineshop über Google einfach gefunden wird.

Bessere Verfügbarkeit oder besserer Preis als über Marktplatz

Eine weitere Möglichkeit, eine bessere Leistung über den eigenen Vertriebskanal zu ermöglichen, als über den Marktplatz, besteht in der Verfügbarkeit der Produkte. Damit ist die Auswahl selbst, also das aufgeschaltete Sortiment gemeint, als auch die Lieferzeit. Auch hierbei besteht der Gedanke darin, die Visibilität über Marktplätze zu nutzen, dann aber SEO und SEA einzusetzen, um die Kundschaft auf das Angebot im eigenen Onlineshop aufmerksam zu machen. Die Chance ist relativ gut, dass die Kunden vor dem Kauf das Produkt «googeln», um mindestens einen Preisvergleich durchführen zu können. Das ist der Zeitpunkt, an dem die SEO- und SEA-Massnahmen zum Tragen kommen und auf den besseren Preis, die grössere Auswahl oder die schnellere Lieferung aufmerksam gemacht werden kann.

Cash-Back Aktion und Zusatzleistungen bei Anmeldung

Die Kundschaft kann auch nach einem Kauf über einen Marktplatz zur Kontaktaufnahme mit dem Verkäufer bewegt werden. Üblich sind Cash-Back Aktionen, bei denen sich Kunden und Kundinnen beim Hersteller registrieren müssen, um einen Geldbetrag oder Gutschein zurücküberwiesen zu bekommen. Das muss aber nicht zwingend ein Geldbetrag sein. Auch andere Arten von Zusatzleistungen sind denkbar, so zum Beispiel erweiterte Garantieleistungen oder produktspezifische Services. Dafür ist es notwendig, die Kundschaft über diese Möglichkeit, per Produktverpackung oder dem Produkt selbst, aufmerksam zu machen. Eine Voraussetzung haben alle drei genannten Möglichkeiten: Der eigene Vertriebskanal muss den hohen Ansprüchen der Kundschaft genügen und das Angebot muss grundsätzlich besser sein, als das über den Marktplatz.

Quelle: Carpathia, 07.05.2021

Autor: Martin Egli

Welche Anpassungen an das Datenschutzgesetz sind nötig?

Das neue Datenschutzgesetz (revDSG) wird per 1. September 2023 in Kraft treten. Es betrifft alle Schweizer Unternehmen. Anhand dieser Checkliste können sie sich darauf vorbereiten.

Die 12 Gebote des revDSG

Die Schweizer KMU müssen folgende zwölf Massnahmen umsetzen, um sich an das revDSG anzupassen:

- Datenschutzerklärungen prüfen und ändern (Website, Verträge, Werbeinhalte usw.),
- Richtlinien für die Datenbearbeitung innerhalb des Unternehmens erstellen (oder ändern),
- Ein Verzeichnis der Datenbearbeitung anlegen (Ausnahme für Unternehmen mit weniger als 250 Beschäftigten, sofern kein hohes Risiko für Verletzungen der Persönlichkeit vorliegt),
- Eine Vorgehensweise für eine rasche Beantwortung der Anfragen betroffener Personen ausarbeiten (z. B. Ersuchen um Auskunft oder Löschung von Daten),
- Ein Meldeverfahren für Verletzungen des Datenschutzes einführen,
- Einen Prozess für die Datenschutz-Folgenabschätzungen etablieren, die notwendig sind, wenn die Datenbearbeitung ein hohes Risiko mit sich bringt (z. B. bei systematischer Überwachung grosser Teile des öffentlichen Raums),
- Verträge mit Subunternehmern analysieren, um zu prüfen, ob die Sicherheit der Daten gewährleistet ist, und entsprechende Klauseln hinzufügen (insbesondere bezüglich der Meldung jeglicher Verletzungen des Datenschutzes),
- Dafür sorgen, dass alle personenbezogenen Daten gelöscht oder anonymisiert werden (sobald sie für den Zweck, der deren Bearbeitung rechtfertigte, nicht mehr benötigt werden),
- Prüfen, in welche Länder Daten übermittelt werden, auch für eine einfache Speicherung in der Cloud (diese Länder müssen in einer vom Bundesrat erstellten Liste aufgeführt sein. Ist dies nicht der Fall, gelten strengere Anforderungen),
- Datensicherheit durch geeignete technische und organisatorische Massnahmen garantieren,
- Die Herausgabe der Daten in einem elektronischen Format gewährleisten (bei automatisierter Bearbeitung der Daten und besonders im Zusammenhang mit dem Abschluss oder der Erfüllung eines Vertrags),
- Einen Datenschutzberater oder eine Datenschutzberaterin benennen und die Kontaktdaten veröffentlichen (empfohlen wird die Meldung dieser Person beim Eidgenössischen Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragten [EDÖB]).

