

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 3 (1996)
Heft: 14

Artikel: Kleinunternehmer gefährdet?
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-979990>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 15.05.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Neuheiten-Schau

Was?
Nicht an der
photokina gewesen?



Am 6. und 7. Oktober findet in drei grossen Ausstellungszelten auf dem **Areal des zef** die Neuheitenschau der Schweizer Fotobranche statt. Hier werden **alle wichtigen Neuheiten der photokina** von den Schweizer Importfirmen präsentiert werden.

Rund 30 Anbieter der Schweizer Fotobranche vermitteln Ihnen eine komplette Übersicht über das aktuelle Marktangebot aus den Bereichen der Amateur- und Fachfotografie.

Bieten Sie auch Ihren Angestellten und Lehrlingen die Gelegenheit, diese wichtige Veranstaltung zu besuchen. Zudem lockt eine grosse Tombola mit attraktiven Preisen und guten Gewinnchancen.

Auskünfte:
zef Zentrum für
Foto Video Audio,
6260 Reidermoos,
Tel.: 062/758 19 56,
Fax: 062/758 13 50

im zef

Kleinunternehmer gefährdet?

Seit ein paar Monaten wird von überall her nach einem Abbau der Sozialpolitik gerufen, die Zahl der Arbeitslosen steigt, die Leute werden immer älter, die Wirtschaft stagniert. Kurz und gut – die Zeiten sind hart! Von allen Seiten gibt es auch Reaktionen, doch nicht überall dieselben. Die einen wollen schrankenlose Liberalisierung (Weissbuch de Pury u. Co.), die anderen appellieren an den Fürsorgerstaat als Retter von allem Übel. Fusionen wie Ciba-Sandoz oder die Konzentrationen zu Riesenbanken lassen in der Tat die Arbeitswelt erzittern. Wenn solche Fusionen im unerbittlichen Wettbewerb nötig sein mögen, so muss den Wirtschaftskapitänen doch gesagt werden, dass sie auch Verpflichtungen gegenüber ihren Mitarbeitern haben, welche entscheidend zu den Erfolgen der Unternehmen beigetragen haben. Die Manager haben kein moralisches Recht, nur an die Rendite und an das Wohlergehen der Aktionäre zu denken.

Mittelstand darf nicht geschwächt werden

Was besonders zu denken gibt, ist ein immer deutlicher zutage tretender Rückgang von Klein- und Mittelbetrieben. Was die Wirtschaft im engeren Sinne anbelangt, so würde eine Schwächung des Mittelstandes und ein entsprechender Rückgang der Leistungen unweigerlich auch eine Einbusse der Arbeits-Qualität mit sich bringen. Im stets härter werdenden internationalen Wettbewerb wird die Schweiz aber nicht auf dem bisherigen Qualitätsniveau ihrer Produktion verharren dürfen. Die Schwächung des Mittelstandes führt zudem zu einer Polarisierung der sozialen Stellungen und zu einer Distanzierung zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern. Das Gleichgewicht wird gestört – Grenzen verhärten sich.

Es ist nicht wünschenswert, dass sich immer grössere Volkskreise um ein paar wenige Patrons scharen, die sich als die alleinigen Hüter unserer Wirtschaft sehen. Man darf nie vergessen, dass die Klein- und Mittelbetriebe in Dörfern und Stadtquartieren eine gleiche Dienstleistungsrolle spielen wie etwa der Arzt, der Lehrer oder das Postbüro. Die Einstellung ihrer Tätigkeit reisst die lokale Einwohnerschaft aus ihrer Verankerung. Auch basieren gewerbliche Betriebe oft auf Familienarbeit, die wiederum mit anderen Tätigkeiten verknüpft ist.

Was den gewerblichen Unternehmen ganz besonders zu schaffen macht, ist die immer mehr verlangte Omnipresenz des Staates. Lange Zeit konnte unser Land der Tendenz zum Zentralismus widerstehen. Die kleinen Un-

ternehmer haben zunehmend das Gefühl, sie seien vom gigantischen Umverteilungsmechanismus, welcher der Staat in die Wege geleitet hat, ausgeschlossen. Nun ist der Kleinunternehmer aber mehr als alle anderen auf sich selber angewiesen. Er hat seine Altersrente selbst zu organisieren, er erhält in schwierigen Zeiten keine Arbeitslosenunterstützung, und er hat auch kein Anrecht auf Familienzulagen. Hat er mit seiner Firma Erfolg heisst es, er habe seine Angestellten ausgenutzt, und falls er scheitert, ist er eben ein unfähiger Unternehmer.

