

TOP-ARBEITGEBER DER ZENTRALSCHWEIZ



© Bucherer

Aktiv um Fachkräfte werben

VICTOR BREU

Im Arbeitsmarkt in der Schweiz findet derzeit ein Paradigmawechsel statt, oder er hat schon stattgefunden. Der Personalchef eines Grossunternehmens beschreibt es so: «Früher wählte die Firma einen Stellensuchenden. Heute wählt der Stellensuchende eine Firma.» Einige Personalchefs tun sich schwer mit der geänderten Ausgangslage, sind sie doch in ihrer Rekrutierungsmacht beschnitten. Die guten Personalchefs jedoch sind froh darüber; die verlorene Handlungsgewalt in der Rekrutierung gibt ihnen die Argumente in die Hand, um im Unternehmen endlich noch bessere Anstellungsbedingungen durchzusetzen: Güteermale eben, die differenzieren.

Handwerker gesucht

Erstmals seit längerer Zeit geben Unternehmen zu, dass sie Mühe bekunden, ihre Stellen zu besetzen. Nach dem «Frankenschock» – der markanten Aufwertung des Frankens zum Euro über Nacht – vor zweieinhalb Jahren waren mancherorts, vorab im Industriesektor, Arbeitsplätze abgebaut worden, um die Konkurrenzfähigkeit

wieder zu erlangen. Nun hat das Pendel umgeschlagen. Die Auftragsbücher sind voll, die Produktionskapazitäten werden erhöht, es muss wieder Personal eingestellt werden.

Nun zeigt sich aber, dass in einigen Branchen und Berufen ein Mangel an Fachkräften herrscht – im Handwerk, im Gesundheitswesen, bei Informatikern und Ingenieuren. «Wir müssen vermehrt um Fachkräfte werben und aktiv auf potenzielle Mitarbeitende zugehen», berichten Rekrutierungsspezialisten auch renommiertester Arbeitgeber.

Weiterbildung hilft

Nicht wenige Firmen stellen in der Not auch wieder ältere Arbeitskräfte ein – und sprechen von der Erfahrung im Job, die gefragt sei. Als wäre das früher anders gewesen. In Wahrheit entspringt die plötzliche Wertschätzung der Ü-40, der Ü-50 sogar, einer bitteren Erfahrung der Personalchefs: Junger Nachwuchs ist Mangelware. Schlimmer noch: Es lassen sich nicht einmal mehr alle Lehrstellen besetzen. Die duale Berufsbildung – das Nebeneinander von Ausbildung in der Berufsschule und im Betrieb – mag in noch so hohen Tönen

besungen werden, das Marketing der Firmen bei Schülern und Eltern noch so intensiv sein: Tatsache ist, dass immer mehr Schulabgänger die Mittelschule der Fabrik vorziehen. Selbst Ungelernte haben bei der heutigen Personalknappheit wieder eine Chance auf Beschäftigung.

Infolge der Rekrutierungsschwierigkeiten setzten Unternehmen gezwungenermassen auf die Aus- und Weiterbildung ihres angestellten Personals. Dabei wird selbst die Erwachsenenlehre zum Thema. Jedenfalls betonen sämtliche Top-Arbeitgeber dieser Beilage, wie wichtig ihnen die Weiterbildung der Mitarbeitenden sei und wie viel Geld sie dafür investierten. Tatsächlich haben einige Firmen sehr elaborierte Ausbildungsprogramme aufgesetzt – und nennen sie dann meist Academy –, die sie in ihrer Branche hervorheben.

Perspektive und Karriere

Ist Weiterbildung begehrt? Jüngste Umfragen deuten an, dass zwei Drittel aller Beschäftigten in der Schweiz, besonders im KMU-Bereich, keine beruflichen Weiterbildungen besuchen, und sie auch nicht vermissen. Bei den Personalleitern

der Top-Unternehmen der Zentralschweiz tönt das ganz anders: Sie versichern unisono, ihre Angestellten gingen nicht nur bereitwillig, sondern begierig in Fach-, Persönlichkeits- oder Führungsschulungen. Mehr noch, die Optionen der Weiterbildung würden als ein nicht-monetärer Benefit der Jobs erachtet, nach dem sich potenzielle Mitarbeitende ausdrücklich erkundigen: Weiterbildungsmöglichkeit als Attraktivitätsmerkmal eines Arbeitgebers.

Um Fachkräfte oder Lehrlinge in genügender Zahl zu finden, müssen Unternehmen daher einen Fokus auf die Personalentwicklung und Weiterbildung erweisen sich als Schlüssel, um gesuchte Talente zu begeistern. Der ambitionierte Mitarbeiter wünscht sich einen spannenden, sinnstiftenden Arbeitsinhalt. Er wünscht sich aber auch Perspektiven in der Berufslaufbahn und Karrierechancen. Die besten Arbeitgeber tun genau das: Sie schaffen dem Mitarbeitenden die Rahmenbedingungen, damit dieser sein Potenzial erweitern und ausschöpfen kann. Im Gegenzug erhalten sie «Human Excellence»: Fitte, motivierte, leistungswillige Know-how-Träger, Partner, die ihnen zu wirtschaftlichem Erfolg verhelfen.

Wussten Sie, dass...

...die **AMAG** bei einem Personalbestand von 445 Mitarbeitenden in der Zentralschweiz nicht weniger als 75 Lernende in 12 Berufen ausbildet?

...**Bucherer** 1888 gegründet wurde, und die Zahl 8 für die Firma fast magische Bedeutung besitzt: als Symbol der Unendlichkeit, als Glückszahl oder weil man zu den Mitarbeitern 8-gibt?

...die **CPH-Gruppe** in der Perlen Papier 350 Mitarbeitende beschäftigt, von denen jeder im Schnitt pro Tag 6,9 Tonnen Papier für Zeitungen und Magazine produziert?

...die **CSS Versicherung** mit einem Marktanteil von 15,8% in der Grundversicherung die grösste Krankenkasse der Schweiz ist und einem Verein mit 603'741 Mitgliedern gehört?

...**Leister** jedes Jahr rund 50 hochqualifizierte Spezialisten – Ingenieure, Mikrotechniker, Physiker usw. – neu anstellt und sie nach Obwalden importiert?

...die **Luzerner Psychiatrie** an 17 Standorten in den Kantonen Luzern und Obwalden rund 1200 Mitarbeitende beschäftigt, davon 70% Frauen?

...**Maxon Motor** jährlich über 8% des Umsatzes in Forschung & Entwicklung steckt, weshalb am Hauptsitz in Sachseln OW nicht weniger als 240 Ingenieure arbeiten?

...die **Migros Luzern** als grösste private Arbeitgeberin der Zentralschweiz über 6000 Personen angestellt hat, von denen 70% Teilzeit arbeiten?

...die **Suva** als einer der grössten Arbeitgeber allein auf dem Platz Luzern rund 1450 Mitarbeitende zählt?

...**Swiss Steel/Steeltec** in Emmenbrücke rund 740 Mitarbeitende aus über 25 Ländern beschäftigt?

...**Trisa** vor 130 Jahren gegründet wurde und in den letzten 10 Jahren in der Schweiz gegen 250 Millionen Fr. investiert hat?

...**VBL** rund 360 Chauffeure und Chauffeusen beschäftigt, die in der VBL Fahrschule, der grössten der Zentralschweiz, ausgebildet werden?

...**Veriset** in den letzten 15 Jahren rund 40 Millionen Fr. investiert hat und so zum grössten Küchenbauer der Schweiz aufgestiegen ist?

Inhalt

Tradition und Innovation:	
Leister	Seite 2
Automatisierung sichert Werkplatz:	
Veriset	Seite 3
Chancen in der Stahlindustrie:	
Swiss Steel/Steeltec	Seite 4
Werte schaffen Werte:	
Trisa	Seite 5
Versorgung sicherstellen:	
Luzerner Psychiatrie	Seite 7
Arbeitsmethodik fasziniert:	
Suva	Seite 9
Wachstum mit Antrieb:	
Maxon Motor	Seite 11
Nachwuchs für das Autogewerbe:	
AMAG	Seite 13
Perspektiven beim ÖV-Anbieter:	
VBL	Seite 15
Technik begeistert:	
CPH-Gruppe	Seite 17
Weiterentwicklung von Mensch und Firma:	
Migros Luzern	Seite 19
Innovation bringt Kundennutzen:	
CSS Versicherung	Seite 21
Erfolg mit Luxus:	
Bucherer	Seite 23
Stimme der Wirtschaft	Seite 22

«TOP-ARBEITGEBER DER ZENTRALSCHWEIZ»

Beilage der «Luzerner Zeitung» und ihrer Regionalausgaben sowie des «Boten der Urschweiz», 14. 9. 2017

Konzept: breuhug Communications AG, 6285 Hitzkirch, info@breuhug.ch

Redaktion: Victor Breu, Kai Haldimann, Ewald Jann, Anna Wojnarska

Layout, Produktion: Anita Achermann, 360° media solutions AG, Sursee

Druck: Luzerner Zeitung AG, Luzern

BREUHUG
COMMUNICATIONS AG

Hightech für die Welt aus Obwalden

Leister | Mit Kunststoff-Schweissgeräten ist Leister weltbekannt. Doch die Technologie-Gruppe entwickelt und produziert auch Hightech in der Mikrotechnologie. Leister ist ein Hidden Champion: eine verborgene Unternehmensperle.

VICTOR BREU

Aus Obwalden in alle Welt: Leister exportiert über 98% ihrer Produkte. Leister ist seit über 60 Jahren Weltmarktführer mit Kunststoff-Schweissgeräten. Mit Lasersystemen zum Kunststoffschweissen ist man auch technologisch weit voraus. Leister ist zudem weltweiter Marktführer mit Heissluftgebläsen für industrielle Prozesswärme. Und mit der Tochterfirma Axetris ist die Leister-Gruppe schliesslich in Nischen der Mikrotechnologie, etwa bei Infrarotstrahlern oder mikrooptischen Linsen, führend dabei. «Wir verkaufen sowohl klassische Technologie als auch Hightech-Produkte, die in Sarnen und Kägiswil entwickelt und hergestellt werden, mit nachhaltigem Erfolg in über 130 Ländern. Das macht uns stolz und lässt das Herz eines jeden Mitarbeitenden höherschlagen», sagt Beat Mettler, der CEO der Leister-Gruppe.



Die auffallende Vielzahl der Technologien, die die beiden operativen Leister-Firmen Leister Technologies AG und Axetris AG beherrschen, geht einher mit einer erstaunlichen Vielfalt an Tätigkeiten und Berufen. Da sind zum einen die handwerklichen Fachleute, die Produktionsmechaniker, Elektroniker, Konstrukteure, Anlagen- und Apparatebauer, Logistiker, die gut die Hälfte der 500-köpfigen Belegschaft in Kägiswil und Sarnen stellen, sowie die kaufmännischen Mitarbeiter. Da sind zum anderen zahlreiche hochqualifizierte Ingenieure der Elektro- oder Mikrotechnik sowie Physiker bei Axetris, die auch eine Fertigung in einem Reinraum betreibt.

Klammer: Innovation

«Unser Unternehmen weist tatsächlich eine enorme Spannweite auf, technologisch, aber auch kulturell. Bei uns herrscht ein faszinierendes Miteinander von Bodenständigkeit und Weltläufigkeit. Wir orientieren uns an traditionellen, lokalen Werten, sind aber auch auf dem internationalen Parkett zuhause», erklärt Beat Mettler. Allein schon die Gebäulichkeiten in Obwalden zeigen das an: Zu den Firmen-Liegenschaften in Kägiswil gehört nicht nur das Corporate Headquarter, ein modernes Glasgebäude, sondern auch ein jahrhundertaltes Chalet, in dem Sitzungen und Schulungen stattfinden. Alt neben neu, auf den Wurzeln der Tradition in Neuland vorstossen, das charakterisiert Leister.

Eine Klammer in der vielfältigen Leister-Gruppe ist die Innovationskultur. Nur dank konstanten Innovationen erreichte Leister die weltweite Technologieführerschaft bei fast allen Produkten und Prozessen. Die Gruppe führt ein Patentportfolio mit über 100 Patenten und mehr als 400 Länderanmeldungen, über 15% der Mitarbeitenden in Obwalden sind in Forschung & Entwicklung tätig. Innovation ist weiterhin in vielen Bereichen möglich, weil die Leister-Geräte im Zuge der Digitalisierung

«intelligenter» werden. Auch gibt es immer wieder neue Anwendungen, wie beispielsweise die Verschweissung von Technischen Textilien mittels Lasertechnologie.

«Leister kommt von Leisten»

«Der unbedingte Wille zu Innovations- und Qualitätsführerschaft in verschiedenen Technologien macht die Arbeitsplätze bei der Leister-Gruppe für lernbegierige Ingenieure einzigartig», sagt Thomas Hessler,

der Geschäftsführer von Axetris. Gerade in der Mikrotechnologie-Firma Axetris wächst Leister derzeit sehr dynamisch, und gerade dort sucht sie etliche hochqualifizierte Mitarbeitende. «In der Region wird zunehmend bekannt, dass wir für Ingenieure hochinteressante Stellen anbieten. Auch die Zusammenarbeit mit Hochschulen erweist sich als befruchtend.»

Beat Mettler, der CEO der Leister-Gruppe, hat festgestellt, dass neben der Innovationskraft zwei weitere Eigenheiten von Leister ambitionierte Ingenieure ansprechen: die fordernde Leistungskultur und der unternehmerische Geist. «Leister kommt von Leisten, heisst unser Credo, und damit können sich viele Menschen identifizieren, sofern sie ihren Wissensdurst und ihre Kreativität ausleben können.» Leister sei für Fachleute mit «Entrepreneurship» attraktiv, die den Freiraum nutzen und etwas bewegen wollten, die das hohe Mass an Autonomie in der Arbeit schätzen.

Die Attraktivität für die Mitarbeitenden gründet natürlich auch im Markterfolg von Leister. «Ich bin seit 2009 dabei, und in dieser Zeit ist der Personalbestand von 420 auf 800 Mitarbeitende gestiegen», sagt Michael Sigrist, der Chief HR Officer. Bemerkenswert ist, dass Leister das Wachstum zu einem guten Teil am Stammsitz in Obwalden bewältigt. Zwar betreibt Leister in China eine Fabrik für Kunststoff-Schweissgeräte im tieferen Preissegment;

die Forschung und Entwicklung sowie der weit überwiegende Teil der Produktion finden jedoch weiterhin ausschliesslich in der Schweiz statt. «Wir schaffen in Obwalden stetig neue Arbeitsplätze, stellen hier jedes Jahr rund 60 Personen an», so der Personalleiter. Gleichsam als Bekenntnis zum Schweizer Werkplatz investiert die Leister-Gruppe 35 Millionen Fr. in die Erweiterung ihrer Produktionsanlagen in Obwalden.

Damit wird ein weiterer Wert von Leister dokumentiert: die Verlässlichkeit. «Auch nach dem Frankenschock, der schlagartigen Aufwertung des Frankens, haben wir aus wirtschaftlichen Gründen keine Leute entlassen. Wir haben die Löhne nicht gesenkt und auch keine Arbeitsplätze ins Ausland verlegt», erklärt Sigrist. Einzig die Arbeitszeit wurde, während eines Jahres, um eine Stunde die Woche erhöht. «Durch



diese und andere Massnahmen ist es uns gelungen, die Produktivität und die Effizienz nachhaltig zu erhöhen.» Gerade in solchen Krisenzeiten zeige sich die Loyalität, ja die Verbundenheit des Personals mit Leister. In der Leister Technologies AG beträgt die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit eines Mitarbeitenden rekordverdächtige 15,7 Jahre.

Leister

- Die Leister-Gruppe mit Sitz in Kägiswil OW ist ein Hersteller von Kunststoffschweissgeräten, Heissluftgebläsen für industrielle Prozesswärme sowie Lasersystemen zum Kunststoffschweissen. Ausserdem entwickelt und produziert sie Hightech-Produkte in den Bereichen Mikrooptik, Infrarotstrahler, Massenflussregler und Laser-Gasdetektion.
- Die Leister AG ist die Holding der Gruppe, zu der 10 Unternehmen in 9 Ländern (Europa, USA, Asien) gehören. Forschung & Entwicklung sowie Produktion finden fast ausschliesslich in der Schweiz statt, den beiden operativen Gesellschaften Leister Technologies AG (Kunststoffschweissen, Prozesswärme) und Axetris AG (Mikrotechnologie). Die ausländischen Firmen konzentrieren sich auf Ver-

trieb und Service von Leister-Produkten. Nur in China produziert Leister noch Maschinen im tieferen Preissegment.

- 98% der Produkte exportiert Leister. Die Gruppe unterhält eine Verkaufs- und Serviceorganisation in über 130 Ländern. In Kägiswil und Sarnen beschäftigt Leister 500 Mitarbeitende, weltweit zählt die Gruppe 800 Mitarbeitende.
- Leister wurde 1949 in Solingen von Karl Leister gegründet. 1977 wurden sämtliche Geschäftsaktivitäten in die Schweiz verlegt. Nach Karl Leisters Tod führte ab 1993 seine Frau Christiane Leister das Unternehmen, heute als Präsidentin des Verwaltungsrates. Die Leister-Gruppe befindet sich bis heute zu 100% in Familienbesitz. Sie gibt keine Umsatz- und Gewinnzahlen bekannt.

«Traditionsbewusst entwickeln wir Zukunftstechnologie»

Herr Sigrist, welche Berufsleute sucht Leister?

MS: Im Stammgeschäft suchen wir Handwerker, Produktionsmechaniker, Anlagen- und Apparatebauer, Elektroniker, Logistiker, Konstrukteure, Maschinen- und Elektroingenieure sowie kaufmännische Berufsleute. Bei Axetris verzeichnen wir ein starkes Wachstum. Dort suchen wir viele hochqualifizierte Mitarbeitende in den Mint-Berufen, etwa mit einem Hochschulabschluss in der Elektro- oder Mikrotechnik sowie Physiker. Diese müssen ebenso eine hohe Sozialkompetenz mitbringen und sich im internationalen Umfeld bewegen können. Der Arbeitsmarkt für Personen mit diesen Anforderungen ist sehr eng, alle Technologiefirmen fischen da im selben Teich. Dennoch achten wir auch stark auf den «Cultural Fit», dass diese Personen auch zu uns passen und unsere Werte mittragen. Lieber lassen wir eine Stelle ein paar Monate unbesetzt, als dass wir sie nicht passgenau besetzen.

Welche Werte hält Leister hoch?

MS: Leister lebt eine konsequente Orientierung an Qualität, Innovation und Kundennutzen. Wir sind traditionsbewusst, gleichzeitig entwickeln wir Zukunftstechnologie, wir setzen auf eines jeden Leistung und sind doch teambewusst. Mitarbeiter haben dafür selber den Begriff des «Leister-Mann» geprägt: «Dieser steht mit Begeisterung und Feuer und Flamme hinter den Produkten, hat einen grossen Firmenstolz und identifiziert sich mit dem Unternehmen. Mann und Frau will etwas bewegen, liebt interessante und herausfordernde Arbeit – auch wenn diese manchmal anstrengend ist – und ist bereit, dafür entsprechenden Einsatz zu geben.»

Das ist ein hoher Anspruch. Was macht Leister als Arbeitgeber denn attraktiv?

MS: Das Wichtigste wohl: Die Arbeit ist interessant und vielseitig, mit komplexen Aufgabestellungen. Viele Leute wissen gar nicht, was bei Leister Span-

nendes entwickelt und gefertigt wird. Sind Kandidaten einmal hier und sehen unsere Projekte, sind sie begeistert. Hinzu kommt, dass Leister als Unternehmen die richtige Grösse hat. Wir sind noch ein kleiner Konzern, aber mit weltweitem Wachstum. Daraus ergeben sich vielfältige Aufgaben, auf noch nicht ausgetreten Pfaden, man kann noch etwas bewegen. Die Vielseitigkeit der Arbeit zeigt sich daran, dass ein Ingenieur ein Projekt in seiner ganzen Bandbreite, oft vom Prototypen bis hin zur Serienfertigung, verfolgen kann. Ausserdem zeichnet sich die Arbeitsweise bei Leister durch viel Freiraum und Autonomie aus. Ein weiteres Plus sind die interessanten Entwicklungs- und Karrieremöglichkeiten, die sich im Zuge des Wachstums eröffnen.

Macht auch die internationale Ausrichtung des Geschäfts Leister attraktiv?

MS: Wir verkaufen unsere Produkte fast ausschliesslich im Ausland. Daher arbeiten viele Mitarbeitende in einer Ar-

beitsumgebung, die ständig in Kontakt mit Kollegen oder Kunden im Ausland steht. Gut 50 unserer 500 lokalen Mitarbeitenden sind fast permanent reisend unterwegs. Diese Internationalität in der Arbeit, den Kontakt mit anderen Kulturen, empfinden unsere Mitarbeitenden als sehr bereichernd. Diese Weltoffenheit ist ein Wert, der unsere Firmenkultur prägt.



Michael Sigrist, Chief HR Officer.

Sichern Sie sich den Personalnachwuchs auch durch eigene Lehrlinge?

MS: Ja, wir bilden derzeit 23 Lernende in sechs Berufen aus. Als etablierter und renommierter Lehrbetrieb im Kanton Obwalden haben wir auch keine Mühe, die Lehrstellen zu besetzen. Wir sind stolz, dass seit 1963 alle Leister Lernenden ihre Abschlussprüfung sehr erfolgreich bestanden haben. Die Durchschnittsnote sämtlicher Lehrabschlussprüfungen über all die Jahre und Lernenden hinweg betrug 5,2, oft sogar mit Ehrenmeldung. Zudem können wir über 95% der frisch gebackenen Berufsleute im Anschluss an ihre Lehrzeit übernehmen. Wir wollen in den nächsten Jahren unser Lehrlingswesen weiter ausbauen, auch neue Berufe einführen. Der eigene Personalnachwuchs reicht heute jedoch bei weitem nicht aus, um die Pipeline benötigter Arbeitskräfte zu füllen. Deshalb sind wir darauf angewiesen, auch in Zukunft Talente und Fachkräfte nach Obwalden anzuziehen. (Interview vb.)

Luzerner Küchen für die ganze Schweiz

Veriset | Der grösste Küchenbauer der Schweiz ist erfolgreich unterwegs. Weil er früh erkannt hat, wie sichere und zukunftsorientierte Industriejobs in der Schweiz zu erhalten sind: mit hohen Investitionen in Menschen und Maschinen.

ANNA WOJNARSKA

Unser Inhaber ist ein Visionär», sagt Sonja Pfister, die Leiterin Personal bei Veriset. Der Inhaber, das ist Ueli Jost, der 2001 als Sanierer zum Küchenbauer im Luzerner Rontal kam und zwei Jahre später die Aktienmehrheit übernahm. Damals produzierte Veriset rund 3500 Küchen im Jahr, mit 215 Mitarbeitenden; heute sind es 20'000 Küchen, mit 220 Festangestellten. «Dass wir einerseits zum grössten Küchenbauer der Schweiz aufsteigen und andererseits überhaupt die Produktion in der Schweiz halten und die Arbeitsplätze sichern konnten, lag daran, dass Ueli Jost auf Innovation und Investition setzte.»

Veriset investierte seit 2001 rund 50 Millionen Fr. in die neusten Maschinen und IT-Technologien, um die Prozesskosten laufend zu reduzieren. Daher hat Veriset heute europaweit einen der modernsten Maschinenparks mit einer abgestimmten IT-Infrastruktur. Jede Küche wird individuell produziert. Dank vernetzter Systeme in der modernsten Möbelproduktion der Schweiz werden auch Einzelausführungen und Sonderfertigungen hochindustriell und effizient gefertigt. 2011 führte Veriset als Pionier in Europa die Lasertechnologie ein, um Kante und Platte bei Kunstharzmöbeln fugenlos zu verschmelzen. 2015 wurde die automatische Montageanlage in Betrieb genommen, in der bis zu 1000 Küchenmöbel pro Tag zusammengebaut werden. «KKT – komplett, korrekt, termingerecht: Das versprechen wir und halten wir ein. Dank unserer modernsten Infrastruktur können wir unsere Kunden wunschgemäss und zuverlässig bedienen», so Christian Kramis, der Leiter Produktion & Logistik. In den nächsten Jahren setzt Veriset die hohe Investitionstätigkeit ungebremst fort, Investitionen von 15 Millionen Fr. sind geplant, vorab in weitere Digitalisierung und die «visionäre Industrie 4.0 à la Veriset».

Die Küche. Swiss Made.

Dass die Automatisierung Arbeitsplätze kostet, glaubt Sonja Pfister nicht. Im Gegenteil: Dank gesteigerter Effizienz war es überhaupt erst möglich, die Produktionsstellen in Root LU zu halten. «Wir bekennen uns klar zum Produktionsstandort Schweiz und wollen die



Arbeitsplätze in der Region sichern», sagt Sonja Pfister. Auf dem Schweizer Markt, wo Veriset ausschliesslich tätig ist, sei man nur mit dem Optimum zufrieden. Und Veriset finde hier jene gut ausgebildeten Mitarbeitenden mit einem ausgeprägten Qualitätsbewusstsein, die für die Lieferqualität von Veriset die Basis bilden. Auch bei den Lieferanten verlässt sich Veriset, wenn immer möglich, nur auf Lieferanten aus der Schweiz.

Investition in Fähigkeiten

«Die Schweiz ist unsere Heimat. Hier haben wir unsere langfristigen Partner wie Lieferanten, Mitarbeitende, Kunden und Fachhochschulen. Schweizer Werte wie Qualität und Liefertreue leiten uns. Ja, auf diese Bodenständigkeit legen wir viel Wert», erklärt Personalleiterin Sonja Pfister. Im Heimmarkt sieht Veriset Potenzial nach oben, hier will man «nachhaltig und gesund» wachsen und Veriset als gesamtschweizerische Marke etablieren. Hierzu wiederum hat Veriset auch den Vertrieb ausgebaut, indem diesen Frühling zwei Fachhandels-Firmen übernommen und deren Niederlassungen in mehreren Kantonen als Verkaufsstellen unter dem Namen Veriset integriert wurden. «Ab 2018 werden wir in der gesamten

Schweiz acht eigene Veriset-Ausstellungen haben», so Sonja Pfister.

Die stete Weiterentwicklung der technischen Anlagen und die regelmässigen Produktinnovationen helfen nicht nur, die Arbeitsplätze langfristig zu sichern. Sonja Pfister ist überzeugt, dass die Investitionen auch die Qualität der Arbeitsplätze verbessern: «Wir können unseren Leuten attraktivere Jobs bieten.» Im Produktionswerk in Root, wo rund 140 Mitarbeitende im Zweischicht-Betrieb arbeiten, wird eine Art Job-Rotation praktiziert: Die Mitarbeitenden werden an verschiedenen Maschinen eingesetzt, damit sie auch die verschiedenen Technologien und Prozesse beherrschen. Das macht die Arbeit abwechslungsreich, spannend und erhöht das Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten. Durch das Veriset-interne Verbesserungs-Programm IBW («Immer besser werden») werden die Produkte, Prozesse und Mitarbeiterqualifikationen laufend optimiert.

