

zentralinfo

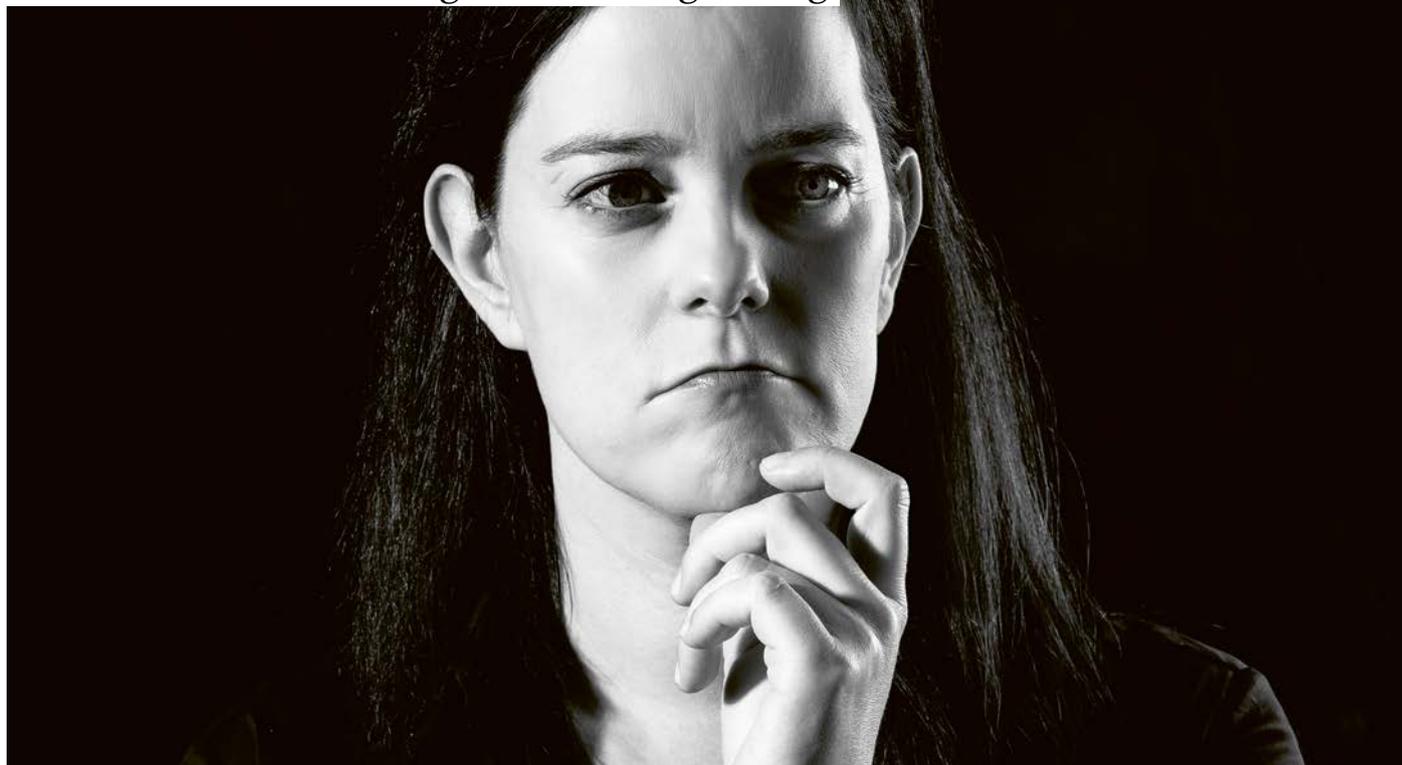
02/2021
Juni

INFORMATIONEN DER INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER ZENTRALSCHWEIZ IHZ

FOKUS. Verstellen unmöglich

PRAXIS. Im Mittelpunkt steht immer die Persönlichkeit

CAMPUS. Entwicklung braucht Begleitung



ihz 
INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER
ZENTRALSCHWEIZ

KOLUMNE. Norbert Patt, CEO der TITLIS Bergbahnen, führt aus, welche Grundsätze der Unternehmensführung ihm besonders wichtig sind.....Seite 04

PODIUM. Der Kommunikationsberater Adrian Bühler gibt Einblick in seine Arbeit als persönlicher Mitarbeiter einer Luzerner Parlamentarierin.....Seite 08

POSITION. Wie wichtig persönliche Entfaltung am Arbeitsplatz ist, weiss Sonja Theiler von der Zentralbahn aus täglicher Erfahrung.....Seite 20

02 / 2021

CKW

Die CKW-Gruppe ist ein führender Schweizer Anbieter von integrierten Energie- und Gebäudetechniklösungen. Seit über 125 Jahren versorgt das Unternehmen seine über 200'000 Endkunden aus den Kantonen Luzern, Schwyz und Uri mit Strom. Hinzu kommen innovative Produkte und Dienstleistungen aus den Bereichen Connectivity & IT-Infrastruktur, Elektro, Energietechnik, IT & Communication sowie Security. Wir danken herzlich für die Unterstützung.

Das Persönliche – im Spannungsfeld ZWISCHEN DIGITALISIERUNG UND MENSCHSEIN



Juni 2021

EDITORIAL. Das Persönliche – im Spannungsfeld zwischen Digitalisierung und Menschsein.....	03
KOLUMNE. Freude, Nähe und Vorbild!.....	04
FOKUS. Wer punktet in der Radiosendung «Persönlich»?	06
PODIUM. Diskreter Sparringpartner im politischen Tagesgeschäft.....	08
PRAXIS I. Menschen bleiben zentral im Banking.....	10
PRAXIS II. Ganz persönlich – auch im Spital?.....	13
PRAXIS III. Wenn Trennen zum Gewinn wird.....	14
CAMPUS. Persönlichkeit bei Lernenden: Fördern und fordern.....	18
POSITION. Persönlicher Austausch ist eine Führungskompetenz	20
DOSSIER. Kurzmeldungen, neue IHZ-Mitglieder.....	22
AUSBLICK. Kommende Aktivitäten der IHZ.....	26

Was vermissen Sie in diesen Tagen besonders? Fragt man nach Sehnsüchten, danach, was uns in letzter Zeit ganz besonders fehlt, ist eine häufig genannte Antwort «das Persönliche» oder der «persönliche Austausch». Die vergangenen Monate haben uns voneinander distanziert statt uns nähergebracht. Treffen sind vermehrt digital statt real. Viele Abläufe und Kontakte geschehen indirekt und nicht persönlich. Das ist keine grundsätzliche Kritik am digitalen Fortschritt. Nur dank stabiler digitaler Infrastruktur konnten in den vergangenen Monaten einige negative Effekte der globalen Pandemie abgefedert werden. Schulstunden und Kurse konnten ebenso im virtuellen Raum durchgeführt werden wie Generalversammlungen, Strategieworkshops oder politische Diskussionsveranstaltungen. Was vor einigen Monaten noch undenkbar schien, hat heute bei vielen Menschen bereits wieder den Anstrich biedereren Alltags. Dennoch steht die Verlagerung vieler Aktivitäten in den digitalen Raum im Spannungsfeld mit «dem Persönlichen».

Dieses Spannungsfeld zeigt sich auch in der Umsetzung vieler Unternehmens- und Organisationsstrategien. Kaum eine Strategie, bei welcher der Kunde nicht ein zentrales Element darstellt. Dienstleistungen und Produkte werden aus Kundensicht gedacht: Wie kann der Kunde seine Bedürfnisse möglichst einfach, effizient und in guter Qualität befriedigen? Dabei verschwinden Kundenschalter, die Kassen bei Grossverteilern werden weniger. Chatbots ersetzen analoge Callcenter. Diese sind komplett automatisiert, rund um die Uhr verfügbar, an 365 Tagen im Jahr, ohne Warteschleife.