Diese Liste erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Für weitere Informationen sollten das revDSG und die Datenschutzverordnung herangezogen werden. Die Website des EDÖB bietet ebenfalls geprüfte juristische Informationen zum Thema.

www.kmu.admin.ch, www.edoeb.admin.ch

Comment se conformer à la loi sur la protection des données?

La nouvelle loi sur la protection des données (nLPD) entrera en vigueur au 1^{er} septembre 2023. Toutes les entreprises suisses sont concernées. Voici comment elles peuvent s'y préparer.

Les 12 commandements de la nLPD

Les PME suisses doivent mettre en œuvre les douze mesures suivantes pour se conformer à la nLPD:

- Contrôler et modifier les déclarations sur la protection des données (site web, contrats, contenus publicitaires, etc.),
- Rédiger des directives sur le traitement des données au sein de l'entreprise (ou les modifier),
- Mettre en place un registre de traitement des données (exception pour les entreprises de moins de 250 employés et ce, en l'absence de risque élevé d'atteinte à la personnalité),
- Préparer une marche à suivre pour répondre rapidement aux demandes des personnes concernées (par ex. de renseignements ou de suppression des données),
- Mettre en œuvre une procédure de signalement des violations de la protection des données,
- Établir un processus pour les analyses d'impact qui sont nécessaires lorsque le traitement des données présente un risque élevé (par ex. en cas de surveillance systématique de grandes parties du domaine public),
- Analyser les contrats avec les sous-traitants, pour vérifier si la sécurité des données est assurée et ajouter des clauses en la matière (notamment sur le signalement de toute violation de la protection des données),
- Prévoir que toutes les données personnelles soient supprimées ou anonymisées (et ce, dès qu'elles ne sont plus nécessaires au but qui justifiait leur traitement au départ),
- Revoir les pays vers lesquels les données sont transmises, y compris pour une simple sauvegarde sur le cloud, (ces pays doivent figurer sur une liste établie par le Conseil fédéral. Dans le cas contraire, des exigences plus poussées s'appliquent),
- Assurer la sécurité des données par des mesures techniques et organisationnelles appropriées,
- Garantir la remise des données sous format électronique (en cas de traitement automatisé des données, et, en particulier, dans le cadre de la conclusion ou de l'application d'un contrat),
- Désigner un conseiller à la protection des données et publier ses coordonnées (l'annonce de cette personne au Préposé fédéral à la protection des données et à la transparence [PFPDT] est recommandée).

Cette liste n'a pas l'ambition d'être la plus exhaustive ou détaillée possible. Il convient de se reporter à la nLPD ainsi qu'à l'ordonnance sur la protection des données pour de plus amples informations. Le site du PFPDT offre également des informations juridiques et techniques vérifiées sur le sujet.

www.kmu.admin.ch, www.edoeb.admin.ch

Auszeichnung für App zur Brillux Nachwuchsinitiative

Die Spiele-App Bunes Battle der Brillux-Nachwuchsinitiative «Deine Zukunft ist bunt» ist mit dem Comenius EduMedia-Award für digitale Bildungsmedien ausgezeichnet worden.



Das «Bunte Battle» führt Jugendliche spielerisch an die Tätigkeiten im Malerhandwerk heran.