Das bedingt eine permanente Aus- und Weiterbildung des Personals, zumal Veriset relativ viele Einstiegsjobs bietet. «In die Schulung der Mitarbeitenden, gerade auch in der Produktion, investieren wir erhebliche Mittel», so die Leiterin Personal. «Wir veranstalten interne Kurse,

viele gehen aber auch in externe Weiterbildungen, und zwar nicht nur die Holzbau- oder Maschineningenieure, sondern auch unsere Handwerker, also die Instandhaltungsfachleute, Schreiner, Elektriker, Anlagenführer, Logistiker.» Veriset hat die Erfahrung gemacht, dass die Mitarbeitenden sich gerne weiterbilden, ja sogar dankbar sind für die Ausbildung.

Besonderes Förderprogramm

In einem Punkt der attraktiven Personalentwicklung ist Veriset sogar einzigartig: mit dem Mitarbeiter-Förderungsprogramm (MAFE). «Die Führungskräfte des unteren und oberen Kaders – und bald auch des mittleren Kaders, da sind wir in der Umsetzung – schicken wir durch diese Schulung. Wir sprechen da von 40 bis 50 Personen», erklärt Sonja Pfister. Konkret: Jede Führungsperson wird individuell, in Einzeltrainings, über drei, vier, fünf Jahre spezifisch geschult. Und, auch das aussergewöhnlich, die Schulungen werden für das obere Kader durch den Inhaber und Geschäftsleiter, Ueli Jost, und die Personalleiterin persönlich erteilt. «Wir bringen so fähige Mitarbeitende in höhere Führungspositionen hinein.»

Das Familienunternehmen Veriset hat im Arbeitsmarkt gemäss der Perso-

nalleiterin den Ruf, sich stark um das Mitarbeiterwohl zu kümmern. Kein Wunder, verfügt die Firma auch über ein auffällig ausgebautes Mitarbeiter-Gesundheitsförderungsprogramm, «Verifit». Bei Veriset gibt es zweimal täglich, je fünf Minuten, Entspannungsübungen für alle gemeinsam am Arbeitsplatz. «Wir wissen aus der Mitarbeiterbefragung, die alle drei Jahre stattfindet, dass auch unser Fokus auf Gesundheit und Wohlbefinden am Arbeitsplatz ein Faktor ist, der uns zum attraktiven Arbeitgeber macht», versichert Sonja Pfister. «Als Familienunternehmen liegen uns langfristige Partnerschaften sehr am Herzen. Die gute Zusammenarbeit mit den Mitarbeitenden ist ein entscheidender Erfolgsfaktor. Dabei stets im Fokus: Der gemeinsame Erfolg für alle Beteiligten.»

Veriset

- Das inhabergeführte Schweizer Familienunternehmen Veriset ist mit über 20'000 jährlich produzierten Küchen der grösste Schweizer Küchenhersteller.
- Am Firmensitz in Root LU werden mittels innovativer Produktionstechnologie moderne Küchen für den privaten Nutzungsbereich hergestellt.
- Veriset glaubt an den Werkplatz Schweiz und investiert langfristig, um den Produktionsstandort und die über 220 Arbeitsplätze zu sichern.
- Veriset-Küchen sind bei über 100 Fachhandelspartnern in der ganzen Schweiz erhältlich. Daneben ist Veriset mit drei eigenen Niederlassun-

veriset

die küche. swiss made.

gen in Root, Wettingen und Rolle VD präsent. Mit der Übernahme der ISP Küchen AG im Frühjahr 2017 sind fünf weitere Standorte in Zofingen, Opfikon, Muttens, Gümligen BE und Camorino TI dazugekommen, welche ab 2018 als eigene Standorte geführt werden.

- Die Veriset Küchen AG wurde 1999 gegründet, sie ist die Nachfolgefirma der früheren Veriset AG. 2003 erwarb Manager Ueli Jost die Firma, der sie bis heute als Inhaber und Geschäftsleiter führt. Die Firma befindet sich fast vollständig in Familienbesitz.

«Investieren in die Kompetenzen der Mitarbeitenden»

Frau Pfister, Veriset legt viel Wert auf gute Kundenbetreuung. Wie sieht der Umgang mit den Mitarbeitenden aus?

SP: Wir legen grössten Wert auf eine angenehme Zusammenarbeit und pflegen eine vertrauenswürdige Kultur. Bei uns tritt man eine Stelle an, kann sich weiterbilden und anschliessend in verschiedene Positionen aufsteigen. Die interne wie auch externe Mitarbeiterförderung ist zentraler Punkt unserer Unternehmenskultur.

Welche konkreten Massnahmen zur persönlichen Weiterentwicklung der Mitarbeitenden hat Veriset ergriffen?

SP: Wir investieren viel Geld in die Kompetenzen unserer Mitarbeitenden. Dank diesen Investitionen erhalten unsere Mitarbeitenden neue Perspektiven und können die Karriereleiter zielgerichtet hinaufsteigen. Neben den Aufstiegsmöglichkeiten verfügen wir über einen der modernsten Maschinenparks

in Europa, sicherlich ist auch dies ausschlaggebend, weshalb sehr gut ausgebildete junge Fachkräfte zur Veriset stossen. Auch verfolgen wir eine nachhaltige Führungskultur. Talente werden frühzeitig identifiziert und in internen Förderungsprogrammen stufengerecht gefördert und ausgebildet. So versuchen wir, offene Positionen, insbesondere im Kaderbereich, mit internen Personen zu besetzen.

Was tun Sie dafür, dass Veriset als attraktiver Arbeitgeber bekannt bleibt?

SP: Da uns die Gesundheit unserer Mitarbeitenden sehr am Herzen liegt, haben wir ein ganzheitliches Gesundheitsförderungskonzept entwickelt. Die Bewegungskomponente wird beispielsweise durch unser «Verifit»-Programm abgedeckt. So werden zweimal täglich – in der sogenannten Balance Time – Entspannungsübungen gemacht, und es werden über den Mittag

geführte Jogging- und Walkingtouren angeboten. Zudem haben wir erweiterte Sozialleistungen, die uns klar von Mitbewerbern abheben. Auch im Bereich Arbeitszeiteinteilung können bei uns individuelle Lösungen gefunden werden. Dies fängt bei flexiblen Arbeitszeiten an, geht bei Home Office weiter und endet bei Teilzeitarbeit



Sonja Pfister, Leiterin Personal.

len in Kaderpositionen. Somit können zum Beispiel auch Familienväter einen wertvollen Beitrag zur täglichen Kindererziehung leisten. Alle unsere Mitarbeitenden sind zudem direkt am Erfolg des Unternehmens beteiligt. So wird in Form eines Qualitätsbonus monatlich eine Prämie für überdurchschnittliche Leistungen der gesamten Belegschaft ausgeschüttet.

Wie sieht die Zukunft der Veriset aus?

SP: Wir glauben an den Werkplatz Schweiz und investieren kräftig weiter. Weil wir hier eine gute Infrastruktur vorfinden und auch die motivierten und qualifizierten Mitarbeitenden, die wir für unsere Arbeit benötigen, rekrutieren können. Wir sind überzeugt, dass wir mit Innovationskraft, hoher Fertigungstiefe und effizienten Strukturen Küchen zu marktfähigen Preisen produzieren können. In der Schweiz, in Root. (Interview aw.)

Willkommen in der Stahlmetropole Luzern

Swiss Steel/Steeltec | In der auf dem Werkplatz Luzern bedeutenden Stahlindustrie herrscht ein Fachkräftemangel. Dabei sind auch in dieser Branche beste Berufseinstiegs- wie Karrierechancen vorhanden.

KAI HALDIMANN

Willkommen in der Stahlindustrie steht an der Einfahrt zum riesigen Werkareal in der Emmenweid. An einer Drei-Säulen-Skulptur steht zu lesen, wer hier zuhause ist: die drei Unternehmen Swiss Steel, Steeltec und Panlog unter dem Dach der Schmolz+Bickenbach Group. Dieser Werkplatz hat eine stolze Tradition: Die Swiss Steel, die früher von Moos Stahl hiess, feiert eben ihr 175-Jahr-Jubiläum. Und die Stahlindustrie hier ist noch immer ein bedeutender Arbeitgeber: Rund 740 Beschäftigte schmelzen und walzen hier Stahl oder veredeln ihn zu hochwertigem Blankstahl.

In den letzten zehn Jahren ist der Personalbestand am Werkplatz Emmenbrücke per Saldo stabil geblieben, und allein das ist in der weltweit hart umkämpften und sehr volatilen Stahlindustrie ein grosser Erfolg. «Wir produzieren höher- und höchstwertige Edelmetalle, uns zeichnet Qualität- und Technologieführerschaft aus. Zudem sind unsere Spezialstähle oft individuell modifizierte Produktlösungen für spezifische Kundenbedürfnisse. Nur weil wir uns in Nischen spezialisiert haben, dort aber zu den Weltmarktführern gehören, sind wir erfolgreich», erklärt Carlo A. Mischler, der CEO von Swiss Steel. Mit ihren rund 500 Mitarbeitenden fungiert Swiss Steel innerhalb der Schmolz + Bickenbach-Gruppe als Kompetenzzentrum für die Herstellung hochwertiger Spezialstähle für die Automobil-, Maschinen- und Apparatebauindustrie.

Stahlstadt Luzern

Sogar noch spezialisierter als die Swiss Steel ist die Steeltec, die zu den führenden Anbietern von Spezialblankstahl in Europa gehört. Auch dieses Unternehmen, das in der Emmenweid 190 Mitarbeitende zählt, gehört zu den Innovationstreibern im Konzern. Jedenfalls erfüllen sowohl Steeltec als auch Swiss Steel bestens die Vision der Schmolz+Bickenbach-Gruppe: «Wir sind der Massstab für Spezialstahllösungen». Die Gruppe löste 12% des Umsatzes im Jahr 2016 mit Produktinnovationen, also neu am Markt eingeführten Produkten.



Die S+B-Gruppe lenkt die Innovationsprozesse gruppenweit vom Zentralbereich Technical Development in Luzern aus. Mehr noch, die gesamte weltweite strategische Steuerung des Konzerns geschieht von Luzern aus. In Luzern, im Tribschenquartier, hat die Schmolz+Bickenbach Group im Oktober 2015 nämlich die Konzernzentrale angesiedelt. Rund 60 Personen aus 11 Ländern arbeiten nun dort – nach einer extrem erfolgreichen personellen Neuausstattung. Mehr als 50 der hochqualifizierten Fach- und Führungsstellen mussten in den letzten zwei Jahren neu besetzt werden, nachdem nur wenige den Umzug von Düsseldorf nach Luzern mitmachen wollten. Als Sitz eines globalen Stahlkonzerns darf Luzern nun als Stahlstadt gelten; zusammen mit dem Werkplatz in Emmenbrücke ergibt das dann die «Stahlmetropole Luzern».

Trumpf Sozialpartnerschaft

Carlo A. Mischler, der CEO von Swiss Steel, nennt weitere Gründe, wieso die lokale Stahlindustrie gute Chancen auf eine erfolgreiche Zukunft hat. Erstens: Ihre Werke sind geografisch gut, sprich zentral gelegen. Das ist bei den bewegten Tonna-

gen in diesem Geschäft von erheblichem Belang. Über 600'000 Tonnen Schrott, die Hälfte des Schweizer Aufkommens, werden im «Recyclingbetrieb» Swiss Steel eingeschmolzen. Im Gegenzug verlassen sieben

bis neun Güterzüge mit Stahl jede Woche das Areal allein nach Italien. Zweitens: Die Produktion in den Werken von Swiss Steel und Steeltec erfolgt nach gezielten Investitionen stark automatisiert, auf modernsten

Anlagen. So hat Swiss Steel eben über 9 Millionen Fr. in das Coil-Handling, das Binden und Verpacken von Draht-Ringen im Walzwerk, investiert. Bis 2020 sind weitere Investitionen von 49 Millionen Fr. geplant.

Drittens – und dieser Aspekt ist vielleicht besonders wichtig: «Wir haben eine gute Arbeitsgesetzgebung, die uns Flexibilität ermöglicht. Zusammen mit der ausgezeichneten Sozialpartnerschaft, die wir in unseren Betrieben pflegen, erwächst daraus ein echter Wettbewerbsvorteil.»

Chancenreiche Berufe

Wieso fällt es Swiss Steel und Steeltec dennoch schwer, technische Berufsleute zu finden? Swiss Steel hat letztes Jahr 77 Personen eingestellt, zehn Stellen aufgrund des Fachkräftemangels aber nicht besetzen können. Steeltec besetzte zehn Stellen neu, eine blieb offen. Martin Allemann, HR-Leiter bei Swiss Steel, kennt den Grund: «Schichtarbeit ist hart und unpopulär». Drei von vier Mitarbeitenden bei Swiss Steel und Steeltec arbeiten in der Produktion, und das heisst für viele Schichtarbeit. Bei Swiss Steel gibt es Vier- und Zweischichtbetrieb; am Schmelzofen – und damit für jeden vierten Mitarbeitenden – herrscht Vierschichtbetrieb. In der Blankstahlproduktion bei Steeltec kennt man den Zwei- und Dreischichtbetrieb, jeder Dritte leistet Schichtarbeit.

Martin Allemann betont daher, dass die Jobs trotz unregelmässiger Arbeitszeit attraktiv seien. Denn die Arbeit sei spannend und abwechslungsreich. «Die Berufsbilder ändern sich stark. Der Mitar-

Swiss Steel/Steeltec

- Die Swiss Steel AG, die Steeltec AG und die Panlog AG sind die drei Firmen der Schmolz+Bickenbach-Gruppe, die in Emmenbrücke in der Stahlindustrie tätig sind. Auf dem dortigen Werkareal arbeiten rund 740 Mitarbeitende: 500 bei Swiss Steel, 190 bei Steeltec und 44 bei Panlog (Logistik). Weitere rund 60 Personen beschäftigt die Schmolz+Bickenbach-Gruppe in Luzern, wo die Konzernleitung seit 2015 ihren Sitz hat.
- Schmolz+Bickenbach (S+B) ist einer der weltgrössten Produzenten von hochwertigen Spezialstahl-Langprodukten mit einem Vertriebsnetz in 30 Ländern auf 5 Kontinenten. Bei Edellaustahl ist sie die Nr. 2 in Europa, bei RSH-Stahl (gegen Rost, Säure, Hitze beständiger Stahl) und bei Werkzeugstahl je die Nr. 2 weltweit. Die S+B-Gruppe beschäftigt

8900 Mitarbeitende und erzielt einen Umsatz von 2,3 Milliarden Euro (2016).

- Die Swiss Steel ist einer der führenden Anbieter in Europa von Qualitäts-, Edel- und Automatenstählen in Form von Walzdraht oder Stabstahl. Swiss Steel mit knapp 500 Mitarbeitenden ist nur in Emmenbrücke tätig.
- Die Steeltec zählt mit rund 550 Mitarbeitenden in Deutschland, der Schweiz, Dänemark, Schweden und der Türkei zu den führenden Herstellern in Europa von Spezialblankstahl.
- Swiss Steel feiert 2017 ihr 175-Jahr-Jubiläum! Die heutige Schmolz+Bickenbach wurde 1919 in Deutschland gegründet. Der Ursprung von Swiss Steel jedoch geht zurück auf das Jahr 1842, als die Brüder Ludwig und Franz von Moos die spätere von Moos Stahl gründeten.

«Auch ungelernete Mitarbeitende haben eine Chance»

Herr Allemann, hat Swiss Steel ein Rekrutierungsproblem?

MA: Es ist schwierig, gut qualifizierte technische Fachleute zu finden, etwa Automatik, Polymechaniker, Ingenieure der Metallurgie, aber auch IT-Spezialisten. Zwar bewarben sich letztes Jahr 1800 Personen für 87 offene Stellen, aber wir konnten nur 77 anstellen. Dennoch kann ich sagen, dass bei uns auch ungelernete Personen eine Chance haben, angestellt zu werden. Von unseren Mitarbeitenden verfügen 57% über eine abgeschlossene Berufslehre, 27% haben die obligatorische Schulzeit abgeschlossen. Wir haben eine sehr gute Einschulung, auch für die Erwachsenenlehre sind wir offen.

NZ: Wir gehen das Nachwuchsproblem auch dadurch an, dass wir uns als ausgezeichneten Lehrbetrieb positionieren. Swiss Steel, Steeltec und Panlog haben auf dem Werkplatz Emmenbrücke 35 Lernende in zehn Berufen. In jedem Lehrberuf haben wir eigene Berufsbildner, bei den Polymechanikern arbeiten wir im ersten Lehrjahr mit der Ausbildungswerkstatt der RUAG zusammen. Den Lernenden unterstützen wir bei den Sprachaufhalten in England und Frankreich. Die besten Polymechaniker

können einen Austausch mit Kollegen in unserem Werk in Düsseldorf machen.

Wie hoch ist denn die Fluktuation?

MA: Die gesamte Fluktuation ist sehr tief, 6% bei Swiss Steel und 4% bei Steeltec, die Nettofluktuation liegt sogar nur bei 3% beziehungsweise 1%! Man verlässt uns freiwillig nach durchschnittlich fünf bis sieben Jahren – oder gar nicht. Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit beträgt 13 Jahre bei Swiss Steel und sogar 17 Jahre bei Steeltec.

NZ: Diese Zahlen zeigen die extrem hohe Loyalität unserer Mitarbeitenden,

das hohe Engagement für ihren Arbeitgeber und den ausgeprägten Berufsstolz, den sie entwickeln. Wir dürfen für uns in Anspruch nehmen, dass ein sehr gutes Arbeitsklima herrscht, und wir für alle Berufsgruppen spannende Arbeitsplätze haben. Wir bieten gute Arbeitsbedingungen und ausgedehnte Mitspracherechte. Wir pflegen eine ausgezeichnete Sozialpartnerschaft unter dem bekannt mitarbeiterfreundlichen GAV der Swissmem, der Maschinen-, Elektro- und Metallindustrie.

Frau Zwahlen, was macht die Arbeitsplätze bei Ihnen besonders attraktiv?



Martin Allemann, HR-Leiter Swiss Steel.



Nicole Zwahlen, Leiterin Personal Steeltec.

NZ: Wir sind ein Arbeitgeber, der seine soziale Verantwortung wahrnimmt, der seine Mitarbeitenden schätzt und fürsorglich mit ihnen umgeht. Wir stehen zu unseren Mitarbeitenden und setzen uns für sie ein. Ausserordentlich geschätzt wird auch, dass wir der Aus- und Weiterbildung einen hohen Stellenwert beimessen: Wir bieten zusammen mit der Swiss Steel über 100 interne Weiterbildungskurse an und wir leisten grosszügig finanzielle Unterstützung bei externen fachlichen oder persönlichen Weiterbildungen. Und im Verbund mit dem Konzern haben wir ausgezeichnete Führungsschulungen und Talentförderungsprogramme, die die Türe zu einer attraktiven Berufskarriere weit öffnen.

MA: Wir schauen gut zueinander: Der Mitarbeitende spürt auch, dass in unserer Unternehmenskultur das Thema Gesundheit und Arbeitssicherheit tief verankert ist. Er schätzt die entsprechenden zahlreichen Programme und Initiativen. Ein Beispiel: Fast die Hälfte aller Unfälle in unseren Produktionswerken sind Handverletzungen. Daher haben wir in Emmenbrücke einen Handschutz-Workshop durchgeführt. 90% unserer Mitarbeitenden nahmen daran teil. (Interview kh.)

beiter muss heute multifunktionell arbeiten können. Das bedingt permanente Weiterbildung: Job-Enlargement, das Erlernen neuer Fähigkeiten bei gleicher Funktion, ist bei Swiss Steel ein grosses Thema.» Die Personalentwicklung garantiert, dass niemand auf dem Abstellgleis stehe. Und wer Entwicklung nicht im Beruf, sondern auf der Karriereleiter anstrebt, findet bei Schmolz+Bickenbach ebenfalls Perspektiven. Nicole Zwahlen, die Leiterin Personal bei Steeltec, zählt mehrere Beispiele von internen Karrieren auf, von den Business Units in die Gruppe oder umgekehrt. «Internationale Standorte unterschiedlicher Grösse, insgesamt sechs Stahlwerke in der Gruppe, bieten Fachexperten oder Führungskräften zahlreiche Optionen, um die Karriere im Konzern voranzutreiben.»

SWISS STEEL
STEELTEC
PANLOG



Echte Partnerschaft, seit 130 Jahren

Trisa | Solidarität, Wertschätzung, Vertrauen und Partnerschaft als Richtlinien der Unternehmensführung? Trisa lebt das vor, seit 130 Jahren, und mit nachhaltigem Erfolg. Die wertebasierte Unternehmenskultur bringt vielen Gewinn. Werte schaffen Werte.

VICTOR BREU

Isst es eine Vision oder ein Fazit? «Wo echte Partnerschaft gelebt wird, gedeihen Vertrauen, Innovation, Leistung und Erfolg», schreiben Adrian Pfenniger und Philipp Pfenniger zum 130-Jahr-Jubiläum ihrer Familienfirma. Die Aussage ist wohl eher die Erklärung der beiden Patrons dafür, wieso die Trisa seit der Gründung 1887 eine derart stolze Unternehmensentwicklung genommen hat und zum Erfolgsmuster geworden ist.

Partnerschaft ist ein Erfolgsfaktor, und zwar langfristige Partnerschaft. Es gebe Kunden und Lieferanten, mit denen Trisa seit über 100 Jahren zusammenarbeite, sagt Adrian Pfenniger, der das Unternehmen in vierter Generation als CEO operativ führt. Die Konstanz in der Partnerschaft gelte auch im Verhältnis zu den Mitarbeitenden. Jedes Jahr dürfe Trisa Dienstjubilare ehren, die zusammen gegen 500 Jahre bei der Firma arbeiten. «Der faire Umgang mit unseren Partnern ist fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Und die Partner zahlen es mit Engagement, Leistung und Loyalität zurück.»

Nachhaltigkeit in der DNA

Nachhaltigkeit ist ein Grundwert in der Trisa-Philosophie: «Sie steckt schon in der DNA des Unternehmens», sagt Christian Wipfli, der Marketingleiter. In ökonomischer, sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit nimmt Trisa seit langem eine Vorreiterrolle ein, «der Einklang von Mensch, Arbeit und Umwelt ist tief in unserem Bewusstsein verankert.»

«Trisa soll man lieben»

Herr Pfenniger, Ihr Unternehmen Trisa ist seit Jahren nachhaltig erfolgreich. Was sind die Erfolgsfaktoren?

AP: Langfristige Partnerschaften mit Kunden und Mitarbeitenden sind wichtig, Innovation ebenso. Zentraler Erfolgsfaktor aber ist unsere konstante, wertebasierte Unternehmenskultur. Und in dieser steht der Mensch im Zentrum. Um es auf den Punkt zu bringen: Begeisterte Mitarbeitende schaffen begeisterte Kunden. Wenn wir Vertrauen in die Mitarbeitenden haben, ihnen für ihre Leistung Wertschätzung entgegenbringen, dann machen sie ihre Arbeit mit Freude und Begeisterung. Und sie machen sie gut. Die intrinsische Motivation führt erst zu Spitzenleistungen. Es ist uns ein Anliegen, dass es den Mitarbeitenden bei uns gut geht, dass sie sich wohl fühlen und in einem guten Team arbeiten können. Eine Aussage unserer Mission lautet: «Trisa soll man lieben». Aus Vertrauen wächst Partnerschaft, und aus Partnerschaft gedeihen Innovation, Leistung und Erfolg.

Deshalb heisst es, Trisa habe «1100 Mitunternehmer und Mitarbeitende», wenn man sich nach der Mitarbeiterzahl erkundigt.

AP: Genau. Alle Trisannerinnen und Trisaner, wie wir uns nennen, sind Mitunternehmer und gleichzeitig Aktionäre. Vertrauen, Wertschätzung, Freude an unserer Arbeit, unternehmerisches Denken, Innovation, Partizipation und Mitsprache bilden die Basis für den «Trisa-Spirit». Und darauf beruhen unsere Mission, Grundhaltung und Führungsprinzipien. Der demokratische und kooperative Führungs-



ökonomisch orientiert sich Trisa nicht an einer kurzfristigen Gewinnmaximierung, sondern an langfristigem Wertzuwachs; erwirtschaftete Mittel fließen – typisch für ein Familienunternehmen – in den Betrieb zurück, mit der erklärten Absicht, die Eigenständigkeit zu bewahren. Die Nachhaltigkeit bezieht sich auch auf die Produkte, deren Qualität höchste Priorität genießt. Sozial nachhaltig bedeutet bei Trisa, die Mitarbeitenden als Partner der gemeinsamen Unternehmung zu verstehen. Daraus folgt wie selbstverständlich ein partizipatives Managementmodell mit Mitsprache, Mitbesitz und Erfolgsbeteiligung. Die Erfolgsbeteiligung für alle hat Trisa schon vor 53 Jahren (!) eingeführt. Die Kapitalbeteiligung – jeder Mitarbeiter erhält eine Aktie geschenkt – hat

dazu geführt, dass rund 30% der Firma den Mitarbeitenden gehören. Ökologisch nachhaltig schliesslich verhält sich Trisa, indem sie Solarstrom produziert, ölfrei mit Holz heizt, mit Oberflächenwasser kühlt, in Produktion, Verpackung und Transport innovative Techniken und Materialien einsetzt. In allen drei Aspekten der Nachhaltigkeit ist Trisa wiederholt mit Preisen ausgezeichnet worden.

Innovations-, Technologieführer

Die auf Vertrauen, Mitsprache und Solidarität basierende Unternehmenskultur, die den Menschen in den Mittelpunkt stellt, steht in Wechselwirkung mit einem weiteren zentralen Erfolgsfaktor: der Innovationskraft. Trisa kann nur gedeihen, wenn die hohe Ambition erfüllt wird, auf

dem Weltmarkt mit ihren Produkten an der Spitze mit dabei zu sein. Täglich stellt Trisa in Triengen über eine Million Zahnbürsten her – ein Massenprodukt, das weltweit einem harten Preiskampf unterliegt. «Um im Wettbewerb zu bestehen, müssen unsere Produkte funktionell überlegen sein. Wir schaffen das durch Innovationen, wie etwa die Schallzahnbürste Trisa Sonicpower», erklärt Christian Wipfli.

Trisa hat sich ausdrücklich die Innovations- und Technologieführerschaft auf die Fahne geschrieben. Tatsächlich durchdringt eine Innovationskultur das ganze Unternehmen, die Spitzenleistungen erst möglich macht. Seit 1997 innoviert Trisa in einem firmeneigenen «Ideenhaus», wo sich regelmässig interdisziplinär zusammengesetzte

Gruppen – die «Innovationszirkel» – zur Kreation neuer Produktideen treffen; dort steht auch eine umfangreiche Ideendatenbank zur Verfügung. Jeder Mitarbeiter verfügt über einen «Ideenpass», auf dem Vorschläge zur Prozess- oder Produktverbesserungen eingetragen werden; über 40% der Vorschläge werden umgesetzt, die Idee prämiert. Im Forschungs- und Entwicklungslabor testet Trisa mit dem «Robocheck», einem Fünf-Achsen-Roboter, entstanden in Zusammenarbeit mit der Uni Bern, die Reinigungseffizienz von Zahnbürsten. Das Resultat dieser Innovationskultur: Rund 30% des Trisa-Umsatzes stammt von «neuen» Produkten, die weniger als drei Jahre auf dem Markt sind.