Doch vertrauen wir zum Beispiel im Online-Banking dem Algorithmus des digitalen Assistenten mehr als der persönlichen Erfahrung des Kundenberaters? Gelingt es den Unternehmen, mittels Chatbots, Algorithmen und digitaler Assistenten eine nachhaltige Kundenbindung aufzubauen? Welche Unternehmenswerte und welche Unternehmenskultur vermitteln die menschlich anmutenden Avatare solcher Chatbots und digitaler Tools? Lassen sich die Vorteile solcher digitalen Tools mit den Stärken einer persönlichen, menschlichen Beratung allenfalls verbinden? Wie ergänzen sich im Optimalfall digitale Instrumente und der für uns Menschen zentrale persönliche Kontakt und der direkte Dialog? Schliesslich macht uns erst der unmittelbare Austausch, die individuelle Persönlichkeit und die Kooperation mit anderen Persönlichkeiten als soziale Wesen aus.

Die IHZ legt als Verein und Verband von Menschen und Unternehmen viel Wert auf Persönliches. Im Team auf der Geschäftsstelle, im Netzwerk mit den Mitgliedern, in der täglichen Zusammenarbeit mit Politik und Gesellschaft. Das Persönliche wird zum wichtigen Gut, in einem hektischen Umfeld, wo vermeintlich immer weniger Zeit dafür ist. Grund genug, dass wir dem «Persönlichen» eine Plattform geben und das Thema in der vorliegenden Ausgabe des «zentralinfo» aus unterschiedlichen Perspektiven und mit Beiträgen von Persönlichkeiten aus der IHZ-Community behandeln. Ich wünsche Ihnen persönlich weiterhin alles Gute und viel Vergnügen bei der Lektüre.

Adrian Derungs, Direktor IHZ

Freude, NÄHE UND VORBILD!

Ob im persönlichen Kontakt zu den Kunden oder auch im persönlichen Kontakt mit den Mitarbeitenden ist es zentral, dass wir Freude an der Begegnung, an der Dienstleistung und generell am Menschen haben.



Norbert Patt, CEO
TITLIS Bergbahnen

Doch gerade in der heutigen Krisensituation sind die Herausforderungen grösser, die TITLIS-Kunden oder -Gäste haben andere oder neue Bedürfnisse und die Mitarbeitenden sind verunsichert. Das heutige Miteinander ist geprägt von physischer Distanz, wobei gerade heute eben diese Nähe notwendiger denn je wäre. Und gerade in dieser Zeit ist der «etablierte» Management-by-Nilpferd-Grundsatz «Auftauchen, Maul aufreissen, wieder untertauchen» mehr denn je fehl am Platz. Es braucht authentische Nähe zu den Menschen und es geht nicht um Technik!

Kern des Umgangs mit Menschen ist ein positives Menschenbild und der konsequente Umgang mit Führungsgrundsätzen. Im Buch «Der Putzmann und der Manager» wird folgende Situation beschrieben: *Andrew quält der Gedanke, dass er morgen Rechenschaft über ein alles andere als berauschendes Ergebnis ablegen muss. Auf dem Weg nach Hause trifft er im Zug einen Putzmann namens Charly. Charly hat ihm mit seinen überraschenden Ratschlägen klar gemacht, dass er den fünf grossen Versuchungen eines Managers erlegen ist.* Die fünf grossen Versuchungen sind: «Verletzbarkeit statt Vertrauen», «Harmonie statt Auseinandersetzung», «Sicherheit statt Klarheit», «Beliebtheit statt Verantwortlichkeit» und «Status statt Ergebnisse».

Einer meiner Grundsätze ist: «Vorbild sein – Vertrauen schaffen!» Ob als Vorgesetzter, Familienmensch oder auch als Mitarbeiter. Vorbild sein in dem, was ich tue oder nicht tue, sage oder nicht sage und wie ich mich verhalte.

VORBILDER PRÄGEN

Wir wünschen uns Mitarbeitende, die eigenmotiviert, verantwortungsvoll, leistungsbereit, veränderungswillig, teamfähig und kommunikativ sind. Und als Vorgesetzter möchte ich Führungsgrundsätze wie Vorbildfunktion, Zielerreichung, Fordern, Fördern und transparente Kommunikation verankert wissen. Meine kritische Betrachtung zeigt jedoch, dass da und dort eine Lücke zwischen meinen Wunschvorstellungen und der Wirklichkeit besteht.

In meiner langen persönlichen Erfahrung kommt der Vorbildfunktion grosse Bedeutung zu, denn meine Vorbilder prägten und haben sich immer mit Begeisterung, Engagement, Freude und Leidenschaft für die Sache und vor allem für die Menschen eingesetzt und gekämpft.

DER MENSCH STEHT IM MITTELPUNKT

Gerade in Tourismusunternehmen wie den TITLIS Bergbahnen, der Hotellerie und der Gastronomie stehen die Gäste im Mittelpunkt und es geht darum, deren Träume zu erfüllen. Doch in jeder Organisation steht ebenfalls der Mensch «Mitarbeiter» im Mittelpunkt. Vielleicht suchen wir Mitarbeitende, kommen werden aber Menschen, wie sinngemäss Max Frisch einmal gesagt hat.

Die Menschen in unserer Unternehmung entwickeln sich und wir können lediglich und vor allem durch unsere Nähe beeinflussen, wie sie sich entwickeln und verhalten. ◇



«Bravo, Sie haben es geschafft!»
Stolz darf man sich ansehen lassen.

Wer punktet in der RADIOSENDUNG «PERSÖNLICH»?

«Persönlich» ist die erste Live-Radio-Talksendung der Schweiz. Über 400'000 Hörerinnen und Hörer sind jeden Sonntag auf SRF 1 dabei. Sonja Hasler moderiert die Sendung seit bald sechs Jahren und sagt, welche Gäste ihr die liebsten sind.



Sonja Hasler,
Moderatorin SRF

Die Sendung «Persönlich» gibt es schon seit 45 Jahren, seit dem 4. April 1976.

Jeden Sonntag sind zwei Menschen zu Gast und Hunderttausende hören zu.

Warum denken Sie, hat «Persönlich» so lange Bestand?

Ich glaube, dass das Erfolgsrezept ganz einfach ist. Zwei Menschen treffen sich und erzählen persönliche Geschichten aus ihrem Leben. Lustige, traurige, schräge, stinknormale. Ohne Drehbuch. Echter geht es gar nicht. Ich glaube, uns interessiert nichts so sehr wie Geschichten von anderen Menschen. So wird das Radio am Sonntag um 10 Uhr so etwas wie das Lagerfeuer der Nation. *(lacht)*

Wer lädt eigentlich die Gäste ein?

In den allermeisten Fällen bestimmen wir vier Moderatorinnen und Moderatoren selber, wer in unserer Sendung zu Gast ist. Ich bin also total privilegiert und kann wildfremden oder prominenten Menschen telefonieren und sie ins «Persönlich» einladen. Die Astrophysikerin, den Bergsteiger, die Tabak-Unternehmerin, den Kinderarzt, die Alt-Bundesrätin, den Metzgermeister, die Walschützerin, den Schwingerkönig. Ich mag Menschen, deren Biografien nicht einfach gradlinig verlaufen sind, sondern Brüche und Umwege aufweisen. Die haben einfach mehr zu erzählen. Ich mag Menschen, die mich mit ihrer Leidenschaft anstecken und Humor haben. Lachen ist immer gut. Was gar nicht geht, sind «Teflon»-Menschen, die nur an PR in eigener Sache interessiert sind. Das ist langweilig.

Aber wo finden Sie die Gäste? Häufig sind sie ja dem breiten Publikum nicht bekannt.

Ich scanne alles, was mir unter die Finger kommt, durch mit der Frage: Wäre das ein «Persönlich»-Gast? Also Zeitungen, Zeitschriften, TV-Berichte, Google usw. Oft bekommen wir auch Tipps aus der Zuhörerschaft. Vor der Sendung treffen wir uns jeweils für ein «Plauderstündchen», in dem wir uns gegenseitig kennenlernen, die Biografie Revue passieren lassen und spannende Geschichten ausgraben.

Welche «Persönlich»-Gäste sind Ihnen besonders in Erinnerung geblieben?

