



unternehmer

Ein Ansprechpartner für
alle Vermögensfragen

Wenn die Chemie stimmt

Die Borer Chemie AG hat die erfolgreiche
Nachfolge von Vater zu Sohn geschafft — **Seite 4**

Firmenbörse für KMU

Das Opportunity Net vermittelt Käufer und
Verkäufer von Unternehmen — **Seite 10**

Der Unternehmerdesk

Zwei Kundenberater decken die gesamte
Bandbreite der Bankgeschäfte ab — **Seite 16**



**Nutzen Sie die «unternehmer»-Welt
für sich und Ihr Unternehmen.
credit-suisse.com/unternehmer**



«unternehmer Newsletter»

Erscheint zwei- bis viermal pro Jahr in D/F/I und liefert die aktuellsten Updates zu den für Sie als Unternehmer relevanten Themen.



«unternehmer Blog»

Unser Blog stellt Ihre Fragen in den Mittelpunkt. Aktuelle unternehmerische Themen werden kurz und prägnant für Sie aufbereitet. Wir freuen uns über Kommentare und Bewertungen!



«unternehmer Flash»

Holen Sie sich mit diesem Mobile Service aktuelle Konjunkturindikatoren und den Trendausblick direkt auf Ihr Smartphone. Erscheint 14-täglich in D/F/I.

Exklusiv für Sie

Damit Sie keine wichtigen Themen für Ihr Unternehmen verpassen, wählen Sie bequem und kostenlos aus unseren Abonnements, die wir speziell für Sie zusammengestellt haben.

Editorial



Die im vorliegenden Magazin porträtierte Borer Chemie AG ist ein dynamisches Familienunternehmen, in dem die Nachfolge dank frühzeitiger Planung gut gelungen ist. Welche wichtigen Punkte es bei einer Firmenübergabe zu berücksichtigen gilt, finden Sie auf einen Blick auf der hinteren Umschlagsseite. Die Familie Borer steht stellvertretend für viele unserer Kunden, die sich seit Jahrzehnten geschäftlich wie auch privat von der Credit Suisse beraten lassen. Mit dem Modell des Unternehmerdesks, bei dem zwei Ansprechpartner umfassend in allen Bankgeschäften und Finanzfragen beraten, stellen wir die Unternehmerin und den Unternehmer in den Mittelpunkt. Wie ein Team Ihr Vermögen so noch einheitlicher betreuen kann, lesen Sie im Gespräch mit Andreas Schafer und Daniel Wirz auf Seite 16.

Als Bank für Unternehmer hören wir Ihnen zu, denken mit und beschaffen die nötigen Informationen, um mit Ihnen noch gezielter Opportunitäten und Risiken diskutieren zu können. Mit dem kürzlich gefällten Entscheid zum Ausbau zur Swiss Universal Bank bekennt sich die Credit Suisse nochmals stärker zum Heimmarkt und ihren Wurzeln im Firmenkundengeschäft. Hier wollen wir investieren und wachsen. Denn in der Schweiz hat das Bekenntnis zum Unternehmertum ihren Ursprung und ist die Erfahrung der Bank zu einer mittlerweile fast 160-jährigen Geschichte gewachsen. Mit einer effizienteren und umfassender integrierten Bankplattform gewährleisten wir die Voraussetzungen, all Ihren Bedürfnissen gerecht zu werden. Denn die Stärke unserer Beratung ist es, Sie aus einer Hand und mit den nötigen Spezialisten im Hintergrund beraten zu können.

Andreas Gerber, Leiter KMU-Geschäft Schweiz

Inhalt

HIER STIMMT DIE CHEMIE	4
Dank ihrer innovativen Reinigungs- und Desinfektionslösungen feiert die Borer Chemie AG seit 50 Jahren grossen Erfolg.	
DIGITALE MARKENFÜHRUNG	8
Der viel dekorierte Werber Frank Bodin stellt Ihnen fünf Fragen zu Ihrer Kommunikation.	
FIRMENBÖRSE FÜR KMU	10
Opportunity Net, die Vermittlungsplattform der Credit Suisse, führt als eine der grössten Datenbanken der Schweiz potenzielle Käufer und Verkäufer zusammen.	
FUCHSSTADT UND GOLDHÜGEL	12
Der Unternehmer Silvio Tarchini wurde bekannt als Gründer von FoxTown. Ein Porträt.	
IN KÜRZE	15
Ein Blick auf die Resultate der Jugendbefragung, auf die neue Online-Dienstleistung für Firmenkunden und auf den neuen ISO-20022-Standard.	
UNTERNEHMERDESK MITTELLAND	16
Ein Gespräch mit dem Beraterteam aus Bern, Daniel Wirz und Andreas Schafer.	
KLEINUNTERNEHMEN IM FOKUS	18
Business Easy, die neue Internetplattform der Credit Suisse, begleitet Kleinunternehmen.	
PARTNER AUF EINEN BLICK	19
Unsere Partnerschaften aus Wirtschaft und Gesellschaft sind Ihr Netzwerk.	
WISSENSWERTES ZUR NACHFOLGE	20
Wichtiges auf einen Blick und zum Sammeln.	

Hier stimmt die Chemie

Reinen Tisch machen. Eine Metapher, die auch im wahrsten Wortsinn perfekt zur Borer Chemie AG passt. Das Familienunternehmen aus Zuchwil bietet innovative Reinigungs- und Desinfektionslösungen an und schaffte bei der Übergabe an die zweite Generation einen nahezu reibungslosen Wechsel. — Maria Ryser



Senior Anton (links) und Sohn Markus Borer pflegen einen regen Austausch über die Firma.



«Der Drang, sich beweisen zu wollen, ist gross.» Mit Markus Borer ist seit 2010 die zweite Generation am Ball.

«Stimmt's in der Familie, stimmt's auch in der Firma, pflegte mein Vater jeweils zu sagen. Ich habe das früher nie verstanden. Jetzt weiss ich, was er damit meinte.» Markus Borer sagt diese Worte auf die ihm eigene ruhige und besonnene Art. Der mittlere von drei Söhnen übernahm 2010 die Geschäftsleitung und ist Mehrheitsaktionär der Firma, die sein Vater, Anton Borer, 1965 gründete. Dass aus dem Einmannbetrieb ein blühendes Unternehmen mit 80 Mitarbeitenden, Vertriebspartnern auf allen Kontinenten und einer Tochtergesellschaft in China werden würde, war zu Beginn alles andere als absehbar. Wie so oft bei Gründergeschichten wirkte der Zufall auch bei der Familie Borer kräftig mit.

Start in einem Coiffeursalon

Ein scheinbar harmloses Abendessen mit einem Geschäftskollegen endete vor 50 Jahren damit, dass Anton Borer am nächsten Tag nach Brüssel flog und zwei Tage später mit der Lizenz für eine revolutionäre Formel für die Reinigung zurückkehrte. In einem ehemaligen Coiffeursalon in Solothurn gründete er die Firma PMC, Produkte für Medizin und Chemie. Da er zu diesem Zeitpunkt noch Inhaber eines Elektronik-Unternehmens war, übergab er

die Leitung von PMC einem geeigneten Geschäftsführer, der die Firma aufbaute. Nach dessen unerwartetem Tod entschied Anton Borer 1978, die Geschäftsführung selbst zu übernehmen. «Als Nicht-Chemiker musste ich mich schnellstens in die Materie einarbeiten», erinnert sich der ambitionierte Unternehmer und fügt lachend hinzu: «Ich entführte die Chemie-Bücher meines Sohnes Carlo, der damals ins Gymnasium ging, und eignete mir im Selbststudium die nötigen Fachkenntnisse an.» Mit Erfolg! Die deconex®-Produktlinie, die heute im haus-eigenen Labor weiterentwickelt wird, geht auf den Erfindergeist des Patrons zurück. Das erfolgreiche Tüfteln ist mit ein Grund, weshalb die Borer Chemie AG heute in drei komplett verschiedenen Bereichen tätig ist. Bediente man zu Beginn mit Produkten für die Laborglasreinigung hauptsächlich die chemische Industrie, weitete sich das Angebot durch Anfragen aus der in der Westschweiz stark verankerten Uhrenindustrie rasch in einen zweiten, den Industriesektor, aus. Parallel dazu steigerten sich die Aktivitäten in den Spitälern, woraus der Bereich Medical entstand. Nach der Jahrtausendwende wurde auch der Pharmasektor – ein Teil des Bereichs Life Sciences – aufgebaut.