«Was ist die Aufgabe des Unternehmers? Aus meiner Sicht soll er Arbeit schaffen und Freude an dieser Arbeit vermitteln. Wer mit Freude etwas tut, der leistet mehr. Davon sollen alle profitieren.» Dieses Credo hat Ernst Pfenniger, der Firmenpatron in den 60-er Jahren, formuliert, und es prägt die Trisa-Denkart bis heute. Wirtschaftliche Tätigkeit soll der lokalen Gesellschaft Nutzen bringen, der Wert der Arbeit, die Wertschöpfung, soll den Menschen vorort zugutekommen. Diese Haltung ist ein eindruckliches Bekenntnis zum Arbeitsplatz Schweiz. Obwohl Trisa längst zum global agierenden Unternehmen geworden ist, das 97% seiner Zahnbürsten in über 80 Länder verkauft, wird ausschliesslich in der Schweiz geforscht und produziert.

Lokale Wertschöpfung

In den letzten zehn Jahren hat Trisa gegen 250 Millionen Fr. in der Schweiz investiert, zuletzt in ein voll automatisiertes Hochregallager, das Mitte 2015 in Betrieb ging. Im Zug dieser forcierten Investitionstätigkeit hat Trisa Hunderte neuer Arbeitsplätze geschaffen, allein in Triengen beschäftigt die Gruppe rund 900 Mitarbeitende. Heute gehört Trisa zu den Unternehmen mit der schweizweit höchsten Dichte an Industrierobotern. «Um weiterhin zu Weltmarktpreisen in der Schweiz produzieren zu können, müssen wir unsere Prozesse weiter optimieren und wo sinnvoll digitalisieren, selbst dort, wo wir heute schon hohe Automatisierungen haben, wie beim Mehrkomponenten-Spritzguss oder bei Beborstungstechnologien», erklärt CEO Adrian Pfenniger. Er blickt, wie es ebenfalls der Trisa-Grundhaltung entspricht, optimistisch in die Zukunft: «Mit einem gesunden Wachstum und Digitalisierung werden wir auch den Personalbestand sichern können.»

Trisa

- Trisa ist ein weltweit führender Anbieter von Produkten in der Mund- und Schönheitspflege. Die Trisa-Gruppe mit Sitz in Triengen beschäftigt 1100 Mitarbeitende und erzielt einen Umsatz von 220 Millionen Fr. (2016). Zum Umsatz tragen Artikel der Mundpflege 67,2%, der Schönheitspflege und der Raumpflege je 16,4% bei.
- Zur Gruppe gehören 6 Gesellschaften: Neben dem Stammhaus Trisa AG, das Zahnbürsten herstellt und mit 800 Mitarbeitenden 2/3 des Umsatzes erzielt, sind dies die Produktionsbetriebe Trisonic (elektrische Zahnbürsten) und Ebnat (Interdental-, Raumpflegeprodukte) sowie die Han-



delsbetriebe Trisa Electronics (elektrische Haushaltgeräte) und Trisa Accessoires (Mode-, Haarschmuck) wie auch eine Distributionsgesellschaft in Bulgarien.
- Trisa verfügt über grosse Kompetenz im Mehrkomponentenspritzguss, in Beborstungstechnologien, bei innovativen Applikatoren, bei Elektronik in Kleingeräten sowie in Verpackungslösungen.
- Gegründet wurde Trisa 1887. Das Unternehmen wird in 4. Generation von der Familie Pfenniger geführt. Adrian Pfenniger ist Verwaltungsratspräsident der Trisa Holding AG und CEO der Trisa AG, Philipp Pfenniger Verwaltungsratspräsident der Trisa AG und Mitglied der Geschäftsleitung. Die Familie hält 70% der Aktien, 30% sind im Besitz der Mitarbeitenden.



Adrian Pfenniger, CEO Trisa AG.

Bedingungsloses Wachstum ist also kein Unternehmensziel?

AP: Nein. Wir wollen nicht so schnell wie möglich grosse Zahlen erreichen, sondern viel lieber organisch gesund und nachhaltig wachsen. Trisa ist dieses Jahr 130 Jahre alt. Konstanz und Kontinuität sind uns wichtig. Wir sind dankbar, sinnvolle Produkte herstellen zu dürfen, die unseren Mitmenschen Gesundheit, Freude und Wohlfühl vermitteln.

Produzieren Sie deshalb nur in der Schweiz und investieren hier viel Geld in die lokale Wertschöpfung?

AP: Ja, der Werkplatz Schweiz bietet uns viele Vorteile: gut ausgebildete Menschen, politische Stabilität, funktionierende Institutionen und Infrastruktur, Rechtssicherheit. Ausserdem passen Schweizer Attribute wie Präzision, Sauberkeit, Qualität und Verlässlichkeit ausgezeichnet zu unseren Produkten und zur Reputation der Marke Trisa. Wir sind als Schweizer gut beraten, zur Standortattraktivität unseres Landes Sorge zu tragen. Produktion ist Wertschöpfung, und Wertschöpfung führt zu Wohlstand. (Interview vb.)



BUCHERER.COM

BUCHERER
1888

EINZIGARTIG WIE IHRE EMOTIONEN – SEIT 1888

UHREN SCHMUCK JUWELEN

**Ganz persönlich
weiterkommen.
Arbeiten bei der CSS.**

Über 1,3 Millionen Versicherte, 115 Agenturen, rund 2700 Mitarbeitende: Als führender Schweizer Krankenversicherer bieten wir interessante Stellen mit individuellen Weiterentwicklungsmöglichkeiten in den unterschiedlichsten Bereichen.

Schreiben Sie mit uns Ihre ganz persönliche Erfolgsgeschichte. www.css.ch/karriere



Herzblut für die gesunde Seele

Luzerner Psychiatrie | Die Lups gewährleistet eine moderne, innovative psychiatrische Versorgung für die Bevölkerung in drei Kantonen. Mit viel Herzblut betreuen 1200 Mitarbeitende die steigende Anzahl psychisch kranker Menschen.

VICTOR BREU

Die Luzerner Psychiatrie (Lups) ist eine Erfolgsgeschichte. Die Zusammenführung aller kantonalen psychiatrischen Angebote 2006 in einer Organisation und deren Verselbständigung als eigenständiges Unternehmen erwies sich als richtig. «Die Luzerner Psychiatrie ist ein gesundes Unternehmen und dynamisch unterwegs. Das Leistungsangebot für Kinder, Jugendliche und Erwachsene ist umfangreich, flächendeckend und qualitativ gut», darf Direktor Peter Schwegler nach über zehn Jahren mit Elan bilanzieren.

Per Januar 2017 konnte die Lups sogar ein schweizweites Referenzprojekt realisieren und auch die psychiatrische Grundversorgung in den Kantonen Nidwalden und Obwalden übernehmen. Schon seit Jahren wird das ambulante Angebot bedarfsgerecht weiterentwickelt: Tageskliniken stehen an mehreren Standorten zur Verfügung, ambulante «Kompetenzzentren» in Hochdorf, Sursee und Wolhusen wurden gebildet, die Memory Clinic Zentralschweiz (Demenzabklärungen) auf einen zweiten Standort, nun in der Stadt Luzern, vergrössert, die Gemeindeintegrierte Akutbehandlung (GiA, Home Treatment) auch auf der Landschaft aufgebaut, zusammen mit Partnern ein Psychiatrischer Notfalldienst aufgezogen. «Unser Grundsatz «ambulant vor stationär» erweist sich – trotz schweizweit bekannter Finanzierungsproblematik – als richtig. Wir haben die ambulanten Angebote gestärkt, weil dies dem Patientenwunsch entspricht, fachlich und volkswirtschaftlich sinnvoll ist und darüber hinaus seit Jahren politisch gefordert wird. Trotzdem gibt es zunehmend längere Wartezeiten. Doch auch die Angebote der stationären Dienste sind stark nachgefragt, die Bettenauslastung in den Kliniken liegt meist um die 100%», so Direktor Peter Schwegler.

Hohe Investitionen

Nachfragegetrieben will die Lups in den nächsten Jahren der Alterspsychiatrie besondere Beachtung schenken und einen strategischen Schwerpunkt setzen. Auf dem Areal der Klinik St. Urban entsteht ein Neubau mit 100 Betten, in dem ab Ende 2018 drei alterspsychiatrische Stationen,



eine Spezialstation Affektive Störungen (Depressionen, Erschöpfungssyndrome, Burnout) und eine weitere Spezialstation untergebracht sind. Erweitert und neu gebaut wird ausserdem das Wohnheim Sonnengarte für Menschen mit einer geistigen oder mehrfachen Behinderung. Um eine zeitgemässe Infrastruktur bereitzustellen, plant die Lups in den nächsten Jahren Investitionen von 100 Millionen Fr. – Mittel, die selber erarbeitet werden müssen.

Fachärzte dringend gesucht

Die Eckwerte im Personalbereich haben sich bei der Lups parallel zum Angebotsausbau entwickelt. «Beim Zusammenschluss zur Lups vor elf Jahren hatten wir 722 Mitarbeitende, heute sind wir bei rund 1200 Angestellten», erklärt Thomas Lemp, Leiter Personalmanagement und Kommunikation. Auch die Zahl der Auszubildenden hat sich glatt verdoppelt, auf heute 100 Lernende und Studenten.

«Für einen Dienstleistungsbetrieb wie die Lups sind die personellen Ressourcen ein Schlüssel zum Erfolg», ist sich Lemp bewusst. Daher freut es ihn umso mehr, dass der doch stattliche Personalaufbau trotz schwierigem Marktumfeld ohne grössere Probleme gelang. «Wir können bisher alle Stellen erfolgreich besetzen. Sehr gefordert sind wir hingegen bei der Facharzt-Rekru-

tierung, besonders bei Kaderärzten», so der Personalleiter. Bei der Lups sind rund 100 Ärzte angestellt, davon etwa die Hälfte als Ober- oder Leitende Ärzte.

Nachwuchs ausbilden

Gerade bei den Ärzten misst die Lups daher der Nachwuchsförderung eine hohe Bedeutung zu. «Wir haben ein ausgezeichnetes Weiterbildungsprogramm für Assistenzärzte, die sich zum Facharzt Psychiatrie und Psychotherapie weiterbilden», so Lemp. Die Assistenzärzte selbst jedenfalls erteilen der Lups in der jährlichen Umfrage des Instituts für ärztliche Weiter- und Fortbildung stets ausgezeichnete Noten, sowohl was die Qualität der Weiterbildung in den stationären und ambulanten Diensten als auch das Arbeitsklima betrifft. Ein sehr geschätzter Weiterbildungspartner ist die Luzerner Psychiatrie auch für Psychologen, welche die Lups bei den kostspieligen Psychotherapie-Lehrgängen finanziell unterstützt.

Insgesamt sind bei der Lups 15% aller Arbeitsplätze Ausbildungsplätze, da auch die Zahl der Lernenden in der beruflichen Grundbildung kontinuierlich erhöht wurde. Allein die Berufslehre zur Fachperson Gesundheit (FaGe) starten jedes Jahr 12 Personen, das Studium zur Pflegefachperson HF deren 18.

«Die interessanten Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten sind im Wettbewerb um Fachkräfte ein positiv differenzierendes Argument», hat Thomas Lemp erkannt. Dabei setzt die Lups auch durchaus innovative Impulse: So ist der Leiter Pflegeausbildung, Alois Vogel, schweizweit ein Pionier der Aggressionsmanagement-Ausbildung. Heute beschäftigen sich eigens zu diesem Zweck ausgebildete Trainer in der Lups mit diesem Thema, das nicht nur für FaGe-Lernende und HF-Studenten zum Ausbildungsprogramm gehört. Die Kurse und die jährlich durchgeführten Refresher sind heute für alle an der Patientenbehandlung beteiligten Mitarbeitenden obligatorisch. In der Führungsentwicklung verfügt die Lups über ein Führungsentwicklungskonzept mit interessanten internen und externen Angeboten. Das interne Basisseminar haben seit der Lancierung 2015 bereits über 70 Personen besucht.

Bereichernde Zusammenarbeit

Als attraktiv herungesprochen hat sich gemäss Lemp auch die Arbeitsweise der Luzerner Psychiatrie, die sich durch interdisziplinäre Arbeit in multiprofessionell zusammengesetzten Behandlungsteams charakterisiert. «Der Behandlungsteam-Ansatz macht die Arbeit abwechslungsreich und interessant.» Ausserdem können

bei der Lups neben den Ärzten und den Psychologen auch erfahrende, diplomierte Pflegefachpersonen oder Sozialarbeiter sogenannte Fallführungen übernehmen: Sie organisieren und koordinieren die Behandlung, sind an allen Phasen der Behandlung beteiligt, sind die wichtigsten Bezugspersonen für die Patienten und deren Umfeld. Fallführende Pflegefachpersonen und Sozialarbeiter erleben die neuen Herausforderungen und die Kompetenzerweiterung als bereichernd.

Luzerner Psychiatrie

- Die Luzerner Psychiatrie (Lups) mit Sitz in St. Urban ist ein selbstständiges, öffentlich-rechtliches Unternehmen. Eigner ist der Kanton Luzern. Auftrag der Lups ist es, die institutionelle psychiatrische Grundversorgung in Luzern, Obwalden und Nidwalden sicherzustellen.
- Zu den Hauptaufgaben der Lups zählen ambulante, tagesklinische und stationäre Behandlungen von Menschen mit psychischer Erkrankung. Dies beinhaltet Abklärung, Diagnostik und Therapie. Hinzu kommen mehrere Spezialangebote wie die Memory Clinic Zentralschweiz (Demenzabklärungen), das Drop-in Luzern (Substitutionsbehandlung von Suchtmittelabhängigen), das Angebot für Essstörungen und Adipositas, die Schwangerschafts-, Baby- und Kleinkindersprechstunde.
- Die Lups hat ihre Angebote stark regionalisiert und ist an 17 Standorten präsent. Psychiatrische Ambulatorien betreibt sie in Hochdorf, Luzern, Sursee, Sarnen und Wolhusen, Tageskliniken für Erwachsene in Luzern, Sursee und Sarnen sowie Tagesklinik und Therapiestation für Kinder und Jugendliche in Kriens. Die stationären Dienste

Luzerner Psychiatrie lups.ch
Luzern | Obwalden | Nidwalden

erbringt die Lups in den Kliniken St. Urban, Luzern, Kriens und Sarnen, wo insgesamt rund 300 Betten zur Verfügung stehen.

- In ihren Kliniken behandelte die Lups 2016 2800 Patienten, die durchschnittliche Bettenbelegung in der stationären Erwachsenenpsychiatrie betrug 101%, in der Kinder- und Jugendpsychiatrie 98%. Auch die Nachfrage nach ambulanten Leistungen war, mit rund 8500 Fällen, konstant hoch.
- Die Lups erwirtschaftet einen Umsatz von 124 Millionen Fr. und einen Gewinn von 3,5 Millionen Fr. Das Unternehmen beschäftigt rund 1200 Mitarbeitende (71% der Belegschaft sind Frauen).

«Eine faire und verlässliche Partnerin»

Herr Lemp, wieso ist die Lups ein attraktiver Arbeitgeber?

TL: Sehr attraktiv sind die Entwicklungs- und Weiterbildungsangebote. Wir bieten den Mitarbeitenden die Möglichkeit, beruflich am Ball zu bleiben und Karrierechancen wahrzunehmen. Der Behandlungsteam-Ansatz mit interdisziplinärer Zusammenarbeit ist für das Personal spannend, genauso wie das Konzept der Fallführung in der Pflege, der grössten Berufsgruppe in unserem Betrieb. Trotz der inzwischen beachtlichen Unternehmensgrösse wird in der Lups eine Unternehmenskultur gelebt, welche patientenorientiert ist, aber gleichzeitig auch den persönlichen Einsatz anerkennt.

Wie ist die Unternehmenskultur für den Mitarbeitenden positiv spürbar?

TL: Wir haben sehr ausführlich unsere Werte und Führungsgrundsätze definiert. Die Werte «wertschätzend, verlässlich, beweglich, vernetzend und wirksam» bilden einen klaren Orientierungsrahmen. Wir haben festgelegt, wie wir miteinander umgehen und was wir voneinander

erwarten. Klares Führungsverständnis, professionelle Führungsinstrumente: Die Mitarbeitenden wissen, wohin wir wollen und worauf sie sich verlassen können. Wir geben den Mitarbeitenden Versprechen ab: ein fairer und verlässlicher Partner zu sein, einen kooperativen Führungsstil, eine konstruktive, offene Dialog- und Feedbackkultur zu pflegen. 2016 wurde in der Lups das Lean Hospitalmanagement – also der kontinuierliche Verbesserungsprozess KVP – lanciert. Mitarbeitende haben damit die Möglichkeit, sich aktiv an der Unternehmensentwicklung zu beteiligen und ihr Arbeitsumfeld mitzugestalten.

In Sozial- und Pflegeberufen ist oft die Arbeitszeit ein heisses Thema. Bieten Sie flexible Arbeitszeiten?

TL: Eine gute Work-Life-Balance für unsere Mitarbeitenden ist uns sehr wichtig! Wo immer möglich, gehen wir auf ihre Bedürfnisse ein. Über 50% sind in einer Teilzeitanstellung und können damit ihren eigenen Interessen mehr Rechnung tragen. Vor allem in unseren Kliniken müssen wir aber eine Dienstorganisation aufrecht-

erhalten, also an 365 Tagen rund um die Uhr Leistungen anbieten und die Notfallversorgung sicherstellen. Hier sind flexible Arbeitszeitmodelle nur bedingt einsetzbar.

Können Sie mit besonders guten Anstellungsbedingungen locken?

TL: Wir überprüfen unsere Anstellungsbedingungen regelmässig und stellen fest, dass wir gut positioniert sind. Die Lups bietet fortschrittliche Leistungen, die als Gesamtpaket überzeugen. Die Möglichkeit,



Thomas Lemp, Leiter Personalmanagement.

die Arbeitspensens situativ anzupassen oder unbezahlter Urlaub fördern unseren Ruf, ein familienfreundlicher Arbeitgeber zu sein. Daneben gewähren wir einige attraktive Zusatzleistungen. So richten wir zusätzlich zu den Kinder- und Ausbildungszulagen auch Kinderbetreuungsbeiträge aus. In St. Urban führen wir zudem die rege benutzte Kinderkrippe «Bärenmütz».

Wie verlief die Integration der neuen Mitarbeitenden in Sarnen?

TL: Weil die Lups seit Januar 2017 auch die psychiatrische Grundversorgung in Obwalden und Nidwalden sicherstellt, kamen rund 60 Mitarbeitende des Ambulatoriums und der Klinik Sarnen neu zu uns. Erfreulich war, dass alle bisherigen Mitarbeitenden des Standorts Sarnen den Wechsel zur Lups vollzogen haben. Ein reibungsloser Zusammenschluss bedingt eine offene Kommunikation und eine intensive, konstruktive Zusammenarbeit aller Beteiligten. Dass uns dies in so kurzer Zeit gelungen ist, sagt viel über die positive Unternehmenskultur in beiden Betrieben aus. (Interview vb.)

MIGROS



BESTANDEN
100% Erfolgsquote

HIER BEGINNT DEINE ZUKUNFT: EINE LEHRE BEI DER MIGROS LUZERN

Bewirb Dich noch heute für eine von über 100 offenen Grundbildungsstellen in **14 Berufen** und finde Dich in naher Zukunft als neues Talent auf dem Abschlussfoto wieder.

NEW-TALENTS.CH



**Wir
bewegen
Luzern.**

vbl verkehrsbetriebe
luzern
verbindet uns

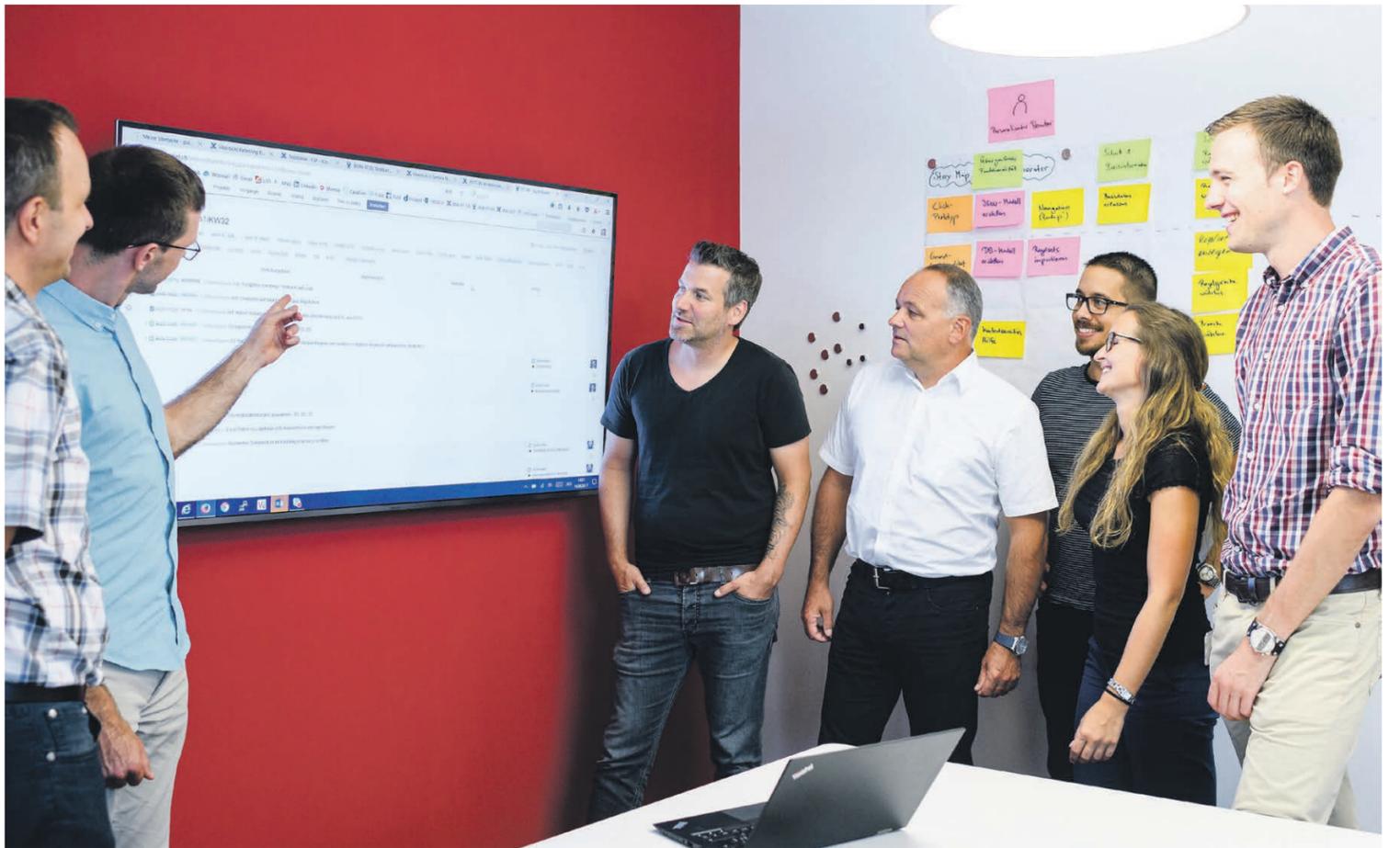
valve®

Mit agiler Arbeitsmethodik zum Erfolg

Suva | Die grösste Unfallversicherung der Schweiz ist auch ein spannender Arbeitgeber für Informatiker, Ärzte, Ingenieure oder Juristen. Beim einzigartigen Geschäftsmodell der Suva können branchenfremde Jobprofile sogar besonders reizvoll sein.

VICTOR BREU

Die Suva ist eine Versicherung, wie es in dieser Art keine zweite gibt, mit einem einzigartigen Geschäftsmodell. Sie ist «mehr als eine Versicherung», wie sie in ihrem Markenversprechen sagt. Die Suva vereint nämlich Prävention, Versicherung und Rehabilitation unter einem Dach. Und diese Dienstleistungen bietet sie Unternehmen und deren Mitarbeitenden aus einer Hand und aufeinander abgestimmt an. Die Suva versichert Berufstätige nicht nur gegen Unfall und Berufskrankheit und erledigt allfällige Schadensfälle. Sie ist durch ihr Engagement zur Arbeits- und Freizeitsicherheit auch in deren Vertretung tätig. Und sie hilft, falls doch jemand Schaden erleidet, bei Rehabilitation und Wiedereingliederung.



Die Suva beackert also ein breites Feld – entsprechend vielfältig sind die Aufgaben und verschiedenartig die Berufe der Angestellten. Darunter fallen auch Berufsleute, die man nicht unbedingt hier erwarten würde. Es gibt mehr als 100 Berufsprofile bei der Suva. Unter den 4200 Mitarbeitenden finden sich zahlreiche Sicherheitsingenieure, Komplexschadenexpertinnen oder Physiotherapeuten. Ebenso Prämiensachbearbeiterinnen, Versicherungsmathematiker, Handtherapeutinnen und Audiometrierer. Oder Asset Manager, Compliance Officer, Übersetzerinnen, Liegenschaftsverwalter und Kommunikationsfachleute. Grössere Berufsgruppen bilden etwa die 250 Informatiker und die über 140 Ärzte.

Agile Vorgehensweise

«Gerade bei den IT-Spezialistinnen oder den Ärzten gibt es genügend attraktive Arbeitsplätze in der Schweiz. Unter den Arbeitgebern herrscht bei diesen eine grosse Konkurrenz. Da denken einige potenzielle Kandidaten nicht gleich an die Suva», sagt Jörg Wick, der Leiter Personalgewinnung bei der Suva. «Dabei bieten wir uns etwa in der Versicherungsmedizin oder der Arbeitsmedizin ausserordentlich span-

nende Jobs mit Entwicklungsmöglichkeiten zum einzigartigen Fachexperten.»

Diese Aussage würde auch Adrian Baumann unterschreiben, für sein Fachgebiet, die IT. «Die IT-Abteilung der Suva ist heute technologisch und arbeitsmethodisch vorbildlich aufgestellt, und auch die Arbeitsinhalte sind spannend», sagt der Teamleiter E-Business. «Ich kann jeder jungen Informatikerin und jedem Informatikingenieur nur empfehlen, für ein paar Jahre zu uns zu kommen. Bei uns finden sie faszinierende Arbeitsinhalte, und sie werden auch gut unterstützt.» In den Bereichen Infrastruktur, Operations, Softwareentwicklung Backend und Frontend erbringt die IT der Suva praktisch alle IT-Dienstleistungen für das Unternehmen in Eigenarbeit, mit rund 250 Spezialistinnen und Spezialisten. Besonders in der agilen Arbeitsmethodik sei die IT der Suva anderen Versicherungen voraus, «und gute Software-Spezialisten kann man fast nur noch rekrutieren, wenn man agil arbeitet.»