Das werde ich immer wieder gefragt. Da gibt es so viele und es sind nicht unbedingt die Prominenten. Die 78-jährige Frau, die im hohen Alter ihr Gesangstalent und die Liebe zu Marlene-Dietrich-Liedern entdeckte, mitten in der Sendung aufstand und mit rauchiger Stimme zu singen begann: «Bei der Kaserne vor dem grossen Tor...». Mir stellten sich alle Härchen auf. Oder die Schauspielerin, die so offen die erschütternde Geschichte erzählte, wie ein ehemaliger Regisseur sie aufs Brutalste misshandelt hatte. Als ich in die erste Reihe im Publikum blickte, hatten einige Tränen in den Augen. Und ich auch. Oder die Ethnologin, die schon vor der Sendung einen Halben Weisswein bestellte und hinterher ein wunderbarer Gast war. Von solch magischen Momenten könnte ich stundenlang erzählen.



«Sagen Sie jetzt
besser nichts.»
Dank Mimik geht's
auch ohne Fluchen.

Was würden Sie denn sagen, was macht die Persönlichkeit eines Menschen aus?

Ich glaube, das Zauberwort ist Authentizität. Es klingt abgedroschen und gibt einen Knoten in der Zunge, ich weiss. Aber authentische Menschen sind echt, sie stehen zu sich selber, zu ihren Stärken und vor allem auch zu ihren Schwächen. Sie müssen keine Erwartungen erfüllen, haben keine Angst vor Ablehnung und lachen auch mal über sich selbst. Meistens sind es ältere Menschen, welche diese Unabhängigkeit haben. Solchen Menschen fliegen im «Persönlich» die Herzen nur so zu.

Wer steht bei Ihnen noch auf der Liste, wen möchten Sie noch einladen?

Roger Federer und Angela Merkel (*lacht*). Nein, einfach interessante Menschen, die mich und das Publikum mit ihren Geschichten berühren und meinen eigenen Horizont erweitern. Die deutsche Talkmasterin Sandra Maischberger sagte einmal: «Ich frage so lange, bis ich weise bin. Eine weise alte Frau wollte ich immer werden.» Das unterschreibe ich.

Ah ja: Wer gute Ideen hat für Menschen im «Persönlich» – bitte melden Sie sich unter sonja.hasler@srf.ch. ◇

Diskreter Sparringpartner IM POLITISCHEN TAGESGESCHÄFT

Vorbei am Wasserspiel auf dem Bundesplatz betrete ich das Bundeshaus jeweils durch den Haupteingang. Der Badge als «Persönlicher Mitarbeiter» der Luzerner Ständerätin Andrea Gmür macht das möglich. Jedes Mitglied des eidgenössischen Parlaments kann zwei Personen eine Zutrittskarte vergeben. Mit dieser darf man sich in der Wandelhalle und in den anderen nichtöffentlichen Teilen des Parlamentsgebäudes frei bewegen. Der Badge öffnet einen unverstellten Blick in das emsige Treiben der eidgenössischen Räte.



Adrian Bühler,
Mitinhaber
media-work gmbh

Dem «Persönlichen Mitarbeiter» klassischer Prägung entspreche ich aber nicht. Das hat mit dem Arbeitsverständnis von Andrea Gmür zu tun. Ob Meinungsartikel, Votum im Ständerat, Grusswort an der Diplomfeier oder Antrag in der Kommission – Andrea Gmür erarbeitet und schreibt in der Regel alles selber. Im Gegensatz zu vielen ihrer Kolleginnen und Kollegen unter der Bundeshauskuppel delegiert sie inhaltliche Arbeit kaum. Darin gründet eine ihrer Stärken. Anstatt sich auf oberflächliche Résumés zu verlassen, beackert sie ihre Dossiers bis in die Tiefe. Ein unschätzbare Vorteil in der Politik, den man sich mit Nachschichten verdienen muss.

UNTERSTÜTZEN UND BERATEN

Kennengelernt haben wir uns 2007, als wir beide in den Kantonsrat gewählt wurden. Andrea Gmür als politische Newcomerin in der Stadt Luzern, ich als Parteisekretär im Wahlkreis Hochdorf. Nach acht gemeinsamen Jahren im Ritterschen Palast schaffte Andrea Gmür 2015 den Sprung in den Nationalrat, 2019 in den Ständerat. Beide Wahlkämpfe habe ich für die Stadtluzernerin geleitet und umgesetzt.

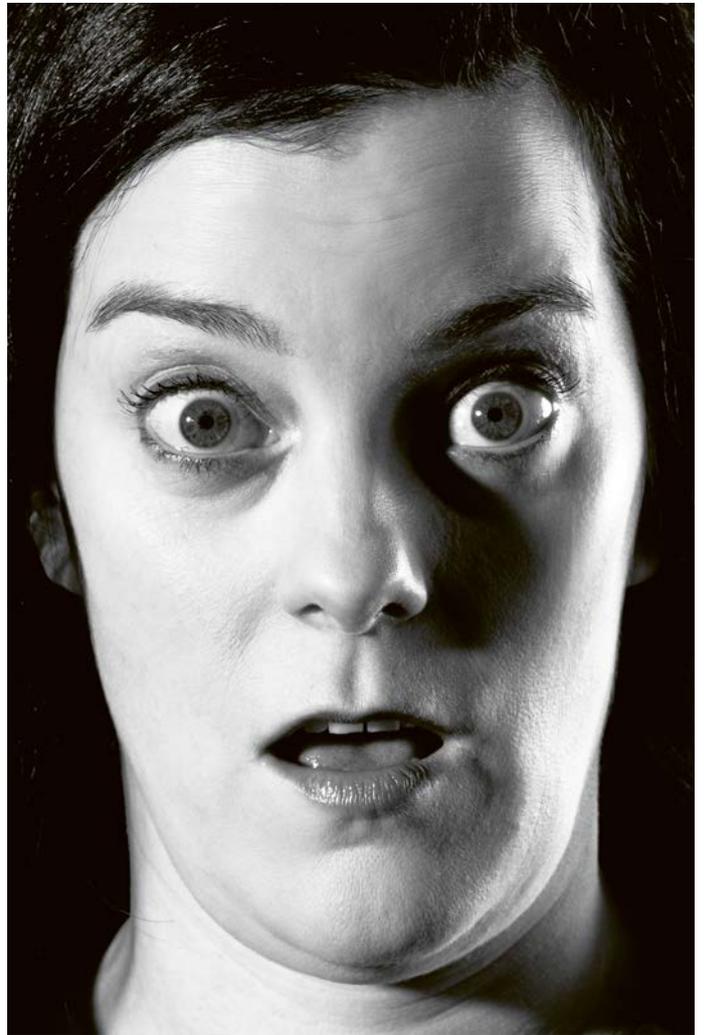
Seit ihrer Wahl ins eidgenössische Parlament stehe ich Andrea Gmür als Sparringpartner im politischen Tagesgeschäft zur Seite. Dabei übernehme ich Abklärungen und Recherchen für Vorträge. Ich schärfe Texte oder redigiere Interviews. Vor Arena-Sendungen analysieren wir gemeinsam die Argumente und offenen Flanken der politischen Konkurrenz. Vor Medienauftritten unterstütze ich die Ständerätin dabei, kritische Fragen zu erörtern. Ganz häufig geht es der Ständerätin aber einfach darum,

eine Zweitmeinung oder eine politische Aussensicht einzuholen. Meistens telefonisch, selten im Bundeshaus. Weil wir uns kennen und vertrauen, ist klar: Ich sage, was ich denke – nicht, was sie vermeintlich gerne hören würde. Gleichzeitig sind die Rollen klar verteilt. Ich unterstütze und berate. Die Ständerätin entscheidet.

