

# BERNPUNKT

Magazin für Stadt und Region Bern



## Nachhaltigkeit – Wege in die Wirtschaft von morgen

SEITEN 4–5  
**GRÜNE WIRTSCHAFT**

---

Wie drei Berner Unternehmen  
Pionierarbeit leisten

SEITEN 8–9  
**NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN**

---

Warum der Wandel eine  
Chance ist

SEITEN 18–19  
**INTERVIEW: DIE SOCIAL  
RESPONSIBILITY DER MOBILIAR**

---

Frau Strauss, was tun Sie genau?

# Euro 6 lohnt sich

Sie erhalten bis zu 6000 Franken, wenn Sie alte  
Nutzfahrzeuge durch Euro-6-Fahrzeuge ersetzen –  
**UBS Umweltbonus**

Neu auch für  
Land-, Forst- und  
Baumaschinen

Finanzieren Sie jetzt ein Euro-6-Nutzfahrzeug mit UBS Leasing und ersetzen Sie damit ein altes. So belasten Sie erstens die Umwelt massiv weniger. Zweitens sparen Sie bei der LSVA. Drittens erhalten Sie von uns eine Gutschrift von bis zu 3000 Franken. Und weil unser Angebot für zwei Fahrzeuge gilt, können Sie mit dem UBS Umweltbonus pro Jahr bis zu 6000 Franken sparen. Wir beraten Sie gerne.

**[ubs.com/umweltbonus](https://ubs.com/umweltbonus)**

UBS Leasing  
Telefon 044 234 15 55

© UBS 2018. Alle Rechte vorbehalten.



# Nachhaltigkeit steht im Dienste unserer Kinder



Wir alle werden derzeit Zeuginnen und Zeugen eines eindrücklichen Wandels: Immer mehr Unternehmen orientieren sich am Ideal einer nachhaltigen Wirtschaft (Seite 4). Sie haben erkannt: Die Transformation zur Nachhaltigkeit ist eine einzigartige Chance. «Wirtschaften heisst, in die Zukunft investieren», sagt der Ökonom Jürg Minsch (Seite 8). Das erfordert eine ständige Auseinandersetzung mit der Zukunft und den neu entstehenden Technologien und Mobilitätskonzepten. Auch die Investoren an der Börse schauen genau, welche Unternehmen sich mit der Zukunft auseinandersetzen.

Doch wie sieht eine «nachhaltige Wirtschaft» aus? Ich verhehle nicht, dass mit dem sperrigen Wort «Nachhaltigkeit» heute alles und nichts begründet wird. Trotzdem bleibt die Definition der Nachhaltigen Entwicklung gemäss dem Brundtland-Bericht immer noch richtig und für uns wegweisend: Eine «Entwicklung, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können.» Daneben bleibt eine nachhaltige Wirtschaft – in Anlehnung an den Philosophen Immanuel Kant – natürlich immer auch ein Ziel, ein Ideal. Wie dessen Abbild in der realen Welt genau aussehen wird, ist nicht abschliessend klar – und damit auch gestaltbar. Genau diese Gestaltbarkeit macht den Weg zur nachhaltigen Wirtschaft so ungemein spannend und reizvoll.

Wir wollen in diesem BERNpunkt Wege in eine nachhaltige Wirtschaft aufzeigen. Wir sehen Nachhaltigkeit als eine Chance für die Wirtschaft. Dabei darf aber das primäre Ziel von Nachhaltigkeit – anlehnend an die obige Definition – nicht zum blossen Beiwerk verkommen: Wir setzen uns ein für eine Nachhaltige Entwicklung, weil wir wollen, dass auch unsere Kinder weiterhin uneingeschränkt auf diesem Planeten leben können.

Alec von Graffenried, Stadtpräsident

## INHALT

- |       |   |       |   |
|-------|---|-------|---|
| 04–05 | <b>GRÜNE WIRTSCHAFT</b><br>Wie drei Berner Unternehmen Pionierarbeit leisten                | 12–13 | <b>EIN LEBEN FÜR DIE SCHWÄCHEREN</b><br>Dieser Mann hat Herausragendes in der Berufsbildung geleistet |
| 06    | <b>IHR BETRIEB WILL WAS GEGEN DEN KLIMAWANDEL TUN?</b><br>Treten Sie der Klimaplatzform bei | 14    | <b>DAS NEUE EU-DATENSCHUTZRECHT</b><br>Wie die Unternehmen in der Schweiz davon betroffen sind        |
| 07    | <b>SIE WOLLEN IHREN BETRIEB NACHHALTIG AUSRICHTEN?</b><br>öbu hilft Ihnen dabei             | 15    | <b>DAS JUGENDPROJEKT LIFT</b><br>Warum es Jugendlichen und Unternehmern gleichermaßen hilft           |
| 08–09 | <b>NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN</b><br>Warum der Wandel eine Chance ist                        | 16–17 | <b>ENTREPRENEURSHIP</b><br>Wie aus Ihren Ideen marktfähige Unternehmen werden                         |
| 10    | <b>DIE ÄRA DER KREISLAUFWIRTSCHAFT</b><br>So geht nachhaltiges Wirtschaften                 | 18–19 | <b>BERNPUNKT-GESPRÄCH: SOCIAL RESPONSIBILITY DER MOBILIAR</b><br>Frau Strauss, was tun Sie genau?     |
| 11    | <b>NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN</b><br>Eine Chance für das Unternehmertum, sagt die Expertin   |       |   |



# Dank intelligentem Ressourcenverbrauch optimistisch in die Zukunft

Von Kaspar Meuli

*Wie sieht grüne Wirtschaft im Alltag aus? Anhand von drei Berner Firmen zeigt BERNpunkt, wie Energiesparen, Innovation und Klimaschutz beim zukunftssträchtigen Wirtschaften zusammenspielen.*

Für das grösste Berner Taxiunternehmen ist gesellschaftliches Engagement nichts Neues. Lange Zeit unterstützte Nova Taxi zum Beispiel lokale Sportklubs. Heute betreibt die Firma mit ihren 120 Mitarbeitenden aktiv Klimaschutz. Sie hat die Firmenflotte mit Elektrofahrzeugen aufgerüstet, und den CO<sub>2</sub>-Ausstoss ihrer konventionellen Autos kompensiert sie durch die Finanzierung von Klimaschutzprojekten – unter anderem in China.

So wie der älteste Berner Taxibetreiber setzen sich immer mehr Unternehmen für eine nachhaltige Nutzung von natürlichen Ressourcen ein und tragen dadurch zu einer Umgestaltung unserer Wirtschaft bei. Bei der Berner Klimaplattform der Wirtschaft etwa machen über 60 Unternehmen mit. Für manche Firmen ist die Entwicklung hin zu einer «Grünen Wirtschaft» ein strategischer Entscheid und Teil ihres Geschäftsmodells, andere gehen mit der Forderung nach nachhaltigem Wirtschaften ganz pragmatisch um – aber deshalb nicht weniger zukunftsgerichtet.

## «Die Fähigkeit der Natur, Ressourcen wie saubere Luft, ein stabiles Klima oder Energie bereitzustellen, ist begrenzt.»

Wirtschaftsprofessor Gunter Stephan

Das Konzept der «Green Economy» ist vielschichtig, wird seit Jahren an internationalen Konferenzen verhandelt, füllt tausende von Seiten Literatur und gibt Anlass zu Kontroversen. Im Zentrum aber steht immer wieder folgende Frage: Wie lässt sich bewerkstelligen, dass die Wirtschaft weiterwächst, der Verbrauch an natürlichen Ressourcen hingegen abnimmt?

Der Berner Wirtschaftsprofessor Gunter Stephan schreibt zu dieser Herausforderung: «Jede Tätigkeit erfordert den Einsatz von Gütern und Dienstleistungen, die der Natur entnommen werden. Dabei ist die Fähigkeit der Natur, Ressourcen wie saubere Luft, ein stabiles Klima oder Energie bereitzustellen, be-

grenzt.» Es wäre effizienter, so der Umweltökonom, sparsam mit Ressourcen umzugehen und möglichst einheimische erneuerbare einzusetzen. Doch dazu gelte es, Wirtschaft und Ressourcenverbrauch zu entkoppeln. «Dies ist das Kernelement einer grünen Wirtschaft. Dabei werden bestehende Volkswirtschaften in solche transformiert, die den Wohlstand mehrten und gleichzeitig, die Ressourcen- und Energieströme auf ein Minimum reduzieren.»

Die grüne Wirtschaft hat die Schweiz jüngst auch an der Urne beschäftigt. Im September 2016 stimmte die Bevölkerung über die Initiative «Für eine nachhaltige und ressourceneffiziente Wirtschaft» ab. Das von der Grünen Partei initiierte Vorhaben scheiterte an über 60 Prozent Nein-Stimmen. Die Vorlage sei zu radikal, argumentierten die Gegner, das Ziel einer grünen Wirtschaft aber durchaus legitim. «Wir leben über unseren Verhältnissen. Zu sorglos gehen wir mit Rohstoffen, Luft, Wasser, Boden und der Biodiversität um», hiess es etwa in einem Kommentar der NZZ. «Produktion und Konsum müssen ressourceneffizienter werden.»

Dass sich die Wirtschaft wandeln muss, ist unbestritten. Doch wie sieht dieser Umbau in der Praxis konkret aus? Anhand von drei Berner Unternehmen zeigen wir, dass es beim Aufbruch in die Wirtschaft der Zukunft unter anderem um folgende Aspekte geht: Energiesparen, Innovation und Klimaschutz.

### BEISPIEL NR. 1:

Die Swisscom hat mit ihrem Businesspark in Ittigen vorgemacht, wie sich die Optimierung des Energieverbrauchs auf die Spitze treiben lässt.

Das 130 Millionen Franken teure Gebäude ist eines der grössten Minerergie-P-Eco-Gebäude der Schweiz und setzt im Bereich Nachhaltigkeit neue Standards. Der Energieverbrauch dieses «Leuchtturmprojekts», so die Jury des Building Awards, mit dem der Bau ausgezeichnet wurde, ist dreieinhalb Mal tiefer als bei durchschnittlichen Bürogebäuden, die vor zehn Jahren errichtet wurden.

Als einzigartig gilt insbesondere das Energie- und Lüftungskonzept des 2014 eröffneten Gebäudes. Das Atrium funktioniert als Lunge: Es nimmt von aussen Luft auf, die in die Open-Space-Büros der 2000 Mitarbeitenden abgegeben wird. Die verbrauchte Luft fliesst wieder zurück und durchs Dach nach aussen. Dieser Kreislauf ist über ein intelligentes CO<sub>2</sub>-Fühlersystem gesteuert, das dafür sorgt, dass die Luft nur wenn nötig ausgetauscht wird. Die Swisscom habe sich zum Ziel gesetzt, im Bereich der Nachhaltigkeit «schweizweit eine Vorreiterrolle einzunehmen», erklärte Fabian Etter, Leiter Corporate Responsibility, bei der Eröffnung des Businessparks. «Wir zeigen mit diesem Projekt, dass Swisscom bereit ist, ihre langfristige Verantwortung wahrzunehmen und dass Innovation und Nachhaltigkeit eng aneinander gekoppelt sind.»







Kann Holz den Beton ersetzen? Beer Holzbau aus Ostermundigen machte es in einer Pioniertat vor.

## BEISPIEL NR. 2:

Die Firma Beer Holzbau in Ostermundigen zeigt, wie der effiziente Ressourceneinsatz zu Innovationen führen kann und wie sich ein KMU über nachhaltiges Wirtschaften klar positioniert.

