

RegionalWirtschaft

Zürcher Oberländer Anzeiger von Uster

Das Wirtschaftsleben in der Region

Freitag, 9. April 2021

Arbeit im Wandel

Die Pandemie eröffnet laut dem Ustermer Personalexperten Matthias Möllenen neue Wege.

5



Gefragter Käse

Hans Manser von Natürli Zürioberland berichtet von einer Umsatzverlagerung.

11

Glück im Unglück

Auf den Pfannenhersteller Kuhn Rikon aus Zell wirkte sich Corona positiv aus.

8

Aufschwung im Kempttal

«The Valley» ist der vollmundige Name für das einstige Fabrikareal im Kemptthal. Wie der Wandel zur Arbeitsstätte mit Lock-Effekt vorangeht, erzählt Entwickler Mikula Gehrig im Interview. **Seiten 2/3**



ANZEIGE

Persönlich – Familiär – Kompetent
PFLEGE IM ZENTRUM
Uns sind Sie auch während der Nacht nicht egal.
SPITEX PRIX SANTÉ – ZU IHREM WOHL
24h-Notrufsystem.
Gratis für unsere Spitex-Kunden.
PFLEGE IM ZENTRUM
PRIX SANTÉ
Neuwiesenstrasse 1, 8610 Uster
+41 43 466 94 64, www.prixsante.ch
24 STD
365 TAGE
Prix Santé
Unterstützung | Betreuung | Pflege

Gefahrgutfirma zügelt bald weg

Schwerzenbach Im Rahmen einer Nachfolgeregelung wird die Gefag Gefahrgutausbildung und -Beratung AG in Schwerzenbach mit der Ecoserve International AG im aargauischen Buchs zusammengelegt. Dies schreibt der bisherige Inhaber Ernst Winkler in einer Medienmitteilung. Er hat sämtliche Aktien bereits verkauft. Durch die Zusammenlegung sollen die personellen Ressourcen gebündelt und die Koordination im Prüfungswesen verbessert werden. Winkler bleibt der Gefag als Prüfungsexperte für Gefahrgutbeauftragte erhalten. Das Schwerzenbacher Team wird seit Kurzem von Buchs aus koordiniert. Dorthin wird die Gefag aus Synergiegründen Mitte Jahr zügeln. Die beiden Firmen sollen aber unabhängig bleiben. Auf Rückfrage teilt Winkler mit, dass die Gefag nur zwei festangestellte Mitarbeiter beschäftigt, von denen einer in Pension gehe. Die übrigen Mitarbeiter seien als Freelancer tätig und nicht vom Umzug betroffen. Ein Stellenabbau sei nicht geplant.

Impressum

RegionalWirtschaft – ein Produkt der Zürcher Oberland Medien AG
Redaktion: Jörg Marquardt, Manuela Frey (Produktion)
Verkauf: Marcel Hofer (Leitung), Viviane Andres, Hannes Frei, Jeannette Kammermann, Susi Pulver, Ilona Steiner, Christine Vogt
Abonnemente: Susanna Limata (Leitung)
Kontakt: Redaktion: Tel. 044 933 33 33, regionalwirtschaft@zol.ch
Verkauf: Tel. 044 933 32 04, inserate@zol.ch

ANZEIGE

**Unterhaltsreinigungen
Spezialreinigungen
Facility Services**

splendida
FACILITY SERVICES

Industriestrasse 25, 8604 Volketswil
info@splendida.ch, www.splendida.ch

Foto: Christian Merz

Schwerpunkt

«Dienstleister aus dem Rotlichtmilieu wird es hier sicherlich keine geben»



Es ist still geworden auf dem Firmenstandort «The Valley» in Kempththal. Wegen der Pandemie befinden sich viele Beschäftigte im Homeoffice, sagt Arealentwickler Mikula Gehrig. Von Stillstand könne

Lindau Mikula Gehrig ist zuständig für die Entwicklung des Fabrikareals in Kempththal zur modernen Arbeitsstätte «The Valley». Im Interview erklärt er, wie die Pandemie das Projekt verzögert und wie es trotzdem vorangeht.

Das einstige Maggi-Areal in Kempththal liegt wie eine Insel zwischen der S-Bahn-Trasse im Osten und der Autobahn sowie zwei Kantonsstrassen im Westen. Eine Insel der Seligen, um die die Pandemie einen Bogen macht, ist das Areal aber nicht. Wie die Transformation (siehe Box) zum modernen Arbeits- und Begegnungsort «The Valley» (deutsch: «Das Tal») unter diesen Umständen vorankommt, erzählt Mikula Gehrig, Immobilienentwickler der Mettler2Invest AG, im Interview. Er verantwortet die Arealentwicklung im Auftrag der MA Kempththal Besitz AG.

Hat Corona «The Valley» in ein Tal der Tränen verwandelt?

Mikula Gehrig: Nein, wir haben diese schwierige Situation bisher gut gemeistert. Während des Lockdowns im März 2020 ist Stille auf dem Areal eingekehrt. Das Personalrestaurant musste schliessen und auch die Silobar machte dicht. Ab April kamen dann aber plötzlich wieder vermehrt Anfragen für Büro-, Gewerbe- und Produktionsflächen. Auch jetzt ist das Interesse verschiedener Unternehmen ungebrochen. Ohne die Pandemie wäre es womöglich noch grösser ausgefallen.

Wie hoch ist die Vermietungsquote bei den Büroräumen?

Ende 2020 waren just 65 Prozent der vermietbaren Flächen vermietet – Tendenz steigend. Wir bleiben also definitiv nicht auf unseren Büroflächen sitzen. Wir halten weiterhin daran fest, einen sich gegenseitig belebenden und erfolgreichen Mix an Mietern aus verschiedenen Branchen zu generieren. Da kann man «The Valley» nicht mit dem Innovationspark Dübendorf vergleichen, der ein klares Cluster anstrebt.

Belastet der Homeoffice-Trend die Nachfrage nach Büroräumen?

Wir haben laufend Anfragen und spüren diesen Trend deshalb kaum. Gut möglich, dass es sonst noch mehr Anfragen gäbe. Langfristig wird sich wohl ein Mix aus Homeoffice und fixen Arbeitsplätzen etablieren. Davon werden auch wir profitieren. Momentan haben wir 103 verschiedene Mieter und steuern auf eine Auslastung von 70 Prozent zu. Die meisten der hier angesiedelten Firmen prosperieren.

Viele Start-ups geraten in finanzielle Not, weil Investoren ihr Geld Corona-bedingt zurückhalten. Sind Ihnen aus diesem Grund schon Mieter abgesprungen?

Das gab es nur vereinzelt. Unser zweiter «Food Hub» verzögerte sich deshalb. Allzu stark gemerkt haben wir dies in der Vermietung nicht. Das hängt aber auch immer von der Branche der Interessenten ab. Es ist aber auch so, dass wir die Entwicklung ohne Corona unter Umständen noch erfolgreicher vorangetrieben hätten.

Sind Sie noch im Zeitplan?

Der Businessplan ist auf zehn Jahre ausgerichtet. Darum kann ich klar sagen: Wir sind sehr gut auf Kurs – sowohl bei der Gesamtentwicklung des Areals als auch bei den Erträgen, die wir damit erzielen.

Sie sagten, Sie streben einen Mix an Mietern an. Heisst das, Ihnen ist egal, wer einzieht, solange die Gebäude nicht leer stehen?

Innovation ist uns genauso wichtig wie traditionelle Branchen. Wir möchten eine interessante Zusammensetzung auf dem gros-

sen Areal ansiedeln. Wir sind aufgrund der Pandemie nicht unter Druck, was die Mieteinnahmen anbelangt. Schliesslich wissen wir, dass Unternehmen wiederum andere Unternehmen anziehen. Deshalb sind uns zufriedene Mieter besonders wichtig. Dennoch kann es irgendwann zum Stillstand kommen. Für diesen Fall braucht es Reserven. Grundsätzlich schliessen wir keine Branchen kategorisch aus. Dienstleister aus dem Rotlichtmilieu wird es hier aber sicherlich keine geben.

Ein Augenschein vor Ort zeigt, dass noch nicht viel Leben eingekehrt ist. Warum hat sich die erhoffte Aussenwirkung, dieser Magneteffekt, nicht eingestellt?

Diese Wirkung ist definitiv vorhanden. Wir haben heuer bereits über 760 Arbeitende auf dem Areal. Nur arbeitet ein Grossteil davon im Moment noch von zuhause aus. Da spürt man natürlich eine gewisse Leere. Nach der Pandemie wird das Leben auch ins «Valley» zurückkehren – erst recht mit den verschiedenartigen Veranstaltungen, die in Zukunft, aber auch bereits dieses Jahr, geplant sind.

Sie wollen «The Valley» zum Veranstaltungsort machen?

Ja, wir verfügen inzwischen über einen Event-Manager, der bereits erste Kontakte mit Event-Agenturen geknüpft hat. Für 2021 können wir insgesamt 22 gebuchte Anlässe vorweisen – darunter ein Tesla-Meeting, ein Hybridtreffen, ein Maserati-Treffen, ein Oldtimer-Event, ein Anlass von Red Bull, eine Hochzeitsmesse oder die «Dolder Classics». Die bisher durchgeführten Anlässe haben uns durchweg positive Kritik eingebracht. Unsere Silobar wird auch für Konferenzen und Firmenanlässe genutzt. Natürlich ist es momentan noch schwierig, Events zu planen. Das Potenzial dieses ehemaligen Industrieareals als Veranstaltungsort ausserhalb der Stadt Winterthur ist auf jeden Fall gross.

«Die meisten der hier angesiedelten Firmen prosperieren.»

Vom Industrieareal zum modernen Arbeits- und Veranstaltungsort

Lindau Auf dem Areal direkt am Bahnhof Kempththal hat Julius Maggi seine Lebensmittel-Manufaktur errichtet, die insbesondere mit Würze berühmt wurde. Später wurde das Unternehmen erst in eine Holding umgewandelt und 1947 mit dem heutigen Lebensmittelgiganten Nestlé fusioniert.

2002 kaufte der Aromen- und Riechstoffhersteller Givaudan das Areal. Neben dem neuen «Business Center» für die Division Aromastoffe sollen auf dem Fabrikgelände mit den charakteristischen Backsteinbauten Arbeitsplätze, Büroräume und Verkaufsfächen für Start-ups und andere Unternehmen aus diversen Branchen entstehen.

2013 schreibt Givaudan das rund 100 000 Quadratmeter grosse Areal zum Verkauf aus, der Immobilienentwickler Mettler2Invest erhält den Zuschlag und übernimmt damit die Planung, Entwicklung und Vermietung dieses modernen Mikrokosmos, der unter dem Namen «The Valley» vermarktet wird. Diese Marke ist eine Anspielung auf das Kempttal, in

das das Areal eingefasst ist sowie das Silicon Valley, dem Standort grosser Technologieunternehmen wie Apple, Facebook und Google in der Nähe von San Francisco.

Zusammen mit der deutschen Motorworld Group gründet die Mettler2Invest AG die MA Kempththal Besitz AG, die den Grossteil des Areals Mitte 2018 übernommen hat. Das ganze Gebiet wird mit Hochleistungs-glasfasern und einer zentralen Wärmeversorgung erschlossen. Im Sommer 2019 eröffneten ein von der Migros betriebenes, öffentliches Personalrestaurant und der Givaudan-Campus mit «Innovation Center» und «Business Center».

Es folgten die Oldtimer-Verkaufshalle der Motorworld-Manufaktur sowie die Silobar mit Dachterrasse. Geplant sind zudem eine Jogging-Strecke, Mikromobility auf dem ganzen Areal, ein zentraler Platz sowie ein Hotel und ein Parkhaus. Ab circa 2026 soll die Vollvermietung mit rund 1500 Arbeitenden erreicht und die Entwicklung mit zusätzlichem Potenzial von Neubauten ergänzt werden. *mhu*

Nach der Eröffnung der Oldtimer-Manufaktur Motorworld und dem Start der Rooftopbar sollten auch eine Jogging-Strecke und Angebote im Bereich der Mikromobilität auf dem Areal eingerichtet werden. Was ist aus diesen Projekten geworden?

Die Jogging-Strecke hat aufgrund der Pandemie nicht oberste Priorität und muss noch warten. Im Bereich der Elektromobilität konnten wir mit «Urban Connect» einen tollen Partner finden. Mit ihm werden wir im Mai Elektro-Trottinets und Elektrovelos auf dem Areal zum primären Fortbewegungsmittel machen. Zudem sollen Elektroautos für alle zur Verfügung ste-



Für Mikula Gehrig ist der Branchenmix



aber keine Rede sein.

hen. Da sind wir auf Kurs. Zudem gibt es Interesse am Bau einer Sporthalle, wir konnten einen Fachbereich der Schweizerischen Technischen Fachschule Winterthur ansiedeln und wir stehen in Verhandlung mit zwei Privatschulen, die sich möglicherweise hier einmieten. Die grösste Entwicklung findet aber im Food-Bereich statt. Es haben sich einige Unternehmen hier angesiedelt, die die Forschung und Entwicklung von Lebensmitteln vorantreiben und im sogenannten «House of Food» zusammenarbeiten.

Können Firmen wie ein ETH-Spin-off, das Fleisch auf pflanzlicher Basis her-

«Nach der Pandemie wird das Leben auch ins «Valley» zurückkehren.»



wichtig bei der Vermietung. Bereits über 100 Firmen haben sich im «Valley» niedergelassen.

stellt, so von Synergien profitieren?

Generell arbeiten die Unternehmen im «House of Food» eng zusammen. Teilweise organisieren sie gemeinsame Materialbestellungen oder präsentieren ihre Produkte via dem Personalrestaurant oder in unserer Silobar. In dieser Gemeinschaft wird natürlich auch die Synergie mit der Aromawelt von Givaudan intensiv genutzt. Mittlerweile realisiert wurde das «Planted Bistro by Hiltl» – eine Kooperation der Jungunternehmer mit Gastronom Rolf Hiltl, dem das bekannte vegetarische Restaurant in Zürich gehört. Dass er hier draussen ein Engagement sucht, zeigt alleine, wie es um unsere Popularität steht. Darüber hinaus bringen wir unsere eigene Zeitschrift «The Valley Voice» heraus und sind auch in den sozialen Medien aktiv. Einen Schuss gezielter Vermarktung braucht es schon.

Als nächstes planen Sie einen zentralen Platz. Wozu?

Der «Valley Square» soll zwischen dem «House of Food» und dem Business Center von Givaudan entstehen und zu einem zentralen Treffpunkt werden und für unterschiedliche Eventkonzepte zur Verfügung stehen. Das Projekt sieht einen monolithischen Betonkörper als Platz mit hohen Bäumen zur Beschattung und zum Verweilen vor. Das Projekt ist bereits bewilligt. Der gut erschlossene Platz soll bis im September fertiggestellt sein.

Bis 2025 streben Sie eine Vollvermietung des Areals mit 1500 Arbeitenden an. Ist dieses Ziel nicht etwas hoch gesteckt?

Wir sind zuversichtlich. Allerdings möchte ich betonen, dass dies nur ein Richtwert ist. Mit dem Potenzial möglicher Neubauprojekte werden es dann vielleicht auch 2000 Personen sein. Es braucht stets viel Verhandlungsgeschick. Wir sind da als Arealentwickler sehr gut aufgestellt, dürfen uns aber nicht auf den Lorbeeren ausruhen und stecken uns gerne sportliche Ziele.