EIGENSCHAFTEN EINES

«PERSÖNLICHEN MITARBEITERS»

Unser Austausch hält sich nicht an Bürozeiten. Wie für andere Agenturkunden auch bin ich für die Luzerner Ständerätin in der Regel immer erreichbar. Auch am Sonntagabend, wenn der «Tatort» läuft. Die zeitliche Flexibilität braucht es, um ein guter Dienstleister und Sparringpartner zu sein. Ebenso gegenseitiges Vertrauen, politische Nähe, ein hohes Mass an persönlicher Loyalität, Diskretion und Vertraulichkeit. Einen «Persönlichen Mitarbeiter» zeichnet aus, dass er viel weiss und wenig sagt – nicht umgekehrt. ◇



Menschen bleiben zentral IM BANKING



Christoph Bugnon,
Vorsitzender der
Geschäftsleitung
Urner Kantonbank

Seit 2017 ist Christoph Bugnon CEO der Urner Kantonbank (UKB). Die eigene Handschrift als Führungspersönlichkeit ist ihm ebenso wichtig wie die Kompetenzen seiner Mitarbeitenden und die Anliegen der Kunden.

Was denken Sie: Was macht Sie als Mensch und Persönlichkeit aus?

Soweit ich das aus Feedbacks schliessen kann, werde ich als offener, positiver und geselliger Mitmensch wahrgenommen. Ich bin vom Typ her aktiv und manchmal zu direkt, aber auch sehr ehrlich – und gleichzeitig sehe ich vieles mit Humor.

Worauf legen Sie besonderen Wert im direkten Kontakt mit Mitarbeitenden?

Offenheit, Ehrlichkeit und Agilität sind mir auch bei Mitarbeitenden sehr wichtig. Ich fordere viel, lasse aber auch grosse Freiheit. Im Banking sind die regulatorischen Rahmenbedingungen sehr klar – deshalb halten wir die Leitplanken und Hierarchien in unserer Bank schlank. Wir begegnen einander auf Augenhöhe und agieren funktionsorientiert.

Wie können sich (Führungs-)Persönlichkeiten bei der UKB entwickeln?

Wir mögen bei der UKB Menschen, die etwas bewegen und erreichen wollen. Das Dreigestirn von Fach-, Methoden- und Sozialkompetenz ist in der neuen Arbeitswelt abgelöst worden von der Forderung nach Metakompetenzen: Selbstorganisation und -reflexion, Lern- und Kommunikationskompetenz, Resilienz, Anpassungsfähigkeit und digitale Grundkompetenz sind in Zukunft für uns alle unverzichtbar. Bei der UKB haben wir als achte Metakompetenz die Kundenfokussierung definiert. Wir unterstützen unser Team in der Stärkung und Anwendung dieser Metakompetenzen im Arbeitsalltag.

Im Marketing arbeitet man heute statt mit allgemeinen Zielgruppen vermehrt mit «Personas». Was halten Sie von dem Ansatz?

Klug definierte, archetypische Personas sind in der Tat das präzisere Werkzeug als die klassischen Zielgruppen. Wir nutzen es zum Beispiel beim Aufbau unseres Kundenerlebnis-Managements. In diesem Projekt lernen wir massgeschneiderte Customer Journeys und Touchpoints zu gestalten, die direkt auf die Bedürfnisse der verschiedenen Kunden ausgerichtet sind. Bei der Entwicklung des Projekts arbeiten wir konsequent mit Kunden-Personas. Auch die Bank selber muss in ihrer «Persönlichkeit» klar erkennbar sein.

«Man sieht Ihnen die Unbeschwertheit förmlich an.»
Gelassen, etwas verschmitzt, unvoreingenommen
und gespannt können nicht nur Kinder aussehen.



Und wie stark zeigt sich im realen Bankalltag die Individualität der Kunden?

Bankkundinnen und -kunden verändern sich genauso wie die Gesellschaft. Generell werden sie mündiger, informierter, aktiver und auch fordernder. Als Vertriebsbank kommen wir dem mit optimal auf die Kundenbedürfnisse ausgerichteten Dienstleistungen entgegen.

Mobile und E-Banking, Apps, Webinare statt Kundenapéros – ist das Bankgeschäft zu einer technischen Angelegenheit geworden?

Jein. Das einfache Transaktionsgeschäft wird immer digitaler, was durch Covid noch beschleunigt wurde. Twint zum Beispiel hat stark zugelegt und auch unser UKB-Video-service stösst auf positives Echo. Bei komplexeren Fragen oder wenn es um viel Geld geht, bleibt der persönliche Kontakt der Kundenberater sehr wichtig. Die Dualität von Online und Offline, Technik und Beratung in Balance zu halten, ist eine Herausforderung. Persönlich bin ich überzeugt, dass der bedeutendste Informationsvermittler der Mensch ist. ◇



«Das muss Ihnen doch nicht unangenehm sein!»
Manchmal bringen Worte in Verlegenheit, obwohl Sie ganz anders gemeint sind.

Ganz persönlich – AUCH IM SPITAL?

Persönliche Beziehungen sind in einem Spital mehr als ein Mittel zum Zweck. Menschliche Nähe ist sowohl für die Patientinnen und Patienten als auch für die Mitarbeitenden unabdingbar: Sie macht Mut, entfaltet Kraft und stiftet Sinn. Werte, die wir in der Hirslanden Klinik St. Anna auch im Rahmen des rasanten technologischen Wandels unbedingt bewahren wollen.



Martin Nufer,
Direktor Hirslanden
Klinik St. Anna

Wer schon einmal einen Unfall hatte, überraschend krank geworden ist oder eine unerwartete Diagnose erhalten hat, kennt das Gefühl: Von einem Moment zum nächsten ist nichts mehr wie vorher. Der Blick auf die Welt und das eigene Leben verschiebt sich, die Prioritäten werden neu geordnet. Im Spital sprechen wir vom «Sturz aus der Wirklichkeit», den unsere Patientinnen und Patienten in solchen Momenten erleben. Dass wir sie da sehr sorgfältig und vor allem auch persönlich – also mit viel menschlicher Nähe – begleiten und betreuen, ist eminent wichtig.

Persönliche Betreuung heisst in diesem Fall nicht, auf jede individuelle Frage eine Antwort zu haben. Oft ist das gar nicht möglich, weil wir die Antworten selbst noch nicht kennen. Die Qualität der zwischenmenschlichen Kommunikation ist dann umso wichtiger: Wir können die nächsten Schritte transparent beschreiben und den Menschen anbieten, diese Schritte mit ihnen gemeinsam zu gehen. Viele Patienten entlastet schon die Gewissheit, dass ihnen jemand zur Seite steht – persönlich und empathisch.

MITGEFÜHL ZU ZEIGEN KOSTET ENERGIE

Unseren Mitarbeitenden verlangt das viel ab. Mitgefühl zu zeigen bedeutet, menschliche Wärme auszustrahlen. Das kostet Energie. Zum Glück empfinden die allermeisten unserer Mitarbeitenden die Patientenbetreuung a priori als sinnhaft und motivierend. Darauf bauen wir auf. Im Spital müssen Menschen arbeiten, die ein echtes Interesse am Gegenüber und an der Seelsorge haben. In der Rekrutierung und Ausbildung neuer Mitarbeitender ist diese Freude und Fähigkeit, persönliche Beziehungen zu anderen Menschen aufbauen zu können, ein wichtiger Faktor. Entscheidend ist, dass wir es im Klinikalltag vorleben.

PERSÖNLICHE BETREUUNG IST BEDROHT

Der medizinisch-technische Fortschritt – so viele Vorteile er uns in der Diagnostik und in der Behandlung auch bringt – stellt in gewissem Sinne eine Bedrohung für die persönliche Betreuung im Spital dar. Die Leistungen, die wir erbringen, werden immer stärker fragmentiert, womit es für alle Beteiligten schwieriger wird, das grosse Ganze im Auge zu behalten. Massgebend ist immer die subjektive Erfahrung der Patientin oder des Patienten. Und diese bemisst sich nicht daran, wie eloquent ein Befund erläutert oder wie schnell eine Infusion gelegt wird. Sondern daran, wie empathisch und menschlich eine qualitativ hochstehende medizinische Behandlung erbracht wird.