Die aus acht europäischen Ländern eingereichten Bildungsprodukte waren zuvor einem herstellerneutralen Qualitätscheck unterzogen worden: Nur wer den pädagogischen, didaktischen, ästhetischen und technischen Kriterien des GPI-Instituts für Bildung und Medien genügt, kommt für eine Auszeichnung infrage.

Das Konzept der Spiele-App Bunes Battle überzeugte: Mit kurzweiligen Spielen (z. B. Farben mischen, Wissensquiz) bietet die App eine zeitgemässe Möglichkeit für Schülerinnen und Schüler, sich spielerisch mit den Tätigkeiten im Malerhandwerk auseinanderzusetzen. «Damit möchten wir ein erstes Interesse an den Berufsbildern wecken und einen Beitrag zur beruflichen Orientierung bieten», erläutert Marius Marburger, Projektverantwortlicher der Brillux Nachwuchsinitiative.

Der Comenius-EduMedia-Award geht auf den Pädagogen Johann Arnos Comenius (1592–1670) zurück. Comenius war Vorreiter einer volksnahen und kindgerechten Bildung und propagierte die systematische Nutzung von Bildern und der Anschaulichkeit zu didaktischen Zwecken.

Das «Bunte Battle» ist im App Store und im Google Play Store kostenlos zum Download erhältlich.

Brillux Schweiz AG
T +41 61 465 60 00
www.brillux.ch

Festool erhält FSC-Zertifikat für Papier, Karton und Holz

Seit vielen Jahren rückt Festool bewusst die Faktoren Nachhaltigkeit und Qualität in den Fokus, denn je langlebiger ein Produkt ist, desto positiver fällt dessen ökologische Gesamtbilanz aus. Infolgedessen kommen auch Werkzeuge zur Reparatur, die 20 Jahre und mehr im professionellen Betrieb gewesen sind.

Festool geht nun einen Schritt weiter und setzt die Beschaffung von Rohstoffen aus verantwortungsvoller Waldwirtschaft nach hohen ökologischen sozialen Standards als fest definiertes, unternehmerisches Ziel.

Weiterer Beitrag zur Nachhaltigkeit

FSC steht für den Begriff *Forest Stewardship Council*. Die internationale Non-Profit-Organisation setzt sich mit seinem internationalen Zertifizierungssystem für eine ökologisch angepasste, sozial förderliche und wirtschaftlich rentable Bewirtschaftung der Wälder ein. Mit dem



Siegel werden nur Produkte zertifiziert, die auch tatsächlich aus den entsprechenden Rohstoffen hergestellt werden.

Festool verfolgt bei der Umstellung einen ganzheitlichen Ansatz: So sollen bei FSC-zertifizierten Produkten nicht nur die Rohstoffe für das Produkt selbst, sondern auch für die Verpackung aus verantwortungsvollen Quellen kommen. Festool will bis 2023 mindestens 80 Prozent des Zelluloseanteils in den Produkten und Verpackungen aus FSC-zertifizierten Quellen anbieten.

Festool Schweiz AG
T +41 44 744 27 21
www.festool.ch

SCHÜTZEN

Mit Permafix 710 raus in den Frühling.



Unser neuestes Washi-Klebeband Permafix 710 besitzt eine gute UV- und Wetterbeständigkeit. Damit sind Sie für die bevorstehenden Maler- und Gipsarbeiten im Aussenbereich bestens gerüstet.

Mehr erfahren oder direkt bestellen unter: 071 844 12 12.

Hervorragende Ergebnisse

BLENDA-FIL

Füll-Haftvorlack WV-364

NEU



- Höchste Deckkraft und Kantendeckung
- Ausgezeichnete Fülleigenschaften
- Hervorragende Hafteigenschaften
- Schnelle Schleifbarkeit



Stefan Studer
Schweizermeister
im Hornussen
und Leiter Logistik
der Knuchel Farben AG

BLENDA-PUR

PU-Streichlack WV-281 / 282

Neuste Technologie



- Beste Oberflächenhärte
- Hohe Deck- und Füllkraft
- Wirtschaftlich und Ökologisch
- In allen Mix-Farbtönen erhältlich