Interview: Marco Huber

Ticker

7. April: EWP will Führung entflechten

Illnau-Effretikon Das inhabergeführte Ingenieur- und Planungsbüro EWP mit Hauptsitz in Effretikon vermeldet einen Führungswechsel: Per 1. Juli übergibt CEO Benno Singer die Stafette an Fiona Trachsel. Damit leitet erstmals eine Frau das Unternehmen mit 150 Mitarbeitern an sieben Standorten in der Schweiz. Trachsel ist seit fast fünf Jahren zustän-

dig für die Unternehmenskommunikation. Mit der Übergabe verfolgt EWP laut Mitteilung drei strategische Ziele: die langfristige Nachfolgeregelung durch die Inhaber, die Konzentration von Co-Inhaber Singer auf seine Rolle als Verwaltungsratspräsident und die Entflechtung der operativen und der strategischen Führung des Unternehmens. [zo](#)

7. April: Neues Büro für Innenarchitektur

Aathal-Seegräben In Aathal öffnet am 13. April ab 10 Uhr ein neues Innenarchitekturbüro seine Türen. Die Vivere Innenarchitektur GmbH an der Zürichstrasse 17 ist im Dezember 2020 von

Marco Bischof und Christian Baggenstos gegründet worden. Ihre Dienstleistung umfasst neben der Planung im Bereich Innenarchitektur auch den Möbelverkauf. [zo](#)



Die erste Frau im VR: Nina Strapp-Aemissegger.

Foto: PD

1. April: Neue Chefin für Textilhändler

Turbenthal Die Eskimo Textil AG mit Hauptsitz in Turbenthal hat erstmals seit der Gründung 1854 eine Frau im Verwaltungsrat und an der operativen Spitze: Seit 1. April 2021 führt Nina Strapp-Aemissegger die Geschäfte des Familienunternehmens in der fünften Generation fort. Ihr Vorgänger Josef Schifferle hatte die Funktion des CEO ab Februar 2019 ad interim ausgeübt und ist nun nach 50 Jahren im Betrieb in den Ruhestand getreten. Laut Medienmitteilung war Strapp-Aemissegger zuletzt COO bei der in Deutschland, Österreich und der Schweiz tätigen Hutter Consult AG, wo sie

den operativen Geschäftsgang und den Ausbau der Digital-Marketing-Agentur verantwortete. Davor leitete die heute 33-Jährige eine Online-Marketing-Agentur in Winterthur mit 25 Mitarbeitern. In den letzten Jahrzehnten hat sich die Eskimo Textil AG von einem Textilproduzenten mit einst über 500 Mitarbeitern in den Fabriken Pfungen und Turbenthal zu einem Textilhandel gewandelt. Neben dem Verkauf von Textilien im eigenen Fabrikladen in Turbenthal vermietet das Unternehmen heute auch Wohn- und Gewerberäume in Turbenthal und Pfungen. [zo](#)

31. März: Panolin kontert Stahlknappheit

Russikon Sie sind das Markenzeichen von Panolin: die knallroten Ölfässer. Jetzt hat der Russiker Schmierstoffhersteller bekannt gegeben, bei seinem Hauptgebäude künftig mehrheitlich «rekonditionierte» 200-Liter-Fässer einzusetzen. Bei der Rekonditionierung werden Ölfässer wiederaufbereitet statt entsorgt, heisst es in einer Medienmitteilung.

Man habe schon länger mit dem Gedanken gespielt, die Fässer nachhaltiger zu gestalten. «Die aktuell weltweite Stahlknappheit beschleunigte nun die Umsetzung.» Laut Panolin sind Rohstoffmangel und Preissteigerungen zum Alltag geworden. Man

kämpfe Tag und Nacht, um die Lieferfähigkeit aufrecht zu erhalten. Die rekonditionierten Fässer verbessern die Versorgungslage und leisten einen Beitrag zum Umweltschutz: Durch die weitere Nutzung des Stahls würden pro Fass 46 Kilogramm CO₂ entfallen. Insgesamt rechnet die Panolin Gruppe mit einer Gesamteinsparung von rund 900 000 Kilogramm CO₂ im 2021. «Das entspricht in etwa 900 Flügen von Zürich nach Dubai.» Rund zwei Jahre hat Panolin laut eigener Aussage in die Weiterentwicklung investiert. «Ein Ziel war, die schöne Glanzlackierung wie bei einem Neufass zu erreichen. Dies ist uns nun gelungen.» [zo](#)

Fotos: Christian Merz

SPONSORING

Montage-Elektriker, Montage-Elektrikerin – ein Beruf mit Zukunft

Dank der Kombination von theoretischem Wissen und praktischen Erfahrungen bietet die Berufsbildung eine solide Ausgangslage für die Zukunft. Dies gilt vor allem für die Grundbildungen in der Elektrobranche.

Es gibt nur wenige Branchen, die in den letzten Jahren derart an Bedeutung gewonnen haben. Der Grund dafür ist einfach: Aufgrund der Digitalisierung brauchen wir heute in immer mehr Lebensbereichen Strom. Man

denke zum Beispiel nur an das eigene Smartphone, Tablet oder die Bluetooth-Kopfhörer. Oder an die neuesten Entwicklungen im Gebäudebereich: Immer mehr Geräte sollen miteinander vernetzt und Gebäude so zu intelli-

genten Stromverbrauchern oder gar Stromproduzenten werden. Kein Wunder also, dass junge und motivierte Berufsleute in der Elektrobranche gefragt sind.

Dies gilt auch für Montage-Elektrikerinnen und -Elektriker EFZ. Sie legen die Grundlagen, damit in Gebäuden und Industrieanlagen alles funktioniert. Die berufliche Praxis erwerben die Lernenden in ihrem Lehrbetrieb sowie bei

ihren Aufträgen bei der Kundschaft. Dazu gehören Privathaushalte genauso wie die Industrie und das Gewerbe. Die Arbeit ist entsprechend abwechslungsreich, und die Arbeitsorte wechseln. In Rohbauten verlegen sie Rohre und ziehen Stromkabel ein. Sie montieren Kabeltrassees, verbinden Apparate oder installieren elektrische Anlagen wie zum Beispiel Beleuchtungen und Geräte. Montage-Elektrikerinnen und

-Elektriker sind handwerklich geschickt und körperlich fit: Bohren und Fräsen gehören ebenfalls zum Arbeitsalltag.

Montage-Elektrikerinnen und -Elektriker EFZ werden in einem Elektroinstallationsunternehmen ausgebildet. Die Grundbildung dauert drei Jahre. Die Lernenden gehen einmal pro Woche in die Berufsschule. Dort werden die Themen Bearbeitungstechnik,

technologische Grundlagen (inklusive Mathematik), technische Dokumentationen sowie elektrische Systemtechnik unterrichtet. Während der Grundbildung nehmen die Lernenden an drei überbetrieblichen Kursen teil. Nach der Lehre steht den Montage-Elektrikerinnen und -Elektrikern EFZ eine Vielzahl von Weiterbildungsmöglichkeiten offen. Die berufliche Zukunft ist so gesichert. elektriker.ch



Montage-Elektriker im Einsatz auf der Baustelle.

Foto: PD

Nachgefragt



Simon Huber, ausgebildeter eid. dipl. Elektroinstallateur, arbeitet als Projektleiter Elektro bei der Firma Hustech.

Was für Fähigkeiten muss man für den Beruf Montage-Elektriker mitbringen?

Simon Huber: Um die Montage- und Rohbauarbeiten ausführen zu können, sollte man eine gewisse handwerkliche Begabung besitzen. Eine körperliche Robustheit ist ebenfalls von Vorteil, da man bei jedem Wetter auch draussen arbeiten muss. Zudem sind Teamfähigkeit, Kreativität und ein Interesse für Technik gefragt.

Wie unterscheidet sich die Arbeit eines Montage-Elektrikers von der eines Elektroinstallateurs?

Der Hauptunterschied ist, dass der Elektroinstallateur die Bauleitung übernehmen kann und der Montage-Elektriker nicht. Zudem unterscheiden sich die Ausbildungen zu den beiden Berufen. So ist die Lehre zum Mon-

tage-Elektriker ein Jahr kürzer und auch der Schulstoff weniger umfangreich. Aber viele Arbeiten auf dem Bau werden gemeinsam ausgeführt.

Welche Erfolgserlebnisse und Herausforderungen erlebt man?

Die erfolgreiche Inbetriebnahme einer Installation oder Anlage ist immer ein schöner Moment. Zu sehen, dass aus einer Idee auf dem Plan eine funktionstüchtige Installation wurde. Es ist auch immer sehr spannend, ein neues Projekt angehen zu können. Jeder Tag bringt neue Herausforderungen und teils auch Überraschungen, die man bewältigen darf. Eine besondere Herausforderung stellt die Arbeit mit dem Strom dar. Da gilt es, Normen und Vorschriften exakt einzuhalten, damit die Sicherheit immer gewährleistet ist.

In welche Richtung entwickelt sich der Beruf?

Es gibt eine starke Entwicklung in Richtung Gebäudeautomation, Smarthome, Photovoltaikanlagen und natürlich in Richtung Energiemanagement und E-Mobility. Die Sicherheitsanforderungen werden immer komplexer, und der Beruf des Montage-Elektrikers wird auch in Zukunft spannend bleiben und sich weiterentwickeln.

Lehrstellen mit Power!



Bei uns findest du eine Lehrstelle als

- Gebäudeautomatiker/-in
- Elektroinstallateur/-in
- Montageelektriker/-in
- und Elektroplaner/-in



Wir sind ein Arbeitgeber mit Blick in die Zukunft und freuen uns auf motivierten und engagierten Nachwuchs!

www.hustech.ch



Elektro | Gebäudeautomation | Energiemanagement

Die Schibli-Gruppe bietet Lehrstellen für:

- Elektroinstallateur/in EFZ
- Montage-Elektriker/in EFZ
- Zusatzlehre Elektroinstallateur/in EFZ
- Elektroplaner/in EFZ
- Gebäudeinformatiker/in EFZ
- Informatiker/in EFZ
- Automatiker/in EFZ
- Automatikmonteur/in EFZ
- Kauffrau / -mann EFZ

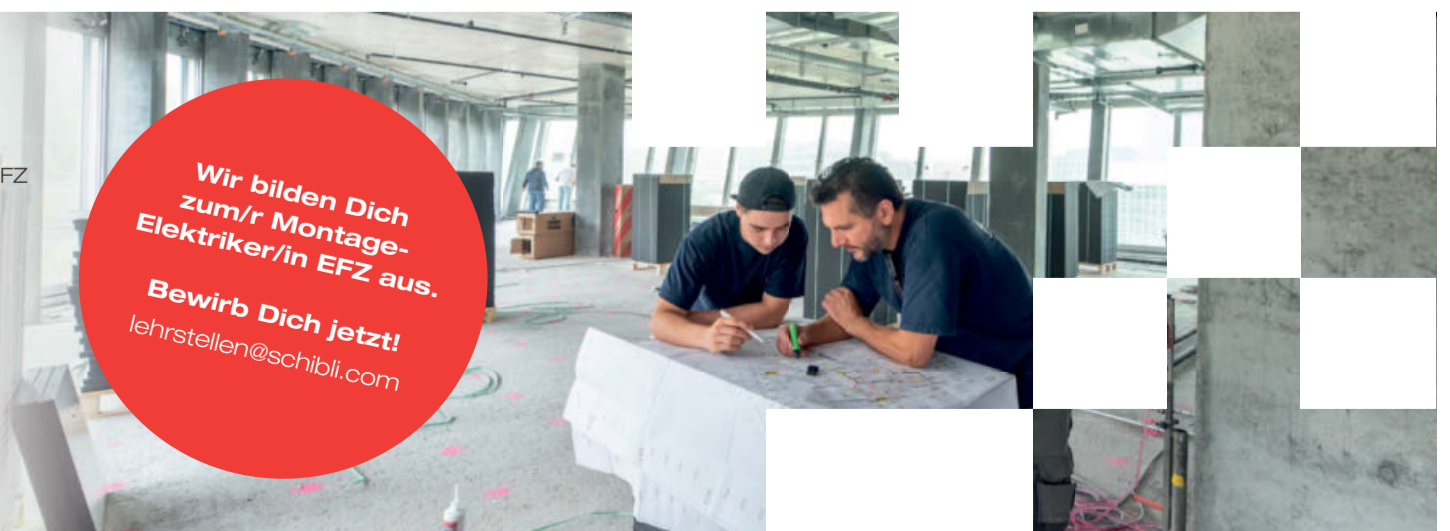
Erfahre mehr über die Ausbildung bei uns und werde Schiblianer.

www.schibli.com/karriere/ausbildung

schibli

www.schibli.com
rundum verbindlich.

Wir bilden Dich zum/r Montage-Elektriker/in EFZ aus.
Bewirb Dich jetzt!
lehrstellen@schibli.com





Wirtschaft aufs Ohr



«Die mentale Bereitschaft für neue Modelle ist grösser»

Matthias Mölloney

Inhaber der Beratungsfirma Peoplexpert GmbH in Uster



Uster Die Corona-Pandemie hat das Homeoffice von der Ausnahme zur Regel gemacht. Was diese Entwicklung für unsere Arbeitswelt bedeutet, schildert der Ustermer Personalexperte Matthias Mölloney im Interview.

Der erste Corona-Lockdown Mitte März 2020 hat das gesellschaftliche Leben durchgeschüttelt. Die Pandemie zwingt die Menschen seit über einem Jahr zum Improvisieren und Neuorganisieren – beruflich und privat. Kaum irgendwo treten die Veränderungen so deutlich zutage wie im Homeoffice, wo Beruf-

liches und Privates zusammenfallen.

Welche Chancen und Risiken in der «Remote Work» (deutsch: «Fernarbeit») liegen, weiss Matthias Mölloney. Er ist ein gefragter Experte für alles rund um die Themen Personal- und Unternehmensführung. 2005 gründete Mölloney die Beratungsfirma Peoplexpert in Uster und leitet seit 2010 das Center für Human Resources Management & Leadership an der HWZ Hochschule für Wirtschaft in Zürich. Grosse Bekanntheit erlangte er als letzter Personalchef der Swissair. Er kennt sich also aus mit Krisen.

Auf einer Skala von 1 bis 10: Wie Homeoffice-müde sind Sie nach über einem Jahr Pandemie?

Matthias Mölloney: Ich persönlich gebe mir eine 6 bis 7. Es ist

noch okay, aber ich würde mich freuen, Menschen wieder einmal physisch zu sehen. Zugleich erlebe ich einen «Backfire»-Effekt in der Kommunikation mit anderen, die im Homeoffice sind. Wenn es ihnen nicht gut geht, färbt dies auch ein bisschen auf mich ab.

Was heisst Homeoffice in Ihrem Fall?

Mein grosses Glück ist, dass ich zwei Homeoffices habe. Nach dem Auszug unserer Kinder vor einigen Jahren verkauften wir unser Reihenhäuschen und pendeln seither zwischen zwei kleinen Wohnungen hin und her, eine in Uster, eine in Graubünden. Das ist natürlich kein Modell für alle, das ist schon privilegiert. Letztlich muss jeder seinen eigenen Weg finden, mit der Homeoffice-Situation klarzukommen. Dabei besteht die Schwierigkeit weniger in der «Remote Work» an sich. Es ist vielmehr so, dass sich bei vielen Leuten das «Home» nicht für ein «Office» eignet.

