No.02 | 2022

buildup.

BASELWirtschaft

Im Interview

Marco Parroni,

Partnership & Sponsoring bei Julius Bär

„Mit dem Formel E-Engagement haben wir uns weltweit als die NextGen Privatbank positioniert“

Interview

Beatrice Stirnimann

Als Boutique Festival präsentiert Baloise Session die Grossen der Musikwelt im intimen Rahmen.

Kolumne

Dr. Kathrin Amacker

REGIO BASILIENSIS Digitalisierung trinational denken und gestalten

Energiewende

Trendjobs 2022

Nachhaltigkeitsjobs und sinnstiftende Aufgaben hoch im Kurs

vitra.

Soft Work
Edward Barber & Jay Osgerby, 2018

Inhalt

4 **Impressum**
6 **Editorial**
8 **Interview** *Beatrice Stirnimann, CEO Baloise Session*
14 **Interview** *Marco Parroni, Managing Direktor Julius Bär*
12 **Interview** *Bernhard Bauhofer, Redner & Moderator*
22 **Interview** *Christian Brogli, Luxed Beleuchtungen GmbH*
24 **Interview** *Aurel Bachmann, Confiserie Bachmann*
26 **Trendjobs 2022** *Nachhaltigkeit hoch im Kurs*
32 **Mit fliegendem Teppich** *zu Besuch bei WD.M in Basel*
38 **Kolumne** *Urs Wiederkehr über Ambros Speiser*
40 **CSC Bauplaner** *Der Spezialist am Bau*
46 **Regio Basiliensis** *Die Zukunft am Rhein mitgestalten*
54 **Cleantech Startuos** *Basel als gutes Pflaster*
56 **Climate Launchpad** *Sieben Schweizer am Branchenwettbewerb*
58 **799 Joor Därwil** *Grosses Fest im Leimental*
62 **Interview** *Heiko Stahl, General Manager Vitra AT/CH*
64 **Mit WIR rechnen lohnt sich**
66 **Kolumne** *Dr. Kathrin Anmacker, Regio Basiliensis*
70 **E-Mobilität ist nicht die Zukunft** *Sie ist die Gegenwart*
74 **Das Sprachrohr der Jazz & Blues-Szene** *Joel Wuetrich*
76 **Basel ist ein Hot-Spot**
80 **Der Gin der sich der Stimmung anpasst**

BASELWirtschaft

Impressum

Herausgeber
MindMaker AG
Marktgasse 8
4051 Basel

Verleger
Michele Zito
michele.zito@mindmaker.ch

Verkaufsleiter
Alain Willi
alain.willi@basel-wirtschaft.com

Redaktion
Bernhard Bauhofer
bauhofer@sparringpartners.ch

Joel Wüthrich
joel.cmc@icloud.com

Projektleitung
Rüdiger Mutschler
ruediger.mutschler@mindmaker.ch

Satz & Layout
Daniel Urban
grafik@crewlove.ch

Verkauf
Antonio Di Lio
Antoni.dilio@basel-wirtschaft.com

Verkaufspartner
Michele Stasolla
michele.stasolla@basel-wirtschaft.com

Druck
WD.Medien Basel

Ausgabe
No. 02/2022

Das nächste Heft erscheint im Dezember 2022.

Eine Publikation der
MindMaker AG

printed in switzerland

BASELWirtschaft

Editorial

LIEBE LESERINNEN, LIEBE LESER

«Basel Wirtschaft» ist das erste Print-Magazin und Online-Portal, dass sich schwergewichtig mit der Wirtschafts- und Geschäftswelt der Dreiländerregion Basel auseinandersetzt. Beim gedruckten Magazin setzt man nun bewusst auf die Qualitäten von «Printed in Switzerland». Innovativen Menschen hört man gerne zu. Innovative Ideen halten uns mental fit. Nicht umsonst wird Innovation als Katalysator und Antrieb unserer Wirtschaft bezeichnet. Innovation geht auch Hand in Hand mit dem Digitalisierungsschub der Weltweit um sich greift. Wir in der Schweiz können uns mit gutem Gewissen als Innovativ bezeichnen, wenn es um den Business Bereich geht, wir sind sogar innovativer, als es viele in der Schweiz wahrhaben wollen.

Mann schaue nur mal auf den innovativen Wirtschaftsplatz Basel, der hier ein regionaler Hotspot für Innovation und Weiterentwicklung ist. Innovation ist auch im Bereich Marketing sehr gefragt. So stellen wir in jeder Ausgabe vom Magazin „BASELWirtschaft" Spannende Geschäftsleute und Firmen vor, die auch innovative Ideen verwirklichen. Michele Zito der Inhaber von der Agentur MindMaker AG wird im Rahmen des «power pur»-Anlasses vom 15. September ein Referat halten.

Herzlichst
Michele Zito (r.) und Alain Willi (l.)

ALMI.CH

„ICH BI WIEDER DO“

(Best of Programm)

im SCALA Basel

23.–25. September 2022

Fr & Sa jeweils 20h00, So 16h00

Vorverkauf: Bider und Tanner
www.biderundtanner.ch
oder +41 61 206 99 96

Exakt zu seinem 35-jährigen Bühnenjubiläum meldet sich Almi bei seinen Fans zurück

DIE BERÜHMTESTE
ZAHNLÜCKE
DER SCHWEIZ

SEINE MIMIK UND KOMIK MUSS MAN GESEHEN UND ERLEBT HABEN

Wenn Sie wieder einmal so richtig aus vollem Herzen lachen und einen unbeschwerten Abend geniessen wollen, ist Almi hierfür ein Garant sondergleichen.

WWW.ALMI.CH

Als Boutique Festival präsentiert die Baloise Session die Grossen der Musikwelt im intimen Rahmen.

Interview Beatrice Stirnimann CEO Baloise Session

Bernhard Bauhofer, 12. Juli 2022

Basel Wirtschaft im Gespräch mit Beatrice Stirnimann, CEO und Miteigentümerin von Baloise Session, über das einzigartige Format des Basler Festivals, die neuen Realitäten im Musikbusiness, ihre Vision und die Musikgrössen, von deren Verpflichtung sie träumt.

Im Sinne eines Boutique Festivals mit limitierten Sitzen präsentiert die Baloise Session Weltstars im sehr exklusiven Rahmen. Wie rechnet sich das?

Das ist in der Tat eine Herausforderung. Viele Festivalveranstaler in der Schweiz gehören grossen börsenkotierten Unternehmen wie Live Nation, AEG oder Eventim. Diese Unternehmen regieren den Markt und zahlen zum Beispiel Künstler:innen noch vor Tourneebeginn Millionengagen und buchen anschliessend Tourneen durch die eigenen Hallen. Wir, als unabhängiges und inhabergeführtes Festival, müssen uns in diesem Haifisch-becken jährlich behaupten. Auch ist unser kleines aber feines Festival mit Ticketverkäufen allein nicht finanzierbar, sondern nur mit Hilfe von Sponsoren und Gönnern. Mit der Baloise Session als Konzert- und Hospitality-Plattform sprechen wir Sponsoren an, die ihren Kunden einen High Class-Event und unvergessliche Momente bieten wollen. Unsere Herausforderung liegt somit darin, immer genügend Sponsoren zu finden. Erschwerend kommt hinzu, dass die Gagen der Künstler angesichts schwindender Einnahmen durch CD-Verkäufe am Steigen sind. Während man früher für eine CD 25 bis 30 Franken bezahlte, kostet das heute ein monatliches Streaming-Abo, mit dem man Millionen von Songs hören kann. Für nur ganz wenige grosse Stars wie Adele oder Ed Sheeran ergeben sich daraus interessante Einnahmen.

BASELWirtschaft

Was ist der Return on Investment für Ihre Sponsoren?

Mit nur 1500 Gästen, die an Tischen mit Kerzen sitzen, setzen wir bewusst auf Exklusivität und heben uns von den anderen Eventformaten klar ab. Wir bieten einen 360 Grad Top-Event den unsere Sponsoren nutzen können. So können unsere Partner mit Musik ihre Marke emotionalisieren. Wir liefern eine qualitativ hoch-stehende Brand Partnership und leben Kollaboration, zum Beispiel mit der Einbindung in unsere multimediale Kommunikationskampagne. Unsere Sponsoren erhalten also ein spannendes Gesamtpaket und ihre Gäste magische Konzertmomente.

Ihr Eventformat erinnert an die Elvis-Konzerte in Las Vegas. Ist das gewollt?

Ja es ist ein Revival von Konzerten von vor vielen Jahren, in denen die Besucher noch sassen, wie damals in den legendären New Yorker Musikclubs. Diese Wiederauflage spricht viele Menschen an – interessanterweise auch ein jüngeres Publikum, wenn man mal von den Hip-Hop-Fans zwischen 16 und 20 Jahren absieht. Unsere Gäste schätzen dieses besondere Musikerlebnis, die Nähe zu den Künstler:innen und die Grossbildleinwand, bei der beispielsweise die Kamera im Close-up auf ein Gitarrensolo von Eric Clapton gerichtet ist. Indem wir sämtliche Baloise Session-Konzerte aufzeichnen und später ausstrahlen, erreichen wir weltweit ein grosses Publikum. Das nährt die „Heritage" und „Mystique" unseres Festivals.

Baloise Session ist eine Basler und internationale Institution. Sind Sie wie Art Basel an einer Interna-tionalisierung interessiert?

Wir hatten uns tatsächlich einmal überlegt, das Festival zu klonen und diesen Gedanken aber auch schnell wieder verworfen. Schon jetzt erfordert es grossen Aufwand und Hingabe, das Festival in dieser Qualität in Basel zu realisieren. Zudem finden wir im Winter statt, was Outdoor-Aktivitäten wie an anderen Events ausschliesst. Unser Fokus liegt klar auf der Musik und der Bühne – und das soll auch in Zukunft so bleiben.

Sie konnten schon ganz grosse Namen wie Alicia Keys gewinnen. Lässt sich das Niveau überhaupt so hochhalten oder gar steigern? Geht einem nicht das Repertoire an Künstler:innen aus?

Ganz und gar nicht. Die Musikwelt ist ständig in Bewegung und bringt neue Künstlerinnen und Künstler hervor, die wir für unser Festival begeistern wollen. Es wird uns also nicht langweilig. Wir könnten es uns viel einfacher machen und bekannte Namen immer wieder nach Basel holen. Doch wir achten sehr gut darauf, dass eine gewisse Zeitspanne zwischen deren Auftritten vergeht.

Sie betonen Ihre Passion und Liebe für Musik. Was ist Ihre Vision für die kommenden 5 bis 10 Jahre?

Das Festival soll so weitergehen wie bisher. „Immer grösser und weiter" ist für uns keine Devise. Wir wollen die Intimität unseres Festivals und die hohe Qualität auf keinen Fall verlieren.

Zeigen die Porträts an Ihrer Wand die Künstler:in-nen, die Sie noch nach Basel bringen wollen?

Nein, das sind Porträts von Acts, die alle schon bei uns waren: Iggy Pop, L.P. und Alicia Keys aus unserem Kalender-Kunstprojekt. Mit dem Fotografen Marco Grob hatten wir vor Jahren diese Porträtreihe gestartet. Heute ist er in den USA gross im Geschäft. Die neue Fotografin ist Flavia Schaub. Auch ihre Fotos sind wahre Kunstwerke. Alica Keys stand zweimal auf unserer Bühne. Sie ist eine fantastische Künstlerin mit grosser Aura. Auf meiner Wunschliste stehen Acts wie Tom Waits, John Mayer, Adele, Ed Sheeran oder Robbie Williams. Auch Juanes hätten wir wieder gerne bei uns oder Shakira und Maluma. Sie sehen, wir haben noch viele musikalische Träume, die es zu realisieren gilt. Aber jetzt freuen wir uns erst einmal auf die diesjährige Festivalausgabe vom 27. Oktober – 13. November 2022. Das Programm geben wir am 24. August bekannt und der Vorverkauf startet am 31. August.

Alle Infos dazu gibt es auf www.baloisesession.ch

Martin Gygi Orthopädie: immer einen Schritt voraus

Ihre Spezialisten für professionelle Orthopädie in Basel.

Martin Gygi liebt und lebt seinen Beruf

«Geht nicht gibt's nicht. Wir kümmern uns darum.»
Die Martin Gygi Orthopädie AG, kurz MGO, hält definitiv, was sie verspricht. Das Mitte der Neunzigerjahre eröffnete Fachgeschäft ist eine der ersten Anlaufstellen auf dem Platz Basel, wenn es um Einlagen, Massschuh-Produktion, Orthesen, Prothesen, Kompressions-Strümpfe oder Brustepithesen geht.

Martin Gygi und sein Team machen mehr als ihren Job. Die langjährige Erfahrung, die fachliche Kompetenz und ganz einfach die Freude für die Sache bilden eine Philosophie, die man in der Form wohl selten antrifft. Im (MG)O-Ton heisst das: «Mit unserem Engagement, unserem Wissen und der Unterstützung durch modernste Technologie können Sie immer mit uns rechnen. Wir richten uns nach Ihnen, nicht nach den Öffnungszeiten.»

Und das können wir Ihnen anbieten:

- Die Massanfertigungen werden in der eigenen Werkstatt produziert.
- Für Einlagen- und Massschuh-Produktion sowie Kompressionsstrumpfmessung wird modernste Computertechnologie eingesetzt.
- Zur Prüfung der Versorgung und für die Diagnostik wird bei der Ganganalyse mit Laufband und Videokamera gearbeitet.
- Falls Kunden nur Termine ausserhalb der Öffnungszeiten wahrnehmen können, wird auch das möglich gemacht.
- Die Gygi Orthopädie arbeitet dort, wo sie gebraucht wird: in Spitälern, bei Hausbesuchen, in Rehakliniken, Arztpraxen, Physiotherapien, Diabetespodologien und natürlich im Geschäft an der Missionsstrasse.

Die Kernkompetenzen sind professionelle Problemlösungen durch Beratung und anschliessende optimale Umsetzung für unsere Kunden, je nach Bedarf mit Orthesen, Massschuhen, Kompressionsstrümpfen nach Mass, Prothesen und Brustepithesen. Das Team, das für seine Kundinnen und Kunden alles möglich macht, besteht aktuell aus 16 Mitarbeitenden, davon vier Meisterinnen und Meister. Die Geschäftsleitung teilen sich die beiden Inhaber Martin Gygi und Stephan Korte, sowie Daniel Käser, verantwortlich für Finanzen und Administration.

Am Puls der Zeit mit dem Blick nach vorn

Die MGO war die erste Anbieterin digitaler Einlageproduktion sowie digitaler Beinvermessung für Kompressionsstrümpfe und beweist noch heute stets aufs Neue, das sie immer einen Schritt voraus ist. Interessierten Assistenzärzten bietet das Fachunternehmen Praktika an und bildet Lernende in Orthopädie-Technik sowie Orthopädie-Schuhtechnik aus; in einer unglaublich faszinierenden Kombination aus alter und traditioneller Handwerkskunst und modernster Technologie.

MGO MARTIN GYGI ORTHOPÄDIE

Gygi Orthopädie AG
Missionsstrasse 38, 4055 Basel
Telefon +41 61 381 00 50
E-Mail info@gygi.ch
www.gygi.ch

Grosses Jubiläumsfest
Therwil
9. - 11. Sept. 2022
799-därwil.ch

DJ Antoine
Megawatt
Top Secret Drum Corps
Bettina Schelker
La Nefera
und viele mehr...

Sport
Party
Markt
Musik
Natur
Lotterie
Theater
und vieles mehr...

greifinger seit 1906
die Mobiliar Generalagentur Aesch Stephan Hahl
Die Verbundenen
RAIFFEISEN Raiffeisenbank Leimental
CORDAG AG Werbetechnik | Biachen | Sport- und Schutznetze
PAUL GSCHWIND AG Baugeschäft
Therwil

ITALIAN
CERAMIC
TILES.

MAKE IT YOURS.

SCAN ME

FRESCOPUNK®

„Mit dem Formel E-Engagement haben wir uns weltweit als die NextGen Privatbank positioniert“

Interview mit Marco Parroni, Managing Director Senior Advisor; Head Global Brand Programs, Partnership & Sponsoring bei Julius Bär

Basel Wirtschaft im Gespräch mit Marco Parroni, dem Formel E-Verantwortlichen bei Julius Bär, über die Privatbank als „First Mover“, Nachhaltigkeit, die Wichtigkeit der Sponsoringpräsenz in der Schweiz.

Der Automobilsektor bestimmt Ihre DNA, heute sind sind Sie im Dienste der führenden Schweizer Wealth-Management-Gruppe. Wie kam es dazu?

Meine Faszination fürs Auto zieht sich durch meine ganze Karriere hindurch. Ich blicke zurück auf 25 Jahre Automobilerfahrung zurück mit diversen Stationen und unterschiedlichen Funktionen – als Unternehmer, Verkaufsdirektor bei Fiat Chrysler und Country Manager für diverse Länder bei Ferrari. Nach drei erfolgreichen Jahren bei dem Sportwagenhersteller erhielt ich das Angebot von Julius Bär als Head Front-Marketing einzusteigen – dies, obwohl ich kein klassischer Marketing-, sondern ein Vertriebsmann bin. An diesem Job reizte mich besonders die Herausforderung, Business und Marketing noch näher zusammenzubringen und die Marke Julius Bär beim Kunden stärker zu verankern.

Das Formel E-Engagement der Bank ist unzertrennlich mit Ihrem Namen verbunden. Wie kam es dazu?

Es waren gerade mal zehn Tage nach meinem Einstieg bei der Bank vergangen, als mir eine Powerpoint-Präsentation zu dem Formel E-Projekt vorgelegt wurde. Mit dem schnellen Wachstum der Bank nach der Akquisition des internationalen Private Bankings von Merrill Lynch war das Bedürfnis gross, den Bekanntheitsgrad der Marke in den Schlüsselmärkten weltweit zu steigern. Und obwohl mein Herz für das Automobil schlägt und ich 25 Jahre lang in der Branche gearbeitet hatte, war meine anfängliche Skepsis gross, da keinerlei Fakten oder Erfahrungswerte vorlagen. Der Formel E Founder Alejandro Agag konnte uns anlässlich eines London-Besuchs schliesslich von diesem First Mover-Projekt überzeugen. Bei all den Risiken überwiegten aus unserer Sicht die Chancen. Und diese Einschätzung hat sich als richtig erwiesen.

© Passione Engadina / G.Spalluto

BASELWirtschaft

Formel E war auch für Ihre Klientel Neuland. Wie konnten Sie bei Kunden Begeisterung und Involvement generieren?

Zentraler Faktor dieses Engagements war der Wertetransfer. Es ging darum, die für Julius Bär charakteristischen Werte wie, Pioneering“, „Nachhaltigkeit“ und „visionäres Denken“ zu transportieren. Die Formel E bot uns die richtige Plattform für diesen Wertetransfer und die Chance, unseren Kunden Unterhaltung in Verbindung mit Sport zu bieten. Wir hatten keine Sicherheit, dass es funktionieren würde. Aber auf dem Papier war es eine einmalige Chance. Plus, mit diesem Ansatz konnten wir die junge Zielgruppe abholen. Wir haben mit diesem innovativen Ansatz bewiesen, dass man in diesem Geschäft, wo man traditionell eher ältere Vermögende anspricht, auch die jüngeren Zielgruppen gewinnen kann. So konnten wir uns mit dem Formel E-Engagement als die NextGen Privatbank weltweit positionieren. Dies ist auch im Hinblick auf Generationenwechsel auf Kundenseite von grosser Wichtigkeit. Die Kinder unserer Kunden haben einen anderen Blick auf die Welt und auch andere Prioritäten. Zudem ist es – selbst wenn der Kundenberater eine enge Beziehung zur Familie hat – keineswegs gesagt, dass die Kinder an der bestehenden Bankbeziehung festhalten. Im Sinne einer generationenübergreifenden Fortführung der Kundenbeziehung hat Julius Bär als Vorreiter diesen Spagat geschafft – und zwar mit dem Thema Mobilität. Neben der Formel E sind wir auch im Classic Car-Bereich aktiv, beispielweise mit der Passione Engadina, welche jedes Jahr in St. Moritz stattfindet. Zu diesem exklusiven Anlass laden wir immer auch zehn Kinder von Kunden ein. Das schafft ein unvergessliches Erlebnis und eine familiäre Bindung, wenn der Vater mit der Tochter oder dem Sohn eine Rallye fährt. Im Anschluss laden wir sie zu einem Formel E-Rennen ein, welche die Zukunft der Mobilität verkörpert. Wir schlagen so die Brücke von der Eltern-Generation in die Zukunft und schaffen authentisch und glaubwürdig einen Beleg, dass wir für alle die richtige Bank sind. Die Formel E ist für Julius Bär auch ein Anknüpfungspunkt für nachhaltiges Investieren. Wir waren der erste Partner in dieser Serie und die erste Bank, die den Trend der Elektromobilität nicht nur vorausgesehen hat, sondern in Form eines nachhaltigen Bekenntnisses auch gefördert hat. Das zeigt den Kunden, dass wir im frühen Stadium Megatrends erkennen, im Sinne eines langfristigen Bekenntnisses investieren und nicht nur einen kurzfristigen Profit für unsere Marke generieren wollten.

„Mit solchen Engagements bieten wir Kunden ein 360°-Erlebnis“

Für zukünftige Generationen ist Nachhaltigkeit ein zentraler Wert ist. Banken versuchen diesem Anspruch mit der Umsetzung von ESG-Kriterien gerecht zu werden. Wie bilden Sie diese Trends in Ihrem Angebot ab?

Themen wie Nachhaltigkeit sind für unsere Kunden zunehmend wichtig. Unsere grosse Research-Abteilung liefert hier wichtige Erkenntnisse. Neben der Bekanntheit und Visibilität der Bank ist es für uns wichtig, durch Belege die Glaubwürdigkeit und Expertise in diesen Bereichen aufzubauen. So arbeiten wir mit dem ehemaligen Formel 1 Weltmeister Nico Rosberg als Botschafter und erfolgreicher Unternehmer zusammen, der sich nach seiner Rennkarriere erfolgreich als Unternehmer im Bereich Nachhaltigkeit profiliert und in diverse Start-ups und Plattformen wie das Greentech Festival investiert hat. Der Fokus liegt auf der Transformation, welche Unternehmen hin zu einer nachhaltigen Welt vollziehen. Seit 2019 ist Julius Bär Partner des Greentech-Festivals, welches neben Berlin Events in London, New York und Singapur durchführt. Wir hoffen, dass nächstes Jahr auch Dubai dabei ist. Mit solchen Engagements bieten wir Kunden ein 360°-Erlebnis und laden damit unsere Marke emotional auf. Mit den Nachhaltigkeitsthemen und den Satelliten Nico Rosberg und Greentech vollziehen wir den Wertetransfer nach dem Motto „How we invest today is how we live tomorrow“. Mit dem sportlichen Engagement wiederum schaffen wir Emotionalität.

Wenn wir über Ihre Kunden und Anleger hinausdenken – welchen Impact hat Ihr Formel E-Engagement für die Menschen?

Mit der Formel E gehen wir zu den Menschen. Die Rennen finden nicht auf Rennstrecken, sondern in Städten statt. Dies förderte auch die breite Sensibilisierung für das Thema in einem frühen Stadium. Das Timing für unseren Einstieg bei der Formel E war perfekt, da sich zu dieser Zeit immer mehr Unternehmen wegen fehlender Nachhaltigkeit von der Formel 1 distanziert hatten. Am Anfang wurde das Projekt noch belächelt, was uns aber nicht von unserem langfristigen Engagement und einer Beteiligung als Investor abhalten konnte. Spätestens nach dem Dieselskandal und dem Beschluss der Politik, bis 2035 den Umstieg von Verbrennungs- auf Elektromotoren vollzogen zu haben, wurde die Bedeutung des Projekts verstanden. Mit der FIA und dem ehemaligen Ferrari Mann Jean Todt, dem wie mir das Projekt sehr am Herzen liegt, haben wir starke Partner an unserer Seite. Wir sind sehr dankbar für diese „once in a lifetime opportunity" und ich konnte für Julius Bär sehr viel bewirken bei der Mitgestaltung des Engagements.

Welchen Stellenwert der heimische Markt für Julius Bär im Sponsoring?

