



Prisca Bezzola
Porsche Zentrum
Oberer Zürichsee

Junge Menschen fördern, warum?

Wie bereits mit achtsamem Mentoring Karrieren entstehen

Seite 9

Produktivität nur bei Arbeitslust

Warum Mitarbeiter der Generation «Z» anders ticken.

Seite 17

Sind Frauen die besseren Chefs?

Eine pragmatische Analyse mit durchaus logischen Argumenten.

Seite 20



BRINGEN SIE FRISCHE IN IHREN BETRIEB!

Effiziente Reinigungsmittel für eine saubere und angenehme Atmosphäre.



Mehr entdecken!



Ausgabe Februar 2023 Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis | 2

Editorial

Eine neue Welle der Gesinnung? | 3

Stellensuchende haben es einfacher,
Personal Sigma, Bott, Bernhard Axel | 4

Austausch im Netzwerk wichtig, BIZ,
Beatrice Werder | 6

**«Es macht Spass, einen jungen
Menschen zu fördern.»**,
Claudia Hiestand | 9

**«Genauso wichtig sind Herzblut
und Einsatzwille»**, Franz Steinegger | 12

Traditionsreich, smart und solide
Bott, Bernhard Axel | 14

**Ausstellen, ansprechen, anstellen –
so geht Lehrstellenmarkt,**
Angela Zimmermann | 16

**Wie ist Ihr Unternehmen «woke»
oder in Work-Life-Balance?**
SZKB, Bott, Bernhard Axel | 17

Fehlender Konsent? NZZ,
Bott, Bernhard Axel | 20

**Sind «Y» oder «Z», unzumutbar,
haben sie keinen Bock oder wer ist
hier falsch motiviert?**
Selecta Group, Bott, Bernhard Axel | 22

**Wirtschaftsmeldungen der Regionen
aus November und Dezember 2022,**
Franz Steinegger | 24

Impressum | 27

Mitteilung an Sie liebe Leserin und Leser.
Durch eine technische Umstellung der
Redaktionszyklen, erscheint diese Ausgabe
statt im Januar 2023 erst im Februar 2023.
Auch wird statt der Märzangabe die nächste
AUSLESE erst im Mai 2023 erscheinen.



Eine neue Welle der Gesinnung?

Humanressources oder schlicht Personalwesen benannt, verbindet in der Betriebswirtschaft die Produktionsfaktoren Arbeit mit dem Personal. Das Personalwesen ist darüber hinaus immer mehr zur Aufgabe im Beschaffungswesen geworden. Denn für die Mitarbeiterrekrutierung stellen inzwischen spezialisierte Dienstleister und Agenten ein umfassendes Portfolio zur Verfügung. Externe Kräfte ob fest oder nur als Teilkraft eingestellt, sind die eine Quelle, die andere ist das Nachziehen interner Mitarbeiter, die sich für die neue Stelle eignen und sie besetzen könnten.

Der Druck auf den Arbeitsmarkt machts möglich

Inzwischen verschwimmen die Altersgrenzen nach oben wie auch die Frage, ob männlich oder weiblich. Klar ist diese Frage seit der Diskussion um die Frauenquoten in Unternehmen zunehmend ins Interesse gerückt. Die Frage wird berechtigt geführt, weil die Grenzen der Fähigkeiten verschwimmen. Es gibt nicht nur den Experten oder Spezialisten. Genauso so leistungssicher stehen die Spezialistinnen und Expertinnen ihre «Frau».

Nachdem dies geklärt ist, tritt das Thema der Generationen in den Vordergrund. Die ältere Generation «X» der ehemaligen Baby-boomer hat sich weitgehend in den Ruhestand abgemeldet oder beharrt in Vorstandsebenen auf ihrer Präsenz. Selbstverständlich ist diese Ebene nicht nur von den Herren besetzt, auch die Frauen überzeugen gerade hier durch ihre Sachkompetenz, Kontinuität, Urteilsvermögen und Netzwerkpower. Allenfalls trifft man die «Gen X» im Beraterbereich, weil bestimmte Erfahrungen mit dem Alter sogar zunehmen.

Wie ist das bei der Generation «Y»? Diese sind geprägt von der digitalen Revolution mit der sie als «Millenniums» aufgewachsen sind und die sehr zur Digitalisierung der Prozessabläufe, des Internets und sozialen Netzwerke, beigetragen haben.

Mit der Generation «Y» wächst die Neigung zum Individualismus und das sich Abkapseln in Interessengruppen. Das kann durchaus für die Produktivität von Vorteil sein, wenn sich dadurch Kompetenzen, Erfahrung und Innovationen verdichten.

Was überwiegt, Work-Life-Balance, Wokeness oder Workaholic?



In welchen Bedürfnissen lassen sich Ihre Mitarbeitende abholen und produktiv in Ihre Prozesse einbinden?

Die neue Welle an nachwachsenden Mitarbeitern, auch Generation «Z» genannt, dissoziieren stark zwischen Virtualität und Realität. Die Vertreter dieser jungen Garde sind schnell im Einfordern von Gratis-Leistung bei möglichst geringstem Eigenaufwand. Denn das «Netz» hat alles, die Beschaffung ist nur eine Frage des richtigen Links. Selbst etwas tun, macht nur Spass, wenn es das eigene Wohlbefinden fördert. Gerade hier entstehen die Konflikte, wie sollen damit das Personalwesen, die Meister, die-Abteilungsverantwortlich bis hin zu den Mitarbeitern auf anderen Generationsebenen umgehen? Es braucht den verbindlichen und konsequenten Dialog und Leistungsvereinbarungen.

Wenn «Y» darin einen Sinn für ihren eigenen Vorteil erkennen, werden sie mit ins Boot steigen. Dies fordert uns heraus, von der anderen Seite her zu denken und Arbeitsanweisungen anders zu formulieren. Am Ende muss die Aufgabe erfüllt sein. Die «Z» werden sich wohl kaum anpassen, besser wir bewegen uns und agieren in einer anderen Vorgehensweise und Bewertung der menschlichen Bezugssysteme.

Mit der ersten AUSLESE im neuen Jahr wollen wir Ihnen Anregungen geben. Spezialisten und Spezialistinnen geben uns Hinweise, wo und wie wir uns klug verhalten.

Andreas Kümin
Präsident
H+I – Der Schwyzer Wirtschaftsverband





Marco Bianchi, Inhaber, Geschäftsführer, Personal Sigma Schwyz AG

Stellensuchende haben es einfacher

Bott, Bernhard Axel

Personalsuche und Personalvermittlung geht von unterschiedlichen Bedürfnissen aus. Eine gelungene Verknüpfung ist herstellbar, wenn beide Parteien genau präzisieren, was sie wollen und Ihre Vorstellungen rechtzeitig anmelden. Die AUSLESE sprach mit Marco Bianchi personalsigma®, Schwyz.

AUSLESE: Herr Bianchi, die PERSONAL SIGMA SCHWYZ AG identifiziert Talente, rekrutiert im Auftrag für die Schweizer Wirtschaft Mitarbeitende und unterstützt Stellensuchende bei Ihrer Bewerbung. Können Sie in den letzten 3 - 5 Jahren eine Änderung der Anforderungsprofile feststellen, suchen Unternehmen anders als bisher? Fordern Stellensuchende anders als vorher?

M.B. Natürlich ist das sehr stark branchenabhängig, aber grösstenteils suchen die Unternehmen unverändert wie bisher. Sie vertrauen dabei insbesondere zu wenig auf externe Partner, was durch die stetig steigende Komplexität des Recruitings zukünftig noch essenzieller wird. Langsam aber bewegen sich die ersten Arbeitgeber in die richtige Richtung und setzen den Fokus auf die Bedürfnisse der Stellensuchenden.

Was die Stellensuchenden betrifft, sehen wir tatsächlich eine Veränderung. Der Wunsch nach mehr Flexibilität vom Arbeitgeber wird bei den Stellensuchenden grösser. Teilzeitarbeit, Homeoffice, flexible Arbeitszeiten und Work-Life-Balance nehmen für die Stellensuchenden einen immer grösseren Stellenwert ein.

Was es seitens der Arbeitgeber also braucht: Offenheit für Neues und mehr Flexibilität, damit veraltete Vorgehensweisen optimiert und das volle Potenzial ausgeschöpft werden kann.

Immer mehr Unternehmen stellen Konflikte bei neuen Mitarbeitern fest, sich in eine disziplinarische Firmenordnung einzufügen. Entweder sie brechen die Lehrstelle ab, kündigen oder durchkreuzen die Produktivität durch unverhältnismässige private Prioritäten. Wer sollte hier auf wen zugehen müssen, fordern Firmen künftige Mitarbeiter, die es gar nicht (mehr) gibt?

Eine sehr gute Frage. Der Arbeitsmarkt ist einem stetigen Wandel ausgesetzt. Wenn man beispielsweise die Arbeitszeiten betrachtet, so gehörten 50-Stunden-Wochen in den 1950er Jahren zur Normalität. Mit dem aktuellen Trend von 40 Stunden pro Woche gilt heute bereits eine 42.5-Stunden-Woche als veraltet. Darüber hinaus wagen sich schon erste Unternehmen an eine 4-Tage-Woche heran. Die Tendenz zeigt also klar, dass Stellensuchende immer mehr Freizeit einfordern. Auf Grund des Fachkräftemangels in der Schweiz und unseren Nachbarländern werden sich wohl die Firmen den Stellensuchenden anpassen, vorausgesetzt die Verfassung der Wirtschaft und des Arbeitsmarktes bleiben so gut wie sie jetzt sind. Wichtig ist aber, dass eine Verschmelzung beider Parteien stattfindet und die Unternehmen ihrer Firmenkultur dennoch treu bleiben können.

Ist das Thema Wohlfühlen wichtiger geworden als das Attribut Belastbarkeit und Ausdauer? Was ist den Stellensuchenden wichtiger, Lohn oder Freizeit und ein «cooler» Arbeitsplatz?

Das Thema Wohlfühlen ist auf jeden Fall wichtiger geworden und hat für die meisten einen immer höheren Stellenwert. Jedoch gestaltet sich dies nach Alter der Bewerber sehr unterschiedlich. Bei Bewerbern der «Generation X» stellen wir fest, dass der Lohn nach wie vor einen sehr hohen Stellenwert hat. Sie sehen eher das Praktische, legen Wert auf Beständigkeit und weniger auf ihre persönliche Selbstverwirklichung. «Generation Y»-Bewerber verfügen oft über eine sehr gute Ausbildung, weswegen sie wählerisch sind, was den Arbeitgeber betrifft. Sie möchten einer sinnstiftenden Arbeit nachgehen und gleichzeitig ein hohes Salär erhalten. Bei den jüngsten Stellensuchenden, der «Generation Z», sehen wir die grösste Abweichung.

Wie bereits erwähnt, streben sie nach mehr Flexibilität, möchten Teilzeit arbeiten, Homeoffice als festen Bestandteil und flexible Arbeitszeiten. Hierbei hat der Lohn eindeutig zweite Priorität. Auch hier findet also ein starker Wandel statt – aber nicht nur in der Arbeitswelt, sondern ganz allgemein. Das Leben um uns herum wird in vielerlei Hinsicht lockerer, offener und allgemein flexibler.

Ich würde aber nicht sagen, dass die neue Generation per se weniger Ausdauer oder Belastbarkeit mitbringt, sondern viel mehr, dass sie eine intensivere Führung, mehr Miteinander und flachere Hierarchien brauchen. Im Übrigen sind sie den älteren Generationen in Sachen Verantwortungsbewusstsein, Empathie oder Ambitionen in bewegenden Weltthemen sogar einen Schritt voraus. Sie bringen also Eigenschaften mit, die für ein Unternehmen von Vorteil sein können, wenn man sie richtig fördert und ihnen Verantwortung überträgt.

Decken sich Mitarbeiter-Suche und Angebot oder verschärft sich die Lage zu wenig Mitarbeitende und zu viele Stellenangebote? Lässt sich eine Tendenz nach Branchen ableiten?



Team Personal Sigma Schwyz AG, v.l.n.r.: Marco Bianchi, Inhaber, Markus Schwarb, Leiter Backoffice, Anita Oberholzer, Recruiterin, Social Media, Grafik, Kaspar Drein, Personalberater, Alina Camenzind, Recruiterin, Assistentin Mandatsleitung

Nein, aktuell decken sich Angebot und Nachfrage leider nicht. Und in den Branchen, in welchen wir tätig sind, ist aktuell keine wirkliche Besserung in Sicht. Ich schätze eher, dass sich die Lage tendenziell verschlechtert. Aber das Schwierige ist nicht, die richtigen Bewerber zu finden. Denn wir wissen, wo und wie wir qualifizierte Talente rekrutieren. Die Herausforderung stellt sich für die Unternehmen darin, die gewonnenen Mitarbeiter auch langfristig zu behalten. Insbesondere wenn sie sich wenig dem aktuellen Wandel anpassen. Auch hier: Früher war es üblich, dass Mitarbeitende über 10 Jahre im selben Betrieb angestellt waren. Inzwischen sind wir in einer Zeit, in der ein Grossteil der Mitarbeitenden nach 3 Jahren weiterzieht und Neues sehen möchte.

Welche Mitarbeiter auf Stellensuche und welche Unternehmen mit Stellenangeboten haben z.Z. die meisten Chancen?

Generell kann man sagen, dass es die Stellensuchenden zurzeit grundsätzlich einfacher haben. Gut ausgebildete Mitarbeiter, die bereit sind, im Unternehmen Verantwortung zu übernehmen und eine intrinsische Motivation mitbringen, haben die besten Chancen. Bei den Unternehmen sind es klar die modernen, flexiblen Arbeitgeber, welche Offenheit gegenüber Neuem beweisen. Die Chancen können aber für alle Stellensuchenden als auch Unternehmen deutlich erhöht werden, wenn man gezielt sucht und Erfahrung hat, was die Selektion betrifft, beispielsweise durch die Hilfe eines Personalvermittlers.