Hatten Sie kuriose Homeoffice-Erlebnisse?

Ich unterrichte viel an der HWZ und lege Wert darauf, dass alle Teilnehmer über weite Teile des Unterrichts hinweg ihre Kamera einschalten. Da erlebe ich interessante Geschichten. Eigentlich müsste man ein Buch darüber schreiben: «Eine Reise durch die Schweizer Homeoffices». Es ist erstaunlich, wie man sich selber bei den Vorurteilen erwischt.

Gibt es ein lustiges Beispiel?

Bei einigen Leuten hätte ich erwartet, dass ihr Zuhause genauso akkurat aussieht wie ihr Büro, alles sauber geordnet. Und dann sitzen sie in einer Abstellkammer, in der ich mich nicht wohlfühlen könnte. Andere wandern, wenn die Sonne rauskommt, mit ihrem Laptop nach draussen auf die Terrasse. Das erzeugt bei den übrigen Teilnehmern ab und zu Neid.

Als es 2020 flächendeckend mit dem Homeoffice losging, schlug Ihr Herz als Personal-Experte da höher, weil Sie dachten: «Endlich passiert mal was», oder schrillten bei Ihnen die Alarmglocken?

Beides. Zunächst gab es vielerorts eine positive Bewegung. Bis anhin hatten die Firmen kein Homeoffice zugelassen und wenn doch, dann nur mit Einschränkungen und besonders guten Gründen. Auf einmal durfte man nicht nur ins Homeoffice, sondern sollte es auch. Zwei Dinge hatten jedoch einen negativen Einfluss: zum einen die anfängliche Kombination mit dem Homeschooling, zum anderen die Plötzlichkeit. Die Firmen hatten keine Möglichkeit, ihre Führungskräfte darauf vorzubereiten. Viele sind noch mit dem klassischen Führungsverständnis unterwegs: Die Mitarbeiter sind da, ich sehe sie und gebe ihnen Anweisungen, setze Ziele und kontrolliere nachher, ob sie erreicht worden sind. Dieses traditionelle Führungshandeln setzt physische Anwesenheit voraus.

Hat die Pandemie eine neue Ausgangslage für Ihre Arbeit geschaffen?

Neue Arbeitsmodelle zu etablieren, ist genau gleich schwierig wie vor der Pandemie, aber die mentale Bereitschaft ist grösser. Ich

denke etwa an eine Behörde, mit der ich schon seit Jahren zusammenarbeite. Sie hat Kontrollfunktionen auf staatlicher Ebene. Noch im Februar letzten Jahres hätten dort alle unterschrieben, dass Homeoffice in ihrem Geschäft gar nicht geht. Spätestens seit April 2020 wissen sie: Es geht eben doch.

Interview: Jörg Marquardt

ReWi-Podcast mit Matthias Mölloney

Bei dem Artikel handelt es sich um einen Auszug aus dem Podcast-Interview mit Matthias Mölloney. Das ganze Interview ist auf zueriost.ch/sendungen/rewipodcast und auf Spotify zu hören. Der Podcast rückt Unternehmen aus der Region und ihre Führungspersönlichkeiten in den Mittelpunkt. Wer einen Gesprächsgast vorschlagen oder ein Feedback abgeben möchte, schreibt eine E-Mail an joerg.marquardt@zol.ch.

Carte blanche

Ökumenisch oder ökonomisch?

Verflixte Fremdwörter. Ökumenisch gehört zur Kirche und ökonomisch zur Wirtschaft – oder wie genau?

Also beginnen wir von vorne, nicht bei Adam und Eva, aber bei den Griechen: Ökonomie heisst wörtlich übersetzt Hausordnung und meint die Haushaltsführung. In dem griechischen Ausdruck stecken die beiden Wörter *oikos* für Haus und *nomos* für Norm oder Regel. Bereits die Menschen der Antike wussten: Es braucht Regeln und Sachverstand, um einen Haushalt erfolgreich zu verwalten. Das gilt im Kleinen genauso wie im Grossen, für den privaten wie den Staatshaushalt.

Die Menschen der Antike dachten aber noch grösser: Sie sprachen auch von Oikumene

und meinten die behaute oder bewohnte Erde, sozusagen die ganze Welt unter einem Dach eines einzigen globalen Haushalts.

Später wurde säuberlich auseinanderdividiert, was früher einmal zusammengehörte und zusammengedacht wurde: Der Haushalt wurde zur Privatangelegenheit, die Ökonomie zur Sache der lokalen, nationalen und internationalen Wirtschaft und die Ökumene zur Angelegenheit der weltweiten christlichen Kirchen. Die Kirchen haben immer an diesem Gedanken des weltweiten Zusammengehörens festgehalten. In der rasanten Globalisierungsphase nach 1989 wuchs dann auch die Weltwirtschaft wieder zusammen. Sie machte, Hand in Hand mit der Digitalisierung, aus der einst weitentfernten, fremden Welt das überschaubare «globale Dorf». Heute kön-

nen wir virtuell an jedem Ort der Welt Kontakte knüpfen, Informationen einholen oder einkaufen.

Ein solcher Haushalt, das «globale Dorf», ist aber oft kein wirklicher Ort zum Leben. Was ihm fehlt, ist viel von dem, was ein Leben gut und erstrebenswert macht: Vertrautheit, Gemeinschaft, Freiheit, Selbstbestimmung, Sicherheit, Respekt, Vertrauen und Aufgehoben-Sein. Für diese Güter braucht es ökonomisch-materielle Grundlagen, aber sie selbst können weder erwirtschaftet noch gehandelt werden. Sie müssen in einer konkreten Gemeinschaft geschaffen und bewahrt werden. Arthur Rich hat es einmal so zusammengefasst: «Es kann nicht wirklich menschengerecht sein, was nicht sachgemäss ist, und nicht wirklich sachgemäss, was dem Menschen-

gerechten widerspricht.» Darüber muss in beide Richtungen diskutiert und manchmal auch gestritten werden. Deshalb forderte der grosse Zürcher Theologe und Wirtschaftsethiker: «Man muss die Ökonomen möglichst ethisch und die Ethiker möglichst ökonomisch machen.»

Längst gehört die Wirtschaftsethik zum festen Bestandteil nicht nur der Theologie, wo sie – in den Klöstern – ihren Ursprung hat, sondern auch der ökonomischen Wissenschaften. Viele Unternehmen, vom KMU bis zu den grossen internationalen Firmen, leisten für unsere Gesellschaft und unseren Wohlstand sowohl lokal als auch global einen wichtigen Beitrag. Wir alle sind als Kunden mit unseren privaten Haushalten (*oikos*) eingebunden in globale Lieferketten. So verschränken sich unsere private und die internationale Ökonomie zu einer auch wirtschaftlichen Ökumene.

Ökonomisch oder ökumenisch? – Beides! Die Welt wächst

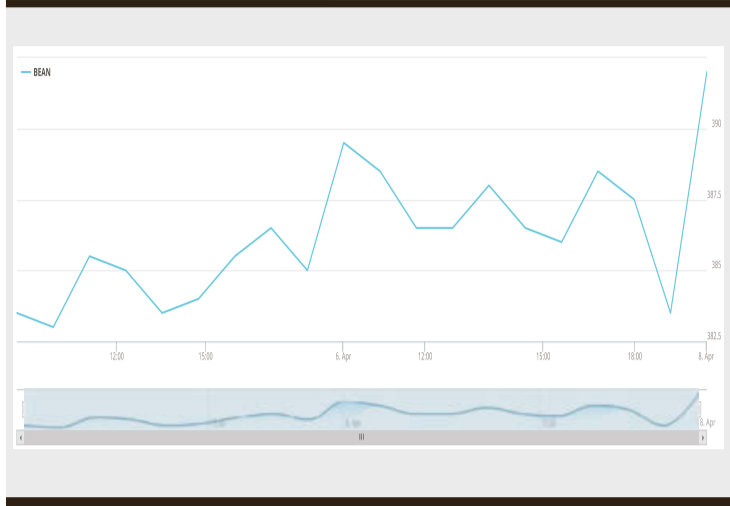


Rita Famos ist seit 2021 Präsidentin der Evangelisch-reformierten Kirche Schweiz (EKS). Sie lebt in Uster.

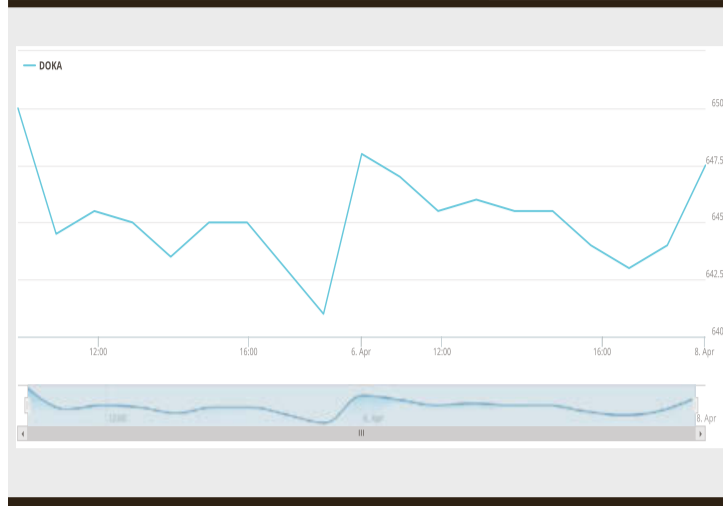
nicht nur wirtschaftlich zusammen, sondern auch im Ethischen, sei es in den Bereichen Nachhaltigkeit, Umweltfragen oder Menschenrechte. Das ist eine gute Entwicklung, die die Kirchen mit

ihrer langen ökumenischen Erfahrung fördern und begleiten – damit es nicht nur uns allen und unserem Land besser geht, sondern auch «dene, was weniger gut geht.»

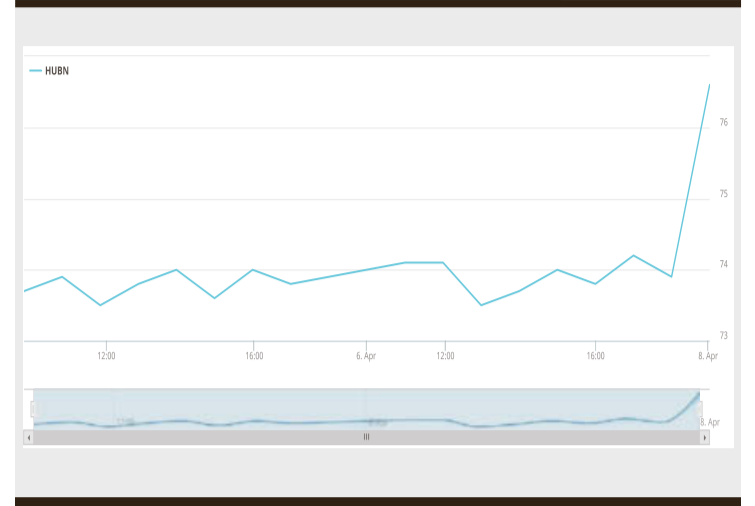
Belimo, Hinwil



Dormakaba, Wetzikon



Huber + Suhner, Pfäffikon



Diversifikation zahlt sich für Givaudan aus

«Givaudan erreichte Ausgezeichnetes», sagt Ursula Mengelt von der Mengelt Vermögensverwaltung in Uster. Trotz der Pandemie-bedingten unzähligen Herausforderungen sei es dem Dübendorfer Aromen- und Riechstoffhersteller 2020 gelungen, Umsatz und Profitabilität gegenüber dem Vorjahr zu steigern und auch die Ziele für die Strategieperiode 2016 bis 2020 zu erreichen.

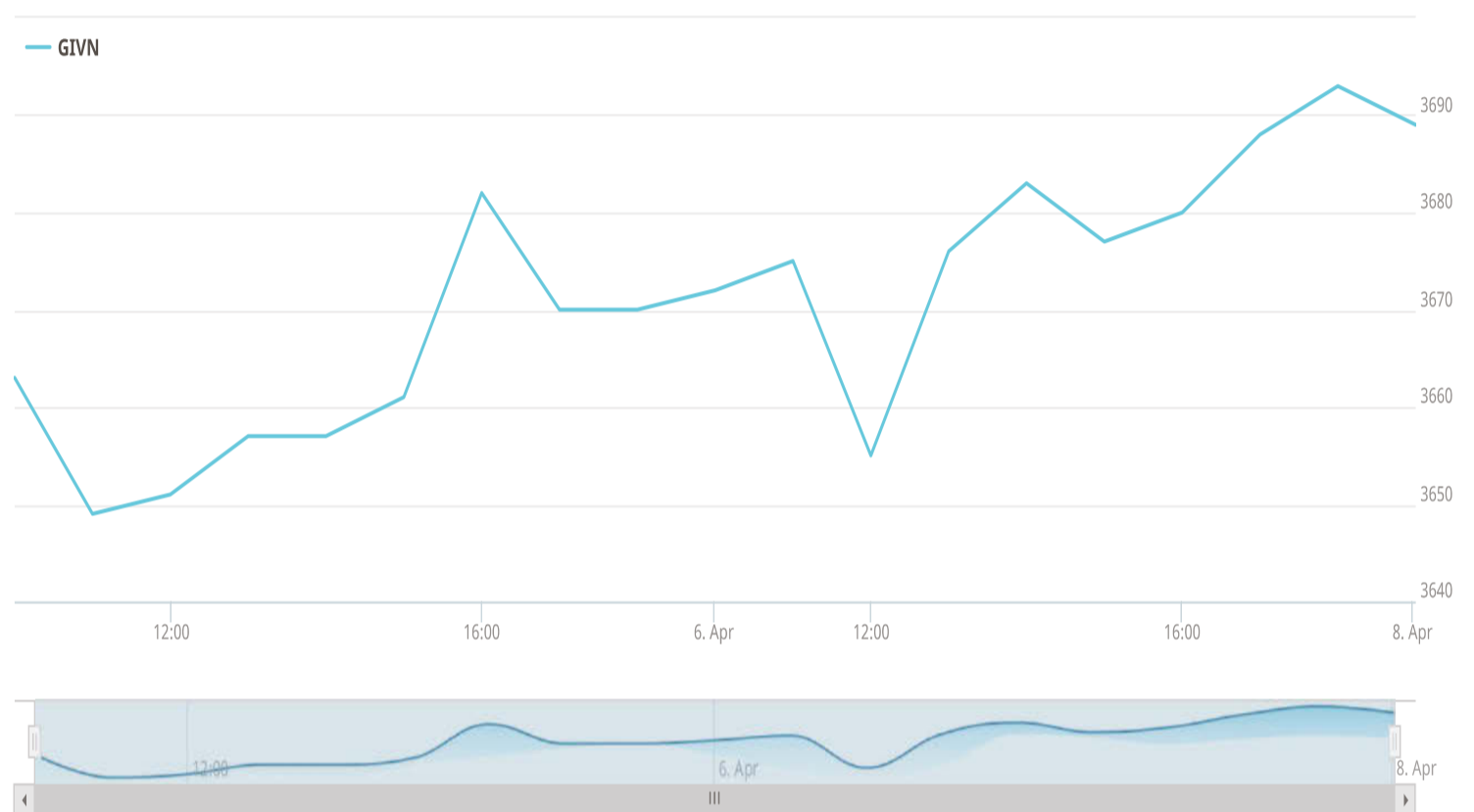
So betrug das organische Umsatzwachstum 4 Prozent, während sich die Ebitda-Marge um 130 Basispunkte auf 22,8 Prozent verbesserte. «Möglich machte dies das austarierte Produktportfolio», so Mengelt. Die erhöhte Nachfrage im Nahrungsmittelsektor (etwa Snacks oder Fertiggerichte) und bei der Haushalts- und Körperpflege konnten so die Rückgänge im Bereich Food-Services (Gastronomie) und Luxusparfümerie infolge der Lockdown-Massnahmen auffangen.