Die von uns gelebten Werte sind klassische Schweizer Werte. Die Schweiz ist unser Heimmarkt und im Sponsoring war das Formel E Rennen in Zürich und wie wir auch wahrgenommen wurden, ein Highlight für unsere Bank. Im Stile der ehemaligen SKA-Skimütze, die heute Kult ist, haben wir 5000 gebrandete Mützen produziert und gratis verteilt. Wir wollten damit unsere Nähe zur Bevölkerung zum Ausdruck bringen. Die Formel E gab uns zudem die Gelegenheit zu erklären, wofür wir stehen. Dieses Bekenntnis zur Schweiz und unseren Wurzeln wird durch weitere Aktivitäten kommuniziert. Auch in Bereich Kunst und Musik verfolgen wir einen innovativen Ansatz. In Zusammenarbeit mit Mathieu Jaton, CEO des Montreux Jazz Festival, den unsere Aufbauleistung bei Formel E faszinierte, werden wir das Festival auch in andere Erdteile expandieren. Wir engagieren uns zudem beim Verbier-Festival. Des Weiteren evaluieren wir derzeit ein Projekt im Sportbereich. Nirgendwo sonst sind mehr Emotionen im Spiel.

Auf Ihrem LinkedIn-Profil liest man folgenden Satz "Don't stop when your tired. Stop when your done". Ist das als Lebensmotto oder Führungsphilosophie zu verstehen?

Schon vor vielen Jahren habe ich mich in diesen Satz verliebt. In ihm kommt meine Swissness zum Ausdruck – wenn man etwas anfängt, führt man es auch zu Ende. Ich habe diesen Drang, das Maximale zu geben. Wenn ich eine Strategie habe, will ich sie auch implementieren und das Theoretische ins Praktische umzusetzen. Diesen Einsatz für das Unternehmen erwarte ich auch von meinen Mitarbeitern. Statt an die eigene Karriere zu denken, sollte der Erfolg des Unternehmens im Fokus stehen. Mein Motto ist „Company First". Denn wenn das Unternehmen Erfolg hat, wirkt sich das unweigerlich positiv auf die Mitarbeiter aus, die ihren Beitrag dazu geleistet haben.

HEV Basel-Stadt

Von uns können Sie Einiges erwarten…

… in der Miet- und Verkehrswertschatzung

… in der Rechtsberatung

… in der Interessenvertretung

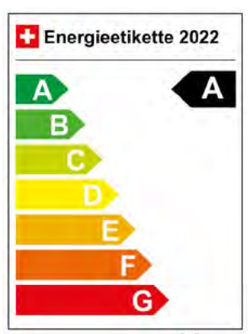
… in der Bauberatung

… in der Verwaltung von Stockwerkeigentum

HEV Basel-Stadt Aeschenvorstadt 71 4010 Basel
info@hev-bs.ch Telefon 061 205 16 16 www.hev-bs.ch

Garage Hollenstein AG
4147 Aesch
garage-hollenstein.ch

BMW iX xDrive50, 385 kW (523 PS), 21,4 - 19,8 kWh/100 km, 0 g CO_2/km, Energieeffizienzkategorie A.
BMW i4 eDrive 250 kW (340 PS), 19,1 - 16,1 kWh/100 km, 0 g CO_2/km, Energieeffizienzkategorie A.



Interview

Bernhard Bauhofer

Redner, Moderator

„Als Redner oder Moderator muss man im Gedächtnis bleiben."

Bernhard Bauhofer hat sich als Pionier für Reputation Management einen Namen gemacht. Seit Jahren wird er von Schweizer und internationalen Medien wie Bloomberg oder CNBC interviewt. Sein Platz ist aber auch auf der Bühne, wo er als Redner und Moderator zu zentralen Fragen unserer Zeit Stellung bezieht.

Seit Jahren sind sie omnipräsent in den Medien. Warum werden Sie und nicht andere befragt?

Ich begegne jeder Medienanfrage mit grosser Wertschätzung und freue mich über das seit Jahren anhaltende Interesse an meiner Einschätzung zu Themen, welche die Menschen bewegen. Als unabhängiger Berater gebe ich immer unverblümt aber sachlich meine Meinung zum Besten. Ich denke, dass Medienvertreter diese Direktheit schätzen. Zudem antworte ich immer umgehend auf Medienanfragen.

Sie schreiben nicht nur Fachbeiträge und Bücher – man sieht Sie auch bei Events als Key Note Speaker oder Moderator. Was macht einen guten Redner aus?

Da ich oft für sehr anspruchsvolle Fachthemen wie Reputation Management, Nachhaltigkeit oder Globalisierung gebucht werde, versuche ich die Komplexität für das Publikum zu reduzieren. Eine gelungene Event-Moderation hat den Anspruch, nicht das Gesagte der Podiumsgäste zu wiederholen, sondern vielmehr gut verständlich die Essenz des Gesagten herauszuschälen und durch gezielte Fragen die Diskussion auf ein neues Level zu bringen. Mein Anspruch ist immer ein gesteigerter Erkenntnisgewinn. Wenn ich schon so wichtige Personen auf der Bühne stehen habe, will ich im Sinne des Publikums möglichst viel aus den Diskussionen herausholen. Ich versuche einen Added Value zu bieten und den Teilnehmern so im Gedächtnis zu bleiben.

Sie sind ständiger Gast von Horasis, der weltweiten „Vision Community". Welchen Part nehmen Sie dort ein?

Durch die Einladungen zu Horasis-Events fühle ich mich immer besonders geehrt, da ich mich als einer von ganz wenigen Vertretern aus der Schweiz im Kreis von Staatsoberhäuptern oder weltbekannten Unternehmern wie Richard Branson bewege. Horasis verdient das Prädikat „Truly Global". Erstmalig sprach ich 2019 am Annual Meeting in Cascais in Portugal, was ein unglaublich inspirierendes Event war. Seit Covid finden die Events online statt.

Welche Events in der Schweiz zählen zu Ihren Highlights?

Das sind sicherlich meine TV-Auftritte am WEF oder mein letztjähriger Vortrag am hochkarätigen Andermatt Dialog, bei dem man nur auf Einladung teilnehmen kann. Der Anlass war „meinem" Thema „Reputation Management" gewidmet. Besonders gefreut hat mich auch die Chance, den Sustainable Finance-Kongress in Liechtenstein zu moderieren. Speziell war auch ein Vortrag in Montreux vor 400 Mitarbeitern eines Finanzunternehmens, wo ich mit dem Übersetzer auf der Bühne stand, der mein Gesprochenes immer gleich ins Französische übersetzte. Im Übrigen biete ich neben Deutsch auch Auftritte in Englisch und Spanisch an.

Wie kann man Sie buchen?

Direkt über mich oder über spezialisierte Anbieter wie Premium Speakers, referenten24.com oder neuerdings auch speakerbooking.ch.

Bernhard Bauhofer
+41 79 669 86 70
www.reputationmanagement.ch

Seit Mitte 2021 verfügt die Stadt Basel über ein neues Reinigungsunternehmen, welches sich durch ein einzigartiges und sehr erfolgreiches Konzept auszeichnet. Ein klar definiertes Reinigungskonzept gemäss Hotellerie Standard, ein eingespieltes Team und der unbedingte Willen vom gesamten Team die Kundschaft jederzeit zu begeistern, sind die Eckpfeiler der Unternehmensstrategie.

Die von Ella Hammer im Januar 2021 neu gegründete **HAMMER REINIGUNGSTEAM GMBH** hat ihre Wurzeln in der Hotellerie. Als Hotelgouvernante, oder wie man heute sagt Executive Housekeeping, verfügt sie über langjährige Arbeits- und Führungserfahrung in der Hotellerie. Die Arbeitsintensität und der Qualitätsanspruch in der Hotellerie ist sehr hoch und tagtäglich musste sie und ihr Team Spitzenleistungen vollbringen.

"Die Reinigung geniesst leider meist nicht den Stellenwert den sie verdient"
Die Erbringung von Reinigungsdienstleistungen steht viel zu oft unter einem zu hohen Kostendruck, so dass für die Reinigung viel zu wenig Zeit und Aufmerksamkeit aufgewendet werden kann. Dies führt zu Unzufriedenheit der Reinigungskräfte und nach einer gewissen Zeit zu abnehmender Qualität und zu zunehmender Unzufriedenheit der Kundschaft. Im privaten Bereich werden zudem immer noch viel zu oft Reinigungskräfte schwarz angestellt, ohne Versicherungsschutz und Sozialleistungen. Meist sind diese Reinigungskräfte auch nicht genügend in der Reinigungstechnik und in der Verwendung von Reinigungsmitteln ausgebildet. So ist es auch nicht verwunderlich, dass die Qualität der Reinigung oft mangelhaft, unzuverlässig und wenig umweltschonend ist.

"Qualität ist mein Anspruch, sowohl für die Kundschaft wie auch für die Mitarbeiter"
Ich stehe mit meiner Firma zu 100% für die Werte Sauberkeit, Zuverlässigkeit, Nachhaltigkeit und Zufriedenheit, sowohl der Kundschaft wie auch der Mitarbeiter. Gute Anstellungsbedingungen, fortlaufende Schulungen der Mitarbeiter, ein umweltgerechter Umgang mit Materialien und ein gutes Preis- Leistungsverhältnis sind dabei Grundvoraussetzungen für mich.

Die Hammer Reinigungsteam GmbH ist spezialisiert auf Unterhaltsreinigungen von privaten Haushalten und Umzugsreinigungen und ist dabei auch ein zuverlässiger Partner für Liegenschaftsverwaltungen in Basel-Stadt und Land.

Hammer Reinigungsteam GmbH
Allschwilerstrasse 34 4055 Basel
info@hammerreinigungsteam.ch
www.hammerreinigungsteam.ch

SCAN ME
BESUCHEN SIE UNS ONLINE

Interview mit

Christian Brogli

LUXED Beleuchtungen GmbH

Mit dem Faktor Licht den Unterschied machen.Basel Wirtschaft im Gespräch mit Christian Brogli, geschäftsführender Partner der LUXED Beleuchtungen GmbH über die Wichtigkeit einer Lichtplanung im frühen Stadium von Bau- und Immobilienprojekten und wie sich sein Unternehmen von der Konkurrenz abhebt.

„Und Gott sprach: Es werde Licht", heisst es im Buch Genesis. Weshalb ist Licht für den Menschen so wichtig?

Wir lieben nicht nur Licht, sondern brauchen es auch zum Leben. Auf der Erde gibt es seit jeher Licht und Dunkelheit. Unser Tagesrhythmus wird zum größten Teil von der Sonne beeinflusst. Wir sehen viel besser, wenn es hell ist. Licht hält uns gesund, liefert uns Vitamin D und findet zudem in zahlreichen therapeutischen Maßnahmen Anwendung. Licht macht unser modernes Leben zudem erst möglich. Vor dem künstlichen Licht war unsere Produktivität aufgrund der täglichen Anzahl an Sonnenstunden begrenzt. Feuer half uns, unsere Tage zu verlängern. Heutzutage erlaubt unser elektrisches Licht länger wach zu bleiben, unsere Ideen zu verwirklichen und innovativ zu sein. Und schliesslich schafft Licht – je nachdem wie wir es einsetzen und welche Art von Licht wir verwenden – beim Menschen unterschiedliche Emotionen und Stimmungen.

Warum wird der Faktor „Licht" im Rahmen von Architektur- und Innenarchitekturprojekten meist stiefmütterlich und nicht von Anfang als integraler Bestandteil behandelt? Was tun Sie dagegen?

Ich denke, das hat verschiedene Gründe: Den Hauptgrund sehe ich darin, dass der Bauherr oder auch andere Projektbeteiligte in solch einem Fall den Stellenwert einer guten Beleuchtung nicht erkannt haben. Wir als Beleuchtungsspezialisten versuchen, unsere Kunden zu sensibilisieren und sie zu überzeugen, dass es ganz wichtig ist, schon früh bei der Planung und Konzeption die Beleuchtung miteinzubeziehen. Dabei reicht die Bandbreite beim Einsatz von Licht von einer rein funktionellen Lichtquelle bis zur Beleuchtung, mit dem man Ambiente schaffen kann. Eine Lichtplanung erlaubt es beispielsweise, einzelne Teile der Architektur durch Licht gezielt in Szene zu setzen. Wenn man den Faktor „Licht" hingegen zu spät berücksichtigt, kann man in der Regel nur noch punktuelle Anpassungen vornehmen.

Gemeinsam mit ihren Kunden entwickelt Ihr Unternehmen „eine einzigartige Identität für neue oder bestehende Innenräume und Aussenanlagen", ist Ihrer Website zu entnehmen. Wie gestalten Sie dabei die Schnittstelle zu anderen Projektbeteiligten wie Innenarchitekten bzw. Interior Designers?

Unser Hauptfokus liegt in der Zusammenarbeit mit einer Reihe von Projektpartnern, als deren verlängerten Arm wir uns verstehen. Ein Architekt beispielsweise hat ein sehr breites Spektrum bei allen Themen rund ums Bauen. Ob Neubau, Umbau, Sanierungen, Machbarkeitsstudien von der Planung bis zur Realisierung. Und bei vielen Planungen zieht er die Spezialisten bei, wie zum Beispiel den Elektroplaner, den Innenarchitekten, den Statiker, den Heizungs-, Lüftungs-, Klima-und Sanitärtechniker oder den Landschaftsarchitekten. In diesem Kontext sind wir die Experten in der Thematik Beleuchtung. Im Rahmen der Lichtplanung begleiten wir den Kunden über den gesamten Planungsprozess hinweg. Kunden kommen zu uns mit einem spezifischen Anliegen, wollen beispielsweise eine Wand anstrahlen und fragen gezielt nach einer passenden Lösung. Bei verschiedenen Projekten wie Einfamilienhäusern, Überbauungen und Restaurants standen wir auch schon direkt mit dem Endkunden in Beziehung. Wir haben eine grosse Vielfalt von Herstellern und Lieferanten und verfügen somit über ein enormes Sortiment und können so für den Kunden das passende Paket schnüren.

BASELWirtschaft

LUXED ist ein inhabergeführtes Unternehmen. Welche Vorteile haben Ihre Kunden davon?

Unsere Kunden schätzen unsere Offenheit und Flexibilität. Wir bewegen uns nicht innerhalb von starren Vorgaben, sondern sind agil und flexibel. Zudem können wir unseren Kunden eine riesige Auswahl bieten. Unter den Herstellern können wir neben den Hauptpartnern, mit denen wir teilweise Exklusivverträge haben, auch auf Wunsch des Kunden darüber hinaus weitere Produkte von anderen Herstellern beziehen. Dadurch, dass wir verschiedene Lieferanten resp. Leuchten-Kollektionen in unserem Portfolio führen, sind wir in gewisser Weise unbefangen und können so unsere Kunden neutral und in deren besten Sinne beraten. Neben der Flexibilität punkten wir in der Kundenbeziehung. Unsere Kunden haben über den gesamten Auftrag hinweg einen Ansprechpartner.

Welche Qualifikation hat ein typischer Mitarbeiter bei LUXED?

Oft sind es Personen mit einem Elektrikerhintergrund, die sich weiterentwickeln wollen, und den Verkauf oder die Beratung anstreben, und dafür eine Weiterbildung zum Lichtplaner absolvieren. In anderen Fällen sind es Innenarchitekten, die sich aufs Licht spezialisieren und entsprechende Ausbildungen machen. Was sie alle verbindet ist die Faszination für Licht.

Zu Ihren Aushängeschildern zählt das renommierte Bürgenstock Hotel & Resort. Wie punkten Sie bei der Ausschreibung zu solchen Prestige-Projekten gegenüber Ihrer Konkurrenz?

Unser Hauptfokus liegt wie gesagt auf der Zusammenarbeit mit Partnern. Als erfahrener Lieferant von Leuchtentypen im Bereich Wellness und Poolbeleuchtung haben wir in diesem Fall mit einem auf Unterwasserbeleuchtung spezialisierten Hersteller WIBRE aus Deutschland zusammengearbeitet. Eine zentrale Anforderung war hier die hohe Qualität der Unterwasserscheinwerfer wie Edelstahl, Glas und LED. Wir waren hier nicht für die Planung verantwortlich, sondern durften die Komponenten liefern. Grundsätzlich ist es unser Ziel, bereits in einer frühen Projektphase unsere Produkte zu platzieren. In der Regel erfolgt dies über unsere verschiedenen Planer, sofern wir die komplette Lichtplanung nicht selbst in der Hand haben. Bei unseren meisten Lieferanten haben wir eine exklusiven Partnervertrag für die Schweiz und Liechtenstein. Unsere Leuchten-Kollektionen zeichnen sich aus durch Design, Qualität und Flexibilität, das bedeutet, dass wir auf Kundenwünsche eingehen können, auch wenn es nur um geringe Stückzahlen geht.

Licht ist nicht gleich Licht. Wo liegen noch Innovations- und Differenzierungspotenziale für Hersteller von Beleuchtungskörpern und welche Rolle spielen dabei Energieeffizienz und Nachhaltigkeit?

Nun, die Entwicklung der LED schreitet immer weiter voran und ca. alle 6 Monate kommen wieder neue Platinen auf dem Markt. Die Entwicklung geht vor allem in Richtung Lichtechtheit, Effizienz, Grösse und Flexibilität. Es gibt weltweit ca. 6 grosse renommierte und qualitativ gute Hersteller von LED Chips. Von diesen Herstellern gibt es dann unterschiedliche Qualitätsstufen, die sich dann auch auf den Preis niederschlagen. Dadurch unterscheiden sich auch die verschiedenen Hersteller voneinander, die diese Komponenten in ihren Leuchten verbauen, und der Kunde dies nicht auf den ersten Blick erkennen kann. Bei gewissen Produkten kann man nur die LED-Chips austauschen, was natürlich nachhaltig ist. Wir empfehlen Materialien, die Langfristigkeit bieten.

Haben Sie auch ein Vorzeigeprojekt im Raum Basel?

Aktuell ist der Neubau BSS des Departementes für Biosysteme, in diesem Projekt erhielten wir den Zuschlag für die Architektur & Designleuchten. Allein von der Firma Sattler durften wir über 200 Stück verschieden grosse Ringleuchten liefern. Für die Roche in Basel hat unser Partner die Firma Sattler eine Sonderanfertigung einer Leuchte von 19m für das Personalrestaurant anfertigt. Wir setzen alles daran, den Wünschen unserer Kunden gerecht zu werden. So haben wir, zusammen mit unseren Partnern, auch schon Leuchten aus Leder oder Blattgold hergestellt. Mit dieser Flexibilität unterscheiden wir uns von den grossen Firmen.

LUXED Beleuchtungen GmbH

Tel.: +41 61 903 03 80
www.luxed.ch

Interview: Aurel Bachmann

«In unserem Beruf bekommt man viel zurück»

Benedikt Lachenmeier

Mit mehr Teamverantwortung und veganen Wasabi-Variationen hat Aurel Bachmann (45) den sanften Generationenwechsel im Familienunternehmen Confiserie Bachmann eingeleitet – und den Weg für eine innovative Zukunft geebnet.

Aurel Bachmann, Sie feiern dieses Jahr 80 Jahre Confiserie Bachmann. Was ist Ihr Erfolgsrezept?

Die alten Rezepturen, der unverändert hohe Qualitätsstandard und der Service.

Kontinuität ist Ihr Erfolgsrezept?

Unsere Kundschaft schätzt die Tradition. Viele kamen schon mit ihren Eltern für das Schoggiweggli, heute trinken sie noch einen Espresso dazu. Wir haben wirklich viele langjährige Stammkunden.

Trotzdem müssen auch Sie neue Kunden gewinnen.

Darum lancieren wir stetig neue Produkte, ohne das Sortiment auf den Kopf zu stellen.

Zum Beispiel?

Wir haben im Sandwichbereich ein paar vegane Produkte herausgebracht und servieren zu den Kaffees nebst Bio- auch Hafermilch. Heute muss man stark auf die persönlichen Bedürfnisse der Kundschaft eingehen. Im Apéro-Bereich entwickeln wir grad viel, das noch nicht spruchreif ist. Die Leute wollen immer wieder Neues ausprobieren. Ein Curry-Gipfeli reicht nicht mehr als Alternative zum klassischen Croissant.

Und in der klassisch süssen Confiserie?

Auch hier lancieren wir vegane Produkte. Ausserdem haben wir eine rot-blaue Linie für alle FCB-Fans. Und für meinen Sohn versuchen wir, ein weisses Schoggi-Stängeli zu kreieren. Im Schokoladebereich haben wir besonders viel investiert und bieten nebst den klassischen Truffes wilde Kreationen wie Himbeer-Wasabi. Viele Pralinés haben neue Rezepturen, einen neuen Look, eine frische Verpackung und Präsentation im Laden. Damit konnten wir schon viel neue Kundschaft gewinnen.

Mein persönlicher Grund für die Confiserie Bachmann bleibt das Schoggiweggli. Wie bekommt ihr diese Perfektion hin?

Mein Grossvater experimentierte ja noch viel in einer Garage. Und dieser Schoggiweggli-Kreation prophezeiten seine Söhne: So unappetitlich das aussehe, das laufe nie. Trotzdem haben sie reingebissen. Und siehe da: Es wurde unser Markenzeichen. Auch diese Rezeptur haben wir nie geändert.

Was haben Sie von der alten Generation gelernt?

Vieles! Dass man bei den Zutaten nicht spart: weder bei der Qualität im Einkauf, noch beim Füllen der Brötli. Und den Einsatz, den man den Mitarbeitenden vorlebt. Dass alles fair und gerecht ist. Dass man immer ein offenes Ohr hat und die Leute hegt und pflegt – und bei privaten Problemen eher mal ein Auge zudrückt.

«Unsere Kundschaft schätzt die Tradition»

War für Sie immer klar, dass Sie die Confiserie übernehmen werden?

Irgendwie schon, ja.

Wie belastend ist es, die Verantwortung für das gemeinsame Familienunternehmen zu tragen?

Klar kann ich nicht nur schalten und walten, wie ich will. Klar wollen alle Bachmänner immer wissen, was geht – das Geschäft liegt ihnen am Herzen. Sie alle haben lange dort gearbeitet und sind dem Geschäft sehr verbunden. Sie meinen es aber alle nur gut mit mir.

Wieviel Zeit hat der Geschäftsführer eines Familienunternehmens für die eigene Familie?

Wenn man ein Familienunternehmen führt, das kein Tag im Jahr geschlossen ist, arbeitet man sehr viel. Die persönliche Präsenzzeit war bei Grossvater und Vater wohl noch ausgeprägter. Meine Kinder sehen mich täglich zum Nachtessen oder kurz davor. Und ich schaufle mir immer wieder Zeit frei.

Führen sie anders als die Generationen davor?

Ich gebe den Mitarbeitenden mehr Verantwortung, setze dafür eine Teamsitzung mehr an und höre mir ihren Input an. Das funktioniert sehr gut, da wir ein grossartiges Team sind. Alle schätzen das Geschäft und denken mit.

BASELWirtschaft

Was war Ihr bisher schwierigster Moment?

Nicht lange her, kam alles aufs Mal: der Tod meines Vaters, dann die Pandemie – da konnte ich nicht mehr ruhig schlafen. Wir wussten nie, wie und wann es weitergeht, und mussten viel umstrukturieren.

War das Ihr Einstieg als Geschäftsführer?

Nein, ich bin bald vier Jahre Geschäftsführer. Mein Vater hatte aber weiterhin eine Wahnsinnspräsenz im Geschäft und hat mir den Rücken freigehalten. Jetzt bin ich alleiniger Geschäftsführer.

Wo sehen Sie die grössten Herausforderungen für Bachmann?

Die jungen Leute überlegen heute viel mehr als früher: Was verdiene ich nach dem Lehrabschluss? Und dann zieht es sie zur Pharma. Bäcker findet man kaum mehr in der Schweiz. Umso wichtiger ist es, Leute auszubilden, die dann bei uns bleiben. Bei den Confiseuren ist die Auswahl an Lernenden zum Glück grösser. Und heute dominieren dort die Damen.

Wieso das?

Das liegt vermutlich am Internet. An Instagram, wo man viele schöne Torten bestaunen kann. Wir müssen den Damen dann die Illusion nehmen, dass sie hier den ganzen Tag nur Hochzeitstoren dekorieren dürfen.

Bachmann setzt sich auch für Arbeitsplätze für Menschen mit Behinderung ein.

Das kam vom Vater. Aus Dankbarkeit, dass er gesunde Kinder und Enkelkinder hatte. Und weil wir gerne arbeiten, wissen wir, wie wichtig eine sinnvolle Beschäftigung ist. In unserem Beruf bekommt man viel zurück. Das macht glücklich. Das gibt jedem Menschen ein gutes Gefühl – ob mit oder ohne Einschränkung. Nur finden nicht alle Menschen so einfach Arbeit.

Was steht bei Bachmann als nächste grosse Veränderung an?

