

Editorial



Jörg Marquardt
Wirtschaftsredaktor

Das Wandern ist des Händlers Lust

Sommerzeit ist Wanderzeit. Seit Jahren erlebt die Outdoor-Aktivität auch bei jüngeren Menschen eine Renaissance. Vorbei die Zeiten, wo Wanderer als bünzlig und furchtbar uncool verschrien waren. Die Outdoor-Branche hat die Zeichen der Zeit erkannt und durch ein immer breiteres und stärker ausdifferenziertes Sortiment gezielt gefördert.

Im grossen Interview erzählt Felix Bächli, der scheidende CEO der Bächli Bergsport AG mit Sitz in Nänikon, wie sich seine Branche entwickelt hat, seit er den Familienbetrieb vor 15 Jahren übernommen hat. Zu den einschneidendsten Veränderungen gehört dabei die wachsende Zahl von Webshops, die dem stationären Handel allenthalben das Wasser abgraben.

Trotzdem ist Bächli davon überzeugt, dass das klassische Ladengeschäft gerade im Outdoor-Bereich unschlagbare Vorteile hat, weil der Beratung durch geschultes Personal eben eine so hohe Bedeutung zukommt. Was ihnen aber zusetzt, so Bächli, sei das notorisch kurzfristige Kaufverhalten der Kunden. Das macht die Lagerhaltung für das Unternehmen umso anspruchsvoller.

Wer kann, sollte also nicht erst im letzten Moment losziehen und einen neuen Trekkingrucksack oder Wanderschuhe kaufen.

Die **nächste Ausgabe** von «RegionalWirtschaft» erscheint **am 18. August.**

Impressum

RegionalWirtschaft – ein Produkt der Zürcher Oberland Medien AG
Redaktion: Jörg Marquardt
Verkauf: Patrick Greuter (Leitung), Stv. Marcel Hofer, Ilona Steiner, Priska Forte, Christine Vogt, Jeannette Kammermann, Vivian Andres, Karin Ammann
Abonnemente: Susanna Limata (Leitung)
Kontakt: Redaktion: Tel. 044 933 33 33, regionalwirtschaft@zol.ch
Verkauf: Tel. 044 933 32 04, inserate@zol.ch

Carte blanche

Investition in Mitarbeiter: Nicht reden, machen!

Es gibt kaum eine Unternehmens-Webseite oder Arbeitgeberbroschüre, wo nicht der besondere Wert der Mitarbeiter herausgestellt und betont wird, man investiere in die Menschen, die für die Firma arbeiten. Das ist meistens sogar die Absicht. Aber in der Rechnungslegungspraxis passiert dann oftmals genau das Gegenteil.

Die sogenannte Investition in Form einer Weiterbildung muss als Betriebsaufwand ausgewiesen werden, damit erhöhen sich die Kosten, der Gewinn sinkt entsprechend, und das hat eine negative Auswirkung auf den Wert der Firma – also stellt sich die vermeintliche Investition nicht als wertsteigernd, sondern als wertvermindernd heraus. Aber nur in der Erfolgsrechnung. Tatsächlich sollte das Unternehmen ja von der Weiterbildung der Mitarbeiter profitieren, weil sie kompetenter geworden sind.

Eine Gruppe von Studierenden der HWZ Hochschule für Wirtschaft in Zürich ist in ihrer Diplomarbeit vor ein paar Jahren einmal der Frage nachge-

gangen, was sich in der Schweiz verändern würde, wenn wir beschliessen, dass Weiterbildungen ab einem bestimmten Mindestbetrag nicht mehr als Aufwand in der Buchhaltung erfasst werden müssen, sondern als Investitionen behandelt werden könnten.

In diesem Fall würde der erzielte Mehrwert aktiviert und müsste über einen zu definierenden Zeitraum abgeschrieben werden. Das würde zu interessanten Folgeüberlegungen führen: Wie lange hält denn das neue Wissen, das in der Weiterbildung erworben wurde? Ist es in zehn Jahren noch wertvoll, oder muss man es schneller abschreiben?