«Auch die regionale Diversifikation zahlt sich aus.» Mengelt

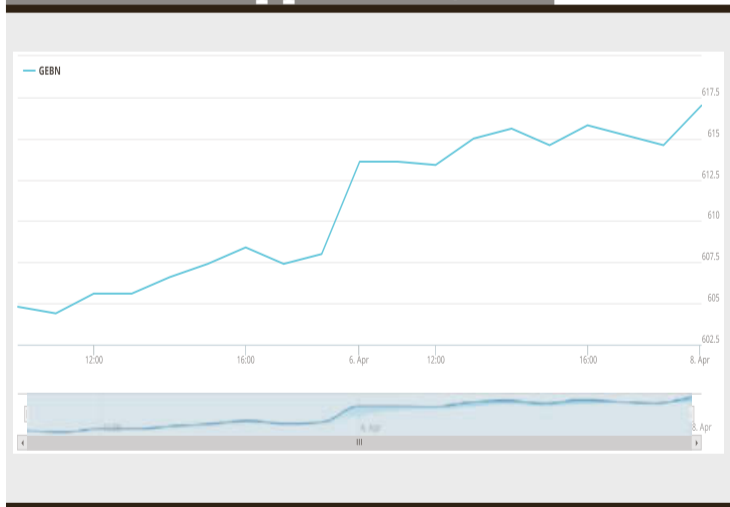
weist darauf hin, dass sich die Nachfrage in den USA, Lateinamerika und China stark entwickelte und so ein Gegengewicht zum schwächelnden Geschäft in Indien oder Indonesien bildete. Sollten die Impfungen den Weg zurück zur «Normalität» ebnen, rechnet sie mit einer Erholung im Bereich Food-Services und Luxusparfümerie sowie mit intakten Wachstumsperspektiven.

«Die stattlich bewertete Aktie widerspiegelt die Qualität der Firma», sagt Mengelt. «Gerade heute sind Aktien mit guter Visibilität gefragt, daher liegt weiteres Kurspotenzial drin.» jöm

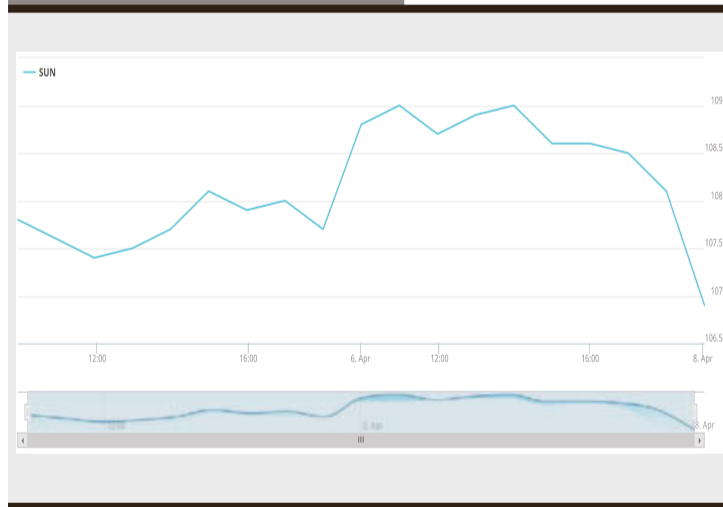
Givaudan ist der globale Marktführer in der **Herstellung von Aromen und Riechstoffen**. Der Konzern bedient hauptsächlich Nahrungsmittelkonzerne und Anbieter von Haushalts- und Körperpflegeprodukten.



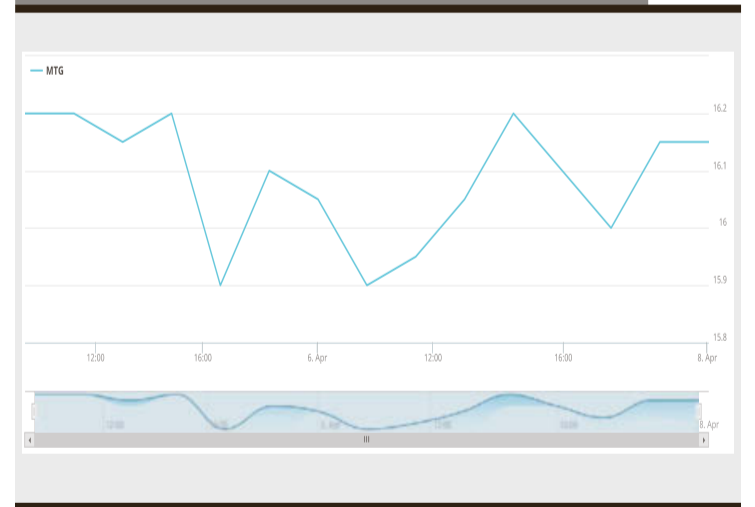
Geberit, Rapperswil-Jona



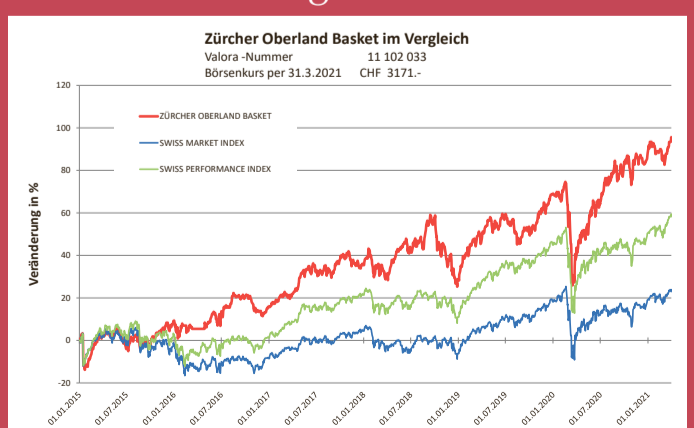
Sulzer, Winterthur



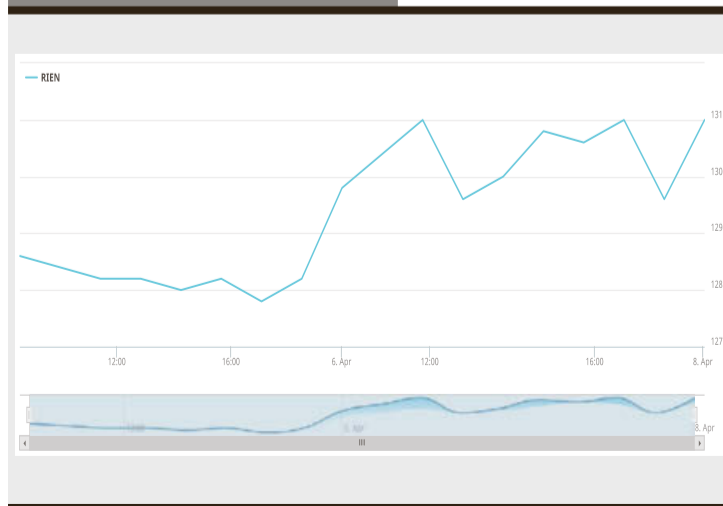
Meier Tobler, Schwerzenbach



Zürcher Oberland Basket
Investieren Sie regional



Rieter, Winterthur



Firmenübersicht

Unternehmen	Standort	Kurs	Tendenz
Autoneum Holding AG	Winterthur	182.20	▲
Belimo Holding AG	Hinwil	383.50	▶
Burckhardt Compression	Winterthur	337.00	▼
Crealogix AG	Bubikon	118.00	▼
Dormakaba Holding AG	Rümlang	648.00	▲
Elma Electronic AG	Wetzikon	540.00	▶
Geberit International AG	Rapperswil-Jona	614.60	▼
Givaudan SA	Dübendorf	3675.00	▼
Huber+Suhner AG	Pfäffikon	76.70	▲
LafargeHolcim Ltd	Jona	56.92	▲
Meier Tobler Group AG	Schwerzenbach	16.15	▲
Rieter Holding AG	Winterthur	129.60	▼
Sulzer AG	Winterthur	107.00	▼
Zimmer GmbH / Zimmer Biomet	Winterthur	150.00	▶

«Es ist eben keine Übernahme, sondern ein Miteinander»

Hinwil Die Inhaber von Deboni Elektro verkaufen die Firma an einen Deutschschweizer Branchenriesen. Was dahinter steckt und ob der Patron mit dem Entscheid einverstanden gewesen wäre, verraten sie im Interview.

Am 16. März gab der Hinwiler Elektrodienstleister Deboni Elektro bekannt, dass er unter das Dach der Baumann Koelliker Gruppe zügelt. Dort wird das Familienunternehmen ab 1. April als eigenständige Tochtergesellschaft weitergeführt. Alle 50 Mitarbeiter, davon zehn Lernende, behalten ihre Stelle. Auch der Name bleibt bestehen.

Der Anschluss an den Branchenriesen mit 15 Geschäftseinheiten in der Deutschschweiz und Stammhaus in Zürich erfolgt im Rahmen einer Nachfolgeregelung: Die bisherigen Inhaber, das Ehepaar Brigitte Deboni und Armin Pfiffner (beide 60), verkaufen ihre Firmenanteile an Baumann Koelliker, werden aber vorerst weiter die Geschäfte führen. Brigitte Deboni ist die Tochter von Emil Deboni, der die Firma 1972 gegründet hat.

Fast 50 Jahre war die Deboni Elektro AG ein eigenständiges Familienunternehmen. Fällt Ihnen der Verkauf an die Baumann Koelliker Gruppe schwer?

Brigitte Deboni: Ein bisschen Wehmut gehört dazu, aber mit dem Verkauf sichern wir den Fortbestand unserer Firma und die Arbeitsplätze unserer Mitarbeiter. Mein Mann und ich sind

beide 60. Es war also an der Zeit, dass wir eine Nachfolgelösung finden. Wir haben nicht nur eine Verantwortung gegenüber der Belegschaft, sondern auch gegenüber unserer Kundschaft, die zum grossen Teil aus Stammkunden besteht.

Hatte die Baumann Koelliker Gruppe schon länger ein Auge auf Ihr Unternehmen geworfen?

Armin Pfiffner: Das lief andersherum. Unser Treuhänder sollte die Fühler nach geeigneten Partnern ausstrecken. Er schlug uns dann fünf Unternehmen vor, darunter auch die Inhaber von Baumann Koelliker. In den persönlichen Gesprächen zeichnete sich schnell ab, dass wir mit Baumann Koelliker viele Gemeinsamkeiten haben, sowohl im Geschäftsgebaren als auch im Umgang mit Kunden und Mitarbeitern.

Eine interne Nachfolge kam nicht in Frage?

Pfiffner: Doch, das war durchaus ein Thema. Wir haben unsere Kader miteinbezogen. Aber sie zogen eine externe Lösung vor.

Wie nehmen Ihre Mitarbeiter den Entscheid auf?

Pfiffner: Die Kadermitarbeitenden sehen vor allem die unter-



Etwas Wehmut schwingt mit: Die bisherigen Inhaber Armin Pfiffner und Brigitte Deboni verkaufen ihre Firmenanteile.

Foto: PD

nehmerischen Chancen in der Zusammenarbeit. Unsere Mitarbeitenden haben wir gestern Abend informiert. Für die Veränderungen müssen wir ihnen Zeit geben. Insgesamt habe ich den Eindruck, dass sie die Sache positiv sehen.

In welcher Verfassung zügeln Sie unter das Dach der Gruppe?

Deboni: Wir sind ein gesundes Unternehmen und stehen am Markt gut da. Sonst wäre das Interesse an einer Zusammenarbeit mit uns nicht so gross ausgefallen. Wir konnten uns unseren

Partner praktisch selber aussuchen.

Laut Medienmitteilung «schliessen» Sie sich Baumann Koelliker «an». Könnte man nicht auch von einer «Übernahme» sprechen?

Pfiffner: Es ist eben keine Übernahme, sondern ein Miteinander. Auch wenn das Aktienpaket zu den neuen Eigentümern wechselt, verbleiben meine Frau und ich im Verwaltungsrat und führen auch weiter die Geschäfte. Wir bleiben «Deboni Elektro» – sowohl vom Typus als auch vom

Auftritt her. Und wir bleiben in Hinwil.

Wie selbständig können Sie als Tochterfirma agieren?

Pfiffner: Wir sind ab dem 1. April genauso selbständig wie zuvor. Wir entscheiden weiterhin selber, welche Fahrzeuge und Maschinen wir kaufen, welche Projekte wir akquirieren, welche Mitarbeiter wir anstellen und welche Werbung wir schalten. Aber gleichzeitig erhalten wir Support von unserem neuen Hauptsitz, und zwar auf technischer Ebene wie auch beim Service.

Wer trägt das unternehmerische Risiko?

Pfiffner: Die Verantwortung liegt natürlich bei uns, aber das Risiko trägt Baumann Koelliker.

Wie wichtig war Ihnen der Erhalt des Firmennamens?

Pfiffner: Sehr wichtig. Wir sind als Familienunternehmen mit diesem Namen in der Region verankert. Während der Verhandlungen für die Nachfolge war eine Namensänderung auch nie ein Thema. Im Gegenteil: Baumann Koelliker wollten ihn unbedingt behalten wegen des guten Rufs.

Deboni: Zudem treten alle Tochterfirmen der Gruppe unter ihrem ursprünglichen Namen auf.

Was hätte Firmengründer Emil Deboni, Ihr Vater und Schwiegervater, der schon vor einigen Jahren gestorben ist, zu der Veränderung gesagt?

Deboni: Ihm hätte die Lösung gefallen.

Pfiffner: Er war unser Patron und immer daran interessiert, dass es der Firma gut geht, dass wir mit unseren Kunden und Mitarbeitern anständig umgehen. Mit der zukunftsorientierten Nachfolgeregelung wäre auch er sicherlich einverstanden gewesen.

Wie lange wollen Sie die Geschäfte noch führen?

Pfiffner: Das ist vertraglich nicht geregelt. Auf jeden Fall werden wir nicht in nächster Zeit aufhören. Dafür arbeiten wir beide viel zu gern. Entscheidend ist, dass wir den Übergang gut moderieren. Solange wir Freude haben und gesund sind, machen wir weiter.

Jörg Marquardt

China-Geschäft kratzt am Image von Uster Technologies

Uster Chinesische Geschäftspartner der Firma Uster Technologies sollen Zwangsarbeiter beschäftigen. Ein Sprecher kommt ins Lavieren.

Es ist eine ungewöhnliche Szene, die sich am Nachmittag des März nahe dem Zellweger-Weiher in Uster abgespielt hat. Eine Gruppe junger Leute betritt das Firmengelände von Uster Technologies, dem Hersteller von elektronischen Mess- und Qualitätssicherungssystemen für die Textilindustrie. Die Frauen und Männer, alle mit Mundschutz, postieren sich vor dem Haupteingang und entrollen ein grosses Banner. «Kein Profit durch Genozid», steht darauf. Für das Foto ballen sie die linke Hand zur Faust.