Wir werden bald den Neuaufbau der Produktion in Angriff nehmen. Davor habe ich grossen Respekt. Von der Planung bis zur Umsetzung kommt es auf jedes Detail an.

Wollen Sie das Geschäft mal an Ihre Kinder übergeben?

Das wünsche ich sehr fest. Sofern sie das auch wollen. Ob es dann Moritz oder Hannah das Geschäft übernehmen wird, spielt keine Rolle.

Eine Frau an der Spitze von Bachmann wäre ein ziemliches Novum.

Das würde ich so nicht sagen. Meine Grossmutter wie meine Mutter waren sehr stark involviert und engagiert. Und meine Frau kommt auch immer mehr rein.

Danke fürs Interview.

INFO

Seit der Gründung im Jahr 1942 gilt bei der Confiserie Bachmann der Grundsatz: Für höchste Qualität kommen nur die besten Zutaten in Frage. Alle Produkte werden noch immer in feinster Handarbeit hergestellt und mit viel Sorgfalt veredelt. Aurel Bachmann (45) führt das Unternehmen in dritter Generation – traditionsbewusst, aber immer mit einer innovativen Zukunft vor Augen.

Trendjobs 2022 – Nachhaltigkeitsjobs und sinnstiftende Aufgaben hoch im Kurs

Der Wunsch ist spürbar nach sinnstiftenden Jobs, die auch in der Arbeitswelt der Zukunft noch existieren, neu entstehen, sich weiter entwickeln und gefragt sind. Hier unsere Auswahl, natürlich ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

Trendjob-Platz 1:
Investitionsberatung Nachhaltigkeit

Investieren in eine Idee oder ein Unternehmen, welches zur eigenen Philosophie passt und sich einer sinnvollen und nachhaltigen Idee verpflichtet fühlt. Das ist das bestreben vieler Business Angels, Investorinnen und Investoren. Wenn das Businessmodell stimmig ist und wirtschaftlichen Erfolg versprich, gleichzeitig aber auch dem Drang nach Nachhaltigkeit und Sinnstiftung folgt, ist das für viele Investitionshungrige ein Jackpot. Wie aber findet man solche „Investment Jackpots", ohne dass man einem so genannten „Greenwashing" aufsitzt? Welche Investments passen und wie kann man die Chancen und Risiken evaluieren? Da stossen selbst erfahrene Investorinnen und Investoren bald mal an ihre Grenzen. Nils Herold und Serge Mion beispielsweise haben sich auf diese Beratungsfragen spezialisiert und können mit ihrer in Reinach/BL ansässigen Firma – das mit der Startup Academy zusammenarbeitet - helfen: „Das Verständnis der persönlichen Wertvorstellungen, der Lebensziele sowie der entsprechenden Wirkungsziele unserer Klienten steht im Mittelpunkt. Eine Vermögensanlageberatung ist auf Wirkungsorientierung fokussiert. Also ist das Ziel, eine durch eine Handlung erzeugte Veränderung einer bestehenden Situation. Im Zusammenhang mit Vermögensanlagen bedeute Wirkungsorientierung, die klare Absicht zu haben, zusätzlich zu einer finanziellen Rendite eine messbare ökologische und soziale Wirkung zu erzielen."

Alles aus einer Hand!
Der Spezialist für Renovation, Umbau und Handwerk für Gewerbe und Private

Trendjob-Platz 2: Techniker/in Energie und Umwelt

Techniker/innen in Energie und Umwelt projektieren Energieanlagen und berechnen deren Wirtschaftlichkeit, Energieeffizienz und Nachhaltigkeit. Im Zeichen der Energiewende werden Projekte zur Nutzung von erneuerbaren Energiequellen wie Sonnenlicht, Erdwärme, Wind, Wasser und Biomasse wichtig und da können sich die HF Techniker in Energie und Umwelt profilieren. Ebenfalls spannend: Die Beratung von Unternehmen, Organisationen und Verbänden, öffentlichen Institutionen und staatlichen Einrichtungen im Energie- und Umweltmanagement in den Bereichen Wasser, Abfall, Energie, Verkehr, Beschaffung, Baumassnahmen und Sanierungen.

Ausbildungstipp: „Die Perspektiven für die Studienabgänger sind sehr gut. Und sie werden etwas in der Welt mit ihren Fähigkeiten bewirken. Es winkt die Chance, mit neuem Wissen die Job-Pforten in Zukunft ganz weit aufzustossen. Als Bewerberin oder Bewerber auf dem Arbeitsmarkt hat man bei einer bisher noch eher kleinen Konkurrenz mit dieser fundierten Ausbildung für die kommenden Jahre einen klaren Wettbewerbsvorsprung. Also ist das Timing jetzt ideal", sagt TEKO-Basel-Schulleiterin Terry Tschumi und bestätigt zudem, dass nunmehr immer häufiger von Jugendlichen Informationen zum HF Lehrgang Techniker/in Energie und Umwelt angefordert und auch die Klassen immer voller werden. Das habe ganz bestimmt nicht nur mit dem Ruf der TEKO Basel als traditionell in der Ausbildung für Technik-Berufe arrivierte Höhere Fachschule zu tun. Die Jobmöglichkeiten mit dieser Ausbildung seien eben für die kommenden Jahrzehnte sehr gut.

Trendjob-Platz 3: Wirtschaftsinformatiker/innen HF

Eine gute Zukunft und eine gewisse Jobsicherheit verspricht die Tätigkeit als Wirtschaftsinformatiker/in und als Wirtschaftsmathematiker/in. Denn der Schweizer Wirtschaft fehlen laut Prognosen der SwissICT (Schweizerischer Verband der Informations- und Kommunikationstechnologie) im Jahr 2023 bis zu 25'000 Informatiker. Unternehmen klagen über den ausgetrockneten Markt. Vor allem Spezialisten wie Wirtschaftsinformatiker sind schwer zu finden. Diese Spezialisten setzen Informations- und Kommunikationssysteme zur Unterstützung von Geschäftsprozessen und zur Entscheidungsfindung in Unternehmungen ökonomisch ein. Interessant ist, dass in den nächsten zwanzig Jahren rund 60 Prozent der heutigen Informatiker/innen oder Wirtschaftsinformatiker/innen in den Ruhestand gehen. Es wird bald ein Mangel an qualifizierten Spezialisten, wie es beispielsweise die Wirtschaftsinformatiker sind, entstehen. Diese Fachleute analysieren innerhalb eines Unternehmens betriebswirtschaftliche Prozesse und prüfen das Potenzial zur Unterstützung durch Informations- und Kommunikationstechnologien (ICT) sowie definieren die entsprechenden Vorgaben für die Entwicklung oder die Evaluation von Systemen.

Trendjob-Platz 4: Smart City Manager/innen und Cyber City Analist/in

Diese sind sehr gefragt sind im Zuge der Digitalisierung in Stadtverwaltungen und Behörden. Sie sorgen für Effizienz und Tragfähigkeit von Systemen der digitalen Stadtverwaltung. Wichtig in einer Stadt, die weite Teile ihrer Kommunikation mit dem Bürger über E-Government-Plattformen und standardisierte Online-Systeme abwickelt. Sie sorgen dafür, dass Behörden untereinander so viele oder so wenige Daten austauschen, wie es für die optimale Arbeit der digitalen Verwaltung nötig ist.

Trendjob-Platz 5: Interim-Manager/innen und Betriebliche Mentor/in

Interim-Managerinnen und -Manager springen dann ein, wenn sie gebraucht werden. Oft werden sie aber erst gerufen, wenn es schon zu spät ist und dann heisst die Devise im Unternehmen: «Kollateralschaden verhindern». Dr. Matthias Schweizer – mit seinem Unternehmen Moncrier (moncrier.ch) auf Überbrückungslösungen im Sozial- und Gesundheitswesen spezialisiert – bestätigt: «Interim-Einsätze dienen zur Überbrückung von Engpässen und ermöglichen, in einem begrenzten Zeitraum, Problemlösungen in die Wege zu leiten. Diese sichern den Betrieb und helfen, wirtschaftlichen Schaden bei unvorhergesehenen Ereignissen zu vermindern.»

Auch das Betrieblichen Mentoring erlebt einen Aufschwung, wie einer der führenden Weiterbildungsanbieter, die Lernwerkstatt Olten (siehe: www.lernwerkstatt.ch/betrieblicher-mentor), bestätigt: In der Komplexität der heutigen Arbeitswelt wird von Personen mit beratenden Funktionen, von Coaching-Fachleuten und Trainerinnen und Trainern sehr viel verlangt. In den

BASELWirtschaft

Betrieben ist deshalb das Mentoring ein zentrales Thema geworden, wenn es darum geht, innerbetrieblich Menschen auf einer beruflichen Etappe zu begleiten. Denn Mentoring ist mehr als Coaching. Bei den mehrschichtigen und vernetzten Aufgaben innerhalb der modernen Arbeitswelt ist dies nicht verwunderlich.

Trendjob-Platz 6: Big Data Analysten und IT Security Manager/innen

Ein Data Analyst ist für das Auswerten verschiedenster Daten zuständig. Er analysiert sie auf bestimmte Details und entwickelt auf dieser Basis verschiedene Konzepte. Zudem präsentiert er sie seinen Kollegen und Vorgesetzten und macht sie ihnen verständlich. Mit wachsenden Datenmengen steigen auch die Risiken für den Missbrauch von Daten. Leaks und der Vorwurf der unerlaubten Nutzung von Kundendaten können den Ruf von Unternehmen beschädigen und auch ein juristisches Nachspiel haben. Damit es dazu gar nicht erst kommt, sorgen Data Stewards für die Einhaltung von Governance- und Compliance-Vorgaben im Umgang mit Daten.

Trendjob-Platz 7: Technische Kaufleute

Jede/r mag und alle wollen sie: Die «eierlegenden Wollmilchsäue» der Berufswelt der Zukunft. Vielseitigkeit und dennoch Fachkenntnis in einigen wichtigen kaufmännischen Teilbereichen zu haben ist wieder «in». Immer mehr KMU suchen nach Mitarbeitern, die sich in der jeweiligen Branche auskennen und in vielen Bereichen bereits einschlägige Erfahrungen, ja sogar Fachkenntnisse in verschiedenen Bereichen vorweisen können, bestätigt TEKO Basel-Schulleiterin Terry Tschumi. Die Ausbildung «Technische Kaufleute mit eidg. Fachausweis» ist so eine Weiterbildung und richtet sich an jene Leute, die beispielsweise in handwerklichen Berufen tätig sind und künftig im Management und/oder kaufmännischen Bereich tätig sein möchten. «Ausserdem eröffnet es neue Karriere- und Aufstiegsmöglichkeiten. Tschumi: «Die Nachfrage nach Technischen Kaufleuten wird künftig stark zunehmen.»

Trendjob-Platz 8: Vertriebsingenieure

Als Vertriebsingenieur (engl.: Sales Engineer) ist man für die Vermarktung von Spitzentechnologien verantwortlich. Kompetenzen im Hinblick auf den Industriegütermarkt sind nützlich, aber auch technische, juristische, wirtschaftliche und psychologische. Die/der Vertriebsingenieur/in fungiert als das entscheidende Bindeglied zwischen dem eigenen Unternehmen und dem industriellen Kunden.

Trendjob-Platz 9: Fachperson in Lebensmitteltechnologie

Lebensmitteltechnologie-Fachleute stellen in industriellen Betrieben Nahrungsmittel oder Getränke her. Sie nehmen die gelieferten Rohstoffe entgegen, prüfen die Qualität und Menge der Waren und lagern diese umgehend ein, damit sie frisch bleiben. Nach vorgegebenen Rezepten wägen, mischen und portionieren sie die Rohstoffe, die durch Hilfs- und Zusatzstoffen wie Aromen, Geschmacksverstärker, Bindemittel, Farbstoffe oder Vitamine veredelt werden.

Trendjob-Platz 10: Ingenieur/in für Energietechnik

Eine Fachperson der Energie- und Gebäudetechnik ist aufgrund ganzheitlicher Denkweise befähigt, in interdisziplinären Teams bei der Bearbeitung von komplexen Bauaufgaben mitzuwirken. Besitzen ein gutes Grundwissen in allen Kerngebieten der Themen «Gebäude, Energie und Nachhaltigkeit».

Zusammenstellung: JoW

BASELWirtschaft empfiehlt:

- Personalvermittlung
- Personalmiete
- Personalsuche
- Payrolling
- Coaching

Rhy Personal AG
Güterstrasse 99
CH-4053 Basel

Tel. +41 61 206 60 00
Fax. +41 61 206 60 01
E-Mail info@rhypersonal.ch
www.rhypersonal.ch

AUSERWÄHLT
VON DEN BESTEN

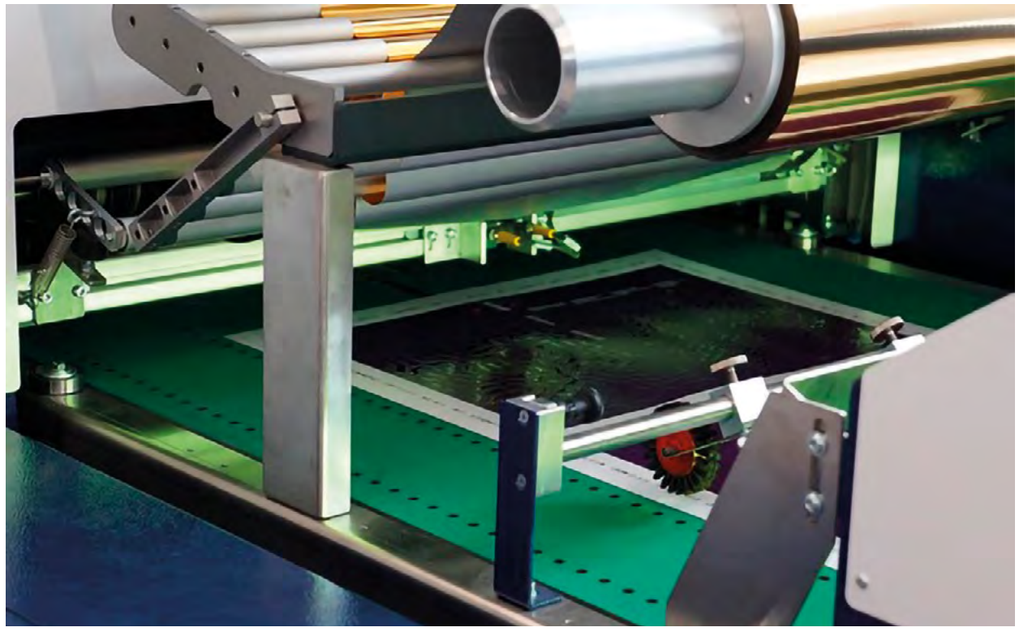
CHAMPAGNE
Laurent-Perrier
MAISON FONDÉE
1812

IN FAMILIENBESITZ

champagnelaurentperrier www.laurent-perrier.com Fotograf: Iris Velghe / Design Luma

Mit fliegendem Teppich auf Erlebnisreise

Gleich drei neue und eindrucksvolle Produktionssysteme drücken dem aktuellen *PUBLISHER*-Cover ihren Stempel auf. In fusionierter Form zaubern sie einen Umschlag daher, der eine pure Entdeckungsreise für die Sinne und in die Zukunft darstellt. Patrick Schenk



Eine glänzende Angelegenheit: Applizierung der Goldfolie.

Man könnte meinen, Aladin höchstselbst hätte das aktuelle PUBLISHER-Cover – unter Zuhilfenahme seines Wunderlampen-Geistes Dschinni – in deinen Briefkasten gezaubert respektive gewünscht: Mit dem orientalischen Umschlag mit gold-violettem Farbenspiel auf der Titelseite fühlt sich wohl manch einer in Gefilde àla Tausendundeine Nacht versetzt – Zwiebeltürme, fliegende Perser-Teppiche und Bauchtänzerinnen inklusive – und möchte vielleicht gar selbst in die Schnabelschuhe schlüpfen, um in die magische Welt des Morgenlandes einzutauchen.
Die Gestaltungsidee für den Umschlag mitleicht fernöstlicher Anmutung stammt abermals aus den versierten Händen von Erich Brechbühl, für die Produktion zeichnete die Basler Druckerei Werner Druck & Medien (WD&M) verantwortlich und der Druck sowie die Veredlung des Covers erfolgte auf einem Dreigestirn an Produktionssystemen. Das halbmatt gestrichene Papier mit der Bezeichnung Algro Design Nature (270g/m²) stammt aus dem Hause Fischer Papier.

Sultanat oder Schusters Rappen?

Es muss aber gar nicht das Morgenland sein, das auf dem Cover als Sehnsuchtsort verewigt wurde. Auch begierige Gedanken an sommerliche Bergwelten – an bimmelnde Kuhglocken, unter Wanderschuhen knisternde Steinchen und atemberaubende Gipfelpanoramen – sind nicht abwegig: Schliesslich erinnert die Titelseite mit ihren geschwungenen Linien und verlaufenden Strukturen ein wenig an eine topographische Landkarte. Das Ziel war dann nochmal ein anderes. Als Basiselement für die Interpretationsspiele schaffte man ein stochastisches (auch: frequenzmoduliertes) Raster und schlug damit gleich drei Fliegen mit einer Klappe. Einerseits konnten so auf dem Titelbild «die Print-Nerds abgeholt» sowie eine Brücke zum Druck-Kosmos geschlagen und andererseits endlich ein Druckraster in kreativer Weise auf Papier gebannt werden.

BASELWirtschaft

Auf Entdeckungsreise

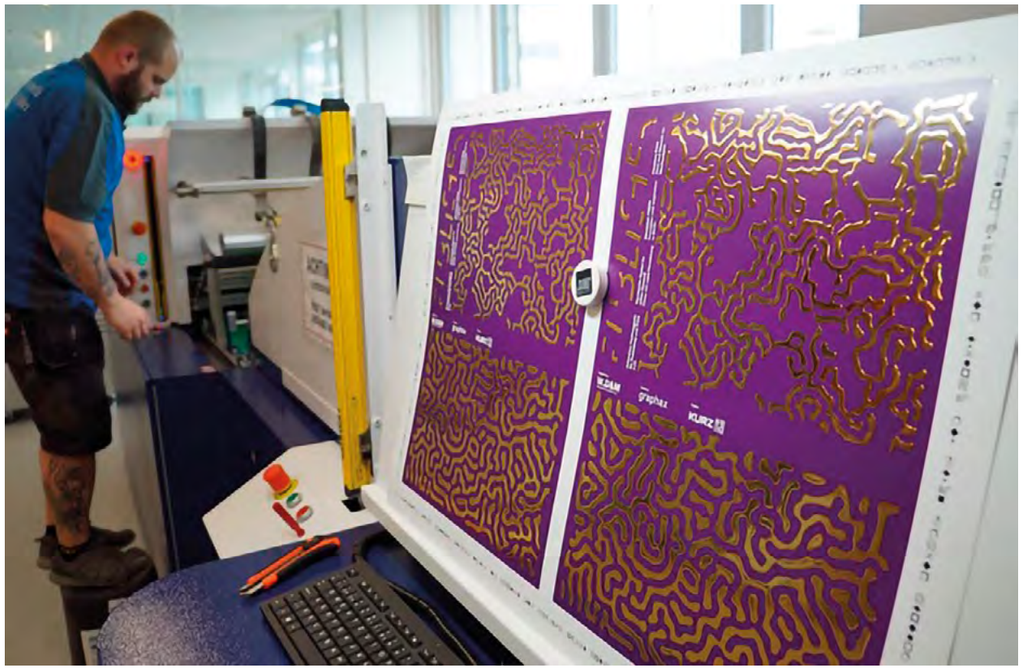
Die Destination ist aber schlussendlich – und das ist mehr als eine Binsenweisheit – gar nicht so relevant. Dem Weg dahin kommt da schon eine grössere Bedeutung zu: Das zeigt sich nirgends besser als beim aktuellen PUBLISHER-Cover, das einmal mehr das Produkt von zahlreichen Versuchen, Testläufen und glänzenden Ideen war – und schlussendlich in vollendeter Form sowie mit dreifacher Veredelung zu einer sinnlichen, futuristischen und abwechslungsreichen Erlebnisreise einlädt.
Begonnen wird die multisensorische Voyage bereits beim ersten Blick auf das Titelbild: Sofort wahrnehmbar sind etwa die Goldfolie und die hervorstehende, auf violettem Hintergrund liegende, transparente Lackschicht, die mittels der Produktionssysteme MGI JetVarnish 3D und der Konica Minolta AccurioJet KM-1e HD auf die Titelseite aufgetragen wurden. Beiden Sprossen kommt beim Finishing-Prozess der Titelseite eine besondere Rolle zu: Während die MGI Jet-Varnish 3D dank ihrer variablen UV-Lack-Auftragsmenge eine «perfekte Veredelungsbasis und einen richtigen 3D-Effekt» erzeugt, besticht die KM-1e HD vor allem in Sachen Farbbrillanz. Die HD-Inkjet-Druckmaschine forderte beim Cover eine «absolut homogene, violette Farbfläche» zutage und vermochte auch bei der Rückseite zu begeistern: Der türkisfarbene Pantone-Farbton, genauer gesagt Pantone 326 der Rückseite, konnte mit der KM-1e HD perfekt reproduziert werden, was auch Roger Kessler, Geschäftsleiter von WD&M, verzückt: «Das ist wie Offsetdruck, nur besser!»

Der Schneidige im Spotlight

Die beiden Produktionssysteme stehen seit rund vier Monaten im Drucksaal des Basler Print-Unternehmens und bilden damit den nachsten Stopp unseres Trips: Am Rheinknie findet sich neben der MGI JetVarnish 3D und der KM-1e HD der sogenannte MotionCutter – ein digitaler Hochgeschwindigkeits-Laserschneider. In dieser weltweit einzigartigen Dreier-Konfiguration gehört gerade Letzterer ins Scheinwerferlicht gerückt: Der Cutter rundet das Covergeschehen mit dem dritten Finishing-Vorgang, einer zweifachen Perforierung (Micro-Perforation und klassische Perforation), ab. Stück für Stück kann sich der Leser so mittels Auslösen der Elemente einen Einblick in die Innenwelt der neuen Ausgabe verschaffen. Damit wird neben den haptischen und visuellen Komponenten der Titelseite noch eine direkte Interaktionsmöglichkeit geschaffen, die Suchtpotenzial hat. Machbar ist mit dem MotionCutter aber noch so viel mehr: Als quasi fleischgewordene Wunderlampe kann der in Basel stehende Laserschneider jeden noch so ausgefallenen Kundenwunsch in Erfüllung gehen lassen. «Mit dem MotionCutter bist du völlig frei in der Gestaltung. Du kannst ab Auflage 1 rund lasern, gravieren, perforieren, stanzen und neben Papier auch Holz, Glas, Metall oder gar ein T-Bone Steak bearbeiten», meint Philippe Schleuniger, Geschäftsleiter Marketing/Verkauf bei Werner Druck & Medien, mit einem Schmunzeln.

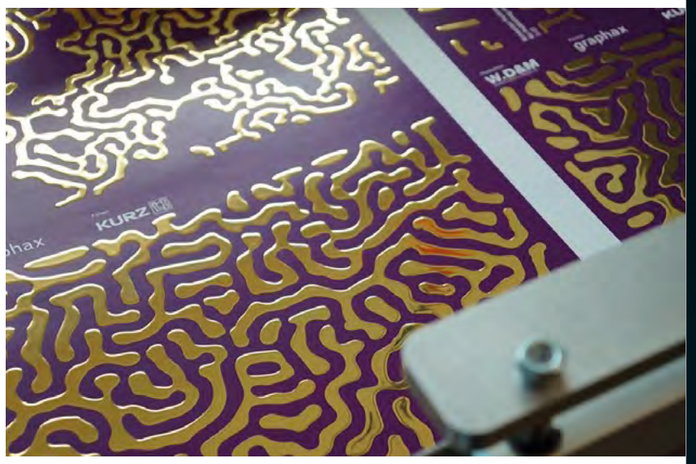
Ein Erfolgsgarant für Tüftelfreunde

«Die eigene Vorstellung ist die einzige Grenze», meint Kessler, angesprochen auf das praktisch unlimitierte Anwendungsspektrum des Cutters. Damit öffnen sich der Basler Druckerei Tür und Tor für branchenfremde Klientele – mit jetzt schon massivem Erfolg: Seit der Inbetriebnahme haben so beispielsweise personalisierte Schneidebretter, mit Initialen und schelmischen Sprüchen versehenes Besteck oder individualisierte Backsteine die Tore der Werner Druck & Medien passiert. «Wir hatten noch nie



Das PUBLISHER-Cover in voller Pracht.

Bis die Funken sprühen: Laserung des Covers.