Beim Neubau ihres 2017 fertiggestellten Produktions- und Bürogebäudes habe man «die Grenzen des Machbaren» ausloten wollen, erklärt Holzbauer Heinz Beer. Dabei entwickelte das Familienunternehmen mit seinen 60 Mitarbeitenden eine ganze Reihe von technischen Innovationen. Es spannte mit diversen Forschungspartnern zusammen, so unter anderem im Rahmen eines Projekts der Förderagentur für Innovation KTI, die angewandte Forschungs- und Entwicklungsvorhaben zwischen Hochschulen und Unternehmen unterstützt. Ziel dieses KTI-Projekts war, zu zeigen, dass Holz durchaus in der Lage ist, als tragendes Element dem Beton Konkurrenz zu machen.

Das Resultat überzeugt auch Laien: Die grosse Produktionshalle, in der unter anderem Holzelemente für den Bau von Wohnungen, Kindergärten und Schulen vorfabriziert werden, wird von einem Fachwerk mit beeindruckenden Dimensionen überspannt. Die Träger dieser Konstruktion sind 23 Meter lang und 4,5 Meter hoch – und sie liegen auf 10 Meter langen Stützen aus Buchenholz. Eine Pioniertat. Da diese Stützen mit Eisenstangen armiert wurden, ist ihre Tragfähigkeit ebenso gross wie jene von Betonsäulen, und der Querschnitt der Holzstützen ist nur unwesentlich grösser, als wenn sie aus Beton gefertigt worden wären.

Solche technischen Weiterentwicklungen, das liegt auf der Hand, machen den nachwachsenden Rohstoff Holz für immer komplexere Bauvorhaben interessant. Besonders nachhaltig ist der Baustoff, wenn er aus heimischen Wäldern stammt und nicht erst über weite Distanzen importiert werden muss. Heinz Beer betont denn auch, das neue Firmengebäude sei zu 81,5 Prozent aus Schweizer Holz gebaut. «Wir wollen als Firma vorleben» sagt er, «was wir auch unseren Kunden empfehlen.»

Die klare Positionierung von Beer Holzbau als Spezialistin für energieeffizientes Bauen mit Schweizer Holz scheint denn auch eines der Erfolgsrezepte des KMU zu sein. Die Firma realisierte in den vergangenen Jahren diverse Vorzeigebauten: Vom ersten Minergie-P-Eco-Mehrfamilienhaus der Schweiz im Liebfeld, über die autofreie Siedlung Oberfeld und die Kletterhalle O'Bloc in Ostermundigen bis zum Wohnhaus der Rekord-OL-Läuferin Simone Niggli-Luder.

## BEISPIEL NR. 3:

Die Berner Firma Nova Taxi betreibt, wie eingangs beschrieben, Klimaschutz aus Verantwortungsbewusstsein – und legt so heute die Basis für ihren Energiekonsum von morgen.

«Wir sind das einzige klimaneutrale Taxiunternehmen der ganzen Schweiz», erklärt Inhaber und Geschäftsführer Markus Kunz. Klimaneutral deshalb, weil Nova Taxi seit 2014 jedes Kilo klimaschädigendes CO<sub>2</sub>, das seine rund 35 Taxis und 20 Schulbusse ausstossen, kompensiert. Will heissen: Das Unternehmen bezahlt rund 20 Franken pro Tonne CO<sub>2</sub> zur Finanzierung von Klimaprojekten, die das Berner Beratungsunternehmen Swiss Climate in seinem Projektportfolio führt. Gegenwärtig unterstützt Nova Taxi etwa ein Vorhaben in China, bei dem Buse von Diesel- auf Elektrobetrieb umgerüstet werden.

Auch die Zukunft seiner eigenen Fahrzeugflotte sieht Kunz elektrisch. «Wir wollen nicht nur kompensieren, sondern haben uns zum Ziel gesetzt mittel- bis langfristig mit Zero-Emission-Fahrzeugen unterwegs zu sein.» Vorderhand betreibt das Unternehmen sechs Kleinbusse mit Biogas und setzt vier TeslaX als Elektrotaxis ein. Ob und wann Nova Taxi ausschliesslich mit Strom unterwegs sein wird, hänge von der technischen Entwicklung ab, so Kunz. «Sobald das Betanken eines Elektrofahrzeuges nicht mehr länger dauert als bei einem Benzinern, könnte ich mir vorstellen, nur noch auf Elektromobilität zu setzen.» Bis die ganze Flotte umgestellt sei, werde dies aber mindestens 10 bis 15 Jahre dauern.

Gelingt der Nova Taxi der Totalumbau ihrer Flotte, wird sie auch weiterhin zu den Klimaschutzpionieren gehören – auch wenn sie für diesen Schritt in Richtung grüne Wirtschaft mehr als ein Jahrzehnt benötigen sollte. Denn der Umbau von Wirtschaft und Gesellschaft ist komplex, aber möglich.

Vor allem aber führt kein Weg daran vorbei, denn wir leben und wirtschaften heute so, als ob uns die Ressourcen eines zweiten Planeten zur Verfügung stünden. «Das verursacht Krisen und gefährdet den Wohlstand», schreibt Gunter Stephan, der Berner Wirtschaftsprofessor. Bei allen Schwierigkeiten und Rückschlägen gerade in der Klimapolitik sieht der Umweltökonom auch Grund für Zuversicht. «Auch in Ländern, die sehr verschwenderisch mit Energie umgegangen sind, beginnen Überlegungen zum Ressourcenverbrauch eine Rolle zu spielen. Wer hätte je geglaubt, dass China und Teile der US-Wirtschaft für ein Klimaabkommen einstehen?»





# Berner Netzwerk gegen den Klimawandel

Drastische Reduktion des Energieverbrauchs — die Stadt Bern bedankt sich beim Kursaal mit dem «Energieradar». Im Bild: Kevin Kunz (links, CEO Kursaal Bern) und Rico Wagner (Leiter Technik).

Von Andrea Wirth,  
Klimaplatzform der Wirtschaft,  
Amt für Umweltschutz Stadt Bern

*Vor über zehn Jahren wurde die «Klimaplatzform der Wirtschaft» gegründet, ein Netzwerk engagierter Berner Unternehmen, die in ihrem Betrieb etwas gegen den Klimawandel tun. Das so eingesparte CO<sub>2</sub> übertrifft die Erwartungen. Und das Beste: Alles ist freiwillig.*

Vor über zehn Jahren wurde die Klimaplatzform von Berner Unternehmen und der Stadt Bern gegründet, um den CO<sub>2</sub>-Ausstoss und den Verbrauch fossiler Energien zu reduzieren. Das Minimalziel wird regelmässig übertroffen: Bis heute konnte dank über 600 realisierter Projekte so viel CO<sub>2</sub> eingespart werden, wie die Berner Bevölkerung in einem Winter mit der Heizung ausstösst. Da wird mit dem Velo ausgeliefert, Papier gespart, Wärme zurückgewonnen, Abfall getrennt und Biodiesel getankt. Solaranlagen werden montiert, Heizungen saniert, umweltfreundlichere Fahrzeuge angeschafft, Wege verkürzt oder es werden Beleuchtungen ersetzt.

## MODELL MIT AUSSTRAHLUNG

Die Mitarbeit ist freiwillig. Mitmachen können vom KMU bis zum Grossbetrieb alle, die ihren Geschäftssitz in der Region Bern haben. 16 Unternehmen gründeten das Netzwerk, heute machen 64 mit — neue Mitglieder sind willkommen. Viermal jährlich organisiert jeweils ein Unternehmen einen Business-Lunch, zeigt den Betrieb und erzählt von den Projekten. Diese Treffen sind die beste Gelegenheit, vertiefte Einblicke zu bekommen, Kontakte herzustellen und Ideen auszutauschen. In Basel und Zürich hat das Konzept ebenfalls überzeugt. Sie haben nach dem Berner Modell ihre eigenen Klimaplatzformen gegründet.

## JEDER BETRIEB ANDERS

Im Büro von Kevin Kunz, CEO Kongress + Kursaal Bern AG, steht eine Skulptur: ein Holzrahmen, darin eine Holzscheibe. Der Trocknungsprozess hat das Holz verändert, es hat sich gewölbt, ist gerissen. Genau das wollte der Künstler Urs-P. Twellmann mit dem «Energieradar» erreichen. «Ich finde, das passt sehr gut zu den Firmen der Klimaplatzform. Sie haben sich vorgenommen, etwas mehr zu tun und den Rahmen zu sprengen. Energie gestaltet, formt, sprengt, reisst, biegt», so Twellmann. Die Stadt Bern bedankt sich mit dem «Energieradar» bei den Firmen für ihr jahrelanges Engagement.

## BIENENHÄUSER IM KURSAAL BERN

Dem Kursaal Bern gehen die Projekte zur Reduktion des Energieverbrauchs noch lange nicht aus. In Planung ist ein umfassendes Energie-Monitoring. «Wir werden die Energieströme im ganzen Gebäude überwachen und optimieren», erklärt Rico Wagner, Leiter Technik. Dabei rechnet er langfristig mit Einsparungen von 300 000 Kilowattstunden im Jahr.

«Natürlich hat das Ganze auch eine finanzielle Dimension, aber das ist es nicht alleine», sagt Kevin Kunz und verweist auf die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. Dazu passen die Bienenhäuser auf der Terrasse beim Kursaal Bern. Sie sparen zwar kein CO<sub>2</sub> ein, helfen aber, die Diversität in der Natur zu erhalten. «Schliesslich haben wir nur diese eine Welt.»

## KUNDENGESCHENKE AUS BERN

Auch bei Christine Angeli von der sürprisen gmbh steht ein Energieradar. Gemeinsam mit ihrem Geschäftspartner Tobias Egger entwickelt sie Kundengeschenke und Give aways, die eines gemeinsam haben: Sie werden nachhaltig und wenn möglich lokal hergestellt. Dafür haben die beiden ihr Netzwerk von produzierenden Berner Werkstätten stetig ausgebaut. Für die «Chirschscheisäckli» übernehmen soziale Werkstätten vollumfänglich den Siebdruck, den Stoffzuschnitt sowie die Näh- und Füllarbeiten. Die Konfektionierung und der Versand erfolgen in den Räumen von sürprisen in Zusammenarbeit mit Flüchtlingen aus dem Durchgangszentrum Viktoria der Heilsarmee.

## WEITERE INFORMATIONEN

Die Klimaplatzform der Wirtschaft ist eine Partnerschaft zwischen Unternehmen aus der Privatwirtschaft und der Stadt Bern. Sie haben sich mit dem gemeinsamen Ziel zusammengeschlossen, CO<sub>2</sub>-Emissionen einzusparen. Dabei setzt die Klimaplatzform auf Freiwilligkeit. Von allen Partnern wird allerdings erwartet, dass mindestens jedes zweite Jahr ein neues Projekt umgesetzt wird.

[www.klimaplatzform.ch](http://www.klimaplatzform.ch)



# Der Verband, der Ihr Unternehmen weiterbringt

Von Sunna Seithel

*Immer mehr Unternehmen wird bewusst: Erfolgreiches Wirtschaften schliesst ein ökologisches und soziales Engagement nicht aus, sondern fördert und sichert den ökonomischen Erfolg langfristig. öbu, der Verband für nachhaltiges Wirtschaften, unterstützt Unternehmen dabei, Nachhaltigkeit erfolgreich in ihre Geschäftsstrategie zu integrieren.*



Erfolgreich dank Nachhaltigkeitsstrategie.

Viele Unternehmen schrecken vor dem Thema «Nachhaltigkeit» aus Angst vor einer negativen Kosten-Nutzen-Rechnung zurück – ein für die Wirtschaft fataler Irrglaube. Nachhaltigkeit und Erfolg schliessen sich keineswegs aus. öbu, der Verband für nachhaltiges Wirtschaften, unterstützt denn auch seine rund 350 Mitglieder dabei, in ihrem Unternehmen ein erfolgreiches Nachhaltigkeitsmanagement zu implementieren.

Der Verband bietet unter anderem Know-how und praxisnahe Umsetzungshilfen an und fördert den Erfahrungsaustausch unter den Mitgliedern sowie mit Vertretern aus Verwaltung, Wissenschaft und Fachverbänden. Hierfür organisiert öbu regelmässig Events zu verschiedenen Themen der nachhaltigen Wirtschaft.