Markus Borer: «Mitarbeitende, die mitdenken und auch mal kritisch sind, helfen uns weiterzukommen.»

Der Apfel fällt zur rechten Zeit

Firmengründer fangen in der Regel bei null an. Oftmals sind es kreative Autodidakten, die mit viel Begeisterung und Charisma das Unternehmen vorantreiben. Entsprechend schwer fällt es ihnen, ihr «Baby» irgendwann loszulassen. Anton Borer ging 2005 mit 70 Jahren offiziell in Pension. Seitdem steckt er als Verwaltungsratspräsident trotzdem noch mit einem Fuss in der Firma. «Die Nachfolgeregelung in einem Familienbetrieb darf nicht unterschätzt werden. Es ist für beide Seiten kein einfacher Prozess», weiss Markus Borer aus eigener Erfahrung. Als der Vater ihm 2005 den Posten des Geschäftsführers anbot, lehnte er ihn nach reiflichen Überlegungen ab. «Ich war damals 38 Jahre alt und fühlte mich dieser verantwortungsvollen Aufgabe noch nicht gewachsen. Ausserdem war ich verliebt in den Industriesektor und wollte die Leitung dort beibehalten.» Rückblickend war es für Markus Borer der richtige Entscheid: «Eine Übernahme zu diesem Zeitpunkt hätte mich regelrecht verbraten.» Die Interimsleitung durch einen externen Geschäftsführer brachte ihm dann auch den Vorteil, einen weiteren Führungsstil beobachten und erleben zu können. Der Vater hat dabei nie Druck auf den Sohn ausgeübt. Dafür ist Markus Borer ihm bis heute

dankbar. Dennoch musste er lernen, mit Leistungsdruck und den eigenen hohen Ansprüchen umzugehen, denn der Drang, sich beweisen zu wollen, sei gross. Es habe in der Vergangenheit durchaus Momente gegeben, in denen er gern die Rolle mit dem Vater getauscht und etwas Eigenes auf die Beine gestellt hätte, gibt er unumwunden zu. «Freie Wahl zu haben, war ein entscheidender Faktor für die erfolgreiche Übernahme. Aber auch, dass ich das Geschäft von der Pike auf gelernt habe und die gesamte Familie, also auch meine beiden Brüder und vor allem meine Frau, hinter mir stehen», fasst er zusammen.

Starke Partnerschaft

Ein wichtiger Partner ist auch die Credit Suisse. Sie begleitet die Borer Chemie AG seit 35 Jahren als Hausbank und konnte die Firma immer wieder mit wertvollen Impulsen unterstützen. An einem Seminar auf dem Bocken beispielsweise wurde Markus Borer für den komplexen Prozess der Nachfolgeregelung sensibilisiert. «Mit 15 Jahren müsse man im Schnitt rechnen. Das ist mir geblieben», erinnert er sich. Das Vertrauen in die Bank konnte auch in Krisenzeiten, wie der weltweiten Finanzkrise 2009, stets erhalten bleiben. Vor allem die hervorragende Leistung

der Kundenberater wird von Markus Borer sehr geschätzt: «Das sind geerdete Leute, so wie ich. Sie verstehen etwas von ihrem Gebiet und drängen sich nicht auf.» Dazu gehört auch eine ehrliche Beratung auf Augenhöhe: «Die Nachfolgeregelung wollten wir mit eigenen Mitteln finanzieren. Die Credit Suisse hat unser Bestreben nach Autonomie von Anfang an unterstützt.» Und wie steht es um aktuelle Herausforderungen wie etwa dem zunehmenden Regulierungsdruck oder der Frankenstärke? «Gesetzliche Schranken bedeuten einen hohen administrativen Aufwand, zusätzliche Stellen und Einschränkungen in der Handlungsfreiheit», gibt Markus Borer zu bedenken. Das sei herausfordernd, aber auch eine Chance, mit den neuen Anforderungen zu wachsen. Die Frankenstärke spüre man bei einem Exportanteil von 80 Prozent natürlich deutlich. Meistern lasse sich das zum einen mit innovativen Produkten und Prozesslösungen, die perfekt auf die Bedürfnisse des Kunden zugeschnitten sind, aber auch mit strategischen Massnahmen, wie etwa dem Ausbau des Direktvertriebs in der Schweiz. Essenziell seien aber loyale Mitarbeitende, die in diesen schwierigen Zeiten zum Unternehmen und zum Chef stehen.

Mit einer guten Prise Humor im Gepäck

Das Ruder der Borer Chemie AG liegt nun seit fünf Jahren in den Händen der zweiten Generation. Mit Tugenden wie Wertschätzung, Respekt, Loyalität, Verlässlichkeit und Transparenz führt Markus Borer das Lebenswerk seines Vaters in die Zukunft und hat dabei stets ein offenes Ohr für kritische Fragen der Mitarbeitenden, seiner Brüder oder des Vaters. Im Rucksack dieser bemerkenswerten Familie wandert dabei stets eine gute Prise Humor mit. Als der Patron gegen Ende des Gesprächs etwas trotzig konstatiert: «Mir gehört nichts mehr in dieser Firma. Nicht einmal mehr der Stuhl, auf dem ich sitze», antwortet der Sohn gelassen: «Dafür kannst du ihn dir leisten», worauf beide herzlich lachen. Man sieht und spürt: Bei den Borers stimmt die Chemie auf allen Ebenen.



Die Credit Suisse berät auch zum Thema Nachfolge. Lesen Sie mehr darüber auf Seite 20.

Das ausführliche Gespräch zwischen Anton Borer, Markus Borer und ihrem Kundenberater Thomas Bütikofer finden Sie unter:

credit-suisse.com/unternehmer

Borer Chemie AG

Die Borer Chemie AG bietet seit 50 Jahren qualitativ hochstehende und innovative Reinigungs- und Desinfektionslösungen an. Das Angebot umfasst dabei die Bereiche Medical, Industry und Life Sciences. Die Firma mit Hauptsitz in Zuchwil beschäftigt in der Schweiz 80 Mitarbeitende und verfügt seit 2008 über eine Tochtergesellschaft in China. Seit 2010 wird das Familienunternehmen in zweiter Generation von Dr. Markus Borer geführt.

borer.ch

borer
advanced cleaning solutions

Markenführung im digitalen Zeitalter

In einer Welt, in der die Menschen digital darüber entscheiden können, was sie sehen wollen und was nicht, sind Qualitätskriterien für die Marketingkommunikation wichtiger denn je. Frank Bodin hat darum für dieses Magazin eine Liste mit Fragen entwickelt: Wenn Sie alle mit einem «Ja» beantworten können, sind Sie mit grosser Wahrscheinlichkeit auf einem sehr guten Weg.

1

Macht der Leitgedanke Sinn?