Wir tun deshalb gut daran, der persönlichen Betreuung auch in Zukunft einen grossen Stellenwert einzuräumen. Das kostet Zeit und Geld. Aber wer in seinem Leben schon einmal aus der Wirklichkeit gestürzt ist, weiss: Im entscheidenden Moment ist es unbezahlbar. ◇

Wenn Trennen ZUM GEWINN WIRD

Sich von einem Mitarbeiter zu trennen, ist für alle Parteien immer eine anspruchsvolle Aufgabe: für den Betroffenen zuerst, aber auch für die Unternehmung und nicht zuletzt für die verbleibenden Mitarbeiter. Einen persönlichen Einblick gibt uns der Trennungsexperte Reto Smonig von newplace ag.



Reto Smonig,
Regionalleiter
Zentralschweiz
newplace ag

Wie wird man eigentlich Trennungsexperte?

In meinem Lebenslauf kommen verschiedene berufliche Neuorientierungen vor, und ich kenne all die damit verbundenen Gefühle aus eigener Erfahrung. Als ehemaliger Personaler in einer internationalen Maschinenbaufirma habe ich viele Trennungsgeschichten auch persönlich miterlebt. Diese Erfahrungen fliessen in meine Arbeit ein.

Was beobachten Sie: Wie gelingen Trennungen möglichst konstruktiv?

So ehrlich, offen und transparent wie möglich. Der Trennungsgrund muss klar und verständlich kommuniziert werden. Unterstützende Angebote können dabei helfen. Unternehmen ab 250 Mitarbeitenden sind dazu verpflichtet, einen Sozialplan zu haben, der den Kündigungsprozess regelt.

Eine vielgeschätzte und gute Möglichkeit ist auch, dem Betroffenen ein Angebot zur beruflichen Neuorientierung zu unterbreiten. Denn es gilt: Wie gut und sanft man es auch macht, jede Kündigung, ob nachvollziehbar oder nicht, hinterlässt Spuren beim Mitarbeitenden. Fragen wie «Warum ich?», «Ich bin nicht gut genug!» kommen auf. Wenn man nun einen Gekündigten gerade in dieser Phase der Selbstzweifel nicht alleine lässt, tun sich neue Möglichkeiten auf.

Was könnte das konkret bedeuten?

Die Unternehmung kann in diesem Moment die neutrale Funktion der Begleitung nicht mehr gut wahrnehmen. Hier könnten neutrale Personen ins Spiel kommen, die die Emotionen in der Trennungsphase auffangen.

Welche Erfahrungen machen Sie auf Seite Arbeitgeber? Was lösen Trennungen bei Unternehmen aus?

Ich beobachte, dass jede Kündigung – ob von einer oder mehreren Personen – wie eine Operation am offenen Herzen ist. Die Mitarbeitenden sind die wichtigste Ressource einer Firma. Darum ist jede Trennung schmerzhaft – auch für Arbeitgeber. Keine Unternehmung kann heute mehr eine Arbeitsplatzsicherheit garantieren, aber sie kann als Organisation garantieren, dass Trennungen sozial verträglich, transparent und wertschätzend erfolgen. Ein gut abgestimmter Trennungsprozess ist Teil einer guten Unternehmenskultur und minimiert Reputationsrisiken. Es gehört zum Geschäftsalltag, Leute zu rekrutieren, sie zu entwickeln und sich irgendwann wieder zu trennen, ob freiwillig oder unfreiwillig.

«Entschuldigung, sind Sie abgelenkt?»
Mangelndes Interesse lässt sich nur
schwer verstecken.



Gibt es noch andere Aspekte, die Ihrer Meinung nach bei Trennungen oft vergessen gehen?

Ja, ebenso wichtig sind die «Hinterbliebenen» im Team. Schlecht inszenierte Trennungen haben immer starke Konsequenzen für die Belegschaft. Ein Gefühl der Unsicherheit kann sich breitmachen. «Warum der?», «Bin ich der Nächste?», «Geht's der Firma nicht gut?». Hier ist eine proaktive Begleitung durch die Führungskräfte immens wichtig, denn sie tragen die Mitverantwortung. Auch jetzt, in dieser Pandemie, müssen alle Möglichkeiten zum Dialog genützt werden, so gut, wie es eben geht.

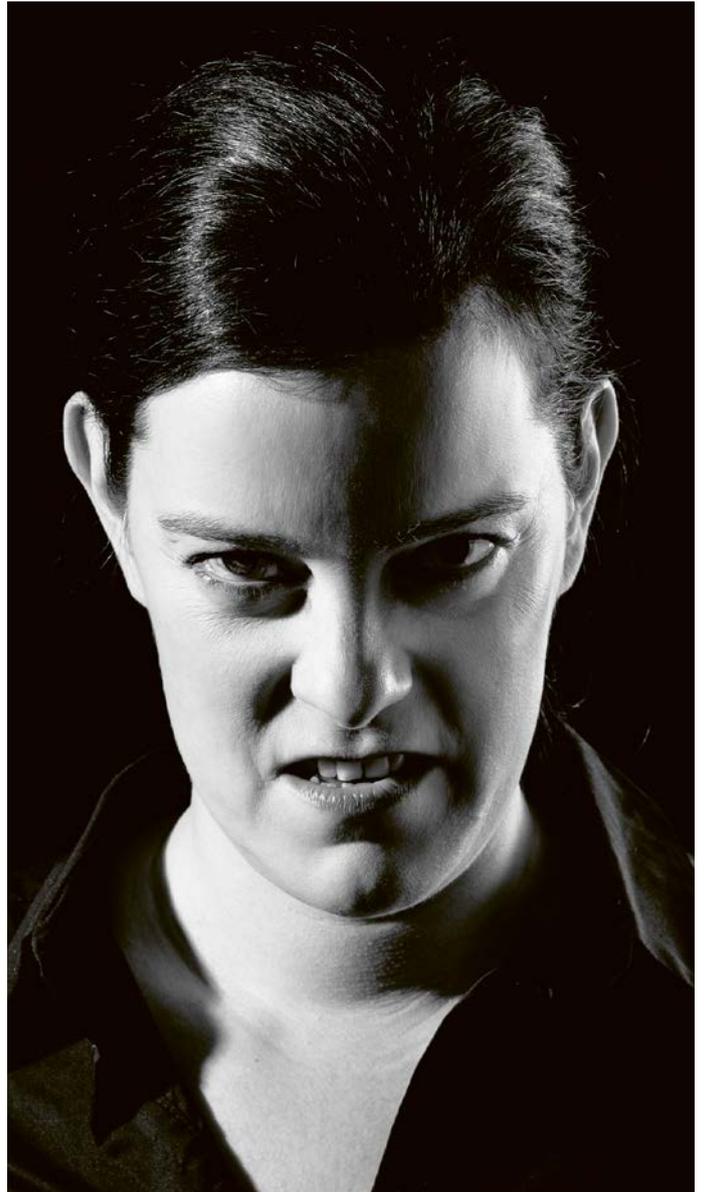
Ich bin überzeugt, dass durch die richtige und wertschätzende Begleitung dieser Prozesse für alle Beteiligten neue Chancen aufgehen können. Neue Horizonte können eröffnet, neue Perspektiven gewonnen werden. Denn das Trennungsmanagement ist nicht zuletzt ein Gradmesser der Unternehmenskultur. Das Trennen kann also zum Gewinn werden. ◇

Ausdruck von Persönlichkeit

Gesichtsausdrücke sind untrennbar mit der Persönlichkeit verbunden. Um Mimik erkennen und lesen zu können, braucht es den persönlichen Kontakt. Am Telefon fehlt die emotionale Regung, bei der Kommunikation am Bildschirm das Gefühl für die Stimmungslage des Gegenübers. Unsere Mimik spielt im persönlichen Miteinander eine wichtige Rolle. Aufregung, Stolz, Verwunderung, Überraschung, Verlegenheit, Trauer, Gleichgültigkeit, Wut, Nachdenklichkeit, Gereiztheit, Freude – all das steht uns häufig ins Gesicht geschrieben. So wird dieses zum Spiegel der Persönlichkeit. Und zum wichtigen Medium im persönlichen Kontakt.