Werden Weiterbildungsmaßnahmen in den Unternehmen und durch Stellensuchende mehr genutzt oder weniger?

Stellensuchende sind heute auf jeden Fall mehr gewillt Weiterbildungen zu absolvieren. Ich denke das kommt daher, da sie finanziell auch um einiges unabhängiger sind als in früheren Zeiten. Bei den Unternehmen ist allerdings das Angebot nach Weiterbildungsmöglichkeiten noch sehr begrenzt oder oft gar nicht vorhanden. Ich denke, dass das Thema Weiterbildung insbesondere für die Unternehmen wichtig wird, welche ihre Mitarbeiter langfristig an sich binden möchten.

Nehmen Stellensuchende aus dem Kanton Schwyz zu oder eher Suchende aus Nachbarkantonen?

Stellensuchende mit Wohnsitz in den Nachbarkantonen hat es im Kanton Schwyz leider relativ wenige, was ich als das grösste Problem ansehe.

Das mag daran liegen, dass wir sehr attraktive Kantone um uns herum haben, gerade wenn es um die Infrastruktur beispielsweise geht oder auch weil der Kanton Schwyz teilweise auch leider einfach in Vergessenheit gerät. Unternehmen können sich aber sicherlich über externen Zuwachs freuen, wenn sie geringe kantonale Lohndifferenzen pflegen und sich als innovative Arbeitgeber präsentieren.

Ich möchte als Abschluss gerne noch ein bekanntes Zitat erwähnen, welches zu Ihren Fragen passt und uns zum Nachdenken animieren soll:

«Harte Zeiten schaffen starke Menschen. Starke Menschen schaffen gute Zeiten. Gute Zeiten schaffen schwache Menschen. Und schwache Menschen schaffen harte Zeiten.»

Das wiederholt sich in der Wirtschaft immer und immer wieder. Die Frage ist nur: In welcher Zeit befinden wir uns gerade? Oder noch wichtiger: Was erwartet uns als Nächstes?

personalsigma

Personal Sigma Schwyz AG
Rickenbachstrasse 1
6430 Schwyz
041 811 07 07
www.ps-schwyz.ch



Gruppentreffen im SILO Einsiedeln, Foto © BIZ

Austausch im Netzwerk wichtig

Beatrice Gwerder
Berufs-, Studien- und Laufbahnberaterin, Goldau

«Netzwerk und Austausch sind auch nach vielen Jahren Personalarbeit hilfreich und wichtig» Am 3. November 2022 lud die Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung Kanton Schwyz zum dritten Netzwerkanlass für HR-Verantwortliche von Schwyzer Unternehmen. Unter der Leitung von Janina Baruth, Amtsvorsteherin der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung Kanton Schwyz, trafen sich die Personalfachpersonen zum dritten Schwyzer HR-Netzwerktreffen bei der Leuthold Mechanik AG in Einsiedeln. Themen waren die Rekrutierung von Fachkräften und das Projekt «Führungsfitness» als Beispiel einer möglichen Dienstleistung des Amtes für Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung zugunsten der Wirtschaft im Kanton Schwyz.

Betriebliche Organisationen entwickeln sich und werden geprägt von sich stetig wandelnden Rahmenbedingungen und neuen Einflüssen. Die Aufgabe von Personalverantwortlichen in Unternehmen ist es, diesen Veränderungen und Herausforderungen mit geeigneten Massnahmen zu begegnen. Dies mit dem Ziel, von der Personalgewinnung bis zum Austritt im Sinne der Unternehmensstrategie optimale interne Dienstleistungen zu gewährleisten. Gerade auch Themen wie die Rekrutierung von Fachkräften, die Personal- und Führungsentwicklung oder die Erhaltung der Arbeitsmarktfähigkeit der Mitarbeitenden haben heutzutage eine wesentliche Bedeutung.

Dienlich dabei ist es, sich als HR-Fachperson mit Berufskolleginnen und -kollegen über solche und andere Brennpunkte auszutauschen und bei Bedarf auf ein fachkundiges Netzwerk zurückgreifen zu können.

Netzwerken und sich austauschen – diese Möglichkeit ergab sich für Personalverantwortliche von Schwyzer Firmen anlässlich des dritten HR-Netzwerktreffens, zu welchem die neue Amtsvorsteherin Janina Baruth von der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung Kanton Schwyz vergangenen November einlud.

Einsiedler Firma in der Gastgeberrolle

Mitunterstützt wurde die Durchführung des Anlasses durch die Leuthold Mechanik AG in Einsiedeln. Das Unternehmen konstruiert und produziert im Kanton Schwyz mit rund 200 Mitarbeitenden auf einer modernsten Betriebsfläche von 20'000 m² Produktlösungen im Maschinen-, Apparate- und Werkzeugbau für Kunden aus der ganzen Welt.

Das Treffen fand in den zur Leuthold Mechanik AG zählenden Räumlichkeiten des SILO statt, welches neben dem Kloster und der Sprungschanze zu den baulichen Einsiedler Wahrzeichen gezählt werden kann. Einleitend begrüsst Janina Baruth und der CEO Mathias Leuthold die Anwesenden. Danach übernahm Kety Eberle als HR-Verantwortliche des KMU und führte in das erste Thema des Abends ein, der Rekrutierung von Fachkräften.



Von Arbeitgeberversprechen und Fitnessstraining für die Führung

Zum Thema Rekrutierung war als weiterer Referent Pavo Kohler geladen, seinerseits CEO der eMarket GmbH. Als Experte in der Online Welt zeigte er auf, wie Pensionierungswellen von Babyboomern oder Covid-Auswirkungen den Stellenmarkt beeinflussen.

Dabei führte er aus, dass heutzutage im Zuge der sich rasch verändernden Arbeitswelt und des vielerorts erlebten Fachkräftemangels ein Arbeitgeberversprechen bereits vor der Bewerbung beginnt, sich über die Bewerbungsphase und Anstellungszeit hinwegzieht und bis über die Kündigung hinausgeht. Spezifische Elemente, welche er anführte, waren der Einsatz und die Bewirtschaftung von Social Media-Kanälen (z.B. auch im Active Sourcing), die Wichtigkeit von Karriereplänen und der gezielte Einbezug der Mitarbeitenden als Botschafter/innen der Unternehmung, um die Alleinstellungsmerkmale (USP) der Firma als Arbeitgeberin nach aussen zu tragen.

Als weiterer Referent wirkte der Berufs-, Studien- und Laufbahnberater Andreas Seewer vom BIZ Goldau. Er präsentierte, wie das Projekt «Führungsfitness» in Zusammenarbeit mit Victorinox AG zustande kam. Dieses leitete sich ursprünglich aus der strategischen Initiative der global tätigen Firma ab, die Beschäftigungsfähigkeit (Employability) der Mitarbeitenden durch die individuelle Förderung von Eigenverantwortung, Selbstmanagement, Neugier und individuellem Wachstum zu erhalten und weiter zu entwickeln. Diesbezüglich zeigten sich verschiedene Personalverantwortliche positiv beeindruckt, dass die Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung des Kantons Schwyz nicht nur für Jugendliche und Erwachsene, sondern auch für die Schwyzer Wirtschaft zur Verfügung steht. Hierzu sei auf die bestehende Nationale Strategie für die Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung BSLB verwiesen, welche im Oktober 2021 anlässlich der Plenarversammlung der Schweizerischen Konferenz der kantonalen Erziehungsdirektoren EDK verabschiedet wurde. Unter anderem wird dabei ausgeführt, dass nicht nur ein «stärkerer Bezug zur Wirtschaft», sondern auch «Arbeitgebende mit Information und Beratungsangeboten» unterstützt werden sollen, um «Mitarbeitende bei der aktiven Laufbahngestaltung zu fördern». Entsprechend stehen die am Anlass präsentierten Beratungsdienstleistungen so oder in ähnlicher, bedürfnisorientierter Weise für im Kanton Schwyz ansässige Unternehmen bereit.

Gesellige Kontaktpflege in gediegener Atmosphäre

Anschliessend der Referate nutzten die Anwesenden die Möglichkeit, in der SILO Lounge der Leuthold Mechanik AG bei einem gepflegten Apéro Begegnungen zu vertiefen und über aktuelle Herausforderungen im Personalwesen zu diskutieren. Dabei bestätigten mehrere HR-Verantwortliche, dass ein solcher Anlass zur fachlichen Vernetzung sehr geschätzt wird.

Oskar Zimmermann, Personalchef der Arthur Weber AG in Seewen, brachte es auf den Punkt: «Netzwerk und Austausch sind auch nach vielen Jahren Personalarbeit hilfreich und wichtig. Die Aufgaben im HR haben sich in den vergangenen Jahren sehr stark verändert. Da ist es förderlich, HR-Kontakte zu pflegen und im Gespräch mit ihnen zu sein».

Die Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung Kanton Schwyz bedankt sich herzlich bei der Firma Leuthold Mechanik AG und im Besonderen bei Kety Eberle für die sehr geschätzte Gastfreundschaft und die Mitunterstützung des Anlasses. Ein weiteres Dankeschön geht an die Referierenden sowie an die anwesenden Personalfachpersonen, welche sich für den aktiven Austausch im Verlaufe des Abends verantwortlich zeichneten.

Der nächste HR-Netzwerkanlass kommt bestimmt – das BIZ freut sich auf eine wiederum rege Teilnahme im 2023!



Die Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (BSLB) des Kantons Schwyz bietet Berufs- und Studienwahlberatungen, Laufbahnberatungen für Erwachsene, Standortbestimmungen, Veranstaltungen zu Beruf, Studium und Weiterbildung, Unterstützung in Entscheidungsprozessen, Diagnostik, Kurzberatungen im BIZ, Bewerbungs-Checks, Integrationsberatungen für Migrantinnen und Migranten und Fachauskünfte zu Aus- und Weiterbildungen. Die BSLB ist regional verankert und mit verschiedenen Partnerorganisationen aus Bildung und Wirtschaft vernetzt.

Amt für Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung

BIZ Pfäffikon – BIZ Goldau – BIZ Einsiedeln
www.sz.ch/biz

«ICH BIN EIN SMARTES HAUS FÜR EIN KOM- FORTABLES LEBEN.»

EINFAMILIENHAUS IN ARTH
INTELLIGENT FINANZIERT MIT DER SZKB

MIT DEM RICHTIGEN PARTNER SIND EIGENHEIME
MEHR ALS IMMOBILIEN. JETZT BERATEN LASSEN
NACH SCHWYZER ART.

szkb.ch/hypotheiken



Schwyzer
Kantonalbank



«Es macht Spass, einen jungen Menschen zu fördern.»

Claudia Hiestand*

Erstmals im Kanton Schwyz wird ein Mentoring-Programm für junge Berufseinsteigerinnen angeboten. Der H+I – Der Schwyzer Wirtschaftsverband engagiert sich an vorderster Front für das Programm, sieht er darin doch einen grossen Nutzen für seine Mitglieder.

Was im Sommer 2021 in den Köpfen einiger einflussreicher Schwyzerinnen seinen Anfang nahm, wurde bereits ein gutes Jahr später auf die Erfolgsstrasse gebracht: ein Mentoring-Programm für Berufseinsteigerinnen. Für junge Frauen also, die eine Berufslehre abgeschlossen oder ein Studium absolviert haben und erste Erfahrungen in der Berufswelt sammeln. Es will zu mehr Frauen in Führungspositionen in der Schwyzer Wirtschaft beitragen. Den Stein ins Rollen gebracht hat Susanne Thellung, CEO der Schwyzer Kantonalbank und Vorstandsmitglied des H+I – Der Schwyzer Wirtschaftsverband. Nebst Thellung engagieren sich auch H+I-Geschäftsführer Christian Grätzer, Partner der CONVISA AG, und Vorstandsmitglied Lea Lünd, ab 2024 Generalagentin der Mobiliar-Generalagentur Schwyz, für das Programm, indem sie sich als Mentor:in zur Verfügung stellen.

Wertvoller Perspektivenwechsel

Lünd ist seit dem Start des Programms im vergangenen Oktober mit ihrer Mentee in regelmässigem Kontakt. «Wir sind sehr gut ins Mentoring gestartet», sagt sie. «Nachdem wir unsere gegenseitigen Erwartungen abgeholt haben, sind unsere Gespräche sehr persönlich und wertschätzend.» Grätzer war während seines Studiums der Rechtswissenschaften selbst in den Genuss eines Mentorings gekommen. Er findet grossen Gefallen daran, etwas zurückgeben zu können und einen jungen Menschen zu fördern. «Meine Mentee und ich konnten rasch eine vertrauensvolle Beziehung aufbauen und in einen spannenden und auch immer wieder humorvollen Dialog treten», freut er sich. Doch das Mentoring ist auch für ihn selbst ein Gewinn. Es ermöglicht ihm, die Welt durch die Augen eines jungen Menschen zu betrachten. Grätzer: «Die Ansichten und Werthaltungen meiner Mentee sind sehr lehrreich für mich.»

Weibliche Karrieren fördern

Nebst einzelnen H+I-Exponent:innen beteiligt sich auch der Verband selbst am Schwyzer Mentoring-Programm: Gemeinsam mit anderen gewichtigen Schwyzer Institutionen hat er das Patronat dafür übernommen. Das Engagement des H+I – Der Schwyzer Wirtschaftsverband kommt nicht von ungefähr, ist es doch sein Kernanliegen, sich für möglichst optimale Rahmenbedingungen für die Schwyzer Wirtschaft einzusetzen. Dazu gehört auch die Förderung junger – gerade auch weiblicher – Talente. H+I-Mitglieder, die Berufseinsteigerinnen in ihren Unternehmen beispielsweise aktiv für eine Teilnahme am Mentoring-Programm begeistern, bringen betriebsintern weibliche Karrieren auf direkte Weise voran.

Weiter auf Seite 11



* Claudia Hiestand ist Leiterin des Schwyzer Mentoring-Programms und als solche für die administrativen und organisatorischen Belange verantwortlich. Die freischaffende Journalistin betreibt ein eigenes Büro für Text, Lektorat und Korrektorat.