Keinen Sinn ergibt Kommunikation ohne langfristige strategische Planung – das ist wie bauen auf Sand. Strategie ist nichts anderes als kreative Aktion. Drei Felder gilt es zu bearbeiten: 1. Zielgruppe, 2. Wettbewerb, 3. Marke. Im Zentrum steht dann die übergeordnete Markenidee. Keinen Sinn macht eine austauschbare Markenpositionierung wie «Wir sind innovativ und kundenfokussiert». Sinn hingegen macht ein Leitgedanke wie zum Beispiel «Just do it» (Nike). Übrigens hat eine gute Markenstrategie immer Platz auf maximal einer DIN-A4-Seite.

2

Ist die Idee überraschend und frisch?

Das Interesse der Menschen an Marken ist begrenzt. Der Wunsch, mit Marken zu kommunizieren statt mit Freunden und Bekannten, ist begrenzt. Das Bedürfnis, Botschaften von Unternehmen zu erhalten, ist ebenfalls begrenzt. Damit Markenbotschaften – egal in welchem Medium – nicht belästigen und digital weggefiltert werden, sind frische Ideen gefragt denn je. Big Data kann übrigens dabei helfen. Aber aufgepasst: Big Data ersetzt nicht die Big Idea. Die Mobiliar-Kampagne mit den Schadenprotokollen ist so eine frische Idee, die erst noch über viele Jahre hinweg in immer neuen Variationen überrascht.

3

Ist die Umsetzung aussergewöhnlich?

Der Stellenwert der Kreativität steht durch die Digitalisierung unserer Gesellschaft unter Druck. Vieles im Netz wird schnell und billig produziert. Im Moment ist diese Tendenz logisch – für die Zukunft von Unternehmen und Marken kann sie fatal sein. Eine gute Idee schlecht umgesetzt wird die Ziele nie erreichen.

4

Bewegt die Kampagne?

Gut ist heute oftmals nicht mehr gut genug. Eine wirklich gute Kampagne bewegt die Menschen, berührt sie und verändert die Wahrnehmung der Marke. Wasser von Wasser zu unterscheiden, ist eine ziemlich schwierige Aufgabe. Evian hat diese mit der Strategie «Forever Young» und zum Beispiel den rappenden Evian-Babys grandios umgesetzt. Über 100 Millionen Mal wurde der Klipp weltweit angeklickt.

5

Sind die Kanäle miteinander verknüpft?

Die neue Medienwelt ist komplex geworden. Den richtigen Mix zu finden aus klassischen und digitalen Medien, ist die eine Herausforderung, die raffinierte Verknüpfung der unterschiedlichen Kanäle die andere. Die Präventionskampagne «Dumb ways to die» der Metro Trains in Melbourne zeigt dies exemplarisch. Erfolgreichen Crossmedia-Kampagnen liegen darum neue Fragestellungen zugrunde.



Hier finden Sie einige durch die Agentur Havas entwickelte Tools zur Analyse Ihrer Marketingkommunikation:

.....
credit-suisse.com/unternehmer



Frank Bodin ist Chairman und CEO der Kommunikationsagentur Havas Worldwide Zürich/Genf. Nach Studien am Konservatorium und an der juristischen Fakultät der Universität Zürich fand Bodin 1992 den Weg in die Werbung. Der viel dekorierte Werber des Jahres 2009 präsidiert den Art Directors Club Schweiz und wohnt dem Vorstand von Schweizer Werbung sowie bsw leading swiss agencies bei. havasworldwide.ch

Firmenbörse für KMU

Vermittlungsplattformen gibt es nicht nur für private Beziehungen, sondern auch für Unternehmen. Die Credit Suisse betreibt mit Opportunity Net eine der grössten Datenbanken dieser Art in der Schweiz. — Mariska Beirne

Über drei Jahrzehnte hinweg hatte M. Müller sein Unternehmen durch unterschiedlichste Gezeiten navigiert. Bis zu seinem 60. Geburtstag schob er die Frage nach der Unternehmensnachfolge immer wieder hinaus: «Insgesamt hatte ich gehofft, dass eine meiner beiden Töchter sich doch noch interessieren könnte», erzählt er. Es sei sein Bankberater gewesen, der die Tatsachen irgendwann klar formuliert habe und ihm die Augen öffnete: Die Töchter würden die Firma nicht übernehmen. «Mir wurde bewusst, dass ich jetzt handeln musste – schliesslich hatte ich 32 Angestellte, die mir sehr am Herzen lagen, genau wie die Zukunft meines Lebenswerks.» Sein Wunsch war es, einen Käufer zu finden, gleichzeitig vorläufig noch einen Teil der Aktien zu behalten und als Berater die Firma noch eine Zeit lang zu begleiten. Es widerstrebte ihm, seine Verkaufsabsichten an die grosse Glocke hängen zu müssen, denn er fürchtete, dass dies dem Geschäft schaden könnte. Doch wie den passenden Käufer finden?

Fakten, Daten und Intuition

Müllers Kundenberater vermittelte ihn an Paul Monn, der bei der Credit Suisse für die Plattform Opportunity Net verantwortlich zeichnet. «Opportunity Net, das ist eine Vermittlungsplattform für Unternehmen», sagt Paul Monn. Sie bringt potenzielle Käufer und Verkäufer von Unternehmen sowie In-

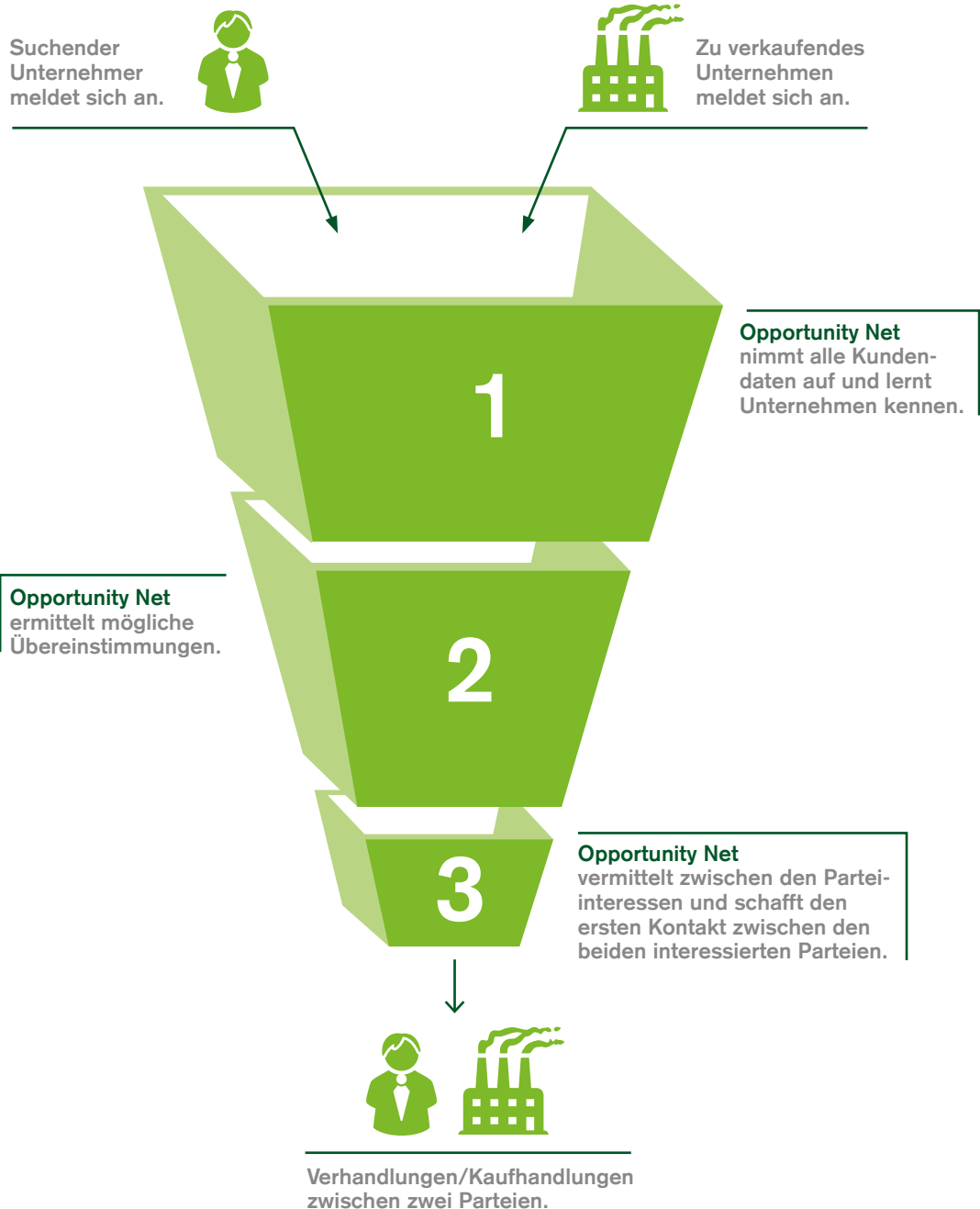
vestoren mit wachsenden Unternehmen und Finanzierungsbedürfnissen zusammen. Bei M. Müller machte sich Paul Monn erst ein Bild der Firma und füllte ein anonymisiertes Profil aus, um es Credit Suisse Kundenberatern von möglichen Käufern zukommen zu lassen. Einzig Mitarbeitende der Credit Suisse haben Zugang zu diesen anonymisierten Daten, und zu erfahren sind Branche, Umsatz, Anzahl Mitarbeitende, Gewinn, allenfalls die Preisvorstellung und die Region. «Meine Arbeit besteht zuerst darin, Daten zu sammeln und das Unternehmen gut kennenzulernen. Dann kommt der Teil, in dem auch Intuition eine wichtige Rolle spielt. Es kam schon vor, dass ich einem Kunden etwas ganz anderes vorschlug, als er ursprünglich gesucht hatte – und trotzdem den Nagel auf den Kopf traf», erzählt Paul Monn.