Die Porträts sind in Zusammenarbeit mit der Luzerner Schauspielerin Dora Balog entstanden.





Persönlichkeit bei Lernenden: FÖRDERN UND FORDERN

Wie verändert sich die Persönlichkeit der Jugendlichen während der beruflichen Grundbildung, was beeinflusst sie und wie kann man ihre Entwicklung stärken? In den vergangenen Jahren hat sich einiges im Bereich der beruflichen Grundbildung verändert. Auch die aktuelle Corona-Pandemie fordert Lernende zusätzlich.



Priska Fischer,
Schulleiterin FREI'S
Schulen AG Luzern

Heute sind die Lernenden bei Antritt einer beruflichen Grundbildung meist 15 Jahre alt. In diesem Alter verfügen Jugendliche über einen jungen Entwicklungsstand und eine noch unausgereifte Sozialkompetenz. Erst im Laufe der beruflichen Grundbildung führt die Persönlichkeitsentwicklung zu einer gewissen Stärke hin, um im Berufsalltag bestehen zu können: mit Hilfe von Familie, Bekanntenkreis, Berufsfachschule und Lehrbetrieb. Das soziale Umfeld ist daher essenziell und der Druck entsprechend gross – vor allem zu Beginn der Ausbildung.

CORONA ERSCHWERT ENTWICKLUNGSPROZESS

Die pandemiebedingten sozialen Einschränkungen beeinträchtigen die jungen Lernenden im Prozess ihrer Persönlichkeitsentwicklung stark. So wird beispielsweise der Ablöseprozess vom Elternhaus erschwert durch Isolation, Quarantäne oder Risikopatientinnen und -patienten in der Familie. Gleichzeitig dürfen sich die Jugendlichen momentan nicht ausleben. Sie sind daher auf allen Ebenen massiv gefordert. Diese Überforderung lässt sich in der Zunahme von depressiven Erkrankungen bei Lernenden feststellen.

PERSÖNLICHER KONTAKT ZÄHLT

Erfreulicherweise hat der Fernunterricht von März bis Juli 2020 die Lernenden in ihrer Selbstkompetenz nicht nur gefordert, sondern auch gefördert. Grösstenteils lernten sie sehr schnell, sich selbst zu organisieren, und verhielten sich äusserst diszipliniert. Trotz allem war die Erleichterung über die Wiederaufnahme des Präsenzunterrichts gross: Die Jugendlichen genossen es, sich wieder mit Klassenkameradinnen und -kameraden direkt auszutauschen und gemeinsam zu lachen.

Auch der persönliche Kontakt zu den Lehrpersonen konnte wieder greifen. Denn nur im Präsenzunterricht können diese die Lernenden in ihrem Verhalten und in ihrer Entwicklung beobachten und individuell begleiten.



«Was machen Sie denn für ein Gesicht?»
Mimik ist nicht immer eindeutig.

LEHRPERSON ALS COACH

Die Anforderungen an die Schulen und Lehrpersonen werden immer komplexer. Heute müssen Lehrpersonen imstande sein, die Lernenden auf eine Gesellschaft und Wirtschaft vorzubereiten, die von ihnen erwartet, dass sie nicht nur selbstständig lernen können, sondern dass sie fähig und motiviert sind, sich während ihres ganzen Lebens weiterzubilden. Daher sind die Lehrpersonen neben der Wissensvermittlung zunehmend für die Gestaltung von Lernumgebungen zuständig, in denen die Lernenden eigenverantwortlich und selbstorganisiert lernen können – auch im digitalen Umfeld. Die persönlichen Gespräche, in denen Lehrpersonen und Lernende gemeinsam individuelle Ziele vereinbaren, sind dabei zentral. Damit übernehmen die Lehrpersonen verstärkt die Rolle der Lernbegleiterin oder des Lernbegleiters bzw. des Coachs.

AUCH UNTERNEHMEN SIND GEFRAGT

Unser duales Bildungssystem ist mit den drei Lernorten Lehrbetrieb, Berufsfachschule und überbetriebliche Kurse sehr anspruchsvoll. Von den jungen Lernenden wird viel erwartet, obwohl sie in ihrem Alter stark mit sich selbst beschäftigt sind. Sie sind daher immens gefordert, insbesondere in diesen Zeiten. Umso erfreulicher ist es, dass die Jugendlichen so gut mitmachen! Aber aller Wille hat auch Grenzen. Deshalb ist es wichtiger denn je, sie bewusst «an die Hand zu nehmen» und auch einmal «ein Auge zuzudrücken». ◇

Persönlicher Austausch ist EINE FÜHRUNGSKOMPETENZ

Die Arbeit prägt die Lebensweise der Menschen. Das war früher so und wird zukünftig immer mehr ins Zentrum rücken. Spätestens seit vergangenem Jahr – dem Beginn der Homeoffice-Pflicht – ist der Lebensmittelpunkt vieler arbeitender Menschen nicht mehr das Büro. Die Work-Life-Balance wandelt sich zu Work-Life-Blending: Arbeit und Freizeit verschmelzen.



Sonja Theiler,
Leiterin Human
Resources und
Mitglied der
Geschäftsleitung
zb Zentralbahn AG

Meine Erfahrung zeigt: Technisch ist dies einfach umzusetzen, wenn die IT bereit ist. «Always on» und «Remote Leadership» stellen für Führungskräfte jedoch eine neue Herausforderung dar, damit sie ihrer Verantwortung für die Arbeitssicherheit und Gesundheit ihrer Mitarbeitenden nachkommen können und die Resilienz (auch die persönliche) erhalten bleibt. Meines Erachtens erfordert dies neue Führungskompetenzen in die Teamführung, damit Ziele erfolgreich erreicht werden können.

PERSÖNLICHE BEZIEHUNGEN SIND ZENTRAL

Nebst Homeoffice bei Büroangestellten gibt es viele Mitarbeitenden, die in Werkstätten, Lagern und auf Strassen arbeiten – oder wie bei der Zentralbahn in Zügen als Lokführerinnen und Lokführer sowie Zugbegleiterinnen und Zugbegleiter unterwegs sind. Heisst diese herkömmliche Arbeitsweise, dass ihnen kein Wandel bevorsteht? «Jeder Kunde kann sich die Farbe seines Autos aussuchen, solange diese Farbe schwarz ist.» Das Zitat stammt vom amerikanischen Autopionier Henry Ford und steht für die Standardisierung von Produkten und einer durchgetakteten Produktion, die keine Abweichungen zulässt. Heute, in einer zunehmend von Technologie und Globalisierung beschleunigten Welt, in der Märkte immer volatil, unsicherer werden

und man für Kunden flexibel und auf individuelle Nachfrage produziert, sind persönliche Beziehungen zentral. Aus meiner Sicht sind für die Zentralbahn engagierte und motivierte Mitarbeitende in den Reisezentren sowie Zugbegleiterinnen und Zugbegleiter besonders wichtig. Sie stehen im direkten persönlichen Austausch mit unseren Fahrgästen. Sie kennen die Anliegen und Sorgen der Kunden und versuchen den vielfältigen Ansprüchen gerecht zu werden. Weniger am Puls des Geschehens, jedoch genauso wichtig, sind die Mitarbeitenden im Hintergrund. Nur gemeinsam kann ein hervorragendes und funktionierendes Angebot bereitgestellt und gefahren werden, damit unsere Kundinnen und Kunden hin und weg von der Zentralbahn sind. Dadurch rückt jede und jeder einzelne Mitarbeitende in den Mittelpunkt.



«Schön, dass ich Sie sehe!»
Freude überträgt sich leicht von einem Gesicht auf ein anderes.

Die Führungs- und Organisationskulturen verändern sich und setzen einen neuen Fokus auf die Auswahl der richtigen Mitarbeitenden und deren Begleitung und Befähigung. Die Zusammenarbeit in dezentralen Strukturen gepaart mit Wertschätzung, Respekt und Offenheit prägen die Unternehmenskultur. Auch bei der Rekrutierung von neuen Mitarbeitenden hilft die Technologie. Herkömmliche Instrumente wie das persönliche Gespräch werden auch in Zukunft einen wichtigen Stellenwert einnehmen.