Hinter der Protestaktion stecken die Jungsozialisten Zürcher Oberland. Stein des Anstosses: die Geschäftsbeziehungen des Unternehmens Uster Technologies zur chinesischen Textilfirma Changji Esquel. Diese befindet sich in Xinjiang – eine autonome Region, die überwiegend von der muslimischen Minderheit der Uiguren besiedelt ist. Hunderttausende von ihnen sollen auf Geheiss der Volksrepublik China verschleppt und zur Arbeit auf Baumwollfeldern oder

in Textilfabriken gezwungen werden.

Qualitätslabel verliehen

Die USA haben deswegen mehrere Textilfirmen mit Sanktionen belegt, darunter auch Changji Esquel. Ebendiese wurde von Uster Technologies im Dezember 2019 mit einem firmeneigenen Qualitätslabel ausgezeichnet – nach dem Leak geheimer Dokumente der chinesischen Regierung, die die systematische Verfolgung und Unterdrückung der Uiguren in Xinjiang belegen. Laut Swissinfo hat Uster Technologies zudem technisches Gerät an Changji Esquel verkauft. Und es soll einen weiteren problematischen Abnehmer in Xinjiang geben: die Firma Huafu. Sie steht ebenfalls auf der schwarzen Liste der USA und nutzt Ustermer Instrumente, wie «Le Temps» aus Lausanne berichtete.

Sowohl Changji Esquel als auch Huafu dementieren, uigurische Zwangsarbeiter in ihren Betrieben zu beschäftigen. Ein Bericht des Australian Strategic Policy Institute bekräftigt indessen die Vorwürfe. «Dass eine Schweizer Firma wie Uster Technologies solch menschenrechtsverachtende Zustände unterstützt, ist untragbar», lässt sich Olivia Geisser, Co-Präsidentin der Juso Zürcher Oberland, in einer Medienmitteilung zu ihrer Protestaktion zitieren.

Darin ist präziser von einem «kulturellen Genozid» an den Uiguren die Rede. Die chinesische Regierung ziele darauf ab, die Wesensmerkmale der uiguri-

schen, ethnischen Identität auszulöschen und sie mit der Han-chinesischen Kultur zu überschreiben. «Wir fordern, dass sich Uster Technologies von Changji Esquel distanziert und sich aus der Region zurückzieht.»

Weitere Firmen in Kritik

Bisher hat das Ustermer Unternehmen nur mit dünnen und ausweichenden Statements auf die Anschuldigungen reagiert – wohl auch in der Erwartung, die mediale Aufregung aussitzen zu können. Doch die negative Presse reisst nicht ab. Neben Uster Technologies, das 2012 von der japanischen Toyota Industries Corporation übernommen wurde, sind auch andere Schweizer Firmen für ihre Geschäfte mit der chinesischen Textilindustrie in Xinjiang in die Kritik geraten, so etwa die Textilmaschinenhersteller Rieter aus Winterthur und Saurer aus Arbon und Wattwil.

Im Nachgang zur jüngst gescheiterten Konzernverantwortungsinitiative stellt sich die Fra-

ge: Inwieweit können Firmen für den Verkauf einzelner Maschinen an kritikwürdige Unternehmen genauso haftbar gemacht werden wie Textilhandelsriesen, die ihre Waren dauerhaft von ebensolchen Unternehmen produzieren lassen?

Ausweichen der Fragen

Joachim Maier, Sprecher von Uster Technologies, will die Anfrage des ZO/AVU nicht Punkt für Punkt beantworten. Stattdessen schickt er ein allgemeines Statement, in dem er mit keinem Wort auf die Geschäftsbeziehungen zu Changji Esquel und Huafu eingeht. «Wir sind uns bewusst, dass die globale Textilindustrie vor mehr als einer gesellschaftspolitischen und sozialen Herausforderung steht», schreibt er. «In diesem Umfeld sind wir bestrebt, alle internationalen und nationalen Gesetze und Vorschriften in allen Regionen, in denen wir tätig sind, zu befolgen.»

Indirekt weist Maier die Verantwortung für allfällige Men-

schenrechtsverstösse in den belieferten und zertifizierten chinesischen Textilfirmen zurück, indem er den Ball an die internationale Politik weitergibt. Er beruft sich dazu auf das «bewährte und vertrauenswürdige System der Handels- und Exportbestimmungen». Weiter schreibt er: «Es ist nicht an uns, diese Regeln festzulegen oder zu verändern oder im Diskurs zwischen Regierung und Partei zu ergreifen.» Ihm zufolge hält Uster Technologies alle Sanktionen ein, die ein Land verhängt, in dem man tätig ist, aber auch Sanktionen internationaler Organisationen wie der UN.

Mit anderen Worten: Aus den Sanktionen der USA gegen die genannten chinesischen Firmen ergibt sich für das Ustermer Unternehmen keine Handlungsnotwendigkeit.

Auf die Missstände in Xinjiang geht Maier nicht direkt ein. Verklaustriert ist von «Herausforderungen» die Rede, vor denen die Textilindustrie stehe. Er gibt

aber zu verstehen, dass Uster Technologies diese Verhältnisse so nicht hinnehmen will: «Wir unternehmen alles in unserer Macht Stehende, einen Strukturwandel in der Branche zu fördern.»

Was genau Joachim Maier damit meint, bleibt unklar. Er verweist lediglich auf einen «Code of Conduct», der ihrer Geschäftstätigkeit zugrunde liege. «Dieser legt unter anderem fest, dass wir nur mit Partnern zusammenarbeiten, die ihre Mitarbeitenden fair behandeln und das geltende Recht einhalten, insbesondere in Bezug auf die Arbeitsbedingungen, und die auf Zwangs- und Kinderarbeit verzichten. Dieser Code of Conduct gilt weltweit.»

Kein Nachspiel für die Juso

Wird ein derartiges Bekenntnis die kritischen Stimmen zum Geschäft mit der chinesischen Textilindustrie zum Verstummen bringen? Wohl kaum. Schon jetzt zeichnet sich ab, dass die Frage nach der Konzernverantwortung – trotz des Scheiterns der Initiative – weiter viel zu reden geben wird. Für die Jungsozialisten Zürcher Oberland hat die jüngste Protestaktion auf dem Firmengelände von Uster Technologies kein Nachspiel. Sprecher Joachim Maier teilt mit: «Wir verzichten auf rechtliche Schritte gegen die Juso Zürcher Oberland, da es zu keinem Sachschaden an unserem Eigentum kam und die Arbeit unserer Mitarbeitenden nicht behindert wurde.»

Jörg Marquardt

Das sagt der Arbeitgeber-Verband

Uster Die Firma Uster Technologies ist Mitglied im Arbeitgeber-Verband Zürcher Oberland und rechtes Seeufer (AVZO) in Uster. Zu den konkreten Vorwürfen in Bezug auf deren China-Geschäft will sich der Verband nicht äussern. Man sei über die Hintergründe zu wenig informiert. Geschäftsführer Jürg Neff teilt jedoch mit, dass

der AVZO von seinen Mitgliedern erwarte, sich «ethisch einwandfrei» zu verhalten und «auch Menschenrechtsverletzungen in ihre unternehmerischen Entscheide» einzubeziehen. Für die Wahl ihrer Geschäftspartner trügen die Mitglieder selber eine entsprechende, umfassende Verantwortung.

Laut Neff existiert beim Verband bisher kein Verhaltenskodex für Good Practice zur Geschäftsethik. «Es ist jedoch denkbar, dass der AVZO dieses Thema aufnimmt und ethische Verhaltensregeln definiert oder sich einem bereits bestehenden ethischen Verhaltenskodex anschliesst», erklärt der Geschäftsführer weiter. *jöm*



Die Kuhn Rikon AG will ihr Land in Rikon zwischen Heizzentrale und Töss verkaufen.

Foto: Milena Gähwiler

«In Rikon produzieren wir momentan im Drei-Schicht-Betrieb»

Zell Die Kuhn Rikon AG hat 2020 mehr Umsatz erzielt. Die Corona-Massnahmen hätten zu einem richtigen Koch-Boom geführt, sagt CEO Tobias Gerfin im Interview.

Herr Gerfin, für 2020 gingen Sie im letzten März von einem Umsatzrückgang von bis zu 15 Prozent aus. Lagen Sie richtig?

Tobias Gerfin: Nein. Das Gegenteil ist eingetroffen. Wir hatten sehr viel Arbeit und verzeichneten sogar einen Umsatzzuwachs. Weil Restaurants schliessen mussten, Veranstaltungen grösstenteils verboten und Reisen teilweise kaum möglich waren, hat ein richtiger Koch-Boom eingesetzt. Die meisten Branchen rund um den Themenkomplex Zuhause/Haushalt/Garten profitierten.

Können Sie konkrete Zahlen zum Wachstum von Kuhn Rikon nennen?

Nein. Als familiengeführte Aktiengesellschaft kommunizieren wir keine Zahlen zum Umsatzwachstum gegen aussen. Nur so viel: Wir haben im 2020 einen Gewinn erzielt und sind gegenüber dem Vorjahr gut gewachsen. Ich gebe Ihnen eine andere Zahl: Weltweit haben wir etwa 210 Mitarbeiter. In der Schweiz konnten wir im Verlauf des letzten Jahres zusätzlich 13 Vollzeitstellen schaffen. In Rikon produzieren wir momentan im Drei-Schicht-Betrieb. Zwei Schichten produzieren am Tag, eine kleine Gruppe über Nacht. Dies, damit wir die grosse Nachfrage einigermassen decken können. Vor der Krise produzierten unsere Mitarbeiter in einer Schicht. Diese dauerte von etwa 6 bis 14.30 Uhr.

Wie wirkt sich das gute Geschäftsjahr 2020 der Kuhn Rikon finanziell auf die Gemeinde Zell aus?

Unser Wachstum wird sich bei der Gemeinde wohl erst etwa im Jahr 2023 durch höhere Unter-

nehmenssteuern bemerkbar machen. Die Jahre vor der Krise liefen finanziell nicht optimal, weshalb wir sicher noch nächstes Jahr Verlustvorträge bei den Steuern anmelden können. Vielmehr ins Gewicht dürfte aber fallen, dass wir durch unser Wachstum Arbeitsplätze gesichert und neue geschaffen haben. Die Gemeinde profitiert davon durch Einkommenssteuern und auch die Aktionäre, die in Rikon wohnen, zahlen hier ihre Steuern.

Haben Sie vor allem online mehr Produkte abgesetzt?

Wir haben sowohl online als auch im Laden mehr verkauft. Ein Beispiel: Obwohl wir unseren Fabrikladen im ersten Lockdown für rund zwei Monate schliessen mussten, erzielten wir 2020 da Einnahmen wie seit rund 30 Jahren nicht mehr. Eine Erkenntnis aus der Krise ist für uns, dass Schweizer sehr gerne im Laden einkaufen. Viele haben auch gerne die Wahl zwischen online und dem Einkauf vor Ort oder an einer Mischform. Zum Beispiel, indem sie Produkte online reservieren, sie aber vor Ort abholen.

Gibt es weitere Erkenntnisse?

Wir müssen wieder vermehrt auf regionalere Produktion setzen. Denn die Transportkosten sind aufgrund der Krise viel teurer geworden. Ein Standard-Schiffscontainer von China nach Rotterdam kostet derzeit 9000 Dollar anstatt wie vor der Krise etwa 2500 Dollar. Das schenkt ein. Aufgrund dieses Ausnahmezustands schaffen es gewisse Materialien nicht mehr termingerecht in die Schweiz. Chinesische Lieferungen bleiben aufgrund der Transportengpässe in Rotterdam stecken.

Eine Abkehr von China respektive Asien?

Vollständig ist das gar nicht möglich. China hat die notwendigen Ressourcen, das Know-how und die entsprechende Infrastruktur, zum Beispiel grossräumige Produktionsstätten, um unsere Produkte herzustellen respektive wichtige Bestandteile davon. Zudem sind in Europa gewisse Ressourcen knapp, zum Beispiel Stahl. Wir sind da auf Import angewiesen. Wir produzieren in Rikon neben dem Dampfkochtopf auch mehrere Bratpfannen- und Kochgeschirrserien. Vielleicht können wir die Lieferkette noch näher an die Schweiz bringen oder zumindest in näher liegende Länder. Bereits vor der Krise haben wir uns stets damit beschäftigt, was wir wo herstellen oder einkaufen sollen. Das ist ein ständiger Prozess und ein wichtiger Aspekt der Nachhaltigkeit.

Kuhn Rikon verkauft ein gutes Drittel ihrer Produkte in der Schweiz. Es folgen die Absatzmärkte USA, Spanien, Deutschland und Grossbritannien. Produziert werden die Produkte in der Schweiz, in Europa oder in Fernost. Sie reisen als CEO sicher viel. Wie war das 2020?

Vor Corona verbrachte ich etwa 25 Prozent meiner Arbeitszeit auf Geschäftsreisen. Dieser Anteil ist 2020 fast auf null geschrumpft. Ich glaube, die internationale Geschäftsflierei wird nicht mehr das ursprüngliche Niveau erreichen. Sie wird sich irgendwo zwischen 30 bis 60 Prozent des Vorkrisenniveaus einpendeln. Ich halte seit der Krise fast alle Sitzungen nur noch per Videokonferenz ab.

Wie ist Kuhn Rikon im Alltag mit dem Thema Corona umgegangen?

Wir durften die ganze Zeit produzieren und haben uns immer an die BAG-Massnahmen – Abstand, Hygiene und so weiter – gehalten. In allen Innenräumen,

ausser in Einzelbüros, gilt Maskenpflicht, auch in den Produktionshallen. Wir sind mit einem blauen Auge durch die Krise gekommen. Zehn unserer Mitarbeiter sind bisher an Corona erkrankt, niemand davon schwer.

Sie haben letztes Jahr gesagt, die Wirtschaftshilfe des Bundesrats komme sehr spät. Wie sehen Sie das heute?

Ich kann nur für die Firma Kuhn Rikon sprechen. Wir haben im letzten Frühjahr zu Beginn der Krise einen Covid-Kredit von 500 000 Franken beantragt. Wir hatten diesen sehr rasch. Es lief einfach und unkompliziert. Ich finde, dass der Bundesrat gute

Arbeit geleistet hat. Meine Meinung zur Krisenbewältigung ist natürlich nicht objektiv, da wir zu den Gewinnern der Krise gehören. Bei Verlierern wird das anders klingen. Ich denke da an die Gastronomie.

Kommen wir noch zu einem anderen Thema. Kuhn Rikon will ihr Land in Rikon zwischen der Heizzentrale und der Töss für knapp sieben Millionen Franken verkaufen. Es handelt sich um knapp 24 000 Quadratmeter an Industrie- und Gewerbezone. Braucht die Firma flüssige Mittel?