Junge Frauen sollen nicht mehr zwischen Familie und Karriere wählen müssen, beides soll möglich sein, findet Susanne Thellung, CEO der Schwyzer Kantonalbank und Initiantin des Mentoring-Programms.



Mentees und Mentor:innen sowie Gäste aus Politik und Wirtschaft vernetzen sich beim Apéro untereinander.



VICTORINOX



CLASSIC BRILLIANT FREUDE AM SCHENKEN

Exklusive Ästhetik trifft makellose Funktionalität: Die Classic Brilliant Kollektion zieht mit ihren Schalen aus feinsten Materialien und einem abnehmbaren Cross & Shield-Anhänger die Blicke auf sich. Eine glänzende Geschenkidee.

FROM THE MAKERS OF THE ORIGINAL SWISS ARMY KNIFE™
ESTABLISHED 1884



An der Auftaktveranstaltung zum Schwyzer Mentoring-Programm Ende Oktober in der PH Schwyz in Goldau trafen Mentees und Mentor:innen erstmals aufeinander.

Fortsetzung von Seite 9

Ausserdem können H+I-Mitglieder das Mentoring-Programm gezielt für die Akquise weiblicher Talente nutzen: Mit mehr als 40 teilnehmenden Mentees verfügen die Programmverantwortlichen über einen stattlichen Pool an qualifizierten und ambitionierten jungen Frauen, die sie bei Bedarf an interessierte Unternehmen vermitteln.

Neue Einsichten gezielt nutzen

Lüönd sieht im Schwyzer Mentoring-Programm auch gesamtgesellschaftliche Vorteile: «Wenn dadurch künftig noch mehr weibliche Talente im Arbeitnehmendenpool bleiben und an die richtigen Positionen gelangen, profitiert davon nicht nur die Schwyzer Wirtschaft, sondern wir alle.» Ihrer Ansicht nach verhilft das Programm Firmen ausserdem zu wertvollen Einsichten. Sie erfahren, mit welchen Herausforderungen sich junge Frauen heute im Berufsleben konfrontiert sehen und was ihre Erwartungen und Wünsche sind. Unternehmen können so Veränderungen in die Wege leiten, um Frauen gezielter anzusprechen. Mehr Infos unter www.schwyz-mentoring.ch



Beim Speed Dating kamen Mentees und Mentor:innen rasch und ungezwungen miteinander ins Gespräch. Photo Credits: Meier & Kamer

Einsichten gewinnen und Empowerment erfahren

Das Schwyzer Mentoring-Programm begann Ende Oktober 2022 und dauert 18 Monate. Es wird durch eine Reflexionsveranstaltung sowie drei virtuelle Input-Sessions zu den Themen Karriereplanung, Auftrittskompetenz und Lohnverhandlungen ergänzt und endet im April 2024.

Dank des Mentorings gewinnen die Mentees wertvolle Einsichten, erfahren persönliches Empowerment und lernen die eigenen Ressourcen und Fähigkeiten kennen und weiterentwickeln. Gleichzeitig werden sie auf den Nutzen von Netzwerkpflege aufmerksam gemacht sowie für Themen wie berufliche Vorsorge oder Vereinbarkeit von Beruf und Familie sensibilisiert.

Jedes der 44 Mentoring-Tandems definiert die Verantwortlichkeiten, Erwartungen, den Umfang, die Schwerpunkte und die Entwicklungsziele des Mentorings individuell.

Die Gesprächsthemen orientieren sich an den persönlichen Zielen und Bedürfnissen der Mentees sowie an den Erfahrungen und Kompetenzen der Mentor:innen. Jedes Tandem bestimmt selbst, wie regelmässig und in welcher Form es sich trifft und legt bei Bedarf Regeln für das Mentoring fest. (cla)

Mehr Frauen – mehr Erfolg für Unternehmen

Gemäss einer Erhebung der Zürcher Wirtschaftsauskunftei CRIF AG von Februar 2021 liegt der Anteil weiblicher Führungspersonen im Kanton Schwyz bei 28,2 Prozent. Das erklärte Ziel des Programms ist es angesichts dessen, mehr Frauen in die Chefetagen der Schwyzer Wirtschaft zu bringen. Studien und Untersuchungen belegen, dass Unternehmen mit einem höheren Frauenanteil in Führungspositionen wirtschaftlich erfolgreicher und als Arbeitgeber attraktiver sind. Frauen bereichern mit ihrer Perspektive und ihrem Stil zudem die Firmenkultur und haben einen positiven Einfluss auf die Motivation der Mitarbeitenden sowie die Zufriedenheit der Kundschaft. Ausserdem tragen Frauen zu einem attraktiven Firmenimage bei. (cla)

Sie haben das Patronat über das Programm

- H+I – Der Schwyzer Wirtschaftsverband
- Schwyzer Kantonalbank
- Spital Schwyz
- Frauennetz Kanton Schwyz
- KMU Frauen Schwyz
- Schwyz Next
- Pädagogische Hochschule Schwyz
- Gleichstellungskommission Kanton Schwyz



SCHWYZER MENTORING



Priska Märchy-Kamer ist Leiterin Support bei der Reismühle Nutrex in Brunnen, Foto © Steinegger

«Genauso wichtig sind Herzblut und Einsatzwille»

Gespräch mit Priska Märchy-Kamer, Leiterin Support bei der Reismühle Nutrex in Brunnen, über Frauenförderung, Wiedereinsteigerinnen und die Vereinbarkeit von Beruf und Familie, den Fachkräftemangel, Personen 50+ sowie die Schwierigkeit, geeignete Mitarbeitende zu rekrutieren.

Franz Steinegger: Hat Ihre Unternehmung Mühe, geeignete Mitarbeitende zu finden?

Priska Märchy-Kamer: Im Lebensmittelbereich wird es zunehmend schwieriger, Fachkräfte zu finden. Insbesondere in der Qualitätssicherung, welche bei uns höchste Priorität hat. Wir sind marktführend in Bio und Fairtrade. In Reisanbauprojekten in Indien und Thailand erhalten Bauern Prämien für Qualitätsprodukte.

Machen Sie bei der Reismühle Nutrex gezielt Frauenförderung?

Unser Mutterkonzern Coop hat ein Programm zur Frauenförderung. Wir unterscheiden in den Einstellungsgesprächen aber nicht zwischen Frauen und Männern, sondern stellen jene Personen ein, die sich am besten für die ausgeschriebene Stelle eignen. Tendenziell geben wir aber den Frauen den Vorzug, wenn ein Bewerber oder eine Bewerberin die gleichen Voraussetzungen mitbringen. Die Ansprüche müssen sich jedoch mit unseren Anforderungen decken. Wenn wir eine 100-Prozent-Stelle ausschreiben, muss die Person diesen Anspruch auch abdecken.

Die Reismühle Nutrex ist ein Industriebetrieb, bietet also eher männerlastige Arbeitsplätze an. Was für Möglichkeiten bieten sich für Frauen?

In heutiger Zeit spricht man nicht mehr von männerlastiger Arbeit. Die Frauen können alles machen, was die Männer können. Wenn es passt, kann bei uns eine Frau problemlos einsteigen.

Gibt es nicht doch Unterschiede bei den weiblichen und männlichen Fähigkeiten?

Das kann ich von unserem Betrieb aus gesehen so nicht beantworten. Wir sind so aufgestellt, dass sämtliche Arbeit für beide Geschlechter geeignet ist.

Sind die Chancen für Wiedereinsteigerinnen mit dem zunehmenden Fachkräftemangel gestiegen?

Uns ist es ein Anliegen, ehemalige Mitarbeiterinnen wieder für uns zu gewinnen. Auch solche, die «von aussen» kommen und sich bei uns bewerben, sind willkommen. Die Familienplanung muss sich aber mit der ausgeschriebenen Stelle und den Arbeitszeiten vereinbaren können. Das ist für Frauen oft eine Herausforderung. Aber wir sind offen für Wiedereinsteigerinnen.

Was für Voraussetzungen müssen diese mitbringen?

Das kommt ganz auf den Aufgabenbereich an. Sie müssen Vorkenntnisse haben für jene Aufgaben, für die sie eingesetzt werden.



Doch genauso wichtig sind der Einsatzwille und Herzblut für den Betrieb. Es braucht die Neugier, Neues zu erlernen. Wir sind ein dynamischer Betrieb.

Gibt es spezielle Förderprogramme, um Wiedereinsteigerinnen an die neuen Bedürfnisse heranzuführen?

Unser Betrieb in Brunnen ist zu klein für solche Förderprogramme. Aber natürlich begleiten wir Wiedereinsteigerinnen individuell und rufen ihre Vorkenntnisse ab. Wir lassen sie sicher nicht hängen, sondern suchen nach Möglichkeiten, damit sie Fuss fassen können. Coop intern kann man Kurse buchen, nicht explizit für Wiedereinsteigerinnen, aber beispielsweise für Weiterbildung.

Was raten Sie Frauen, wenn sie eine Familienpause machen?

Das ist situationsbedingt sehr unterschiedlich. Die Familie hat einen Plan, wir als Unternehmen haben einen. Als kleines Team ist das eine Herausforderung. Wenn jemand fehlt, brauchen wir Ersatz. Dann muss jemand anders einspringen können. Unsere Produktion ist auf Zweischichtbetrieb ausgerichtet. Flexibilität ist angesagt. Dies muss abgestimmt werden mit der Familienplanung.

Jobsharing: Können Mann und Frau, Lebenspartner, sich ein 100-Prozent-Pensum teilen?

Das ist bei uns aktuell kein Thema, weil wir keine solche Konstellation haben. Aber wenn das vereinbar ist mit unserem Jobprofil, haben wir nichts dagegen.

Kinderbetreuung, Krippen: Gibt es sowas in Brunnen und zahlt das Unternehmen Beiträge an solche Institutionen?

Bei Coop gibt es das Programm «child care», bei dem Mitarbeitende mit tiefem Einkommen finanzielle Unterstützung beantragen können. Profitieren davon können alle Divisionen, also auch die Reismühle Nutrex. In Brunnen gibt es ein Angebot für Kinderbetreuung. Aber wir haben momentan keine solchen Fälle.

Bieten Sie flexible Arbeitszeiten an, von denen Frauen profitieren können?

In der Administration haben wir Blockzeiten. In der Produktion ist es schwierig, mit Arbeitszeiten zu jonglieren, da die Prozesse abteilungsübergreifend abgestimmt werden müssen.

Haben auch Personen 50+ eine Chance, bei Ihnen einen Job zu finden?

Wir fischen zwar nicht speziell in diesem Teich. Wir haben etliche Mitarbeitende, die älter als 50 sind und auch solche rekrutiert. Der Vorteil ist, dass sie Erfahrung mitbringen und treue Mitarbeitende sind. Für unsere Geschäftsleiter ist jedoch vor allem wichtig, dass sie sich mit Herzblut für unseren Betrieb engagieren.

Ist die Weiterbeschäftigung nach der Pensionierung möglich?

Es ist möglich, über das Pensionsalter hinaus bei Bedarf in Teilzeitpensum weiter zu arbeiten. Vollzeit war bei uns noch nie ein Thema. Wenn dies nachgefragt würde, müssten wir das in Basel (dem Sitz von Coop) abklären lassen.

Was hat sich verändert in den letzten 20 Jahren?

Wir merken, dass die Mitarbeitenden mehr nach Betreuung durch Vorgesetzte nachfragen, weil die Arbeitsabläufe strukturierter geworden sind und die gegenseitigen Ansprüche zugenommen haben. Einerseits ist da die gestiegene Bedeutung des Privatlebens, andererseits die gestiegenen Ansprüche des Arbeitgebers. Das gibt Reibungspunkte. Es braucht eine gute Absprache, wenn jemand spezielle Ferienwünsche hat oder zum Beispiel für zwei Monate nach unbezahlten Ferien nachfragt. Hinzu kommt seit Corona der Anteil Homeoffice. Vor 20 Jahren gab es noch mehr traditionelle Arbeitszeiten.

Reismühle Nutrex

Industriestrasse 1, 6440 Brunnen SZ, Telefon: 041 825 30 00
www.reismuehle-nutrex.ch

Zur Geschichte:

Die Reismühle Nutrex ist eine Division des Detailhändlers Coop und der grösste Hersteller von Reis und Essig der Schweiz. Mit 48-50 Mitarbeitenden produziert das Unternehmen am Sitz der ehemaligen Reismühle im Industriegebiet von Brunnen jährlich 13 000 Tonnen Reis und um die 10 Millionen Liter Essig. Mehr als die Hälfte des Reises und 30 Prozent des Essigs stammen aus nachhaltigem Anbau. Das Angebot umfasst über 70 Reis- und 55 Essigsorten aus der ganzen Welt für den Detailhandel, Grosshandel, die Gastronomie und Industriekunden. Bei der Belegschaft beträgt der Frauenanteil 26 Prozent, im Kader sind drei Männer und eine Frau.

Die Reismühle in Brunnen mit seinem hohen, markanten Gebäude wurde 1956 gegründet. 2007 wurde sie vom Detailhandelsunternehmen Coop übernommen und als Reismühle weiterbetrieben. Die Tochtergesellschaft Nutrex hatte damit zwei Standorte: Die Essigproduktion in Busswil bei Biel und die Reisveredelung in Brunnen. Vor fünf Jahren hat Coop entschieden, die Essig- und die Reisproduktion in Brunnen zusammenzulegen, weil es in Brunnen noch Landreserven für den benötigten Ausbau gab. Die gemeinsame Administration wurde vor zwei Jahren nach Brunnen verlegt, die Essigproduktion auf Anfang 2022.

Betriebsleiter ist Gerhard Marty. Die Nutrex beschäftigt rund 50 Angestellte in den Berufsfeldern KV, Lebensmitteltechnologie und -praktikerin, Logistik, Betriebsökonomien bis hin zu einer Müllerin. Derzeit sind auch zwei Lernende beschäftigt.