Arbeitsplätze sichern

Opportunity Net wurde 2007 als Dienstleistung für Kunden der Credit Suisse geschaffen. Jährlich entstehen durch sie bis 20 Matches mit einem Finanzierungs- oder Anlagevolumen von über 100 Millionen Schweizer Franken, Tendenz steigend. Gemäss Paul Monn ist bei externen Nachfolgelösungen kleinerer Unternehmen die grösste Herausforderung das Finden eines geeigneten Nachfolgers. Kann er nicht gefunden werden, gehen in der Schweiz oftmals Arbeitsplätze verloren. Genau das wäre im Fall von M. Müller vermutlich auch passiert, hätte er nicht über Opportunity Net den perfekten Käufer gefunden: «Über Opportunity Net konnte mir zwar nur ein einziger geeigneter Kandidat vorgeschlagen werden, dafür hat dieser gepasst wie der Deckel auf den Topf», konstatiert Müller. Und es ist gekommen, wie er es sich gewünscht hatte: Der ehemalige Patron konnte einen Teil seiner Aktien behalten und hat nun ein limitiertes Beratermandat in seinem ehemaligen Unternehmen. Daneben ist er auf der Suche nach einer neuen Investitionsmöglichkeit – natürlich über Opportunity Net.

Opportunity Net der Credit Suisse
Haben Sie Fragen? Kontaktieren
Sie bitte Ihren Kundenberater oder
direkt Paul Monn unter:
paul.monn@credit-suisse.com

Credit Suisse Opportunity Net: So funktioniert's.





Fuchsstadt und Goldhügel

Silvio Tarchini, Inhaber der Tarchini Group, ist bekannt als Gründer des Factory-Outlet-Centers FoxTown bei Lugano-Mendrisio. Der umtriebige Unternehmer im Porträt. — Mariska Beirne

Silvio Tarchini steht an einem der hohen Rundbogenfenster seines Luxusresort Collina d'Oro und lässt seinen Blick über die dicht bewaldeten Hügel schweifen, in der Tiefe der glitzernde Lago di Lugano. «Dort unten bin ich zur Welt gekommen. Als Kind ging ich davon aus, dass ich einmal Rechtsanwalt werden würde wie mein Vater, aber ich merkte bald: Das akademische Stillsitzen liegt mir weniger. Ich muss Hebel in Bewegung setzen

können, sodass etwas entsteht», sagt er und zeigt mit einer schwungvollen Handbewegung durch den elegant eingerichteten Raum.

Lehrjahre mit Holz und Plastik

Ausserhalb des Tessins ist der Unternehmer vor allem als Gründer des Outlet-Centers FoxTown bekannt. Doch FoxTown ist nur ein Puzzleteil, wenn auch ein wichtiges, im Leben von Silvio Tarchini. Er war erst

21 Jahre alt, als er das Holzbauunternehmen seines Grossvaters übernahm, kurz nachdem dieser gestorben war. «Ich hatte jedoch bald das Bedürfnis, ausserhalb des Betriebs weitere Erfahrungen zu sammeln», konstatiert er. Also arbeitete er in England und Deutschland in unterschiedlichen Holzbetrieben und anschliessend in Mailand in einem Kunststoffunternehmen. «1967 kam ich zurück ins Tessin. Ich war 23 Jahre alt und der

Silvio Tarchini (links) schätzt die kritische Beurteilung durch seinen Kundenberater Giacomo von Wyl sehr.



Meinung, dass in der Schweiz im Bereich PVC-Verpackungsfolien eine Marktlücke bestehe», erinnert sich Tarchini. Beim Tod seines Grossvaters hatte er etwas Geld geerbt. Damit kaufte er eine kunststoffverarbeitende Firma und gründete ein neues Unternehmen: die Plastar. Im selben Jahr wurde er Kunde der Credit Suisse. Tarchini dazu: «Schon damals fühlte ich mich als Unternehmer bei der Credit Suisse gut aufgehoben, denn ich erwarte von meinem Bankberater, dass er mit dem Unternehmer mitdenkt und mich herausfordert.» 1975 besass der 31-Jährige bereits eine Fabrik von 5000 Quadratmetern Fläche. Doch irgendwie war das alles zu einfach geworden: Silvio Tarchini sehnte sich nach neuen Horizonten.

Kerngeschäft gefunden

Er verkaufte seine Firma und ging mit seiner Frau auf Weltreise, um neue Inspiration zu finden. Speziell Buenos Aires faszinierte ihn, weil er erkannt

hatte, dass in der Stadt ein Manko an Büroflächen herrschte. Zufällig ergab sich die Gelegenheit, zwei alte Häuser zu kaufen. Seine Frau und er brachen in Lugano ihre Zelte ab und zogen mit den drei Töchtern nach Argentinien. Er liess ein grosses Bürohaus bauen, um es nach drei Jahren gleich wieder zu verkaufen. Tarchini erklärt: «Ich hatte Tag und Nacht gearbeitet und zum Glück keine Schulden gemacht, sondern mein eigenes Kapital eingesetzt, und alles war gut gegangen. Aber die Inflation von etwa 170 Prozent war mir ein zu grosses Risiko, um dort weitere Geschäfte zu tätigen. So zogen wir zurück nach Lugano.» Mit seinen Erfahrungen als Fabrikant und im Immobiliengeschäft stellte er fest, dass seine Heimatregion Lugano für Industrielle unattraktiv war, weil geeignete Lager und Fabrikationsflächen fehlten. Als Erstes liess er in Mezzovico ein Industriegebäude bauen, und sehr bald verfügte er über ein respektables Immobilienportefeuille.