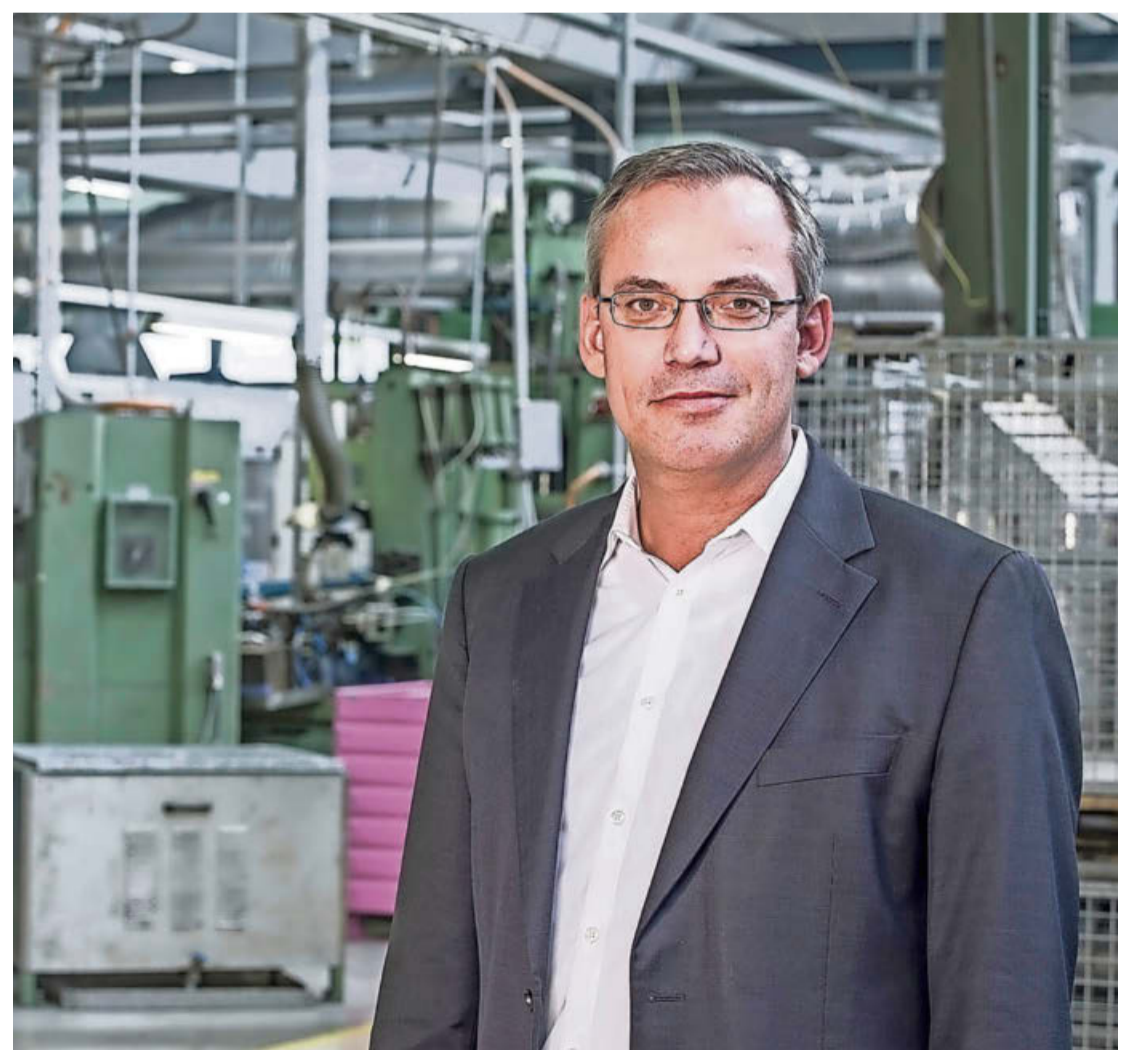
Nein. Bereits 2016 hatten wir dem damaligen Gemeindepräsi-

dentent Martin Lüdin mit Blick auf diese Parzelle signalisiert, dass wir zum Verkauf bereit wären, um mehr Gewerbe in die Gemeinde zu ziehen. Da wir für dieses Stück Land keine Verwendung haben, möchten wir es nun verkaufen.

Gibt es schon Angebote für die Parzelle?

Wir haben mit dem Verkauf eine Winterthurer Immobilienfirma beauftragt, da wir keine Spezialisten sind. Wir wissen, dass auch das lokale Gewerbe interessiert sein könnte, aber mehr Informationen haben wir bis jetzt nicht. Aber das kann sich schnell ändern.

Rolf Hug



Tobias Gerfin kann auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurückblicken.

Foto: PD

Persönlich

KOOPERATION

«Ich kann mich voll und ganz auf mein Team verlassen»

Wetzikon Andreas Wolfensberger ist geschäftsführender Inhaber der DT Druck-Team AG. Bei seiner Familie und in der Natur tankt er in seiner Freizeit Energie.

Was macht Sie in Ihrem Beruf glücklich?

Andreas Wolfensberger: Zusammen mit unseren Kunden, Partnern und meinem Team erarbeiten wir schöne Projekte, von der Idee bis zum fertigen Produkt. Der Austausch macht mich glücklich und motiviert mich.

Wie kam Ihre Berufswahl zustande?

Als Druckerei-Kind bin ich zwischen Buchdruckmaschinen und Papierpaletten aufgewachsen. Der spannende Alltag und die Materie faszinierten mich schon immer.

Wie sind Sie zur jetzigen Stelle gekommen?

Vor ein paar Jahren bot sich die Möglichkeit, den Familienbetrieb in zweiter Generation zu übernehmen. Für diese Chance bin ich sehr dankbar. Mir ist bewusst, dass eine solche Gelegenheit nicht selbstverständlich ist.

Welche Erinnerungen haben Sie an Ihre Schulzeit?

Die Serie

In der Serie «Persönlich» stellen sich Geschäftsführerinnen und Geschäftsführer aus dem Zürcher Oberland unserem Fragenkatalog und bieten so einen Einblick in ihr berufliches und privates Umfeld. [zo](#)

Nur gute. Viele Streiche, Abenteuer, legendäre Klassenlager und einen prägenden Kunstunterricht.

Von wem haben Sie beruflich am meisten profitiert?

Von meinem Vater Hans Wolfensberger und meinem Lehrmeister Marco Bräm. Hans gab mir viele wichtige Werte mit auf den Weg. Marco lehrte mich mein Handwerk und arbeitet mittlerweile auch wieder bei uns als Leiter der Kreation – toller Typ.

Verfolgen Sie ungelöste Probleme nach der Arbeit?

Klar, Abschalten ist schwierig. Vielmals bespreche ich Probleme am Abend mit meiner Frau oder mit Freunden.

Wie steht es um Ihre Work-Life-Balance?

Ein ewiges Projekt. Mein Beruf bedeutet mir viel, darum ist Abschalten auch nie ein grosses Thema.

Was unternehmen Sie am liebsten mit Ihrer Familie/Ihren Kindern?

Mein Sohn ist 16 Monate alt und entdeckt zurzeit die Welt. Spielplatz, Tiere und die Natur sind hoch im Kurs.

Was ist Ihr Lebensmotto?

«They always say time changes things, but you actually have to change them yourself», sagte Andy Warhol in einem Interview. Sowas von wahr.

Welche berühmte Person würden Sie gerne treffen?

Der Schweizer Unternehmer Jean-Claude Biver wäre sicher interessant.

Worüber ärgern Sie sich?

Leerläufe, ineffiziente Abwicklungen und die weitverbreitete

Missgunst in unserer Gesellschaft.

Worüber freuen Sie sich?

Mein Sohn läuft seit Dezember, das war ein riesiges Highlight. Und wir werden bald zum zweiten Mal Eltern. Ich bin gesegnet.

Wo liegen Ihre Stärken?

Als geschäftsführender Inhaber sehe ich mich als «Spielertrainer» – der Wechsel von kreativen zu administrativen Arbeiten erfordert viel Flexibilität.

Und Ihre Schwächen?

Ein Dozent sagte mir mal «du bist ein kreativer Chaot» – priorisieren und organisieren kann ich mittlerweile viel besser, aber da habe ich immer noch Luft nach oben.

Kochen Sie?

Leider bin ich nicht wahnsinnig begabt darin, grillieren ist schon eher mein Bereich.

Viel Zeit vorausgesetzt: Womit würden Sie sich beschäftigen?

Ein Traum wäre eine gut sortierte Vinyl-Sammlung und ein Paar alter MK2-Plattenspieler.

Worauf sind Sie stolz?

Auf mein Team. Ich kann mich voll und ganz auf alle verlassen. Das letzte Jahr war sehr herausfordernd. Schön, dass alle am gleichen Strick ziehen.

Vor was haben Sie Angst?

Vor gierigen Menschen, die unserem Planeten durch ihren Egoismus schaden.

Wo verbringen Sie Ihre Ferien?

Ronco am Ortasee in Italien – ein wunderschöner Ort. Island hat mich auch sehr inspiriert, dort möchte ich mit meiner Familie wieder hin.

Welche Musik hören Sie?

Je nach Stimmung, aber mehrheitlich alte Hip-Hop-Alben.

Was lesen Sie zurzeit?

Mein Lieblingsmagazin «brand eins» und «Gute Chefs essen zuletzt» von Simon Sinek.

Was ist Ihr Lieblingsort im Zürcher Oberland?

Auslikon und der Bachtel.



Zur Person

Name: Andreas Wolfensberger **Die DT Druck-Team AG, seit**
Geburtsjahr: 1988 **1988 in Wetzikon zuhause,**
Beruf: Geschäftsleiter **wurde von Hans Wolfensberger**
Erlerner Beruf: PolygrafGBMS **gegründet. Die Produktionsagentur und Druckerei**
Hobbys: Natur, Freunde, Kuli- **entwickelt und produziert hoch-**
Zivilstand/Kinder: verheiratet/ **wertige Kommunikationslösungen,**
1 Sohn **sowohl digital als auch**
Wohnort: Wetzikon **analog. zo**

All-New TUCSON Hybrid 4x4.

Jetzt Probe fahren.

TUCSON ab CHF

26 200.-¹

Leasing ab CHF 203.-/Mt.³

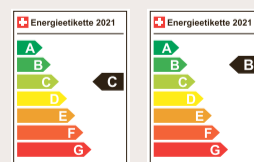
TUCSON Hybrid 4x4 ab CHF

34 900.-²

Leasing ab CHF 270.-/Mt.³



¹Rabattpreis: Origo® 1.6 T-GDi 48V MH (150 PS) | ²Rabattpreis: Origo® 1.6 T-GDi HEV 4x4 (230 PS). Abb.: Vertex® 1.6 T-GDi HEV 4x4 (230 PS), ab CHF 45 000.- (Rabattpreis). Mehr Infos auf [hyundai.ch/promo](#). Unverbindliche Nettopreisempfehlungen (inkl. 7.7% MwSt.). - ³Leasingkonditionen: Zinssatz 3.9% (effektiv 3.975%), Dauer 48 Mte., erste grosse Leasingrate 33%, Restwert 39%. Fahrleistung 10 000 km pro Jahr, Vollkasko nicht inbegriffen. Keine Leasingvergabe, falls sie zur Überschuldung des Konsumenten führt. Ein Angebot von Hyundai Finance. Leasinggeberin: Cembra Money Bank AG, Zürich. - Konditionen bis auf Widerruf, mindestens bis Kundenvertragsabschluss bis 30.4.2021. - Normverbrauch gesamt (Origo® 1.6 T-GDi 48V MH | Origo® 1.6 T-GDi HEV | Vertex® 1.6 T-GDi HEV): 6.8 | 6.6 | 6.6 l/100 km, CO₂-Ausstoss: 154 | 149 | 149 g/km, Energieeffizienz-Kat.: C | B | B. - *Die europäische Hyundai 5-Jahres-Werksgarantie ohne Kilometerbeschränkung gilt nur für Fahrzeuge, welche ursprünglich vom Endkunden bei einem offiziellen Hyundai-Partner (in der Schweiz und dem Europäischen Wirtschaftsraum) erworben wurden, entsprechend den Bedingungen im Garantiedokument. - **Nur Hochvoltbatterie. - Mehr Infos auf [hyundai.ch/garantie](#)



Herzlich willkommen zur Probefahrt!

Faust Auto AG, Wässeristrasse 10, 8340 Hinwil, Telefon +41 44 511 35 35, [faustauto.ch](#)
Stampf-Garage AG, Feldlistrassen 13, 8645 Jona, Telefon +41 55 212 63 33, [stampf-garage.hyundai.ch](#)
Garage Oberlin AG, Kantonsstrasse 162, 8807 Freienbach, Telefon +41 55 415 30 40, [garageoberlin.hyundai.ch](#)
Solero Automobile GmbH, Allmendstrasse 18, 8320 Fehraltorf, Telefon +41 44 954 16 55, [solero-automobile.hyundai.ch](#)

Hör-Inlays machen herkömmliche Hörgeräte überflüssig

Wieder optimal hören – und keiner sieht warum!

Wenn es nach den Erfahrungen der Experten der Hörberatung Richter geht, zeichnet sich zwischenzeitlich eine neue Ära bei den Hörgeräten ab: Die sogenannten Hör-Inlays sind winzig, verschwinden meist völlig unauffällig im Ohr, sind damit komfortabel zu tragen und ermöglichen ein ganz neues Hör- und Tragegefühl.

Für die meisten Menschen sind Hörgeräte bisher gross, auffällig, schauen hinter der Ohrmuschel hervor und sind mit einem dicken Plastikschlauch mit dem Ohr verbunden. Zu dem optischen Manko haben viele die Erfahrung gemacht, dass die Tonlagen, die bei Menschen ab dem 50. Lebensjahr nachlassen, von den herkömmlichen älteren Hörhilfen

nicht optimal zurückgebracht werden konnten. Häufig wurde der Lärm und die Geräusche zu stark verstärkt und die Sprache blieb trotz Hörgeräten unverständlich.

«Ich höre noch gut, aber verstehe nicht mehr alles»

Franziska Holdener, Expertin für unauffällige Hörsysteme bei Hörberatung Richter, weiss aus ihrer beruflichen Erfahrung: „Über 75 % der Hörgeräte-träger haben Defizite in den hohen Tönen, gleichzeitig hören die meisten die tiefen Tonlagen jedoch noch recht deutlich. Die Folge: Vor allem hohe Stimmen werden schlechter verstanden. Die Hör-Inlays zeichnen sich daher ganz besonders im Bereich der Sprache aus, vor allem dann, wenn viele Menschen durcheinander sprechen. Die hohen Laute der Sprache sind in solchen Situationen besonders wichtig (z. B. ein gesprochenes ‚s‘ und ‚f‘)“. Darüber hinaus analysierten die Hörexperten der Hörberatung Richter die Wünsche ihrer Kunden in den letzten Jahren ganz genau. Am häufigsten wurde der Wunsch nach einer möglichst unauffälligen

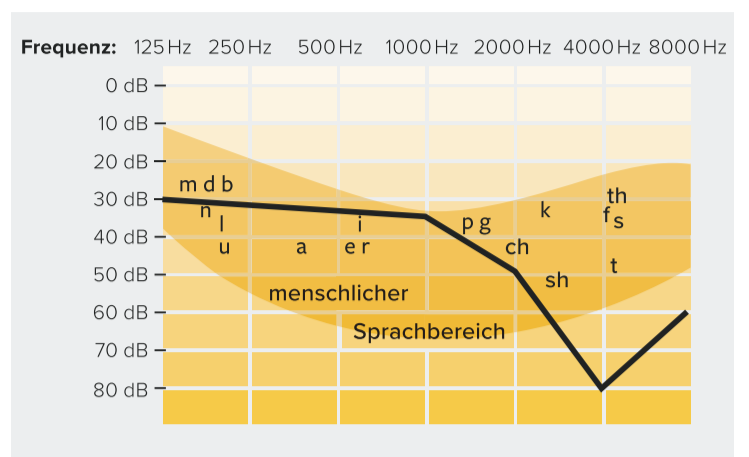
Hörlösung geäussert. An zweiter Stelle nannten die Kunden den Wunsch, auch in lärmvoller Umgebung, wie zum Beispiel im gut besuchten Restaurant, die anderen am Tisch zu verstehen. Die Ergebnisse haben die Hörexperten veranlasst, verstärkt Hör-Inlays, wie sie die besonders kleinen Im-Ohr-Hörgeräte nennen, anzupassen.