## «Der Verband unterstützt seine Mitglieder, ein erfolgreiches Nachhaltigkeitsmanagement zu implementieren.»

Als Leitlinien dienen öbu dabei die von den Vereinten Nationen beschlossenen Ziele für eine Nachhaltige Entwicklung (SDG). Unter anderem vermittelt der Verband anwendbare Handlungsmuster in Form von Leitfäden und Praxisbeispielen aus der Schweiz. Dies, damit Unternehmen die globalen Ziele der Nachhaltigkeit auf nationaler und regionaler Ebene als Strategiewerkzeug nutzen und neue (nachhaltige) Geschäftsfelder entdecken können.

Aufgrund der aktuellen Trends und der Mitgliederbedürfnisse fokussiert der Verband auf vier Themenfelder.

### 1. DIE ABHÄNGIGKEIT VON RESSOURCEN MINIMIEREN

In einer Kreislaufwirtschaft werden genutzte Ressourcen wieder in den Produktionsprozess einbezogen (siehe Seite 10). Das ermöglicht es Unternehmen, sich frühzeitig auf die Ressourcenverknappung einzustellen und den unternehmerischen Erfolg vom Ressourcenverbrauch zu entkoppeln.

Hierzu hat öbu in Zusammenarbeit mit swisscleantech die Veranstaltungsreihe fokuskreislaufwirtschaft lanciert, bei der Pioniere der Kreislaufwirtschaft praktische Beispiele aus ihrem Unternehmen präsentieren, über die anschliessend diskutiert wird.

### 2. UMWELT- UND SOZIALRISIKEN ENTLANG DER LIEFERKETTE MANAGEN

Die Einhaltung von Nachhaltigkeitsprinzipien bei ihrem Beschaffungs- und Lieferkettenmanagement ermöglicht es Unternehmen, Umwelt- und Sozialrisiken zu managen. Dank der damit einhergehenden Transparenz der Beschaf-

fung und erhöhter Produkterückverfolgbarkeit können zudem neue Märkte erschlossen werden.

Veranstaltungen zu diesen Themen bieten öbu-Mitgliedern Lern- und Austauschmöglichkeiten zu Herausforderungen des nachhaltigen Lieferkettenmanagements. Daneben zeigt öbu auf kompass-nachhaltigkeit.ch anhand von Produkteleitfäden, wie Unternehmen Güter beschaffen können, die hohe Umwelt- und Sozialstandards aufweisen.

### 3. KENNZAHLEN STRATEGISCH NUTZEN UND DARÜBER BERICHTEN

Die transparente Berichterstattung zu finanziellen und nicht-finanziellen Kennzahlen trägt zu einer umfassenden Standortbestimmung und Entwicklung einer nachhaltigen Geschäftsstrategie im Unternehmen bei, und dient als Visitenkarte gegen aussen.

Mit dem Projekt «Focused Reporting – eine Chance für Schweizer Unternehmen» fördern öbu und engageability die relevante und transparente Nachhaltigkeitsberichterstattung in der Schweiz.

### 4. DEN NEUEN ANFORDERUNGEN AM ARBEITSPLATZ GERECHT WERDEN

Der Schweizer Arbeitsmarkt ist geprägt von technologischem Fortschritt, Fachkräftemangel und einer alternden Erwerbsbevölkerung. Um qualifizierte Mitarbeitende zu gewinnen und zu halten, müssen Unternehmen flexible Arbeitsformen, Diversity und Inklusion fördern und die Mitarbeitenden bei der Schaffung einer nachhaltigen Unternehmenskultur mit einbeziehen.

öbu unterstützt auch hier seine Mitglieder mit Know-how über aktuelle Ansätze sowie Veranstaltungen, die zum Austausch zwischen den Mitgliedern und anderen Experten anregen.

#### IN KÜRZE

## Forum ö: Wirtschaft 2030 – Visionen für die Zukunft, 17. Mai, Zürich

Am Forum ö 2018 wagen Unternehmen den Blick in die Zukunft: Sie zeigen, welche Veränderungen sie erwarten und wie sie sich darauf vorbereiten. In Zeiten disruptiver Technologien präsentieren Visionäre innovative Strategien, welche die heutigen Vorstellungen unserer Arbeitswelt durchaus über den Haufen werfen könnten.

[www.oebu.ch/de/events/event-kalender/forum-oe-2018-wirtschaft-2030-visionen-fuer-die-zukunft-3324.htm](http://www.oebu.ch/de/events/event-kalender/forum-oe-2018-wirtschaft-2030-visionen-fuer-die-zukunft-3324.htm)

Für weitere Infos zum Verband: [www.oebu.ch](http://www.oebu.ch)

# Denkanstösse für eine Wirtschaft von morgen

Von Reto Liniger

*Wie könnte eine nachhaltige Wirtschaft aussehen? Eine Wirtschaft, die weniger Ressourcen verbraucht und weniger Müll produziert. Unternehmer in und um Bern zeigen, in welche Richtung es gehen könnte. Der Ökonom Jürg Minsch ist überzeugt: Die Transformation ist eine Chance für das Unternehmertum.*

Stellen Sie sich folgende Szene vor: Ein vornehmes Restaurant, ein Pianist klimpert. Plötzlich betritt der fettleibige Mr. Creosote das Lokal. Schwerfällig bewegt er sich zwischen den Gästen durch und setzt sich an einen Tisch. Der Kellner präsentiert ihm aus der Speisekarte die Köstlichkeiten des Hauses. Creosote bestellt die gesamte Speiseauswahl und neun Flaschen Wein. Dann beginnt er zu essen und säuft den guten Wein. Er isst und isst, der Kellner schafft Unmengen von Speisen heran. Auf dem Tisch türmen sich Essensreste und Geschirr. Creosote übergibt sich mehrmals in einen Eimer und auf den Boden. Eine Putzfrau schaufelt das Erbrochene weg. Trotz der Übelkeit des Gastes bringt der Kellner weiteres Essen. «Ich bringe keinen Bissen mehr runter», sagt Creosote. Da überredet ihn der Kellner, noch ein «hauchdünnes Pfefferminzblättchen» zu essen. Das ist dann zu viel: Der Bauch des Mr. Creosote platzt, Essensreste und Körperteile fliegen dem Kellner nur so um die Ohren.

Die Szene aus dem Monty-Python-Film «Der Sinn des Lebens» parodiert kurz und knapp den Motor unserer Wirtschaft. Zwei Protagonisten stehen im Zentrum: der Konsument und der Unternehmer. Der masslose Konsum bildet das perfekte Gegenstück zum innovativen Unternehmer. Ihr Zusammenspiel erst lässt unsere Wirtschaft wachsen. «Unsere enorm produktive Wirtschaft verlangt, dass wir das Konsumieren zum Lebensstil machen», schrieb der US-Marketingberater Victor Lebow. Nachhaltig ist dieses System nicht: 80 Prozent der Konsumgüter – ob Verpackung, Kleider, Schuhe oder Essen – landen heute über kurz oder lang auf der Mülldeponie oder im Abwasser. Mit 742 Kilogramm Müll pro Kopf und Jahr gehört die Schweiz zu den grössten Abfallsündern weltweit – der OECD-Schnitt liegt bei 520 Kilogramm. Das Recycling zeige zwar Wirkung, aber es besteht Luft nach oben, schreibt die OECD.

Der Philosoph Immanuel Kant meinte, man müsse immer zwei Dinge im Auge behalten: die Welt, wie sie ist, und die Welt, wie sie sein soll. Den Status quo kennen wir. Wie die Welt sein sollte, ist hingegen weniger eindeutig. Wie könnte eine Wirtschaft aussehen, die schonend mit den natürlichen Ressourcen umgeht? In der weniger konsumiert wird; so weniger Abfall und Treibhausgase

entstehen. «Wir kennen den endgültigen Zustand nicht», sagt der Ökonom Jürg Minsch. «Es braucht Offenheit, einen neuen Lebensstil einzüben.» Für die Wirtschaft sei diese Transformation aber eine Chance, ist Minsch überzeugt. «Unternehmertum heisst, in die Zukunft investieren.» Und eine Volkswirtschaft lebt von ständiger Erneuerung.

## 1. DIE UNTERNEHMEN

Materielles Wachstum kann auf einem endlichen Planeten nicht unendlich weitergehen. Der britische Ökonom Tim Jackson ist überzeugt: Die Grundlage der Wirtschaft von morgen wird nicht die materielle Güterfertigung sein, sondern die Dienstleistung. Der Möbelhersteller Girsberger aus Bützberg macht es vor. Er hat neben seiner Produktion von neuen Möbeln vor über 10 Jahren ein zweites Standbein aufgebaut. Das Motto: Flicken statt wegwerfen. In der Remanufacturing-Abteilung werden alte Tische und Stühle neu verschraubt, geschliffen und lackiert. Aufmöbeln sei in den meisten Fällen sinnvoller als wegwerfen – und dies gleich in mehrfacher Hinsicht, sagt Andreas Kramer, Leiter der Remanufacturing-Abteilung. «Der Materialverschleiss ist kleiner und es wird weniger Abfall produziert.» Gleichzeitig wird das Portemonnaie geschont. Die Totalsanierung eines alten Stuhls koste rund 40 bis 70 Prozent seines Neuwertes. «Für immer mehr Kunden ist die Nachhaltigkeit der Grund, warum sie ihre Produkte renovieren lassen, anstatt neue zu kaufen.» Die steigende Nachfrage hat die Renovations-Abteilung bei Girsberger von einer Einmann-Show zu einem eigenständigen Geschäftsbereich wachsen lassen: «Unterdessen kümmern sich fünf Mitarbeiter um die fachliche Beratung und Planung von Möbelsanierungen», sagt Kramer.

Kreislaufwirtschaft heisst diese Zukunftsvision im Fachjargon: Gemeint ist ein Wirtschaftssystem, in dem alle Produkte am Ende ihrer Lebenszeit in etwas Neues, Gleichwertiges verwandelt werden – anders als bei der heutigen linearen Wirtschaft, die der Erde Ressourcen für die Produktion von Gütern entnimmt, die benutzt und dann weggeworfen werden. Kurz: Die Unternehmen in einer solchen Wirtschaft gehen behutsam mit unserer Erde um. Sie sind kohlenstoffarm und entziehen der Erde nicht masslos Ressourcen. Neu ist diese Form von Wirtschaft nicht, sie ist nur vergessen gegangen. Noch bis in die siebziger Jahre sei «kaputt» lediglich ein «Schwebezustand» gewesen. Kaputt hiess nicht hoffnungslos zerstört, weil das Wesen des Staubsaugers nicht getroffen sei, er nun vielmehr zügig repariert werden müsse, schreibt der Autor und Journalist Martin Meyer in seinem Buch «Vom allmählichen Verschwinden des Gewohntes». Mit dem Wort «kaputt» sei immer eine «therapeutische Perspektive» verbunden gewesen.





Flicken statt wegwerfen: Beim Möbelhersteller Girsberger werden alte Tische neu verschraubt, geschliffen und lackiert.

## «Das ökologische Bewusstsein der Gesellschaft wächst, entsprechend wächst die Nachfrage nach unseren Produkten.»

Laurenz Ginat, revendo

Nicht nur Girsberger, auch revendo hat mit der «therapeutische Perspektive» ein Geschäftsmodell entwickelt. Revendo kauft gebrauchte MacBooks, iPads oder iPhones an, wertet sie auf und verkauft sie wieder. «Unsere Konsumgesellschaft wird zu einer Wegwerfgesellschaft, dieser Entwicklung treten wir bei revendo entgegen», sagt Laurenz Ginat, Geschäftsleitungsmitglied bei revendo. Das revendo-Geschäftsmodell sei ein Prototyp für die Wirtschaft von morgen. «Das ökologische Bewusstsein der Gesellschaft wächst, entsprechend wächst die Nachfrage nach unseren Produkten.»