Am Standort in Brunnen hat der Detailhändler Coop die grösste Reis- und die Essigproduktion der Schweiz zusammengelegt, Foto © Steinegger



Prisca Bezzola
CEO Porsche
Zentrum Oberer
Zürichsee

Traditionsreich, smart und solide

Bott, Bernhard Axel

Porsche gilt als traditionsreiche und innovative Marke mit dem Image der Zuverlässigkeit und «schwäbischem Fleiss». Vielleicht ist gerade deshalb das Porsche Zentrum Oberer Zürichsee hier im Kanton am richtigen Platz? Prisca Bezzola ist Geschäftsführerin und beantwortet der AUSLESE, dass es ihr nicht nur um Autos geht.

AUSLESE: Frau Bezzola, das Porsche Service Zentrum Oberer Zürichsee öffnete als Beratungs-, Verkaufs- und Servicecenter im Jahr 2016 in Feusisberg seine Tore. Was war die Idee, im First ein Porsche Zentrum zu etablieren? Wie kamen Sie zur Position als CEO und wer ist Besitzerin des Zentrums?

P.B: Das Porsche Zentrum Oberer Zürichsee startete am 9. August 2016. Wir beschäftigten damals 12 Mitarbeitende. Heute rund 6 Jahre später beschäftigen wir 42 Personen. Das Zentrum wurde gebaut, nachdem Marktanalysen gezeigt hatten, welches Potential die Region rund um den oberen Zürichsee hat. Porsche wollte mit uns, dem 14-ten Zentrum in der Schweiz, die Kundennähe neu definieren, was sehr gut gelungen ist. Seit dem 1.8.2022 gehören wir zur Porsche Holding in Salzburg und diese ist seit 2011 eine Tochter des Volkswagenkonzerns. Alle Zentren in der Schweiz agieren als selbstständige Unternehmungen – unser Vorteil ist, dass sich uns zum Beispiel im Gebrauchtwagenbereich unter dem Dach der Porsche Holding Salzburg neue Bezugsquellen eröffnen, dank der Internationalisierung.

Sie repräsentieren und leben das Führungsmodell «Frauenpower», ein Vorbild für weitere Schwyzer Unternehmen? Was ist Ihre Botschaft?

Es gibt im Kanton Schwyz diverse Firmen, welche von Frauen geführt werden. Ich denke es wird immer selbstverständlicher,

dass Frauen in Führungspositionen Firmen repräsentieren. Einerseits sind viele Frauen sehr gut ausgebildet und das Familienmodell befindet sich seit Jahren im Wandel. Ich kann jeder Unternehmung empfehlen mit gemischten Teams zu arbeiten, so können Bedürfnisse zeitgerecht abgeholt werden.

Meine Botschaft ist immer nach vorne zu blicken, Trends zu erkennen und zu analysieren und wo sinnvoll, so gut wie möglich zu implementieren. Das heisst zum Beispiel, dass wir in einigen Bereichen aktiv Homeoffice «leben», sodass wir als Arbeitgeber attraktiv sind. Und dies, obwohl wir ein ausgeprägtes Retail-, also Kundenkontakt-Geschäftsmodell haben.

Die Marke Porsche hat eine traditionsreiche und lebendige Geschichte. Sie entstand im deutschen Bundesland Baden-Württemberg in Deutschland, das für Pioniergeist, Fleiss und gesundem Ehrgeiz steht.

Warum passen diese Eigenschaften und diese Marke auch in den Kanton Schwyz?

[Lacht] ... Das passt wahrscheinlich auf einen Grossteil der Schweizer Bevölkerung. Der Fleiss, der Pioniergeist und auch ein gesunder Ehrgeiz gehört, so glaub ich, zur Grund-DNA des Schweizlers.

Die Marke Porsche fesselt, sei dies nun von der Technologie, vom Rennsport oder einfach vom Fahrvergnügen her. Wir haben im Kanton Schwyz ganz viele schöne Fahrstrecken, die schlichtweg Spass machen, wenn man sie mit einem Porsche fahren kann – ohne dabei die Verkehrsvorschriften zu verletzen, wenn Sie verstehen, was ich meine. Der Porsche Kunde ist zudem sehr loyal und treu, ich glaube auch dies ist eine Eigenschaft, welche der Schweizer oder Schwyzer in sich hat – somit sind wir eine gute Ergänzung in unserem schönen Kanton.

Mit Porsche bieten Sie nicht nur Leistung, Qualität und Fahrerlebnis, Sie pflegen die Marke und engagieren sich darüber hinaus sehr stark in Events, sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit. Weshalb ist Ihnen das wichtig? Ist das Zentrum ein multipler Veranstalter nur für Kunden- oder auch für eine breitere Öffentlichkeit?

Das liegt in meinem Grundverständnis für das Unternehmertum. Wir sind ein zuverlässiger Arbeitgeber, der Repräsentant einer großartigen Marke und wir leben, obwohl eingebettet in einem Konzern, unternehmerkonform. Die Kundenpflege ist uns wichtig. Wir haben Kunden mit den verschiedensten Interessen, deshalb liegt uns viel daran unsere Kunden möglichst breitgefächert abzuholen. Das gibt einen vielfältigen Mix an Veranstaltungen, die wir organisieren.

Im sozialen und ökologischen Bereich wollen wir etwas zurückgeben, wie zum Beispiel die Aktion «take a wish and make someone happy» oder wir bieten mit unserem Totholzgarten einen Lebensraum, der die Grundlage für Lebewesen ist, die durch die Industrialisierung entweder fast verschwunden oder davon bedroht sind. Wichtig dabei scheint mir, das Verständnis der Mitarbeiter zu schüren, denn so ein artenreicher Lebensraum für bedrohte Tierarten ist in erster Linie nicht schön, sondern sinnvoll für die «Zielgruppe», bei uns zum Beispiel Eidechsen, Igel, Mäuse oder Salamander.

Betreffend der zweiten Frage, ja unser Zentrum ist ein multipler Veranstalter, sei dies nun für Kundenanlässe oder auch für Firmen, welche einen Anlass in einem anderen Rahmen/ Umfeld planen.



Porsche Showroom im Zentrum First Oberer Zürichsee

Lässt sich Ihre Geschäftsstrategie mit aktiver Partnerschaft in und ausserhalb der Region erklären? Oder ist es (auch) eine bewusste Weitergabe der Begeisterung, einen Porsche zu fahren?

Es ist Beides. Ein Porsche zu fahren, weckt bei allen Emotionen, die Freude am Fahren haben. Er ist ein treuer Begleiter und was ich schätze, ist, dass ich mit einem Porsche 911 den ganzen Tag auf der Rennstrecke verbringen kann und am Abend mit demselben Auto ins Restaurant zum Essen fahre. Er ist in allen Belangen zuverlässig und genau das hebt ihn von den Marktbegleitern ab.

Dass jeder Kunde eine Partnerschaft möchte, ist ein normales Verhalten. Wer wechselt seinen Garagisten des Vertrauens, wenn er zufrieden ist? Niemand, das ist wie mit dem Zahnarzt oder dem Coiffeur. Wir gehen mit jedem Kunden eine Beziehung ein, und wie es in Beziehungen so ist, ab und zu muss oder darf man dann halt etwas wieder ins «Lot» oder «rechte» Licht rücken. Das, was ich Ihnen versichern kann, ist, dass alle unsere Mitarbeitenden täglich die Arbeit mit dem Ziel beginnen, die Kunden/ Interessenten/ Freunde des Hauses bestmöglich zu bedienen. Und wie es halt im täglichen Leben ist, manchmal gelingt es und manchmal muss ein bisschen nachgeholfen werden.

Porsche hat zeitgemäss mit agilem Wandel in den Antriebstechnologien reagiert (Benzin, Diesel, Hybrid, Elektro). In welche Richtung könnte die gegenwärtige Energiekrise das Antriebskonzept beeinflussen? Denn Fahrzeuge in allen Antriebsklassen werden immer umweltfreundlicher?

Viele wissen gar nicht, dass Ferdinand Porsche mit dem sogenannten Semper Vivus den ersten serienmässigen Hybrid-Antrieb überhaupt konstruiert hat – und das war schon im Jahr 1900. Und dann ist da natürlich der Motorsport, eine Paradedisziplin von Porsche. Im Motorsport geht fast es immer darum, mit möglichst wenig Treibstoff möglichst schnell möglichst weit zu kommen, also möglichst effizient zu sein. Schliesslich kostet jeder Boxenstopp wertvolle Zeit. Was man hier lernt, lässt sich in die Serien übertragen.

Ob die aktuelle Lage die Antriebskonzepte bei Porsche beeinflusst, kann ich Ihnen nicht sagen. Die Richtung ist aber klar: Porsche hat die Absicht ausgegeben, noch deutlich elektrischer zu werden.»

Ein wesentliches Angebot ist Ihr Ausbildungsprogramm für Lernende/r Automobil-Mechatroniker RFZ (m/w) und eine passende Schnupperlehre. Integrieren sich Lernende gerne und leicht in Ihre Rahmenbedingungen oder muss sich Ihre Ausbildung merklich auf ein Niveau der Lernenden einstellen (Generation «Z»)? Welche Eigenschaften wünschen Sie sich von den Lernenden, um das Beste aus ihrer Berufswahl zu machen?

Spannende Frage. Als Mutter von erwachsenen Zwillingen kenne ich die Nöte der Lernenden und auch der Eltern, lassen Sie mich dies bitte wie folgt beantworten. Wir bieten gerne und auch erfolgreich Schnupperlehren an. Alle jungen Menschen, die wir bisher kennengelernt haben, integrierten sich hervorragend in den Ausbildungsweg, auch wenn die Anforderungen ab und zu nicht leicht waren. Das Niveau der Ausbildung muss auf das Niveau der Technik gebracht werden, das ist enorm wichtig, und daran arbeitet der AGVS (Automobil Gewerbe Verband der Schweiz) wie auch die Berufsschulen. Was wir uns immer wünschen, ist Interesse und einen gesunden Menschenverstand. Ebenfalls schätzen wir die Unterstützung der Erziehungsberechtigten und danach ist es eigentlich egal, ob und welche Generation Sie als Lehrling einstellen.



PORSCHE

Porsche Zentrum Oberer Zürichsee P911 AG
Firststrasse 33, 8835 Feusisberg
info@porsche-ozs.ch, www.porsche-ozs.ch



Ein persönliches Gespräch und ein Blick ins Bewerbungsossier vermittelten am Lehrstellenmarkt schon 2022 einen ersten Eindruck.
© Foto AfB

Ausstellen, ansprechen, anstellen – so geht Lehrstellenmarkt

Angela Zimmermann

Am Mittwoch, 8. Februar 2023 fand von 14.00 Uhr bis 15.30 Uhr in der Mehrzweckhalle Rothenthurm der Lehrstellenmarkt statt. Lehrbetriebe aus dem Kanton Schwyz, welche für den Sommer 2023 noch eine offene Lehrstelle haben, präsentierten dort ihre Firma und ihre Ausbildungsberufe an einer Art Tischmesse.

Der Lehrstellenmarkt bietet seit mehr als 10 Jahren den Lehrbetrieben eine unkonventionelle Gelegenheit, den Lehrbetrieb und die Lehrberufe vorzustellen. Mit etwas Phantasie und wenig Geld kann ein Ausstellungstisch mit Bildern, Unterlagen und typischen Utensilien der beruflichen Grundbildung gestaltet werden. Ein bis zwei Personen aus dem Lehrbetrieb, vorzugsweise Berufsbildner oder die Person, die für die Lernendenauswahl zuständig ist, stehen als Gesprächspartner bereit. Einzelne Lehrbetriebe bringen ihre Lernenden mit, in der Hoffnung, dass sie einen rascheren Zugang zu den anwesenden Jugendlichen finden.

Interesse für unbekanntere Berufe wecken

Interessierte Schulabgängerinnen und Schulabgänger informieren sich vor Ort und können auch neue, kleine oder weniger bekannte Berufe kennen lernen. Informationen aus erster Hand und ein spontanes gegenseitiges Kennenlernen sind das Besondere an diesem aussergewöhnlichen Anlass, der vom Amt für Berufsbildung und dem Amt für Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung organisiert wird.

Persönliche Gespräche mit Fachleuten

Die Besucherinnen und Besucher des Lehrstellenmarktes haben meist ihr Bewerbungsossier mit dabei und nutzen die Gelegenheit, sich gleich persönlich vorzustellen. Wer in der Berufswahl noch genügend flexibel ist, kann sich verschiedene Berufsbilder ansehen, vergleichen und bei den anwesenden Fachleuten Fragen stellen. Die Ausstellenden sind auch gefordert, scheue, eher unschlüssigen Kandidatinnen und Kandidaten anzusprechen und in einem Gespräch abzutasten, ob sie mögliche Kandidaten für ihren Lehrbetrieb wären. Die Erfahrungen der letzten Jahre zeigten, dass vor Ort bereits Termine für Schnupperlehren vereinbart wurden.

Weitere Details über den Lehrstellenmarkt und die Liste der anwesenden Lehrbetriebe finden Sie auf der Homepage vom Amt für Berufsbildung Kanton Schwyz unter «Aktuelles»: www.sz.ch/berufsbildung. Teilnehmen können nur Lehrbetriebe, welche eine Bildungsbewilligung besitzen.

Bildungsdepartement

Amt für Berufsbildung
Kollegiumstrasse 28
Postfach 2193
6431 Schwyz
Telefon: 041 819 19 32
afb@sz.ch



© can stock photo / dotschock

Relaxen als menschliches Bedürfnis oder ein ideologisches Muss in einer Wokeness-Kultur?

Ist Ihr Unternehmen «woke» oder in Work-Life-Balance?