Das Cover wirkt mit seinen Veredelungen fast hypnotisch.

so viele Kunden im Haus – und alle sind baff, wenn sie die Fertigkeiten des MotionCutters sehen», meint ein sichtlich stolzer Roger Kessler. Für das WD&M-Team bedeuten die immer neuen und unterschiedlichen Klientenanforderungen aber auch, dass regelmässig und mit fast kindlichem Eifer am Produktionssystem experimentiert werden darf. «Es ist einfach schön, dass wir hinausgehen und am MotionCutter ‹herumspinnen› können», gibt Schleuniger zu Protokoll.

Massvoll und gemeinschaftlich

Mit der State-of-the-Art-Maschinenkonfiguration, KM-1e HD, MGI JetVarnish 3D und MotionCutter, konnte also schlussendlich ein begeisterndes Machwerk mit Finishing-Triple aus Perforierung, Lack und Goldfolie realisiert werden, das gleich mehrere Facetten unserer Wahrnehmung anspricht. Erich Brechbühl und Roger Kessler betonen im Hinblick auf das geglückte Cover unisono, dass genau die harmonische Umsetzung des Veredelungs-Trios das meiste Fingerspitzengefühl erfordert hat: «Alles auf einem Design zu vereinen, ohne aber das grosse Ganze aus den Augen zu verlieren, war die zentrale Herausforderung», so Brechbühl. Dass das Cover schliesslich ein stimmiges Endprodukt geworden ist, ist wohl vor allem einer Tatsache zu verdanken: Alle Projektpartner haben von der ersten bis zur letzten Minute passioniert am und für das Vorhaben getestet, geprüft und gehirnt.

Qualitativer Quantensprung

Leidenschaftliches Schaffen und mitreissende Technologie führen uns auf unserer Reise auch in die Zukunft: In Basel konnte man mit Herzblut und dem eindrücklichen Maschinenpark in eine neue Dimension in Sachen Qualität vorpreschen. Bezugnehmend auf die einzige in Europa stehende KM-1e HD meint Kessler etwa: «Der erste Bogen sieht aus wie der letzte. Du hast keinen optischen Unterschied. Wir haben bei den 6500 Bogen alle 250 Exemplare gemessen und hatten im Durchschnitt einen ΔE-Wert von 0.62. Das ist einfach faszinierend!» Roger Kessler ist von den neuen Möglichkeiten so überzeugt, dass er sich mit dem Gedanken trägt, seiner Kundschaft künftig eine aussergewöhnliche Qualitätsgarantie abzugeben. «Wir sichern zu, dass der erste Bogen unabhängig der Auflage aussieht wie der letzte. Wenn in der Farbkonstanz der Auflage etwas nicht stimmt, respektive der ΔE-Wert über 1.5 ist (ΔE ist durch ein geschultes Auge erst ab dem Wert 3.0 optisch wahrnehmbar), wird nichts verrechnet», umschreibt Schleuniger diese Garantie und bittet Skeptiker, seine These zu prüfen. «Wir laden jeden herzlich dazu ein, uns zu testen, ob das, was hier geschrieben steht, auch der Wahrheit entspricht.»

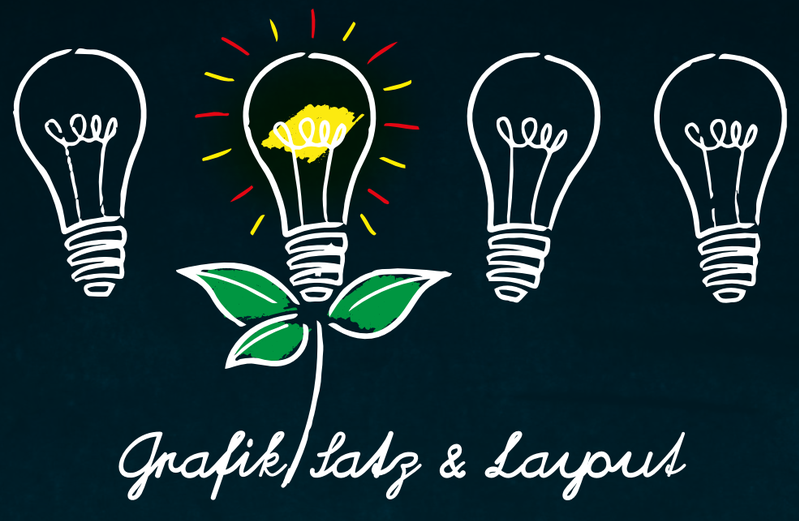
Jeder Wunsch geht in Erfüllung

Zurück zum PUBLISHER-Cover, das neben visuellen, haptischen und interaktiven Elementen – und dank der hohen Qualität der Produktionssysteme – sogar eine lebendige Note enthält: Die organischen Formen des Stochastik-Rasters fügen sich perfekt zusammen mit dem edlen Gold, das dadurch fast flüssig über das Papier mäandert. Lebendig, mit Innovation und frischem Wind – so soll gemass Schleuniger auch das Print-Unternehmen der Zukunft aussehen. Im eigenen Betrieb ist dieser Wandel zur «Erlebnisdruckerei» schon in vollem Gang:
Der Drucksaal ist kein solcher mehr, sondern ein «Inklab» – ein abenteuerlicher Ort, wo probiert, getestet und auch mal auf die Nase gefallen werden darf. Ganz wichtig ist dem Geschäftsleiter Marketing und Verkauf auch, die jungeren Semester für Print zu begeistern, «weil es eine Beschäftigung ist, die ungemein spannend gestaltet werden kann». Das dürfte gerade jetzt, mit den neuen Möglichkeiten der Produktionssysteme, umso einfacher sein. Wir haben auf unserer Reise gesehen: Der Weg vom Drucker zum Wünscheerfüller – Aladdins Flaschengeist lässt grüssen – ist nicht mehr weit.

Werner Druck & Medien

Gut, schnell, unkompliziert: Nach diesem serviceorientierten Dreigestirn operiert die Werner Druck & Medien AG. Das in Basel ansässige Familienunternehmen bietet seiner Kundschaft einen breiten Strauss an Dienstleistungen, wozu unter anderem Digital- und Offsetdruck, Vorstufe, Lektorat, Online-Medien oder Logistik gehören. wd-m.ch

W.D&M



CREWLOVE
DRUCK & STICKWERKSTATT

Geissgasse 29 • CH-4310 Rheinfelden
www.crewlove.ch

Wir gestalten und drucken Ihre Grossformatdrucke direkt in den eigenen Räumen!

Inhouse:
8-Farb Digitaldruck von Blachen, Postern, Blueback Plakate und Beschriftungen bis zu einer Breite von 160 cm

buildup product cube

einzigartig.

umfassend.

informativ.

buildup.

buildup.ch

Ambros Speiser – ein weiterer Wegbereiter der Digitalisierung aus Basel

Von Dr. Urs Wiederkehr

In Anwesenheit von Thomas J. Watson jr., CEO von IBM, ist am 22. Mai 1963 der neue Campus des IBM-Forschungslabors Rüschlikon eröffnet worden. Gründungsdirektor, und damit Bauherr der direkt der Konzernleitung unterstellten neuen Anlage, ist der Basler Elektroingenieur und Informatikpionier Dr. Ambros Speiser (1922-2003) gewesen. Nach dem Mathematiker Leonhard Euler und dem Humanisten-Drucker Johann Froben soll im dritten Teil dieser Serie zu Beiträgen von Baslern zur Digitalisierung sein Leben im Mittelpunkt stehen. Bei einigen Premieren im 20. Jahrhundert ist er nicht nur dabei gewesen, er hat sie auch aktiv mitgestaltet.

Also, starten wir vor hundert Jahren in Basel.

Von Basel in den Aargau und zum Elektroingenieur

Ambros Speiser ist 1922 in Basel geboren. Sein Vater Ernst Speiser-Sarasin hat als Kaufmann in Frankreich, England und Übersee gearbeitet. Einige Ahnen haben sich als Politiker betätigt, sei es als Basler Grossräte, Regierungsräte, National- und Ständerate. Auch als Seidenbandfabrikanten, Tuch- und Porzellanhändler sowie als Eisenbahnpioniere bei der Centralbahn haben sie sich einen Namen gemacht. Ambros' Vater Ernst ist 1931 als Vizedirektor bei der Brown Boweri & Cie (BBC) in Baden eingetreten, von 1938 bis 1955 ist er dort Kaufmännischer Direktor gewesen. So hat er nicht den Kanton Basel-Stadt sondern den Kanton Aargau im National- und Ständerat vertreten. Ende des 2. Weltkriegs verhandelte er mit den Alliierten über Massnahmen für die baldige Beendigung der Kampfhandlungen, was ich leider aus aktuellem Anlass in diesem Artikel erwähnen muss. 1947 ist er Bundesratskandidat gewesen. In diesem Umfeld ist Ambros aufgewachsen. Er hat 1948 das Studium an der ETH als diplomierter Elektroingenieur abgeschlossen.

Mittels eines professoralen Empfehlungsschreibens ist es Ambros Speiser kurz vor Studienabschluss gelungen, sich in Cambridge mit dem Rechenmaschinenpionier Maurice Wilkens über dessen EDSAC (Electronic Delay Storage Automatic Calculator) zu unterhalten. In einer Zeit, wo noch niemand den Begriff Computer kannte und die Welt kommunikationsmässig noch kein globales Dorf gewesen ist, konnte er sich über den aktuellen Stand der Technik auf diesem neuen Forschungsgebiet informieren und in den Bibliotheken stöbern. Handnotizen mussten reichen, denn Bücher durfte er keine ausleihen und Fotokopierer hat es noch nicht gegeben, schreibt Gregor Henger in seinem Buch zu den Anfängen der Informatik in der Schweiz. Zurück in Zürich konnte er mit Professor Eduard Stiefel – zufällig (!) – eine Begegnung im Korridor arrangieren. Speisers detaillierte Beschreibung der EDSAC-Maschine faszinierte Stiefel. Und der Professor bot Speiser eine Assistentenstellte am eben gegründeten Institut für Angewandte Mathematik an, wo er später doktoriert hat. Auch Stiefel hatte Pläne für eine eigene Rechenmaschine. Und das hiess damals, da dieses Produkt käuflich unverfügbar gewesen ist, entweder einen selbst zu bauen oder aber einem Zufall auf die Spur zu helfen. So hat Eduard Stiefel, dem heute auf dem ETH-Campus Hönggerberg ein Weg gewidmet ist, seine beiden Assistenten Heinz Rutishauser, Mathematiker, und Ambros Speiser für ein Jahr in die USA an die Universitäten Harvard und Princeton delegiert, und auch Stiefel hat sich für 7 Monate ihnen angeschlossen.

Der Zufall mit der Zuse Z4

Seit Mitte der 1930er Jahre hat sich der deutsche Ingenieur Konrad Zuse mit der Entwicklung einer Rechenmaschine beschäftigt. Er sei zu faul gewesen zu rechnen, melden verschiedene Quellen, die ich leider nicht restlos bis an den Anfang verifizieren kann. Von 1937 bis 1945 hat er vier Modelle gebaut, die er als Z1 bis Z4 bezeichnet hat. Die ersten drei sind im 2. Weltkrieg zerstört worden, die Z4 konnte Zuse von Berlin nach Süddeutschland retten, was über Umwege auch Professor Stiefel erfahren hat. Und am 13. Juli 1948, also genau 74 Jahre bevor ich diesen Artikel abschliesse, ist Professor Stiefel bei Zuse vorgefahren. Im Mehllager einer Bäckerei im bayrischen Hopferau, wo die beschädigte, aber noch funktionsfähige Z4 untergebracht gewesen ist, hat Zuse auf Anweisung von Stiefel mit seiner Rechenmaschine eine Differentialgleichung gelöst: erfolgreich. Es hat einige Bedenken gegeben, die Z4 zu erwerben. Schlussendlich hat Stiefel gewagt, dieses Risiko einzugehen und Zuse mit der Instandstellung seiner Rechenmaschine zu beauftragen. Anschliessend hat er die Z4 nicht gekauft, sondern für fünf Jahre gemietet. Und am 11. Juli 1950, nach der Rückkehr der beiden Assistenten aus Amerika, ist die Z4 nach Zürich geliefert worden, wie Augenzeuge Ambros Speiser später berichtet hat. Und das sind Lastwagen-voll Teile gewesen, die im ETH-Hauptgebäude aufgebaut worden sind. Rein technisch gesehen, ist die Anlage schon damals veraltet gewesen. Nichtsdestotrotz ist damit die damals höchste Schwergewichtsstaumauer der Welt, die von Grand-Dixence, gerechnet worden. Und viele weitere Aufgaben, wie der praxisorientierte Mathematikprofessor Eduard Stiefel in seinen Publikationen schildert.

BASELWirtschaft

Ermeth, ein Albtraum?

Stiefels Ziel ist der Eigenbau einer Rechenmaschine gewesen. Und dank der Zuse Z4 hat er immer klarere Vorstellungen entwickelt, wie diese aufgebaut sein muss. Seine Assistenten Speiser und Rutishauser übernahmen die technische Leitung bzw. die Entwicklung der Rechnerarchitektur des Ermeth genannten Rechners: Elektronische Rechenmaschine der ETH. Trotz vielen Pannen, der Technikhistoriker Herbert Bruderer zählt in seinen Werken einige auf, ist die Ermeth schlussendlich fertiggestellt worden: So haben Firmenpleiten von Lieferanten, nichtkonforme Bauteile, Lieferverzögerungen, Nachbesserungen bei Neuentwicklungen, Geldnot und gesundheitliche Probleme von Mitarbeitenden dazu geführt, dass die Ermeth zum Albtraum für Professor Stiefel geworden ist. Sie konnte erst 1958 vollständig in Betrieb genommen werden und ist bis 1963 im Einsatz gewesen. Auch Ambros Speiser ist nicht unschuldig, hatte er doch 1955 eine einmalige Chance genutzt und in die Privatwirtschaft gewechselt.

IBM – die Chance für Ambros Speiser

IBM, die «International Business Machines Corporation», gründetet 1927 eine Niederlassung für den Verkauf und den Vertrieb ihrer Büromaschinen in der Schweiz. Ihr Leiter Walter Herzog verfolgte genau, was an der ETH bei Professor Eduard Stiefel sich anbahnte. Und so erhielt Speiser Mitte der 1950er Jahre ein First-Class-Flugticket nach New York ins Hauptquartier von IBM. Wie Gregor Henger schreibt, ist Speiser auf eine mehrere Tage dauernde Vorstellungstour geschickt worden, denn die Akzeptanz im IBM-Kader sollte abgeklärt werden: Schlussendlich bot ihm IBM-CEO Watson den Direktionsposten für das neue Forschungszentrum in der Schweiz an, das erste ausserhalb der Vereinigten Staaten. IBM hat sich schon im Voraus versichern lassen, dass in der Schweiz keine Einschränkungen bezüglich der freien Standortwahl bestehen würden, wie zum Beispiel in England, wo nur einheimisches Personal zugelassen gewesen wäre. Und so ist Ambros Speiser als designierter Direktor für das europäische Forschungslabor zurückgekehrt. 1955 im Alter von 33 Jahren hat er den Posten angetreten und die technische Leitung des Projekts Ermeth an seinen Mitarbeiter Alfred Schai übergeben. Er ist aber Privatdozent an der ETH geblieben.

Zuerst ist das Forschungszentrum im Geschäftshaus der Firma Pelikan in Adliswil eingemietet gewesen. Der Wunsch nach einem eigenen und die Innovation anregenden neuen, offenen Campus ist immer grösser geworden. Die Zahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist bis 1960 auf über 70 Personen angestiegen. Das Neubauprojekt auf einer 35'000 m2 grossen Parzelle in Rüschlikon ist durch einen internationalen Wettbewerb evaluiert worden. Das erfolgreiche Architekturbüro Häfeli, Moser & Steiger, das neben der Werkbundsiedlung Neubühl auch das Universitätsspital gebaut hat, ist als Sieger hervorgegangen. Anscheinend lief die Zusammenarbeit mit der IBM-Zentrale nicht nur spannungsfrei. Schon damals sind die Grundstücks- und Baukosten in der Schweiz um einige höher gewesen als in den andern von IBM beobachteten Ländern. Auch wollte IBM ursprünglich nach amerikanischem Baurichtlinien die Verträge anfertigen. Architekt Steiger, der bereits entsprechende Erfahrungen mit Bauten beim CERN in Genf gemacht hatte, beharrte darauf, dass die mit dem lokalen Baurecht abgestimmten Richtlinien des Schweizerischen Ingenieur- und Architektenvereins SIA zur Anwendung kommen. Zur Eröffnung publizierte die NZZ eine Sonderbeilage. Später heimsten nicht nur die Architekten Preise ein, auch die Forscher sind mit zwei Nobelpreisen belohnt worden. Ich komme in der nächsten Folge darauf zurück.

In die Fussstapfen seiner Ahnen

Nach zehn Jahren, 1966, verliess Ambros Speiser die IBM und heuerte bei einem anderen Technologie-Konzern an: Bei Brown Boweri & Cie (BBC), dem schon sein Vater Ernst im Direktorium angehört hatte. Er reorganisierte die Konzernforschung und baute in Baden-Dättwil das passende Forschungszentrum auf, das 1973 eröffnet worden ist. Er führte die Konzernforschung bis 1987, dem Jahr seiner Pensionierung.

Schon seit 1970 hat sich Speiser neben seiner beruflichen Tätigkeit in die politischen Fussstapfen seiner Ahnen begeben: Von 1970 bis 1992 ist er Mitglied des Schweizerischen Schulrats gewesen. Speiser hat zur Gründungsgruppe einer «Gesellschaft für technische Wissenschaften» gehört, welche 1981 unter dem Namen «Schweizerische Akademie der Technischen Wissenschaften» erfolgt ist. Von 1987 bis 1993 ist Speiser deren zweite Präsident gewesen.

Fazit

«Eine Erfolgsgeschichte verpasster Chancen» heisst der Untertitel des Buchs «Informatik in der Schweiz» (Verlag NZZ, 2008) von Gregor Henger (1935 – 2018), das mir als eine der wichtigsten Quellen gedient hat. Die Weitsicht von Mathematikprofessor Eduard Stiefel ist von der Gleichgültigkeit und dem Widerstand des ETH-Professorenkollegiums ausgebremst worden. Trotzdem, den ersten in der Schweiz gebauten Computer ist erfolgreich bei Stiefel entwickelt worden, mit grossem Anteil des Baslers Ambros Speiser. Und es sei wegen der uninteressierten Haltung der Hochschulgremien damals versäumt worden, ein Zentrum für Computerwissenschaften aufzubauen, meinte Speiser in seiner Abschiedsvorlesung. Informatik als eigenes Studienfach kann man an der ETH erst seit 1981 studieren.

Dr. Urs Wiederkehr (*1961) ist Dipl. Bau-Ing. ETH / SIA und Leiter des Fachbereichs «Digitale Prozesse» der Geschäftsstelle des Schweizerischen Ingenieur- und Architektenvereins SIA.

CSC Bauplaner - Der Spezialist für Renovation, Umbau und Handwerk

Unser Ziel ist es, die Realisierung Ihres Projektes für Sie so einfach wie möglich zu gestalten und Ihren Aufwand auf ein Minimum zu reduzieren.

Wer ist CSC Bauplaner?

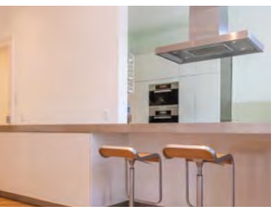
Wir sind seit Jahren auf Umbau, Renovation und Reparaturen spezialisiert und bieten als Generalunternehmung einen umfassenden, professionellen und kostengünstigen Service für sämtliche Anliegen im Innenausbau.

Wir helfen Privat- und Gewerbekunden ihre individuellen Projekte umzusetzen.

Leistungen für Private

Einfach und zuverlässig individuellen Wohnkomfort verbessern Sie planen einen Umbau, eine Renovation oder benötigen eine Reparatur? Solche Vorhaben beanspruchen schnell viel Zeit, kosten Nerven und werfen ungeplante Ausgaben auf. Dann ist ein zuverlässiger und unkomplizierter Partner Gold wert.

Wir beraten Sie ausführlich, holen Offerten ein, organisieren die Planung und kümmern uns um die Ausführung. Mit jahrelanger Erfahrung und einem hochqualifizierten Handwerkerteam stehen wir Ihnen tatkräftig zur Seite.



Leistungen für Gewerbe und Verwaltungen Werterhaltung und Wertsteigerung

Durch eine schnelle und unkomplizierte Behebung von Defekten in Immobilien sparen Verwaltungen viel Zeit und Geld. Renovationen und Modernisierungen tragen zusätzlich ihren Anteil zur Steigerung des Immobilienwertes bei.

Firmen, die ihre Büroräumlichkeiten oder Gewerbe-/Ladenflächen verändern oder modernisieren wollen, finden in uns einen zuverlässigen Partner.

Natürlich helfen wir auch schnell, professionell und kostengünstig bei grossen und kleinen Reparaturarbeiten.

Renovationen und Umbau

Wir helfen Privat- und Gewerbekunden ihre individuellen Projekte umzusetzen und ihre Ziele zu erreichen. Als Generalunternehmung bieten wir einen umfassenden, professionellen und kostengünstigen Service sowie ein breites Spektrum an Fachkompetenzen für sämtliche Anliegen im Innenausbau.

SWISS INDOORS ATP 500
BASEL 22.– 30.10.2022
DAS COMEBACK

Basel · Emirates · PEUGEOT · SHARP · IWB von natur aus klimafreundlich · SRF SPORT

Reparaturen und Handwerksarbeiten

Wir erledigen Reparaturen, Instandstellungen und Handwerksarbeiten aller Art – schnell, professionell und kostengünstig. Ob Wohnung, Gewerbefläche, Detailhandel oder Büro, hohe Qualität, Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit sind für uns selbstverständlich.

Zusatzleistungen

Wir führen Beratungen durch zu Themen wie Sicherheit, Raumgestaltung und Energieeffizienz und realisieren dementsprechende Wünsche. Ausserdem übernehmen wir Räumungen/Umzüge und Reinigungen/Entsorgungen und kümmern uns um die Abwicklung von Bewilligungsverfahren.