Laut dem Weltwirtschaftsforum, der Ellen MacArthur Foundation und McKinsey eröffnet die Kreislaufwirtschaft für die Weltwirtschaft eine Chance auf eine Trilliarde US-Dollar. Für Unternehmer und Verbraucher entsteht so Potenzial, von der traditionellen linearen «Make, Take, Waste»-Wirtschaft hin zu einem zirkularen Modell zu wechseln.

### 2. DER KONSUMENT

Das neueste Smartphone? Die neuen Schuhe? Es ist kein Geheimnis: Je weniger wir konsumieren, desto mehr schonen wir Ressourcen und desto mehr Müll vermeiden wir. «Die Menschen werfen zu viele Kleider weg – und kaufen darum auch zu viele», das sagte nicht etwa ein Greenpeace-Aktivist, das ist die unverdächtige Aussage der Modenschöpferin Stella McCartney gegenüber einem «Blick» Journalisten. Laut einer Greenpeace-Studie sollen in deutschen Haushalten zwei Milliarden Kleidungsstücke ungenutzt in Schränken herumliegen – das wird in der Schweiz nicht viel anders aussehen. Konsum schadet nicht nur unserer Umwelt, sondern auch unserem Wohlbefinden, ist die britische Philosophin Kate Soper überzeugt. Immer mehr Menschen wünschen dem Kreislauf von Arbeiten und Geldausgeben zu entfliehen und sehnten sich nach einem «alternativen Hedonismus», der zu mehr Zufriedenheit, Glück und einem nachhaltigen Leben beitrage. Für den Psychologen Tim Kasser stehen materialistische Werte wie Beliebtheit,

Image und finanzieller Erfolg psychologisch gesehen im Gegensatz zu «inneren Werten» wie Selbstakzeptanz, Beziehung, Zugehörigkeit zu einer Gesellschaft – diese stellen gemäss Kasser die tiefste Quelle unseres Wohlbefindens dar.

Stella McCartney legte gegenüber dem «Blick» Journalisten noch einen drauf: «Die Konsumenten müssen kritischer werden.» Kritischer Konsum ist wesentlicher Bestandteil einer Wirtschaft von morgen. Und nachhaltig konsumieren, ist oft leichter als kompletter Verzicht. Die Nachfrage besteht: Insgesamt gaben Schweizer im Jahr 2016 fast 665 Millionen Franken für Fair-Trade-Produkte aus – dies ist ein neuer Höchstwert und eine Zunahme von 16 Prozent zum Vorjahr. Zwar sind Fair-Trade-Produkte nicht zwingend nachhaltig, Konsum wird aber zunehmend bewusster. Der Hallerladen in der Berner Länggasse ist ein Bioladen der ersten Stunden. Seit einigen Jahren besteht ein steigendes Interesse an authentischen Produkten aus regionaler Produktion, sagt die Co-Geschäftsleiterin Astrid Hadorn. «Viele Menschen machen sich Gedanken über Lebensmittelskandale und intransparente Handelsbeziehungen.» Bereits hätten sich Unternehmen «auf Verbraucher eingestellt, die bereit sind, etwas höhere Preise zu bezahlen», schreibt der Ökonom und Ex-Banker Pavan Sukhdev. Es stelle sich aber die Frage, warum nicht mehr Unternehmen diese potenziellen Absatzmärkte erkannt hätten.

#### SO KÖNNTE EINE WIRTSCHAFT VON MORGEN AUSSEHEN: BUCHTIPPS.

Lesenswert: Der Ökonom Tim Jackson beschreibt in seinem Buch «Wirtschaft ohne Wachstum», wie eine Wirtschaft von morgen aussehen könnte. In sein Zukunftsszenario fliessen die Bereiche: Unternehmen, Arbeit, Investitionen und Geld.

**Tim Jackson. Wohlstand ohne Wachstum. Das Update. 2017.**

Pavan Sukhdev entwirft in seinem Buch «Corporation 2020» wie eine Firma künftig aussehen sollte. Dabei wirbt der Ex-Manager der Deutschen Bank und Klimaaktivist dafür, dass Umweltkosten in den Bilanzen der Unternehmen einfließen müssen. Streng ökonomisch betrachtet, sind viele Güter heute zu preiswert. Die Preise spiegeln nicht die tatsächlich anfallenden Kosten wider, für die Krankenkassen, die Umwelt. Warum sollen Unternehmen Gewinne privatisieren und Treibhausgase und Abfall der Allgemeinheit aufbürden? Das Buch ist nicht neu, aber umso lesenswerter:

**Pavan Sukhdev. Corporation 2020.**

**Warum wir Wirtschaft neu denken müssen.**



# Die Ära der Kreislaufwirtschaft

Von Marco Münster,  
Leiter Business Unit Beruf & Umwelt,  
sanu AG

*Im letzten Jahrhundert begann das Recycling-Zeitalter. Seither werden Abfälle als Ressourcen genutzt, Abfallkonzepte und Recycling-Systeme wurden erarbeitet und mit dem Rezyklisten entstand sogar ein neuer Beruf. Nun steht die Ära der Kreislaufwirtschaft an. Ein Prinzip der Kreislaufwirtschaft: Die Produkte sollen reparierbar sein.*

Ressourcen werden auf der Erde immer knapper und auch entsprechend teurer. Der ökologische Fussabdruck der Schweiz beträgt mittlerweile drei Planeten – die Auswirkungen des Klimawandels werden immer spürbarer. Heutzutage werden Effizienz und Recycling grossgeschrieben. Doch sie kommen auch an ihren Grenzen, da das Grundbedürfnis an natürlichen Ressourcen immer noch besteht.

## DAS ZIEL: EINE GRÜNE WIRTSCHAFT

Die Kreislaufwirtschaft will den energieintensiven Recycling-Prozess überwinden. Statt Abfälle wiederzuverwerten, sollen diese gar nicht erst entstehen. Gefragt sind daher Produkte, deren Rohstoffe nach der Nutzung vollständig in den Produktionsprozess zurückgelangen, ähnlich wie beim Stoffkreislauf der Natur. Dafür braucht es auch entsprechend weniger neue natürliche Ressourcen.

Politisch wird die Vision einer grünen Wirtschaft immer wichtiger. Doch Kreislaufwirtschaft entsteht nicht in der Politik, sondern in den Branchen und Unternehmen.

## ZENTRALE PRINZIPIEN EINER KREISLAUFWIRTSCHAFT

Die Kreislaufwirtschaft basiert auf acht Grundprinzipien, die dazu beitragen, für eine gleichwertige Dienstleistung weniger natürliche Ressourcen zu verbrauchen:

- Kreislauffähige Materialien
- Verzicht auf ökotoxische Chemikalien
- Einfache Zerlegbarkeit
- Modulare Bauweise
- Gesteigerte Nutzungsintensität (Sharing Economy)
- Langlebigkeit
- Einfache Wartbarkeit / Reparierbarkeit
- Wiederverwertbarkeit, Remanufacturing

Die vier ersten Prinzipien sind zum Teil technisch zu regeln. Doch die meisten, und vor allem die letzten, sind stark mit dem Geschäftsmodell verbunden.

## DER WEG: INNOVATIVE GESCHÄFTSMODELLE

Kreislaufwirtschaft ist das Ergebnis von Innovationen und Lösungen, die in KMUs und Branchen entwickelt werden. Erste Überlegungen und Schritte setzen beim geeigneten Geschäftsmodell an, die auch nicht alle über das gleiche Potenzial für Kreislaufwirtschaft verfügen. Wie kann das Unternehmen bessere Dienstleistungen mit geringerem Ressourcenverbrauch anbieten? Welches innovative Geschäftsmodell steigert die Wettbewerbsfähigkeit bei Produkten mit Kreislaufeigenschaften – also Produkten, die hochwertig, langlebig und wartungsarm sind?

Das heutzutage verbreitete Verkaufsmodell beinhaltet einen Anreiz zur geplanten Obsoleszenz. Denn der Hersteller gibt das Eigentum am Produkt mit der Hoffnung an den Kunden ab, dass dieser schon bald wieder ein neues Produkt kaufen muss. Investiert der Hersteller nun in Produktdesign mit Kreislaufeigenschaften, so kreiert er einen Mehrwert, der Auswirkungen auf die gesamte Wertschöpfungskette hat. Der Hersteller kann so von seiner Investition in Kreislaufdesign durch verbesserte Produkteigenschaften nur profitieren, wenn er sein Geschäftsmodell anpasst und zum Beispiel mit Leasing- oder mit Leistungsverträgen arbeitet (Kopien statt Kopierer verkaufen). Dafür erzielt er einen Imagegewinn und einen höheren Kundennutzen.

## ÜBERALL MACHEN SICH MARKETINGFACHLEUTE, PRODUKTDESIGNER, GESCHÄFTSLEITENDE UND KUNDEN GEDANKEN.

Das Thema ist neu, und im Moment stehen noch Pioniere wie Mobility Carsharing oder Freitag Taschen im Vordergrund. Doch mit der Digitalisierung, der Konkurrenz aus Asien, ausländischen Billigproduktionen und den neuen Bedürfnissen einer sensibilisierten Kundschaft bestehen treibende Faktoren in Richtung Kreislaufwirtschaft. Es gibt sogar Kunden, für die Qualität und eine geringere Umweltbelastung ein Kaufargument ist.

## WEITERE INFORMATIONEN

Kreislaufwirtschaft braucht Kompetenzen. Diese erlangt man zum Beispiel dank der berufsbegleitenden Weiterbildungen von sanu: Projektmanager Natur und Umwelt, UmweltberaterIn oder Leadership und Nachhaltige Entwicklung

[www.sanu.ch/18SMKG](http://www.sanu.ch/18SMKG)





# Chancen einer ressourcenschonenden Wirtschaft

Von Dr. Sibylle Anwander, Bundesamt für Umwelt BAFU

*Mit wachsender Weltbevölkerung und steigendem Konsum werden Rohstoffe knapp, und die natürlichen Ressourcen geraten unter Druck. Als Folge davon wächst der Markt für Umwelt- und Energielösungen stark – das ist eine Chance für die Unternehmen. Wie können wir als Konsumenten unsere Umweltbelastung reduzieren?*

Die Verknappung natürlicher Ressourcen – wie Wasser, Luft oder Rohstoffe – und die gleichzeitige Zunahme der Weltbevölkerung führt zu einer steigenden Nachfrage nach Umwelt- und Energietechnologien. Cleantech ist weltweit einer der am stärksten wachsenden Märkte und stellt ein grosses Potenzial dar.

## CHANCEN UND HANDLUNGSBEDARF FÜR UNTERNEHMEN

Schweizer Unternehmen sind gut positioniert, um die Chancen im globalen Wachstumsmarkt zu nutzen. Innovative Unternehmen sorgen dafür, dass ressourcenschonende Produkte und Dienstleistungen auf den Markt kommen. Die wichtigsten Entscheide für eine positive Umweltbilanz fallen, wenn Unternehmen ihre Produkte und Dienstleistungen planen und dabei überlegen, wie sie die Bedürfnisse ihrer Kunden mit der geringsten Umweltbelastung erfüllen können. Bei der Konzeption der Produkte entscheidet sich, welche Umweltbelastungen bei der Rohstoffgewinnung, der Produktion und der Nutzung der Produkte anfallen. Es wird auch vorbestimmt, welcher Anteil der verwendeten Materialien wieder in den Wirtschaftskreislauf zurückgeführt werden kann – anstatt verbrannt oder deponiert werden zu müssen.