Bott, Bernhard Axel

Im Gabler «Wirtschaftslexikon – Das Wissen der Experten» wird „Wokeness“, als «erwacht sein» definiert. Im Weiteren benennt Wikipedia «Work-Life-Balance» einen Zustand, in dem Arbeits- und Privatleben ausgeglichen sein sollten. Wie hat das Eine mit dem Anderen zu tun? Nachfolgend werden beide Begriffe in ihrer Unternehmenspraxis untersucht.

Wokeness

Wokeness sei die Haltung und Bewegung der Wachheit und Wachsamkeit. Man verfolge aufmerksam das Geschehen in der Welt und wolle Antisemitismus, Rassismus, Sexismus, Gewalt, Umweltzerstörung, Massentierhaltung und andere Übel daraus entfernen, indem man seine Stimme erhebt, in den Massenmedien und in den sozialen Medien, auf der Strasse und auf den Plätzen, in Schulen, Hochschulen und Unternehmen. Im Englischen bedeute „to be woke“, „wachsam zu sein“ gegenüber Ungerechtigkeiten aller Art; „woke“ sei die erste Vergangenheitsform von „to wake“, „aufwachen“. Im Deutschen wird „woke“ als Adjektiv („Ich bin woke.“) oder Substantiv (im Sinne der Woke-Bewegung oder -Kultur) verwendet.

In Verbindung stehe die Wokeness mit der Cancel Culture, dem behaupteten verbreiteten Phänomen, dass missliebigen, mehr oder weniger bekannten Personen (etwa aus Wissenschaft, Kunst und Politik) die Unterstützung entzogen oder der Kampf angesagt wird, mit dem Ziel, ihre Reputation zu beschädigen, ihre Berufsausübung zu verhindern oder ihre Präsenz in den Medien bzw. sozialen Medien zu vermindern. Die Cancel Culture wiederum sei nach Meinung ihrer Kritiker eine Fortführung der Political Correctness, der strikten und peniblen Einhaltung und Einforderung von gesellschaftlichen und sprachlichen Normen, vor allem in Bezug auf angeblich oder tatsächlich benach-

teiligte Gruppen. Eine Rolle spielt nicht zuletzt die Identitätspolitik, mit deren Hilfe sich Diskriminierte, etwa Homosexuelle oder People of Color (PoC), wehren und befreien.

Work-Life-Balance

Wikipedia definiert der Begriff Work-Life-Balance für einen Zustand, in dem Arbeits- und Privatleben miteinander in Verbindung und im Ausgleich stehen. Die Begriffsbildung Work-Life-Balance stammt aus dem Englischen: Arbeit (work), Leben (life), Gleichgewicht (balance).

Für die Personalpolitik von Unternehmen und Organisationen könne eine Ausrichtung auf Work-Life-Balance und «Diversity» einen Wettbewerbsvorteil auf dem Arbeitsmarkt darstellen. So würde die Ermöglichung einer Work-Life-Balance und die Positionierung als familienfreundliche Organisation Vorteile in Bezug auf Anwerbung und Motivation der Mitarbeiter darstellen und diene zudem der Verringerung der Mitarbeiterfluktuation.

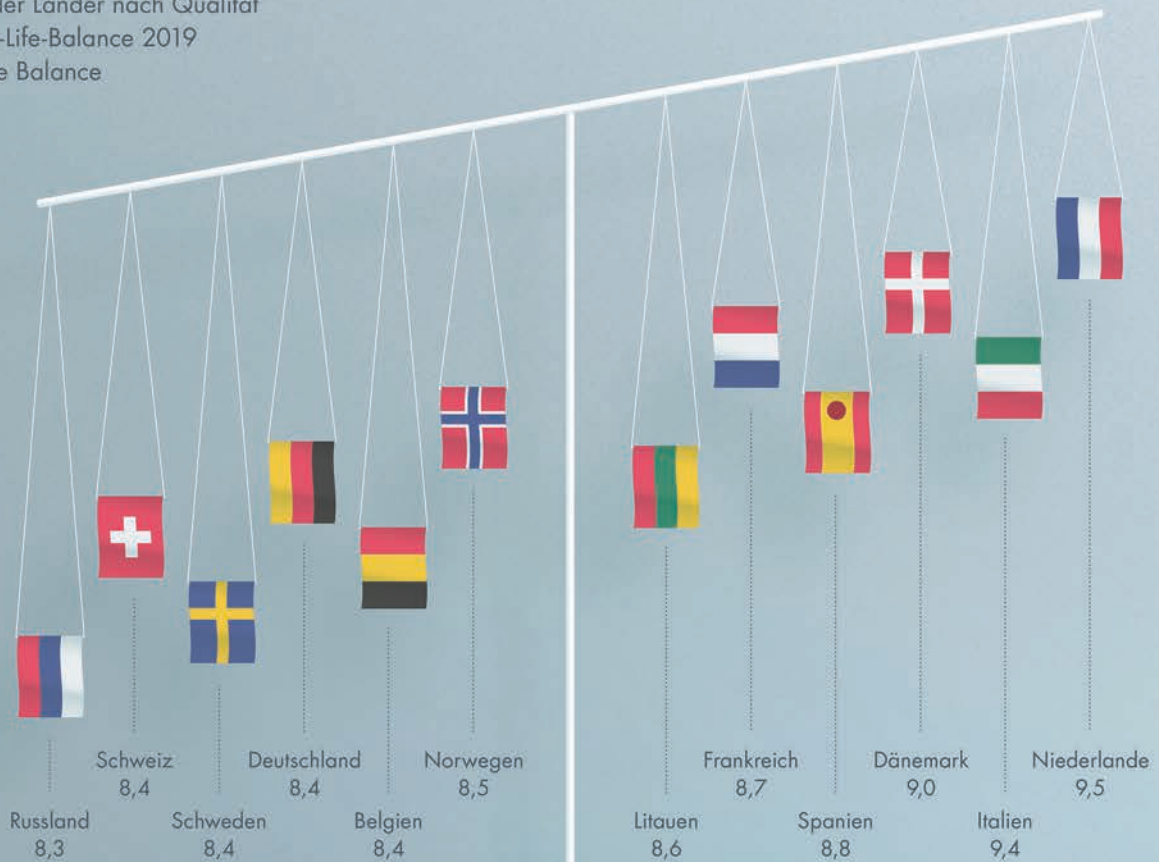
So vermeide ein Angebot flexibler Arbeitsmodelle, wie die «vollzeitnahe Teilzeit» an alle Beschäftigten gleichermaßen, und nicht nur an Eltern kleiner Kinder, eine Neiddebatte im Unternehmen.

In der Unternehmenspraxis

Widersprechen oder ergänzen sich nun beide Bewegungen? Das Magazin FOKUS der Schwyzer Kantonalbank porträtierte in seiner Ausgabe 20, November 2021, drei Unternehmen unter dem Motto: Balance zwischen Arbeit und Freizeit. Untersucht wurden die AUTO AG Schwyz, das Seminar- und Wellnesshotel Stoss und die Kaufmann AG, Goldau.

WORK-LIFE-BALANCE IM INTERNATIONALEN VERGLEICH

Ranking der Länder nach Qualität
der Work-Life-Balance 2019
10 = Beste Balance



Basierend auf Faktoren wie Arbeitszeit, Freizeit und Zeit für sich selbst oder Beschäftigungsrate von Müttern in den 35 OECD-Ländern, sowie Russland, Brasilien und Südafrika, Quelle: OECD

© Grafik, Schweizer Kantonalbank, Magazin FOKUS



Bei der **AUTO AG Schwyz**, wird die herausfordernde Arbeitszeit (Überstunden- und Wochenenddienste der Fahrer und des Supports) durch eine ausgeklügelte Einsatzplanung abgefedert. Diese Einsatzplanung hat schweizweit Vorbildcharakter, da Anfang des Jahres wirklich die Planung für das ganze Jahr steht. Dies erlaubt den Mitarbeitern* eine vorausschauende Freizeitplanung.

Was ist üblich?

Dementsprechend muss gleichzeitig eine strikte Verfügbarkeitsplanung von Mitarbeitern und ausreichend gut gewarteten Bussen die Leistungszeiten im Unternehmen sicherstellen, um Stress durch mangelnde Verfügbarkeit von Zeit oder Mobilität zu vermeiden. Stress durch Kunden im Fahrbetrieb würde durch Deeskalations-Schulung der Chauffeure begegnet. Verkehrsunfälle werden professionell und rational behandelt.

Im **Seminarhotel auf dem Stoos** kennt man ebenfalls unregelmässige Arbeitszeiten. Einsätze am Abend, am Wochenende oder bei grösseren Anlässen. Am meisten betrifft es die Küche. *(Anm. Redaktion: Wenn der Dienst beendet ist, sind «draussen» auch meist schon alle Freizeiteinrichtungen geschlossen. Oder wenn wirtschaftliche Engpässe durch ausbleibende Gäste entstehen, ist die Hotelleitung unter Stress. Es nützt ihr dann nichts, einfach länger im Bett liegen zu bleiben. (Habeck'sche Definition der Firmenpleite, einfach solange warten, bis die Gefahr vorbei ist). Fehlende Fachkräfte führen zu einem Teufelskreis in sich, keiner will mehr im belastenden Beruf arbeiten und wechselt existenzbedingt den Arbeitgeber oder die Branche. Die Lösung ist ebenfalls eine vorausschauende Einsatzplanung oder besondere Vergütungen und Vorteile als Ausgleich.*

Die Norm ist der psychisch-, physische Ausgleich

Im Fall des Unternehmens **Kaufmann**, Goldau sei der Druck auf die Mitarbeiter einsatzbedingt zu sehen. Kaufmann ist im Metallbau und in der Verkehrstechnik tätig. Man müsse unterscheiden, zwischen denen die im Hause arbeiten und den Montagetrupps, die höher arbeitszeit- und umgebungsbeeinflusst oder in Nacharbeit unter Strom stünden. Die Mitarbeiter müssen teilweise zeitlich flexibel sein. Dafür können sie auf Kulanz setzen, wenn auch mal früher Feierabend gemacht werden will oder ein freier Tag benötigt wird. Zudem tragen regelmässige Mitarbeiteranlässe zu einem guten Klima bei. Die Firma lebt einen familiären Führungsstil, was die gute Atmosphäre zusätzlich unterstützt.

Was ist sonst noch entlastend?

Im Weiteren werden in vielen Branchen Modelle des Homeoffices genutzt, des ortsunabhängig vernetzten Arbeitens, um beide Seiten, Mitarbeiter und Arbeitgeber im produktiven Soll zu halten. Einen branchenbedingten unattraktiven Arbeitsplatz gäbe es eigentlich nicht, weil jeder Job seine eigenen Vorteile und persönlichen Herausforderungen böte.

Das bedeutet, Work-Life-Balance ist eine kalkulierbare Vereinbarung und fordert beide Seiten, sich situationsbedingt in seinen Bedürfnissen und Zielen zu definieren. Dann könne man verhandeln und ausgewogene (balancierte) Ergebnisse erzielen.

Schafft Wokeness ebenfalls Entspannung?

Anders sieht es bei der Wokeness aus. Dort wird offensichtlich Ideologie ins Arbeitsumfeld und sogar bis in die Leitkultur der Unternehmen getragen. Was das dem Unternehmen oder seinen Mitarbeitern bringt oder ihnen aufbürdet, sei dahingestellt, weil sich Wokeness-Themen launisch und unvorbereitet ändern. Da zeigt sich Wokeness eher als kontraproduktiv, weil sie keine langfristige Planung und am wenigsten eine Flexibilität gegenüber dem Markt ermöglicht. Zudem sind woke Themen stark politischen Strömungen unterworfen, die nicht auf Gemeinde-, Bezirks-, Kantons-, oder Bundespolitik aufbauen, sondern auf weltweiten Parolen. Wer diese Parolen ausgibt und davon wirtschaftlich profitiert, sei hier im Raum stehen gelassen. Wer es weiss, weiss es.

Ist eine Frauenquote woke oder en vogue?

Ist es woke, in Unternehmen die Frauenquote zu erhöhen? Nein, wenn es nur um des Wokeness-Wohlfühl-Willens sein soll. Die Frauenfrage ist sicher aus gesellschaftlicher Reife heraus zu stellen, beiden Geschlechtern einen fairen, fähigkeits- und artgerechten Arbeitsplatz zu bieten. Denn Leistung, egal ob von Mann oder Frau erbracht, soll beiden nützen, den Mitarbeitern im Lohn und der Erfahrungserweiterung (Anerkennung, Sinnhaftigkeit, Position, Karriere und Zufriedenheit) und dem Unternehmen in der Produktivität. Denn, fehlt diese, dann kann das Unternehmen «zumachen». Damit ist nichts erreicht, am wenigsten für diejenigen, die unbedingt «woke» sein wollen.

Bewusstsein für die Eigenverantwortung

Eine Work-life-Balance als woke zu behandeln ist sicher falsch. Denn, wer aufrichtig arbeitet, hat auch Anspruch auf eine physisch und psychische Entlastung und Regeneration. Woke wäre sie erst, wenn sie nur aufgrund eines fragwürdigen Ratings entstünde, wer das wokste Unternehmen im Kanton wäre. Der Generation «Z» und «Z» muss sehr wohl klar sein, dass Begriffe auch woke im positiven Sinne erkannt werden («erwacht sein» im Rahmen der Eigenverantwortung). Selbstverständlich tragen auch die Erziehungsberechtigten und Führungskräfte im Unternehmen dazu bei, die Unterschiede ihren Schutzbefohlenen klar zu machen. Wenn nicht, müssten sie sich den Vorwurf gefallen lassen, sich mitschuldig zu machen und somit Teil des Problems zu sein. Denn sich 'woke' aus der Leistungsverantwortung schleichen gilt dann nicht.

**Die Auslese verwendet in selbst redigierten Texten die einfache Mehrheitsform und verzichtet auf eine gegenderte Sprachweise in eigenen Artikeln.*



Fehlender Konsent?