ETABLIERTE FÜHRUNGSGRUNDSÄTZE VERÄNDERN SICH

Wie aber verändert sich die Rolle der Führungskräfte, wenn der persönliche Kontakt zum Mitarbeitenden weniger möglich ist und sich im Kontext von «Remote Work» verändert? Die Gegebenheiten der «neuen Normalität» stellen etablierte Führungsgrundsätze auf den Prüfstand. Wichtig scheint mir, dass drei Komponenten erhalten bleiben: aufgaben-, team- und beziehungsorientierte Führung. Der persönliche und strukturierte Austausch bleibt unersetzlich und ihm wird heute, durch die Pandemie geprägt, vielleicht sogar mehr Aufmerksamkeit geschenkt. Wer aus der Ferne führt, muss die Mitarbeitendenführung als seine wichtigste Aufgabe sehen. Es braucht zu einem Team einen engen Kontakt und eine Vertrauenskultur, um zu spüren, wie sich ein Team und der einzelne Mitarbeitende darin entwickelt. Nutzen wir also die Herausforderung der Zeit als Chance. Die aktive Auseinandersetzung mit «Remote Leadership» kann für positive Veränderungen in Organisationen sorgen und die Lebensqualität erhöhen. ◇

Meldungen

DER INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER ZENTRALSCHWEIZ IHZ

WECHSEL IM VORSTAND DER IHZ

An der Generalversammlung 2021 der IHZ wurden vier Zentralschweizer Persönlichkeiten neu in den Vorstand gewählt. Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit und begrüßen herzlich:



Marc Gläser
CEO Stöckli Swiss Sports AG, Malters

Stöckli ist die bekannteste Ski-Sport-Marke in der Schweiz und weltweit tätig. Seit 2014 leitet Marc Gläser als CEO das Unternehmen und hat in dieser Zeit erfolgreich eine strategische Neuausrichtung umgesetzt.



Dirk Lambrecht
CEO Dätwyler Holding AG, Altdorf

Anfang 2017 hat Dirk Lambrecht die CEO-Position des auf hochwertigen systemkritischen Elastomerkomponenten fokussierten Unternehmens übernommen. Bereits seit 2005 ist er im Dätwyler-Konzern tätig, zuletzt als Verantwortlicher für den Bereich Sealing Solutions.



Claudia Mattig
CEO Treuhand- und Revisionsgesellschaft Mattig-Suter und Partner, Schwyz

Seit 2011 leitet Claudia Mattig in dritter Generation das Unternehmen, das KMU und Privatpersonen in Treuhandfragen berät und begleitet. Sie ist zudem im Vorstandsausschuss der EXPERT-suisse tätig.



Adrian Steiner
CEO Thermoplan AG, Weggis

Die Karriere von Adrian Steiner bei der Thermoplan AG begann 1998 als Service-Leiter und führte 2009 zur Übernahme der CEO-Funktion des weltweit tätigen Kaffeemaschinenherstellers.

Die beiden IHZ-Vorstandsmitglieder Ruedi Reichmuth und Paul J. Hälg haben auf die Generalversammlung 2021 ihre Demission aus dem Vorstand der Industrie- und Handelskammer Zentralschweiz IHZ eingereicht. Ruedi Reichmuth, Verwaltungsratspräsident der CONVISA AG in Schwyz, wurde 2008 in den Vorstand der damaligen Zentralschweizerischen Handelskammer gewählt und übernahm seither im Ausschuss die Funktion als Finanzchef. Paul J. Hälg, Verwaltungsratspräsident der Dätwyler Holding AG in Altdorf, war seit 2010 im Vorstand tätig.

Die IHZ dankt Ruedi Reichmuth und Paul J. Hälg für ihre aktive und wertvolle Mitarbeit. Beide haben die Arbeit der IHZ in den vergangenen Jahren mitgeprägt und mitgestaltet. Sie werden zu einem späteren Zeitpunkt in gebührendem Rahmen verabschiedet, worüber wir im nächsten «zentralinfo» berichten werden.

RESULTATE DER IHZ-GENERALVERSAMMLUNG 2021

Auch in diesem Jahr musste aufgrund der Einschränkungen durch das Coronavirus die IHZ-Generalversammlung abgesagt werden. Über die Traktanden wurde erneut auf schriftlichem Weg abgestimmt. 288 Stimmberechtigte haben den Stimmbogen fristgerecht an die IHZ-Geschäftsstelle eingereicht. Neben der Wahl von Marc Gläser, Dirk Lambrecht, Claudia Mattig und Adrian Steiner in den Vorstand der IHZ wurde der Jahresbericht 2020 und die Jahresrechnung 2020 einstimmig genehmigt sowie die Decharge erteilt. Weiter wurden die Mitgliederbeiträge 2021 und das Budget 2021 genehmigt sowie die Balmer-Etienne AG als Revisionsstelle gewählt. Ebenso erfolgte die Wiederwahl der bestehenden Vorstandsmitglieder sowie von Präsident Andreas Ruch. Wir gratulieren den Vorstandsmitgliedern und dem Präsidenten zur Wahl und danken für ihr Engagement. Ihnen, liebe Mitglieder, danken wir für das Vertrauen. Dies motiviert uns besonders, uns weiterhin für eine starke und prosperierende Zentralschweiz einzusetzen.

IHZ-VORSTAND SAGT JA ZUM CO₂-GESETZ

Obwohl der IHZ-Vorstand im Grundsatz neue und höhere Abgaben, Regulierungen und Subventionen ablehnt, spricht sich der IHZ-Vorstand für das totalrevidierte CO₂-Gesetz aus. Das CO₂-Gesetz ist das wichtigste Schweizer Instrument zur Umsetzung des Klimaabkommens von Paris. Das Gesetz entwickelt die heutigen Instrumente weiter und füllt einige offensichtliche Lücken des heutigen Gesetzes. Die Änderungen führen zu transparenten und verlässlichen Rahmenbedingungen und sorgen für zusätzliche Wertschöpfung, indem es die Investitions- und Arbeitsplatzsicherheit der Unternehmen erhöht. Die IHZ empfiehlt deshalb am 13. Juni 2021 ein Ja zum CO₂-Gesetz.

NEGATIVE FOLGEN ÜBER DIE LANDWIRTSCHAFT HINAUS: NEIN ZU DEN BEIDEN AGRARINITIATIVEN

Der IHZ-Vorstand sagt Nein zu den beiden Volksinitiativen «Für sauberes Trinkwasser und gesunde Nahrung» und «Für eine Schweiz ohne synthetische Pestizide». Deren Umsetzung hätte negative wirtschaftliche Konsequenzen über die Landwirtschaft hinaus. In der derzeitigen angespannten Lage der Wirtschaft ist jede zusätzliche Belastung unverantwortlich.

UNERLÄSSLICH FÜR DAS KRISENMANAGEMENT: IHZ SAGT JA ZUM COVID-19-GESETZ

Der IHZ-Vorstand sagt Ja zum Covid-19-Gesetz, das für das Krisenmanagement und für die nahtlose Weiterführung der Hilfsmassnahmen auf nationaler und kantonaler Ebene unerlässlich ist. Die gesetzliche Grundlage regelt auch die Beihilfen an die Branchen und Arbeitnehmenden, die von den vom Bundesrat auferlegten Beschränkungen am meisten betroffen sind.

NEUE IHZ-MITGLIEDER

Seit der letzten Ausgabe des «zentralinfo» im März 2021 sind, unter anderen, nachfolgende Unternehmen der IHZ beigetreten.