Verantwortungsbewusste Unternehmen analysieren den ganzen Lebenszyklus ihrer Produkte. Sie versuchen die grössten Umweltwirkungen in den Lieferketten zu minimieren. Das vom Bund unterstützte nationale Netzwerk zur Förderung der Ressourceneffizienz (Reffnet.ch) berät Unternehmen bezüglich Umweltoptimierungen über den ganzen Produktlebenszyklus. Zudem bietet der Bund methodische Grundlagen und Ökoinventurdaten, um die Umweltbelastungen mit Ökobilanzen berechnen und vergleichen zu können. Eine weitere Möglichkeit, Umweltwirkungen zu reduzieren, ist, die Lebensdauer von Produkten zu verlängern und Ersatzteile zu vernünftigen Preisen während vieler Jahre anzubieten. Für viele Kunden werden die Langlebigkeit der Produkte und ihre Umweltverträglichkeit auch nach der Konsumphase immer wichtiger.

## AKTIVITÄTEN DES BUNDES

Der Anpassungsprozess an die Verknappung natürlicher Ressourcen wird die Schweiz und die internationale Gemeinschaft über die kommenden Jahrzehnte prägen. Diese Herausforderung ist auch eine Chance für die Schweizer Wirtschaft mit ihrer Innovationsstärke. Der Bund fördert innovative und ressourcenschonende Technologien und Lösungen.

Selbstverantwortung ist auch im Bereich Kreislaufwirtschaft ein wichtiges Stichwort. Während der Bund klare Vorgaben macht zur Vermeidung und Entsorgung von Abfällen, sollen die Unternehmen in den vorausgehenden Phasen der Wertschöpfungskette eigenverantwortlich ihren Fussabdruck reduzieren. Mit der neu gegründeten Plattform «Go for impact» haben Wirtschaft, Wissenschaft und Bund sich für eine Zusammenarbeit entschieden, die sich an Innovation, Zusammenarbeit und messbarer Wirkung orientiert und einen Beitrag zur Erreichung der globalen Agenda 2030 für eine nachhaltige Entwicklung leisten will. ([www.goforimpact.ch](http://www.goforimpact.ch))

## WAS KÖNNEN WIR ALLE ALS KONSUMENTEN TUN?

Die Umweltbelastung der Schweiz pro Person hat in den letzten Jahren leicht abgenommen – der Verbrauch ist noch deutlich zu hoch. Bei Konsumgütern beeinflusst vor allem die Menge sowie die Qualität und Lebensdauer die Umweltbelastung. Bei der Ernährung hat der Konsum tierischer Produkte den grössten Einfluss. Wer seinen Konsum von Fleisch, Fisch, Eiern und Milchprodukten senkt und vermehrt auf umweltfreundlich produzierte, saisongerechte pflanzliche Nahrungsmittel setzt, verbessert seine Umweltbilanz deutlich. Wesentlich ist auch ein gutes Einkauf- und Kühlschranksmanagement, damit keine Lebensmittel ungenutzt verderben.

Beim Wohnen gehört die Wahl des Wohnortes zu den wichtigsten Entscheidungen. Sie beeinflusst die künftigen Verkehrsdistanzen und Verkehrsmittel. Hinzu kommen die Grösse der beheizten Wohnfläche, die thermische Qualität des Gebäudes (Dämmung), die Art der Energiequellen für Strom und Heizung und die Wahl der Baumaterialien.

Bei der privaten Mobilität sind die zurückgelegten Wege und die Häufigkeit der Fahrten die wichtigsten Faktoren. Ganz besonders stark beeinflusst die Wahl der Feriendestination die persönliche Umweltbilanz: Ferien etwa in Australien schlagen gleich mit der Hälfte des durchschnittlichen Jahresverbrauchs an Energie pro Person zu Buche. Bei jeder Fortbewegung, sei es Arbeitsweg, Freizeit, Einkaufen oder Ferienreise, haben auch die Wahl des Transportmittels, dessen Auslastung und der Fahrzeugtyp (Gewicht) einen wesentlichen Einfluss auf das Mass der Umweltbelastung.

# Ein Leben für die Schwächeren

Von Reto Liniger

*Andreas Grassi unterrichtet während 37 Jahren seines Berufslebens Lehrlinge aus zerrütteten familiären Verhältnissen oder mit Lernschwierigkeiten – über 300 von ihnen hat der Berufsschullehrer von der Lehre in die Arbeitswelt geführt. Lehrstellennetz und WIRTSCHAFTSRAUM BERN haben Andreas Grassi für seine Leistungen in der Berufsbildung ausgezeichnet. Was treibt diesen Mann an?*

Es ist Anfang Dezember 2016, draussen ist es kalt und es schneit. Andreas Grassi, 70, steht in der Küche und rührt den Salat an, im Topf schmoren Fleischvögel, im Ofen wartet ein Kartoffelgratin. Seine Frau schenkt Rioja ein. Da klingelt das Telefon, Grassi nimmt den Hörer ab. Eine verzweifelte Mutter spricht am anderen Ende der Leitung. «Der Lehrmeister will meinen Sohn Ädu vor die Türe stellen, sollten sich seine Noten nicht bessern – so wird Ädu durch die Lehrabschlussprüfung fallen.» Später stellt sich heraus: Die Frau ist Bauersfrau, alleinerziehend – der Mann schon lange gestorben.

«Ist Ädu zu Hause?», fragt Grassi.  
«Ja, im Zimmer», sagt die Frau.  
«Ok, ich komme.»

Grassi legt den Hörer auf, wechselt einen Blick mit seiner Frau, zieht die Jacke über und stapft in die kalte Dezembernaut. Grassi ist ein Rätsel: Während 37 Jahren seines Berufslebens begleitet er über 300 Schüler mit Lernschwierigkeiten oder aus zerrütteten Familien in die Arbeitswelt. Darunter gepfefferte Fälle: Von den Eltern alleingelassene Jugendliche oder solche, die drohten in die Nazi-Szene oder die Drogen abzurutschen. Seit sieben Jahren ist er pensioniert, könnte längst unter der Palme liegen. Doch Grassi gründet das Projekt «Stopp Lehrabbruch». Eine Soforthilfe für kriselnde Lehrlinge mit dem Ziel, Lehrabbrüche zu reduzieren. Warum tut er das alles? Im vergangenen September haben WIRTSCHAFTSRAUM BERN und Lehrstellennetz Köniz Andreas Grassi für seine Leistungen für die Berufsbildung ausgezeichnet. Doch nur ungern spielt Grassi die Klaviatur der lauten Töne. «Ich mag Prestige nicht so.»

Nicht Lehrer, sondern Malermeister hätte Grassi werden sollen. Im ländlichen Langnau, wo er aufwuchs, führte sein Vater ein Malergeschäft und unterrichtet Malerlehrlinge. Früh sei er mit dem Gewerbe und der Berufsbildung in Kontakt gekommen, sagt Grassi. Doch Grassi war Allergiker: Die Farben und Lösungsmittel verursachen Asthma und Ekzeme bei ihm.

So beginnt der Junge vom Land mit 17 Jahren das Lehrerseminar in Hofwil. Wie setze ich mich als Landbursche gegen die Städter durch? «Spielen sie ein Instrument?», fragt ihn sein Musiklehrer. «Klar, Handorgel», erwidert Grassi. Der Lehrer: «Ja, aber ein Instrument?». Das Lehrerseminar sei «verunsichernd» gewesen, sagt Grassi. Das urbane Milieu habe sein Selbstbewusstsein aber gestärkt – und entfaltet ungeahnte Heilkräfte: Schon bald sind sein Asthma und die Ekzeme verfliegen.

In die Berufswelt steigt er als Primarlehrer ein, danach als Allgemeinbildner in der Berufsschule Thun. Bald macht sich bei ihm ein alter Bekannter bemerkbar: die Routine. «Der normale Unterricht hat mich schon seit langer Zeit nicht mehr interessiert.» Die Inhalte wiederholen sich, und die Lehrlinge stellen ihn bald nicht mehr vor grössere Probleme. «Bei den aufgeweckten Lehrlingen spielte es keine Rolle, wie ich Schule hielt, die hätten auch von einem Holzklotz gelernt.»

**«Wer sich beruflich nicht integrieren kann, droht randständig zu werden.»**

Zufällig erfährt er von der ersten Anlehre-Klasse. Einer verkürzten Berufsausbildung für schulisch schwächere Jugendliche. «Längst hätte ich den Job gewechselt, wäre ich nicht mit den schwierigen Schülern in Kontakt gekommen – die haben mich gefesselt.» Erst in dieser Arbeit findet Grassi, was ihn bis heute antreibt: den intensiven Kontakt zu sehr unterschiedlichen Menschen. Die Einzelschicksale dieser Schüler fordern ihn, da sie ständig neue Widersprüche in



Diese Berufsbildner haben Herausragendes geleistet: Pierre Marville, Peter Kernen, Andreas Grassi, Jörg Guggisberg (v.l.).

ihm auslösen. Kaum glaubt er seine Klasse im Griff zu haben, stellt ihn ein Schüler vor neue Fragezeichen. Diese Dialektik ist zu seinem Motor geworden – bis heute treibt sie ihn an. Bei diesen Schülern habe Grassi seine Bestimmung gefunden, sagt Christoph Gassmann, der für das Buch «Berufsbildung in der Schweiz» ein Interview mit Grassi geführt hatte. «Die einen Lehrertypen wollen Stoff vermitteln. Den anderen gehts mehr darum, mit ihren Schülern in Austausch zu kommen. Das ist dann vielleicht auf Dauer spannender, weil ja jeder Lernende anders ist, jedes Mal neue Schwierigkeiten auftauchen.»

## «Die schwierigen Schüler, die haben mich gefesselt.»

Unser duales Berufsbildungssystem sei eine gewaltige Integrationsmaschine, sagt Grassi. «Wer sich aber beruflich nicht integrieren kann, droht randständig zu werden.» Jeder zehnte 25-Jährige bleibt in der Schweiz ohne Ausbildung. Diese 10 Prozent fuchsen ihn – und treiben ihn an. Den Hebel, um diese Quote zu senken, sieht Grassi bei der Früherfassung von schwächeren Schülern. Wie können schwächere Lehrlinge möglichst früh erkannt – und vor allem adäquat gefördert werden? Über dieser Frage brütet Grassi und publiziert Bücher, gleichzeitig bildet er am Hochschulinstitut für Berufsbildung in Zollikofen angehende Lehrer aus. Viele Lehrer stammten aus der Mittelschicht, sie seien sich gar nicht bewusst, wie es in der Unterschicht aussehe. Entsprechend müsse man die angehenden Lehrer für die unterschiedlichen Lernvoraussetzungen der Lehrlinge sensibilisieren. Heute wisse man, «zu Lehrabbrüchen kommt es meist wegen fehlender Methoden-, Sozial- und Selbstkompetenz.» Zu Deutsch heisst das: Die Lernenden wissen nicht wie die Hausaufgaben anpacken.

Als Andreas Grassi an diesem kalten Dezemberabend 2016 bei Ädu in der Küche sitzt, trifft er genau auf diese Problematik: Ädu wusste nicht wie lernen. Er stand vor der Abschlussprüfung als Landschaftsgärtner, dafür musste er aber 400 Pflanzen auswendig lernen – mit lateinischen Namen. Diese Begriffe wollten ihm aber einfach nicht in seinen Schädel. Und da war dann noch dieser Computer, dem er regelmässig verfiel. Grassi entwickelte mit Ädu eine Lernstrategie und vereinbarte einen schriftlichen Vertrag. Darin stand: Er dürfe jeden Abend gamen, aber er müsse auch jeden Abend zwanzig Minuten lernen. So schickte er jeden Abend bevor er den Computer anstellte eine SMS an Grassi, er habe zwanzig Minuten gelernt, und Grassi quittierte. Und schickte jeden Abend die Nachricht zurück: «Willst du nicht nochmal zwanzig Minuten lernen?» Ädu ist heute Landschaftsgärtner mit eidgenössischem Fähigkeitszeugnis.