In der NZZ vom 26.03.2022 berichtet die Autorin Rachel Fassbind, dass gemischte Teams besser performieren (auf Deutsch: produktiver zusammenarbeiten). Es gäbe weniger Skandale, mehr Fortschritt. Wenn Frauen mitentscheiden, würde es erfolgreicher. Diskussionen verlören an Emotionalität und würden sachlicher, man berücksichtige umfassendere Perspektiven. Wie begründet sich das?

NZZ, Bott, Bernhard Axel

Gemischte Teams versprechen Diversität in der Statistik. In der Schweiz bestünde aber noch viel Luft nach oben, wie der Diversity Report 2021 von der GetDiversity GmbH zeige.

Ein Beispiel: Vergangenes Jahr hätten 83 von 231 an Schweizer Börsen kotierten Unternehmen rein männlich besetzte Verwaltungsräte und beinahe 60 Prozent, also 134 Firmen,

In gemischten Teams gibt es beim Frauenanteil noch viel Luft nach oben. Beispielfoto, kein Live-Foto des Interviews.

keine einzige Frau in der Geschäftsleitung. Die Autorin Fassbind vertieft in einem Interview mit Nicole Burth die Notwendigkeit zum Konsent. Sie spricht explizit von Konsentkultur und nicht von einer Konsenskultur.

Nicole Burth leitet seit Januar 2021 den Konzernbereich «Kommunikations-Services» bei der Schweizerischen Post, zuvor war sie in verschiedenen Führungspositionen bei der Adecco Gruppe tätig, unter anderem als CEO der Schweizer Einheit des Unternehmens. Nachfolgend das Interview im Original.

Rachel Fassbind: Frau Burth, Sie sprechen von Diversität, wie leben Sie das konkret vor?

Nicole Burth: Das Ziel muss sein, dass Vorgesetzte beziehungsweise Firmen auf mehr Diversität setzen, weil sie das selbst wollen. Es ist Chefsache. Weil sie sehen, dass gemischte Teams innovativer, nachhaltiger und profitabler sind.



Es hilft den Frauen nichts, wenn sie das Prädikat «Quotenfrau» tragen und dann doch nichts zu sagen haben. Wenn ich selber eine Stelle besetze, stelle ich mir immer die Frage, wer die oder der Beste ist. Deshalb schreiben wir Führungsstellen mit 80–100 Prozent aus, fördern Homeoffice und Jobsharing. Ich bin auch ein Fan der Offenlegung von Löhnen.

Welche weiteren schweizweiten Lösungen fänden Sie interessant, damit Frauen nach der ersten Beförderung nicht auf der Strecke bleiben?

Ich bin der Meinung, dass sich die Frage nach der Frauenquote nicht mehr stellen würde, wenn es flächendeckend obligatorische Tagesschulen gäbe. Ein weiteres wichtiges Element ist die Individualbesteuerung. Es kann nicht sein, dass Schweizer Frauen immer noch unter der «Heiratsstrafe» leiden müssen.

Weibliche Führungspersonen hadern oft mit Vorurteilen, unter anderem sollen sie emotionalere Entscheidungen treffen. Wie behalten Sie Diskussionen auf der Sachebene?

Diese Aussage würde ich nicht unterschreiben – im Gegenteil. Mir ist schon oft aufgefallen, dass nichtdiverse Gruppen, gerade Männer, sehr emotionale Entscheidungen treffen, weil sie sich gegenseitig bestätigen. Durchmischte Teams hingegen bringen verschiedene Sichtweisen ein und treffen darum langfristig bessere Entscheidungen.

Kürzlich sprachen Sie in einem Interview von «Consent-Entscheidungen». Inwiefern bauen Sie das in Ihren Arbeitsalltag ein?

Es gibt immer sehr viele Gründe und Entschuldigungen, um zu erklären, warum etwas nicht geht. Ich befürworte eine Konsentkultur. Das heisst, dass wir vorwärtsgehen, sobald es keine schwerwiegenden Einwände mehr gibt. Denn nur, wenn wir Services schnell auf den Markt bringen, können wir auch im digitalen Geschäft erfolgreich sein. Für mich ist es aber nicht nur wichtig, dass alle am gleichen Strick ziehen, sondern auch, dass die Erfolge dann auch gefeiert werden.

Vision, Teamaufbau, Aufgabenteilung, klare Umsetzung, Kurskorrektur, Analyse, Auswertung und Feiern. Ist dieses Vorgehen «typisch für weibliche Führungspersonen»?

Ich persönlich denke nicht, dass mit «typisch weiblich» oder «typisch männlich» die Anforderungen an eine Führungsperson umschrieben werden können. Was ist typisch weiblich? In der heutigen Welt, die zunehmend volatil, unsicher, komplex und mehrdeutig ist, braucht es Führungskräfte, die sich kontinuierlich weiterentwickeln und ihr Team auf genau diese Reise mitnehmen können. Dazu ist emotionale Intelligenz gefragt. Die Fähigkeit, psychologische Sicherheit zu geben und gleichzeitig ambitionierte Ziele zu setzen.

Und wie definiert man diese Ziele am besten?

Dafür braucht es zunächst eine Vision, also einen Nordstern, der in einem Unternehmen allen die Richtung weist.

Sie überlegen sich schon beim Antritt einer Stelle, wer Ihre Nachfolge sein könnte und stecken sich ganz bewusst eigene Ziele. Wie gehen Sie da vor?

Im Privaten kriege ich sie zugeteilt [lacht]. Generell ist es mein Ansporn, gemeinsam etwas zu erreichen und dadurch die Gesellschaft zu verbessern. Bei der Post möchte ich ein Geschäft aufbauen, welches hilft, alle Einwohnerinnen und Einwohner der Schweiz bei der Digitalisierung zu begleiten.

Konnten Sie die Geschlechterrichtwerte bei der Post mit diesen Massnahmen erreichen?

Im Management der Post, damit meine ich Mitarbeitende mit Kadervertrag, sind wir mit einem Frauenanteil von 23 Prozent noch nicht am Ziel. Aber wir sind mit einer Arbeitsgruppe der Konzernleitung daran, das Thema Diversität und Inklusion voranzutreiben.

Ein Netzwerk für Frauen

Burth setzt auf Diversität und Gleichstellung, genau das wollen wir mit dem SEFWomenAward fördern. Als Hauptjurypräsidentin entscheidet sie mit, wer die Awards in den Kategorien Jungunternehmerin oder Unternehmerin des Jahres gewinnt und an wen der Ehrenpreis 2022 geht. Mit in der Jury sitzt das «Who's who» der Schweizer Wirtschaft. Von Carolina Müller-Möhl, Petra Gössi, Philomena Colatrella zu Susanne Wille findet sich pro Branche eine Person, die sie aktiv umgestaltet und mitformt. Sie sind es sich gewohnt meist in Unterzahl zu sein, etwa die einzige Frau im Verwaltungsrat oder an Board eines Teams. Genau deswegen begeistert sie die Idee eines Netzwerks für Frauen. Denn der Erfahrungsaustausch stärkt. Untereinander kommen Themen zur Sprache, die sonst keinen Platz haben – aber genauso wichtig sind.

Ob es nun auch einen Mann in der Jury braucht?

Ein häufiger Diskussionspunkt. Sind die einen erfreut über die rein weibliche Runde, stört andere die Ungleichheit. Psychologisch gesehen ist es für Mitglieder des stark unterbesetzten Geschlechts schwierig, in Diskussionen mitzuhalten und sich wie gewünscht einzubringen. «Er» müsste also sehr durchsetzungsfähig sein. Man denke dabei an die zahlreichen Verwaltungsräte, Gremien und Führungsetagen, die zu weniger als zwanzig Prozent aus Frauen bestehen und wie deren Alltag wohl aussieht.

Das Interview wurde freundlicherweise von der NZZ zur Verfügung gestellt: service@nzz.ch



© Can Stock Photo /
Zinkevych

Sind «Y» oder «Z», unzumutbar, haben sie keinen Bock oder wer ist hier falsch motiviert?

Bott, Bernhard Axel

Jede Lehrlings- oder Mitarbeitergeneration bringt ihre eigene Leistungskultur mit. Wir reden heute über die Generationen «X», «Y» und sind bei «Z» angekommen. Was unterscheidet diese Generationen? Und wie gehen Sie als Arbeitgeber mit den einzelnen Vertretern ab der «Millennium-Generation Y» um?

«X, Y, Z», mit wem haben Sie es zu tun? Zusammengefasst sehen wir bei der **X-Generation** die Babyboomer (geboren zwischen 1945 - 1964), die sich weitgehend in den Ruhestand verabschieden. Sie stehen als solide und konservativ geprägte Personalressource kaum mehr zur Verfügung, von VR- und Führungskräfte-Mandaten abgesehen. Ihr Vorteil war eine hohe Krisenresistenz, Disziplin und Leistungsorientierung. Sie reissen eine sichtbare Lücke in das Feld der Erwerbstätigen.

Die Generation Y (geboren zwischen 1981 und 1995), auch Millennials genannt, sind stark von technologischen Medien sozialisiert (digitale Natives) und mit dem Internet oder sozialen Netzwerken aufgewachsen. Ihre Themen sind bevorzugt Klimawandel, Globalisierung, «Work-Live-Balance» und sinnstiftende Arbeit im Beruf oder Job. Sie schwanken ambivalent zwischen hohen Individualitätsansprüchen und sich für die Gemeinschaft einsetzen zu wollen. Letzterer Anspruch lässt sie jedoch dazu neigen, Gemeinschaft eher in Cliquen (Communities) zu pflegen, die sie sich selber definieren.

Die Generation Z (zwischen 1996 und 2010 geboren) sind die heutigen «Stifte» und im Berufseinstige mit mehr oder wenige Berufspraxis.

Sie leben in einer Welt als «pure digital natives» zwischen Realität und Virtualität. Digitalisierung und globale Vernetzung konvergiert miteinander. Da im «Netz» stets alles multiparallel und sofort verfügbar ist, haben sie gelernt, auf Knopfdruck ungeduldig Leistung einzufordern, um sich frei entfalten zu können. Da in der «Cloud» unbegrenzte Informationsressourcen verfügbar sind, spielen diszipliniertes «Erarbeiten» von Inhalten keine Rolle mehr.

Information ist der Schlüsselbegriff, die Welt sich schön zu denken und sich «clever» ans Ziel zu mogeln. In dieser Generation häufen sich die «Nerds», Sonderling, Streber, Aussenseiter, die sich u.U. so sehr auf eine Sache konzentrieren, dass sie die Welt um sich herum vergessen.

Zusammenhängend und übergeordnet Probleme ausserhalb ihrer «Blase» zu strukturieren, fällt ihnen schwer. Das kann für sie, als Spezialist in Arbeitsteams von Vorteil sein, stellt aber Arbeitgeber und Abläufe von vordefinierten Organisationsprozessen vor grosse Herausforderungen.

Darüber hinaus ist die **Generation Alpha** am Kommen (geboren ab 2011), die erste Nachfolgegeneration der Generation Z. Sie wachsen in einem vollkommen enttabuisierten Umfeld auf, die Realität ist ein Nebenprodukt der unverbindlichen virtuellen Werte und Welten. Hier beginnen sich selbst Geschlechter, Sprachen und Sozialisierungsbereiche aufzulösen. Diese Generation ist die Zielgruppe der Globalisten, welche diese Menschen schrittweise und konsequent in den Transhumanismus, eine Gemeinschaft der LGBTQIA+ (lesbian, gay, bisexual, transgender, queer und intersexual) verwandeln will. Das Ziel ist offensichtlich, das Gleichmachen aller eventuellen Unterschiede, um im übergeordneten Sinn wirtschaftliche Vorteile zu erzielen. Wo stehen wir heute aus Sicht einer Verantwortung im wirtschaftlichen Leistungsprozess?

Was erwarten Sie als Arbeitgeber?

Für den Arbeitsmarkt bedeutet der Auftritt der Generation Z einen neuerlichen Wandel. Die meisten Unternehmen haben gerade erst angefangen sich auf die Vorgänger der Generation Y einzustellen, die die Arbeitswelt mit einer neuen Sicht auf die Dinge (Homeoffice), in ihren Grundfesten erschüttert haben. Obwohl es große Schnittmengen innerhalb der beiden Generationen gibt, verhalten sich die Z's in Bezug auf Arbeit in einigen Dingen unterschiedlich.

Wie schon erwähnt, sind flexible Arbeitszeiten oder Modelle, in denen sich berufliches und privates vermischen, nichts für die Generation Z. Ein geregelter Alltag mit viel Raum für die freie Entfaltung wird bevorzugt. Generell sehnen sich die Digital Natives nach Sicherheit. Feste Verträge und ein nettes, kollegiales Umfeld sind ihnen dabei sogar wichtiger als ein hohes Gehalt. Der Wunsch nach Struktur und Sicherheit wird damit begründet, dass die Generation Z inmitten der schnelllebigen, digitalen Globalisierung groß geworden ist und dieser im Alltag entgegensteuern möchte.

Bequem, aber fordernd

In Sachen Karriere ist die Generation Z deutlich zurückhaltender als ihre Vorgänger. Sie mag es eher bequem und ist gegenüber Führungsaufgaben eher unaufgeschlossen. Ideal ist für sie, einen Arbeitsplatz zu haben, der Freiraum für eigene Ideen lässt und die Kreativität fördert. Was das Feedback von Vorgesetzten angeht, ist die Generation Z wiederum fordernd.



An Informationen gelangen die Digital Natives immer und überall – und das in Sekundenschnelle. So hätten sie es auch gerne mit der Beurteilung ihrer Arbeit.

Für Unternehmen und deren Personalmanagement bedeutet das ein erneutes Umdenken, denn die Generation Z strömt jetzt vermehrt auf den Arbeitsmarkt. Wie man die Z's für das eigene Unternehmen begeistert und auch langfristig halten kann, wird eine der Herausforderungen in der Zukunft. Eine Möglichkeit, die Neigungen der Generation Z besser zu erkennen und diese auch ins Recruiting miteinzubeziehen, ist der Dialog mit jungen Menschen. Gerade große Unternehmen sind auch gut beraten mit der Forschung zu kooperieren, um zukünftig Beschäftigte aus der Generation Z zu rekrutieren.