Adrian Baumann arbeitet seit fünf Jahren bei der Suva. Im Bereich IF Frontend, in dem Applikationen für externe Nutzer entwickelt werden, lei-

tet er eines von fünf Teams: «Wir sind 16 Leute und arbeiten an Interfaces für Kunden auf dem Web.»

Sprints mit Scrum

2013 hätten sie begonnen, agile Vorgehensweisen bei der Softwareentwicklung einzuführen. «Agile Softwareentwicklung zeichnet sich aus durch selbstorganisierende Teams, die mehr Eigenverantwortung übernehmen und auch die Arbeitsschritte selbst priorisieren, die mit weniger bürokratischem Aufwand und Regeln auskommen, womit der Entwicklungsprozess schneller und schlanker ist», so Adrian Baumann. Seine Teams umfassen jeweils drei bis sieben Entwickler, die meisten arbeiten mit der Arbeitsmethodik «Scrum», bei der die Arbeit in kleinen Arbeitsschritten (Sprints) umgesetzt wird, die inspirierende Zusammenarbeit und rege Kommunikation voraussetzen. Scrum ist sehr effizient, fördert autonomes und selbstverantwortliches Arbeiten, entfaltet aber auch kontinuierliche Lern- und Verbesserungswirkung bei den Entwicklern.

«Der Erfolg unserer Scrum-Projektmethodik hat ausgestrahlt. Heute arbeiten alle in unserer Applikationsent-

wicklung nach Prinzipien der agilen Vorgehensweise. In den nächsten Monaten sollen nun alle IT-Bereiche der Suva evolutionär umstellen. Neben Scrum wird es bei der Suva 2019 aber noch andere agile Methoden geben», erklärt Adrian Baumann. Er selbst sieht sich auch als Befähiger: «Wir bilden unsere Leute in einem vierstufigen Ausbildungsmodell in agilen Arbeitsweisen aus.»

Rare Spezies Informatikingenieur

Adrian Baumann erzählt gerne, wie die Suva im IT-Bereich «technologisch und arbeitsmethodisch up to date aufgestellt» sei, wie die Arbeitsinhalte «komplex, herausfordernd und höchst spannend» seien. Denn er findet, im Arbeitsmarkt dürfte durchaus besser bekannt sein, dass die IT bei Suva nicht Kerngeschäft, aber ein geschäftskritisches Tätigkeitsfeld sei, dem entsprechende Aufmerksamkeit zukomme. «Zwar nicht generell, aber bei ausgesuchten Spezialisten haben wir Mühe, die Stellen zu besetzen.» Ambitionierten, lernwilligen IT-Fachleuten möchte Baumann auch sagen, dass die IT-Abteilung der Suva ein exzellentes Umfeld biete, in dem sie sich beruflich entwickeln können.

Die Suva stellt übrigens auch ältere, erfahrene IT-Fachleute an. Folglich ergeben sich Teams mit einem Generationenmix, von dem alle profitieren. Dank den unterschiedlichen Erfahrungen, des breiten Fachwissens und der verschiedenen Blickwinkel finden die Teams so effizient Lösungen. Dass der Altersdurchschnitt der Suva-IT-Spezialisten über dem Branchendurchschnitt liegt, hängt auch mit der branchenuntypischen, tiefen Fluktuation zusammen. Diese wiederum ist nicht zuletzt das Ergebnis der Qualitäten dieses Arbeitgebers insgesamt: «Die Suva bietet eine Arbeit mit viel Selbstverantwortung, Gestaltungsraum, Kreativität, unter besten Rahmenbedingungen. Eine sinnhafte Arbeit, deren Produkt einen mit Berufsstolz erfüllt. Da ist die IT-Abteilung nicht anders als andere Suva-Bereiche», so Adrian Baumann.

Suva

- Die Suva ist der grösste Unfallversicherer der Schweiz. Sie versichert 127'900 Unternehmen (20% aller Schweizer Firmen) und 2 Millionen Beschäftigte (rund die Hälfte der Schweizer Arbeitnehmenden) gegen Berufs- und Freizeitunfälle sowie gegen Berufskrankheiten.
- Arbeitslose sind automatisch bei der Suva versichert, ausserdem führt diese im Auftrag des Bundes auch die Militärversicherung.
- Am Hauptsitz in Luzern und in den schweizweit 18 Agenturen beschäftigt die Suva 3250 Mitarbeitende, zusammen mit den 2 eigenen Rehabilitationskliniken in Bellikon (AG) und Sion sind es über 4200. Auf dem

suva

Mehr als eine Versicherung

Platz Luzern arbeiten 1450 Personen für die Suva.

- Die Suva generierte 2016 ein Prämienvolumen von 4,1 Milliarden Fr. und zahlte 4,2 Milliarden Fr. an Versicherungsleistungen aus. Gewinne gibt die Suva in Form von tieferen Prämien an die Versicherten zurück.
- Die Suva ist seit 1918 tätig, sie wurde vom Bund geschaffen als ein eigenständiges Unternehmen des öffentlichen Rechts. Sie arbeitet selbsttragend, ohne öffentliche Gelder. Die Suva wird von den Sozialpartnern geführt. Im Suva-Rat sitzen je 16 Vertreter von Arbeitgebern und Arbeitnehmern sowie 8 Vertreter des Bundes.

«Spannende und moderne Arbeitsplätze»

Frau Bucher, täuscht der Eindruck oder hat die Suva viele offene Stellen?

SB: Am Hauptsitz und in den 18 Agenturen beschäftigt die Suva rund 3250 Mitarbeitende. Trotz einer tiefen Fluktuation bringt es die schiere Grösse des Unternehmens mit sich, dass wir jedes Jahr rund 250 Personen neu anstellen. Generell können wir die Stellen gut besetzen. In einigen Berufen aber spüren wir, wie viele Mitbewerber der Dienstleistungsbranche auch, dass der Arbeitsmarkt sehr eng ist: so bei Ärztinnen und Ärzten oder IT-Softwareentwicklerinnen und -entwicklern. Bei bestimmten Spezialistinnen und Spezialisten kann es vorkommen, dass eine Vakanz ein Jahr offen bleibt. Gewisse Stellenprofile erfordern zudem ein spezielles Fachwissen, gewisse Tätigkeiten gibt es, abgesehen von der Suva, nicht in der Schweiz: Da können wir uns nicht einfach im Arbeitsmarkt bedienen. Wir schreiben die offenen Stellen aus, weshalb tatsächlich häufig Stellenin-serate der Suva zu sehen sind.

Auf welchen Kanälen suchen Sie neue Mitarbeitende?

SB: Wir nutzen unsere Homepage, In-serate, Soziale Medien. Wir suchen stets

nach neuen Wegen. Eben haben wir ein Projekt zur Optimierung unseres Rekrutierungsprozesses gestartet mit dem Ziel, die Rekrutierungskanäle zu erweitern und unsere Prozesse möglichst einfach und attraktiv zu gestalten.

Womit werben Sie denn, wenn Sie direkt auf gesuchte Fachleute zugehen?

SB: Wir zeigen vermehrt die Arbeitskultur auf, die bei der Suva herrscht, die eigenverantwortliche und autonome Arbeitsweise, die aber auch eine inspirierende Zusammenarbeit mit absoluten Experten in ihrem Fach und deren Know-how beinhaltet. Und wir erzählen, wie bei der Suva mit modernster Arbeitsmethodik gearbeitet wird. Da ist agiles Arbeiten in der Softwareentwicklung mit Scrum ein Beispiel: Junge IT-Talente wollen heute eigenverantwortlich und selbstständig arbeiten. Wir sagen: Schau, unsere Arbeitsplätze sind auch diesbezüglich top, spannend und modern.

Zählen also die traditionellen Suva-Qualitäten als Arbeitgeberin weniger?

SB: Nein. Die Sinnhaftigkeit der Arbeit, die Verlässlichkeit und Stabilität der Suva

und die Selbstentfaltungsmöglichkeit im Beruf sind immer noch starke Argumente. Die Suva gehört in der «Gemeinwohl-Rangliste» der Uni St.Gallen weiterhin zu den Unternehmen, die am meisten zum Wohlergehen der Gesellschaft beitragen. Es motiviert unsere Leute, eine sinnhafte, sinnvolle und gesellschaftsdienliche Arbeit zu leisten. Sie schätzen es, dass die Suva ein solides und vertrauensvolles Unternehmen ist. Seit bald 100 Jahren ist sie eine verlässliche Arbeitgeberin. Und dass die Suva die Mitarbeitenden darin fördert, die Fähigkeiten weiterzuentwickeln, ihr Po-



Sarah Bucher, HR Professional Recruiting.

tenzial auszuschöpfen und sich im Beruf zu entfalten, ist ein enormer Anreiz.

Wo konkret wollen Sie in der Rekrutierung noch aktiver werden?

SB: Im Hochschulmarketing haben wir noch Potenzial. Potenzielle Mitarbeitende wollen wir vermehrt an Hochschulen und Universitäten direkt ansprechen. Immerhin verfügt rund die Hälfte unserer Belegschaft über eine höhere Ausbildung, sei es einen Universitäts- oder einen Fachhochschulabschluss. Wir wollen gerade auch Hochschulabgängerinnen und -abgängern zeigen, dass wir ein Trainee-Programm aufbauen, das ihnen den Einstieg bei einem hochattraktiven Arbeitgeber ermöglicht. Wir wollen aktiver werden, uns auf dem Arbeitsmarkt prominenter platzieren. Unseren potenziellen Mitarbeitenden möchten wir ein Bewerbererlebnis bieten, sprich die Candidate Experience erhöhen, und um sie werben. Dazu werden wir die Aktivitäten in den Sozialen Medien weiter ausbauen. Auch die persönliche und direkte Ansprache potenzieller Mitarbeitender aus dem Netzwerk werden wir fördern und uns um Kontakt bemühen. (Interview vb.)

Starten Sie **Ihre Karriere** mit uns!

Die Perlen Papier AG ist eine führende Herstellerin von Zeitungsdruck- und Magazinpapieren. Modernste Technik, Innovation und gut ausgebildete Mitarbeitende sind die Pfeiler unseres Erfolges.

Mehr Informationen über unser Unternehmen finden Sie unter www.perlen.ch.

Perlen Papier AG
Human Resources
Perlenring 1 | CH-6035 Perlen
Telefon +41 41 455 80 00
bewerbung@perlen.ch

www.perlen.ch



perlen papier ag



8 Dinge, die unsere Zentralschweiz besonders machen

Lassen Sie sich begeistern bei einer Probefahrt. Überzeugen Sie sich von den attraktiven Angeboten oder testen Sie unseren top Service rund um Ihr Fahrzeug. Die acht AMAG Betriebe in der Zentralschweiz freuen sich sehr auf Ihren Besuch.



www.amag.ch

amag

Obwaldner Star entwächst den Kleidern

Maxon Motor | Der Antriebs-spezialist aus Sachseln entwickelt sich zu einem weltweit tätigen Konzern, der mehr und mehr international geprägt ist, dessen Herz aber nach wie vor in Obwalden schlägt. Das erfordert enorme Investitionen – auch in Menschen.

KAI HALDIMANN

Maxon Motor gedeiht prächtig, die Hightech-Antriebe aus Obwalden verkaufen sich weltweit bestens. «In den letzten drei Jahren stieg der Wert der ausgelieferten Produkte um 60 Millionen auf gut 420 Millionen Fr.», erklärt Mehrheitsaktionär und Verwaltungsratspräsident Karl-Walter Braun. «Die Mitarbeiterzahl erhöhte sich um rund 400 Personen auf nun 2500 Mitarbeitende.» Und alles deutet darauf hin, dass das ambitionierte Ziel, 2020 als globaler Lösungsanbieter intelligente Antriebssysteme für 500 Millionen Fr. zu verkaufen, tatsächlich erreicht wird.

Doch das dynamische Wachstum bringt enorme Herausforderungen mit sich. Maxon Motor muss für das Wachstum Platz schaffen und sich gleichzeitig global aufstellen. Und so werden die Produktionskapazitäten an allen Standorten erhöht, in der Schweiz, in Deutschland, Ungarn, Südkorea, Frankreich, den Niederlanden, den USA wird überall rege gebaut. Gleichzeitig wird weiterhin fleissig investiert in technische Neuerungen und erweiterte Anwendungen. Und schliesslich führt der «komplizierte Transformationsprozess», wie Braun es nennt, weg von einem mittelständischen Schweizer Unternehmen hin zu einer international aufgestellten Gruppe, zu organisatorischen Veränderungen. Mehrere Reorganisationen in Produktion, Vertrieb, Einkauf, Logistik, Finanz- und Rechnungswesen oder IT laufen und halten die Mitarbeitenden auf Trab.

Investition in Sachseln

Die Internationalisierung hat tiefgreifende Auswirkungen. So wurde die Produktion einiger Gleichstrommotoren und Antriebssysteme von Sachseln nach Ungarn und Korea verlagert, und das wird sich bei weiteren Produktbaureihen wiederholen. Die Forschung & Entwicklung wurde dezentralisiert, heute wird auch in Deutschland und Korea sowie in kleineren Zentren in Holland und Frankreich entwickelt. In den USA wird die bisherige



Vertriebsgesellschaft zu einer Verwaltungs- und Produktionsfirma ausgebaut. Noch immer beschäftigt Maxon Motor am Hauptsitz in Sachseln 1200 Mitarbeitende. Erstmals in der Firmengeschichte lag die Zahl der Mitarbeiter im Ausland Ende 2016 jedoch höher, bei 1300 Personen.

Und doch wird Sachseln keinesfalls marginalisiert. Eben investiert Maxon Motor am Stammsitz über 30 Millionen Fr. in ein neues Gebäude. In diesem Innovation Center werden ab 2018 die Abteilung Forschung & Entwicklung und die Systemtechnik zusammengezogen. Vor allem aber wird dort der stark wachsende und zukunftsreiche Bereich Medizintechnik topmoderne Produktionsanlagen

erhalten und kleinste Mikroantriebe für Insulinpumpen, Medikamentendosiersysteme oder Operationsroboter produzieren, in mehreren Reinräumen. «Der imposante Neubau verdeutlicht unser langfristiges Engagement und das Vertrauen in unseren Standort Obwalden», sagt Eugen Elmiger, der CEO von Maxon Motor. Das neue Gebäude bietet Platz für 350 Angestellte. «Insgesamt wird die Zahl der Arbeitsplätze in Sachseln aber stabil bleiben», erklärt Stefan Preier, Leiter Personal.

Komplexe Lösungen

Verändern wird sich in Zukunft hingegen die Zusammensetzung des Personalbestandes. «Die dezentrale Struktur von

Produktion und Forschung & Entwicklung in der Gruppe bedingt ein Umdenken und Anpassen speziell im Obwaldner Hauptquartier», so Preier. In der global organisierten Maxon-Motor-Gruppe kommt dem Stammsitz vermehrt die Aufgabe zu, im Produktionsmix für die Innovationen zu sorgen, etwa die komplexeren Antriebe mit elektrischer Kommutierung (EC-Motoren) herzustellen, und generell den Weg vom reinen Antriebspezialisten zum Hersteller komplexer mechatronischer Lösungen vorzuzeichnen. Komplexere Antriebslösungen, das kann ein Motor plus Spezialgetriebe sein, mit Encoder, Bremsen, Elektronik und kundenspezifischer Software zur hochpräzisen und ultraschnellen Steuerung von Bewegungen.

«Bei uns in Sachseln wird sich der Personalbestand weiter verschieben: von den direkt-produktiv tätigen Mitarbeitenden hin zum indirekt-produktiven Bereich, also zum Beispiel zu Forschung & Entwicklung, Verkauf, gruppenweiten Services oder Gruppen-Funktionen», sagt Stefan Preier. Schon heute wächst Maxon Motor am Hauptsitz im indirekt-produktiven Bereich mit Spezialisten; die lokalen Produktionsabteilungen mit rund 500 Mitarbeitenden (davon gegen 300 Angelernte) werden hingegen nicht grösser.

Gleiche Firma, gleiche Werte

Die Internationalisierung des Unternehmens stellt die Mitarbeitenden vor mentale Herausforderungen. «Sie wussten bisher: Als Techniker sind wir Spitze. Nun müssen sie auch noch lernen, gute internationale Teamplayer zu sein, mit flexiblen Rollen für die einzelnen Akteure», erklärt Preier. Eine internationale Denkart und ein Gruppen-Denken in die Köpfe zu bringen, sei anspruchsvoll – und beginnt nur schon beim Sprachunterricht: Englisch natürlich, aber auch Deutsch, arbeiten mittlerweile doch Mitarbeitende aus 38 Ländern bei Maxon Motor in Sachseln.

Die Entwicklung der Unternehmenskultur beinhaltet zusätzlich auch die Durchsetzung einheitlicher Werte, Qualitätsnormen oder Sicherheitsstandards an allen Standorten weltweit. Zunächst wurde der diesbezügliche Know-how-Transfer durch Entsendungen sichergestellt: Spezialisten wurden für ein bis zwei Jahre nach Ungarn oder Korea zum Know-how-Transfer geschickt. Seit zwei Jahren indessen läuft zusätzlich ein umfangreiches Ausbildungsprogramm für die koreanischen Mitarbeitenden, das einen kontinuierlichen Austausch zwischen Obwalden und Korea vorsieht. «Vermehrt kommen koreanische Mitarbeitende Koreaner für drei Monate zur Weiterbildung nach Sachseln. Im Gegenzug haben auch schon einige unserer Mitarbeitenden im Rahmen des interkulturellen Austausches ihren Arbeitsplatz für ein paar Monate nach Korea verlegt», sagt Preier. In naher

maxon motor

driven by precision

Zukunft starte ein ähnliches Austauschprogramm auch mit den USA. Für kürzere Auslandsaufenthalte gingen recht viele Spontanbewerbungen ein, so der Leiter Personal, bei längeren Entsendungen gestalte sich die Kandidatenauswahl hingegen eher schwierig. Dennoch gilt: Maxon Motor bringt Obwalden der Welt näher. Und umgekehrt.

Maxon Motor

- Maxon Motor ist der weltweit führende Anbieter von kleinen und kleinsten Motoren und Antriebssystemen. Sensoren, Steuerungselektronik und mechatronische Kompaktantriebe gehören ebenfalls zum Sortiment, ausserdem im Pulverspritzguss hergestellte Keramik- und Metallbauteile.
- Der Umsatz beläuft sich auf 422,5 Millionen Fr. (2016). Wichtigster Umsatzträger ist mit 43% die Medizintechnik, gefolgt von der Industrieautomation und der Robotik mit je 26% sowie der Luft- und Raumfahrt mit 7%.
- Maxon Motor beschäftigt 2500 Mitarbeitende (2016) in Produktions- und Forschungsstätten in 6 Ländern und einer Vertriebspräsenz in 40 Ländern. Am Hauptsitz in Sachseln OW arbeiten 1200 Mitarbeitende aus 38 Ländern.
- Das Unternehmen wurde 1961 gegründet als Produktionsstätte des deutschen Elektrogerätekonzerns Braun. Mehrheitsaktionär ist Verwaltungsratspräsident Karl-Walter Braun.
- Von 0 auf 30 km/h in nur 3 Sekunden: Seit 2015 produziert Maxon Motor einen leistungsstarken und kompakten Heckantrieb (und den Akku) für E-Bikes.

«Spektakuläre Technologie macht uns attraktiv»

Herr Preier, Maxon Motor fällt immer wieder durch spektakuläre Produkte auf. Sind diese wichtig, um auf dem Arbeitsmarkt attraktiv zu sein?

SP: Es stimmt schon: Das Marsmobil, wo die Nasa auch bei der fünften Mars-Rover-Mission auf Maxon-DC-Motoren setzt, der humanoide Roboter «Roboy» mit 48 Antriebssystemen von uns, Roboterarme mit unseren Mikromotoren in der Augen Chirurgie, das Exoskelett, welches bei querschnittgelähmten Personen das aufrechte Gehen dank unserer starken Antriebe in naher Zukunft unterstützen soll, aber seit zwei Jahren auch die E-Bikes mit Elektromotor und Akku von uns – alle diese spektakulären Anwendungen geben uns ein Image, das uns bei Ingenieuren attraktiv macht.

Kann Maxon Motor offene Stellen gut besetzen?

SP: In der Produktion in Sachseln haben wir selten Probleme, die Stellen gut zu besetzen. Bei hochqualifizierten Jobs, etwa in der Entwicklung, haben wir «überschaubare» Sorgen. Hierbei helfen uns die guten Beziehungen zu den Hochschulen. Eben haben wir eine Ko-

operation mit der Hochschule Luzern abgeschlossen und ein Maxon-Lab auf dem Campus Horw eingerichtet. Wir werden von dortigen Innovationen im Bereich der Mechatronik und Robotik profitieren und einen engen Austausch mit künftigen Antriebspezialisten pflegen. Schon von unseren heutigen Elektrotechnik-Ingenieuren mit Hochschulabschluss hat mehr als die Hälfte in Horw studiert. Wir haben jedes Jahr auch 25 bis 30 Studenten als Praktikanten im Haus, von denen später etliche bei uns bleiben. Schliesslich haben wir ein Young Engineers Programm (YEP) ins Leben gerufen, in dem wir Studenten für ihre Projekte mit Motoren, Getrieben oder Steuerungen ausrüsten. Auch das hilft uns, mit Talenten in Kontakt zu sein.

Finden Sie auch genügend Lernende?

SP: Wir haben eine grosse und sehr starke Lehrlingsabteilung mit 50 Lernenden, hauptsächlich Konstrukteure, Polymechaniker, Automatiker und Elektroniker. Hier spüren wir, dass eine Verknappung eintritt: 2016 konnten wir zwei Lehrstellen nicht besetzen. Deshalb haben wir auch begonnen, Erwachsenenlehren anzubieten. Bei unseren Tätigkei-

ten spielt Erfahrungswissen eine grosse Rolle. Wir sind daher nicht nur an jungen Fachleuten interessiert, sondern geben auch älteren eine Chance. Das wichtigste Kriterium bei Maxon Motor ist ohnehin die Lernbereitschaft: Fehlt diese, geht gar nichts.

Wieviel investiert Maxon Motor in die Weiterbildungen des Personals?

SP: Die Anforderungen an die Mitarbeitenden steigen stark. Die Produkte werden immer komplexer, integrierter, intelligenter, das Innovationstempo ist

extrem hoch. Die Produkte werden aber auch individueller, spezialisierter, fokussierter, nach Kundenbedürfnis spezifisch gebaut, das macht die Herstellung anspruchsvoller. Früher erzielten wir 20% des Umsatzes mit Produkten aus dem Katalog, heute vielleicht noch 5%. Dafür bringen wir jedes Jahr 12'000 neue oder zumindest modifizierte Produkte auf den Markt. Maxon Motor braucht daher sehr gut ausgebildetes Personal. Wir geben pro Mitarbeiter rund 1000 Fr. im Jahr für Weiterbildungen aus.

Zahlt Maxon Motor auch eine Erfolgsbeteiligung?

SP: Die hauptsächliche Motivation ziehen die Mitarbeitenden aus den überaus spannenden Arbeitsinhalten. Entwicklungspartner in faszinierenden Projekten zu sein, und das in einer Arbeit mit viel Freiheit und Eigenverantwortung, erzeugt eine überdurchschnittliche Verbundenheit mit dem Unternehmen. Aber ja, wir kennen eine Erfolgsbeteiligung. Zwar nicht als vertraglich garantierte Leistung, aber als Sonderbonus, abhängig vom Geschäftsgang. (Interview kh.)



Stefan Preier, Leiter Personal.



Agentur

360° media solutions AG
wir kreieren Einzigartiges – von
der Idee bis zur Umsetzung



Druckerei

SWS Medien AG Print
wir visualisieren Ihre Botschaften
auf Papier – wirtschaftlich,
auf höchstem Niveau



Inserate

SWS Medien AG Werbung
wir platzieren Werbung –
schweizweit, zielgerichtet,
effizient



Zeitungen

SWS Medien AG Verlag
Willisauer Bote und Seetaler Bote –
Lokaljournalismus vom Feinsten

Buchenstrasse 3, 6210 Sursee • Am Viehmarkt 1, 6130 Willisau • Hauptstrasse 42, 6280 Hochdorf
041 925 61 25 • info@swsmedien.ch • www.swsmedien.ch

Bei uns können Sie etwas bewegen.

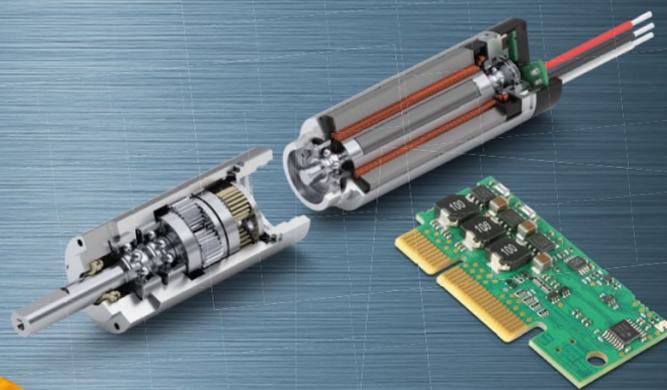
karriere.maxonmotor.ch



Danijel Lovrinovic
Fussballer und Mitarbeiter
Produktions-Engineering bei maxon motor



Lynn Braunschweig
Taucherin und Projektmanagerin
bei maxon motor



www.maxonmotor.ch

maxon motor
driven by precision

Mit Leidenschaft fürs Automobil

AMAG | Die klare Nummer 1 im Schweizer Automarkt will auch die attraktivste Arbeitgeberin in der Autobranche sein. Sie bildet enorm viele Lernende aus, bietet hochmoderne Werkstätten und fördert die Karriere mit beispielhaften Weiterbildungen.

ANNA WOJNARSKA

Es funkelt und glänzt in den neun Showrooms in der Zentralschweiz, wo AMAG hochwertige Autos der Marken VW, Audi, Seat und Skoda vertreibt. Und nebenan wird gehämmert und geschraubt, lackiert und geschrubbt, denn die AMAG betreibt an ihren Verkaufsstandorten auch Werkstätten, die Service und Reparaturen an den Autos gewährleisten. In den Werkstätten arbeitet die Mehrzahl der Mitarbeitenden: Automobil-Mechatroniker, Carrosserie-Spengler, Autolackierer, Automobil-Fachmänner und viele mehr.

«Wir alle bei der AMAG sind Autofans. Aber gerade die Fachleute in den Werkstätten leben ihre Leidenschaft für die Automobile intensiv aus, für sie ist der Beruf eine Berufung», sagt Beatrice Angst, die regionale HR-Leiterin. Doch gerade in den technischen Berufen ist die Rekrutierung schwierig. Offene Stellen sind nicht einfach zu besetzen. Gesucht: Mechatroniker. Sehr gesucht: Lackierer. Dringend gesucht: Carrossiers. Ausgerechnet in der Werkstatt schafft die AMAG in den nächsten vier Jahren 30 neue Arbeitsplätze. Im neuen regionalen Volkswagen-Kompetenzzentrum in Buchrain nahe Luzern, das 2019 den Betrieb aufnimmt, wird auch ein hochmodernes Karosserie- und Lack Center erstellt.