### DIE WEITEREN GEWINNER

Im vergangenen September hat WIRTSCHAFTSRAUM BERN und Lehrstellennetz Köniz Persönlichkeiten für ihre besonderen Verdienste in der Berufsbildung ausgezeichnet. Die weiteren Gewinner waren:

**Jörg Guggisberg** ist ehemaliger Geschäftsführer und Verwaltungsrat der Guggisberg Dachtechnik AG.

**Peter Kernen** ist Präsident und Mitbegründer des Schweizerischen Fachverbandes Betriebsunterhalt Bern und Vizepräsident des SFB Schweiz.

**Pierre Marville** ist langjähriger Leiter der Berufsbildung Post.

**Brigitte Schweizer**, Leiterin Geschäftsstelle der Berufsbildungskommission und Leiterin der Geschäftsstelle des Schweizerischen Verbandes für Zivilstandswesen.



# EU-Datenschutzrecht – wie Schweizer Unternehmen davon betroffen sind



Von Dr. iur. Cyrill Rieder,  
Rechtsanwalt, Partner von  
Fuhrer Marbach und Partner

*Am 25. Mai 2018 wird die EU-Datenschutzgrundverordnung in Kraft treten und die Bearbeitung von Personendaten in der EU einheitlich regeln. Die damit verbundenen Änderungen werden im Rahmen der laufenden Gesetzesrevision auch ins Schweizer Recht übernommen. Viele Schweizer Unternehmen sind aber bereits am 25. Mai 2018 von den neuen Bestimmungen betroffen, denn deren Anwendungsbereich ist nicht auf die EU beschränkt. Was sind die wichtigsten Neuerungen? Welche Folgen hat das neue Datenschutzgesetz und welche Unternehmen sind betroffen?*

Die heutige EU-Datenschutzrichtlinie gewährt den Mitgliedstaaten viel Spielraum bei der Umsetzung des Datenschutzes, was zu erheblichen länderspezifischen Unterschieden führte. Neu gilt ein einheitliches und in allen Mitgliedstaaten direkt anwendbares Regelwerk, das entsprechend von den Behörden einfacher und über die Landesgrenzen hinweg durchgesetzt werden kann. Unternehmen profitieren ebenfalls von der vereinheitlichten Rechtslage, müssen dafür aber höheren Anforderungen gerecht werden und dürften zukünftig auch stärker überwacht beziehungsweise regelmässiger kontrolliert werden.

## WELCHE UNTERNEHMEN SIND BETROFFEN?

Die EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) gilt ortsunabhängig für alle im Zusammenhang mit einem Unternehmen in der EU bearbeiteten Personendaten. Wer Personendaten für ein Unternehmen in der EU bearbeitet, untersteht der EU-DSGVO wie ein Unternehmen in der EU selbst. Weiter unterstehen der EU-DSGVO auch alle Unternehmen, die Waren oder Dienstleistungen in der EU anbieten. Sie gilt also direkt für fast alle Schweizer Exporteure, Onlineplattformbetreiber und sonstigen internationalen Dienstleister.

## WELCHES SIND DIE WICHTIGSTEN NEUERUNGEN?

Mit der EU-DSGVO werden insbesondere die folgenden Neuerungen eingeführt:

- **Aufzeichnungspflicht:** Unternehmen, die regelmässig Personendaten verarbeiten, müssen detaillierte Aufzeichnungen über ihre Datenverarbeitungsaktivitäten führen. Sie sind beweispflichtig und müssen die Einhaltung der Datenschutzbestimmungen auch im Einzelfall belegen können.
- **Privacy-by-Design:** Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsabläufe sind standardmässig so zu konfigurieren, dass nur im erforderlichen Mass Personendaten verarbeitet werden.
- **Einwilligungen:** Der Betroffene muss sein Einverständnis zur Datenbearbeitung neu eindeutig (z.B. durch Anwählen einer Option) erteilen (sog. Opt-in-Prinzip). Eine standardmässig vorgesehene Einverständniserklärung, gegen die der Betroffene (z.B. durch Abwählen einer Option) widersprechen muss (sog. Opt-out-Prinzip), ist ungültig. Zudem ist der Betroffene in verständlicher Sprache über die Datenbearbeitung und seine Rechte zu orientieren (sog. informed consent).

- **Datenschutzfolgenabschätzung:** Falls Datenbearbeitungen zu hohen Risiken für die Betroffenen führen, ist vorgängig eine spezielle Risikoprüfung durchzuführen.
- **Vertreter und Datenschutzbeauftragter:** Unternehmen müssen einen Vertreter in der EU benennen und benötigen zudem einen Datenschutzbeauftragten, falls sie in grossem Umfang sensible Daten verarbeiten oder systematisch Personendaten sammeln.
- **Meldepflichten:** Bei Datendiebstahl müssen die Unternehmen unter Umständen innert 72 Stunden die Datenschutzbehörden und die Betroffenen selbst informieren.
- **Portabilität:** Personendaten müssen zu einem neuen Anbieter mitgenommen werden können.
- **Jugendschutz:** Kinder unter 16 Jahren dürfen Onlinedienste wie Facebook oder Chatrooms nur noch mit Zustimmung der Eltern nutzen.

## WAS GILT BEI NICHT-EINHALTUNG DER NEUEN VORSCHRIFTEN?

Bisher hatte die Verletzung von datenschutzrechtlichen Bestimmungen kaum Folgen für die Unternehmen. Mit der EU-DSGVO steht diesbezüglich aber ein Paradigmenwechsel an, denn neu können Unternehmen mit bis zu EUR 20 Mio. oder 4 Prozent ihres weltweiten Umsatzes gebüsst werden. Selbst bei kleineren Verstössen sind Bussen von bis zu EUR 10 Mio. vorgesehen.

## BESTEHT HANDLUNGSBEDARF FÜR DIE SCHWEIZER UNTERNEHMEN?

Die betroffenen Unternehmen sollten ihre Produkte, Dienstleistungen und internen Abläufe auf ihre Konformität mit der EU-DSGVO prüfen. Dabei ist insbesondere den neuen Aufzeichnungspflichten und dem Privacy-by-Design-Grundsatz Beachtung zu schenken. Auch genügen die nach bisherigem Recht abgegebenen Einwilligungen zur Datenbearbeitung nicht mehr und müssen neu eingeholt werden. Die bestehenden Daten dürfen hierfür aber nur noch bis am 25. Mai 2018 verwendet werden. Auch sind die eigenen Datenschutzreglemente zu überarbeiten, wobei die Einhaltung der neuen Bestimmungen angesichts der drohenden Strafen auch durch organisatorische Massnahmen abgesichert werden sollten.

# So kommen wir zu mehr Fachkräften



Voll eingebunden – Augusto Straubel (l.) mit seinem Ausbildungsverantwortlichen Mike Tinner in der AMAG Gümligen

Von Reto Liniger

*Das Projekt LIFT vermittelt Jugendlichen Wochenarbeitsplätze und begleitet sie auf ihrem Weg in die Arbeitswelt. Nicht nur Jugendliche profitieren, das Projekt ist eine klassische Win-win-Situation.*

Das System der Berufsbildung in der Schweiz ist ein Erfolgsmodell. Es steht für eine gesunde Mischung aus Theorie und Praxis und bietet beste Zukunftsperspektiven. Doch nicht alle Schülerinnen und Schüler nehmen die Hürde «Berufslehre»: Jeder zehnte 25-Jährige verfügt in der Schweiz über keine Ausbildung. Besonders Schüler mit Lernschwierigkeiten oder aus schwierigen sozialen Verhältnissen sind gefährdet, beim Übergang von der Schule in die Berufswelt zu straucheln. Das Projekt LIFT greift diesen Jugendlichen unter die Arme, damit sie den Weg in die Arbeitswelt finden. «Mit Kursen und Wochenarbeitsplätzen wollen wir insbesondere Jugendliche mit erschwerem Hintergrund den Weg in die Berufsbildung ebnen», sagt die LIFT-Geschäftsleiterin Gabriela Walser. «Durch regelmässige Arbeit in einem KMU lernen die Jugendlichen die Anforderungen der Arbeitswelt und ihre Neigungen und Fähigkeiten kennen.»

## DEUTLICHE VORTEILE GEGENÜBER SCHNUPPERN

Der 15-jährige Augusto Straubel ist einer von rund 150 Schülern im Kanton Bern, der bei LIFT mitmacht. Seit vier Monaten arbeitet er jeden Mittwochnachmittag zwei Stunden beim Autohändler AMAG in Gümligen. Der längerfristige Wochenarbeitsplatz hat deutliche Vorteile gegenüber dem Schnuppern: Wäre Augusto nur einige Tage im April am Schnuppern, müsste er Reifen wechseln bis zum Abwinken. Mit dem längerfristigen Wochenarbeitsplatz erhält er einen Einblick in ein breiteres Spektrum der im Betrieb anfallenden Arbeiten. Augusto nimmt Bestellungen von Ersatzteilen entgegen, stellt die Reparaturteile bereit, hilft Kunden und Werkstattpersonal zu bedienen und bewirtschaftet das Ersatzteillager. Er profitiere sehr, sagt Augusto. «Dank dem Wochenarbeitsplatz kann ich beurteilen, ob ich Mechatroniker werden möchte.» Und möchtest du? «Ja, es gefällt mir sehr.»

Eine Chance ist das Projekt nicht nur für die Schülerinnen und Schüler, sondern auch für die Betriebe: In der Schweiz waren im vergangenen Jahr vor den Sommerferien rund 23 500 Lehrstellen noch unbesetzt. Bereits heute bekundet fast jede dritte hiesige Firma Mühe, Personal zu rekrutieren. Die Schweiz könne nicht nach Fachkräften schreiben und nichts dafür tun, sagt Christian Misteli, Geschäftsführer der AMAG in Gümligen – schweizweit beschäftigt die AMAG über 600 Lehrlinge. Misteli sieht Wochenarbeitsplätze als klassische Win-win-Situation: Jugendliche erhalten einen umfassenden Einblick in einen Beruf, und der Betrieb hat die Möglichkeit, einen Schüler längere Zeit beurteilen zu können – um allenfalls im Beruf für Nachwuchs zu sorgen. «Dieses Projekt ist nicht nur für die AMAG interessant, auch andere Berufsgattungen könnten davon profitieren.»

## SO FUNKTIONIERT DAS PROJEKT

Jugendliche mit erschwerem Zugang zum Arbeitsmarkt werden mittels eines Selektionsprozesses im ersten Semester der 7. Klasse von den Lehrpersonen bestimmt – die Teilnahme ist freiwillig. In Modulkursen werden die Jugendlichen durch Fachpersonen auf die Wochenarbeitsplätze vorbereitet und anschliessend während der wöchentlichen Tätigkeit in den Firmen begleitet. An den Wochenarbeitsplätzen arbeiten die Jugendlichen ab dem 7. Schuljahr in einem lokalen Betrieb während mindestens drei Monaten in der schulfreien Zeit. Im Kanton Bern sind aktuell 15 Schulen/Gemeinden am Jugendprojekt LIFT beteiligt. Dabei werden rund 150 Schülerinnen und Schüler betreut und über 300 Firmen stellen Wochenarbeitsplätze zur Verfügung. Schweizweit sind über 2000 Schülerinnen und Schüler sowie über 4000 Firmen im Jugendprojekt LIFT engagiert.

Weitere Infos zum Projekt: [www.jugendprojekt-lift.ch](http://www.jugendprojekt-lift.ch)

## «Engagieren Sie sich als Firma»



**Frau Walser, Sie sind Geschäftsleiterin des Jugendprojektes LIFT. Interessieren sich viele Schüler für einen Wochenarbeitsplatz?**

An den meisten Schulen möchten mehr Schüler bei LIFT mitmachen, als Plätze zur Verfügung stehen.

### Sie haben zu wenige Firmen, die Wochenarbeitsplätze anbieten?

LIFT ist bei vielen Firmen noch zu wenig bekannt. Das ist doppelt schade. Für die Firmen sind Wochenarbeitsplätze eine Chance, um mit vertretbarem Aufwand Lernende kennen zu lernen und allenfalls für eine Lehre begeistern zu können.