Unser Service

- Beratung
- Architekturleistungen
- Bewilligungsverfahren
- Offerterstellung
- Bauplanung
- Bauleitung
- Bauabnahme
- Ausführung/Reparaturarbeiten

Ihre Vorteile

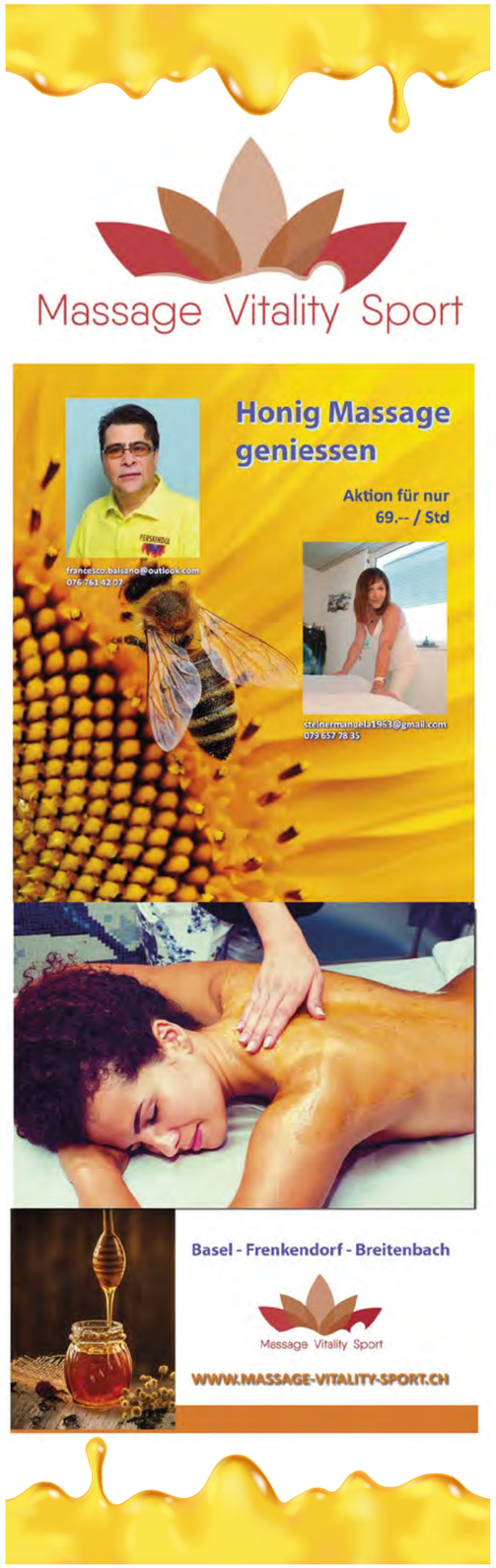
- Nur ein Ansprechpartner – alles aus einer Hand
- Hohe Zeit- und Kostenersparnis
- Hochwertige Ausführung und Top-Kundenservice
- Schnelle und unkomplizierte Auftragserledigung
- Kompetentes, zuverlässiges und pünktliches Team

www.csc-bauplaner.ch

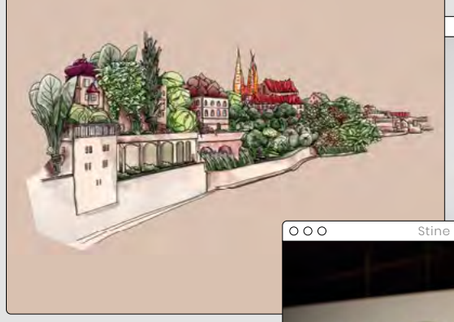
Kontaktieren Sie uns:

CSC Bauplaner GmbH
Steinenvorstadt 53
4051 Basel
Schweiz

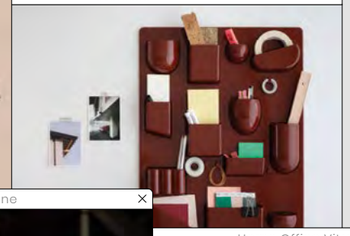
+41 61 303 76 86
info@csc-bauplaner.ch

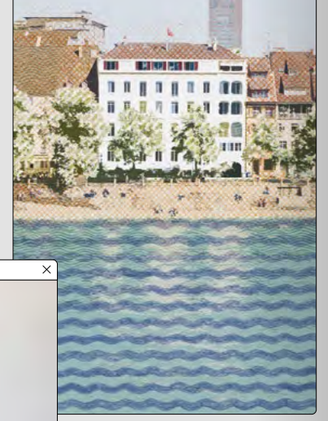


SICHERHEIT PLUS AG
SICHERHEIT PLUS AG
Was auch immer Sie schützen wollen – wir helfen Ihnen.
Sicherheit Plus AG · Mühlemattstrasse 13 · 4104 Oberwil
Tel. +41 61 321 60 00 · info@sicherheitplus.ch · www.sicherheitplus.ch

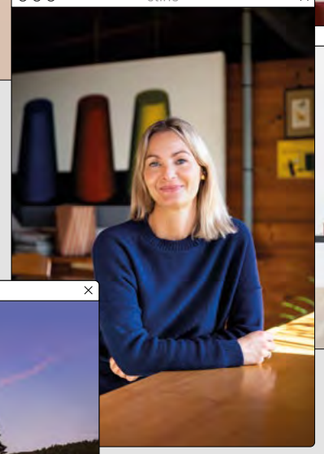


Uten.Silo

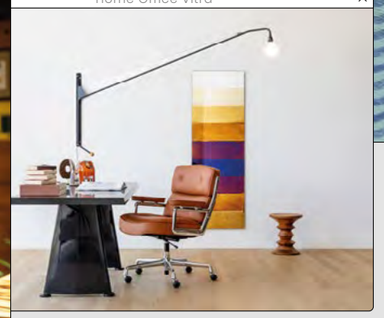




Stine

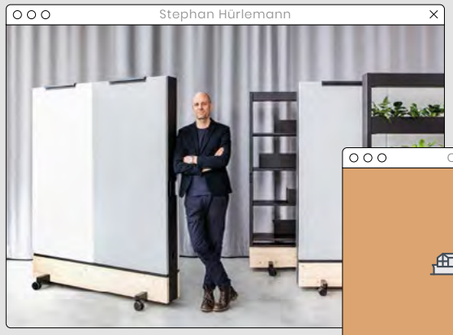


Home Office Vitra

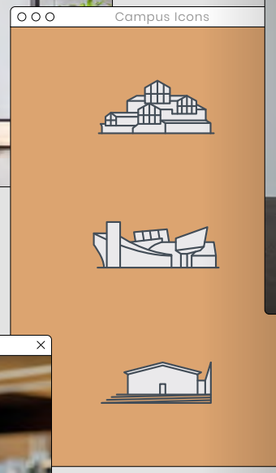


Drubba

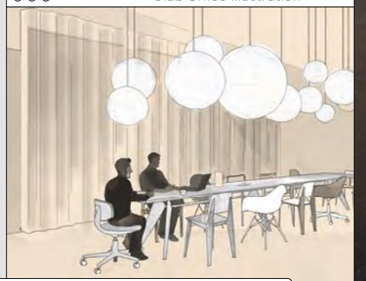
Stephan Hürlemann



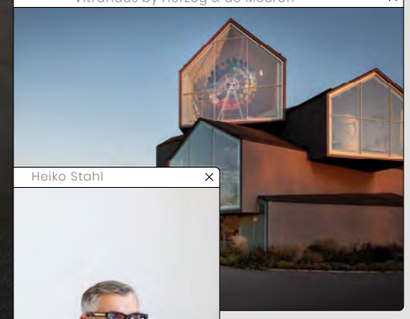
Campus Icons



Club Office Illustration

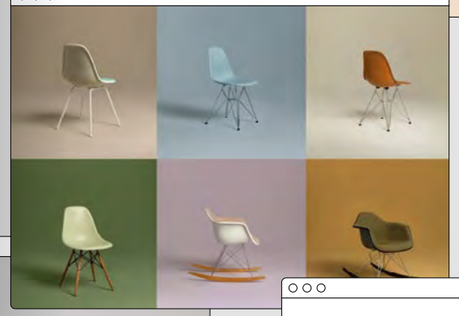


VitraHaus by Herzog & de Meuron



Heiko Stahl

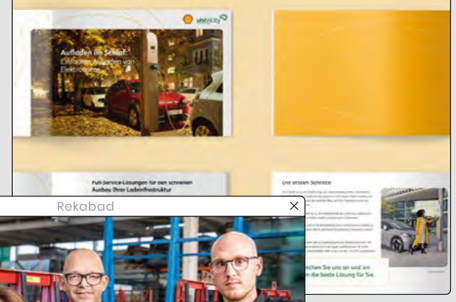
Farrow & Ball x Vitra



NOVO

NOVO /
DEJAN JOVANOVIC
VISUELLE KOMMUNIKATION
WWW.NOVOGRAFIKA.DE
+49 176 241 060 98

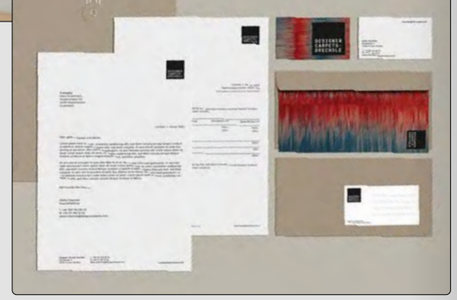
Ubitricity



Rekabad

Alexander Grass Consulting

Designer Carpets Drechsle

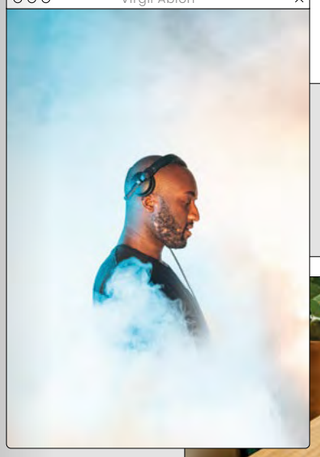


QR-CODES SIND NICHT SCHÖN.

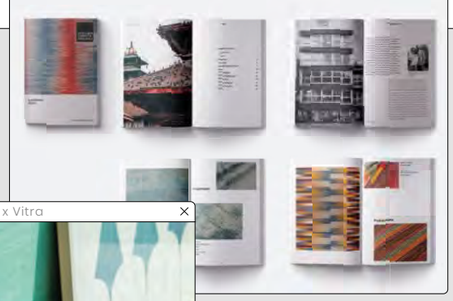
ABER NÜTZLICH.

B&J Facility Services GmbH

Virgil Abloh



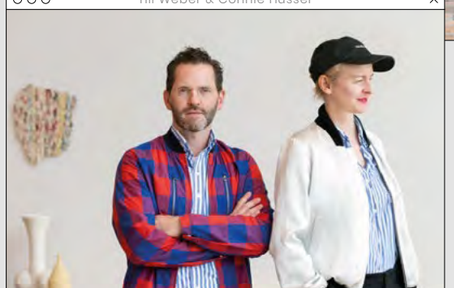
Designer Carpets Drechsle



Caran d'Ache x Vitra

Vitra

Till Weber & Connie Hüsser



BASELWirtschaft

Regio Basiliensis – Die Zukunft am Oberrhein mitgestalten

Die Regio Basiliensis ist Schweizer Partnerin für die Oberrhein-Kooperation und Kompetenzzentrum erster Wahl zur Förderung der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit. Als Verein mit staatlichem Leistungsauftrag setzt sie sich für einen prosperierenden Wirtschafts-, Wissenschaft-, Bildungs- und Kulturstandort Nordwestschweiz ein. Sie verbindet Menschen über die Grenzen hinweg und gestaltet die Zukunft am Oberrhein mit.

In der Nordwestschweiz bestehen enge politische, wirtschaftliche, kulturelle und soziale Verflechtungen über die Grenzen mit Deutschland und Frankreich. Der Oberrhein war schon immer eine Region der Modernität, ein «Melting Pot» aus Personen, Ideen und Innovationen, zwischen dessen Städten reger Kontakt und Handel herrschte.

Heute sind mehr als 100‘000 Grenzgängerinnen und Grenzgänger für den Wirtschafts-, Wissenschafts- und Gesundheitsstandort systemrelevant und ein klarer Standortvorteil. Die Oberrheinregion weist mit ihren 170‘000 Studierenden, 20‘000 Forschenden und 167 Forschungseinrichtungen ein sehr hohes Potential in den Bereichen Bildung, Forschung und Innovation auf. Die Nordwestschweiz profitiert von der Zusammenarbeit angesehener Universitäten und Hochschulen aus dem ganzen Oberrheingebiet – beispielsweise im Universitätsverbund Eucor oder der Allianz der Hochschulen für angewandte Wissenschaften am Oberrhein TriRhenaTech. Der kulturelle Austausch über die Grenzen bereichert das Angebot der Region. Das zeigt der Erfolg des Museums-Pass-Musées, einer Jahreseintrittskarte für über 345 Museen, Schlösser und Gärten in Deutschland, Frankreich und der Schweiz.

Die Regio Basiliensis engagiert sich mit ihrem seit fast 60 Jahren gewachsenen Netzwerk für einen attraktiven und wettbewerbsfähigen Standort mit internationaler Ausstrahlung und guter Erreichbarkeit. Sie setzt sich dafür ein, die Grenznähe der Nordwestschweiz durch gute Beziehungen zu ihren Nachbarn zur Chance zu machen. Sie gibt Impulse in den für die Region zentralen Themen, insbesondere in den Bereichen Wirtschaft, Verkehr, Bildung, Kultur, Umwelt sowie Gesundheit und leistet einen aktiven Beitrag für die Prosperität und Lebensqualität im trinationalen Raum. Als Interkantonale Koordinationsstelle (IKRB) der Kantone Aargau, Basel-Landschaft, Basel-Stadt, Jura und Solothurn vertritt sie die Interessen der Nordwestschweiz in der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit

und koordiniert die Beteiligung der Schweizer Seite an grenzüberschreitenden Projekten im Rahmen des EU-Förderprogramms Interreg Oberrhein und verwaltet in diesem Rahmen die Bundesmittel der Neuen Regionalpolitik. Dank dieser Art der Zusammenarbeit konnten in den letzten 30 Jahren grenzüberschreitende innovative Ideen durch mehr als 400 bi- und trinationale Projekte umgesetzt werden.

Die grenzüberschreitende Zusammenarbeit ist eine Antwort auf die vernetzte Welt, in der sich immer mehr lokale Probleme nur noch regional oder international und gemeinsam lösen lassen. Gerade die Coronapandemie hat gezeigt, dass geschlossenen Grenzen und «Jeder für sich» nicht funktioniert. wir sind als Region nur so stark, wie wir geeint agieren und auftreten.

Engagement für eine trinationalen Ausbildung- und Arbeitsmarktstrategie am Oberrhein

Die trinationale Region am Oberrhein ist ein natürlich abgegrenzter, einheitlicher Kultur- und Lebensraum, geprägt durch einen Wirtschaftsstandort mit einer starken Produktivität und hoher Innovationsfähigkeit, der heute mit sechs Millionen Einwohnerinnen und Einwohnern, einer Wirtschaftskraft von 175 Mrd. Euro und einer Fläche von rund 21'000 Quadratkilometern ein Potential aufweist, das mit dem einzelner EU-Mitgliedsstaaten vergleichbar ist. Der Arbeitsmarkt der Oberrheinregion ist für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer aus den jeweils anderen Teilgebieten bereits seit geraumer Zeit vergleichsweise durchlässig und weist einen hohen Integrationsgrad auf. Dies zeigen die 100'000 Grenzgängerinnen und Grenzgänger, die in einer der Teilregionen wohnen und im Nachbarland einer Erwerbstätigkeit nachgehen.

Trotz aller Fortschritte bei der grenzüberschreitenden Integration bleiben viele institutionelle und soziokulturelle Unterschiede bestehen, die einen integrierten und barrierefreien, grenzüberschreitenden Arbeitsmarkt erschweren. Dies zeigt auch die dritte Ausgabe der Broschüre «Arbeitsmarkt am Oberrhein», welche die Regio Basiliensis und die BAK Economics AG im Mai 2022 publizierten. Der Vorsitzende der Geschäftsleitung von BAK Economics AG, Marc Bros de Puechredon, kommentiert zur Studie, dass die 360°-Perspektive auf den Arbeitsmarkt am Oberrhein in den Vordergrund gestellt werden muss, wofür man das Elsass, Baden und die Südpfalz miteinbeziehen müsse.

Er ist der Meinung, dass ein zentraler Erfolgsfaktor für einen einheitlichen grenzüberschreitenden Arbeitsmarkt die Integration des gesamten Raumes in den EU-Binnenmarkt ist. Abkommen wie das Personenfreizügigkeitsabkommen und die weiteren Bilateralen Verträge sowie auch die Schengen-Dublin-Vereinbarungen sind dabei tragende Pfeiler. Dr. Kathrin Amacker, Präsidentin der Regio Basiliensis, streicht heraus, dass Handlungsbedarf vor allem beim Fachkräftemangel und bei der Analyse des demografischen Wandels besteht, wobei die aktuellen Rahmenbedingungen das Ziel erschweren, den Oberrhein noch besser als attraktiven Arbeitsmarkt zu positionieren. Die Beziehungen der Schweiz zur EU müssen normalisiert werden und es braucht eine trinationale Ausbildungs- und Arbeitsmarktstrategie.

Um die Überlegungen in diesem Bereich anzustossen, präsentierte die Regio Basiliensis aufbauend auf der Studie ein Thesenpapier für eine trinationale Ausbildungs- und Arbeitsmarktstrategie anlässlich ihrer Generalversammlung. Dieses fand auch Eingang in die hochkarätig trinational besetzte Podiumsdiskussion zum Thema «Fachkräftemangel, Digitalisierung, demografischer Wandel: Chancen und Herausforderungen für den grenzüberschreitenden Arbeitsmarkt am Oberrhein». Teilnehmende der Podiumsdiskussion waren Marion Dammann, Landrätin des Landkreises Lörrach und Vizepräsidentin des Trinationalen Eurodistricts Basel, Dieter Egli, Regierungsrat, Vorsteher des Departements Volkswirtschaft und Inneres des Kantons Aargau, Jacques Gerber, Ministre, Chef du Département de l'économie et de la santé de la République et Canton du Jura, Andrea Elisabeth Knellwolf, Head Community Relations Basel/Kaiseraugst bei F. Hoffmann-La Roche AG, Grossrätin des Kantons Basel-Stadt, Mitglied des Oberrheinrats und Vizepräsidentin der Regio Basiliensis, und Christèle Willer, Vizepräsidentin des Conseil Régional du Grand Est, déléguée au lycée durable et à l'éducation sowie Mitglied des Oberrheinrates.

«Die aktuellen Rahmenbedingungen erschweren das Ziel, den Oberrhein noch besser als attraktiven Arbeitsmarkt zu positionieren. Es braucht die Normalisierung der Beziehungen der Schweiz zur EU und es braucht eine trinationale Ausbildungs- und Arbeitsmarktstrategie.»

Dr. Kathrin Amacker, Präsidentin der Regio Basiliensis, Universitätsrätin der Universität Basel und Alt-Nationalrätin des Kantons Basel-Landschaft

BASELWirtschaft

Um geeignete Rahmenbedingungen zum Aufbau und zur Stärkung von grenzübergreifenden Austauschbeziehungen im Bereich der Arbeit zu schaffen, braucht es transparente Informationen und eine nachhaltige Zusammenarbeit zwischen den Institutionen der Arbeitsmarktpolitik.

Zentral seien trinationale Austauschplattformen, führte Grossrätin Andrea Elisabeth Knellwolf anlässlich der Podiumsdiskussion aus. Gerade in der Pandemie habe sich gezeigt, dass es viele kleine knifflige Fragen gibt, wie beispielsweise die aktuelle Diskussion um Homeoffice für Grenzgängerinnen und Grenzgänger zeigt. Wie viel Homeoffice darf und soll geleistet werden, ohne dass steuerrechtliche oder sozialversicherungsrechtliche Problematiken auftauchen? Bei all den grossen und kleinen Themen ist es zentral, dass der Informationsaustausch zwischen den Akteuren auf beiden Seiten der Grenze erfolgt.

Eine elementare Austauschplattform ist die Informations- und Beratungsstelle INFOBEST PALMRAIN. Diese berät seit nahezu 30 Jahren zweisprachig Bürgerinnen und Bürger, Verwaltungen, Unternehmen, Vereine und Politikerinnen und Politiker in allen grenzüberschreitenden Fragen zwischen Deutschland, Frankreich und der Schweiz. Landrätin Marion Dammann betonte in ihrer Wortmeldung, dass die INFOBEST PALMRAIN es ermöglicht, hautnah mitzuerleben, mit welchen Herausforderungen Arbeitsnehmerinnen und Arbeitnehmern, aber auch Arbeitgebende im grenzüberschreitenden Arbeitsmarkt im Alltag konfrontiert sind. Diese Herausforderungen können aufgenommen, in politische Gremien eingebracht und Lösungen erarbeitet werden. Die Strukturen am Oberrhein ermöglichen es, dass so Probleme und Lösungen auf regionaler, nationaler und auch internationaler oder europäischer Ebene bearbeitet und gefunden werden können.

«Eine 360°-Perspektive auf den Arbeitsmarkt in der Nordwestschweiz ist unerlässlich und muss das Elsass, Baden und die Südpfalz miteinbeziehen. Ein zentraler Erfolgsfaktor für einen einheitlichen grenzüberschreitenden Arbeitsmarkt ist die Integration des gesamten Raumes in den EU-Binnenmarkt. Abkommen wie das Personenfreizügigkeitsabkommen und die weiteren Bilateralen Verträge sowie auch die Schengen-Dublin-Vereinbarungen sind dabei tragende Pfeiler.»

Marc Bros de Puechredon, Vorsitzende der Geschäftsleitung von BAK Economics AG

Drei Länder – ein Arbeitsmarkt – fehlende Fachkräfte

Eine der zentral identifizierten Herausforderungen ist für den Oberrhein – wie auch für die Teilregionen, Länder und Europa – wenig überraschend der Fachkräftemangel. Es herrscht eine Konkurrenz zwischen Teilregionen, Ländern, aber auch Kontinenten. Dies trifft auf eine Grenzregion wie am Oberrhein speziell zu.

Ein nachhaltiges Wirtschaftswachstum am Oberrhein hängt wesentlich vom Aufbau und der Aufrechterhaltung eines starken Arbeitskräftepotentials und eines grenzüberschreitenden und integrierten Arbeitsmarkts ab. Das Ziel muss es sein, die bestehenden Potentiale in der Region zu aktivieren und zu entwickeln und innovative Lösungsansätze zu unterstützen. Genau diesen Punkt strich auch Regierungsrat Dieter Egli anlässlich des Podiums heraus: Trotz der Konkurrenzsituation in der Grenzregion, die auch teilweise auf unterschiedliche Salärhöhen zurückzuführen ist, muss die Region als Ganzes betrachtet werden. Es ist eine wirtschaftlich starke Region, die anstatt aus einer 180°-Perspektive aus einer 360°-Perspektive betrachtet werden muss, vor allem in Hinblick auf den Fachkräftemangel.

ZUM DOWNLOAD

Hier finden Sie die Studie
Arbeitsmarkt am Oberrhein.
ISSN 2673-6071 (Print)
ISSN 2673-608X (Online)

Bildung und Ausbildung

Ein wesentlicher Aspekt mit dem Grenzregionen mehr als andere Regionen konfrontiert sind, ist das Thema Bildung und vor allem die Anerkennung der Bildungswege. Zwar sind bereits Ansätze vorhanden, jedoch muss noch viel mehr getan werden, meinte Landrätin Marion Dammann während des Podiums. Es sei dringend notwendig, Sprachhindernisse abzubauen, Mobilität herzustellen und für junge Personen Angebote zu schaffen, damit Bildung tatsächlich über die Grenzen stattfinden kann.

Als trinationale Region sollten wir mit einem guten Beispiel vorangehen, vor allem in Anbetracht der Bildungs- und Forschungsinstitute, die am Oberrhein direkt oder indirekt miteinander verbunden sind. Die oberrheinische Bildungs- und Wissenschaftslandschaft ist mit Universitäten, Hochschulen, Fachhochschulen und Forschungseinrichtungen eine der leistungsstärksten Regionen Europas. Es werden bereits einige trinationale Studiengänge am Oberrhein angeboten – vor allem im Rahmen von Eucor oder der Allianz TriRhenaTech. Die kulturellen und sprachlichen Erfahrungen bereiten die Absolventinnen und Absolventen bestens auf den internationalen und trinationalen Arbeitsmarkt vor.

Innovationsförderung

Die wirtschaftliche Kraft einer Region oder eines Landes wird immer auch mit deren Innovationspotential in Verbindung gebracht. Mit einer starken Forschungslandschaft und einzelner prägender Branchen am Oberrhein verfügt die Region über viel Potential. Regierungsrat Dieter Egli verwies auf den starken Cluster in der Region, der sehr grosse Unternehmen, klassische Unternehmen, aber auch viele kleine Unternehmen vereint. Ein Schlüssel sei es, bei diesen kleineren und mittleren Unternehmen mit Innovationsförderung anzusetzen und sie mit Bildungs- und Forschungsinstitutionen zusammen zu bringen – eine Aufgabe, die in allen drei Ländern besteht. Von KMU kann die Innovationsförderung unglaublich profitieren.

Handlungsempfehlungen für eine trinationale Ausbildung- und Arbeitsmarktstrategie

Aufbauend auf der aktuellen Studie zum Arbeitsmarkt am Oberrhein, Inputs ausgewählter Unternehmensmitglieder sowie der Wortmeldungen der Podiumsdiskussion anlässlich ihrer Generalversammlung, lancierte die Regio Basiliensis Handlungsempfehlungen für eine trinationale Ausbildungs- und Arbeitsmarktstrategie. Sie fordert:

1. Die Stärkung des Dialogs der Wirtschaft mit Bildungsakteuren.
2. Eine Vereinfachung der Anerkennung von Berufsabschlüssen als eine wirksame Massnahme gegen den Fachkräftemangel und die Einführung von regional gültigen grenzüberschreitenden beruflichen Qualifizierungen und Anerkennungen.
3. Die Entwicklung einer fortlaufenden Analyse der Demografie sowie der Arbeits markt- und Migrationsströme.
4. Die Stärkung und Förderung der Mehrsprachigkeit für einen verbesserten Zugang zum Arbeits- und Bildungsmarkt in den Nachbarländern.
5. Eine Positionierung der Region am Oberrhein als attraktiven Arbeitsmarkt im europäischen und globalen Wettbewerb, um Fachkräfte gewinnen zu können.
6. Den Ausbau der Kooperation und der Vernetzung von Weiterbildungsanbietern.
7. Die Verstärkung des grenzüberschreitenden Wissens- und Technologietransfers mit dem Ziel eines innovationsfähigen Arbeitsmarkts.
8. Den Ausbau der Verkehrsinfrastrukturen, insbesondere des öffentlichen Verkehrs, als Grundlage für die Mobilität in den Bereichen Arbeit und Bildung.
9. Die verstärkte Kommunikation und Vermittlung der Chancen des grenzüberschreitenden Arbeitsmarkts am Oberrhein in der Öffentlichkeit und insbesondere gegenüber den jüngeren Generationen.