Starke Berufsbildung

«Der Fahrzeugbestand wächst in der Schweiz weiter, entsprechend brauchen wir auch mehr Fachkräfte, welche die Fahrzeuge unterhalten», sagt Benno Brunner, der Leiter der Region bei AMAG Retail. Den begehrten Nachwuchs zieht man selber nach. Die AMAG-Gruppe bildet in allen Regionen der Schweiz über 700 Lernende aus. Allein bei AMAG Retail, der grössten Garagengruppe des Landes, erhalten 600 junge Frauen und Männer die berufliche Grundausbildung – was einer Lehrlingsquote an der Gesamtbelegschaft von über 16% (!) entspricht.

Doch nur schon die vielen Lehrstellen in den 12 Ausbildungsberufen zu besetzen, erweist sich als Herausforderung. «Wir haben eine Lehrstellen Navi App entwickelt, um die Jugendlichen direkt



abzuholen. Wir sprechen in Social-Media-Kampagnen Eltern und Schulabgänger an. Wir laden Schulklassen für einen Augenschein in unsere Betriebe ein und präsentieren unsere Berufe an den Schulen. Und natürlich führen wir Schnupperlehren und vorgängig Berufserkundungstage durch», schildert HR-Leiterin Beatrice Angst.

Dass das Engagement der AMAG im Bereich Berufsbildung überdurchschnittlich ist, zeigt der Umstand, dass der Nationale Bildungspreis 2016 der Hans Huber Stiftung und der Stiftung FH Schweiz an die AMAG verliehen wurde für ihre vorbildliche Berufsbildung und Begleitung von Jugendlichen beim Karrierestart.

Karriereleiter steht

Bereits Lernende fördert die AMAG individuell und zusätzlich, hierfür wurde das Förderprogramm «Young Talents» aufgesetzt: Wer im dritten und vierten Lehrjahr durch gute Noten auffällt, kann begehrte Ausbildungskurse in der «AMAG Academy» besuchen. Und wie steht es mit einer Anstellung nach der Lehre? «Wir möchten die jungen Fachkräfte behalten und die Quote der Weiterbeschäftigten erhöhen. Wenn am Ausbildungsort keine Weiterbeschäftigung möglich ist, werden die Lehr-

abgänger mittels interem Lehrabgängerpool wenn immer möglich innerhalb der AMAG platziert», so Beatrice Angst.

Attraktive Weiterbildung

Benno Brunner stellt bei seinen Mitarbeitenden beruflichen Ehrgeiz fest: «Die jungen Fachkräfte sind heutzutage entwicklungsorientiert, sie wollen schnell weiterkommen und die Karriereleiter hochklettern». Der AMAG gelinge es aber gut, frühzeitig Entwicklungsmöglichkeiten aufzuzeigen, und sie biete die entsprechenden Weiterbildungen selber an. Gleichzeitig unterstützt sie auch externe Weiterbildungen (Automobil-Diagnostiker, Serviceberater, technischer Kaufmann usw.) aktiv. Wer Ambition auf eine Führungsfunktion entwickelt, kann bei Eignung ein 18-monatiges «Talent-Programm» absolvieren.

«Getrieben von den Produkten, in denen immer mehr Technologie steckt, aber auch vom Anspruch, einen exzellenten Service zu bieten, investieren wir sehr viel in die Weiterbildung unserer Mitarbeitenden», so Benno Brunner, der Leiter der Region Zentralschweiz/Mittelland bei AMAG Retail. Die Weiterbildungen sind bei den Mitarbeitenden begehrt, sie

erweisen sich auf dem Arbeitsmarkt als erheblicher Attraktivitätsfaktor.

Technische Fachkurse, Zertifizierungen für Verkäufer, Schulungen in IT-Systemen, Leadership- und Führungseminare – sie alle werden durch die «AMAG Academy» organisiert, die seit 2013 das Ausbildungsinstitut für die AMAG-Gruppe, aber auch für die über 500 Service- und Handelspartner ist. Welche Bedeutung der Konzern der Weiterbildung beimisst, zeigt sich in Zahlen: «Die AMAG Academy verzeichnete letztes Jahr über 15'000 Teilnehmertage», so HR-Leiterin Beatrice Angst. «Mitarbeitende im Sales oder in den technischen Berufen absolvieren durchschnittlich fünf Tage Weiterbildung im Jahr. Für neue Mitarbeitende im Bereich Service und Verkauf können das aber auch über zehn Tage werden bis zur Zertifizierung.»

Auch bei der Lernmethodik und den Lernmedien setzt die «AMAG Academy» den Massstab. So setzt sie zum Beispiel den «Virtuellen Classroom» ein, bei dem jeder Teilnehmer an seinem Arbeitsplatz sitzt und mit anderen Teilnehmern und dem Lehrer verbunden ist. Ein weiteres Tool sind die sogenannten «Learn Nuggets»: kurze, interaktive Lerneinheiten,

meist Videosequenzen, die selbstorganisiertes Lernen ermöglichen. Auch innovative Lehrinhalte tragen dazu bei, dass die Academy als eine zukunftssträchtige Karriereschmiede gilt: So gibt es ein neues Trainingsprogramm für Verkäufer – pardon, für Mobilitätsberater.

«Die Rollen und Anforderungen vieler Berufe in der Automobilbranche ändern sich grundlegend, es gibt neue Berufe: Wir sorgen dafür, dass die Mitarbeitenden sich persönlich entwickeln können. Das zeichnet uns als attraktivsten Arbeitgeber der Branche womöglich am meisten aus», sagt Beatrice Angst, die HR-Managerin.

AMAG

- Die AMAG-Gruppe ist eine im Automobilhandel tätige Schweizer Unternehmensgruppe unter dem Dach der Careal Holding AG, die sich zu 100% in Familienbesitz befindet. Die Gruppe mit Hauptsitz in Zürich beschäftigt schweizweit 5600 Mitarbeitende (davon über 700 Lernende) und erzielt einen Umsatz von 4,55 Milliarden Fr. (2016).
- Herzstück der AMAG-Gruppe bildet die 1945 von Walter Haefner gegründete AMAG Automobil- und Motoren AG, die seit 1948 Volkswagen importiert. Martin Haefner ist heute VR-Präsident des Familienunternehmens.
- Die Kerngeschäfte der AMAG-Gruppe sind Import, Retail (Verkauf von Neuwagen und Occasionen, Garagenbetriebe), Leasing und Services (Autovermietung Europcar, Parkhäuser). AMAG ist Generalimporteur der 5 Marken Volkswagen, Audi, Seat, Skoda und VW Nutzfahrzeuge. Die AMAG First AG ist zudem die grösste Porsche-Handelsor-

amag

ganisation der Schweiz. Weiter betreibt die AMAG-Gruppe in Zug einen Bentley- und Maserati-Betrieb.

- AMAG ist die Nr. 1 im Markt, 29% aller in die Schweiz importierten Fahrzeuge stammen aus ihrem Marken-Portfolio.
- AMAG Retail betreibt 64 Markenbetriebe (Verkauf, Garagen) und 7 Occasionscenter. Umsatz: 2,66 Milliarden Fr, Mitarbeiter: 3680, davon über 600 Lernende. AMAG Retail ist die grösste Garagen-Gruppe der Schweiz.
- In der Zentralschweiz ist AMAG Retail an den 8 Standorten Cham, Sihlbrugg, Ebikon, Emmen, Emmenbrücke, Kriens, Rain und Sursee präsent und beschäftigt hier 445 Mitarbeiter, davon 75 Lernende.

«Qualität der Arbeitsplätze macht uns attraktiv»

Herr Brunner, die AMAG werden in der Zentralschweiz zum immer bedeutenderen Arbeitgeber.

BB: Die AMAG Retail-Betriebe beschäftigen heute in den Kantonen Zug und Luzern an acht Standorten 450 Mitarbeitende. Wir bauen mit einer Investition von 49 Millionen Fr. ein neues Volkswagen-Kompetenzzentrum in Buchrain, wo bis 2019 weitere 30 Arbeitsplätze hinzukommen. Die AMAG-Gruppe wird zudem im Herbst 2019 das neue, zentrale Büro- und Verwaltungsgebäude in Cham eröffnen. AMAG Import und die Supportabteilungen werden aus Zürich, Buchs ZH, Dättwil-Baden, Schinznach nach Cham zügeln und an einem Standort zusammengezogen. 850 Arbeitsplätze wird das Bürogebäude haben. Ja, die AMAG hat in der Zentralschweiz eine stattliche Grösse erreicht.

Finden Sie genügend Fachkräfte in der Zentralschweiz?

BB: Im Verkauf haben wir eine relativ tiefe Fluktuation, ausserdem wird da der Personalbedarf nicht steigen – ein Neuwagenkäufer informiert sich heute im Schnitt

noch bei 1,4 Händlern, vor ein paar Jahren waren es noch 5 gewesen. Wachsen werden wir hingegen im After-Sales-Geschäft in den Werkstätten. Dafür suchen wir vermehrt technische Fachleute. Ich bin aber zuversichtlich, dass wir alle Stellen auch in Zukunft besetzen können. Wir verfügen heute schon über moderne Anlagen, und im neuen Carrosserie- und Lack Center, das wir in Buchrain bauen, werden die Arbeitsplätze noch moderner und heller sein. Diese Qualität der Arbeitsplätze macht uns als Arbeitgeber attraktiv.

Ihre Belegschaft ist jung, männlich, wechselt schnell...

BB: Das ist ein typisches Vorurteil. Wir haben auch in den autotechnischen Berufen immer mehr Frauen. Das Arbeitsklima in den Werkstätten ist dadurch viel angenehmer, und die Fachfrauen zeichnen sich durch ein hohes Engagement und Können aus. Auch haben wir ein professionelles Talentmanagement und können Karrierewege aufzeigen. Wir haben Vorbilder, die intern vom Lehrling bis zum Geschäftsführer aufgestiegen sind. Das Durchschnittsalter unserer

Mitarbeitenden beträgt 37 Jahre. Ja, wir haben viele Junge, aber wir stellen auch ältere, erfahrene Mitarbeitende ein. Wir sind zum Beispiel auch offen für die Erwachsenenlehre. Oder für Umschulungen oder Wiedereingliederungen; wir stehen diesbezüglich mit den lokalen IV- oder RAV-Stellen in Kontakt. Wir haben als grosser Arbeitgeber eine soziale Verantwortung, und die nehmen wir auch wahr.

Arbeiten die Mitarbeitenden gerne bei der AMAG?



Benno Brunner, Leiter Region Zentralschweiz/Mittelland.

BB: Ja, unsere regelmässigen Mitarbeiterumfragen signalisieren uns eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit und eine extrem hohe Identifikation mit dem Arbeitgeber. Team-Spirit und Kollegialität sind ausgezeichnet, viele Mitarbeitende gehen mit Leidenschaft ihrem Job nach. Viele haben zudem das Gefühl, die AMAG trage ihnen Sorge. Hier spielt sicherlich eine Rolle, dass wir unter dem Titel Gsund@AMAG ein hoch entwickeltes Gesundheitsmanagement betreiben, mit vielen Massnahmen zur Arbeitssicherheit und Gesundheitsprävention.

Bieten Sie Ihren Mitarbeitenden auch besondere Benefits?

BB: Die Mitarbeitenden profitieren von vielen Vergünstigungen in unterschiedlichen Bereichen wie Elektronik, Reisen, Möbel oder Versicherungen. Zudem kann jeder Mitarbeitende zwei Autos pro Jahr zu Mitarbeiterkonditionen beziehen. Dazu profitieren alle von Sonderkonditionen für Autozubehör, Reifen, Leasingangebote und mehr. Gewisse Mitarbeitergruppen kennen zudem leistungsabhängige Erfolgsbeteiligungs-Modelle. (Interview aw.)

JOIN ^{US} NOW!



minz.ch

Als vielfältige und zukunftsorientierte Arbeitgeberin bietet sich die Luzerner Psychiatrie als ideale Ausbildungspartnerin für angehende Fachpersonen Gesundheit (FaGe) und Pflegefachpersonen HF an.

Fachpersonen Gesundheit (FaGe) Dipl. Pflegefachpersonen HF

begleiten, beraten, pflegen und unterstützen Menschen mit einer psychischen Erkrankung. Dabei befassen sie sich mit der Psyche, dem Körper und dem sozialen Umfeld der betroffenen Personen.

Sie möchten mit Menschen arbeiten und suchen eine sinnvolle und nachhaltige Aufgabe? Dann melden Sie sich für die nächste Informationsveranstaltung an!

Weitere Informationen finden Sie auf www.lups.ch

Luzerner
Psychiatrie **lups.ch**
Luzern | Obwalden | Nidwalden

Beziehung im Mittelpunkt



Kein Auto ohne unsere Produkte.



Die SCHMOLZ + BICKENBACH Gruppe ist einer der führenden Anbieter individueller Lösungen im Bereich Spezialstahl-Langprodukte weltweit – sowohl bei Werkzeugstahl als auch bei rostfreiem Langstahl. Neben unserem eigenen Produktions- und Distributionsportfolio bieten wir unseren Kunden technisches Know-how, weltweit konstant hohe Qualität und tiefgehende Kenntnisse lokaler Märkte. www.schmolz-bickenbach.com

Production
DEUTSCHE EDELSTAHLWERKE
FINKL STEEL
STEELTEC
SWISS STEEL
UGITECH

Sales & Services
Worldwide

SCHMOLZ + BICKENBACH
Group



Chauffeure fahren keine Einbahnstrasse

VBL | Früher galt: Chauffeur bleibt Chauffeur. Heute gilt: Bei VBL kann man Chauffeur bleiben, hat aber auch viele Möglichkeiten, in andere Berufe hineinzuwachsen. Denn ein Job bei VBL ist ein Sprungbrett und keine Einbahnstrasse.

ANNA WOJNARSKA

Wie vielerorts bekundet auch VBL zunehmend Mühe, die Stellen in der Werkstatt mit guten Leuten zu besetzen. Bei der tiefen Fluktuation im Depot mit insgesamt drei bis fünf Vakanzen im Jahr ist das Problem zwar überschaubar. Dennoch nimmt es Walter Jenny, der Leiter Personal bei VBL, nicht auf die leichte Schulter, wenn zum Beispiel die Lehrstelle des Automobil-Mechatronikers nicht jedes Jahr besetzt werden kann.

Daher ist es Jenny ein Anliegen, immer wieder herauszustrichen, welche spannende Arbeit in der VBL-Garage geleistet wird, und wie chancenreich die technischen Handwerksberufe sind. «Wir haben nicht nur die Flotte der 150 Fahrzeuge zu unterhalten, die täglich in Luzern auf dem VBL-Netz unterwegs sind, darunter die 29 topmodernen Doppelgelenktrolleybusse «RBus», wegen denen heute ÖV-Spezialisten aus halb Europa zu uns nach Luzern pilgern. Mit der Elektromobilität halten zunehmend auch neue Technologien Einzug in unsere Werkstatt, die faszinieren und herausfordern.» Und gerade für Techniker mit Berufslehre gebe es vielfältige Weiterbildungsmöglichkeiten – etwa zum Automobil-Diagnostiker, zum Werkstattkoordinator, zum technischen Kaufmann. Das könne den Weg ebnen zu stolzen Berufskarrieren: «Wir hatten in der Technik in den letzten Jahren eine kleine Pensionierungswelle, so dass in deren Folge gleich mehrere Abteilungen wie die Spenglerei oder die Werkstatt einen neuen Chef bekamen. Oft geben wir bei solcher Gelegenheit jungen, motivierten Leuten eine Chance für einen Karriereschritt und begleiten sie dann mit geeigneten Massnahmen.»

Sprungbrett Garage

In der gesamten Technik arbeiten bei VBL gut 60 Personen, wobei die Werkstatt die grösste Autogarage der Region ist. Gerade in diesem Bereich versteht sich VBL als Ausbildungsbetrieb – sowohl in der beruflichen Grundbildung als auch



in den Weiterbildungen – und als Chancenbetrieb, ja sogar als Sprungbrett für Karrieren. «Wir geben jungen Frauen und Männern Entwicklungsmöglichkeiten. Wir unterstützen sie beim Besuch von höheren Fachschulen, geben aber immer wieder auch die Chance, erste Führungsverantwortung zu übernehmen», so Jenny.

Auch in der VBL-Technik leistet ein beträchtlicher Teil der Mitarbeitenden Schichtarbeit, andere haben Pikettendienst. Um die unregelmässigen Arbeitszeiten sozialverträglicher und gesunder zu gestalten, hat VBL in den Technik-Abteilungen innovative Arbeitszeitmodelle eingeführt. So werden Zeitzuschläge aus der Schicht-

arbeit umgelegt in Kompensationswochen: Alle sieben oder acht Wochen erhält ein Schichtarbeiter so eine Ausgleichswoche oder zusätzliche «Ferienwoche» – ein höchst attraktiver Ausgleich für die Unbill der Schicht- und Nachtarbeit.

Attraktive Dienstmodelle

Schon seit längerem profiliert sich VBL mit einer fast schon revolutionären Arbeitszeiteinteilung für die Mitarbeitenden im Fahrdienst – und drei Viertel der VBL-Mitarbeitenden arbeiten im Betrieb, davon 360 als Chauffeure oder Chauffeusen. «Es gibt für die meisten keine Turnuspläne mehr. Der Fahrdienstmitarbeiter bestimmt

zu einem grossen Teil selber, wann er arbeiten will. Die monatlich eingereichten Wünsche werden von einer Software abgeglichen. 80% der Wünsche können wir auf diese Weise erfüllen», erklärt Walter Jenny. Dieses innovative Modell der freien Dienstplangestaltung wird mittlerweile von ÖV-Unternehmen im In- und Ausland studiert, einige versuchen, es zu kopieren. «Unsere Arbeitszeit- und Dienstzeiteinteilungsmodelle sind inzwischen bei der Rekrutierung neuer Mitarbeitender zu überzeugenden Argumenten geworden», so der Personalleiter.

Eine besondere Stärke hat VBL in der Personalentwicklung. «Es ist uns ein Anliegen, den Mitarbeitenden Perspektiven

aufzuzeigen. Im Zuge der Digitalisierung verändern sich Berufe und Berufsbilder. Wir wollen den Mitarbeitenden helfen, ihr Wissen und Können dennoch jederzeit sinnvoll einsetzen zu können.» Fahrdienst im VBL-Trolleybus ist keine Einbahnstrasse, an Kreuzungen öffnen sich immer wieder neue Wege zu einer abwechslungsreichen Berufslaufbahn.

Sogar Bogenkarrieren

Mindestens die Hälfte der Mitarbeitenden ist in ihrem aktuellen Job zufrieden. Dennoch thematisiert VBL in den Mitarbeitergesprächen immer wieder die Optionen der beruflichen Entwicklung: Wäre es als Chauffeur nicht motivierend, Teamleiter zu sein? Oder Verkehrsdisponent in der Leitstelle oder Personaldisponent im Betriebsbüro oder Angebotsplaner oder Betriebsausbilder – zumal diese Stellen vorzugsweise mit Mitarbeitenden mit Erfahrung im Fahrdienst besetzt werden. VBL bildet die Leute für die Leitstelle und die Disposition in internen Lehrgängen selber aus. Mit der «VBL Fahrschule» betreibt man ein Kompetenzzentrum für Aus- und Weiterbildungen rund ums Fahren. Dort geben Instrukturen ihr Wissen in Fahr-, Strecken- und Tarifangelegenheiten weiter. Und dort erlangen die Chauffeure der VBL, aber auch Bus-, Car- und Lastwagenchauffeure anderer Betriebe den Fahrausweis – die grösste Fahrschule für schwere Motorfahrzeuge in der Zentralschweiz.

«Die Personalentwicklung führt dazu, dass wir zunehmend über motivierende Mischarbeitsplätze verfügen», sagt Walter Jenny. Neben der Tätigkeit im Fahrdienst üben Mitarbeiter dann weitere Tätigkeiten aus, als Neufahrerbegleiter, als Lehrmeister, als Führer bei Betriebsbesichtigungen, als Auskunftsperson bei Sondereinsätzen und so weiter. Selbst die Teamleiter oder die Disponenten fahren noch immer zu 20% ihrer Arbeitszeit selber. Die Betriebskultur bei VBL lässt im Rahmen einer individuellen Karriereplanung sogar Bogenkarrieren zu: die Reduktion des Verantwortungsgrades oder des Beschäftigungsgrades einer Kaderperson, meist im letzten Berufsabschnitt, ohne Statusverlust. «Einer unserer Teamleiter hat einen Gang zurückgeschaltet, er fährt nun wieder die ganze Zeit als Chauffeur. Statt unter Stress zu leiden, geniesst er jetzt die Arbeit wieder», erzählt Jenny. Ein Rückschritt auf der Karriereleiter ohne Gesichtsverlust: Ein Kompliment dem Arbeitgeber, der das ermöglicht!

VBL

- Die Verkehrsbetriebe Luzern AG (VBL) ist eine unabhängige Mobilitätsanbieterin in der Zentralschweiz. Sie besorgt in der Stadt Luzern, in umliegenden Gemeinden und im Kanton Nidwalden den öffentlichen Verkehr (ÖV) auf der Strasse. VBL betreibt 7 Trolleybus-, 24 Autobus- (inkl. Tellbus Uri und Thepra AG, Postautounternehmen Nidwalden) sowie 7 Nachtbuslinien.
- Mit einer Fahrzeugflotte von 171 konzern-eigenen Diesel- und Trolleybussen transportiert VBL rund 48,6 Millionen Fahrgäste im Jahr (2016).
- Der Betriebserlös von VBL beträgt beläuft sich auf 88,2 Millionen Fr. (2016), der Jahresgewinn im Konzern auf 1,27 Millionen. Seit 2000 sind die Verkehrsbetriebe Luzern eine Aktiengesellschaft, deren einziger Aktionär die Stadt Luzern ist.
- Der VBL-Konzern beschäftigt rund 540 Mitarbeitende auf umgerechnet 494 Vollzeitstellen, darunter 14 Lernende und mehrere Praktikanten.
- Ausser der urbanen Mobilität bietet VBL Carreisen und Extrafahrten (VBL Reisen) sowie ÖV-Dienstleistungen für Dritte an (Informations-, Leitstellen- und Ticketverkaufssysteme, Werkstattleistungen, Transportlogistik, Chauffeurausbildung in der VBL Fahrschule).
- Das Unternehmen wurde 1899 als Trambahn Luzern (TrL) gegründet, 1961 wurde der Trambetrieb eingestellt.



«VBL verbindet uns» ist nicht nur ein Slogan»

Herr Jenny, VBL beschäftigt einige Mitarbeitende, die über 65 Jahre alt sind. Wieso?

WJ: Wir verfügen über eine sehr gute Lösung der flexiblen Pensionierung. Mit 62 kann man sich frühpensionieren lassen, mit einer Überbrückungsrente kommt man dann auf rund 60% des letzten Einkommens. Da unsere Personalpolitik aber generell dem Vorsatz nachlebt, Know-how zu halten und nicht abfließen zu lassen, bieten wir einigen Pensionierten an, bis 68 in einem kleinen Pensum weiterzuarbeiten, im stundenweisen Einsatz. Das hilft uns, saisonale Nachfragespitzen zu brechen, in einer Notsituation genügend personelle Ressourcen zu haben sowie generell Personalengpässe zu überbrücken. Aktuell helfen uns 15 Pensionäre so aus. Ab 60 besprechen wir das Thema Pensionierung mit jedem Mitarbeitenden individuell, auf Wunsch natürlich bereits früher.

Ist VBL eine soziale Arbeitgeberin?

WJ: Das würde ich schon sagen. Ab 60 versuchen wir, wann immer möglich Entlassungen zu verhindern. Leider ist dies nicht in jedem Fall möglich, vor allem wenn Mitarbeitende aus gesundheitlichen Gründen die Fahrerlaubnis verlieren. Ab

62 können wir eine vorzeitige Pensionierung anbieten. Oder ein anderes Beispiel: In den letzten acht Jahren hat die VBL Fahrschule eine Busfahrer-Ausbildung entwickelt und in Zusammenarbeit mit den Regionalen Arbeitsvermittlungszentren RAV, der Suva und den IV-Stellen der Zentralschweiz angeboten. Auf diese Weise konnten über 140 Personen dauerhaft in den Arbeitsmarkt reintegriert werden. Weiter pflegen wir traditionell eine sehr gute Zusammenarbeit mit der Personalkommission und den Personalverbänden, die sich auch in einem guten GAV für die Jahre 2017 bis 2019 niederschlug.

Sprechen Sie deshalb von der guten Dialogkultur, die bei VBL herrscht?

WJ: Unsere Mitarbeitenden stammen aus 22 Ländern, und sie erbringen unter nicht einfachen Bedingungen – denken Sie an die unregelmässigen Arbeitszeiten oder die häufig verstopften Strassen – eine hochwertige Dienstleistung. Allein dies erfordert ein Höchstmass an Toleranz und Respekt im täglichen Umgang miteinander. Wir leben eine gemeinsame Unternehmenskultur. «VBL verbindet uns» ist nicht nur ein Slogan für die Zusammenarbeit mit unseren Kundinnen und Kun-

den, sondern ganz ausgeprägt auch für die Mitarbeitenden. Ja, wir haben eine ausgeprägte Dialogkultur, suchen immer wieder Lösungen im besten Einvernehmen, man erklärt sich, man hört sich zu, bei offenen Türen. Unterstützt wird das Zusammengehörigkeitsgefühl durch verschiedene Vereine – VBL-Motorradclub, VBL-Sportverein, VBL-Betriebsmusik – und durch gesellige Anlässe wie Weihnachtsessen, Sommerfest, Fondue-Plausch oder Gruppenanlass.

Was unternehmen Sie, damit Ihre Mitarbeitenden gesund bleiben?



Walter Jenny, Leiter Personal.

WJ: Wir engagieren uns sehr, um die Mitarbeitenden dafür zu sensibilisieren, in Eigenverantwortung auf ihre Gesundheit zu achten. Wir bieten autogenes oder mentales Training an oder animieren zu sportlicher Betätigung, damit zum Beispiel Übergewicht bei Mitarbeitenden im Fahrdienst nicht zum Problem wird. Im Winter offerieren wir gratis Schwimmgelegenheiten oder im Sommer sportliche Schnupperkurse wie Rudern. Es gibt die Möglichkeit, sich massieren zu lassen. Und wir bieten eine externe Sozialberatung.

Bieten Sie auch besondere Anstellungskonditionen?

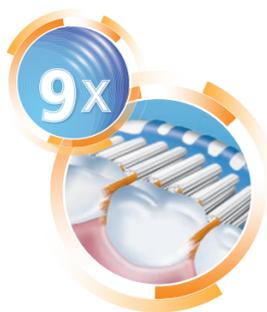
WJ: Wir haben eine grosszügige Pensionskassenlösung – VBL zahlt zwei Drittel der Prämien anstelle der gesetzlich vorgegebenen Hälfte. Bei der Senkung des Umwandlungssatzes von 6,2% auf 5,7% hat VBL einen grosszügigen Ausgleich beschlossen, von dem vor allem ältere Mitarbeiter profitieren. Für Mitarbeiter unter 50 haben wir zusätzliche Ferientage eingeführt. Und ja, ein besonderes Benefit ist, dass jeder Mitarbeitende das GA kostenlos zur Verfügung gestellt bekommt. Das wird rege genutzt und von unseren Mitarbeitenden geschätzt. (Interview aw.)