Wie erreicht man die Generation Z?

Wie nicht anders zu erwarten – über das Internet und Social Media. Laut der YIP Mediennutzungsstudie nutzen mehr als 80 Prozent der Jugendlichen und jungen Erwachsenen regelmäßig und bevorzugt diese beiden Kanäle für Unterhaltung und Informationen. Auch die Jobsuche findet zu einem großen Teil online statt, was die Signifikanz von Online-Jobbörsen kontinuierlich steigert. Besonders schätzt die Generation Z dabei Touchpoints, bei denen sie aktiv eingebunden werden und Mehrwert erkennbar ist, wie dies z.B. bei Native Advertising der Fall ist. Das Gleiche gilt übrigens beim Thema Werbung. Platte Werbebotschaften werden von der Gen Z gekonnt gefiltert, zieht man die User mit ein, so steigt die Relevanz. Hier ist die "Key to Viano-Kampagne" von Mercedes Benz als Best Case zu nennen. Somit werden nicht nur Personaler, sondern auch Marketeers zukünftig vor neue Herausforderungen gestellt, um Werbebotschaften nachhaltig in den Köpfen der jungen Zielgruppe zu verankern.

Die beliebtesten Touchpoints der Generation Z, Internet, Social Media und TV

Auf das Podium der beliebtesten Kanäle der Generation Z gestellt sich TV. Hier entschieden sich über 80 Prozent der Befragten für das Medium [YIP Mediennutzungsstudie], allerdings wird hier Streaming immer relevanter und wird in den nächsten Jahren die Medienlandschaft immer mehr auf den Kopf stellen. Immerhin zwei Drittel der Befragten gaben an, Radio zu hören und auch Printmedien sind in der jungen Zielgruppe weiterhin besonders bei der Jobsuche gefragt. Das zeigt, dass es nicht DEN einen Kanal gibt, mit dem man die Generation Z erreichen kann. Erfahrungen zeigen, vielmehr ist eine bewusste Streuung in analoge und digitale Medienkanäle zu empfehlen, um die junge Zielgruppe zu erreichen.

Worauf legt die Generation Z Wert?

Diese Generation zeichnet sich vor allem durch großes Engagement aus. Ähnlich wie die Millennials, hat die Generation Z gezeigt, dass sie sich leidenschaftlich für soziale Themen und volle Gleichberechtigung einsetzt. Aufgrund des Einflusses der sozialen Medien, mit denen sie aufgewachsen sind, ist es nicht verwunderlich, wie sehr sich die Menschen dieser Generation für die Gemeinschaft engagieren. Sie sorgen sich um den Planeten und die Menschen auf ihm.

Da sie „Digital Natives“ sind, schätzen sie die Bedeutung von Technologie in ihrem beruflichen und privaten Leben, denn sie ermöglicht ihnen, Meinungen, Werte und Gedanken in großem Umfang zu teilen.

Wie können Sie die Erwartungen an den Arbeitsplatz erfüllen? Die Generation Z ist eine treibende Kraft für den Wandel und fokussiert sich auf ein ausgewogeneres Arbeitsleben.

Flexibilität und Vorteile

Ein Drittel der Generation Z hat behauptet, die fleissigste Generation zu sein. Dabei sind sie das aber nur, wenn sie bspw. durch Flexibilität und Wettbewerb dazu motiviert werden.

Es ist wichtig, die Bedeutung der Work-Life-Balance zu verstehen, insbesondere nach der Pandemie im Jahr 2020. Bezahlte Freizeit, gemeinsame Aktivitäten im Job und der Fokus auf mentale Gesundheit sind für die Generation Z unerlässlich.

Wenn Sie die Generation Z ansprechen wollen, sollten Sie sich dessen bewusst sein, was einen gesunden Lebensstil und das Wohlbefinden fördert und über die traditionellen Leistungen hinausgeht. Das Angebot von Speisen und Getränken am Arbeitsplatz ist ein wichtiger Aspekt bei der Förderung eines gesunden Arbeitsplatzes. Eine Umfrage ergab, dass 72 % der Generation Z eine gesunde Ernährung als einen wichtigen Aspekt ihrer körperlichen und geistigen Gesundheit ansehen. So ist es essenziell, am Arbeitsplatz eine größere Auswahl an Lebensmitteln anzubieten, um eine gesunde Lebensweise in allen Bereichen der Arbeit zu fördern.

Transparenz, Diversität und Offenheit

Die Generation Z drängt auf Veränderungen in jedem Aspekt ihres Lebens. Eine BBC-Umfrage im Vereinigten Königreich ergab, dass die Generation Z weitaus besorgter über Vorurteile gegenüber LGBTQ+-Personen, Gleichstellung der Geschlechter und Rassismus sind, als ältere Generationen.

Sie fordern mehr Chancengleichheit und das betrifft auch ihren Arbeitsplatz. Wenn Sie als Arbeitgeber sich für einen integrativen und vielfältigen Arbeitsplatz entscheiden, fördern Sie die verlangte Gleichstellung.

Die jungen Arbeitnehmenden wünschen sich Transparenz und Vertrauen durch ihre Führungskräfte. Sie wollen die Ziele des gesamten Unternehmens verstehen und wissen, worauf sie hinarbeiten und welche Auswirkungen dies hat. Dieses Vertrauen erlaubt es ihnen auch, frei zu sprechen und ihre Gedanken und Meinungen mit dem höheren Team zu diskutieren. Sie wollen sich gehört fühlen.

Wenn Sie Ihren Mitarbeitenden einen Arbeitsplatz bieten, an dem sie sich kontinuierlich weiterentwickeln können, tragen Sie wesentlich dazu bei, langfristige Loyalität und Vertrauen aufzubauen.

Entwicklungsmöglichkeiten

Eine LinkedIn-Studie ergab, dass 76 % der Befragten die Möglichkeit auf Weiterbildung haben wollten, wenn sie eine Stelle antreten. Wer in der digitalen Welt aufgewachsen ist, hat diese Möglichkeit, sich neue Fähigkeiten anzueignen. Ein Blick ins Internet genügt, um sich in einer Welt von Schulungs- und Lernprogrammen zurechtzufinden. Die Bereitschaft, sich zu verbessern und das Angebot, sich weiterzuentwickeln, stellen sicher, dass Sie in der Lage sind, diese Generation zu rekrutieren und an sich zu binden. Sie schaffen so eine qualifizierte und motivierte Belegschaft.

Weiterführende Informationen:

www.selecta.com/ch/de/stories/generation-z



© Visualisierung des neuen Produktionswerks der Schilliger AG im Industriegebiet Fänn in Küssnacht

Wirtschaftsmeldungen der Regionen aus November und Dezember 2022

Franz Steinegger

Schilliger Holz AG plant Faserplattenwerk und Holzheizkraftwerk in Küssnacht

Die Schilliger Holz AG will ihr Produktionswerk nicht mehr in Perlen, sondern neu im Küssnacher Industriegebiet Fänn bauen, auf dem 20 000 Quadratmeter grossen Industriearreal der Atinova AG. Das Faserplattenwerk wird durch ein mittelgrosses Holzheizkraftwerk ergänzt. Die Investitionskosten belaufen sich auf einen grösseren zweistelligen Millionenbetrag. Die Inbetriebnahme des Produktionswerks ist für das Jahr 2024 vorgesehen.

Rating AA+ der Schwyzer Kantonalbank bestätigt

Die Ratingagentur Standard & Poor's (S&P) hat das erstklassige Rating AA+ der Schwyzer Kantonalbank (SZKB) erneut bestätigt. Gemäss S&P gehören die starke Kapitalisierung, das umsichtige Risikomanagement, die führende Stellung im Heimmarkt und die solide Ertragssituation zu den hauptsächlichen Stärken der Bank. In ihrem neuesten Ratingbericht vom 22. November 2022 attestiert S&P der SZKB weiterhin sowohl auf kurz- als auch auf langfristige Sicht eine erstklassige Kreditqualität mit stabilem Ausblick (AA+/Stable/A-1+). Lobend erwähnt wird im Bericht auch, dass die SZKB zunehmend in Investmentfondsangebote und Private-Banking-Aktivitäten diversifiziert.

Mehr Strom aus der Steineräa

Die ebs Energie AG kann im Kleinwasserkraftwerk Steineräa diesen Winter mehr Strom produzieren. Dies aufgrund eines Bundesratsentscheids gegen den Energieengpass. Die dadurch erzielte Produktion von 900 000 Kilowattstunden macht rund 18 Prozent der durchschnittlichen Jahresproduktionsmenge des Kraftwerks Steineräa aus.



Entscheidungsträger und Geehrte bei Estée Lauder Companies: (v. l.) William P. Lauder, Executive Chairman; Niculin Jäger, Schweizer Generalkonsul von New York; Daniel Mahler, Executive Vice President, Transformation; Israel Assa, Global President of Travel Retail; und Roberto Canevari, Executive Vice President, Global Supply Chain. Bild zvg

Estée Lauder mit Tell Award ausgezeichnet

Estée Lauder Companies (ELC) wurde kürzlich mit dem Tell Award 2022 ausgezeichnet, in Anerkennung der Direktinvestitionen in der Schweiz und der kürzlichen Eröffnung des neuen, hochmodernen Fulfillment Centers in Galgenen. Damit stellt sich ELC in eine Reihe mit mehr als 50 namhaften amerikanischen Unternehmen, welche diese prestigeträchtige Auszeichnung in der Vergangenheit bereits erhalten haben. Die Auszeichnung wurde ELC im Rahmen einer privaten Feier und eines Empfangs von Generalkonsul Niculin Jäger in New York überreicht. «Ich bin unglaublich stolz auf unsere jüngste Investition in die hochmoderne Anlage in Galgenen», erklärte William P. Lauder, Executive Chairman. ELC hat in den vergangenen fünf Jahren über 200 Mio. US-Dollar in der Schweiz investiert und seine 57-jährige Präsenz ausgebaut. Mit über 1000 Mitarbeitenden zählt das Unternehmen zu den grössten Arbeitgebern im Kanton Schwyz.



Elsener ist der «Beste der Besten»

Zum zweiten Mal nach 2013 wird Victorinox-CEO Carl Elsener von der Leserschaft der Handelszeitung zum «Leader des Jahres» gekürt. «Der 64-Jährige führt das Unternehmen in vierter Generation und navigierte es durch die schwierige Pandemie. 2022 setzte er

zu einem Rebound an, mehr Umsatz, mehr Gewinn. Damit trimmte er das Unternehmen auf Nachhaltigkeit und machte es fit für die Zukunft», heisst es im Artikel.

Deutliche Zunahme des Steuersubstrats

Die Schwyzer Steuerstatistik zur Steuerperiode 2019 gibt interessanten Aufschluss über Einkommen und Vermögen der natürlichen Personen sowie Gewinn und Kapital der juristischen Personen. Das steuerbare Einkommen der natürlichen Personen hat sich 2019 gegenüber dem Vorjahr um 5.04 % auf 7,7 Mia. Franken und das steuerbare Vermögen um 9 % auf 120 Mia. Franken erhöht. Die Anzahl der Personen ohne steuerbares Einkommen blieb annähernd gleich und steht bei knapp 7500 bzw. 8 % aller im Kanton Schwyz ganzjährig wohnhaften Steuerpflichtigen. Im Vergleich zum Vorjahr nahm die Anzahl juristischer Personen im Jahr 2019 um 520 (3.75 %) auf 14 402 zu. Der steuerbare Gewinn beträgt gesamthaft 2.1 Mia. Franken, was einer markanten Zunahme von 15.2 % entspricht. Noch stärker erhöhte sich das steuerbare Kapital. Dieses nahm um 21.2 % zu und beträgt 67.3 Mia. Franken.

Firmenstatistik	Bestand 31.12.16	Bestand 31.12.17	Bestand 31.12.18	Bestand 31.12.19	Bestand 31.12.20	Bestand 31.12.21	Bestand 31.12.22	Zu-/ Abnahme
Einzelunternehmen	3407	3404	3407	3304	3251	3355	3401	-46
Kollektivgesellschaften	215	215	220	222	208	206	199	-7
Kommanditgesellschaften	37	34	31	29	26	25	25	0
Aktiengesellschaften	7055	7349	7513	7751	7989	8363	8623	260
GmbH	5533	5825	6102	6416	6699	7046	7386	340
Genossenschaften	137	129	127	127	126	124	128	4
Besondere Rechtsformen	4	4	4	4	4	4	4	0
Vereine	95	101	107	114	119	117	123	6
Stiftungen	302	305	319	325	416	442	443	1
Zweigniederlassungen	293	303	321	299	296	299	306	7
Total	17078	17669	18151	18591	19134	19981	20638	657

Gründungsboom im Kanton geht weiter

Mit in seinen Firmengründungen im Jahr 2022 liegt Schwyz deutlich über dem gesamtschweizerischen Durchschnitt. Damit sind nun erstmals mehr als 20.000 Rechtseinheiten (20 638) im Handelsregister des Kantons Schwyz eingetragen. Neben den guten Rahmenbedingungen mit der zentralen Lage, einer attraktiven Wohnsituation, dem Angebot an hochqualifizierten Arbeitskräften, einer aktiven Standortvermarktung oder der liberalen Wirtschaftspolitik seien diese «nicht zuletzt in einer der tiefsten Steuerbelastungen für Unternehmen und Privatpersonen zu suchen», zählt Othmar Aeschi, Leiter des Handelsregisters des Kantons Schwyz, mehrere Gründe auf.

Die Zahl der Schwyzer Firmenpleiten ist hoch

In den ersten zehn Monaten 2022 sind 32 Prozent mehr Firmen konkurs gegangen als im Vorjahr, wie die Inkassofirma Creditreform mitteilt. Die Studienautoren vermuten, dass einige der nun insolventen Firmen schon vor der Corona-Krise in Schwierigkeiten waren und durch staatliche Hilfen künstlich am Leben gehalten wurden.