Eine weitere spannende Frage ist die Renditeüberlegung bei Weiterbildungen. Viele Firmen sind immer noch der Meinung, dass man den Mehrwert einer Weiterbildung nicht berechnen könne. Es ist auch tatsächlich nicht ganz einfach, aber möglich, wenn man zum Beispiel das 5-Stufen-Modell von Jack J. Philips zugrunde legt. Hier wird in der Stufe 1 das Erreichen der persönlichen Lernziele gemes-

sen, in Stufe 2 der Lernerfolg im Rahmen der Bildungsmassnahme, in Stufe 3 die Anwendung in der betrieblichen Praxis, in Stufe 4 der Erfolg der Anwendung, und schliesslich werden in Stufe 5 der Erfolg aus Stufe 4 dem Gesamtaufwand für die Weiterbildung gegenübergestellt.

Wäre es nicht an der Zeit, dass wir nicht mehr nur davon reden, in unsere Mitarbeiter zu investieren, sondern Weiterbildung auch tatsächlich so betrachten?

Wir könnten damit anfangen, regelmässig mit unseren Mitarbeitern über ihre fachliche und persönliche Entwicklung zu reden. Viele kleinere Unternehmen meiden solche Gespräche, weil sie befürchten, unerfüllbare Erwartungen zu wecken. Sie sollten es trotzdem tun, denn eine Wertsteigerung der eigenen Mitarbeiter wirkt sich auf den Unternehmenserfolg aus – und den brauchen alle.

Wer seinen Mitarbeitern die Weiterbildung verweigert, damit er sie vermeintlich nicht verliert, gleicht demjenigen, der die Augen schliesst und glaubt, dass man ihn dann nicht mehr sehen kann.



Matthias Mölleney ist Inhaber der HR-Strategieberatung Peoplexpert GmbH in Uster. Zudem leitet er das Center für HRM & Leadership an der HWZ Hochschule für Wirtschaft in Zürich.

«Das nationale Interesse erfordert einen enthusiastischen Gläubigen und keinen widerwilligen Rekruten.»

David Davis, ehemaliger Brexit-Minister, begründet seinen Rücktritt damit, dass Premierministerin Theresa May Grossbritannien in eine schwache Handlungsposition gegenüber der EU manövriert habe.

«Die Schweiz hat schlicht das Handelsvolumen nicht, um die USA zu beeindrucken.»

Johann Schneider-Ammann, Wirtschaftsminister, hält es nur für theoretisch möglich, dass die Schweiz die US-Importzölle auf Stahl- und Aluminiumprodukte mit Strafzöllen beantwortet.

Aktuelle Wirtschaftszitate

«Erfolg kann keine Entschuldigung dafür sein, sich nicht an EU-Verbraucherschutzregeln zu halten.»

Vera Jourova, Verbraucherschutzkommissarin, wirft dem US-Zimmervermittler Airbnb teils unklare Preisangaben und unzulässige Geschäftsbedingungen gegen EU-Recht vor.

«Politisch gesehen ist dies ein Licht inmitten der immer düster werdenden internationalen Politik.»

Donald Tusk, EU-Ratspräsident, reagiert, unmittelbar nach Abschluss des EU-Handelsabkommens mit Japan, auf den US-Präsidenten Donald Trump, der die EU als «Gegner» der USA bezeichnet hat.

«Ich habe mein Amt nach bestem Wissen und Gewissen ausgeführt.»

Patrik Gisel, scheidender Raiffeisen-CEO, tritt nach der Affäre um das Geschäftsgebaren seines Vorgängers Pierin Vincenz, die auch ihm starke Kritik einhandelte, per Ende Jahr zurück.

Wir haben die regionale Wirtschaft im Fokus – alle 14 Tage neu.

Beilage im «Zürcher Oberländer» und «Anzeiger von Uster»

RegionalWirtschaft