Die Regio Basiliensis richtet diese Handlungsempfehlungen an die Akteure aus Politik, Wirtschaft und Bildung am Oberrhein und bietet an, bei deren Konkretisierung und Umsetzung zu unterstützen und mitzuwirken.

Regierungsrat Jacques Gerber führte im Rahmen der Podiumsdiskussion aus, dass unsere Region im Mittelpunkt der Konflikte des 19. und frühen 20. Jahrhunderts stand. Danach war sie Motor der Zusammenarbeit, des Aufbaus und des Wiederaufbaus und schliesslich des Austauschs, der dazu führte, dass wir diesen Wohlstand in unserer Region haben. Natürlich ist nicht alles perfekt und es gibt Verbesserungspotential. Aber wir arbeiten daran – in der Nordwestschweiz, aber auch mit unseren direkten Nachbarn und unseren europäischen Partnern.

BASELWirtschaft

INFOBOX

Die Regio Basiliensis ist das Kompetenzzentrum erster Wahl zur Förderung der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit am Oberrhein und steht dabei im Dienste der Politik, Behörden, Wirtschaft, Wissenschaft, Organisationen und Bevölkerung. Sie gibt von schweizerischer Seite Impulse für die Entwicklung des oberrheinischen Raumes zu einer zusammengehörigen europäischen Grenzregion und wirkt bei deren Realisierung mit.

UNTERSTÜTZEN SIE DIE REGIO-IDEE – WERDEN SIE MITGLIED DER REGIO BASILIENSIS

Mit einer Mitgliedschaft profitieren Sie von einem starken Netzwerk, attraktiven Veranstaltungen und Dienstleistungen sowie dem Zugang zu einem grenzüberschreitenden Kompetenzzentrum.

Eine Mitgliedschaft ist als Einzel- (Mindestbeitrag CHF 70.–) sowie als Jugendmitglied (Mindestbeitrag CHF 30.–) oder als Unternehmen bzw. Organisation (Mindestbeitrag CHF 250.–) möglich.

Nehmen Sie Kontakt mit uns über info@regbas.ch auf. Gerne senden wir Ihnen weitere Informationen zu.

ZWEI BASLER AGENTUREN GEHEN PARTNERSCHAFT EIN

ÜBER UNS

Die ICE Consulting AG bietet zusammen mit der MINDMAKER AG eine breite Palette von Dienstleistungen an: Beratung, Erstellung, Planung und Organisation zum Aufbau Ihrer Werbekampagne und anderer Marketingstrategien.

Ob Produkteinführung, Promotion-Event, Pressekonferenz oder Roadshow, Wir erstellen Szenarien, setzen Ziele, suchen nach innovativen Ideen und gehen neue Wege. Wir begleiten Sie von der ersten Idee bis zur kompletten Durchführung der Veranstaltung. Ob Elegant, klassisch oder futuristisch: Wir bieten Ihnen ein maßgeschneidertes Event nach Ihren Vorstellungen.

EVENTS, MESSE & KONGRESSVERANSTALTUNGEN

Unsere Leistungen umfassen die gesamte Organisation und garantieren Ihnen eine reibungslose Veranstaltung. Sie können sich auf unsere Liebe zum Detail und unsere Expertise verlassen, aber auch auf unser starkes Netzwerk, das wir uns über die Jahre in der Veranstaltungsbranche aufgebaut haben.

GRAPHIC & WEBDESIGN

Eine unserer Stärken ist unsere Branding- und Grafikdesign-Kreativität. Wir bauen Ihre Corporate Identity auf der Grundlage strenger strategischer, konzeptioneller und kommunikativer Kriterien auf.

PROMOTIONEN

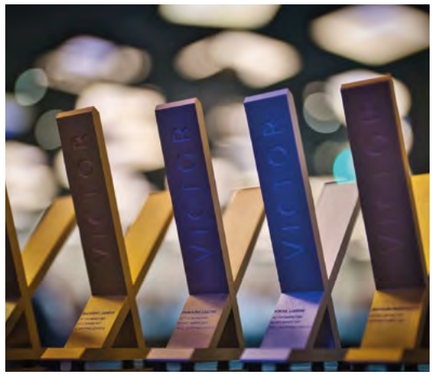
Ob in einem Shoppingcenter, der Innenstadt oder an der Messe. Unser Team verfügt über umfangreiche Erfahrung in der Förderung von Marken und Produkten (Werbekampagnen, Probenverteilung, Verkostungen etc.)

DISPLAY/OUTDOOR ADVERTISING

Bauanzeigen in der Immobilienbranche, Schaufensterbeschriftung, Fahrzeugflotten, Plakatkampagnen in der Schweiz sind sind einige der Bereiche welche die ICE Consulting AG abdeckt .

IHR ERFOLG IST UNSER ZIEL

ICE CONSULTING AG



ICE CONSULTING

MINDMAKER

Basel als gutes Pflaster für Cleantech Startups

Die Startup Academy führt seit 2015 den ClimateLaunchpad - den weltweit grössten Cleantech Ideenwettbewerb - in der Schweiz durch. Jedes Jahr können sich Startups und Personen mit grünen Geschäftsideen für den Wettbewerb anmelden. Ob Transport, Energie, Abfall, Wasser, Verhaltensänderung oder urbane Entwicklung - aus welchem Bereich die Idee ist, spielt dabei keine Rolle. Entscheidend ist, dass in irgendeiner Form die negativen Folgen des Klimawandels bekämpft werden.

Die Startup Academy mit neun Standorten in der Schweiz – drei davon im Dreiland (Basel, Liestal und Lörrach) bezweckt die Förderung unternehmerischen Denkens und die Unterstützung von Innovation, um neue Arbeitsplätze zu schaffen. Der Fokus liegt insbesondere darin, dass mit den Businessmodellen die wesentlichen sozialen, kulturellen und ökologischen Herausforderungen gelöst werden können.

Eindeutiger Trend in der Region erkennbar

Seit einiger Zeit stellen die Geschäftsführenden der Startup Academy-Standorte Basel und Liestal fest, dass besonders viele Startups entstehen, die sich den Nachhaltigkeits-, Umwelttechnik- und Cleantech-Themen widmen. Markus Fischer, Geschäftsführer Startup Academy Basel (Picassoplatz 8): „Es ist in der Tat so, dass es viele neue Lösungen im Bereich der Umwelt- und Energietechnik braucht und sich die jungen Unternehmerinnen und Unternehmer nebst der Machbarkeit eines Geschäftsmodells auch die Sinnfragen stellen. Und so entstehen viele neue Ideen, die in diese Richtung zielen."

Es erstaunt also nicht, dass die Startup Academy seit 2015 den ClimateLaunchpad als den weltweit grössten Cleantech Ideenwettbewerb in der Schweiz durchführt. Aus allen Bewerbungen werden jeweils die 10 besten Teams ausgewählt und ins Boot Camp eingeladen. Während zwei Tagen (bzw. drei Halbtagen bei der virtuellen Durchführung des Wettbewerbs seit 2020) werden die Teams von einem offiziellen ClimateLaunchpad Trainer durch zahlreiche Module geführt (wie zum Beispiel Finanzen, Customer Value Proposition oder Markt). Markus Fischer, Geschäftsführer der Startup Academy Basel: „Das Boot Camp ist sehr interaktiv und die Startups arbeiten in dieser Zeit an der (Weiter-)Entwicklung ihrer Ideen sowie an den Pitch Decks, die dann die Grundlage für die Pitches am National Final - und gegebenenfalls später Regional und Global Grand Final – bilden." Im Anschluss ans Boot Camp leitet die Startup Academy jeweils die Follow-Up Module, in denen gemeinsam mit den Teilnehmenden weitere Themen erarbeitet werden, die für den Aufbau eines Geschäfts zentral sind. Zudem haben die Startups die Möglichkeit, in einem Pitching Workshop - ebenfalls geleitet von der Startup Academy - ein erstes Mal

zu pitchen und Feedback zu erhalten. Im National Final pitchen dann alle Teams vor einer Jury, die die drei besten Startups auswählt. Diese erhalten die Möglichkeit, an den Regional Finals vor einer internationalen Jury aufzutreten und - sofern sie dort wiederum überzeugen - ans Global Grand Final weiterzuziehen. Auch in dieser Zeit begleitet und unterstützt die Startup Academy die Teilnehmenden.

Erfolge für Schweizer Cleantech Startups

Was ist aber der „ClimateLaunchpad"? Das ist der weltweit grösste Wettbewerb für grüne Geschäftsideen. „Unsere Mission ist es, das weltweite Cleantech-Potenzial zur Bekämpfung des Klimawandels freizusetzen. Der Wettbewerb schafft eine Bühne für diese Ideen", sagen die Organisatoren. Weiter heisst es auf der offiziellen Website, die Welt brauche klimabewusste Unternehmer. ClimateLaunchpad ist zudem auch Teil der Entrepreneurship-Angebote von EIT Climate-KIC. ClimateLaunchpad sucht bewusst nach Cleantech-Ideen in der Frühphase – auch wenn die Idee erst ein Brainstorm sei. Sollte die „grüne Idee" Potenzial haben, werde sie vielleicht mit mehr Knowhow sowie einem grossen Netzwerk zum Geschäftserfolg. Der Wettbewerb ist quasi eine „Business-Schmiede", die als

BASELWirtschaft

Begleitprogramm der Startup Academy

Seit 2010 unterstützt und begleitet die Startup Academy Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer bei der Umsetzung ihrer Geschäftsideen. Angefangen hat alles in Basel, mittlerweile gibt es bereits neun Startup Academy Standorte, davon acht in der Schweiz und einer in Lörrach, Deutschland. Unter anderem sind auch verschiedene clean-tech Startups im Begleitprogramm. Für CHF 80 pro Monat werden die Startups während rund zwei Jahren von einer Mentorin/einem Mentor begleitet, können zahlreiche Workshops besuchen, an Netzwerkanlässen und Informationsveranstaltungen teilnehmen und erhalten Zugang zum grossen Netzwerk der Startup Academy.

Weltklasse-Wettbewerb getarnt ist (oder umgekehrt). Seit der ersten Durchführung des Wettbewerbs in der Schweiz im 2015 durfte die Startup Academy mit ihren Teams schon zahlreiche grosse Erfolge feiern. Unter anderem schafften es schon mehrere Schweizer Teams am Global Grand Final in die Top 10 oder gewannen Theme Awards. 2017 schaffte es das Schweizer Startup MeduSoil am Global Grand Final auf den 2. Platz, 2019 erreichte das Schweizer Startup Enerdrape am Global Grand Final den 3. Platz. Ausserdem schafften es schon mehrere Startup-Gründer, die bei ClimateLaunchpad Switzerland dabei waren, auf die Forbes 30under30 Liste. Eine weitere Erfolgsgeschichte gab es in diesem Frühjahr: Der Europa-Ableger des von Bill Gates initiierten Klimawandel-Fonds investierte in Bloom Bioenewables - und damit zum ersten mal in ein europäisches clean-tech Startup. Bloom machte 2018 bei ClimateLaunchpad mit und erreichte am National Final den zweiten Platz.

Cleantech Startups aus dem Raum Basel

Auch aus dem Raum Basel haben schon verschiedene clean-tech Startups am Wettbewerb teilgenommen. Unter anderem Swiss Vault (https://swissvault.global/), das Startup das 2018 am National Final den 3. Platz erreichte. Auch 2019 wurde ein Basler Startup ans Boot Camp eingeladen: Lyfa (lyfa.ch) ist ein zero waste online Supermarkt und liefert unverpackte Lebensmittel sowie Haushalt- und Hygieneprodukte per Velo nach Hause.

Es gibt eine Vielzahl von Organisationen, die Cleantech in der Region fördert. So beispielsweise auch Basel Area Business & Innovation als Non-Profit-Agentur, die Unternehmen, Institutionen und Start-ups dabei unterstützt, in der Region Basel erfolgreich zu sein. Als unabhängige Organisation, finanziert durch die Kantone Basel-Stadt, Basel-Landschaft und Jura sowie durch die Schweizer Regierung und private Stiftungen, fördert sie ein solides Wirtschaftsumfeld und unterstützt innovative Unternehmen. Basel Area hilft Firmen, sich in der Region Basel anzusiedeln, vernetzt Organisationen und Unternehmen mit Kooperationspartnern und trägt zum Ausbau eines dynamischen Ökosystems bei, das Innovationen begünstigt. Weitere, wie beispielsweise das Life Science Netzwerk „BioValley", sind hier zusammengefasst: https://www.life-sciencesbasel.com/life-sciences-standort/organisationen/

JoW/DaC

Schafft es einer der „drei Musketiere“?

Sieben Schweizer Teilnehmer wollen am ClimateLaunchpad als Sieger hervor gehen, dem wohl weltweit wichtigsten Startup Wettbewerb für Cleantech-Ideen. Drei davon kommen aus der Region. Die Startup Academy hat hierbei den Lead als Organisator für die Schweiz.

Happie Zero Waste und Mycrobez (beide aus Basel) und Revozona aus Hallwil (AG) sind gewissermassen die „drei Musketiere“ aus der Grossregion Nordwestschweiz, die sich beim ClimateLaunchpad seit März bis November 2022 der Jury stellen.

Wer hat die „bahnbrechende Idee“?

Jedes Jahr werden bei diesem Wettbewerb einige der dringendsten Themen unserer Zeit aufgegriffen. 2022 geht es in erster Linie um Anpassung und Resilienz, „Blaue Wirtschaft“, Kreislaufwirtschaft, saubere Energie, Lebensmittelsysteme, nachhaltige Mobilität, urbane Lösungen und um eine „bahnbrechende Idee“. Die drei Gewinner des ClimateLaunchpad 2022 erhalten ein Preisgeld und die Top 16 einen Platz im erstklassigen ClimateLaunchpad Accelerator im Jahr 2023. Was aber unbezahlbar ist: Sie bekommen ein Netzwerk, welches ihnen die Tore öffnet zur Weiterentwicklung der Geschäftsidee.

Basler CEO der Startup Academy Schweiz im nationalen Lead

Dieser Wettbewerb ist eine grandiose Sache, sagt auch Markus Fischer, Geschäftsführer der Startup Academy Basel, der den Climate Launchpad Lead für die Schweiz innehat: „Bei der Startup Academy sehen wir ein riesiges Potential an nachhaltigem Schweizer Unternehmertum. Dies wurde in den letzten acht Jahren unserer Mitorganisation des ClimateLaunchpad auch immer wieder dadurch bewiesen, dass wir mit den Schweizer Startups fast jedes Jahr einen Platz in den Top 3 des Global Finals feiern konnten.“

Auch Startup Academy Basel Vorstandspräsident Markus Kindle ist begeistert: „Die Startup Academy möchte mit dem ClimateLaunchpad Challenge nachhaltige und innovative Schweizer Geschäftsideen auf internationaler Bühne vorstellen und ihnen die Möglichkeit bieten mit globalen Players in Kontakt zu treten, so können wir auch die Schweiz und vor allem Basel als nachhaltigen Wirtschaftsort fördern.“

BASELWirtschaft

Trend nach „sinnvollen“ Businessideen

Der Trend nach „sinnvollen“, sprich Sinn stiftenden Businessideen ist ungebremst. Unter anderem auch deshalb gibt es eine immer grössere Zahl an Innovationspreisen. Es gibt demnach eine Vielzahl von Wettbewerben und Preisen, die innovative Unternehmen oder Persönlichkeiten auszeichnen. Im Trend – auch und besonders in der Region Basel - sind seit Jahren jene Auszeichnungen, die nicht nur ein interessantes Gesamtkonzept oder eine erfolgreich umgesetzte Geschäftsidee würdigen, sondern diese Aspekte mit einem zusätzlichen Engagement für die Region und deren Menschen verknüpft. Wir haben uns mal durch die Fülle der Innovationspreise durchgearbeitet und gemerkt, dass bei den Auszeichnungen für Unternehmerpersönlichkeiten die Aspekte Engagement und die Wertschöpfung für die Region(en) voll im Trend sind.

Grossartige Ideen für eine bessere Umwelt

Die drei regionalen Zugpferde kommen alle aus verschieden Geschäftsfeldern. „Happie Zero Waste“ will ein Zeichen setzen mit verpackungsfreien und nachhaltigen Rezepttaschen und so dem Verpackungsmüll entgegen wirken: „Unser Ziel ist es, die einfachste und erschwinglichste Lösung zu bieten, um schmackhafte Lebensmittel ohne Abfall und so nachhaltig wie möglich zu konsumieren. Wir wollen der Welt zeigen, dass eine abfallfreie Lebensmittelversorgungskette weder kompliziert noch sehr teuer sein muss.“

Das Startup Mycrobez (ebenfalls aus Basel) entwickelte ein Myzelkomposit, das hundert Prozent aus biologischen Reststoffen und Pilzgeflecht besteht. Es findet Anwendung in drei verschiedenen Industrien: Verpackung, Bau und Landwirtschaft. „Durch unsere kreislaufige Alternative können erdölbasierte Kunststoffe, wie beispielsweise Styropor, vollständig ersetzt werden. In unseren Bemühungen, einen kreislaufwirtschaftlichen Materialstandard zu implementieren, dürfen wir auf die Unterstützung von wissenschaftlichen Einrichtungen sowie global führenden Unternehmen zählen“, sagen die drei Gründer Mosas Pilscheur, Jonas Staub und Moritz Schiller.

Und schliesslich erhofft sich das Team von Revozona aus Hallwil (AG) eine Chance auf die Teilnahme an den Global Finals. Dabei geht es um eine Ozonanlage zum Waschen und Bleichen von Stoffen vor und nach dem industriellen Bedrucken und Färben. Der Einsatz von Ozon zum Waschen von Industrietextilien vor und nach dem Färben und Bedrucken wird die textilverarbeitende Industrie revolutionieren.

Voll im Zeitgeist der Generationen X, Y und Z

Der ClimateLaunchpad Ideenwettbewerb ist deshalb so im Zeitgeist und im Fokus, weil hier Menschen am Werk sind, die entschlossen sind, die negativen Auswirkungen des Klimawandels durch Innovation und Erfindungen anzugehen. ClimateLaunchpad wird von einem zentralen Team in den Niederlanden betrieben, das von Nationalmannschaften unterstützt wird, die den Wettbewerb in ihrem Land organisieren. In der Schweiz laufen die Fäden da bei der Startup Academy zusammen. „Wir meinen es todernst mit der Bekämpfung des Klimawandels. Und wir sind davon überzeugt, dass Investitionen in Ideen und Unternehmer der richtige Weg sind. Eine grüne und saubere Zukunft erfordert Tausende von Innovationen, die die aktuellen Geschäftsmodelle herausfordern. Es gibt viele grossartige Ideen, um das Leben zu verbessern und Emissionen zu reduzieren. Einige von ihnen bleiben in der Ideenphase, machen nie den nächsten Schritt und werden realisierbar. Einige von ihnen brauchen einen zusätzlichen Schub. Sie brauchen ein bisschen Mentoring. Sie brauchen Lehren aus unternehmerischen Misserfolgen und Erfolgen. Mit Coaching und Unterstützung können viele Ideen Wirklichkeit werden“, sagen die Organisatoren.

Ein starkes Netzwerk öffnet Türen

Das Netzwerk der ClimateLaunchpad-Partner ist tatsächlich schlagkräftig. Das Netzwerk setzt sich dafür ein, Innovationen in den jeweiligen Ländern zu fördern und arbeiten mit einer Reihe lokaler Partner zusammen, darunter Unternehmen, Investoren, Handelskammern, B2B Partner und Kommunalverwaltungen. Was alle gemeinsam hätten: Optimismus und der Glaube, dass man Veränderungen herbeiführen könne.

Weitere Details auf www.startup-academy.ch/ und auf der CLP Microsite der Startup Academy https://startup-academy.ch/microsites/climatelaunchpad/?lang=en

«799 Joor Därwil» – grosses Jubiläumsfest im Leimental

Vom 9. bis 11. September 2022 findet im alten Dorfkern von Therwil unter dem Motto «Mir fiire friener» das spannende Fest statt. Auf dem über 20‘000 m2 grossen Festgelände laden rund 30 Bars und Festwirtschaften zum Verweilen ein, mehr als 60 Künstlerinnen und Künstler treten live auf, während 38 Marktstände ihre Ware anbieten und es viele Attraktionen für Kinder, Jugendliche und Junggebliebene zu entdecken gibt.

Am Freitag, 9. September, um 17.00 Uhr startet das grosse 3-tägige Jubiläumsfest, mit dem die Gemeinde Therwil ihren 799. Geburtstag feiert. Denn Therwil wurde anno 1223 erstmals aktenkundig erwähnt.

Line-Up mit international bekannten Stars

Unter den mehr als 60 Künstlerinnen und Künstlern befinden sich lokale, aber auch über die Grenzen hinaus bekannte Stars. Den Auftakt macht DJ Antoine am Freitagabend um 21.00 Uhr auf der grossen Open-Air Bühne. Davor bringen Magic Touch und LaNefera das Publikum in Stimmung.

Am Samstag setzt ab 22.00 Uhr die beliebte Mundartrockgruppe Megawatt Therwil unter Starkstrom. Durch den Tag und den Abend treten Grössen wie die Crazy Feet Company oder Bettina Schelker auf oder die über 100 Mitglieder grosse Gugge Note. Quetscher spielt diverse Platzkonzerte.

Am Sonntag ziehen die Impronauten aus Basel das Publikum in ihrer rasanten Show in ihren Bann. Bevor die Hauptpreise der Lotterie live gezogen werden, marschiert um 14.00 Uhr die weltberühmte Trommelgruppe aus Basel, Top Secret Drum Corps, mit ihrer einzigartigen Marchingshow vor der katholischen Kirche auf. Die hohe Präzision, ihren Humor und das horrende Tempo werden die Festbesucherinnen und -besucher zum Staunen bringen.

Jedes Festabzeichen ist ein Los - und bereits jetzt schon historisch

Das Festabzeichen ist ein handwerkliches Bijou aus dem Dorf und hat bereits Einzug in das Historische Museum Basel gehalten. Es wurde offiziell als Artikel «Inv.-Nr. 2022.141» inventarisiert und ist so Teil der Münzen- und Medaillensammlung mit Schwerpunkt Basel.

Die Anzahl der Festabzeichen ist limitiert und jedes Festabzeichen nimmt automatisch an der Verlosung der grossen Lotterie teil. Zu gewinnen gibt es tolle Preise.

BASELWirtschaft

Zu gewinnen gibt es 999 Preise, darunter Top-Treffer wie:

- **Suzuki Swift im Wert von über CHF 20‘000.-**
- **E-Bike**
- **Waschmaschine/Tumbler**
- **Fernseher, Laptop und Tablet**
- **Auto Fahrausbildung**
- **Feuerschalengrill**
- **Holzbänkli**
- **Blumenabonnement**
- **Bier Degustation**
- **Original FCB Trikot inkl. Unterschriften**

Live Theater mitten auf den Strassen

Mitten auf dem Festgelände an sieben unterschiedlichen Standorten wird die Dorfgeschichte von Therwil in 5 bis 10-minütigen Szenen, als live Theater aufgeführt.

Die Darbietungen befassen sich auf unterhaltsame Art und Weise mit Geschichten und Gegebenheiten aus Therwil. Es soll zum Staunen, Schmunzeln, aber auch zum Nachdenken angeregt werden.

- **Was ist in Therwil das Gheimnis rund um die Zahl 99?**
- **Was haben die Schweden damals im Dorf angestellt?**
- **Wie rüstig ist der 799-jährige Jubilar noch?**
- **Wer erinnert sich noch an das «Blaue Bähnli»?**
- **Wer weiss, wer Gast-Karli oder Leue-Schosi war?**
- **Was war der Kirchturm-Streit?**
- **Wer kennt die Geschichte rund ums Hügin-Haus?**

Die Aufführungen im Zirkuswagen, im Benken-Keller, in der Gemeindebibliothek, in der Kirche, bei der Oberen Mühle und in der Kapelle befinden sich auf dem Festgelände und sind gut zu finden.

Das “weltgrösste Klassentreffen von Therwil”

Ein weiteres Spektakel ist das riesige Klassentreffen, welches am Samstag, 10. September stattfindet. Innerhalb von wenigen Wochen haben sich 799 ehemalige Schülerinnen und Schüler sowie Lehrpersonen angemeldet. Neben einem bunten Rahmenprogramm, das mit einigen Überraschungen gespickt ist, erwartet die Teilnehmenden ein feines Drei-Gang-Menü. Spannende Gespräche über die guten alten Schulzeiten sind garantiert.