Besonders hoch sei der Anteil in den Branchen Informatik, Finanz- und Versicherungsdienstleistungen wie auch Maschinenbau gewesen. Hier stieg die Zahl der Pleiten überdurchschnittlich stark an.

Härtefallprogramm kostete den Kanton 18,5 Millionen Franken

Im Kanton Schwyz haben während der Corona-Pandemie 983 Unternehmen insgesamt 105,7 Millionen Franken Hilfgelder erhalten. Während der beiden Härtefallprogramme wurden nur zwei Fälle von Missbrauch aufgedeckt, wie der Schlussbericht zeigt. Insgesamt mussten 74 000 Franken zurückgezahlt werden, die missbräuchlich erlangt wurden. Der Grossteil der Hilfgelder floss im ersten Zeitraum zwischen Februar 2020 und Juni 2021. Von den gut 100 Millionen Franken zu tragen. Den Rest übernahm der Bund. Insgesamt kostete das Härtefallprogramm den Kanton Schwyz 18,49 Millionen Franken. Bewilligt waren 28,08 Millionen Franken.

Kanton entlastet Gemeinden

Die Revision des Finanzausgleichs soll die Gemeinden und Bezirke um 63 Millionen Franken entlasten. Werden die Kosten der vollständigen Übernahme der Erwerbslosenentschädigung durch den Kanton dazugezählt, beläuft sich die Gesamt-Entlastung auf 77,1 Millionen Franken.

Das führt das Programm auf, welches die Regierung kurz vor Weihnachten in die Vernehmlassung schickte (siehe Tabelle, unter IFA ist der innerkantonale Finanzausgleich aufgeführt). Nicht mehr in die Berechnung einbezogen wird die Grundstückgewinnsteuer. Weiter soll der Kanton die Prämienverbilligung der Krankenkassen vollständig übernehmen, einen massgeblich höheren Anteil am Lohn der Volksschullehrpersonen tragen und bei den ÖV-Beiträgen soll die Steuerkraft einer Gemeinde keine Rolle mehr spielen. Ändern will die Regierung ferner die Baubeiträge für soziale Einrichtungen sowie Schulbauten, den vorbeugenden Brandschutz und die Grundausstattung der Feuerwehr.

Rating AA+ der Schwyzer Kantonalbank bestätigt

Die Ratingagentur Standard & Poor's (S&P) hat das erstklassige Rating AA+ der Schwyzer Kantonalbank (SZKB) erneut bestätigt. Gemäss S&P gehören die starke Kapitalisierung, das umsichtige Risikomanagement, die führende Stellung im Heimmarkt und die solide Ertragsituation zu den hauptsächlichen Stärken der Bank. In ihrem neuesten Ratingbericht vom 22. November 2022 attestiert S&P der SZKB weiterhin sowohl auf kurz- als auch auf langfristige Sicht eine erstklassige Kreditqualität mit stabilem Ausblick (AA+/Stable/A-1+). Lobend erwähnt wird im Bericht auch, dass die SZKB zunehmend in Investmentfondsangebote und Private-Banking-Aktivitäten diversifiziert.

Etzelwerk-Konzession deutlich angenommen

Die Bezirke Höfe und Einsiedeln haben der neuen Etzelwerk-Konzession deutlich zugestimmt. Die Konzession gibt den SBB das Recht, den Sihlsee weitere 80 Jahre zur Stromgewinnung zu nutzen.

Fortsetzung auf Seite 26

Den Vertrag genehmigen müssen als Konzessionsgeber noch die Kantonsregierungen von Schwyz, Zug und Zürich. Das Etzelwerk produziert zehn Prozent des Schweizer Bahnstroms. Die fünf Konzessionsgeber profitieren ihrerseits von rund drei Millionen Franken Wasserzinsen, welche die SBB zahlt, und von einer gewissen Menge Strom zu Vorzugskonditionen.

Gemeinde	Voranschlag 2022 Aufwandüberschuss (-) / Ertragsüberschuss (+)	Voranschlag 2023 Aufwandüberschuss (-) / Ertragsüberschuss (+)	Abweichung zu Vorjahr Verschlechterung (-) Verbesserung (+)	Steuerfuss nat. Personen 2023 in % einer Einheit	Abweichung zu Vorjahr Steuerfuss- reduktion (-)
Schwyz	-809'700	-538'300	271'400	165	0
Arth	-646'000	118'000	764'000	130	-10
Ingenbohl	-1'470'443	-2'966'495	-1'496'052	160	0
Muotathal	479'190	-708'490	-1'187'680	130	0
Steinen	-740'230	-342'700	397'530	160	-10
Sattel	-243'000	-198'850	44'150	140	0
Rothenthurm	-720'000	-1'005'300	-285'300	140	0
Oberberg	-607'100	-601'500	5'600	140	0
Unterberg	131'800	-17'100	-148'900	165	0
Lauerz	-529'543	-448'956	80'587	160	0
Steinerberg	-399'700	-524'000	-124'300	120	0
Morschach	-305'300	-648'700	-343'400	140	-10
Alpthal	-280'388	-261'253	19'135	135	0
Illgau	133'000	-470'000	-603'000	170	-10
Riemenstalden	-219'600	-396'750	-177'150	100	0
Gersau	-659'155	-792'050	-132'895	190	0
Lachen	-1'273'110	-1'272'210	900	95	0
Altendorf	-2'687'000	-1'861'500	825'500	85	0
Galgenen	-1'543'800	-2'498'100	-954'300	125	0
Vorderthal	-390'608	-545'180	-154'572	135	0
Innerthal	-334'490	-404'730	-70'240	130	0
Schönbühlbach	-117'800	165'100	282'900	180	0
Tuggen	113'400	-61'300	-174'700	139	-10
Wangen	-1'199'400	-876'000	323'400	150	0
Reichenburg	-879'700	-890'300	-10'600	150	0
Einsiedeln	3'549'100	-2'072'200	-5'621'300	220	0
Küssnacht	1'106'972	254'390	-852'582	165	0
Wollerau	1'737'000	779'400	-957'600	60	-5
Freienbach	-54'900	-1'101'400	-1'046'500	60	-5
Feusisberg	-1'501'200	6'784'500	8'285'700	65	0
Total	-10'361'705	-13'401'974	-3'040'269		

Bezirke und Gemeinden: Höherer Aufwand und Ertrag

Der Gesamtaufwand der Schwyzer Bezirke und Gemeinden steigt gegenüber dem Vorjahr um 4,9 Prozent beziehungsweise 45 Mio. auf 964,5 Mio. Franken. Parallel dazu rechnen die Gemeinwesen mit höheren Steuererträgen und budgetieren insgesamt einen Ertrag von 945 Mio. Franken. Dies entspricht einem Zuwachs von knapp 40 Mio. Franken oder 4,4 Prozent gegenüber dem Voranschlag 2022. Gesamthaft planen die Bezirke und Gemeinden Investitionen in der Höhe von 231,9 Mio. Franken. Die Investitionen fallen damit im Vergleich zum Vorjahr um knapp ein Viertel höher aus.



Die Photovoltaik-Anlage von Bruhin & Diethelm ist eine der grössten im Kanton Schwyz. Es sollen 910 000 kWh Strom pro Jahr produziert werden.

Zweitgrösste Fotovoltaikanlage im Kanton geht ans Netz

Die Photovoltaik-Anlage der Bruhin & Diethelm AG im Leutholz in Wangen ging Ende November ans Netz. Sie deckt zwei Drittel des Strombedarfs der Firma und besteht aus 2240 Panels. Die Anlage mit rund 920 kWpeak Leistung kann bis zu 910 000 kWh Strom pro Jahr produzieren. Die 1,2 Mio. Fr. teure Anlage ist mit 4350 Quadratmetern die zweitgrösste im Kanton.

Die 32 reichsten Schwyzerinnen und Schwyzer

Milliardäre, Millionäre	Branche	Vermögen in Franken 2022
Klaus-Michael Kühne	Transport, Hotels	23-24 Mrd.
Familie Blocher (ZH, SZ, AG)	Chemie, Kunststoffe, Lækkerli, Medien	14-15 Mrd.
Familie Brenninkmeijer (ZG, ZH, LU, SZ)	Textilhandel, Immobilien, Beteiligungen	13-14 Mrd.
Familie Marguerre (SZ, Deutschland)	Pharma	8-9 Mrd.
Familie von Finck (TG, SZ, LU)	Immobilien, Beteiligungen	7-8 Mrd.
Marcel Erni, Alfred Ganner, Urs Wietlisbach (ZG, SZ)	Finanzgeschäfte	7-8 Mrd.
Stephan Schmidheiny	Beteiligungen, Kunst	3,5-4 Mrd.
Familien Maus, Nordmann (GE, SZ)	Detailhandel, Textilien	3-3,5 Mrd.

Kühne bleibt der Reichste

Die «Bilanz»-Sonderausgabe «Die 300 Reichsten der Schweiz 2022» führt einmal mehr imposante Zahlen auf. Wenig überraschend tauchen stets die gleichen Namen auf, und noch weniger überraschend sind viele von ihnen im Bezirk Höfe wohnhaft oder zumindest dort gemeldet. Generell hätten dieses Jahr vor allem jene Federn lassen müssen, deren Vermögen sich vornehmlich in börsenkotierten Unternehmen bündelt, analysiert die «Bilanz». Spitzenreiter im Kanton Schwyz bleibt Klaus-Michael Kühne mit einem Vermögen von 23 bis 24 Milliarden Franken, gefolgt von der Familie Blocher, welche zusammen ein Vermögen von 14 bis 15 Milliarden Franken besitzt. Den dritten Platz besetzt die Familie Brenninkmeijer mit einem Vermögen von 13 bis 14 Milliarden Franken.

Strom und Wärme für Tausende von Haushalten

Die im Januar 2022 gegründete Genossenschaft Ecogen Einsiedeln und die Holzenergie Einsiedeln AG planen auf dem Areal der Säge- und Palettenwerk Karl Zehnder AG in Trachslau ein Holzheizkraftwerk. Dieses soll eine ans Netz abgegebene Stromproduktion für 7500 und Fernwärme für 8000 Haushalte erreichen. Für Energiezentrum und Fernwärmenetz werden bis zum Endausbau rund 100 bis 150 Millionen Franken benötigt. Es soll im besten Fall Ende 2025 in Betrieb genommen werden.

Endlich Ferien!
Eine Reiseversicherung lohnt sich.

Generalagentur Schwyz
Stephan Annen
Schmiedgasse 30
6430 Schwyz
T 041 819 79 79
schwyz@mobiliar.ch

Generalagentur Lachen
Kaspar Michel
Sagenriet 3
8853 Lachen
T 055 451 93 00
lachen@mobiliar.ch

die Mobiliar

1623052



«Wohin entwickelt sich unsere Produktivität?»

- Produktivitätsfallen • Teuerungsrisiken • Fachkräftepotenziale
- Beschaffungsstrategie • Internationale Abhängigkeiten.

**Redaktionsschluss AUSLESE, Ausgabe Mai 2023
ist der 25. April 2023!**

Für Naturbewusste



Klimaneutraler Druck ist bei uns nicht Kür,
sondern Pflicht. Sie wollen es genau
wissen? Wir rechnen für Sie den Ausstoss
Kilogramm CO₂ ganz genau.

Egal, welchen Typus Sie verkörpern und welches Thema Ihnen und Ihrer Unternehmung am wichtigsten erscheint. Wir passen uns in Sachen Druck und Serviceleistungen rund um Druckerzeugnisse Ihren Bedürfnissen an. Mitsamt unserem 360-Grad-Service aus einer Hand; **Vorstufe – Bogenoffset – Digitaldruck – Rotationsdruck – Postpress – inkl. Onlineshop-, Lagerverwaltungs- und Lettershopsystem.**



andreas.kuemin@kuemin-group.ch

H+I-Präsident

Andreas Kümin
Mc PaperLand
Betti 52
8856 Tuggen SZ
Tel. 055 465 66 66
Fax 055 465 66 67



**Verantwortlich
für den Inhalt
H+I-Kommunikation**

Ivo Huber
Tulux AG
Tödistrasse 4
8856 Tuggen SZ
Tel. 055 465 60 00
Fax 055 465 60 01
info@tulux.ch
www.tulux.ch



H+I-Geschäftsführer

H+I – Der Schwyzer
Wirtschaftsverband
Geschäftsstelle
Christian Grätzer
CONVISA AG
Herrengasse 14
6430 Schwyz
Telefon 041 819 60 60
info@h-i-sz.ch
www.h-i-sz.ch



Freier Redaktor

Franz Steinegger
Tel. 078 649 47 12
Franz.Steinegger@gmx.ch



**Redaktionsleitung,
Produktion und
Koordination**

Symedya.com GmbH,
Verlag, Bott, Bernhard Axel
Fällmisstrasse 12
8832 Wilen b. Wollerau SZ
Tel. 055 410 46 91
Fax 055 410 47 91
info@symedya.com
www.symedya.com

Druckerei

Theiler DruckAG,
8832 Wollerau
www.theilerdruck.ch

**Unterstützer
dieser Ausgabe**

- Mc PaperLand
- Schweizer Mobiliar
- Schwyzer Kantonalbank
- Theiler Druck
- Tulux
- Victorinox

Die Textbeiträge und Fotos wurden sorgfältig erstellt. Die Redaktion übernimmt jedoch keine Haftung für Text- oder Abbildungsfehler. Das gilt auch bei Bild- und Textinhalten Dritter.

**Urheber- und Nutzungsrechte
von Abbildungen/Fotos**

Porsche Zentrum Obersee, Bott, Bernhard Axel,
Can Stock Photo, Personal Sigma, BIZ, Meier &
Kamer, Franz Steinegger, AFB, SZKB/FOKUS,
Bote der Urschweiz.

tulux

SWISS LIGHT CREATIONS

WWW.TULUX.CH