Schnelligkeit als Markenzeichen

Im September 1994 stiess Silvio Tarchini beim Lesen einer italienischen Zeitung auf einen Artikel über Factory Outlets. Diese Idee fesselte ihn sogleich. Er begann, sich über das Thema kundig zu machen und erfuhr, dass in London Vorträge stattfinden sollten. Er kaufte sich Tickets und flog hin. In London sprach er mit zahlreichen Experten und hörte, dass einen Monat später in Atlanta das Annual Factory Outlet Meeting anstand: «Mit einem meiner Mitarbeitenden reiste ich für eine Woche in die USA. Zurück kamen wir zu dritt, mit an Bord war eine Expertin für Factory Outlets. Sie blieb eine Woche bei uns, erstellte Markt- und Machbarkeitsstudien», erinnert sich Tarchini. Die Resultate waren vielversprechend. Die nächste bedeutende Frage war: Welches würde das wichtigste Ladengeschäft

im Outlet sein, die Lokomotive gewissermassen? Nike, stellte sich heraus. Der Sitz von Nike war in Amsterdam, also setzte sich Silvio Tarchini abermals ins Flugzeug. Der Verantwortliche von Nike sagte zu Tarchini, nachdem er den Tessiner Standort begutachtet hatte: «Wenn du es bist, der das macht, dann sind wir mit an Bord.» Die Entwicklung hatte bis hierhin drei Monate gedauert: «Am Ende des Jahres stand mein Entschluss fest: Ich werde ein Factory Outlet Center eröffnen.» Giacomo von Wyl, seit vier Jahren Silvio Tarchinis Kundenberater bei der Credit Suisse, stellt fest: «Dieses systematische Vorgehen bei FoxTown ist typisch für ihn: Wenn er eine neue Idee hat, prüft er erst alles sehr gründlich, um das Risiko zu minimieren und zieht, wenn immer möglich, Experten hinzu. Meine Aufgabe ist es, noch einmal alles mit unseren internen Spezialisten zu prüfen und ihn gegebenenfalls auf zusätzliche Opportunitäten und Risiken aufmerksam zu machen.» Diese Haltung schätzt Silvio Tarchini sehr. Er betont, dass er die Bank für Diskussionen auf Augenhöhe brauche. Zum Glück sei sie genauso schnell wie er, das sei essenziell: «Als Unternehmer muss man seine Ideen rasch umsetzen, davon bin ich überzeugt – zudem entspricht das meinem Naturell.»

Stolz auf viele neue Arbeitsplätze

Es gab noch einige Hürden zu nehmen, bis das Factory Outlet Center FoxTown 15 Monate nach der ersten Idee seine Pforten öffnete. Der von Silvio Tarchini geplante Standort befand sich im Industriegebiet. Mit dem Argument, dass es sich mit den Geschäften in FoxTown gleichsam um eine Art Fabrikverkauf handle, konnte die Gemeinde Mendrisio überzeugt werden. Ein weiteres Problem war der Sonntagsverkauf, denn weltweit sind die Factory Outlets jeden Tag geöff-



Silvio Tarchini wollte eigentlich Rechtsanwalt werden. Heute blickt der Besitzer des Luxusresorts Collina d'Oro auf eine sehr erfolgreiche Unternehmerkarriere zurück.

net. «Ich ging mit meinem Anliegen zu den Behörden nach Bellinzona, und wir fanden eine Lösung: Im Tessin ist die gesetzliche Lage so, dass Geschäfte, die Touristen von Nutzen sind, im Grenzgebiet sonntags geöffnet haben dürfen. Es war also eine Definitionssache», erklärt Tarchini. Gleichzeitig arbeitete er mit den Gewerkschaften einen Gesamtarbeitsvertrag aus. Überzeugend war sein Plan, im damals krisengeschüttelten Tessin 200 neue Arbeitsplätze zu schaffen. Heute, 20 Jahre nach der Eröffnung, sind aus neun Geschäften 160 geworden und 1300 Menschen arbeiten in FoxTown. «Als ich mit der Credit Suisse zum ersten Mal über meine FoxTown-Idee sprach, stellte mir der Kundenberater sehr viele Fragen. Auch Giacomo von Wyl kann da manchmal recht hartnäckig sein, aber genau das macht für mich eine Bank für Unternehmer aus – zu merken, dass da jemand echt mitdenkt», sagt Tarchini. Von Wyl fügt hinzu: «Silvio

Tarchini ist immer sensationell gut vorbereitet. Unsere Inputs kommen von daher neben dem Bankenspezifischen oftmals aus dem Bereich unserer Erfahrungen mit anderen Unternehmern.» Gelegenheiten für solchen Austausch gibt es genügend, denn die Ideen scheinen dem Tessiner nie auszugehen. Eben erst eröffnete er ein Datacenter und ein Gewerbegebäude mit kleinen, möblierten Büros

für Start-ups. Im Bau befindet sich eine Residenz mit Alterswohnungen und die neuste Idee, die bis zum Erscheinen dieses Magazins wohl bereits umgesetzt sein wird, ist eine Parkgarage für Classic Cars. Darauf angesprochen, ob er noch Träume hege, die er verwirklichen möchte, überlegt Silvio Tarchini einen Moment lang und meint trocken: «Nein. Ich realisiere meine Träume laufend.»

Tarchini Group

Das Immobilienunternehmen wurde 1977 gegründet und vermietet heute über 208'000 Quadratmeter Industrie-, Lager- und Gewerbefläche, wobei das Outlet-Center FoxTown das Flaggschiff des Unternehmens darstellt. Ebenfalls im Unternehmen tätig sind die drei Töchter Tarchinis, wobei die jüngste, Giorgia Tarchini Gyax, als General Manager amtiert.

tarchinigroup.com

So tickt unsere Jugend

Wenn Sie wählen könnten:
In welchem Bereich wären Sie gerne
angestellt?

- 1 **Medien**
- 2 **Tourismus**
- 3 **Bildung**
- 4 **Telekommunikation**
- 5 **Gesundheit**
- 6 **Banken**
- 7 **Luxusgüter**
- 8 **Showbusiness**
- 9 **Nahrungsmittel**
- 10 **Handel**
- 11 **Mode**
- 12 **Pharmabranche**
- 13 **Uhren**
- 14 **Versicherungen**
- 15 **Baugewerbe**

Diese und weitere spannende Resultate der Jugendbefragung finden sich im Credit Suisse Jugendbarometer 2015. Das Engagement für die nächste Generation hat für die Credit Suisse einen grossen Stellenwert. Das Jugendbarometer eröffnet der Bank die Möglichkeit, mit den Jungen in Dialog zu treten und ihre besonderen Bedürfnisse und Sorgen besser zu verstehen.



Die detaillierten Auswertungen der Studie finden Sie unter:

credit-suisse.com/jugendbarometer

Direct Net-Benutzerrechte unkompliziert online verwalten?

Bis vor Kurzem konnte es passieren, dass man bei der Verwaltung der firmeneigenen Benutzerrechte für das Online Banking den Überblick verlor. Dank der unkomplizierten Online-Dienstleistung «Direct Net Self Administration» der Credit Suisse sind diese Zeiten nun vorbei. Das Werkzeug ermöglicht Firmenkunden die selbständige Verwaltung der Benutzerrechte, sei es für das Erstellen neuer Benutzer oder das Kopieren, Löschen, Reaktivieren, Sperren oder Entsperren bestehender Online-Banking-Benutzer. Selbst Log-in-Probleme sind künftig rasch behoben, weil auch neue Passwörter oder Legitimationsmittel online bestellt werden.