### Was ist Ihre Botschaft an die Verantwortlichen in den Firmen?

Jugendliche mit erschwerem Hintergrund haben oft Probleme, den Weg in die Arbeitswelt zu finden – engagieren Sie sich als Firma für ihre Integration in den Arbeitsmarkt. Sie können gleichzeitig Jugendlichen Ihr Handwerk näherbringen und möglicherweise einen künftigen Mitarbeitenden gewinnen.

Interview: Reto Liniger



# Wie aus Ihren Ideen marktfähige Unternehmen werden

Von Anna-Leena Marti,  
Projektleiterin Outreach  
Entrepreneurship Center

*Das Entrepreneurship Center der Universität Bern fördert das Unternehmertum mit zahlreichen Projekten und Programmen. Ist was für Sie dabei?*

Ist von Innovationsleistungen in der Schweiz die Rede, folgt spätestens im Nebensatz das Wort Zürich, Lausanne oder Basel. Ohne Zweifel: Die Technischen Hochschulen in Zürich und Lausanne leisten ganze Arbeit. Und in diesen Regionen hat sich ein unternehmerischer Spirit etabliert – der nicht zuletzt durch ansässige globale Grossunternehmen gefördert wird. Doch wie sieht es diesbezüglich in Bern aus? Kann die Berner Region nicht auf unternehmerische Erfolgsgeschichten zurückblicken? Entstehen im Zusammenspiel mit den lokalen Hochschulen nicht auch in Bern vielversprechende Innovationen? In der Region seien in den vergangenen Jahren unzählige Initiativen zur Förderung von Innovationen entstanden, sagt Professor Artur Baldauf, Direktor der Abteilung für Unternehmensführung der Universität Bern und Initiant des Entrepreneurship Centers. Dabei denkt Baldauf in ersten Linie an den Switzerland Innovation Park in Biel oder das Swiss Institute of Translational Medicine and Entrepreneurship. «Durch diese Institute entwickelt sich eine lebhaft, kreative unternehmerische Community.»

## VOM AUSTAUSCH BEI BREZEL UND BIER BIS ZU ETABLIERTEN PROGRAMMEN

Baldauf selber agiert in der Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Unternehmertum. Neben seinem «Kerngeschäft» als Universitätsprofessor ist sein Flaggschiff das Entrepreneurship Center. Der Name ist Programm: Das primäre Ziel des Entrepreneurship Centers ist die Förderung des Unternehmertums. «Wir unterstützen mit unserem wirtschaftlichen Know-how Personen in der Transformation ihrer Ideen», sagt Baldauf.

Begonnen hatte das Entrepreneurship Center vor zehn Jahren mit dem Angebot von kleineren Events, an denen Studierende sich bei Brezel und Bier mit Berner Unternehmerinnen und Unternehmern austauschen konnten. Der grosse Anklang dieser Veranstaltungen motivierten Artur Baldauf und sein Team, die Angebote auszubauen. Kurz und knapp lassen sich die Ziele der Projekte so festhalten:

- Unternehmerisches Denken und Handeln fördern
- Inspirieren und Ideengenerierung anregen
- Wissen und Kenntnisse von Business-Tools vermitteln
- Interdisziplinäre Teams fördern
- Teilnehmende vernetzen, eine Austausch-Plattform zwischen Wissenschaft und Praxis bieten

Hinter folgenden Projekten steht das Entrepreneurship Center:

## WEITERBILDUNGSSTUDIENGANG IN ENTREPRENEURSHIP

Das CAS in Entrepreneurship richtet sich an Führungspersonen aus Grossunternehmen, KMU und Start-ups mit Interesse, die vielfältigen Aspekte des unternehmerischen Denkens und Handelns konzeptiv und praktisch zu vertiefen. In vier Modulen durchlaufen die Teilnehmenden den unternehmerischen Prozess von der Ideenfindung über die finanzielle Führung und strategische Ausrichtung bis hin zur Umsetzung. Neben der Wissensvermittlung im Coaching durch Wissenschaftler und erfolgreiche Unternehmer, werden individuelle unternehmerische Problemstellungen im Kurs bearbeitet. Die bereits siebte Durchführung des CAS in Entrepreneurship startet im November 2018.

## INNOSUISSE TRAINING

Im Auftrag der Schweizerischen Agentur für Innovationsförderung «Innosuisse» führt das Entrepreneurship Center jeweils im Herbstsemester das schweizweit angebotene Kursmodul «Business Concept» am Standort Bern durch. Das Trainingsprogramm richtet sich an fortgeschrittene Studierende und Forschende der Universität Bern und anderer Hochschulen, welche interessiert sind, ein Projekt oder eine Idee aus ihrem (Forschungs-)Gebiet in ein eigenes Unternehmen weiterzuentwickeln. An zehn Kursabenden wird den Teilnehmenden das zentrale Wirtschaftswissen rund um die unternehmerische Entwicklung von technologie- und wissensbasierten Projekten von erfahrenen Trainern vermittelt; mit dem Ziel, dieses in interdisziplinär formierten Gruppen an den eigenen Projekten umzusetzen.

## BERNER BUSINESS CREATION WETTBEWERB

Der vom Entrepreneurship Center 2012 initiierte Wettbewerb hat zum Ziel, Personen und Teams mit einer Geschäftsidee in der frühen Phase vor oder rund um die Gründung zu fördern. Die rund 20 teilnehmenden Teams bewerben sich mit einer Geschäftsidee und erhalten in diesem Prozess ein Tandem-Coaching von Experten. An mehreren Veranstaltungen demonstrieren die Teams die

Machbarkeit ihres Geschäftsmodells (u.a. in einem Elevator Pitch) und kämpfen um ein Preisgeld von insgesamt 11 000 CHF. Wer gewinnt, entscheidet eine hochkarätige Jury aus Wirtschaft und Politik (Daniel Bloch, Dr. Patrick Hofer-Noser, Eva Jaisli, Nicole Loeb, Philippe Stüdi, Andrea B. Roch, Frank Ziemer), die sich uneigennützig in den Dienst der Förderung des Unternehmertums stellt. Die nächste Wettbewerbsdurchführung startet im Januar 2019.



Haben Sie eine Geschäftsidee? Das sind die letztjährigen Sieger des Berner Business Creation Wettbewerbs, mit Professor Artur Baldauf und Kim Tokarski (Berner Fachhochschule) (v.r.)

## ZUVERLÄSSIGE UND SCHNELLE VIRENDIAGNOSE SOWIE SCHWEIZER CREVETTEN ALS ERFOLGSBEISPIELE

Die Programme des Entrepreneurship Centers wollen als Bausteine im unternehmerischen Lernprozess verstanden werden, bei dem nach den einzelnen Schritten immer ein weiterer folgt – sei es universitätsintern oder -extern. So hat beispielsweise das Team des Berner Medtech-Start-ups «Certus Molecular Diagnostics AG» alle drei Programme durchlaufen und ist – nach unterdessen auch Gewinn des De Vigier-Preises im 2017 – auf einem vielversprechenden Erfolgskurs mit dem Vertrieb einer schnellen und zuverlässigen Lösung zur Diagnose von viralen Erkrankungen. Ein anderes Beispiel für erfolgreiche Start-up-Aktivitäten ist die erste Gewinnerin des Berner Business Creation Wettbewerbs «SwissShrimp AG», welche nach ihrem Sieg im 2013 verschiedene weitere Auszeichnungen wie 2015 den Innovationspreis der SoBa erhielt, eine erfolgreiche Finanzierung des Unternehmens erreichte und im 2018 die Produktion von nachhaltigen, in der Schweiz gezüchteten, Crevetten beginnt.



Anna-Leena Marti,  
Projektleiterin Outreach



Professor Artur Baldauf,  
Direktor der Abteilung für  
Unternehmensführung,  
Initiant des Entrepreneurship  
Centers

## IN KÜRZE

### 1. Zusammenspiel macht Bern stark

Das Entrepreneurship Center kooperiert mit verschiedenen Partnerorganisationen: dem Zentrum für Regionalökonomie der Universität, der Standortförderung des Kantons Bern, dem Switzerland Innovation Park Biel-Bienne, dem Handels- und Industrieverein sowie mit dem Wirtschaftsraum BERN. Diese enge Zusammenarbeit soll für einen nahtlosen Übergang zwischen den einzelnen Programmen zur Förderung des Unternehmertums sorgen und die Vernetzung der Teilnehmenden unterstützen. Die Vernetzung der einzelnen Akteure im Fördersystem für Jungunternehmen, dem sogenannten «Start-up Ökosystem» ist ein zentraler Erfolgsfaktor nicht nur für die einzelnen Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer, sondern auch für die Erhaltung und Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit einer Region.

### 2. Thema Unternehmertum in Lehre und Forschung

Auch aufseiten der Lehre und Forschung wird das Thema Unternehmertum/Entrepreneurship an der Abteilung für Unternehmensführung weiterentwickelt. 2016 ist dazu auch eine Professur für Entrepreneurship geschaffen worden, die Professor Philipp Sieger innehat und deren Angebote bei den Studierenden auf breites Interesse stossen. In der Forschung treibt Sieger zurzeit gemeinsam mit der Universität St. Gallen ein internationales Projekt weiter, bei dem in über 50 Ländern über 1000 Studierende von Hochschulen und Universitäten befragt werden, um deren Einstellung zum Unternehmertum weltweit zu vergleichen.

### 3. Entrepreneurship Center in Zahlen

- Bisher rund 70 unternehmerische Projekte begleitet
- 58 Absolventen des «CAS in Entrepreneurship»  
in sechs Durchführungen
- 71 angemeldete Teams bei den bisherigen drei Durchführungen  
des Berner Business Creation Wettbewerbs
- 94 Absolventen des Innosuisse Trainings «Business Concepts»  
in drei Durchführungen
- Betreuung von jährlich ca. 500 Studierenden auf Bachelor- und  
Masterstufe; sieben laufende oder abgeschlossene Doktorarbeiten  
im Bereich Unternehmertum

Weitere Infos auf:

[www.entrepreneurship-bern.ch](http://www.entrepreneurship-bern.ch)  
[www.management.imu.unibe.ch](http://www.management.imu.unibe.ch)



# «Ich nehme Bern hungrier wahr als vor fünf Jahren»

Interview: Kaspar Meuli

Mit 27 Jahren hatte sie ihren ersten Job als Museumsdirektorin. Nach einer Karriere in der Kunstwelt wechselte sie das berufliche Umfeld radikal und wurde verantwortlich für den Bereich Corporate Social Responsibility bei der Mobiliar. Im Interview spricht Dorothea Strauss über digitale Transformation, Kunst als Methode und Würste braten vor einem Pfadiheim.



«Gott ist's hier schön! – In Bern ist man und bleibt.»

**Dorothea Strauss, Sie sind als Kind in Israel aufgewachsen und haben später an verschiedenen Orten in Deutschland und in der Schweiz gelebt, welches ist Ihre früheste Erinnerung an Bern?**

Meine Mutter, die sagt: Gott ist's hier schön! Meine Mutter war ein unglaublicher Bern-Fan und wollte eigentlich die Familie immer davon überzeugen, nach Bern zu ziehen. Ich war damals neun.

**Und welche Beziehung haben Sie heute zu Bern?**

Am Anfang ist das Klima schon anders, wenn man von Zürich kommt. Bern pocht mehr auf die Tradition. Zürich bietet multiple Zugänge. In Bern kommst du in die Innenstadt und hast wirklich das Gefühl, du betrittst eine tolle gewachsene Struktur, in der sich alle kennen. Zürich ist viel mehr eine Stadt, in die man kommt und geht, eine Art Durchlaufplattform. In Bern ist man und bleibt.