3 Bedingungen muss ein Hör-Inlay erfüllen:

1. Die Hör-Inlays müssen klein und unauffällig zu tragen sein.
2. Ein Hör-Inlay darf nicht pfeifen.
3. Das Hör-Inlay muss durch spezielle Spracherkennungssoftware für besseres Verstehen in lärmvoller Umgebung sorgen.

Hör-Inlays zeichnen sich zu dem aus durch:

1. eine natürliche Schallaufnahme
2. besonders gutes Richtungshören
3. optimalen Sitz im Gehörgang – man merkt es nicht



Typisches Diagramm: Der Hörverlust nimmt zu den hohen Tönen hin zu. Dadurch sind Sprachlaute wie ch, f, s und t schlechter wahrnehmbar.

So individuell wie Ihr Gehörgang

Hör-Inlays werden für jeden Kunden individuell massgefertigt für einen perfekten Sitz. „Viele unserer Kunden schätzen den besonderen Trage- und Hörkomfort der Hör-Inlays und wollen sie nach den ersten Tagen bereits nicht mehr hergeben“, ergänzt Ingo Richter, Hörakustikmeister und Inhaber der

Hörberatung Richter. Jetzt selber davon überzeugen wie unauffällig „Wieder-alles-Verstehen“ sein kann: Interessenten können sich zwei Hör-Inlays bei Hörberatung Richter noch bis zum 30.04.2021 kostenlos fertigen lassen und 14 Tage unverbindlich testen.

Kostenlose Testtermine können ab sofort unter 052 343 36 36 vereinbart werden.

Die Vorteile der Hör-Inlays:

- von aussen völlig unsichtbar
- besseres Sprachverstehen
- geringerer Energiebedarf als bisher üblich
- hervorragende Störgeräuschunterdrückung
- hervorragendes natürliches Hörerlebnis
- verbessertes Richtungshören
- weniger Windgeräusche
- ideal für Brillenträger, da die Ohrmuschel frei bleibt
- Neu:** Ab sofort auch mit Bluetooth- und Akku-Technologie erhältlich!



Jubiläum-Aktion:

Noch bis 30.04.21 Hör-Inlays kostenlos testen!

Wir fertigen zwei Hör-Inlays individuell für Ihre Gehörgänge an. Anschliessend tragen Sie die kleinen Hörwunder in Ihrem Alltag und hören und geniessen den Unterschied. Falls Sie der Livetest nicht überzeugt, geben Sie die Hör-Inlays einfach zurück – kostenfrei und unverbindlich.

JETZT
Termin sichern:
052 343 36 36

Ingo Richter
Hörakustikmeister & Inhaber



hörberatung
RICHTER

Wir sind von Effretikon umgezogen.

NEUE ADRESSE:

Illnau | Schmittestrasse 9
Vis-à-vis Bahnhof Illnau

www.hoerberatung-richter.ch

PUBLIREPORTAGE

Steuerfragen rund um das Eigenheim

Vom Erwerb von Wohneigentum über die Nutzungsdauer bis zu einem allfälligen Verkauf werden immer wieder Steuern fällig. Wir zeigen Ihnen auf, was es zu beachten gilt.

Besitzer von Wohneigentum sehen sich oft mit unterschiedlichen (Steuer-) Fragen konfrontiert, die sowohl während der Besitzdauer, als auch bei der Veräusserung, Schenkung oder Vererbung auftreten.

Allein die Tatsache, dass ein Objekt den Eigentümer wechselt, zieht in den meisten Kantonen eine Handänderungssteuer nach sich. Als Faustregel sollten Sie dafür rund 1 bis 3 Prozent des Kaufpreises budgetieren. Teils muss der Käufer dafür aufkommen, teils teilen sich Käufer und Verkäufer die Kosten – je nach Kanton. Keine Handänderungssteuer kennen der Bund und zum Beispiel Kantone wie Zürich oder Schwyz.

Steuern beim Kauf

Zur Sicherstellung einer Hypothek wird ein Schuldbrief erstellt. Die Ausstellung eines Schuldbriefs über 500 000 Franken kostet zum Beispiel im Kanton Schwyz 750 Franken, inklusive Mehrwertsteuer. Im Kanton Bern verlangt ein Notar nach kantonalem Gebührentarif rund 1300 Franken, zuzüglich

Mehrwertsteuern. Nicht zu vergessen sind auch allfällige Kapitalauszahlungssteuern – sofern Sie beim Kauf Vorsorgegelder einsetzen (Pensionskasse oder Säule 3a). Bei einem Bezug von 250 000 Franken beispielsweise fallen rund 4 bis 10 Prozent an Steuern an. Rechnen Sie sämtliche Positionen zusammen, fallen beim Erwerb im Extremfall einige Zehntausend Franken an Steuern und Nebenkosten an.

Steuern beim Verkauf

Je nach Situation ist der Erlös aus dem Verkauf einer Immobilie höher als der Anschaffungswert. Auf diese Differenz wird von sämtlichen Kantonen eine Grundstückgewinnsteuer erhoben. Auch hier gibt es bei der Grundstückgewinnsteuer grosse kantonale Unterschiede. Die Höhe der Steuer hängt von der Besitzdauer ab – je höher der Gewinn und je kürzer die Dauer des Besitzes, desto höher ist die Steuer. Sämtliche wertvermehrenden Investitionen während der ganzen Besitzdauer, aber auch Handänderungskosten, Makler- oder Notariatsgebühren können Sie dabei in Abzug bringen. Daher sollten Sie sämtliche

Belege über Nebenkosten und Investitionen während mindestens 20 Jahren sorgfältig aufbewahren.

Wir empfehlen Ihnen, Abgaben, Steuerfolgen und allfällige Steuererleichterungen immer im Voraus abzuklären. Die Grundstückgewinnsteuern lassen sich in allen Kantonen aufschieben, wenn der Verkäufer innert nützlicher Frist wieder Wohneigentümer wird.

Steuern beim Besitz

Nach den heute geltenden Regeln müssen Wohneigentümer in der Schweiz den Eigenmietwert als Einkommen versteuern. Das Bundesgericht schreibt vor, dass dieser mindestens 60 Prozent der Marktmiete betragen muss. Weiter fallen auf dem Immobilienbesitz Vermögenssteuern an. Zusätzlich stellen einige Kantone eine separate Liegenschaftsteuer in Rechnung. Diese liegt meist zwischen 0,1 und 3 Promille des Steuerwertes des Objekts.

Steuerliche Abzüge

Wohneigentümer können beim Ausfüllen der Steuererklärung

einige Abzüge geltend machen wie zum Beispiel:

- Die Hypothekarzinsen können Sie voll vom steuerbaren Einkommen abziehen, jedoch höchstens 50 000 Franken mehr als die Bruttovermögenserträge eines Steuerpflichtigen.
- In den meisten Fällen lohnt es sich, den Weg der indirekten Amortisation zu wählen. Dabei wird die Zweihypothek nicht direkt amortisiert. Vielmehr gehen Ihre Rückzahlungen auf ein Säule-3a-Konto der Bank und werden verpfändet. Der Schuldzinsabzug bleibt in gleicher Höhe erhalten.
- Sämtliche Auslagen, die dem Unterhalt und der Werterhaltung dienen (Reparaturen, Malerarbeiten, Unterhaltsarbeiten im oder ums Haus usw.).

Einladung zur Webinar-Serie rund um das Thema Wohneigentum

Erfahren Sie weitere wichtige Informationen rund um Wohneigentum an unseren Webinaren. Unsere Experten beantworten gerne Ihre Fragen.



Herzliche Einladung zu unserer Webinar-Serie «Wissenswertes rund um das Thema Wohneigentum»

- **Dienstag, 13. April 2021, 17.30–18.15 Uhr**
«Ehe und Wohneigentum/Erbengemeinschaften und Wohneigentum»
- **Donnerstag, 15. April 2021, 17.30–18.15 Uhr**
«Konkubinat und Wohneigentum»
- **Dienstag, 20. April 2021, 17.30–18.15 Uhr**
«Steuern und Wohneigentum»
- **Donnerstag, 22. April 2021, 17.30–18.15 Uhr**
«Vorsorgeauftrag und Wohneigentum»

Anmeldung über: ubs.com/wohneigentum-events

Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme.

Mit UBS reden lohnt sich: Nehmen Sie das Gespräch mit uns auf, wir beraten Sie gerne.

Ihre UBS-Ansprechpersonen im Zürcher Oberland



Patrick Michelberger
Leiter Geschäftsstelle
044 944 91 61
patrick.michelberger@ubs.com

UBS Switzerland AG
Poststrasse 10
8610 Uster



Patrick Peter
Leiter Geschäftsstelle
044 933 51 51
patrick.peter@ubs.com

UBS Switzerland AG
Bahnhofstrasse 156
8620 Wetzikon

Käseboom dank «patriotischen» Konsumenten

Region Der Käsekonsum in der Schweiz steigt. Regionale Produzenten wie etwa Natürli Zürioberland profitieren davon jedoch nicht automatisch. Immerhin: Ein Käse beschert ihnen in der Krise hohe Absätze.

Auf den Fondue-Plausch und den geselligen Raclette-Abend mussten Herr und Frau Schweizer in letzter Zeit allzu oft verzichten. Ihren Appetit auf Käse liessen sie sich von der Pandemie aber nicht verderben. Ganz im Gegenteil. Der Käsekonsum stieg 2020 um satte 5,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr an. Zu diesem Ergebnis kommt der Schweizer Bauernverband in einer aktuellen Publikation.

Dabei handelt es sich um vorab veröffentlichte Zahlen der «Milchstatistik der Schweiz 2020», die im Spätsommer 2021 erscheinen soll. Mit einem Verbrauch von insgesamt 202 848 Tonnen verspeiste jede Person in der Schweiz 23,1 Kilogramm Käse. Das sind 1,2 Kilogramm mehr als 2019.

Jubel hält sich in Grenzen

Eigentlich müsste dieser statistisch nachgewiesene Heisschunger auf das Milcherzeugnis in den Käsereien des Landes für Jubel sorgen. Doch Käsermeister Roland Rüegg, den Inhaber der Wildberg Käse AG in Wildberg, stimmen die jüngsten Zahlen nur «zurückhaltend euphorisch».

Grund dafür ist die Menge an importiertem Käse, die im Vergleich zum Vorjahr um fast 12 Prozent gestiegen ist. Im Gegenzug sei es für Schweizer Käsereien schwierig, preislich mit dem Ausland mithalten, auch wenn der hohe Euro momentan dem Export etwas nachhelfe.

Dort legten die Schweizer Käser immerhin um 1,5 Prozent zu. Rüegg, der etwa neun Zehntel seines bekannten «Cheebabs» nach Deutschland exportiert, leistete dazu auch einen kleinen Beitrag. «Ich glaube nicht, dass Kunden vermehrt gezielt nach ausländischem Käse suchen», sagt Rüegg. Im Gegenteil, sie seien in ihrem Konsumverhalten «patriotischer» geworden. So habe er festgestellt, dass die Menschen seit der Pandemie gesünder kochten und auf regionale Bioprodukte setzen würden.

Wo aber landet dann der importierte Käse? «Er versteckt sich in Produkten wie Fertiggerichten», sagt Rüegg, der sich deswegen mehr Unterstützung von den Grossverteilern wünscht. Diese würden zwar in Imagekampagnen ihr Engagement für regionale Produkte unterstreichen, liessen dem aber nicht immer Taten folgen. Dabei denke er etwa an die Regalplätze, wo die grossen Milchverarbeitungskonzerne klar im Vorteil seien. Gleichzeitig gilt es zu berücksichtigen, dass der durch Einkaufstourismus importierte Käse in den vergangenen Jahren nicht statistisch erfasst wurde. Wegen der Pandemie nahmen die privaten Einkäufe im Ausland ab, sodass die Verbraucher die Billigprodukte nun in den Regalen der einheimischen Detailhändler suchten. Vergleiche sind mit der diesjährigen Statistik also nur bedingt möglich.

Auch wenn der Import die Zahlen vielleicht etwas relativiert:

Die Natürli Zürioberland AG mit Sitz in Bauma bestätigt, dass sich der Anstieg des Pro-Kopf-Konsums im vergangenen Jahr beim Label spürbar machte.

Allerdings gebe es dabei erhebliche Unterschiede in den Kundensegmenten, sagt Hans Manser, Mitglied der Geschäftsleitung und Verantwortlicher für die Käseprodukte bei Natürli. Der Umsatz mit Restaurants liege praktisch bei null. Auch die Nachfrage nach Natürli-Joghurts, die den Gästen an Bord von Swiss-Maschinen serviert

würden, sei parallel zum Flugverkehr stark zurückgegangen. Dafür werde der Umsatzausfall in der Gastronomie und im Grosshandel durch höhere Abverkäufe im Detailhandel überkompensiert. Zum einen sei dies dem Erfolg der begehrten Käse-Humidore in den Coop-Filialen zu verdanken – ein Projekt, das Manser leitet. Zum anderen hätten die Reisebeschränkungen vor allem grenznahen Geschäften höhere Umsätze beschert.

«Ausserdem denken wir, dass viele Kunden das durch Corona-

Massnahmen eingespartes Geld in den Konsum hochwertiger Lebensmittel investiert haben», sagt Manser. Wird der Appetit auf regionale Käseprodukte auch nach der Pandemie noch vorhanden sein – oder rechnet man bei Natürli für die nächsten Jahre mit einem Umsatzrückgang? Auch Manser hat unabhängig von der Corona-Krise ein wachsendes Bedürfnis nach «regionalen Lebensmitteln von hoher Qualität» festgestellt. Diese Entwicklung mache sich auch bei anderen Milchprodukten be-

merkbar. «Das ist ein langfristiger Trend, der nach dem Ende der Massnahmen anhalten wird», glaubt er.

Sowohl Käsermeister Roland Rüegg als auch Natürli nennen übrigens ein spezifisches Produkt, das im vergangenen Jahr besonders gut abgeschnitten hat: Raclette-Käse. Obwohl man die Scheiben vorzugsweise in grosser, geselliger Runde schmilzt, handelt es sich bei Raclette offenbar um ein veritables Lockdown-Gericht.

Silvan Hess



Laut Hans Manser von Natürli ist der Trend zur Regionalität trotz Corona ungebrochen.

Archivfoto: Seraina Boner

Wo der Wirtschaftsmotor brummt und wo er stottert

Region Die Corona-Massnahmen belasten die Schweizer Wirtschaft. Eine neue Studie zeigt auf, wie sich Firmen der Region in der Krise schlagen.