Weitere Informationen dazu finden Sie auf unserer Website:

credit-suisse.com/directnet/selfadministration

ISO 20022: Vorbereitung ist alles!

Europa migriert die nationalen Zahlungsverkehrsverfahren derzeit auf SEPA (Single Euro Payments Area) und damit auf den neuen ISO-20022-Standard. Auch die Schweiz wird den nationalen Zahlungsverkehr bis 2020 entsprechend standardisieren. Dies bedingt eine gute Planung seitens der KMU. Beginnen Sie deshalb bereits jetzt, Ihre alten Kontonummernformate in Ihren Stammdaten auf die aktuellste IBAN umzustellen – auch für Schweizer Zahlungen.



Wie Sie sich auf die Harmonisierung im Schweizer Zahlungsverkehr vorbereiten können und wie Sie vor allem als Unternehmer profitieren, haben wir kurz und übersichtlich für Sie aufbereitet:

credit-suisse.com/zvmigration

Unternehmerdesk: zwei Ansprechpartner für alle Bankgeschäfte

Der Unternehmerdesk Mittelland steht für eine Erfolgsgeschichte der Credit Suisse: Hier kamen zwei scheinbar unterschiedliche Teams zusammen, weil sie die Idee, den Unternehmer in den Mittelpunkt zu stellen, konsequent zu Ende dachten.

— Mariska Beirne

Was ist der Unternehmerdesk Mittelland und warum leiten Sie ihn zu zweit?

Andreas Schafer (AS): Wie es der Name schon sagt, geht es bei uns um den Unternehmer, und das aus zwei unterschiedlichen Perspektiven: Ich leite das Team Firmenkunden, das sich um alle Belange der Firma kümmert.

Daniel Wirz (DW): Und ich komme aus der Abteilung Privatkunden. Mein Team betreut die Unternehmer als Privatpersonen.

AS: Das Privatkundengeschäft und das Firmenkundengeschäft arbeiteten in der Vergangenheit bereits punktuell zusammen. Mit dem Unternehmerdesk haben wir aber eine grössere Schnittstelle geschaffen. Wir betreuen also die Kunden gemeinsam im Team.

Was genau macht diese Zusammenarbeit für die Unternehmer so wertvoll?

DW: Der Unternehmer hat typischerweise drei Vermögen zu koordinieren: das Geschäftsvermögen, sein Privatvermögen und sein Vorsorgevermögen. Da oftmals ein grosser Teil der Privat- und Vorsorgegelder im Geschäft integriert sind und je nach Bedarf zwischen den drei Vermögen hin und her verschoben wird, macht eine strikte Trennung aus finanztechnischer Sicht wenig Sinn. Im Gegenteil: Der Unternehmer riskiert

beispielsweise Steuernachteile, wenn auf der einen Seite agiert wird, ohne dies mit der anderen Seite abzusprechen.

AS: Die Credit Suisse hat sich mit diesem Modell der Realität des Unternehmers angepasst, in dessen Leben Privates und Geschäftliches ebenfalls auf unterschiedlichen Ebenen ineinanderfliessen. Mit dem Unternehmerdesk betrachten wir den Kunden ganzheitlich. Er hat zwei Ansprechpartner, die gemeinsam die gesamte Bandbreite aller Bankgeschäfte abdecken.

Treten Sie beim Kunden immer im Tandem auf?

AS: Es kommt vor, dass wir ihn zu zweit besuchen. Generell ist es für den Kunden spannend, zwei Ansprechpartner zu haben, die ihn und sein Geschäftsmodell verstehen und sich über ihn und seine Herausforderungen austauschen.

Warum praktiziert man das nicht schon lange so?

AS: Das Firmenkunden- und das Privatkundengeschäft waren aus historischen Gründen kulturell unterschiedlich geprägt. Man war im Firmenkundenbereich den Private Bankern gegenüber eher vorsichtig, wobei diese Vorsicht vermutlich schon damals hauptsächlich auf Vorurteilen basierte, weil man sich zu wenig kannte.

Welche Vorurteile waren das?

DW: Wir vom Privatkundengeschäft hatten bei den Firmenkundenberatern das Image, kurzfristig zu denken, was gerade bei der Betreuung von Unternehmenskunden nicht zielführend ist.

Da scheint inzwischen ein Wandel stattgefunden zu haben.

AS: Ja, unsere frühere Zurückhaltung haben wir aufgegeben, was nicht zuletzt mit Daniel Wirz und seinem Team zu tun hat. Das sind bodenständige Leute, die das Vertrauen unserer Kunden geniessen. Das ist die Grundvoraussetzung für eine Zusammenarbeit, denn wir Firmenkundenberater haben uns dasselbe Vertrauen in vielen Fällen über Jahre hinweg erarbeitet.

Gibt es das Angebot «Unternehmerdesk» nur bei der Credit Suisse?

AS: Ich behaupte, was wir hier machen, ist einzigartig. Die Credit Suisse bietet mit einem starken Privatkundengeschäft und einem breiten Firmenkundengeschäft die idealen Voraussetzungen. Zudem haben wir zu jedem Thema, das im Verlaufe eines Unternehmenszyklus auftauchen kann, Spezialisten im Haus. Unser Team ist so etwas wie der Generalunternehmer, der im gegebenen Fall den entsprechenden Experten vermittelt – sei es ein Steuerspezialist, ein Kredit-

experte oder jemand, der sich allein mit Nachfolgelösungen beschäftigt.

DW: Wir sind eben wirklich die Bank für Unternehmer: Nicht nur intern verfügen wir über ein Netzwerk, das für unsere Kunden sehr wertvoll ist, sondern auch extern. Als Bank haben wir so viele spannende Kunden, die einander oftmals weiterbringen könnten, wenn sie sich nur begegnen würden. Damit das passiert, haben wir unsere Unternehmercommunity gegründet, eine Plattform für Unternehmer, in der das Netzwerken und der Wissensaustausch im Vordergrund stehen.

AS: Wir helfen ganz gezielt beim Knüpfen von wertvollen Kontakten. An unseren Anlässen können unsere Kunden einerseits einander, aber auch wir sie besser kennenlernen.

Um welche Veranstaltungen handelt es sich dabei?

AS: Das ist ganz unterschiedlich: Die Firmenbesichtigung, bei der ein Unternehmer seine Firma vorstellt, der Fachanlass, an dem es um ein spezifisches Thema geht oder die Social-Events. Im letzten Frühling gingen wir mit einer Gruppe Spargelstechen und anschliessend bereiteten wir die Spar-

geln unter fachkundiger Anleitung zu. Die Teilnehmer waren begeistert, denn keiner hatte vorher jemals selber Spargeln gestochen. Die Atmosphäre ist an solchen Events ungezwungen, wir mögen keine 08/15-Cüpli-Veranstaltungen. Die Gespräche ergeben sich dann ganz von selbst.

DW: Vor Kurzem überlegte einer unserer Kunden, eine zusätzliche Firma zu kaufen. Ein anderer Kunde hatte soeben in einem ähnlichen Bereich

«Der Kunde hat zwei Ansprechpartner, die gemeinsam die gesamte Bandbreite aller Bankgeschäfte abdecken.»

Andreas Schafer

verkauft. Die beiden Herren kamen an einem Anlass ins Gespräch, und jetzt begleitet der eine den anderen jeweils zu potenziellen Kaufobjekten.

AS: Wenn uns solche Verbindungen gelingen, haben wir unser Ziel erreicht.