Isabelle Aeschbacher,
Geschäftsführerin
OfficeWerft AG

OfficeWerft AG

Hochwertige und grosszügige Sitzungszimmer, Büros und Parkplätze an zentralster Lage in Luzern – das bietet die OfficeWerft fix oder auf Zeit. Das extra für Coronazeiten gebaute Sitzungszimmer mit Platz für 20 Personen ermöglicht Meetings auch in Pandemiezeiten endlich wieder persönlich – schnell erreichbar im Herzen von Luzern. Die vollständig möblierten Einzelbüros und Büros für bis zu 10 Personen eignen sich hervorragend für Startups von ehemaligen Führungskräften, kleineren Beratungsunternehmen, Anwälte oder Andere, welche sich auf ihr Kerngeschäft konzentrieren möchten. Die OfficeWerft kümmert sich professionell um alles Weitere, was für den täglichen Büroalltag benötigt wird.

Kontakt und Information:

www.officewerft.ch



Bianca Schmidt,
Co-Geschäftsführerin
Schmidt AG

Schmidt AG

Die Schmidt AG ist ein Unternehmen in den Bereichen Sanitär und Heizung. Seit fast 60 Jahren bietet der Familienbetrieb mit Sitz in der Stadt Luzern alle Dienstleistungen rund um die Beratung, Planung, Installation und Wartung von sanitär- und heizungstechnischen Anlagen. Von Einfamilienhäusern bis zu grossen Industriebauten plant und realisiert die Schmidt AG sämtliche Installationen. Das inhabergeführte Unternehmen mit rund 70 Mitarbeitenden gewährleistet seinen Kundinnen und Kunden eine persönliche Projektführung, direkte und kurze Kommunikationswege sowie eine nachhaltige, effiziente und qualitativ einwandfreie Projektumsetzung.

Kontakt und Information:

www.schmidtag.ch



Zeno Anz, Co-Founder
und Project Manager
Semoto GmbH

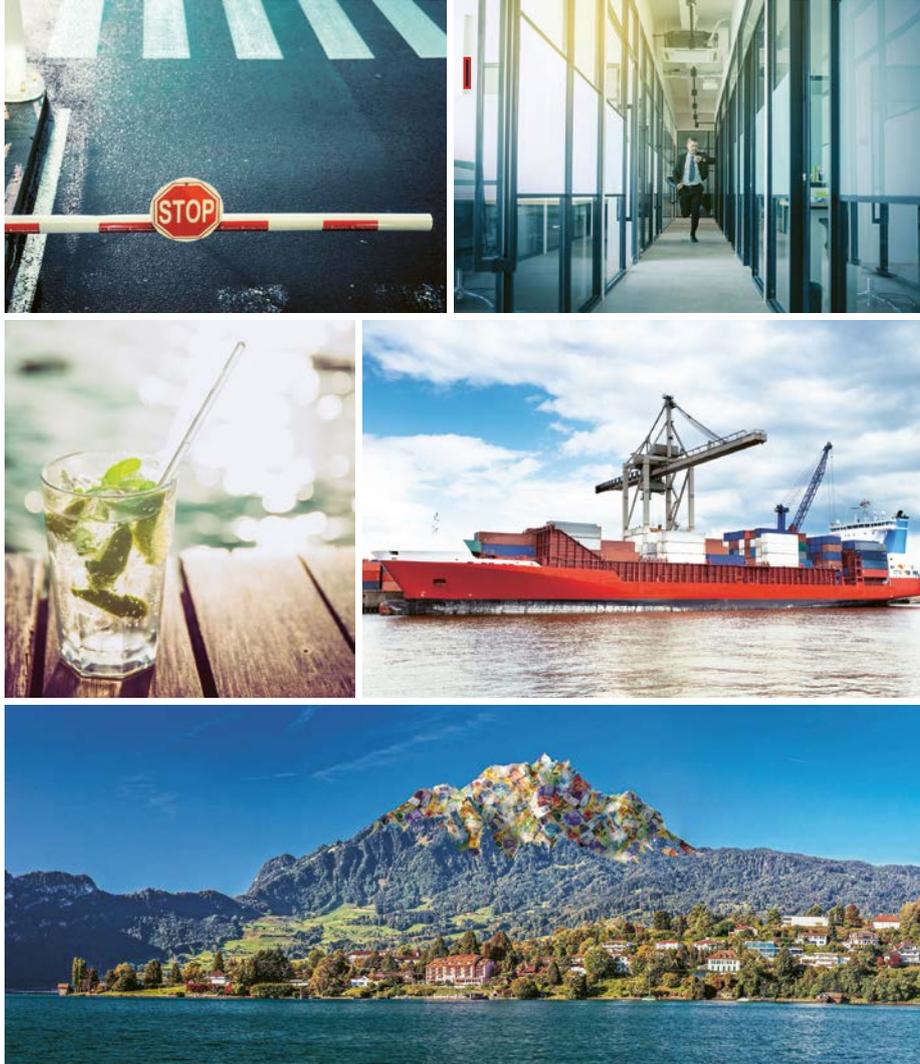
Semoto GmbH

Das Wort Semoto ist in der lateinischen Sprache seit über zweitausend Jahren ein Ausdruck für das Erreichen. Dies kann sich sowohl auf Ziele als auch auf Personen beziehen. Die Optimierung Ihrer Reichweite ist das primäre Ziel der Semoto GmbH, womit Sie nachhaltig mehr, vor allem aber auch die richtigen Kunden erreichen. Andererseits unterstützt Sie die Semoto GmbH bei der Erreichung der perfekten Identität für Ihre Marke. Die Branding-Experten der Semoto GmbH sind leidenschaftliche und kreative Talente, die nur ein Ziel haben: Ihrer Marke ein Gesicht zu geben.

Kontakt und Information:

www.semoto.ch

AKTIVITÄTEN DER IHZ IN DEN NÄCHSTEN MONATEN



Aktuelle Informationen zu Anlässen, Aktivitäten und Positionen der IHZ finden Sie auf unserer Website www.ihz.ch.

Kommende Highlights:

**IHZ-EXPORTSEMINAR
«SPEZIELLE
ZOLLVERFAHREN»**

17. Juni 2021,
09.00 – 16.30 Uhr,
Hotel Radisson Blu, Luzern

**KMU-TAGUNG «RASTLOSE
GESELLSCHAFT»**

2. Juli 2021,
08.30 – 12.15 Uhr,
Online-Veranstaltung

**IHZ-SOMMERAPÉRO
«BACK TO WORK»**

1. September 2021,
17.00 – 21.00 Uhr, Grand
Casino Luzern

**IHZ-EXPORTSEMINAR
INCOTERMS® 2020**

7. September 2021,
08.30 – 12.30 Uhr,
Hotel Radisson Blu, Luzern

**11. ZENTRALSCHWEIZER
WIRTSCHAFTSFORUM
«GELD BEWEGT - TREI-
BER FÜR DIE ZENTRAL-
SCHWEIZ DER ZUKUNFT»**

8. September 2021,
11.30 – 22.00 Uhr,
Pilatus Kulm und digital

/ IMPRESSUM

Herausgeberin

Industrie- und Handelskammer Zentralschweiz IHZ
Kapellplatz 2, 6004 Luzern

Redaktion

Monika Hegglin, Leiterin Events & Projekte IHZ

Gestaltung

FELDERVOGEL Kommunikation in Wirtschaft
und Gesellschaft AG, Luzern

Fotografie

Melchior Bürgi, FELDERVOGEL

Druck

Koprint AG, Alpnach Dorf

Ausgabe

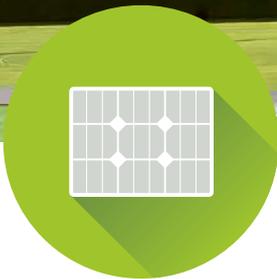
Juni 2021

Auflage

1'200 Exemplare

Sponsoren

Koprint AG	März 2020
Luzerner Kantonalbank AG	Juli 2020
auviso – audio visual solutions ag	September 2020
CONVISA AG	Dezember 2020
Reichmuth & Co Privatbankiers	März 2021
Centralschweizerische Kraftwerke AG	Juni 2021
JT International AG	September 2021
PKG Pensionskasse	Dezember 2021



SOLAR SO EINFACH, SO NACHHALTIG.

Starten Sie jetzt in die Energiezukunft. Beziehen Sie einfach Solarstrom vom Dach Ihres Unternehmens. www.ckw.ch/solar

CKW.