**Sie empfinden Bern als betont traditionsbewusst?**

Viele Städte haben eine gewachsene Tradition, und die spürt man sozusagen durch die Mauern hindurch. Diese Städte beschäftigen sich heute damit, wie der Brückenschlag gelingen kann zwischen gewachsenen Werten und Herausforderungen der Zeitgenossenschaft. Das nehme ich in Bern als Prozess und Aufgabenstellung wahr. Es ist für Bern eine Herausforderung, diese Balance zu finden zwischen dem Urglauben, die schönste Stadt zu sein und damit, dass man ja auch in Schönheit sterben kann.

**Sie leiten die Abteilung für unternehmerisches und gesellschaftliches Engagement der Mobiliar. Warum braucht es so eine Abteilung überhaupt? Müssen Unternehmen nicht ganz selbstverständlich Verantwortung in der Gesellschaft übernehmen?**

Ja, ich bin auch der Meinung, dass sich jedes Unternehmen auf der Verantwortungsebene grundsätzlich stark machen sollte. Nach innen und nach ausen. Die dafür geschaffenen, spezialisierten Abteilungen sind wichtig, um verantwortungsvolles Handeln zu adressieren. Und ein grosses Unternehmen wie die Mobiliar hat auch eine Vorbildfunktion. Die Arbeit, die wir machen, zeigt eben auch, dass es sich lohnt, in die gesellschaftliche Forschung zu investieren – in die Zukunft des Bauens, oder in Kunst und Kultur, oder in die Innovationsfähigkeit von Universitäten, NGOs und KMUs.

**Die Tatsache, dass die Mobiliar diese Bereiche unterstützt, zeigt, dass sie für die Gesellschaft wichtig sind?**

Wir unterstützen diese Projekte und Partnerschaften ja nicht, weil man es uns vorschreibt. Wir übernehmen Verantwortung, weil wir davon überzeugt sind, dass es richtig und wichtig ist. Und dass sich die Mobiliar für den gesellschaftlichen Kontext engagiert, in dem sie geschäftlich agiert, ist eine gewachsene Tradition.

Doch unsere Zeit hat sich verändert, und damit auch die gesellschaftlichen Fragestellungen. Was heisst das konkret? Wir wollen zum Beispiel darüber nachdenken, wie es in unseren Städten mit Diversität und Dichte weitergeht. Oder in welche Richtung sich das Bildungssystem bewegt. Uns interessiert die digitale Transformation. Was bedeutet sie für die Jugend? Welche Fähigkeiten werden wir künftig in unseren Berufen brauchen? Das sind komplexe Prozesse, bei denen es keine einfachen Lösungen gibt. Unternehmen wie die Mobiliar mit ihrer dezentralen Struktur können da einen Beitrag für die Zukunft des ganzen Landes leisten.

**Sie bewegen sich als Verantwortliche für Corporate Social Responsibility aber durchaus auch auf tieferer Flughöhe und überreichen auch schon mal einen Check für ein neues Pfadiheim ...**

... ich glaube nicht an unterschiedliche Flughöhen. Was wir mit einer Universität machen, hat für mich nicht eine andere Wertigkeit, als das, was wir für ein Pfadiheim tun. Ich fand das ein Superprojekt, engagiert und verantwortungsvoll, und fragte unseren Generalagenten vor Ort: Wie siehst du's, möchtest du gerne, dass ich komme? Und dann standen wir da gemeinsam mit den Jugendlichen und Verantwortlichen um ein Feuer, es wurde etwas gebrätelt, wir waren alle viel zu kalt angezogen, und wir überreichten den Check und hatten es unschön. Genau so war das.

**Hand aufs Herz, die Mobiliar engagiert sich doch auch aus PR-Überlegungen. Sie will zeigen, was sie tut und sich damit in ein bestimmtes Licht rücken.**

Was heisst PR? Nennen wir es doch besser Öffentlichkeit schaffen, das finde ich interessanter. Ja, Öffentlichkeit muss geschaffen werden. Alle sollen es nachmachen, ich möchte, dass auch andere Unternehmen solche Checks überreichen – dann haben wir gut gearbeitet.



### Sie sind Teil der Führungsteams der Mobiliar, sind Sie da so etwas wie die Querdenkerin vom Dienst?

Selbstverständlich haben wir auch die Aufgabe, eine Challenge-Abteilung zu sein. Aber damit sind wir nicht alleine, es gibt im ganzen Unternehmen Kolleginnen und Kollegen auch in anderen Bereichen, die ihre Arbeit ebenso verstehen. Unsere CSR-Abteilung wurde 2013 mit drei Personen gestartet und zählt heute 15 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das ist seitens der Unternehmensführung ein ganz klares Commitment für die Bedeutung, die diesem Bereich beigemessen wird. Unsere Arbeit hat in den vergangenen fünf Jahren ganz unterschiedliche Prozesse im Spannungsfeld Nachhaltigkeit, Kultur und Zukunftsgestaltung des Unternehmens ausgelöst. Wir lagern z.B. unsere Nachhaltigkeitsberichterstattung nicht aus, sondern entwickeln sie mit den Kolleginnen und Kollegen aus dem Innern des Unternehmens heraus.

## «In Bern kommst du in die Innenstadt und hast wirklich das Gefühl, du betrittst eine tolle gewachsene Struktur, in der sich alle kennen.»

Die Mobiliar verfügt mit 1200 Werken über eine bedeutende Kunstsammlung. Sie betonen, es gehe dabei nicht darum, Bilder zu Repräsentationszwecken aufzuhängen, sondern um die Auseinandersetzung mit Kunst.

Wir sprechen von Kunst als Methode. Wir glauben, dass die Beschäftigung mit Kunst auch für andere gesellschaftliche Fragestellungen sensibilisiert und fit macht. Bis hin zu Fragen, die für das Unternehmen eine Businessrelevanz haben. Kunst ist ein Seismograf dafür, wo die Gesellschaft steht. Ein Lackmuspapier, ein Thermometer. Ein Instrumentarium, das uns hilft, abstrakte Themen von einem neuen Blickwinkel aus zu sehen.

### Was heisst das konkret?

Bei unserer derzeitigen Ausstellung beschäftigen wir uns mit Digitalisierung. Wir haben sie «digital real» genannt, weil unserer Meinung nach die Herausforderung der Zukunft nicht nur die digitale Transformation ist, sondern vielmehr der Brückenschlag zwischen der digitalen und der analogen Welt. Wir haben junge Künstlerinnen und Künstler eingeladen, die in diesem Feld hervorragende Arbeiten entwickelt haben, die wir nun hier am Hauptsitz der Mobiliar zeigen. Wir verstehen solche Ausstellungen als Drehscheibe, auf der verschiedene Kompetenzen und Herangehensweisen zusammenkommen, um Fragestellungen zur Zukunft voranzutreiben.

### Findet so eine Auseinandersetzung der Mitarbeitenden mit Kunst statt?

Ganz stark. Wir fördern das, indem wir auch Künstler zu Gesprächen und Workshops einladen, und wir bieten Führungen durch die Ausstellungen an, die sehr erfolgreich sind.

### Sie waren als Museumsdirektorin lange Teil der Kunstwelt, wie sehen Sie Bern als Kunstort?

Im Aufbruch, würde ich sagen. Ich habe das Gefühl, hier entwickelt sich gerade wieder ein ganz spannender Spirit.

### Woran merken Sie das?

Daran zum Beispiel, was Nina Zimmer im Zentrum Paul Klee und im Kunstmuseum macht. Und daran, was in der Kunsthalle läuft, aber auch was Andreas Vogel an der Hochschule der Künste Bern macht. Das ist extrem spannend. Ich empfinde Aufbruchstimmung.

### Apropos Kunsthalle: Heute fällt es eher schwer, sich vorzustellen, dass Bern in den 1960er-Jahren der Nabel der künstlerischen Avantgarde war. Finden Sie nicht?

Das ist immer etwas, das man erst im Nachhinein sieht. Damals hat man in Bern nicht gedacht, dass man der Nabel ist. Ganz im Gegenteil, man dachte eher, das ist degoutant. Mich interessiert mehr, wie kann eine Stadt davon lernen, dass sie immer wieder der Nabel war und es vielleicht gar nicht richtig realisiert hat? Für die Zukunft lernen, um nicht zu selbstgefällig zu sein, sondern neugierig. Neugierig auf Entwicklung. Genau diesen spannenden Prozess nehme ich im Moment in Bern stark wahr. Ich habe den Eindruck, hier tut sich etwas im Sinne von Sichtweisen aufbrechen und Visionen entwickeln.

### Können Sie das näher beschreiben?

Ich weiss nicht so recht, ob es wirklich stimmt, denn Wahrnehmung ist ja immer auch selektiv. Doch in letzter Zeit nehme ich Bern als viel hungriger und neugieriger wahr, ich beobachte einen neuen Appetit auf Zukunft.

#### BIOBOX

Dorothea Strauss (57) studierte Kunstgeschichte und Dokumentarfilm und leitete unter anderem die Kunsthalle St. Gallen und das Museum Haus Konstruktiv in Zürich. Seit 2013 steht sie der Abteilung für Corporate Social Responsibility der Mobiliar vor. Die Mobiliar investiert im Rahmen ihres Gesellschaftsengagements unter anderem in Forschungsprojekte an Hochschulen, Hochwasserschutz, Kunstförderung und Innovations-Workshops für KMU und Non-Profit-Organisationen. Sie lebt auf dem Land in der Nähe von Zürich und sucht seit neuestem auch eine kleine Wohnung in Bern.



## DER NEUE RANGE ROVER VELAR SPRICHT FÜR SICH.



ABOVE & BEYOND



Ein Blick auf den neuen Range Rover Velar sagt alles. Die schwebende Dachform und die durchgehende Gürtellinie stellen eine perfekte Mischung aus Eleganz, Schlichtheit, Raffinesse und Glamour dar. Hier zeigt sich automobiler Perfektion bis ins kleinste Detail. Doch eigentlich können Worte diesem aussergewöhnlichen Fahrzeug gar nicht gerecht werden. Schauen Sie sich den Velar deshalb einfach noch einmal genau an.

**Jetzt Probe fahren.**



**Emil Frey AG, Autocenter Bern**  
Milchstrasse 3, 3072 Ostermundigen  
Tel. 031 339 44 44, [www.bern.landrover-dealer.ch](http://www.bern.landrover-dealer.ch)

Free Service: 4 Jahre oder 100'000 km. Es gilt das zuerst Erreichte.

# Bernpunkt gibt es auch digital:

[www.wirtschaftsraum.bern.ch](http://www.wirtschaftsraum.bern.ch)

Hat Ihre Adresse geändert? Bitte melden Sie uns Ihre aktuelle Adresse auf:  
[kommunikation.wirtschaftsraum@bern.ch](mailto:kommunikation.wirtschaftsraum@bern.ch)

## Ein Inserat im BERNpunkt?

Die nächste BERNpunkt-Ausgabe erscheint voraussichtlich im August 2018. Haben Sie Interesse an einem Inserat? Melden Sie sich unverbindlich bei Reto Liniger:

Tel.: 031 321 77 15  
E-Mail: [reto.liniger@bern.ch](mailto:reto.liniger@bern.ch)

## IMPRESSUM

Herausgeber: Wirtschaftsraum Bern  
Redaktion: Wirtschaftsraum Bern,  
Reto Liniger  
Layout: Agentur 01, Bern  
Bilder: zvg, Danielle Liniger,  
unsplash, iStock  
Druck: AST & FISCHER AG  
Auflage: 12 000 Exemplare (deutsch)  
Postadresse: Wirtschaftsraum Bern  
Nägeligasse 2, Postfach  
CH-3001 Bern  
Telefon: +41 (0)31 321 7700  
E-Mail: [wirtschaftsraum@bern.ch](mailto:wirtschaftsraum@bern.ch)  
Internet: [wirtschaftsraum.bern.ch](http://wirtschaftsraum.bern.ch)

April 2018