Daniel Wirz (links) und Andreas Schafer betreuen die Kunden im Team.



Unternehmer im Zentrum – schweizweit

Als die Bank für Unternehmer stehen wir Ihnen als kompetenter Partner für alle Finanzfragen zur Verfügung und bieten Ihnen die einheitliche Betreuung des Geschäfts- wie auch des Privatvermögens in der ganzen Schweiz an.

Kontaktieren Sie Ihren Berater oder rufen Sie uns an unter: 044 333 13 13.

Kleinunternehmen im Fokus

Wer eine Geschäftsidee in die Realität umsetzen will, muss erst einmal klug planen. Für eine gute Orientierung gibt es nun Business Easy, die neue Internetplattform der Credit Suisse. — Mariska Beirne

Sie lasern haarscharfe Schriftzüge in Metall, entwickeln zukunftsweisende Softwarelösungen, produzieren hochspezifische Keramikkomponenten, und dies oftmals mit weniger als einem Dutzend Angestellten. Und doch sind sie, die kleinsten unter den kleinen und mittleren Firmen, eigentlich ganz gross, machen sie doch gut 90 Prozent aller Schweizer Unternehmen aus. Mit einer Firmengründung beginnt meist auch eine Bankbeziehung, die oftmals ein Unternehmerleben lang hält. Andreas Gerber, Leiter KMU-Geschäft Schweiz der Credit Suisse, erklärt: «Firmengründer und kleinere Unternehmen wollen übersichtliche und simple Bankprodukte. Um diese Kunden optimal zu begleiten, haben wir Business Easy geschaffen. Dieses Angebot lässt sich an die Veränderungen und neuen Gegebenheiten einer Firma laufend anpassen.»

Zwei Plattformen für Firmengründer

Business Easy, so heisst denn auch die Internetplattform, die sich an kleinere Unternehmen und Start-ups wendet. Und weil die Regelung des Finanzialen in der Gründungsphase nur ein Aspekt unter vielen ist, mit denen sich ein Jungunternehmer auseinandersetzen muss, finden sich auf der Seite auch Auskünfte zu Fragen wie: Was gehört in den Businessplan oder welche Rechtsformen gibt es? Kostenlos zu-

gänglich sind auch Branchenstudien, Marktanalysen oder der KMU-Indikator der renommierten Credit Suisse Research-Abteilung. Auf der Plattform findet sich das gesamte Business Easy Angebot. Seine Grundausstattung – das Business Easy Paket – besteht aus den wichtigsten Bankdienstleistungen,

«Firmengründer und kleinere Unternehmen wollen übersichtliche und simple Bankprodukte. Um diese Kunden optimal zu begleiten, haben wir Business Easy geschaffen.» Andreas Gerber

die ein kleineres Unternehmen benötigt: Firmenkonto, Zahlungsverkehrspauschale, Maestro- und Kreditkarten sowie Online- und Mobile Banking. Die erweiterten Business Easy Optionen orientieren sich an den sich verändernden Kundenbedürfnissen. So benötigt der Softwareentwickler für internationale Geschäfte vielleicht die Option für Devisen. Oder der Produzent von Keramikteilen erweitert sein Grundpaket mit der Option Factoring, damit seine Lieferantenrechnungen rechtzeitig beglichen werden, auch wenn das Geld seiner Kunden noch nicht eingetroffen ist. Jedem Unternehmer steht ein persönlicher Kundenberater zur Verfügung – unabhängig von Grösse und Umsatz. Zur Besprechung von komplexen Bedürfnissen kann

jederzeit auch ein Ansprechpartner in der Region kontaktiert werden. Eine weitere interessante Internetplattform für Firmengründer ist STARTUPS.CH, ein Informations- und Gründungsportal mit einer Fülle von Informationen und kostenlosen Seminarangeboten, die einen angehenden Unternehmer

in allen Bereichen unterstützt. Gleichzeitig bietet es in Zusammenarbeit mit Partnern wie der Credit Suisse eine vergünstigte Online-Firmengründung, indem diese einen Teil oder gar die gesamten Gründungskosten übernehmen. Dazu Andreas Gerber: «Wir wollen auch Kleinunternehmern ein strategischer Partner sein und sie in jeder Phase begleiten. Die Partnerschaft mit STARTUPS.CH ist ein weiterer Baustein dazu und ergänzt unser Angebot optimal.»



Die Business Easy Plattform finden Sie hier:

.....
credit-suisse.com/businessesasy

Unser Netzwerk für Ihren Erfolg



SVC

Der Swiss Venture Club (SVC) ist ein unabhängiger, «non-profit»-orientierter Verein von Unternehmern für Unternehmer mit dem Ziel, KMU zu unterstützen sowie Arbeitsplätze in der Schweiz zu schaffen und zu erhalten. Der SVC bietet neben einem wertvollen Beziehungsgeflecht speziell auf KMU ausgerichtete Dienstleistungen und Veranstaltungen an.

www.swiss-venture-club.ch

< SVC AG für KMU Risikokapital >

SVC AG

Die SVC - AG für KMU Risikokapital stellt Schweizer KMU und Jungunternehmen Risikokapital in der Höhe von insgesamt bis zu 100 Millionen Franken zur Verfügung. Das Risikokapital wird als Eigenkapitalstütze oder als Darlehen mit Erfolgsbeteiligung an innovative Unternehmen in verschiedenen Unternehmensphasen vergeben. www.svc-risikokapital.ch



Switzerland Global Enterprise

Switzerland Global Enterprise (S-GE) fördert im Auftrag des Bundes Export, Import und Investment mit einem globalen Netzwerk von Experten, um den Wirtschaftsstandort Schweiz zu stärken. S-GE unterstützt Unternehmen durch Beratung und Kontaktvermittlung, neues Potenzial für ihr internationales Geschäft zu erschliessen. www.s-ge.com



STARTUPS.CH AG

STARTUPS.CH ist der führende Spezialist für Online-Firmengründungen in der Schweiz. Dazu betreibt das Unternehmen die selbst entwickelte Internetplattform, die es Interessierten ermöglicht, sich über die Gründung eines eigenen Unternehmens zu informieren und dies online in wenigen Arbeitsschritten zu tun. www.startups.ch



Center for Family Business, Universität St. Gallen

Das CFB-HSG ist ein national und international tätiges Kompetenzzentrum. Seine Tätigkeiten umfassen Forschung, Lehre und Weiterbildung im Kontext von Familienunternehmen und Unternehmerfamilien. Ein Ziel seiner Forschung ist die Generierung von neuen wissenschaftlichen Erkenntnissen rund um das Thema «Familienunternehmen». www.cfb.unisg.ch



swiss export

Der Verband swiss export setzt sich für die praxisorientierte Vermittlung von aktuellem Wissen und für die nutzenbringende Vernetzung von Mitgliedsfirmen ein. Die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit und der Rahmenbedingungen für international tätige Unternehmen steht im Zentrum unseres Handelns. www.swiss-export.com



SwissCham

SwissCham ist die Dachorganisation der internationalen Handelskammern in der Schweiz und leistet im privaten Sektor einen wichtigen Beitrag zur Förderung der Aussenbeziehungen. Die Organisation unterstützt durch ihr umfangreiches Netzwerk internationaler Handelskammern Schweizer Exporte und Aktivitäten im Ausland. www.swisscham.ch

IMPRESSUM

Herausgeber: Credit Suisse AG **Chefredaktion/Projektleitung:** Regula Brechbühl **Mitarbeit:** Mariska Beirne, Maria Ryser **Projektverantwortung:** David Schätti **Realisation und Gestaltung:** bürograf & Stillhart Konzept **Fotografie:** Robert Aebli **Druck:** Galledia AG **Auflage:** 114'000 Ex.