Das Dorf von oben bewundern

Die Chilbi-Attraktion “Scheibenwischer” wird in der «Jugend & Sport» Meile für viele strahlende Gesichter und für Kichern sorgen. Wer das Dorf in aller Ruhe von oben bestaunen möchte, kann dies auf dem Riesenrad tun, das ganz in der Nähe der Katholischen Kirche stehen wird.

Auch für die sportlichen Fest-Besucherinnen- und Besucher wird es eine Menge Aktivitäten geben. Sei es, die 18 Meter hohe Kletterwand zu erklimmen, auf Harassen in den Himmel zu klettern, beim Torwandschiessen oder mit dem Velo oder Trottinett auf dem Pumptrack.

Weltneuheit in der «Kinder & Natur»-Meile

In der Griegruebe wartet eine Weltneuheit - ein Insektenflugsimulator!

Als Teil der BirdLife-Wanderausstellung wird BirdLife Schweiz den Insektenflugsimulator nach Therwil bringen, der erst vergangenen März seine Weltpremiere feierte. Besucherinnen und Besucher können für einmal fliegen wie ein Schmetterling. Beim virtuellen Flug über die Wiesen gibt es das Leben der Insekten zu entdecken.

Aber auch Tiere aus der echten Welt warten auf die Gäste. Der Tierpark Weihermätteli aus Liestal wird mit einem Streichelzoo mit Eseln, Schafen und Ziegen die Kinderaugen zum Leuchten bringen.

Auch für die Kleinsten ist gesorgt. Denn in der Griengrube warten über 20 Aktivitäten für Kinder. Von der Strohballenburg über klassische Hüpfburgen, Axtwerfen, Gladiatorenspiele gibt es noch viele weitere tolle Angebote zu entdecken. Am Samstagabend wartet eine Cocktailbar auf die jüngsten Festbesucher.

Markt Meile

In der „Markt Meile“ gibt es das Angebot von 38 Marktständen zu entdecken. Vom afrikanischen Schmuck über Spielwaren bis zu Kleidern gibt es ein reiches Angebot zu bestaunen und zu erwerben. Bereichert wird die Markt Meile durch unterschiedlichste Food-Trucks, bei denen man sich kulinarisch verwöhnen lassen kann.

Zum grossen Jubiläum gibt es ein einiges Festlied

Eigens für das grosse Jubiläumsfest wurde das beliebte Därwiler Fastnachtslied umgeschrieben, welches dann am Fest seine Premiere feierte.

Ökumenischer Festgottesdienst zum Dorffest 799 Joor Därwil

Zu Ehren des 799. Geburtstages der Gemeinde Therwil wird am Sonntag, 11. September um 10.00 Uhr in der Katholischen Kirche im Rahmen eines ökumenischen Festgottesdienstes ein neuer, persönlicher Segen für die Gemeinde Therwil gesprochen.

Kurz: Ein unvergessliches Fest für Jung & Alt, welches es bei diversen kulinarischen 799er-Spezialitäten zu geniessen gibt.

Weitere Informationen und Details zum Festprogramm gibt es auf www.799-Därwil.ch

Mit mateco Arbeitsbühnen: **Sicher in die Höhe**

Der führende Arbeitsbühnenvermieter mateco bietet die passenden Geräte für Ihren Baustelleneinsatz.

Die Mietflotte der mateco Gruppe umfasst über 40'000 Arbeitsbühnen in mehr als 700 verschiedenen Ausführungen. Seit November 2019 ist mateco auch in der Schweiz mit einem eigenen Standort in Muttenz nahe Basel vertreten und verfügt dort über ein umfangreiches Angebot an Zugangstechnik, welches auch auf die Bedürfnisse in der Baubranche ideal zugeschnitten ist.

Das mateco Mietprogramm setzt sich aus den folgenden Geräten zusammen:

- LKW-Arbeitsbühnen
- Scheren-Arbeitsbühnen und Roll-Lifte
- Teleskop-Arbeitsbühnen
- Teleskop-Gelenk-Arbeitsbühnen
- Spezial-Arbeitsbühnen (z. B. mit Raupenfahrgestell)
- Teleskop-Stapler

Alle angebotenen Geräte sind auf dem neuesten Stand der Technik und perfekt dafür geeignet, um effektiv, sicher und gleichzeitig kostensparend in der Höhe zu arbeiten. Dabei ist es egal, ob kleinere Dach- oder Maurerarbeiten in mittleren Höhen durchgeführt oder schwere Stahlträger und Betonteile in grossen Höhen montiert werden müssen. Auch zur Überwindung von unbefestigten Baustellenuntergründen finden sich im mateco Mietprogramm geeignete Geräte mit Raupenfahrgestell oder geländegängige Teleskop-Stapler mit Allradantrieb. Wo immer sinnvoll, wird der Mietpark ausserdem um umweltschonende Maschinen mit Elektrotechnologie ergänzt.

Lokale Ansprechpartner in der Schweiz beraten rund um die Belange der Höhenzugangstechnik und finden für nahezu jedes Zugangsproblem eine individuelle Lösung. Die angebotenen IPAF-Bedienerschulungen sowie jährliche Unterweisungen runden das Portfolio der mateco Schweiz GmbH ab.

Informieren Sie sich direkt in der mateco Niederlassung Basel:

mateco Schweiz GmbH • Niederlassung Basel
Rothausstrasse 61 • 4132 Muttenz
Tel.: +41 61 465 60 80 • Mail: info@mateco.ch
www.mateco.ch

mateco
YOUR BETTER WAY UP

U. BAUMANN
Haushalt. Küchen. Service.

Die mit de roote Auto!

Interview

Heiko Stahl

General Manager Vitra Österreich und Schweiz

War for talents: Durch attraktive Bürowelten ein Zugehörigkeitsgefühl vermitteln und Mitarbeiter binden

Im Gespräch mit Heiko Stahl, General Manager bei Vitra für die DACH-Region, über den Stellenwert moderner Bürowelten für die Unternehmenskultur, die Sinnhaftigkeit der Vitra-Produkte, gelebte Nachhaltigkeit und wie seine Kindheit auf dem Bauernhof seine Karriere und seinen Führungsstil prägte.

Die Corona-Pandemie hat nicht nur unser Zusammenleben, sondern auch die Art und Weise wie wir zusammenarbeiten, fundamental verändert. Welche Konsequenzen haben Trends wie „Homeoffice" oder „hybrides Arbeiten" für die Philosophie und Kollektion von Vitra?

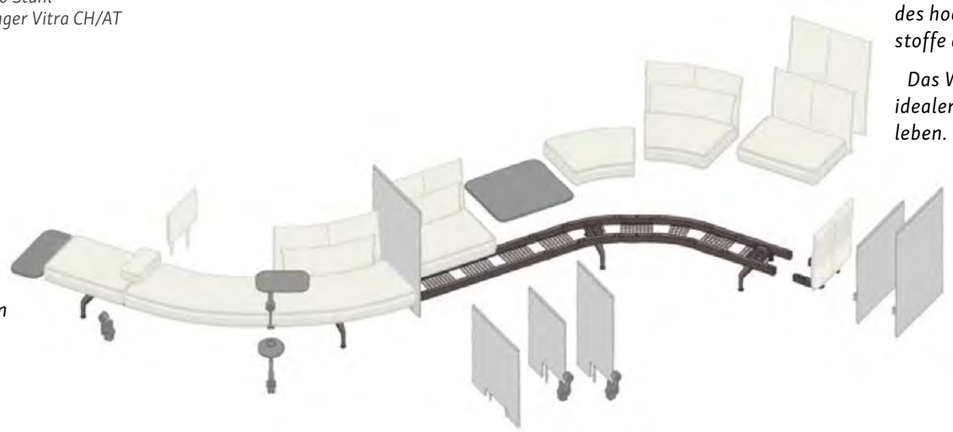
Für uns bei Vitra war schon lange vor der Pandemie klar, dass das hybride Arbeiten gekommen ist, um zu bleiben – mit Auswirkungen auf die Mitarbeiterführung, da Kontrolle zunehmend durch Vertrauen ersetzt wird. Erfahrungen zeigen, dass diese neue Art des Arbeitens keinen negativen Einfluss auf die Produktivität hat. Im Gegenteil – wir haben allein durch den Wegfall vom Pendeln enorm viel Zeit gespart. Bei Vitra beschäftigt uns im Moment viel mehr die generelle Frage, ob und weshalb man überhaupt noch ins Büro kommen soll. Unserer Ansicht nach wird das Büro vor dem Hintergrund einer zunehmenden Komplexität des Alltags und der Beziehungen zwischen den Menschen eine stabilisierende Funktion übernehmen, so dass sich Mitarbeiter wohl und zugehörig fühlen. Statt in verschlossenen Einzelbüros, wie dies in der Vergangenheit der Fall war, arbeiten sie sichtbar zusammen. Das Büro hat unserer Meinung nach die Aufgabe, ein Gefühl wie „Da gehör ich hin" zu vermitteln. Das Konzept des Open Office oder Club Office, wie wir es mittlerweile nennen, ist in Augen von Vitra das Büro der verschiedenen Optionen, wo Mitarbeiter situativ entscheiden, wo sie gerade welche Arbeit verrichten wollen. Bei uns ist dieser Trend seit 1993 verankert, als es im Vitra Museum eine Ausstellung „Citizen Office" gab, in der Arbeitswelten als Stadt gezeigt wurden. Der Mitarbeiter ist dabei eine mündige Persönlichkeit, die entscheidet, wohin sie geht. Den „War for talents" haben die Talente gewonnen und nicht die Arbeitgeber. Deshalb ist es heute elementar wichtig, dass man als Unternehmen im Rahmen eines „Purpose" eine Sinnhaftigkeit der Arbeit über das reine Geldverdienen hinaus definiert. Der Raum fungiert hierbei als Spiegelbild für die Werte und Kultur eines Unternehmens – und Raum wiederum hat Einfluss auf das Verhalten der Menschen .

Wie ist in diesem Kontext Ihr Leitsatz „Design muss Probleme lösen" zu verstehen?

Design darf nicht belanglos sein. Es muss einen Grund geben, weshalb ein neues Produkt und Design auf den Markt kommt. Und es muss sich um eine klare Verbesserung handeln. Dieser Herausforderung stellen wir uns jeden Tag, wenn wir ein neues Produkt oder eine neue Gestaltung von Büros machen. Es muss eine Sinnhaftigkeit dahinterstehen. Wir würden nie einen Stuhl modisch machen, sondern orientieren uns immer an der Dauerhaftigkeit, Langlebigkeit und damit an der Nachhaltigkeit. Demzufolge kann ich nicht erwarten, dass ein Kunde jedes Jahr ein neues Produkt kauft und das alte wegschmeisst. So nehmen wir im Sinne der „Circular economy" beispielsweise über Vitra Circle Stores in Brüssel, Frankfurt oder Amsterdam unsere gebrauchten Produkte entgegen und ermöglichen ihnen durch Wiederverkauf ein weiteres Leben.

«Design muss Probleme lösen. Denn wenn Design Probleme löst, dann wird es gebraucht und bleibt auch entsprechend lange im Umlauf.»

Heiko Stahl
General Manager Vitra CH/AT



BASELWirtschaft

Vitra ist eine Institution, die Produkte sind Klassiker. Wie schafft das Unternehmen den Spagat und wird den wechselnden Trends einerseits und dieser historischen Verpflichtung andererseits gerecht?

Wenn man ein Produkt entwickelt, weiss man nie, ob es jemals zum Klassiker wird. Voraussetzung für uns bei der Produktentwicklung ist es wie gesagt, nicht modisch oder belanglos zu sein. Und in dieser Hinsicht können wir viel aus unserer eigenen Geschichte lernen, wenn wir beispielsweise auf frühere Kreationen aus unserem Haus schauen und fragen, wie wir sie in die Zukunft transportieren können. Wir bekommen diesen Spagat hin, auch wenn wir uns die notwendige Zeit dafür nehmen und uns viele Gedanken bezüglich Materialität, Qualität und Design machen. Und wir entwickeln unsere Klassiker wie die Lounge Chairs oder den, Plastic und Fiberglas-Chairs weiter. So bieten wir beispielsweise optional – der Tatsache gerecht werdend, dass Menschen immer grösser werden – Varianten mit angepasster Sitzhöhe an.

Bei Vitra wird Nachhaltigkeit mit der Langlebigkeit der Produkte und Wahl von Materialien in Verbindung gebracht. Was machen Sie darüber hinaus?

Nachhaltigkeit ist für uns ein zentrales und umfassendes Thema. Wir erstellen seit den 1980er Jahren Reportings, und haben 2020 unsere Nachhaltigkeitsziele für 2030 festgelegt. Seit zwei Jahren haben wir ein festes Sustainability-Team, das sich diesem Thema noch umfassender annimmt. So achten wir beispielsweise bei der Renovation von Firmengebäuden auf den Einsatz von Photovoltaikanlagen oder umweltverträglicher Dämmmaterialien. Auch bei unseren Fahrzeugflotten möchten wir uns in Hinsicht auf die Umweltverträglichkeit stets verbessern. Für die Fahrt zwischen den Standorten Birsfelden und Weil am Rhein stellen wir zum Beispiel Fahrräder zur Verfügung. Wir haben einen eigenen Kräutergarten, bieten vegetarisches oder veganes Essen an und reduzieren den Einsatz von Drucker und Kopierer. Es sind viele Kleinigkeiten, die zusammengenommen einen Impact erzielen. Das Wichtigste für uns ist jedoch die Nachhaltigkeit unserer Produkte. Den grössten Impact erzielen wir in der Optimierung der Transportunternehmen und der Verwendung der Materialien. So werden die Tip Ton RE Chairs beispielsweise aus recyceltem Polypropylen hergestellt. Die Basis des hochwertigen Recyclingmaterials sind die Wertstoffe des Gelben Sacks.

Das Wichtigste ist, dass wir Produkte bauen, die idealerweise über Generationen hinweg leben. Das war von Anfang an ein ganz wichtiger Bestandteil unserer Tätigkeit – für die Familie wie für jeden einzelnen Mitarbeiter. Noch ein Wort zur Nachhaltigkeit in der Beschaffung: 97% unserer Rohmaterialien beziehen wir aus Europa.

Sie stammen aus einer ländlichen Gegend. Inwiefern hat dies Ihr Leben und Ihre Karriere geprägt?

Richtig, ich bin auf dem Bauernhof meiner Grosseltern aufgewachsen. Auch wenn das Leben als Kind nicht immer einfach war, haben mich diese Wurzeln geprägt. Diese Bodenhaftung geht nie verloren und das Wissen, woher man kommt und dass Obst nicht einfach aus dem Supermarkt kommt. Ein Abendessen am Zürichsee ist auch heute für mich keine Selbstverständlichkeit. Dass man Kartoffeln gepflanzt und geerntet hat, wird man ein Leben lang nicht vergessen. Meine Herkunft hat auch meinen Führungsstil geprägt. Für mein Team bin ich immer da. Ich sehe als einer der wichtigsten Qualitäten einer Führungskraft, dass sie da ist, wenn sie gebraucht wird. Eine Führungskraft muss Menschen gernhaben, das Team zum Leuchten bringen statt selber zu strahlen.

Mit WIR rechnen lohnt sich

Günstig zu Krediten kommen und gleichzeitig die eigene Attraktivität im Markt steigern – das funktioniert. Natürlich dank WIR.

Im Juni hat die Schweizerische Nationalbank (SNB) die Erhöhung des Leitzinses von -0,75 auf -0,25 Prozent bekanntgegeben. Investitionen werden dadurch teurer, die Betriebskosten steigen. Die Preise müssen in der Folge nach oben korrigiert werden, was die eigene Wettbewerbsposition schwächt. Zudem entsteht Planungsunsicherheit.

Wie stark der Zinsanstieg die Nachfrage in der Bauwirtschaft dämpfen wird, bleibt abzuwarten. Schliesslich ist die Netto-Zuwanderung immer noch hoch – und alle Zuwanderinnen und Zuwanderer wollen naturgemäss irgendwo wohnen. So viel scheint aber klar: Die Zuwachsraten in der Baubranche werden sich nicht mehr auf dem Niveau der vergangenen Jahre bewegen.

WIR-Kredite sind langfristig günstig – und das seit jeher

Seit ihren Anfängen im Jahr 1934 verzinst die Bank WIR die WIR-Guthaben nicht und hält die Kreditzinsen sehr tief. Diesem Grundsatz ist sie treu geblieben: Auch heute sind die Zinsen für WIR-Kredite tiefer als bei Finanzierungen in Schweizer Franken. In der Tiefzinsphase war dies für die rein schweizerische Genossenschaftsbank mit Hauptsitz in Basel natürlich eine grosse Herausforderung. Mit der Mehrwert-Hypothek WIR, bei der den Kreditnehmenden während fünf Jahren ein Zins von 1,5 Prozent ausbezahlt wird, konnte die Differenz zu Finanzierungen in Schweizer Franken ausgeglichen werden.

Seit kurzem zahlt man in der Schweiz für 10-jährige Hypotheken in Schweizer Franken wieder über drei Prozent Zins. Wer heute baut und auf einen möglichst hohen WIR-Anteil achtet, kann viel Geld sparen. Dank einer Mehrwert-Hypothek WIR ist es in den ersten fünf Jahren möglich – um beim Beispiel der 10-jährigen Festhypothek zu bleiben – um über 4,5 Prozent günstiger zu finanzieren. Und das ist noch nicht alles: Dank der Zinsobergrenze von 1,75 Prozent bleibt diese WIR-Finanzierung auch langfristig günstiger als andere.

Die eigene Wettbewerbsfähigkeit steigern

Finanzierungen mit WIR sind günstiger und stärken gleichzeitig die eigene Wettbewerbsfähigkeit. Wie? Kredit-nehmende, die zum Beispiel ihre Immobilie mit WIR finanzieren, können sich flexibler im Markt bewegen. Sie haben so die Möglichkeit, ihren Kundinnen und Kunden interessante Angebote mit einem höheren WIR-Anteil zu unterbreiten, was sie zu einem attraktiven Geschäftspartner macht. Auch gegenüber Grossunternehmen und der Konkurrenz aus dem Ausland verschaffen sie sich dank WIR Wettbewerbsvorteile. Das WIR-Netzwerk macht die Teilnehmenden stärker. Wer sein Netzwerk bereits während guten Zeiten aufbaut und pflegt, kann sich auf dessen Vorteile auch in Krisenzeiten verlassen.

Mehr Informationen zum Thema Finanzieren finden Interessierte unter wir.ch/finanzieren. Bei der Bank WIR können übrigens auch Unternehmerinnen und Unternehmer zu attraktiven Konditionen sparen.

Mehr dazu auf wir.ch/kmu

Bank WIR

«Als Team schaffen wir alles.»

Jetzt KMU-Finanzierung anfragen

Nicola und Kaspar Flütsch, Vitalmöbel AG, Klosters-Serneus, WIR-Netzwerker

wir.ch/kmu

KOLUMNE DER REGIO BASILIENSIS FÜR BASELWIRTSCHAFT

Digitalisierung trinational denken und gestalten

von Dr. Kathrin Amacker, Präsidentin der Regio Basiliensis

Digitalisierung gehört mittlerweile zu unserem Alltag. Themen wie Datenschutz, künstliche Intelligenz (KI) und Vernetzung bestimmen die Gespräch in Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft. Die digitalen Technologien bieten neue Lösungen für gesellschaftliche Herausforderungen: von einer älter werdenden Bevölkerung über das Gesundheitswesen, zu intelligenten Transportmitteln, Sicherheit, Energiewesen und Umweltschutz. Die Digitalisierung eröffnet uns neue Möglichkeiten – auch im Bereich von Nachhaltigkeit, Umweltschutz und Klimaschutz, z.B. in Bezug auf die effiziente Nutzung von Energie. Ein Thema, welches in den nächsten Monaten einen noch stärkeren Stellenwert erhalten wird.

Noch wird Digitalisierung innerhalb von Sektoren und meist auf der nationalen Ebene gedacht, obwohl ihr Charakter per se themen-, technologie - und grenzübergreifend ist. Dabei kann die Zusammenarbeit über die Grenzen das Innovationspotential durch den Austausch von Wissen, Technologien und Ressourcen gesteigert werden. Aufgrund ihrer geographischen Lage ist es für die Region Basel eine Chance, die digitale Transformation und die daraus entstehenden Wertschöpfungsketten grenzüberschreitend zu denken. Durch den Wissenstransfer und Netzwerke über die Grenzen in Wirtschaft, Wissenschaft und Technik können wir gemeinsame Antworten auf globale Herausforderungen geben.

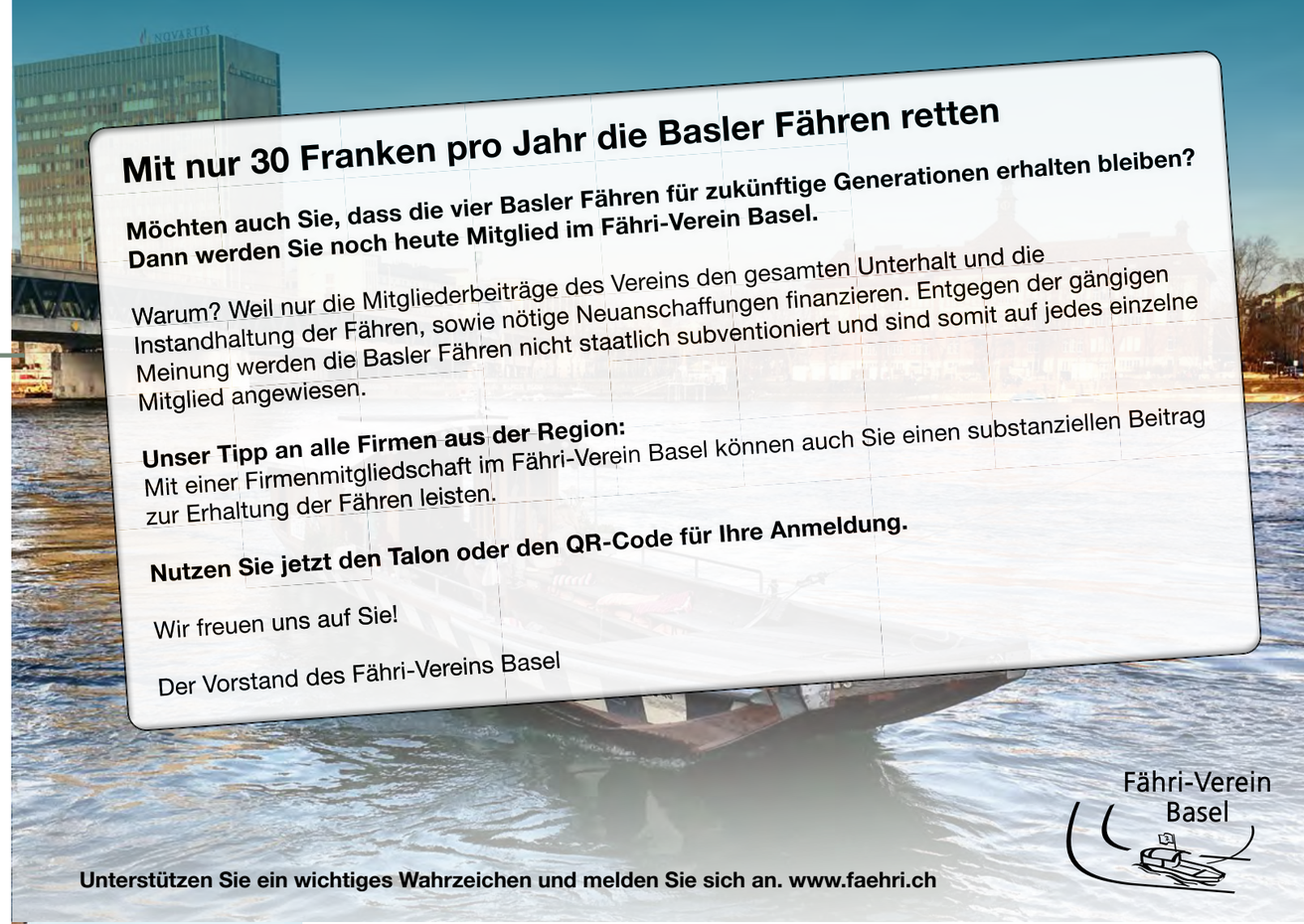
Ein gutes Beispiel ist das Interreg-Projekt Upper Rhine 4.0, welches KMU durch ein trinationales Netzwerk in deren Anpassungsprozessen begleitet und unterstützt. Solche Projekte beweisen nicht nur, dass es möglich ist, rechtliche und administrative Hürden zu überwinden, sondern zeigen auch den Mehrwert einer solchen Vernetzung über die Grenzen hinweg auf.