Wie unterschiedlich wirkt sich die Corona-Krise auf die Regionen der Schweiz aus? Das wollte das Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) herausfinden und hat Regiosuisse, die nationale Netzwerkstelle für Regionalentwicklung mit einer Analyse beauftragt.

Das Ergebnis liegt jetzt vor und gibt auch einigen Aufschluss über die Lage im Zürcher Oberland und im Glattal. Für die Analyse wird die Region in die Grossräume «Uster-Dübendorf» und «Wetzikon» unterteilt, die jeweils Gebiete von angrenzenden Bezirken miteinschliessen (siehe Box).

Schwerpunkt auf Autos

Ob eine Region eher glimpflich durch die Krise kommt oder massiv darunter leidet, hängt laut Regiosuisse massgeblich von der lokalen Branchenzusammensetzung ab. «Stark betroffene Bran-

chen haben in gewissen Regionen mehr Gewicht als in anderen.» Zugleich könnten sich auch innerhalb einer Branche «regional unterschiedliche Betroffenheitsmuster» ergeben – je nachdem, welcher Industriezweig vorherrscht: ein krisengeschüttelter oder krisenresistenterer.

Verglichen mit der Gesamtschweiz weist das Zürcher Oberland und Glattal ein Übergewicht in zwei sogenannten Branchenaggregaten auf. Ein Aggregat umfasst aus Gründen der Übersicht verschiedene Untergruppierungen. In der Region «Uster-Dübendorf» kommt dem Aggregat «Handel/Reparatur von Kraftfahrzeugen» eine hohe Bedeutung zu: Mit einem Anteil von 17,5 Prozent am Gesamtmarkt übertrifft es den Landesdurchschnitt um fast 50 Prozent. Das Spektrum ist weit gefasst: von Garagisten und Händlern von Autozubehör über den Grosshandel mit Nahrungsmitteln und Genussmitteln oder Gebrauchsgütern bis zu Detailhändlern aller Art.

«Wie stark diese Branche von der Coronakrise betroffen ist, dürfte massgeblich von der Exportorientierung abhängen», sagt Matthias Setz von Regiosuisse gegenüber dieser Zeitung. «Der Anstieg in der Arbeitslosigkeit deutet jedoch auf eine starke Betroffenheit hin.» Mit 88 Prozent mehr Arbeitslosen im Februar

2020 gegenüber dem Vorjahresmonat liegt die Region deutlich über dem landesweiten Anstieg von 46 Prozent in diesem Aggregat.

Die Region «Wetzikon» hat dagegen einen Schwerpunkt auf dem «Verarbeitenden Gewerbe/Industrie». Mit einem Anteil von insgesamt 20,8 Prozent bewegt sich das Aggregat deutlich über dem Niveau des Landes (12,9 Prozent) und des Kantons Zürich (7,6 Prozent). Setz bescheinigt den jeweiligen Firmen, «vergleichsweise robust» durch die Krise gekommen zu sein – zumindest wenn man die Arbeitslosigkeit als Massstab anlegt. Diese habe sich zwar im Verlauf von 2020 um 31 Prozent erhöht, liege damit aber unter dem schweizerischen Branchendurchschnitt von 42 Prozent.

Insgesamt bewegt sich die Zunahme der Arbeitslosigkeit in beiden Regionen etwa auf dem Landesniveau (+1,1 Prozent), aber leicht unter dem Niveau des Kantons Zürich (+1,3 Prozent): In «Uster-Dübendorf» beträgt die Zunahme 1,2 Prozent, in «Wetzikon» 1 Prozent. Verglichen wird hierbei der Februar 2021 mit dem Vorjahresmonat. «Da die Arbeitslosigkeit im Jahr 2019 in beiden Regionen ein unterdurchschnittliches Niveau hatte, fällt der aktuelle Anstieg bei einer relativen Betrachtung stärker ins Gewicht», sagt Setz.

Regiosuisse hat auch die von den Covid-Verordnungen direkt betroffenen Branchen untersucht. Im Zürcher Oberland und Glattal waren im Januar 2021 demzufolge 8 Prozent aller Arbeitsplätze von den Einschränkungen direkt betroffen – genauso viele wie auf Landesebene. Damit schneiden die beiden Regionen besser ab als etwa die Stadt Zürich, wo die Betroffenheit bei 10 Prozent aller Arbeitsplätze lag.

Verluste im Tourismus

Der Tourismus und die tourismusnahen Branchen, die schweizweit stark in Mitleidenschaft geraten sind, spielen im Zürcher Oberland und im Glattal nur eine untergeordnete Rolle, wie Regiosuisse hervorhebt. Charakteristisch für «Uster-Dübendorf» sei, dass sich der Inland- und Auslandtourismus in etwa die Waage halten.

Insgesamt gingen die Logiernächte in beiden Regionen im Jahr 2020 um 50 Prozent gegenüber dem Vorjahr zurück – das ist höher als der Landesdurchschnitt (-40 Prozent), aber tiefer als der Kantonsdurchschnitt (-67 Prozent). Matthias Setz weist darauf hin, dass dieser Rückgang stärker durch Ausfälle im Inlandtourismus geprägt gewesen sei. Als Grund vermutet er den Wegfall des Geschäftstourismus in beiden Regionen.

Glimpflich durch die Krise

Alles in allem scheint das Zürcher Oberland und Glattal vergleichsweise gut durch die Corona-Krise zu kommen – wobei die Region «Uster-Dübendorf» in einem wichtigen Branchenaggregat stärker leidet als «Wetzikon», wo die verarbeitende Industrie weiterhin eine verlässliche Stütze der regionalen Wirtschaft bildet.

Abzuwarten bleibt, ob die Arbeitslosenzahlen bald wieder auf das tiefe Niveau vor der Pandemie zurückkehren oder sich vorerst auf dem Landesniveau einpendeln.

Die Zukunft der regionalen Hotellerie hängt massgeblich vom Wiederaufleben des Geschäftstourismus ab. Es ist jedoch fraglich, ob das Bedürfnis nach physischen Tagungen und Businessstreffen mit dem Wegfall von Homeoffice-Pflicht und Reisebeschränkungen gleichhoch ausfallen wird wie früher. Denn die Pandemie hat gezeigt, dass «Fernarbeit» (Remote Work) nicht nur gut funktioniert, sondern auch die Firmenkasse und die Umwelt schont.

Jörg Marquardt

Aufteilung der Region

Region Regiosuisse, die nationale Netzwerkstelle für Regionalentwicklung mit Sitz in Brig-Glis (VS), legt ihrer Studie «Regionalökonomische Auswirkungen von Covid-19» die Arbeitsmarktregionen gemäss dem Bundesamt für Statistik zugrunde. Die Region «Uster-Dübendorf» schliesst so auch

Wallisellen, Dietlikon, Illnau-Effretikon, Fehraltorf, Russikon, Pfäffikon, Hittnau und Seegraben mit ein. Die Region «Wetzikon» umfasst zusätzlich zu den Gemeinden im Bezirk Hinwil noch Bauma, Hombrechtikon, Stäfa, Männedorf, Oetwil am See sowie Uetikon am See. *jöm*

Die nächste Ausgabe



erscheint am 7. Mai 2021

Bank BSU: Digitalisierung und Zinsgeschäft als starke Erfolgspfeiler.



Die Geschäftsleitung von links nach rechts: Martin Tschirky; Peter Germann, Bankleiter; Daniel Wyssen.

Trotz Corona-Krise präsentiert die Bank BSU für das Geschäftsjahr 2020 erfreuliche Zahlen: Die Bilanzsumme konnte um 5.5% auf CHF 1.1 Mrd. erhöht und der Geschäftserfolg um 6.9% gesteigert werden. Einen zentralen Fokus legte man auf den weiteren Ausbau der digitalen Vertriebskanäle.

Das Jahr 2020 war weltweit geprägt von der Corona-Pandemie. Die Weltwirtschaft schrumpfte um 4.5% und in den USA kam es im Frühjahr zu einer noch nie dagewesenen Entlassungswelle. Auch die Schweizer Wirtschaft ist um rund 3.5% geschrumpft und die SNB war wiederholt gezwungen, gegen die drohende Aufwertung des Schweizer Frankens zu intervenieren. Als kleine, offene Volkswirtschaft stehen die Chancen für ein erfolgreicheres 2021 jedoch gut. Im Wissen um die Herausforderungen dieses krisengeprägten Jahres 2020 ist es umso erfreulicher, dass die Bank BSU ihre Bilanzsumme um CHF 58 Mio. oder 5.5% nochmals deutlich erhöhen konnte und nun die CHF-1.1-Milliarden-Schwelle erreicht hat.

Zinsgeschäft als bedeutendste Ertragsquelle
Das Zinsumfeld ist nach wie vor historisch tief und die Anzahl branchenfremder Konkur-

renzinstiute wächst weiter. Dennoch konnte der Zinsertrag mit CHF 12.4 Mio. praktisch gehalten werden und der Brutto-Erfolg aus dem Zinsgeschäft weist mit CHF 9.9 Mio. gegenüber dem Vorjahr einen Anstieg von 5.9% aus. Mit einem Anteil von 80% am Gesamtertrag ist das Brutto-Zinsgeschäft weiterhin der mit Abstand stärkste und wichtigste Ertragspfeiler der Bank BSU.

Starke Eigenkapitalbasis
Im Berichtsjahr sind die ausgewiesenen Eigenmittel unter Berücksichtigung der beantragten Gewinnverwendung um weitere CHF 1.8 Mio. gestiegen. Damit haben sich die anrechenbaren Eigenmittel netto auf CHF 84.8 Mio. erhöht und übertreffen die gesetzlich geforderten Eigenmittel (FINMA, Basel III) um mehr als das Doppelte. Die Leverage Ratio (ungewichtete Eigenmittelquote) erreichte per Ende 2020 eine weitere

Steigerung von 7.4% und liegt ebenfalls deutlich über der geltenden Mindestanforderung von 3%. Erfreulich ist auch die Entwicklung des Geschäftserfolgs mit einer Steigerung von 6.9% auf CHF 2.1 Mio.

Geschäftsaufwand angestiegen

Der gesamte Geschäftsaufwand liegt mit CHF 9.2 Mio. rund 7.3% über dem Wert des Vorjahres. Zwar profitierte die Bank BSU 2019 von einer einmaligen Rückvergütung. Die Forcierung der digitalen Kanäle sowie die erforderlichen Massnahmen im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie führten zu höheren Betriebskosten. Den Personal- und Sachaufwand wird die Bank BSU nun weiter optimieren und die Digitalisierung sowie das Homeoffice verstärkt dazu nutzen.

Hypothekarforderungen: deutlich höheres Wachstum

Die Hypothekarforderungen konnte die Bank BSU im Geschäftsjahr 2020 um CHF 46.3 Mio. steigern. Dies entspricht einem markant erhöhten Wachstum von 5.3% (im Vorjahr: +0.5%), was auf die verstärkte Online-Präsenz der Bank sowie auch auf den digitalen Vertriebskanal hypoclick.ch zurückzuführen ist. Die Qualität des Kreditportfolios konnte weiter optimiert werden.

Digitale Kanäle bedeutender denn je

Seit 2016 führt die Bank BSU TWINT für das kontaktlose Zahlen im Sortiment. «Dass die damalige Entscheidung richtig und wichtig war, zeigte dieses Jahr ganz deutlich», sagt Direktor Peter Germann. «Nie zuvor nahmen so viele unserer Kundinnen und Kunden diese Dienstleistung in Anspruch und auch das E-Banking erfreute sich einer rekordmässigen Nachfrage.» Generell legt die Bank BSU Wert darauf, mit ihrer Dienstleistungs- und



geführt werden. Als Sponsor verschiedener regionaler Events, Vereine und Institutionen hat sich die Bank BSU darum bemüht, für beide Seiten finanziell faire Lösungen zu finden. Denn als regional verankerte Bank mit über 180-jähriger Geschichte liegt es ihr am Herzen, sich gerade in dieser schwierigen Zeit bestmöglich für das kulturelle Leben in der Region einzusetzen.

Änderung im Verwaltungsrat

Zur Generalversammlung tritt Verwaltungsratspräsident Beat Rohner aus dem Verwaltungsrat der Bank BSU aus – dies nach über 19 Jahren im Verwaltungsrat, davon 12 Jahre als Präsident. Als neuer VR-Präsident wird das langjährige Verwaltungsratsmitglied Peter Eugster zur Wahl vorgeschlagen. Die Generalversammlung der Bank BSU findet am 14. April 2021 leider erneut ohne physische Anwesenheit der Genossenschaftlerinnen und Genossenschaftler statt.

Produktpalette stets auf die dynamischen Anforderungen der Kundschaft zu reagieren. So wird seit Jahren aktiv in den Ausbau digitaler Vertriebskanäle investiert. Auf die Lancierung von hypoclick.ch im Jahr 2017 folgte 2019 investclick.ch – eine attraktive Möglichkeit für Anlegerinnen und Anleger, um ihr Vermögen einfach und günstig zu verwalten. 2020 wurde das Online-Angebot nun mit BSUimmoclick.ch erneut erweitert. Das neue Modell kombiniert Bankenexpertise, ausgewiesenes Immobilienmakler-Know-how und IT-gestützte Prozesse. So profitieren Kundinnen und Kunden von massgeschneiderten, ganzheitlichen Dienstleistungen rund um den Kauf und Verkauf von Immobilien.

Für die Region

Kulturelle Institutionen, Veranstalter und Sportvereine hat das vergangene Jahr hart getroffen. So konnten zahlreiche Anlässe gar nicht oder nur in abgeänderter Form durch-

Bank BSU Genossenschaft
Bankstrasse 21, 8610 Uster
Telefon 044 777 0 777
www.bankbsu.ch

Geschäftsstelle Dübendorf
Bahnhofstrasse 36, 8600 Dübendorf

Geschäftsstelle Volketswil
Lindenstrasse 7, 8604 Volketswil



Mit einem Abo der Zürcher Oberland Medien sind Sie immer informiert – gedruckt und digital.

ZO / AVU Schnupperabo

Werden Sie jetzt Abonnent!

Ich möchte folgendes Schnupperabo bestellen:

Bitte ankreuzen: Zürcher Oberländer So naheliegend. Anzeiger von Uster So naheliegend.

Schnupperabos sind nur 1x pro Jahr möglich. Preis gilt pro Titel. Preisänderungen vorbehalten.

Sobald Sie ein richtiges Abo bestellen, gehören zu allen Print- und zürlost.ch-Abos die Gratiszeitungen als E-Paper (Volketswiler, Glattaler und Regio 1-5), und die beliebte Abotop-Karte, mit der Sie jeden Monat

von neuen Vergünstigungen in der Region profitieren, dazu. Für mehr Infos und die Möglichkeit alle unsere Aboprodukte online zu bestellen, gehen Sie auf zuerlost.ch/abo

Gewünschtes Startdatum:

Vorname: _____ Strasse: _____ Telefon: _____
Nachname: _____ PLZ Ort: _____ E-Mail: _____

1 Monat für nur CHF 24.-

Einsenden an:
«Zürcher Oberländer», Abonentendienst,
Postfach 1425, 8620 Wetzikon
oder per Fax 044 933 32 57

Zürcher Oberland Medien

Zürcher Oberländer | Anzeiger von Uster | zürlost.ch
regio | glattaler | volketswiler | Der Töthaler