Spürbar besser



NEW

für ein strahlend schönes Lachen!



Die neue **TRISA Sonicpower Pro Interdental** ermöglicht eine bis zu **9x** bessere Reinigung in den Zahnzwischenräumen.*

* im Vergleich zu einer herkömmlichen Handzahnbürste (ADA Zahnbürste)



Finest Swiss Oral Care 

Trisa
OF SWITZERLAND



Gemeinsam zu lachen ist in der Suva genauso an der Tagesordnung wie geschäftliche Besprechungen.

suva.ch/jobs

suva

Ein Eldorado für technische Handwerker

CPH | Mit der Produktion von Papier, Verpackungen und Chemikalien ist die Gruppe gut aufgestellt. Sie gehört zu den Gewinnern der Marktberreinigung. Eigentlich hat sie nur ein Problem: Personalmangel in der Papierfabrik Perlen.

EWALD JANN

In Perlen hat die CPH-Gruppe ihren Hauptsitz. Für die Holding arbeiten einige wenige Mitarbeitende, darunter der CEO und der CFO der Gruppe sowie Finanzspezialisten und unterstützende Stabsfunktionen. Die Perlen Papier AG und die Perlen Packaging AG produzieren am Standort mit insgesamt etwa 500 Mitarbeitenden.

Während die Perlen Papier in einem Massenmarkt tätig ist, produziert die Perlen Packaging für den Nischenmarkt Pharmaverpackungsfolien. Die unterschiedlichen Strategien sorgen für deutlich verschiedene Anforderungsprofile der Mitarbeitenden. Während in der Perlen Packaging der Umgang mit verschiedenen Kulturen und Sprachen im Vordergrund steht, sind in der Perlen Papier eine Vielzahl von technischen Fachspezialisten gefragt.

Nein, von einem Notstand mag er noch nicht sprechen, aber einige Sorgen macht sich Daniel Büchi schon, wenn er an die Personalsituation bei der Perlen Papier denkt. «In gewissen Bereichen ist die Personalsituation äusserst angespannt», sagt der Leiter Human Resources. Der akute Personalmangel bei Papiertechnologen, Automatikern und Schichtelektrikern lässt sich nicht einmal mehr mit der Rekrutierung von Arbeitskräften im Ausland oder der Anstellung weniger qualifizierter Bewerber auf die Schnelle beheben.

Teamarbeit hilft

«Auch wir haben Mühe, genügend technisches Personal zu finden», bestätigt Peter Henz, der Chief Human Resources Officer bei Perlen Packaging, dem zweiten Produktionswerk der CPH-Gruppe am Standort. Instandhaltungs-Elektriker, Maschinen- und Anlagenführer, Elektroniker, ja selbst Polymechaniker: Öfters bleiben Stellen unbesetzt. Sie alle werden benötigt, um den unternehmerischen Erfolg der CPH-Gruppe in den Märkten, der bei Perlen Papier durch die Kostenführerschaft in der Produktion und bei Perlen Packaging durch die Produktspezialisierung von Verpackungsfolien für den Pharmamarkt praktisch erreicht ist, zu gewährleisten.



Die Schwierigkeit kommt wohl daher, dass von den rund 340 Mitarbeitenden der Perlen Papier und den gut 150 Mitarbeitenden der Perlen Packaging an diesem Standort ein Grossteil im Schichtbetrieb arbeitet, da die Produktionsanlagen rund um die Uhr laufen. «Schichtarbeit ist nicht mehr populär», hat Henz festgestellt, obwohl Perlen offenbar vieles durch ein angenehmes Arbeitsklima kompensiert wird, ansonsten läge die Fluktuation höher als 6%.

Die Personalverantwortlichen betonen, dass sowohl an den Papier- als auch den Beschichtungsanlagen viele langjährige Mitarbeitende arbeiten, die immer wieder von der ausgesprochenen Kollegialität in ihren Teams schwärmen. Tatsächlich liegt die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit bei über 15 Jahren (!), rund 30% der Mitarbeitenden sind zwischen 40 und 50 Jahre alt, rund 40% sogar über 50. «In unserer Arbeit ist Erfahrung wichtig, daher sind bei uns auch Routiniers im Beruf gefragt», sagt Peter Henz. Jedenfalls sei das Alter bei einer Anstellung kein Hindernis.

Motoren, Generatoren, Pumpen...

In erster Linie aber ist es etwas anderes, das Mechaniker, Elektroniker und Hydrauliker reizt: die technische Vielfalt. «Wir

haben in unseren Werken jede Menge von Pumpen, Motoren, Generatoren, Schaltanlagen, Steuerungen und Prozessleitsysteme im Einsatz, sie alle müssen instandgehalten und gewartet werden. Das gilt auch für die Abwasserkläranlage, die zwei Wasserkraftwerke, die Dampfturbine, die mehreren Diesellokomotiven, die über 50 Bagger oder Stapler auf dem Areal», erklärt Peter Henz. Die kleinsten Motoren erbringen weniger als 1 Watt Leistung, der grösste über 22 Megawatt. Die PM7, die 2010 installierte Papiermaschine für das Zeitungspapier, ist bis heute die modernste und leistungsstärkste derartige Anlage in Europa. Auch die Beschichtungsanlage Explorer der Perlen Packaging ist die leistungsstärkste in der Branche. «Mit all diesen Maschinen und Technologien kommen unsere Instandhaltungs-Fachleute in Kontakt. Für Techniker ist Perlen ein ein faszinierender Ort», so Henz.

Peter Henz ergänzt, dass auch die Arbeitskultur in Perlen die Mitarbeitenden motiviere. «Wir haben den KMU-Charakter bewahrt, mit kurzen Entscheidungswegen, wo die Leistung des Einzelnen wertgeschätzt wird. Der Mitarbeiter kann sich einbringen, seine Kompetenzen sind gefragt.» Auch sei es «Perlen-Kultur», die Entwicklung der Mitarbeitenden im Beruf zu

fördern. «Für alle sind Wechsel innerhalb der Gruppen-Unternehmen möglich, was neue Perspektiven ermöglicht.»

Der KVP, ein Erfolgsmodell

Ein Beispiel, wie man bei der CPH-Gruppe die Mitarbeitenden einbezieht, sich auf ihr Wissen und Können verlässt, ist der KVP-Prozess. Der «Kontinuierliche Verbesserungs-Prozess» wurde vor 15 Jahren eingeführt. Die Mitarbeitenden sollen Vorschläge zur Verbesserung von Arbeitsabläufen, an Anlagen oder in der Zusammenarbeit einbringen. An wöchentlichen Meetings werden diese dann diskutiert. «Jedes Jahr kommen pro Mitarbeiter im Schnitt ein oder zwei Vorschläge. KVP ist ein riesiger Erfolg: Wir können dank der realisierten Verbesserungen pro Mitarbeiter 4000 Fr. Kosten im Jahr sparen», erklärt Henz. Ein KVP-Koordinator und 16 KVP-Betreuer sorgen für KVP-Schwung.

Aus- und Weiterbildung hat in der CPH einen hohen Stellenwert. «Da wir bei Perlen Packaging Folien für Medikamenten-Verpackungen herstellen, müssen wir höchste Qualitätsstandards erfüllen, welche die Zulassungsbehörden regelmässig überprüfen. Jeder Mitarbeiter wird vierteljährlich geschult, er muss über einen

bestanden Test einen Ausbildungsnachweis erbringen», so Peter Henz. Auch Kurse zur Arbeitssicherheit oder im Gesundheitsmanagement finden regelmässig statt.

Es gibt noch Papiermacher

Und dann ist da noch das Lehrlingswesen, das ja auch helfen kann, den Fachkräftemangel anzugehen. In Perlen bildet die CPH-Gruppe 30 Lernende aus, in acht Berufen vom Anlagenführer bis zum Produktionsmechaniker – und auch Papiertechnologen. Dieser Beruf ist sehr selten geworden in der Schweiz; die Berufsschule absolvieren die Papiermacher in zwei bis drei Unterrichtsblöcken von vier bis acht Wochen pro Jahr in der deutschen Papiermacherschule bei Karlsruhe. Nicht nur die Papierfabrik Perlen, sondern auch die Perlen Packaging bieten attraktive Stellen in einem internationalen Umfeld an.

CPH-Gruppe

- Die CPH Chemie+Papier Holding AG (CPH) ist eine international tätige Industrie-Gruppe mit Hauptsitz in Root. Ihre Aktivitäten umfassen Entwicklung, Produktion und Vertrieb von Chemikalien, Papieren und Verpackungsfolien. Die Unternehmensgruppe produziert an 7 Standorten in der Schweiz, Deutschland, den USA und China.
- Die Gruppe gliedert sich in drei Geschäftsbereiche, die als eigenständige Unternehmen auftreten. Zeochem, die Chemie-Firma in Rüti ZH, ist ein führender Anbieter von Molekularsieben und Chromatographieelagen sowie deuterierten Lösungsmitteln. Perlen Papier ist der grösste (und ab 2018 der einzige) Produzent in der Schweiz von Zeitungsdruck- und Magazinpapieren.

cph chemie + papier holding ag

Perlen Packaging produziert Folien für pharmazeutische Verpackungen (Medikamenten-Bliester) und ist weltweit der drittgrösste Anbieter beschichteter Folien für Pharma-Verpackungen.

- CPH erzielte 2016 einen Umsatz von 435 Millionen Fr. (Papier: 246 Millionen, Verpackung: 119 Millionen, Chemie: 69 Millionen) und beschäftigt 1000 Mitarbeiter, davon 500 in Perlen.
- Die industrielle Tradition der CPH-Gruppe geht auf das Jahr 1818 zurück, als die Chemiefabrik Uetikon gegründet wurde. Der Bereich Papier besteht seit 1873, die Perlen Packaging seit 1954.

«Wir haben eine gute Grösse und Struktur»

Herr Henz, stellen die Perlen Papier und die Perlen Packaging auch Ungelernte an?

PH: Wir haben sehr wenige Angelernte unter unseren Mitarbeitenden, und deren Anteil an der Belegschaft nimmt weiter ab. Qualität kennt keine Kompromisse: Sehr hohe Investitionen in die modernsten Anlagen und permanente Prozessverbesserungen heben uns im Wettbewerb ab. Das hat aber auch zur Folge, dass die Anforderungen an die Mitarbeitenden gewachsen sind. Wir haben die leistungsstärkste und modernste Papiermaschine Europas – sie ist 130 Meter lang, 10'000 Tonnen schwer, stösst jede Minute 2000 Meter Zeitungspapier aus. Es braucht viel Know-how um diese komplexe Maschine zu beherrschen. Aber es ist schon so: Angesichts des Personalmangels überlegen wir uns, wieder Personen ohne technischen Lehrabschluss anzustellen und sie dann intensiv an den Maschinen zu schulen.

Haben Sie auch Mühe, die Lehrstellen zu besetzen?

PH: Nein, da haben wir weniger Sorgen. Wir haben als Lehrbetrieb mit 30

Lernenden einen ausgezeichneten Ruf, gerade bei technischen Berufen, da in unseren Betrieben eine grosse technologische Bandbreite anbieten können. Wir präsentieren unsere Lehrberufe an Berufsmessen oder Schulen, laden Klassen auch zu Besichtigungen beziehungsweise Erkundungen in unseren Betrieb ein. Ausserdem entwickelt die Grösse des Unternehmens und die Marktstellung eine gewisse Attraktivität: Wer Herausforderungen in einem internationalen Umfeld oder an hochautomatisierten Anlagen sucht, muss zu uns kommen. Schliesslich sind wir auch dafür bekannt, gerade auch in der beruflichen Weiterbildung zu unterstützen, sei es für die höhere Fachausbildungen wie zum Beispiel Kunststofftechnologie, Automation oder Exportsachbearbeiterin sowie Führungsausbildungen wie Meisterschulen bis hin zu MBA-Ausbildungen. Wo die notwendigen Qualifikationen fehlen, muss ausgebildet werden.

Macht auch die zunehmende Internationalität die CPH-Gruppe als Arbeitgeber attraktiv?

PH: Wir dürfen sagen, dass wir in den Bereichen, wo wir im Ausland Produktionsstandorte haben, also in der Chemie und der Verpackung, keine Mühe haben, zum Beispiel Führungskräfte zu finden. Was Entsendungen, temporäre Arbeitseinsätze im Ausland oder Reisetätigkeit betrifft, ist die Internationalität für flexible Mitarbeitende durchaus reizvoll. Sie können da ihren breiten Erfahrungsschatz einbringen. Auch hier gilt: Die CPH-Gruppe hat eine gute Grösse und Struktur, sie kann, falls Ambitionen in diese Richtung gehen, internationale Perspektiven bieten.



Peter Henz, Leiter Human Resources Perlen Packaging.

Am Standort Perlen der CPH macht die Papier Perlen mit zwei Drittel der Mitarbeitenden zwei Drittel des Umsatzes, die Perlen Packaging aber verdient das Geld. Erzeugt das nicht Neid?

PH: Da unterschätzen Sie, dass es am Standort eine starke, übergreifende «Perlen-Kultur» gibt. Wir arbeiten «in Perlen», sagen die Mitarbeitenden mit Stolz. Sie geschieht aber auch über den familiären Charakter, den die CPH noch immer hat: Man will zusammen etwas erreichen, in starker Kollegialität, das prägt unser Unternehmen.

Ist die CPH eine soziale Arbeitgeberin?

PH: Wir nehmen unsere soziale Verantwortung im grösstmöglichen Ausmass wahr. Da wirkt es sich als Vorteil aus, dass am Standort Perlen zwei Unternehmen mit unterschiedlichen Herausforderungen und Märkten angesiedelt sind. Gemeinsam gelingt es einfacher, Lösungen im sich verändernden Umfeld zu finden. Insbesondere der schnellen Wiedereingliederung von Mitarbeitenden mit Beeinträchtigung schenken wir hohe Beachtung. (Interview ej)



«Einfach toll. Dank flexibler
Arbeitszeit kann ich jeden Mittwoch
mit meinem Sohn verbringen.»

*Christian Kramis
Leiter Produktion & Logistik*

veriset
die küche. swiss made.

Wir fördern junge Talente individuell und unterstützen die Weiterbildung von Mitarbeitenden. Zudem legen wir Wert auf eine gute Work-Life-Balance mit flexiblen Arbeitszeitmodellen.

LEISTER



**Unterwegs
in die Zukunft.**

Von Sarnen aus erobern wir die Welt. Mit innovativen Maschinen zum Verschweissen von thermoplastischen Kunststoffen und Hightech-Produkten der Mikrotechnologie. Findige Köpfe und analytische Profis finden bei uns ihren Traumjob. Mitten in der Zentralschweiz.

www.leister-group.com

Mitarbeitende befähigen und fördern

Migros Luzern | Mit 75 Jahren ist die Genossenschaft Migros Luzern vital, dynamisch und erfolgreich unterwegs. Dennoch beschäftigt sie sich intensiv mit der Zukunft.

VICTOR BREU

Die Genossenschaft Migros Luzern besteht seit 75 Jahren und ist sehr erfolgreich. An diesem Erfolg haben die Mitarbeitenden einen grossen Anteil. Als Dankeschön erhielten sie deshalb eine Jubiläumssprämie von bis zu 750 Fr.

Der Detailhandel unterliegt einem tiefgreifenden Wandel. Der Markt ist komplexer und schneller geworden, mit neuen Anbietern und alternativen Verkaufskanälen. Auch wer heute erfolgreich ist, muss sich vorsehen, um in einigen Jahren weiterhin auf der Gewinnerseite zu stehen. Die Geschäftsleitung der Migros Luzern hat zu diesem Zweck verschiedene Massnahmen eingeleitet. «Wir warten nicht auf die Veränderungen, wir gestalten die Zukunft aktiv und gemeinsam», sagt Reto Kron, der Leiter Personelles/Ausbildung.

Weiterbildung macht attraktiv

Stete Weiterbildung ist der Schlüssel zur Bewältigung der zunehmenden Komplexität und Veränderungsgeschwindigkeit. «Lebenslanges Lernen ist bei uns unverzichtbar und wird gefördert», so Kron. In der Personalentwicklung hat die Migros Luzern seit jeher einen überzeugenden Leistungsausweis. Mit einem breiten Weiterbildungsangebot von über 50 internen Kursen fördert sie die persönliche und berufliche Entwicklung. 2016 besuchte jeder fünfte Mitarbeitende eine Schulung. Auch mit ihrer elektronischen Lernplattform gibt die Migros seit zehn Jahren den Takt vor. «Die Digitalisierung hat unseren Alltag erreicht», erklärt Philipp Lustenberger, der Leiter Management Development. «Cross-channel-Verkauf, Self-checkout (Subito) oder neue, hochentwickelte Bestellsysteme sind Beispiele, wie die Digitalisierung Einzug gehalten hat. Wir schulen die Mitarbeitenden, helfen ihnen, auch digital fit zu sein. Gleichzeitig sensibilisieren wir sie bezüglich ihrer Selbstverantwortung: Mit der Digitalisierung Schritt zu halten, ist eine wichtige Voraussetzung für den Erhalt der Arbeitsmarktfähigkeit.» Mitarbeitende der Migros Luzern profitieren von 70% Rabatt auf Klubschulungskurse, von bis zu 1000 Fr. pro Jahr. Auch bei externen Schulungen beteiligt sich die Migros Luzern grosszügig an den Kosten.



Es ist unter anderem die starke Personalentwicklung, die die Migros Luzern zu einer attraktiven Arbeitgeberin macht, wie sie aus den Mitarbeiterbefragungen weiss. Ein weiterer Faktor ist die systematische Nachwuchsförderung, die ebenfalls Tradition hat. Gegen 90% aller Führungskräfte zieht die Migros Luzern intern nach, rund zwei Drittel der Mitarbeitenden im Verkauf erleben in ihrer Berufslaufbahn eine Beförderung. Ins Kapitel Nachwuchsförderung gehört natürlich auch, dass die Migros Luzern einer der grössten Lehrbetriebe der Region ist: 230 Lehrstellen in 14 Berufen bietet sie an, auch in neuen Berufen wie Systemgastronomie, Restaurationsfachpersonen, Automobilfachleute oder Detailhandelsfachleute Garten. Acht von zehn Lernenden erhalten nach der Berufsgrundbildung eine Festanstellung.

Fit bleiben, Ressourcen stärken

Die Ressourcen stärken, um die gestiegenen und veränderten Anforderungen in der Arbeit meistern zu können, das gilt natürlich nicht nur in Bezug auf die digitalen Kenntnisse, sondern auch für die Gesundheit. Arbeitssicherheit, Wohlbefinden sowie Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Freizeit werden bei der Mi-

Genossenschaft Migros Luzern

- Die Migros ist die führende Detailhändlerin der Schweiz. 1925 gegründet, erzielt sie heute als eines der grössten Unternehmen der Schweiz 27,7 Milliarden Fr. Umsatz (2016) und gehört mit 100'400 Mitarbeitenden auch zu den grössten Arbeitgebern des Landes.
- Die Genossenschaft Migros Luzern wurde 1941 gegründet und zählt über 188'000 Mitglieder (2016). 750 Zentralschweizer Produzenten beliefern die Migros Luzern mit regionalen Produkten. Via Migros-Kulturprozent fliessen der Zentralschweiz jährlich gut 7 Millionen Fr. in Form von gesellschaftlichen Engagements in Bildung, Kultur, Soziales, Freizeit, Sport und Wirtschaft zu.
- Die Migros Luzern ist in den 6 Zentralschweizer Kantonen an 128 Standorten vertreten. Sie erwirtschaftet einen Umsatz von 1,42 Milliarden Fr. (2016) und beschäftigt 6000 Mitarbeitende mit 80 Nationalitäten, darunter rund 214 Lernende.
- Dieses Jahr haben 100% der Lernenden die Lehrabschlussprüfung bestanden. Rund 80% der Lernenden werden nach ihrem Abschluss weiterbeschäftigt.
- Kerngeschäft der Genossenschaft Migros Luzern ist der Detailhandel mit Supermärkten (Food und Non-Food), Fachmärkten (SportXX, Melectronics, Micasa, Do it + Garden), Migros-Outlets, VOI sowie Migros-Partnern (selbständige Läden mit Migros-Produkten im Sortiment).
- Bedeutende Geschäftsfelder sind ferner die Gastronomie (Restaurants, Take-

MIGROS

Aways, Betriebskantinen, Catering-Services), die Bildung (Klubschulen in Luzern, Zug und Sursee mit über 6000 Kursen und über 1000 Dozierenden) und der Freizeitbereich (Fitnessparks, ONE Training Centers, Tennis- und Squashcenters, Golfparks).

- Der Verwaltungs- und Logistikstandort in Dierikon ist das Betriebszentrum. Dort werden Fleisch und Agrar-Produkte verarbeitet. In Dierikon arbeiten rund 800 Personen, 450 davon in der Produktion und der Logistik.

gros Luzern grossgeschrieben. In den letzten drei Jahren zum Beispiel hat sie allen Mitarbeitenden das Thema «Psychische Gesundheit» näher gebracht. Im Rahmen einer umfangreichen Initiative unter dem Titel «Deine Psyche – Kein Tabu!» wurden Führungskräfte in der Früherkennung von psychischen Belastungen geschult und alle Mitarbeitenden in Bezug auf ein ganzheitliches Gesundheitsverständnis und Möglichkeiten zur Stärkung der Resilienz sensibilisiert.

Fokus auf Zielerreichung

«Gesund zu bleiben liegt primär in der Selbstverantwortung der Mitarbeitenden. Aber wir nehmen unsere Verantwortung als Arbeitgeber ebenfalls wahr, indem wir ihnen gezielt Impulse und Anreize geben», sagt Personalleiter Reto Kron. So vergünstigt die Migros Luzern ihren Mitarbeitenden etwa ein Fitness-Abo und weitere Freizeitangebote. Für berufliche oder private Probleme steht eine erfahrene Sozialberatungsstelle zur Verfügung. Und auch mitarbeiterfreundliche Arbeitszeitmodelle oder die Möglichkeit, in fast allen Funktionen und auf allen Stufen Teilzeit zu arbeiten, gehören dazu. Dass sich die Migros Luzern auch unter diesem Titel ein modernes und fortschrittliches Unternehmen nennen darf, zeigt die Zahl von rund 70% Teilzeitbeschäftigten.

«Eine spannende und befriedigende Berufslaufbahn»

Herr Kron, ist die Migros Luzern nach wie vor eine gesuchte Arbeitgeberin?

RK: Auf unsere Vakanzen bewerben sich jährlich rund 5000 Personen! Das liegt unter anderem daran, dass wir regional gut verankert sind, die Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Freizeit nach Möglichkeit unterstützen – beispielsweise mit 15 Tagen Vaterschaftsurlaub bei 100%iger Lohnfortzahlung – und mit dem besten GAV der Branche vorzügliche Anstellungsbedingungen bieten. Bei der Migros Luzern arbeiten rund 70% der Angestellten in Teilzeit. Wir schätzen zudem Mitarbeitende jeden Alters, was sich darin zeigt, dass das Durchschnittsalter unserer Mitarbeitenden bei 40 Jahren liegt.

Die Migros Luzern trägt das Label Friendly Work Space. Was bedeutet das?

RK: Wir haben diese Auszeichnung, welche die Gesundheitsförderung Schweiz für ein umfassendes betriebliches Gesundheitsmanagement verleiht, im Oktober 2015 bereits zum dritten Mal erhalten. Das Label belegt, dass wir uns für ein gesundes Arbeitsumfeld einsetzen und eine nachhaltige, verantwortungsvolle Personalpolitik leben. Unser Engagement wirkt sich

positiv auf die Motivation, Gesundheit und Leistungsfähigkeit der Mitarbeitenden aus. Dabei gehen wir auch unkonventionelle Wege. Beispielsweise mit unserer Initiative zur psychischen Gesundheit, bei welcher wir unter anderem einen Kalender einsetzen, um unseren Mitarbeitenden gesundheitsförderliche Aspekte näher zu bringen.

Sind die Mitarbeitenden bei Ihnen denn motiviert und zufrieden?

RK: Bei der letzten Mitarbeiterumfrage lag die Gesamtzufriedenheit bei 79 von 100 Punkten – ein hoher Wert. Auch unsere tiefe Fluktuationsrate von 7,5% zeigt, dass sich unsere Mitarbeitenden bei uns wohl fühlen. Wir stellen immer wieder fest, dass die spezielle Migros-Identität, die den Menschen in den Mittelpunkt allen Handelns stellt, unsere Mitarbeitenden anspricht, sie motiviert, verbindet und Loyalität zum Unternehmen schafft. Ihr Miteinbezug in Entscheidungen im Unternehmen ist durch eine Personalkommission institutionalisiert. Die Migros ist ja auch von ihrem Grundgedanken her und seit der Gründung ein soziales Unternehmen, gleichzeitig muss sie jedoch auch im Wettbewerb bestehen und dafür

wirtschaftliche Ziele erreichen. Genauso verankert in unserer DNA sind auch ökologisches Handeln und die Wahrnehmung unserer gesellschaftlichen Verantwortung.

Welche Rolle spielt die Personalentwicklung bei Sie?

RK: Sie ist ein ganz zentrales Anliegen vieler Bewerbender. Wir bieten viele Funktionen, in welche man niederschwellig einsteigen kann. Die Mitarbeitenden erleben es dann als grosse Chance, sich im Berufsalltag qualifizieren und weiterentwickeln zu können. Nicht wenige können in der

Migros-Familie dann eine spannende und befriedigende Berufslaufbahn machen. Unsere konsequente Nachwuchsförderung bietet den Mitarbeitenden Perspektiven, und die vielen Beispiele von erfolgreichen Karrieren im Unternehmen motivieren.

Wie entwickelt sich der Personalbestand?

RK: Wir sind in der glücklichen Lage, dass wir als Unternehmen gut aufgestellt sind. Mit unseren Aktivitäten im Detailhandel mit Supermärkten und Fachmärkten, aber auch in der Gastronomie, in der Bildung und im Freizeitbereich sind wir breit tätig, was sich auch an der Vielfalt von über 100 Berufsgattungen zeigt. Im Zuge des Megatrends «Digitalisierung» sind natürlich einige Funktionen Veränderungen unterworfen. Diese begleiten wir aktiv, denn es ist uns auch ein Anliegen, moderne Arbeitsplätze anzubieten und unsere Mitarbeitenden arbeitsmarktfähig zu erhalten. Die Zahl der Vollzeitstellen ist bei uns in den letzten Jahren laufend leicht gestiegen – ich gehe davon aus, dass dies auch in den nächsten Jahren so sein wird. Unsere Innovationskraft wird uns in eine gute Zukunft führen. (Interview vb.)



Reto Kron, Leiter Direktion Personelles/Ausbildung.