COVER

Anton und Markus Borer
Borer Chemie AG

Dieses Dokument wurde einzig zu Informationszwecken und zur Verwendung durch den Empfänger erstellt. Hinsichtlich der Zuverlässigkeit und Vollständigkeit dieses Dokuments wird keine Gewähr gegeben, und es wird jede Haftung für Verluste abgelehnt, die sich aus dessen Verwendung ergeben können. Das vorliegende Dokument darf nicht in den Vereinigten Staaten verteilt oder an US-Personen (im Sinne von Regulation S des US Securities Act von 1933 in dessen jeweils gültiger Fassung) abgegeben werden. Dies gilt ebenso für andere Jurisdiktionen, ausgenommen wo in Einklang mit den anwendbaren Gesetzen. Copyright © 2016 Credit Suisse Group AG und/oder mit ihr verbundene Unternehmen. Alle Rechte vorbehalten.

Nachfolge

Mit Struktur das Lebenswerk sichern

Die Nachfolgeregelung erstreckt sich im Allgemeinen über einen Zeitraum von mehreren Jahren. Sie sollte darum – wie jedes andere langfristige, strategische Projekt im Unternehmen – als strukturierter Prozess mit definierten Phasen angegangen werden. In unserer langjährigen Praxis hat sich ein Fünf-Phasen-Modell als optimal herauskristallisiert. Es setzt den notwendigen klaren Rahmen und bietet gleichzeitig ein Maximum an Flexibilität, um eine für die spezifische Unternehmenssituation optimale Lösung zu finden.

Generell gilt: Eine gründliche Nachfolgeplanung benötigt genügend Zeit. Es gilt zu vermeiden, dass Handlungsoptionen aufgrund von Zeitnot fallen gelassen werden müssen oder dass gar wichtiges Know-how verloren geht, weil die Initialisierung der Nachfolge zu lange hinausgezögert wurde. Für den ganzen Prozess muss mit einem Zeithorizont von mindestens fünf Jahren gerechnet werden.

Die fünf Phasen des Nachfolgeprozesses:

Phase	1 Initialisierung	2 Evaluation	3 Vorbereitung	4 Übergabe	5 Abschluss
Inhalt	Vorgaben definieren und Beteiligte, Rollen und Abläufe festlegen	Handlungsfreiheit durch familieninterne und -externe Optionen bewahren	Unternehmens- und Finanzierungsstruktur prüfen, Nachfolger vorbereiten	Schritt für Schritt betriebliches Know-how und Kundenbeziehungen übertragen	Nachfolger übernimmt formell und symbolisch Führung und Eigentum
Leistungen	<ul style="list-style-type: none"> • Phasen und Dauer einer Nachfolgeregelung erläutern • Erfahrungen aus anderen Nachfolgelösungen einbringen 	<ul style="list-style-type: none"> • Vor- und Nachteile der Nachfolgeoptionen aufzeigen • Aufzeigen der steuerlichen Konsequenzen • Suche nach potenziellen Käufern 	<ul style="list-style-type: none"> • Strukturierung Privat- und Firmenvermögen • Beratung in Unternehmenstransaktionen • Suche nach potenziellen Käufern 	<ul style="list-style-type: none"> • Verhandlungen mit Investoren führen • Private Finanzplanung durchsetzen • Unterstützung des Nachfolgers bei Erarbeitung von Businessplan und Liquiditätsplanung 	<ul style="list-style-type: none"> • Durchführen/Umsetzen von Vermögenstransaktionen • Nachfolgefiananzierung • Bewirtschaftung frei gewordener Vermögensteile (Asset Allocation)

Wir beraten Sie gerne persönlich – ob bei unternehmerischen oder privaten Finanzfragen. Insbesondere die Regelung der Privatseite (Güter-/Erbrecht/Erwachsenenschutzgesetz) ist eine wichtige Voraussetzung für das Gelingen einer nachhaltigen Unternehmensfortführung. Erfahren Sie mehr auf der Rückseite.



Unsere Abonnements – exklusiv für Sie

**Nutzen Sie die «unternehmer»-Welt
für sich und Ihr Unternehmen.**

credit-suisse.com/unternehmer

Bitte hier falten

Bitte hier falten



Nicht frankieren
Ne pas affranchir
Non affrancare

Geschäftsantwortsendung
Invio commerciale-risposta
Envoi commercial-réponse



Credit Suisse AG
«unternehmer»
Postfach
8070 Zürich

Anmelden Beratungsgespräch

Ja, ich wünsche ein kostenloses und unverbindliches Beratungsgespräch zu

☐ Nachfolge

☐ einer einheitlichen Betreuung von Privat- und Firmenvermögen

☐ _____

Bitte kontaktieren Sie mich für eine Terminvereinbarung am besten am

☐ Mo.

☐ Di.

☐ Mi.

☐ Do.

☐ Fr.

von _____ bis _____ Uhr.

Adresse Bitte in Grossbuchstaben schreiben und vollständig ausfüllen.

Firmenname _____

☐ Frau

☐ Herr

Vorname/Name _____

Strasse/Nr., Postfach _____

PLZ/Ort _____

Telefon G _____

Anzahl Mitarbeitende

☐ 1–9

☐ 10–49

☐ 50–499

☐ > 500

Kostenlos bestellen



Dossier «Unternehmensnachfolge»

Nachfolgeregelung ist immer auch ein persönliches Thema, geht es doch um die Zukunft eines Lebenswerks oder sogar einer über Generationen aufgebauten Familientradition. Unsere praxisorientierte Wegleitung liefert wichtige Denkanstösse.

Ich bestelle gerne in ☐ D ☐ F ☐ I



Abonnement Magazin «unternehmer»

Das Magazin beinhaltet Firmenporträts von KMU sowie interessante Themen für Sie als Unternehmer und stellt neue Produkte und Dienstleistungen vor.

Ich abonniere gerne in ☐ D ☐ F ☐ I



Abonnement Magazin «Bulletin»

Das älteste Bankmagazin der Welt beleuchtet wirtschaftlich und gesellschaftspolitisch relevante Fragen. Pro Ausgabe steht dabei ein Thema im Fokus: 2016 etwa Wolkenkratzer oder Innovation.

Ich abonniere gerne in ☐ D ☐ F ☐ I ☐ E

Als die Bank für Unternehmer unter- stützen wir Sie bei der Regelung Ihrer Nachfolge.

Kontaktieren Sie uns. Wir beraten Sie gerne.

Wenden Sie sich an Ihren Kundenberater oder kontaktieren Sie uns gratis unter der Telefonnummer 0800 88 88 71.

credit-suisse.com/nachfolge



Bestellen Sie jetzt das Dossier
«Unternehmensnachfolge»: mit dem
angehängten Talon oder online auf
credit-suisse.com/unternehmer

Wir gratulieren allen Schweizer Unternehmern.

So auch den Gewinnern der
Prix SVC Verleihungen 2015.

Prix SVC Espace Mittelland: Rychiger AG

Prix SVC Nordschweiz: Medartis AG

Prix SVC Svizzera italiana: GTK Timek Group SA

Als die Bank für Unternehmer fördern wir das Unternehmertum. Seit 1856.

Wir gratulieren allen Preisträgern. Allen Teilnehmern. Und allen Unternehmern der Schweiz.
Weil sie mit ihren Ideen und ihrer Leistung Werte und Arbeit schaffen. Sind auch Sie ein
Unternehmer? Kontaktieren Sie uns unter der Gratisnummer 0800 88 88 71.

credit-suisse.com/unternehmer