Digitalisierung ist eine wichtige Grundlage für die wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung der Region am Oberrhein. Der grenzüberschreitende Erfahrungsaustausch zur Digitalisierung muss verstetigt und dafür bi- und trinationale Kooperationen, Netzwerke und Förderprogramme genutzt werden. Zudem braucht es den Austausch über die Grenzen zu einem neuen Verständnis von Arbeitsformen, zu innovativen Bildungskonzepten und zur Reflexion von gesellschaftlichen Fragen.

Info

Die Regio Basiliensis ist die Schweizer Partnerin für die Oberrhein-Kooperation und Kompetenzzentrum erster Wahl zur Förderung der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit am Oberrhein. Sie steht dabei im Dienste der Politik, Behörden, Wirtschaft, Wissenschaft, Organisationen und Bevölkerung. Ihr Zweck ist es, von schweizerischer Seite Impulse für die Entwicklung des oberrheinischen Raumes zu einer zusammengehörigen europäischen Grenzregion zu geben und bei deren Realisierung mitzuwirken.

Die 1963 gegründete Regio Basiliensis ist einerseits ein Verein, der heute von rund 400 Mitgliedern getragen wird. Andererseits erfüllt sie seit 1970 als Aussenstelle der Kantone Basel-Landschaft und Basel-Stadt auch staatliche Funktionen im Sinne der kleinen Aussenpolitik. Seit 1996 gilt dies ebenfalls für den Kanton Aargau und seit 2003 für die Kantone Jura und Solothurn. Das jährliche Gesamtbudget beträgt derzeit 1 Mio. Schweizer Franken.



Jetzt Mitglied im Fähri-Verein Basel werden, und die Zukunft der Fähren sichern!

Der Fähri-Verein Basel ist das finanzielle Rückgrat der privat organisierten Basler Fähren, die nicht staatlich subventioniert sind. Mit Ihrer Mitgliedschaft tragen Sie dazu bei, den Fährbetrieb, deren Unterhalt sowie Neuanschaffungen zu finanzieren. Höhepunkt des Vereinsjahres ist die Mitgliederversammlung mit anschliessendem Fährimähli, die jeweils im Frühjahr durchgeführt wird. Als Gönner/Gönnerin erhalten Sie 2 × jährlich die informative und beliebte Fähri-Zytig per Post zugestellt.

Jahresbeitrag: ☐ Privatpersonen CHF 30.– ☐ Paare CHF 60.– ☐ Familien CHF 75.–
☐ Einelternfamilien CHF 45.– ☐ Vereine CHF 100.– ☐ Firmen CHF 200.–
☐ lebenslange Mitgliedschaft CHF 900.–

Vorname, Name ..... Strasse .....

PLZ, Ort ..... Geburtsdatum .....

Telefon ..... E-Mail .....

Name und Geburtsdatum Partner .....

Name und Jahrgang Kinder .....

Datum .....

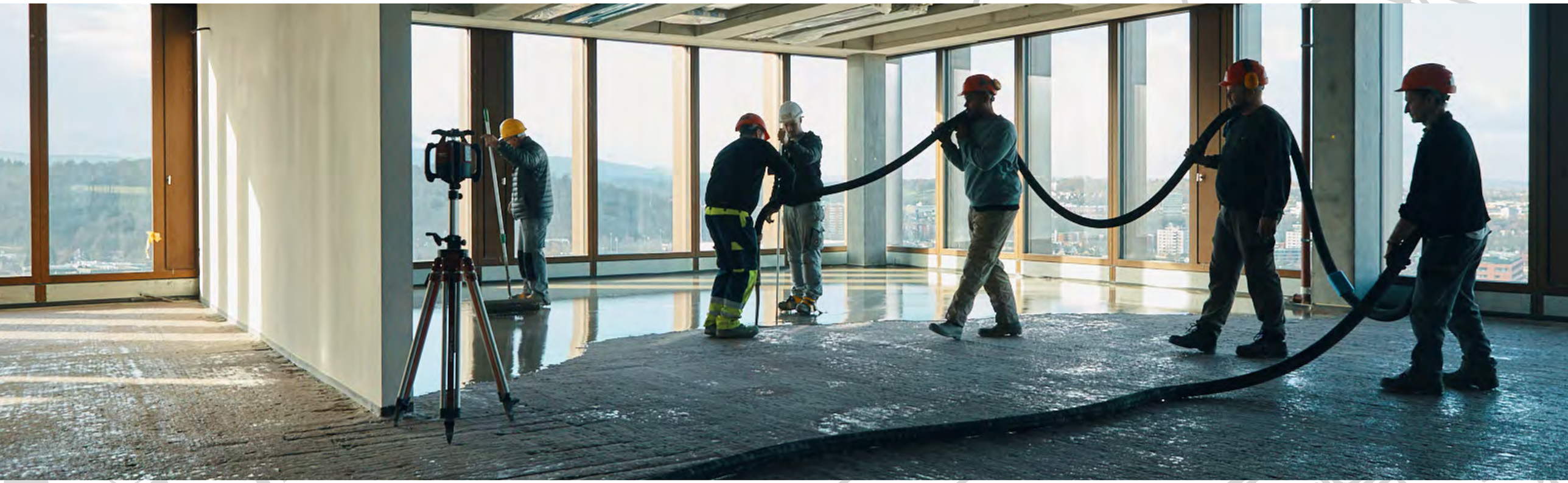
Unterschrift .....

Einsenden an:
Fähri-Verein Basel, Postfach 1353, 4001 Basel, info@faehri.ch

www.faehri.ch

HEID TEC

NEUE WEGE GEHEN HEISST ANDERS SEIN ALS ANDERE!



T+41 (0) 61 322 69 69 F +41 (0) 61 322 69 66 info@heid-tec.ch

WWW.HEID-TEC.CH

«E-Mobilität ist nicht die Zukunft. Es ist die Gegenwart»

Mit dem Thema Verkehr befasst sich auch die Franchise «E-Motors Schweiz», das Ramilyn und Ihr Ehemann im März 2020 gründeten. Die Firma wurde im ersten Lockdown gegründet und ein erster Shop wurde in Reinach im Michelin Zentrum eröffnet. Sie handeln nämlich mit Elektrofahrzeugen aller Art und führen Service und Reparaturarbeiten aus. Mehrheitlich Elektro Roller mit der Hauptkategorie «fahrbar ohne Fahrausweis» und die Seniorenmobiliät. Bei der aktuellen Demografie in der Schweiz haben viele Senioren ebenso ein Bedarf nach autonomer Mobilität bis ins hohe Alter.

«Wir sind eher zufällig auf die Elektromobilität gestossen.»

Eines Tages sahen wir zufällig am Bahnhof einen Elektro Roller und es kam die spontane Idee einen Onlineshop zu erstellen. Ramilyn fuhr schon länger ein Elektro Roller und war begeistert. Wir mussten dazu erstmal die richtigen Hersteller und Lieferanten finden. Im ersten Jahr bezogen wir mehrheitlich die Fahrzeuge vom Europäischen Markt. In den Folgejahren transformierte sich die E-Motors Schweiz Gmbh vom Endkundengeschäft zu einem Importeur. Das Kerngeschäft ist mittlerweile nicht mehr der Verkauf an den Endkunden, sondern der Grosshandel an die Franchisepartner der «E-Motors Schweiz». Durch Corona gab es grosse Herausforderungen. Ramilyn konnte dabei auf viel Unterstützung von Ihrem Ehemann zählen. Sein Background ist Supply Chain Management was ein zentrales Thema war und ist in Corona Zeiten. Wir waren trotz Corona durchs Band auf jedem Produkt lieferfähig. Obwohl wir mit längeren Leadtimes, Transportkosten und Lockdowns zu kämpfen hatten. Wir hatten von Anfang an grosse Nachfrage nach unseren Mobilitätslösungen und unserem Franchise Angebot. Wir hatten bald keinen Platz in unserem ersten Shop. Wir konnten unser Unternehmen Schritt für Schritt weiterentwickeln. Ramilyn und Ihr Ehemann expandieren in der ganzen Schweiz. Sie gründeten in den folgenden zwei Jahren noch weitere Filialen in Romanshorn am Bodensee, Oerlikon, Luzern, Bern, Biel und Genf und konnte sich wohl eines der grössten Distributions Netzwerk aufbauen in dem jungen E-Bereich.

Es gibt immer mehr Modelle auf dem Markt. Die Innovation in dem Bereich ist inspirierend. Die Modelle werden immer versierter und technischer Fortschritt ist nicht aufzuhalten. Sie fahren geräuschlos und ohne Emissionen durch die Gegend. In Zeiten des Klimaschutz ist das vielen Kunden ein grosses Anliegen.

Die Designs der Fahrzeuge im Harley Style oder mit dicken Reifen wird in der Gesellschaft kontrovers aufgenommen. Dem sind wir uns bewusst und daher haben wir auch verschiedene Modelle in unserem Sortiment. Daher auch Elektro Roller die einem traditionellem Verbrenner Roller im Aussehen kaum zu unterscheiden sind.

Es ist uns auch bewusst das einzelne schwarze Schafe die Fahrzeuge manipulieren. «Alle unsere Kunden werden auf die gesetzlichen Anforderungen hingewiesen und signieren einen Vertrag wo die Regeln glasklar definiert sind. Die Fahrzeuge die mit Nummernschild und Fahrausweis gefahren werden müssen werden von uns bei der Astra Typengeprüft. Daher können wir den Kunden eine schnelle Immatrikulation bieten was zwar kostspielig ist aber auch ein Wettbewerbsvorteil ist. Das Geschäft mit den Rollern ist beflügelt von einem Trend.

«Am liebsten ist uns jedoch die Seniorenmobilität»

Die Freude der Senioren wenn Sie sich autonom bewegen können erfreut und erfüllt uns immer wieder. Daher haben wir eine schöne Pipe line mit trendigem Design für Senioren. Wenn es läuft erfreut es uns natürlich. Das Geschäft ist Saisonal bedingt mit Hoch und Tiefs. Unsere Franchise mit den Shops erfordert viel

Engagement und Zeit. Und wenn wir einmal etwas Zeit haben gehen wir mit der Familie in den Jura. Im schönen Jura können wir ausspannen und uns vom Alltag erholen. Dabei eine schöne Ausfahrt machen mit einem E-Chopper am schönen Doubs entlang und die Seele baumeln lassen.

UNICO
gebäudetechnik ag

WIR SIND IHR **SPEZIALIST** FÜR **GEBÄUDETECHNIK** IN BASEL UND DER SCHWEIZ

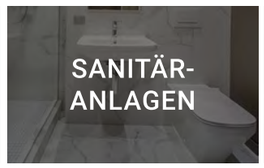
Starten Sie Ihr nächstes Projekt mit uns!

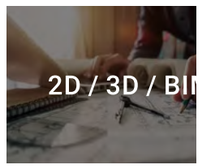
Wir bieten Ihnen von der Beratung über Planung bis hin zur Baubegleitung und Übergabe sämtliche Mandate an. Jedes Projekt ist für sich einzigartig, daher setzen wir uns stets dafür ein, das beste Kosten / Nutzen-Verhältnis zu erzielen, ohne die drei fundamentalen Säulen der Projektbearbeitung aus den Augen zu verlieren.

Wir sichern Ihnen für Ihr Bauvorhaben eine durchgängige Kosten-, Termin- und Qualitätsüberwachung zu, setzen auf innovative Lösungsstrategien und ein proaktives sowie lösungsorientiertes Handeln.

Gutes Projektmanagement beginnt für uns bereits vor dem Projekt.
Überzeugen Sie sich selbst und vereinbaren noch heute einen unverbindlichen Kennenlerntermin mit uns. Wir freuen uns auf Sie!

Oscar Martire & Jan Stiller
Geschäftsleitung Unico AG





UNICO gebäudetechnik ag | Türkheimerstrasse 6 | CH-4055 Basel | T +41 61 551 20 15 | www.unicoag.ch

BENTLEY

Faszination der Sinne.

Der neue Continental GT Speed.

Bentley Basel – Emil Frey AG, Autocenter Münchenstein
Grabenackerstrasse 10, 4142 Münchenstein, T: +41 61 416 45 45

WLTP-Fahrzyklus des Continental GT Speed Convertible: Kraftstoffverbrauch, l/100km – Kombiniert 14.1. Kombiniert CO_2 – 320 g/km.

Der Name „Bentley" und das geflügelte „B" sind eingetragene Markenzeichen.
© 2022 Bentley Motors Limited. Gezeigtes Modell: Continental GT Speed.

BENTLEY BASEL

Das Sprachrohr der Jazz- und Blues-Szene

Fabrice Müller

Das publizistische Sprachrohr der Schweizer Jazz- und Bluesszene ist die Jazztime AG, die mit einer neuen Geschäftsleitung ins Jahr 2022 startete. Und diese kommt aus Basel. Mit dabei ist auch jemand, der im Verlagswesen zwar schon 30 Jahre Führungserfahrung besitzt, aber in der Jazz-Community neu ist: Joël Charles Wuethrich, ein Medienmensch durch und durch und Jazz-Liebhaber.

Jazztime-Identifikationsfigur Adrian Keller hatte genau hingeschaut bei der Nachfolgeregelung. Die neue Verlagsleitung sollte sowohl im zeitgemässen Marketing und Verlagswesen bewandt sein, aber auch eine starke Affinität zum Jazz besitzen. Fündig geworden ist er unter anderem geworden bei Joël Ch. Wüthrich, einem Marketing-und PR-Profi sowie CEO zweier Agenturen mit über 30 Jahren Führungserfahrung - auch in Chefredaktion und Verlagsleitung. Joël Wuethrich erstellt mit seiner Agentur Working Press Basel (Schweiz), auch tätig in Montréal und Tel Aviv, crossmediale Strategien und PR Konzepte für Unternehmen und Verlage, ist spezialisiert auf Story- und Brandtelling. und vermarktet als CEO der Sportvermarktungsagentur Sportagon (Schweiz) Persönlichkeiten und Clubs aus der Sportwelt. Seit 25 Jahren gibt er sein Wissen als HF Fachdozent an Höheren Fachschulen und Fachhochschulen mit Lehrauftrag weiter (Marketing, PR, Verlagsmanagement). Das Motto des Familienvaters und Jazz-Liebhabers: Projekte müssen zwar strategisch angegangen werden, aber Enthusiasmus und Authentizität darf nie zu kurz kommen! Und diesen Enthusiasmus will er auch in die Publikationen und Produkte der Jazztime AG ausleben.

Es sei immer reizvoll, wenn man Verantwortung tragen darf und das Vertrauen rechtfertigen darf, sagt Wuethrich. „Als Adrian (Keller) an mich heran trat, habe ich nach reiflicher Prüfung gemerkt, dass der Verlag sich neuen Herausforderungen stellen möchte und ich ihn auf seinem Weg unterstützen kann. Mit meiner Erfahrung, in strategischen Belangen und mit meinem Netzwerk. Und schliesslich geht es auch darum, einen Nischenverlag zu unterstützen, damit die Community weiterhin ein publizistisches Sprachrohr besitzt. Ausserdem nicht zu vergessen: Jazz hat mich seit meiner Jugend immer begleitet. Ich habe also auch eine grosse Affinität zum Thema."

Mit seiner Agentur Working Press Basel werden auch neue Ideen und Projekte umgesetzt. „Wir haben mit sehr heterogenen Formen der Mediennutzung zu tun. Das gilt auch für die Jazztime-Community und -Sympathisanten. Die jüngere Generation informiert sich über unterschiedliche Medienkanälen. Für uns gilt deshalb: Print ist nach wie vor wichtig. Auch die Online-Angebote und der überaus beliebte Newsletter. Was nun aber auch neu dazu kommt, ist eine etwas stärkere strategische Ausrichtung zu Social Media als bisher." Man werde mit Influencerinnen und Influencern arbeiten und inhaltlich ein lebendiges und reichhaltiges Content Management etablieren. Neue Inhalte – einige davon auf die etwas jüngeren Zielgruppen ausgerichtet - werden komplementär zu dem bisher bewährten Print- und Online-Angebot produziert. Es würden auch Themen bedient, die eine Affinität haben zu Jazz beziehungsweise zum Jazz und Blues gehören. „Was mir aber wichtig ist: Alle, die bisher zufrieden waren mit dem inhaltlichen Konzept, werden auch weiterhin mit den beliebten Themen und Aktualitäten bedient werden. Das, was bisher gut ankam und funktionierte, wird auch weiterhin so umgesetzt werden", sagt er. Schliesslich würden die vielen Marketing- und PR-Kernkompetenzen von Working Press Basel genutzt. Unter anderem für Story- und Brandtelling.

Joël Charles Wuethrich

In seiner Jugend war der neue Mitbesitzer von Jazztime AG ein „passabler" Hobby-Saxophonist. „ Allerdings mit überschaubarem Talent", lacht Joël Ch. Wuethrich. „Ich ging regelmässig an Jazzkonzerte und Events. Ich liebe noch immer das World Saxophon Quartett, das mich sehr inspirierte und oft zur Verzweiflung brachten, weil ich wusste, dass ich nie das Talent haben werde, so gut zu werden. Zwei meiner Helden der Jugend waren vom Jazz inspiriert, aber wurden durch die Ska-Band Madness berühmt: Lee Jay Thompson und Steve Turner. Leider habe ich die letzten Jahre aufgrund der vielen anderen Beschäftigungen selten Musik gemacht. Aber es ist nie zu spät für ein Comeback."

Buchtipp

Übrigens: Wer mehr über die Basler Jazzszene erfahren will, dem sei das Buch „Jazz Basel" von Urs Ramseyer zu empfehlen:

Hier ist auch Platz für Ihr Inserat!
MINDMAKER AG
TELEFON +41 61 506 13 08
EMAIL: INFO@BASEL-WIRTSCHAFT.COM

Basel ist ein „Hotspot“

Von Fabrice Müller

Basel gilt als Hotspot der Schweizer Jazzszene. Es gibt wohl kaum einen Ort in der Schweiz, wo so viel Jazz auf konzentriertem Raum gespielt wird. Grosse Festivals, legendäre Clubs und engagierte Menschen sorgen für eine lebendige Jazz- bzw. Musikszene.

Warum bebte in den 1970er-Jahren der ‹Totentanz› in Basel vor lauter Newjazz? Was haben Hazy Osterwald, Caterina Valente und Oskar Klein mit der Jazzszene Basel zu tun? Was versteht man unter dem Begriff ‹Das Dreigestirn des Jazz in Basel›? Welcher legendäre Pianist wollte partout die Basler Trams während seines Konzerts im Stadtcasino zum Schweigen bringen? Der Jazz ist in Basel tief verwurzelt und kann auf eine lange, bewegte Geschichte zurückblicken. Viele der Bühnen, auf denen in Basel der Jazzmusik gefrönt wird, sind Institutionen mit einer Ausstrahlung über die Stadt- und Landesgrenzen hinaus. Dazu gehören zum Beispiel das alljährliche Jazzfestival Basel, die Offbeat-Konzerte, Em Bebbi sy Jazz, der Bird’s Eye Jazzclub oder der Jazzcampus als Hochschule und Talentschmiede für Jazzstudierende aus dem In- und Ausland.

Nicht nur auf grossen Bühnen

Doch der Jazz in Basel lebt nicht nur auf den grossen Bühnen, er gedeiht oft auch im Kleinen – dort, wo man ihn vielleicht nicht sofort erwarten würde. In der JazzKuchi an der Schönenbuchstrasse 9 zum Beispiel finden Jazz und Kulinarik eine genussvolle Symbiose. Im legendären Atlantis finden regelmässige Jazz- und Blues-Konzerte statt.

Gemeinsam mit dem Basler bird’s eye jazz club und dem Museum Tinguely hat Roche mit „Roche’n’Jazz“ ein Kulturprojekt zur Förderung innovativer Musik ins Leben gerufen. Der Gare du Nord, der Bahnhof für Neue Musik mit Sitz im Badischen Bahnhof, ist Spielort für die überaus lebendige und produktive zeitgenössische Musikszene der Schweiz, der Dreiländer-Region und über die Grenzen hinaus.

Engagierte Jazzfreunde

Viele Menschen engagieren sich für die Basler Jazzkultur. Das Jazzkollektiv Basel beispielsweise ist ein Verein mit der Hauptaufgabe, regelmässig Konzerte und Jam- Sessions in Basel zu veranstalten. Aktuell findet jeden Dienstag eine Jam Session im Schall und Rauch statt, dazu veranstaltet das Jazzkollektiv jedes Jahr ein zweitägiges Festival: das tis jazz Fest. Basel bringt auch viele Musikerinnen und Musiker hervor, die für wichtige Impulse in der Jazzszene sorgen. Seit 1966 gehören die «Steppin Stompers» (TSS) im Raum Basel der regionalen Jazzszene an. Vor etwa 14 Jahren wurde der Jazzchor Basel ins Leben gerufen. Er steht für ein kleines Laien-Ensemble unter professioneller Leitung mit hohem künstlerischem Anspruch.

Der Wasserhahn, der alles kann

100 °C KOCHENDES, GEKÜHLTES SPRUDELNDES UND STILLES WASSER

Mit dem Quooker erhalten Sie alle Wassersorten aus einer Armatur: warmes, kaltes, 100 °C kochendes sowie gekühltes sprudelndes und stilles Wasser. Kochen Sie Pasta im Handumdrehen, blanchieren Sie Gemüse oder erfrischen Sie sich mit einem Glas Wasser – gekühlt und gefiltert, sprudelnd oder still. Ein Quooker spart Zeit, Energie und Platz und ist dabei für Gross und Klein sicher im Gebrauch. Erhalten Sie mehr Informationen auf quooker.ch

Quooker®

M!NDMAKER

vermittelt, vermarktet und begeistert

Marktgasse 8 • 4051 Basel
Telefon: 061 506 13 08 • E-Mail: info@mindmaker.ch

Der Gin, der sich der Stimmung anpasst

Der beliebte Basilisk Gin hat ein neues Design. Und wartet in einer ganz neuartigen Flasche darauf, dass er verkostet wird. Jede Flasche ist einzigartig und ändert ihre Farbe. Je nach Licht. Je nach Stimmung.

Wir, das sind Patrick und Tobias und sind grosse Gin-Liebhaber. Die Idee einen eigenen Gin herzustellen geisterte schon lange in unseren Köpfen herum. Nach langem Tüfteln und Brennen haben wir in Zusammenarbeit mit der Destillerie Zeltner in Dornach unseren eigenen Gin auf den Markt gebracht, den Basilisk Dry Gin und den Old Tom Gin.

Nun sind wir in unserem fünften Jahr. Aus diesem Grund haben wir unser Design angepasst. und füllen die edlen Spirituosen in einen völlig neuen Flaschentyp ab. Es ist eine einzigartige Flasche. Je nach Lichteinfall verändert sich ihre Farbe. So erscheint der Basilisk Dry Gin hellblau bis schwarz und der Old Tom Gin hellgrün bis dunkelbraun. So leuchtet der edle Tropfen mal geheimnisvoll und sinnlich, mal feurig und exotisch. Lassen Sie sich verzaubern – vor allem natürlich vom preisgekrönten Inhalt!

Der einzigartige Geschmack bleibt aber der gleiche.

Er wird aus biologischen Zutaten nach der typischen Dry Gin Methode in kleinen Batches produziert. Neben Gewürzen aus der traditionellen Basler Küche verleiht die in Basel äusserst beliebte Hibiskus-Blume eine florale Note. Der Handcraft Basilisk Dry Gin ist mit seinen 44% vol. sowohl für puristische Gin-Liebhaber als auch für Gin-Tonic-Geniesser geeignet.

Wir sind nun auf der Suche nach neuen potenziellen Händlern. Wir würden uns sehr darüber freuen, wen auch wir Sie beliefern dürfen.

Blasto is Official Partner of White Turf and Snow Polo St. Moritz

Mit unserem liebevoll ausgesuchten Mietmobiliar beweisen Sie Geschmack und bringen frischen Wind in jeden Event. Besuchen Sie www.blasto.ch oder rufen Sie uns an: +41 55 225 46 56.

Blasto
AMBIANCE ZU VERMIETEN

DIE ZUKUNFT DER MOBILITÄT:

WAS WIRD UNS MORGEN BEWEGEN?

Julius Bär ist der globale Partner der Formel E.

www.juliusbaer.com

Julius Bär
YOUR WEALTH MANAGER