Auch in ihren Führungsgrundsätzen reagiert die Migros auf die laufend veränderten Bedingungen in Wirtschaft und Gesellschaft. Die Migros Luzern ist bestrebt, den teils komplexen, teils gegensätzlichen und sich stetig verändernden Anforderungen gerecht zu werden. Dies erfordert hohe Agilität und die Fokussierung aufs Wesentliche. «Wir fördern bei unseren Mitarbeitenden eine neue Denkart: Sie sollen vermehrt ergebniswirksam denken», erklärt Personalleiter Reto Kron. «Das Handeln aller Mitarbeitenden wird auf die Erreichung von Ergebnissen ausgerichtet, das heisst: Es geht weniger darum, welche Tätigkeiten jemand ausübt, sondern vermehrt darum, welche Ergebnisse er konkret erreicht.»

Mehr Gestaltungsspielraum

Der Fokus auf die Zielerreichung bedeutet im Grundsatz mehr Verantwortung, aber auch grösseren Gestaltungsspielraum für die Mitarbeitenden. «Ergebniswirksames Arbeiten ist anspruchsvoll, es verleiht der Arbeit aber auch mehr Sinn», sagt Kron. Die Migros Luzern spricht bei diesem Projekt bewusst von einer kulturellen Weiterentwicklung, weil sie auf einer sehr wertschätzenden Beziehungs- und Leistungskultur aufbauen kann.

Die Zentralschweiz ist wettbewerbsfähig: Riesige Differenz zwischen Zug und Uri

Standort | Zug hat das höchste langfristige Wirtschaftspotenzial aller Schweizer Kantone. Uri fast das tiefste. Insgesamt ist die Zentralschweiz aber sehr wettbewerbsfähig.

JAKOB HILPERT

Die Zentralschweiz ist ein Wirtschaftsdynamo des Landes. Gemäss einer UBS-Studie sind gleich vier der sechs Zentralschweizer Kantone in der Rangliste der wettbewerbsfähigsten Kantone der Schweiz im ersten Drittel klassiert: Zug, Luzern, Nidwalden und Schwyz. Zug ist sogar der wettbewerbsfähigste Kanton der Schweiz, erstaunlicherweise sogar vor Zürich (Abb. 1). Doch auch Luzern (Position 5), Nidwalden (6) und Schwyz (8) wird eine «hohe» Wettbewerbsfähigkeit attestiert. Dies lässt sich der Studie «Kantonaler Wirtschaftsindikator (KWI) 2016» entnehmen; die UBS erstellt den KWI alle zwei Jahre, um ein detailliertes Profil der relativen Stärken und Schwächen einer kantonalen Volkswirtschaft aufzuzeigen.

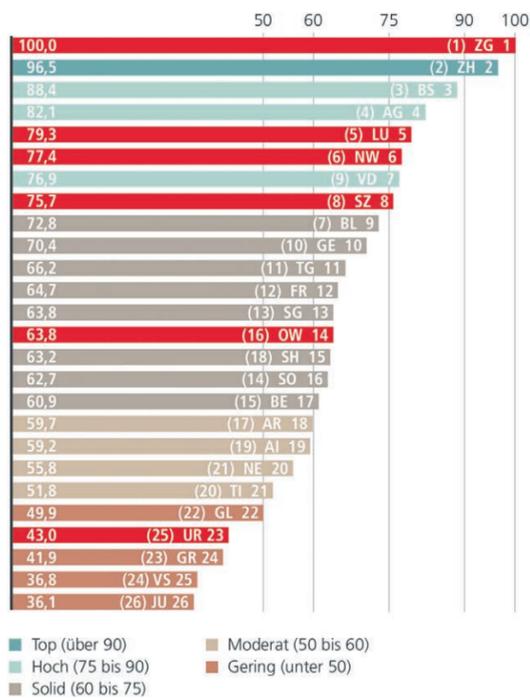
Bergtäler und Metropolen

Doch ist es überhaupt sinnvoll, von der Zentralschweiz als Wirtschaftsraum zu reden? Aus der UBS-Rangliste geht nämlich auch hervor, dass zwei der sechs Zentralschweizer Kantone in der zweiten Hälfte der Rangliste angesiedelt sind: Obwalden (Position 14) noch knapp nach der Mitte aller 26 Kantone, doch Uri (23) dann ganz weit hinten, mit «geringer» Wettbewerbsfähigkeit. Es widerspiegelt sich deutlich, dass die Zentralschweiz alles andere als eine einheitliche geografische Region ist. Zwischen dem Bergkanton Uri mit seinen schwer erreichbaren Seitentälern und der Stadt Zug, die als Metropole die Millionenregion Zürich erweitert, liegen Welten.

Wachstumspotenzial messen

Der Kantonaler Wettbewerbsindikator ist eine verdichtete Analyse von mehr als 50 Einzelindikatoren, die Aufschluss über das relative längerfristige Wachstumspotenzial eines Kantons geben. Diese Indikatoren werden in acht Wettbewerbsäulen zusammengefasst: Wirtschaftsstruktur, Innovation, Humankapital, Arbeitsmarkt, Erreichbarkeit, Einzugsgebiet, Kostenumfeld und Staatsfinanzen.

Kantonaler Wettbewerbsindikator 2016 (Abb. 1)



Kostenumfeld und Staatsfinanzen. Für jede Wettbewerbsäule erhalten die Kantone eine relative Bewertung zwischen 0 und 100 Punkten.

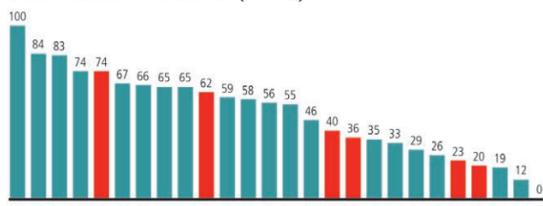
Die Wettbewerbsprofile werden in einer spinnennetzartigen Grafik dargestellt (Abb. 6 bis 11). Über die Profillinie eines Kantons wird in der Darstellung die Linie eines Mediankantons gelegt – eines theoretischen Referenzkantons, der aus den Medianwerten der jeweiligen Wettbewerbsäulen zusammengesetzt ist. Beim Kanton Zug liegt jeder einzelne Wettbewerbsindikator-Punkt über dem Medianwert, beim Kanton Uri ist fast das Gegenteil der Fall.

Branchenmix ungünstig

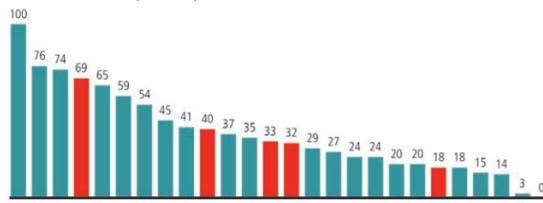
Bei der Wirtschaftsstruktur (Abb. 2) vermag die Zentralschweiz nicht zu glänzen: Zug ist nur die Nummer 5 unter den Kantonen, Luzern die 10, Nidwalden die 16, Schwyz die 17, Obwalden 22 und Uri 23. Mit diesem zentralen Indikator wird gemessen, wie diversifiziert die Volkswirtschaften der Kantone sind, ob allenfalls ein Klumpenrisiko durch nur wenige Industriezweige besteht und wie gut die vorhandenen Branchen in Wettbewerb und Markt positioniert sind; auch die Exportintensität ist ein Kriterium.

Bei der Wettbewerbssäule Innovation (Abb. 4) schneidet die Zentralschweiz ebenfalls nur durchschnittlich ab, mit den Rängen 4 (Zug), 10 (Nidwalden), 13 (Schwyz), 14 (Luzern), 21 (Obwalden) und 26 (Uri). Das Innovationspotenzial wird anhand von Branchenclustern, der Anzahl erfolgreicher Start-ups oder Unternehmensgründungen, der Höhe der Risikokapital-Investitionen sowie der Anzahl der

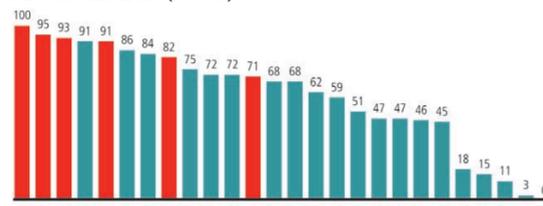
Wirtschaftsstruktur (Abb. 2)



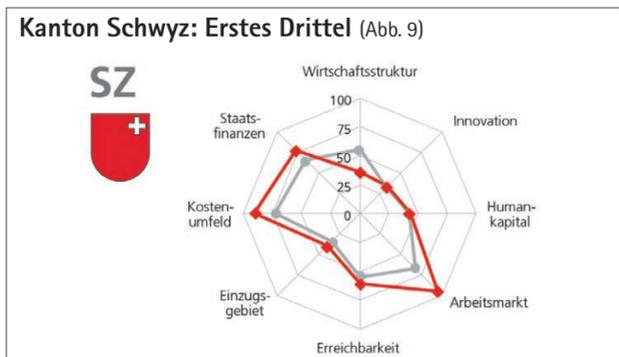
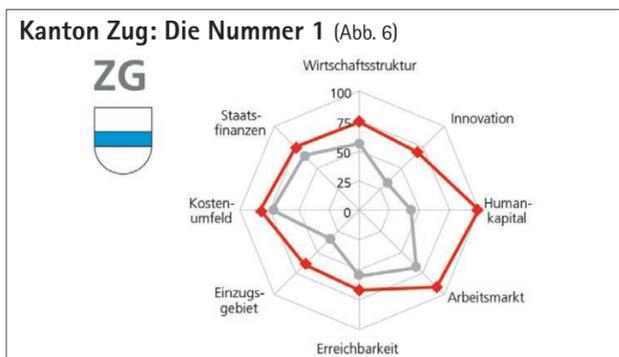
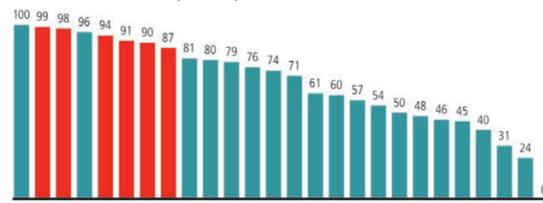
Innovation (Abb. 4)



Arbeitsmarkt (Abb. 3)



Kostenumfeld (Abb. 5)



Wettbewerbsprofile: Der Mediankanton (helle Linie) ist ein theoretischer Referenzkanton, der aus den Medianwerten der jeweiligen Säule zusammengesetzt ist; der Medianwert unterteilt die Rangliste der Kantone in eine untere und eine obere Hälfte. Je höher der Wert für einen Kanton in einer Säule ist (beziehungsweise je näher sein Punkt bei 100 liegt), desto besser ist seine relative Bewertung. (Quelle: Alle Grafiken UBS)

Damit der Kunde noch zufriedener ist

CSS Versicherung | Die führende Schweizer Krankenversicherung setzt bei Innovation und Digitalisierung Akzente, um noch zufriedeneren Kunden zu erhalten. Daher hat sie das Innovationsmanagement verstärkt – aber auch den Kundenservice.

EWALD JANN

Frischer Wind bei der CSS: Vor einem Jahr hat Philomena Colatrella ihre Position als CEO angetreten und die grösste Krankenkasse der Schweiz organisatorisch neu ausgerichtet. Die Profile der einzelnen Konzernbereiche wurden so geschärft, dass sie den immer anspruchsvolleren Herausforderungen in der Assekuranz und im Gesundheitsmarkt bestens gerecht werden. So wurden viele gleichgerichtete Aufgaben gebündelt. Beispielsweise jene mit Kundenkontakt, die zu einem Kunden-Service Center zusammengeführt wurden. Kundenprozesse können so durchgängiger gestaltet und gesteuert werden, die Ausrichtung auf den Kunden erhöht werden. Gleichzeitig führt die administrative Entlastung der Kundenberatern auf den Agenturen zu einer besseren Fokussierung auf den Kunden.

Eine ganz wesentliche Stärkung erfuhr bei der Neustrukturierung die strategische Entwicklung der CSS. Die neue CEO schuf einen Konzernbereich «Strategie & Corporate Services». Im Innovationsbereich soll dieser Ideen und Initiativen innerhalb der CSS sammeln, triagieren und letztlich in konkrete Handlungen einfließen lassen. «In unserem Unternehmen sind viele tolle Ideen vorhanden, wie die CSS auf den stetigen Wandel reagieren kann. Allerdings hat bisher eine Stelle gefehlt, um all die Ideen zu bündeln und auf ihre Realisierbarkeit zu prüfen», erklärte Philomena Colatrella. Ziel müsse sein, dass die CSS künftig Angebote entwickeln könne, die den Kunden noch mehr im Zentrum sehen.

«Stimmiges Kundenerlebnis»

Im neuen Konzernbereich Strategie & Corporate Services, unter der Leitung von Fabian Sommerrock, wurde auch eine Abteilung Transformation & Innovation geschaffen. «Unter dem Titel Transformation verfolgen wir das Ziel, die strategischen Projekte der CSS zentral zu managen. Im Bereich Innovation geht es darum, eine Vernetzung und Koordination sicherzu-



stellen, um das Biotop der fruchtbaren Ideen zu nutzen», erklärt Matthias Heuberger, der Leiter Transformation & Innovation. Ist sein Team einmal vollständig rekrutiert, werden insgesamt 20 Spezialisten sich diesen für den CSS-Konzern so erfolgskritischen Themen annehmen.

Konkret, Herr Heuberger, an welchen Projekten arbeitet denn die CSS? Heuberger erwähnt zuerst verschiedene Projekte, die bereits abgeschlossen werden konnten. Mit der Lancierung der «myCSS»-App wurde das Online-Kundenportal «myCSS» überall und jederzeit zugänglich gemacht. Mit «SanaHealth» steht den Kunden der Sanagate AG, einer Tochtergesellschaft der CSS, eine innovative Gesundheits-App zur Verfügung, welche nicht nur Kalorien und zurückgelegte Schritte zählt, sondern auch den individuellen Lebensstil berücksichtigt. Innovationen können sich aber auch auf die Produkte-Palette beziehen. So steht die CSS ihren Kunden seit August 2017 auch mit einer Rechtsschutzversicherung zur Verfügung. Erst in Arbeit ist ein Projekt, das die führende Stellung der CSS unter den Schweizer Krankenversicherern im Bereich der Digitalisierung untermauern soll: das Omni-Channel-Management. «Hierbei geht es um die Optimierung des Kundenerleb-

nisses entlang verschiedener, auch digitaler Kanäle. Unser Marktauftritt soll über die verschiedenen Kanäle und Geräte vernetzt und durchgängig gestaltet sein, sodass im Kontakt mit der CSS ein stimmiges Kundenerlebnis resultiert», so Heuberger. Das ist ein anspruchsvolles Projekt, an dem grosse Teams in der CSS-IT-Abteilung arbeiten, und sich über rund zwei Jahre erstreckt.

Digitalisierung als Chance

Gerade mit digitalen Angeboten will die CSS den Kundennutzen erhöhen. «Vier von fünf Schweizern nutzen das Internet immer und überall. Kunden haben ein steigendes Bedürfnis nach innovativen Angeboten im Bereich Digital Health», erklärt Heuberger. «Wir verstehen die Digitalisierung, deren Anwendung für akut oder chronisch kranke Patienten einen Mehrnutzen bringen kann, als sinnstiftendes Element im Gesundheitswesen. Sowohl aus Sicht des Kunden als auch aus volkswirtschaftlicher Optik. Als grösste Krankenversicherung wollen wir bei der Digitalisierung im Gesundheitswesen eine führende Rolle spielen.»

Mit «myStep» und dem «Health Lab» hat die CSS in Zusammenarbeit mit der

ETH Zürich und der Universität St. Gallen (HSG) zwei digitale Projekte angestossen und damit Neuland betreten. Der Erfolg überzeugt. Bei «myStep» messen die CSS-Versicherten über einen Fitness-Tracker ihre tägliche Schrittzahl. Die Daten werden automatisch auf das Login-Portal «myCSS» übermittelt. Ab einer gewissen Schrittzahl erhalten die Versicherten eine indirekte finanzielle Belohnung. «Die Versicherten waren durchaus bereit, ihre Daten zur Verfügung zu stellen, weil sie einen Nutzen davon haben», erklärt Matthias Heuberger. Aus dieser Erkenntnis heraus will die CSS nun weitere Angebote kreieren, die Präventionsbausteine enthalten. «Aus dem Health Lab an ETH und HSG sollen nach und nach digitale Therapien – zum Beispiel für Menschen mit Asthma und Diabetes – lanciert werden», so Heuberger, der seitens der CSS auch für dieses Zukunftsprojekt verantwortlich ist.

Hochqualifizierte Arbeitsplätze

Andreas Kägi, Leiter HR-Beratung bei der CSS, ist der Überzeugung, dass die Digitalisierung auch bei der Einhaltung des Markenversprechens «CSS. Ganz persönlich» hilft: «Der Kundenberater kann seine Kunden künftig noch persönlicher

ansprechen, unterstützt von technischen Mitteln». Die Vernetzung in einer agilen, innovationsgetriebenen Organisation mache auch die Arbeit für die Mitarbeitenden attraktiver.

Kägi betont genau diesen Aspekt: «Mit der Reorganisation der CSS trat auch die Entwicklung der Unternehmenskultur in eine neue Phase: Neben dem nochmals verstärkten Kundenfokus soll die Kultur optimal zu einer flexiblen Organisation beitragen, die den digitalen Herausforderungen der Zukunft gewachsen ist. Grundlage dafür ist neben der weiteren Verbesserung der bereichsübergreifenden Zusammenarbeit und der Netzwerkfähigkeit eine grosse Offenheit für neuartige Denkansätze. Mit dem strategischen Fokus auf Innovation und Digitalisierung, aber auch durch die stringente Neuorganisation des Unternehmens sind auch neue Job-Profile geschaffen worden, die die Arbeitgeber-Attraktivität der CSS unterstreichen.»

«In der Digitalisierung sind wir führend»

Herr Heuberger, muss sich die CSS, die am Markt erfolgreiche Versicherung, wandeln? Steckte sie sogar in einem Umbruch?

MH: Sie spielen auf die Funktionsbezeichnung meines neuen Jobs bei der CSS, Leiter Transformation & Innovation, an? Ja, die CSS befindet sich im Wandel. Eine agile, Marktherausforderungen antizipierende, lernende Organisation von der Grösse der CSS ist ständig mit Projektarbeit beschäftigt. Eine Vielzahl von Projekten sind permanent am Laufen, davon fünf bis zehn grössere, strategische Projekte. Meine Aufgabe als Leiter Transformation ist es, diese Projektarbeit zu managen und die Projekte zusammen mit den jeweiligen Teams zu einer erfolgreichen Umsetzung zu bringen. Eine zweite Aufgabe ist es, ein zentrales Analytiker-Team aufzubauen, um wertvolle Erkenntnisse für die Umsetzung eines besseren Kundenerlebnisses zu gewinnen. Und drittens wird sich ein Team dem Thema Innovation widmen.

Innovation im Versicherungswesen: Wie sieht die aus?

MH: Es gibt sehr viele Bereiche, wo Innovationen möglich sind: Produktinnovationen, Serviceinnovationen oder

Prozessverbesserungen. Ein besseres Kundenerlebnis ist der Fokus unserer Innovationsbemühungen. Dies kann mit vielen möglichen Mitteln erreicht werden. Das können neue Services oder Zusatzdienstleistungen sein, meist in Verbindung mit neuartigen technischen Elementen. Zentral ist, dass die Innovationen einen Mehrwert für die Kunden schaffen.

Wer bringt die Innovationsideen?

MH: Wesentlich ist der Ansatz, was man unter Innovation versteht. Innovation ist oft die neuartige Vernetzung von Bekanntem. Dadurch wird Bestehendes mit einem Mehrwert angereichert. Die Verknüpfung der Ideen ist das Entscheidende: Uber oder Amazon haben keine neue Technologie erfunden, aber sie haben Vorhandenes neu vernetzt und in neuen Bereichen angewendet. Bei der Gewinnung neuer Ideen und der Generierung von Innovation müssen wir also vor allem vernetzen und allen möglichen Akteuren im Gesundheitswesen gut zuhören, wie zum Beispiel den Leistungserbringern oder den Kunden. Und auch den Mitarbeitenden: Bei der CSS haben wir deshalb einen regen Austausch innerhalb des Un-

ternehmens, damit die Sichtweise aller Experten und Fachbereiche einbezogen wird.

Sieht sich die CSS in der Digitalisierung als Trendsetter?

MH: Die Digitalisierung ist im Versicherungs- und Gesundheitswesen ein globaler Trend, weil sie den Kunden einen konkreten Nutzen bringt. Die CSS hat frühzeitig mehrere innovative Angebote im Bereich der digitalen Kundeninteraktion lanciert – einige waren sicher wegweisend wie das Kunden-Login-Portal «myCSS», die «myCSS»-App, der Spitalfinder Quali-



Matthias Heuberger, Leiter Transformation & Innovation.

Check oder die «myStep»-App. Im Bereich der Digitalisierung ist die CSS die führende Schweizer Krankenversicherung. Mehrere Angebote haben Auszeichnungen gewonnen. Unsere digitalen Innovationen gehen allerdings weit über Kundenansprachen via Apps hinaus. Ein Stichwort sind digitale Gesundheitsinterventionen, welche zukünftig physische Therapien hilfreich ergänzen. Hier sind wir in Zusammenarbeit mit dem CSS Health Lab auch in der Grundlagenforschung tätig.

Was ist das CSS Health Lab?

MH: Die CSS hat zusammen mit der ETH Zürich und der Universität St. Gallen (HSG) das CSS Health Lab gegründet als Zentrum für Fragen der Digitalisierung in der Medizin. In einem vierjährigen Forschungsprojekt werden durch ein fünfköpfiges Team innovative, digitale Therapieformen entwickelt, welche Patienten künftig bei der Behandlung von chronischen Krankheiten wie Diabetes oder Asthma unterstützen. Das CSS Health Lab ist in der Grundlagenforschung tätig, liefert der CSS aber auch relevante Forschungsergebnisse, welche für das Wohl der Kunden eingesetzt werden können. (Interview ej.)

CSS Versicherung

- Die CSS Versicherung gehört zu den führenden Kranken-, Unfall- und Sachversicherungen der Schweiz. Ende 2016 waren 1,66 Millionen Personen bei der CSS versichert. Mit einem Marktanteil von 15,8% in der Grundversicherung ist die CSS die grösste Krankenversicherung des Landes.
- Ende 2016 waren auch rund 24'000 Unternehmen bei der CSS versichert, die kollektive Krankentaggeld- und Unfallversicherungen anbietet.
- Zur CSS-Gruppe gehören die Versicherungsgesellschaften CSS, Intras,



Arcosana und Sanagate. Die Gruppe beschäftigt 2700 Mitarbeitende (Ende 2016), davon 60% Frauen, in 115 Agenturen im ganzen Land. Rund 1000 Angestellte arbeiten in der Zentralschweiz, 500 davon am Hauptsitz in Luzern.

- Die Bruttoprämien beliefen sich 2016 auf 5,855 Milliarden Fr. Mit einem Überschuss von 98 Millionen Fr. wurde zum sechsten Mal in Folge ein positives Ergebnis erzielt.
- Gegründet wurde die CSS 1899 in St. Gallen. 1919 verlegte sie ihren Sitz nach Luzern.

Vertrauen ist besser als Regulierung

Arbeitgeber | Die Flexibilität der Arbeitgeber in der Beziehung zu den Mitarbeitern kontrastiert mit der Unflexibilität des regulierungsgetriebenen Staates.

FELIX HOWALD

Die Arbeitgeber sind nicht zu beneiden. Zwar darf man davon ausgehen, dass vom Frankenschock das Schlimmste überwunden ist, doch weitere Herausforderungen bleiben für hiesige Unternehmen bestehen. Eine der grössten Herausforderungen ist dabei die Verfügbarkeit von guten, qualifizierten und bezahlbaren Fachkräften auf fast allen Ebenen. Fachkräftemangel, Masseneinwanderungsinitiative und Demographie lassen grüssen.

Ansprüche steigen

So hat sich der Arbeitsmarkt über die letzten Jahre hinweg heimlich von einem Käufermarkt – wer kauft, bestimmt, also der Arbeitgeber – zu einem Verkäufermarkt entwickelt: Wer seine Dienstleistungen verkauft, also der Arbeitnehmer, sitzt am längeren Hebel, kann seine Bedingungen und Wünsche anbringen und oft auch durchsetzen.



Felix Howald ist Direktor der Industrie- und Handelskammer Zentralschweiz, Luzern.

Zudem nehmen diese Ansprüche stetig zu: spannender Arbeitsinhalt, Sinnstiftung, Work-Life Balance, Führungsfunktion ohne Hierarchien, attraktives Salär, neuste Technologien und grosser Handlungsspielraum. Die Arbeitgeber versuchen im Kampf um die besten Talente, diesen wo immer möglich entgegenzukommen und als Firma auf dem Markt so attraktiv wie möglich zu sein. Dies ist weit mehr nur Employer Branding. Dazu gehört eben auch ein grosser Handlungsspielraum, welche die Arbeitgeber den Arbeitnehmern bei der Erledigung ihrer Aufgaben einräumen: Flexibilität punkto Arbeitsort, Freiheit bzgl. Arbeitszeit, eigenes Ermessen bzgl. Arbeitstechniken, weitgehende Entscheidungskompetenzen und ein «Führen an der langen Leine».

In den allermeisten Fällen hat sich dies für die Arbeitgeber und –nehmer als positiv erwiesen: Die Angestellten übernehmen Verantwortung, erledigen ihre Aufgaben selbständig und selbstbewusst, und durch das gegenseitige Vertrauen werden beide Seiten gestärkt.

Reguliert, was das Zeug hält

Leider verkennt die öffentliche Hand diesen positiven Trend in der Beziehung von Arbeitgeber zu Arbeitnehmer total. Schlimmer noch: Die Beziehung von Staat zu Arbeitgeber geht genau in die gegenteilige Richtung. Es wird reguliert was das Zeug hält. Der Glaube an die Macht der Gesetze wächst ins Unermessliche. Alles und Jedes muss bis ins letzte Detail reguliert werden. Zudem wird rigoros kontrolliert, wobei das Verhältnis zwischen Aufwand und Ertrag oft völlig aus dem Lot gerät.

So gibt es Unternehmen, welche monatelange Untersuchungen bezüglich Lohnzahlungen über sich ergehen lassen müssen, nur um herauszufinden, dass über die letzten sieben Jahre einem Angestellten 9,75 Fr. zu wenig bezahlt worden war. Dabei geht vergessen, dass nicht nur dem Unternehmen aufgrund dieser Kontrollen ungeheure Kosten anfallen. Auch



Reguliert oder wild: Was bekommt der Schweizer Wirtschaft besser?

die Verwaltung kostet dies Geld – Geld, das gerade in der heutigen Zeit in besser investiert werden könnte: in Bildung, Forschung, Kultur und so weiter. Es ist also an der Zeit, unseren Politikern wieder einmal in Erinnerung zu rufen, dass

die Schweizerische Eidgenossenschaft auf gegenseitigem Vertrauen aufgebaut ist. Vertrauen ist allemal besser – und kostengünstiger – als Regulierung und Kontrolle. Unsere Wirtschaft hat Vertrauen verdient. Ein Gesetz, das nicht unbedingt nötig

ist, muss deshalb unbedingt abgeschafft resp. nicht eingeführt werden. In diesem Sinne ist der Politik und der Verwaltung zum empfehlen, für ihre Beziehung zu den Arbeitgebern ebenfalls wieder die «lange Leine» hervorzuholen.

«Drei Viertel der Schulabgänger machen eine Lehre»

Berufslehre | Es gibt nicht zu wenig Lernende. Doch stimmen Wunsch und Angebot nicht immer überein.

Herr Spöring, die duale Berufsbildung wird hochgelobt, und wir werden sogar vom Ausland darum beneidet. Warum?

CS: Die duale Berufsbildung ist beliebt. Die Zahlen sprechen für sich, jährlich wählen rund drei Viertel der Schulabgängerinnen und -abgänger den Weg der beruflichen Grundbildung. Weiter haben wir hohe Erfolgsquoten bei den Lehrabschlussprüfungen, nämlich über 95%. Die Lehrbetriebe und Lehrpersonen machen einen hervorragenden Job. Nach Lehrabschluss sind die Jugendlichen qualifizierte Fachkräfte mit besten Perspektiven. Sie stehen auf eigenen Beinen und sind finanziell unabhängig.

Wieso wählt die Mehrheit der Jugendlichen den Weg der dualen Berufsbildung?

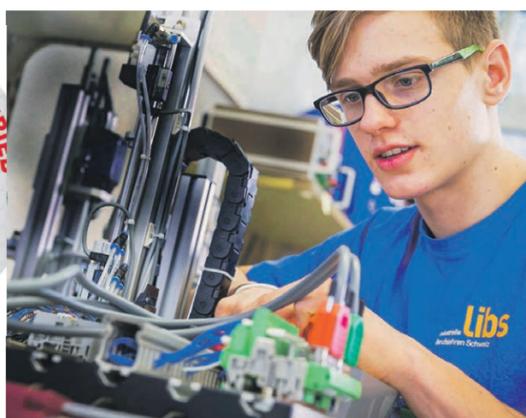


Christoph Spöring ist Leiter der Dienststelle Berufsbildung und Weiterbildung des Kantons Luzern, Luzern.

CS: Luzern gilt als KMU-Kanton, und KMU bilden Lernende aus; was uns zu einem attraktiven Lernort macht. Die Betriebe und Branchen engagieren sich sehr für die berufliche Grundbildung der Jugendlichen. Weiter bietet die Berufsbildung für alle Leistungsniveaus etwas: Schulisch schwächere Jugendliche können mit einem Berufsausschuss in die mehr praxisorientierte berufliche Grundbildung einsteigen – im Kanton Luzern sind dies 10% aller Lernenden. Danach haben sie die Möglichkeit, das Fähigkeitszeugnis mit einer verkürzten Lehre abzuschliessen. Leistungsstarke können die Lehre mit Berufsmaturität, sprich mit einer vertieften Allgemeinbildung abschliessen. Dank der doppelten Qualifikation – Berufs- und Studierfähigkeit – haben sie den direkten Zugang zur Fachhochschule. Daneben knüpfen die Berufslernenden bereits ein berufliches Netzwerk, das immer wichtiger wird. Nach der Lehre stehen viele Möglichkeiten zur fachspezifischen Vertiefung über die Höhere Berufsbildung offen. Es gibt keinen Abschluss ohne Anschluss.

Dann gibt es also überall genügend Lehrstellen?

CS: Es hat ein Überangebot an Lehrstellen, doch passen Wunsch und Angebot nicht immer überein. Das Gewerbe hat eher Mühe, genügend und gute Lernende zu finden. Demgegenüber werden zum Beispiel das Gesundheitswesen oder die Informatik von Bewerbern überrannt, da diese Berufsfelder bei den Jugendlichen sehr gefragt sind. Darum hat der Kanton Luzern auf dieses Schuljahr die Informatikmittelschule eröffnet – ein Beitrag, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken.



Die Berufslehre ist ein Erfolgsmodell, sie ist bei jungen Frauen und Männern beliebt: Oder läuft ihr die Mittelschule den Rang ab?

Bleibt die Berufslehre auch in Zukunft attraktiv?

CS: Die Wirtschaft, also in unserem Fall die Lehrbetriebe und Berufsverbände, spüren die bereits vorhandenen und kommenden Entwicklungen hautnah. Digitalisierung und Internationalisierung sind zwei der Megatrends.

In den Berufsfachschulen wird immer mehr mit dem eigenen digitalen Gerät gearbeitet. Einige Branchen haben schon digitale Lehrmittel entwickelt. Was die Internationalisierung betrifft, gibt es in Luzern seit zehn Jahren den Bilingualen Unterricht. In diesem Schuljahr nutzen rund

1200 Lernende dieses Zusatzangebot, um ihre Englischkenntnisse aus der Volksschule up to date zu halten. Ebenso beliebt sind unsere diversen Mobilitätsprogramme, wo die Jugendlichen Auslandsaufenthalte schnuppern und Einblick in andere Kulturen erhalten. (Interview ej.)

Luzerner Exzellenz für die Welt

Bucherer | Mit einer Mischung von Weltoffenheit und Verwurzelung ist das traditionsreiche Familienunternehmen Bucherer zum grössten Uhren- und Schmuckanbieter in Europa aufgestiegen. Allein in Luzern beschäftigt Bucherer 660 gut-qualifizierte Mitarbeitende.

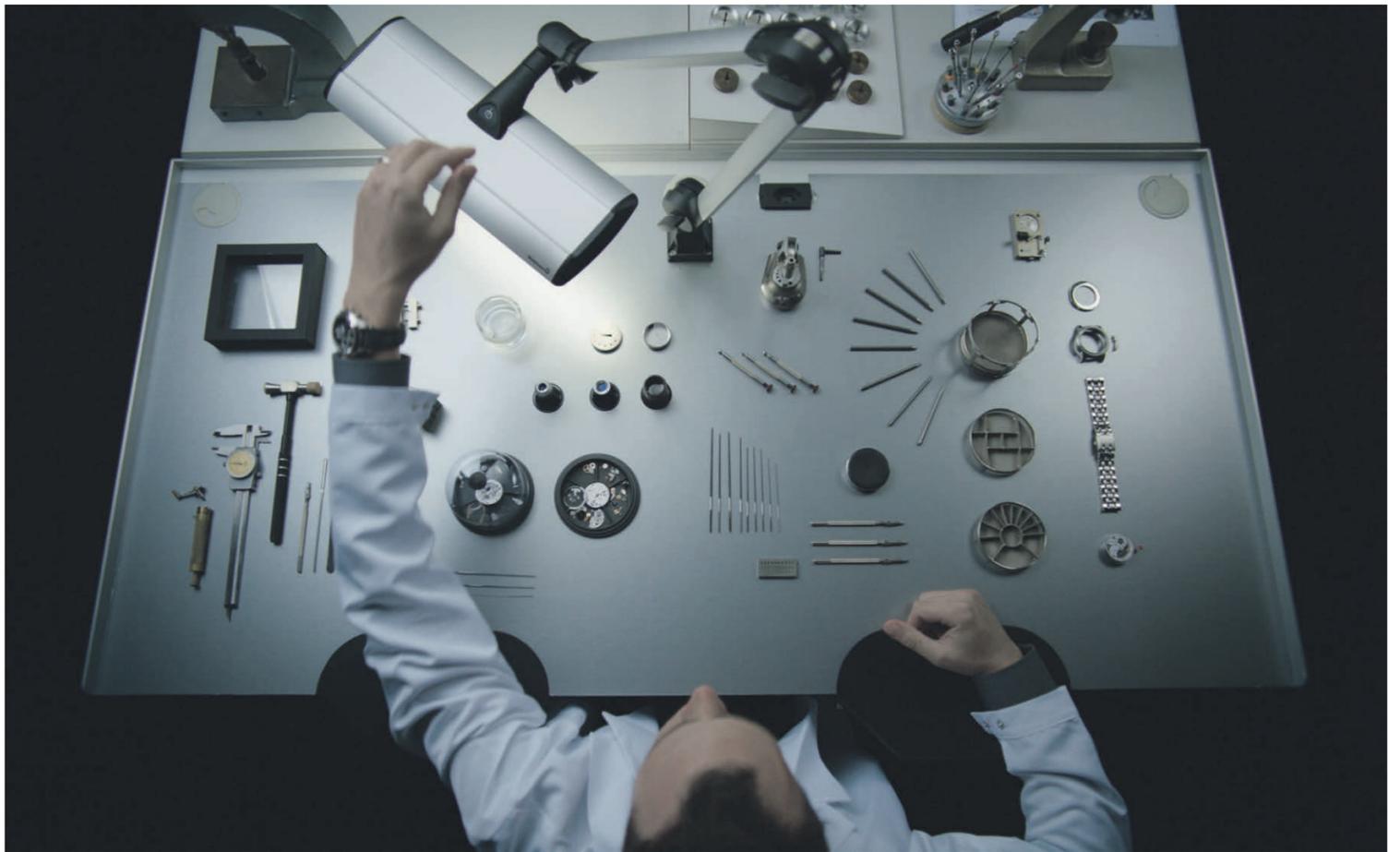
EWALD JANN

Luzern spielt in der «Champions League» – nein, nicht im Fussball, aber in der glamouröseren Luxusindustrie. Mit Luxusuhren und hochwertigem Schmuck nimmt Luzern im weltweiten Handel eine Führungsposition ein. Den Grundstein hierfür legte Carl F. Bucherer, als er 1888 ein Uhren- und Schmuckfachgeschäft in Luzern eröffnete. Heute glänzt die Bucherer-Gruppe, noch immer ein Familienunternehmen, als europäischer Marktführer im Uhren- und Schmuckverkauf und beschäftigt 1750 Mitarbeitende. «Wir sind stolz auf die bemerkenswerte unternehmerische Leistung, aus Luzern heraus die europäische Spitzenposition erreicht zu haben», erklärt Jörg Baumann, Direktor Marketing & Business Development bei Bucherer.

An 70 Standorten in sechs Ländern verkauft die Bucherer-Gruppe mittlerweile ihre Preziosen – auch an bester Lage in London, nachdem letzten Frühling der britische Luxusuhrenhändler The Watch Gallery übernommen worden war, und in Paris, wo Bucherer im Triangle d'Or der Haute Horlogerie seine exklusive Kundschaft im weltweit grössten Uhren- und Schmuckgeschäft empfängt. Zuhause aber ist Bucherer weiterhin in Luzern. Hier liegt das renommierte Stammhaus, Bucherer am Schwanenplatz, hier liegt der Verwaltungssitz der Gruppe, hier hat auch die eigene Uhrenmarke, Carl F. Bucherer, ihren Firmensitz und hier liegt das Schmuckatelier Bucherer. Insgesamt arbeiten 660 Bucherer-Mitarbeitende in Luzern. Bei aller Internationalisierung der Gruppe, in den letzten zehn Jahren hat die Anzahl der Beschäftigten in Luzern um über 40% zugenommen, und damit mindestens proportional zum dynamischen internationalen Wachstum.

Gepflegte Handwerkerkunst

Bucherer ist ein engagierter Arbeitgeber. Da die Gruppe nicht nur im Handel von Uhren und Schmuck tätig ist, sondern auch über eine eigene Uhrenmanufaktur verfügt und eigene Schmuckkollektionen



nen entwirft und fertigt, bietet Bucherer ein erstaunlich vielseitiges Spektrum an Berufen: Goldschmiede, Schmuckdesigner, Edelsteinfasserinnen, Gemmologen, Perlenfachleute, Graveure, Uhrmacher, Dekorationsgestalter, natürlich auch Verkaufsberaterinnen, Buchhalter, Marketing-Spezialisten, Grafiker, Fotografen, CRM-Spezialisten, IT-Fachleute, New Media Manager, doch auch Sicherheitsfachleute, Schreiner, Elektriker, Gebäudetechniker, Logistiker, Architekten.

«Wir beschäftigen kreative Köpfe und Kunsthandwerker, so etwa Uhrmacher, deren traditioneller Beruf heute mehr denn je gefragt ist. Zunehmend finden auch Personen mit Hochschulabschluss wie Informatiker oder Betriebswirtschaftler zu uns. Viele Mitarbeiter verfügen über zusätzliche Kompetenzen, die über das reine Fachwissen hinausgehen: Unser Verkaufspersonal am Schwanenplatz zum Beispiel spricht 25 verschiedene Sprachen», erklärt Kurt Christen, der Personaldirektor der Bucherer-Gruppe.

Der Erfolg der Bucherer-Gruppe hat die Arbeitswelt in der Luzerner Uhrenbranche bereichert. «Zum einen haben wir mehr Jobs geschaffen: Obwohl die Mehrzahl der Mitarbeitenden weiterhin in der Region

wohnt, haben wir heute etliche Spezialisten, die zur Arbeit nach Luzern pendeln», so Christen. «Zum anderen erhalten einige Mitarbeitende die Chance, international zu arbeiten. Als wir unsere Boutique in Kopenhagen eröffneten, entsandten wir Personal aus der Schweiz dorthin. Bei jungen Fachkräften im Detailhandel ist ein solcher Austausch sehr begehrt.»

Langjährige Partnerschaften

Besonders stolz ist Bucherer auf seinen Berufsnachwuchs – den man auch aus gesellschaftlicher Verantwortung heraus pflegt. «Acht junge Uhrmacher-Rhabilleure bilden wir aus, als einziger Lehrbetrieb der Deutschschweiz auch Edelsteinfasser. Und wo sonst gibt es noch Graveure?» Insgesamt 70 Lehrstellen bietet die Bucherer-Gruppe an, allein 30 davon in Luzern. Hier wiederum wird die Hälfte der Lernenden zu Detailhandelsfachleuten ausgebildet – mit zusätzlichen internen Schulungen übrigens und so erfolgreich, dass Sarah Amoroso, Lernende im 3. Lehrjahr am Schwanenplatz, an den Schweizer Berufsmeisterschaften im Detailhandel 2016 Silber gewann.

Auf lange Sicht ausgerichtetes, ja Generationen überdauerndes Denken und

langfristige Partnerschaften sind in der Familienfirma Bucherer zentrale Werte. «1924 haben wir Zusammenarbeit mit der damals noch wenig bekannten Marke Rolex begonnen. Die Treue zueinander hat sich für beide Partner gelohnt», sagt Marketingdirektor Jörg Baumann. In ihrer Firmenkultur strebt Bucherer daher auch eine langjährige Partnerschaft mit den Mitarbeitenden an, versucht, diesen Perspektiven im Beruf aufzuzeigen und Karrieren im Haus zu ermöglichen. «Obwohl die Luxusindustrie starken Schwankungen unterworfen ist, war Hire and Fire nie unser Stil», so Personaldirektor Christen.

Identifikationsstiftend

«Wir bieten sichere Arbeitsplätze, verlangen aber auch einen hohen Einsatz. Die Selektion erfolgt vor der Rekrutierung: Wir stellen nur die Besten an. Nachher fördern wir unsere Leute aber stark, bilden sie weiter, ermöglichen bereichsübergreifende Wechsel in erweiterte Funktionen und befördern möglichst intern», so Christen. Die Mitarbeitenden danken die vertrauensvolle und anerkennende Personalpolitik mit hoher Identifikation und Loyalität: Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit tendiert gegen zehn Jahre, ein im Detailhandel luxuriöser Wert.

Seit 1888 in Luzern verwurzelt Familienunternehmen: Bucherer ist stolz, zu den treibenden Unternehmen zu gehören, die Luzern zu einem der wichtigsten Uhren- und Schmuckhandelsplätze der Welt gemacht haben. Die rund 30 Spezialgeschäfte dieser Branche auf Stadtgebiet mit Konzentration am Schwanenplatz/Grendel schaffen 700 bis 750 Vollzeit-Arbeitsplätze. Sie lösen eine Wertschöpfung von 300 bis 350 Millionen Fr. aus und erbringen einen Steuerertrag von rund 30 Millionen Fr. im Jahr. «Die Uhrenbranche ist ein bedeutender Faktor für das Wohlergehen von Stadt und Region. Sie gehört zu Luzern und ist ein wesentlicher Grundstein für den Erfolg des Tourismus in der ganzen Region. Umso schöner, dass Bucherer Motor und Aushängeschild dieser emotionalen Branche zugleich sein darf», sagt Marketingdirektor Jörg Baumann. Oder, wie Firmenpatron Jörg G. Bucherer es ausdrückt: «Ohne Luzern wäre die Welt ärmer.»

Bucherer

- Die Bucherer-Gruppe ist mit 70 Verkaufsstellen Europas grösster Anbieter von hochwertigen Uhren und erlesenem Schmuck. Sie führt Verkaufsgeschäfte in der Schweiz, in Deutschland, Grossbritannien, Frankreich, Österreich und Dänemark.
- Zur Gruppe gehören die Retail-Gesellschaften Bucherer AG, Kurz AG, Bucherer Handels AG, Swiss Lion AG sowie mehrere Markenboutiquen. Ebenfalls Teil der Gruppe ist die Uhrenmarke Carl F. Bucherer, deren Uhren in der Manufaktur in Legnau und Sainte-Croix hergestellt werden.
- Bucherer führt im exklusiven Uhren-Sortiment Weltmarken wie Rolex, Audemars Piguet, Chopard, Girard-

BUCHERER

1888

Perregaux, IWC, Jaeger-LeCoultre, Longines, Piaget, Tissot oder Tudor.

- In hauseigenen Ateliers designt und produziert Bucherer Schmuckkollektionen.
- Das Familienunternehmen Bucherer mit Konzernsitz in Luzern wird in dritter Generation von Jörg G. Bucherer als Präsident und Delegierter des Verwaltungsrates geführt. Gegründet wurde Bucherer 1888 von Carl Friedrich Bucherer in Luzern.
- Die Bucherer-Gruppe beschäftigt 1750 Mitarbeitende, davon 660 in Luzern. Im Hauptgeschäft am Schwanenplatz arbeiten 200 Personen.

«Sehr vielfältiges Engagement für Luzern»

Herr Christen, was fasziniert Sie persönlich am meisten an Bucherer, Ihrem Arbeitgeber?

KC: Das so erfolgreiche Zusammenspiel von Tradition und Innovation. Bucherer, seit 1888 auf dem Markt, basiert einerseits auf traditionellen Werten wie Verlässlichkeit, Langfristigkeit und Partnerschaft, packt aber andererseits zukunftsgerichtet und dynamisch die neuen Herausforderungen an. Wir sind weltoffen, innovativ, verbindlich und verfolgen ein gesundes Wachstums- und Leistungsdenken. Seinen Teil dazu beizutragen, dieses Geschäft so erfolgreich zu entwickeln, wie Bucherer das tut, ist enorm spannend.

Hat Bucherer in irgendeinem Bereich Mühe, Mitarbeitende zu finden?

KC: Nein, wir haben grundsätzlich kein Problem, genügend Leute zu begeistern, um auf dieser spannenden Reise mitzugehen. Allenfalls Rekrutierungen von digitalen Spezialisten, wie für Social Media oder Content Management, fordern uns zusätzlich heraus, denn davon gibt es noch nicht so viele und sie sind von vielen Unternehmen

gefragt. Ansonsten haben wir in allen Bereichen viele Spontanbewerbungen, auch im Verkauf und bei den Lernenden.

Was ist die «Bucherer Academy»?

KC: Ausgeprägte Stärken von Bucherer sind das ausgesuchte, qualitativ hochwertige Sortiment an Uhren und Schmuck sowie die hohe Beratungskompetenz der Mitarbeitenden. Diese Stärken erfordern, dass unser Personal ausgezeichnet ausgebildet ist und Lernwille mitbringt. Die Bucherer Academy ist nicht nur ein wichtiges Personalentwicklungsinstrument, sondern auch ein Mittel, die jeweils auf die Strategie festgelegten Fokusthemen zu schulen. Diese setzen wir auf allen Mitarbeiterstufen gezielt mit den InHouse, InStore und InDividual Academy-Angeboten um. Die Angebote reichen von Personalentwicklung über Fach- und Verkaufsbis hin zu Führungsschulungen. Jährlich werden an 134 Tagen insgesamt 1600 Mitarbeitende ausgebildet.

Wieso bezeichnen Sie dieses Angebot als wegweisend?

KC: Zum einen ist der Umfang dieses Weiterbildungsangebots für ein Unternehmen unserer Grösse aussergewöhnlich. Zum anderen ist auch die Qualität dieser Ausbildung wohl einzigartig. Das gilt zum Beispiel für die Fachausbildung in Schmuck, die wir für unsere Detailhandels-Lernenden zusätzlich machen, fast noch mehr aber für unsere drei Lehrgangsstufen Basic, Standard und Experte: Wer sie absolviert hat, erhält gleichsam ein Zusatzzertifikat, das in der Branche sehr gesucht ist. Einzig-



Kurt Christen, Personaldirektor Bucherer Gruppe.

artig ist auch, dass die Mitarbeitenden unserer Gruppe von auswärtigen Standorten in der Academy ausgebildet werden, was die Verbindung zum Luzerner Hauptsitz stärkt.

Wie engagiert sich Bucherer gesellschaftlich für Luzern?

KC: Dieses Engagement ist sehr vielfältig und breit, so sind wir zum Beispiel Sponsor des FC Luzern, des Lucerne Festival, der Freilichtspiele Luzern, der Lucerne Regatta auf dem Rotsee, von Spitzenleichtathletik in Luzern. Wir vergeben Zuwendungen an viele lokale Vereine und Anlässe. Die Stiftung Brändi etwa wird mit Aufträgen bedacht. Projektweise arbeiten wir mit der Hochschule Luzern zusammen. Daneben haben wir ein bedeutendes finanzielles und personelles Engagement für die Vermarktung der Destination Luzern. Es gibt eine langjährige Kooperation zwischen Luzerner Tourismus und Bucherer. Und ein Detail: Bucherer druckt und verteilt pro Jahr auch rund 150'000 Luzerner Stadtpläne an Touristen. (Interview ej.)



AMAG

« Als ich die Zusage für die Lehrstelle der AMAG Kriens bekam, war ich der glücklichste Mensch auf Erden. Die Stelle war mein Traum, und er wurde wahr. Ich bereue bis heute nicht, dass ich diesen Beruf gewählt habe. Dank dem super Team **freue ich mich jeden Tag** auf die Arbeit. Ich hatte das Glück, dass mich alle herzlich aufgenommen haben, obwohl ich die einzige Frau bin in der Werkstatt. Die AMAG ist in der Zwischenzeit wie eine zweite Familie für mich. Eine Lehre bei der AMAG hat Zukunft.»

ADRIANA KISER, LERNENDE AUTOMOBIL-MECHATRIKERIN, 3. LEHRJAHR



BUCHERER

« Bei meiner Arbeit kann ich mich voll **entfalten**. Ich stelle individuellen Schmuck für Verkaufsgeschäfte der Bucherer-Gruppe her. Es macht mir Freude, durch mein handwerkliches Können Kunden glücklich zu machen.»

JENIFFER ISELI, GOLDSCHMIEDIN



MAXON MOTOR

« Ich liebe die **spannenden Projekte** bei Maxon Motor, die täglichen Herausforderungen und die Möglichkeit, immer wieder Neues zu lernen.»

LYNN BRAUNSCHWEIG, TECHNISCHE PROJEKTLITERIN AEROSPACE



SUVA

« Die Suva bietet ein interessantes und herausforderndes Arbeitsumfeld. Sie verfolgt das sinnvolle Ziel, Unfälle und Berufskrankheiten dank Prävention zu verhindern und das Leid zu vermindern. Gerechte Prämien für unsere Kunden liegen mir als Controller besonders am Herzen. So geben wir Gewinne in Form von tieferen Prämien an die Kunden zurück. Die offene, zielorientierte und **wertschätzende Zusammenarbeit** mit meinen Kolleginnen und Kollegen schätze ich sehr.»

THOMAS GÄHWILER, CONTROLLER



CPH-GRUPPE

« In den laufenden Projekten und im Arbeitsalltag kann ich mich aktiv einbringen – **meine Meinung zählt.**»

TEO ISLAMOVIC, BETRIEBSTECHNIKER HF, ENGINEERING SUPPORT



LUZERNER PSYCHIATRIE

« Meine Arbeit ist herausfordernd, abwechslungsreich und spannend. Jeder Tag ist anders. Ich schätze die Weiterbildungsmöglichkeiten, das gute Arbeitsklima und mein tolles Team. Es ist schön, ein Teil eines Unternehmens zu sein, welches einen **wertvollen Beitrag** für die Gesellschaft leistet.»

ULRIKE RASCHKE, PÄDAGOGISCHE LEITERIN, JUGENDPSYCHIATRISCHE THERAPIESTATION, KRIENS



LEISTER

« Wir stecken uns bewusst sehr hohe, aber auch realistische Ziele. Das **schätze ich** an meiner Arbeit.»

PETRA STAIGER, MANAGER INTEGRATION GROUP UND PROJEKTLITERIN, AXETRIS



TRISA

« Die in der ganzen Firma gelebte Innovationskultur ermöglicht **Spitzenleistungen**, um auf den Weltmärkten an vorderster Front aktiv zu sein. Dank unserer Marktnähe erkennen wir Trends frühzeitig und setzen diese in wegweisende Innovationen um. Innovations- und Technologieführerschaft heisst für uns aber auch, Produktionstechnologien stetig weiterzuentwickeln.»

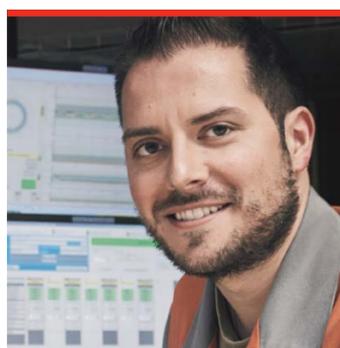
UELI STEINMANN, PROJEKTLITER FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG



VBL

« Im Schichtbetrieb arbeiten wir sehr selbstständig, dürfen eine grosse Verantwortung übernehmen und müssen auch selber entscheiden, ob ein Bus in den Fahrdienst darf oder nicht. Die **Freiheit**, die VBL mir gibt, motiviert mich. Jeden Tag erlebe ich wieder Überraschungen. Deshalb arbeite ich seit 30 Jahren für VBL.»

LIVIO ZANUTTA, BEREITSTELLUNG



SWISS STEEL/STEELETC

« Bei der Swiss Steel kann ich vielseitige und verantwortungsvolle **Aufgaben** übernehmen. Kein Tag ist wie der andere.»

ADRIAN MEHR, PRODUKTIONSMITARBEITER SWISS STEEL



CSS VERSICHERUNG

« Als Team- und IT-Projektleiter bei der CSS kann ich einen persönlichen Beitrag bei der Einführung von innovativen Dienstleistungen leisten. Ich schätze es, dass ich **Verantwortung übernehmen** und sehr selbstständig arbeiten kann.»

HUBERT WILLIMANN, LEITER IT-ABWICKLUNG

VERISET

« Die Veriset Küchen ist ein innovatives und **familiäres Unternehmen**, welches mich in meiner beruflichen Weiterentwicklung stark fördert und es mir trotz meiner leitenden Position ermöglicht, einen halben Tag pro Woche mit meinem Sohn zu verbringen. Dies schätze ich sehr.»

RAPHAEL BUSSMANN, LEITER SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