Der Ausbau des Sozialstaates

In den hinter uns liegenden Jahrzehnten war der Ausbau des Sozialstaates beträchtlich. Die Lohnverdiener durften eine konstante Verbesserung ihrer Existenz feststellen, was als erfreulicher Ausgleich zum früheren «Los der Arbeiter» gesehen werden kann. Durch die obligatorischen Sozialversicherungen hat sich die materielle Situation so verbessert, dass der Status des Lohnverdieners beneidenswert wird, und Unabhängige träumen davon, auch unter dem Schutzdach ihres eigenen Betriebes zu stehen. Diese Einstellung, welche eine beunruhigende Perspektive für die Wandlung in unserer Gesellschaft aufzeigt, lässt sich allerdings nicht nur mit der Verbesserung des Status der Lohnverdiener erklären, sondern sie ist das Ergebnis einer einseitigen Konzeption der Sozialpolitik, in der die Unabhängigen oft übergangen wurden.

Manches ist zu überdenken

Die wirtschaftlichen und sozialen Errungenschaften unserer modernen Gesellschaft möchte ich keineswegs anzweifeln. Es liegt mir lediglich daran, auf die unabdingbare nötige Stärkung der Mittelklasse in der Landwirtschaft, im Gewerbe und Handel sowie in den Kleinbetrieben hinzuweisen. Unser diesbezügliches Verhalten ist auf den Gebieten der Ausbildung, der Erziehung, der Sozialversicherungen und des Fiskalwesens dringend und grundsätzlich zu überdenken. Unser Land braucht nicht nur hochentwickelte Gehirne und hart arbeitende Hände. Es braucht auch Initiative und mutige Männer und Frauen mit Verantwortungsgefühl und Unternehmungsgeist. Aber sie müssen auf gute und vor allem auf stimulierende Rahmenbedingungen zählen können. Die besten Zivilisationen konnten nicht überleben, weil ihr materieller Reichtum, ihr Wohlstand und ihre Kultur nicht getragen wurde vom Willen zur Anstrengung, von Dynamik und moralischer Tugend ihres Volkes.

Pierre Moren/GPD



SVPG



Wenn einer Werbung macht ...



Hans Peyer
Präsident
und Sekretär
des SVPG

... dann erhofft er sich etwas davon. Im besten Fall einen Umsatzzuwachs, im Minimum aber, dass man sich an das Produkt erinnert. Nur, wie soll sich der Kunde an ein Produkt erinnern, wenn er es nach dem ersten Mal nicht wieder sieht?

Die beste Werbung nützt nicht halb so viel, wenn einem Kunden im Laden nicht der Spot oder das Plakat in Erinnerung gerufen wird, die er tags zuvor vielleicht im Kino, auf der Strasse oder am Fernseher gesehen hat. Die meisten Lieferanten liefern gutes Display/Material, das auf das Produkt, die Firma oder eben auf die laufende Werbekampagne hinweist. Nicht nur für den Lieferanten, sondern vor allem, um sich selbst einen Gefallen zu tun, sollten Sie deshalb darauf bedacht sein, die Werbung, die «draussen» für die Produkte, die Sie verkaufen gemacht wird, für sich zu nutzen: Ziehen Sie eine Linie vom Fernsehspot beim Konsumenten zu Hause zu Ihnen ins Geschäft, von der Kinoleinwand auf Ihre Regale. Der Wiedererkennungseffekt hilft verkaufen. Mit dem Bild der Werbung im Kopf kommt der Kunde zu Ihnen. Das ist die Gelegenheit für Sie, denn die grösste Arbeit ist somit schon getan. Wenn Sie ihm nun noch sein Bild aus dem Kopf auf das Regal zaubern, ist der Verkauf nicht mehr fern.

Es ist deshalb von grösster Wichtigkeit, von den Lieferanten zur Verfügung gestellte Displays und Werbematerialien zum richtigen Zeitpunkt einzusetzen. Nur so kann die vom Lieferanten teuer bezahlte Werbung den nötigen Erfolg am Verkaufspunkt bringen. Gute Werbung, unterstützt im Schaufenster mit attraktiven Displays einer optimalen Regalpflege und kompetenten Verkaufsgesprächen bringen gezwungenermassen mehr Abverkäufe. Nutzen Sie diese Möglichkeiten.

Hans Peyer, SVPG-Sekretariat: T. 01 341 14 19, F. 01 341 10 24

businessfera: positives Ergebnis

Am 28. August schloss die zum zweiten Mal durchgeführte 4-tägige businessfera ihre Tore.

Auf Vorbestellung wurden über 7000 Eintrittskarten (rund 1500 oder 27% mehr als 1995) versandt. Über 6500 interessierte Fachleute besuchten die Ausstellung. Im Gespräch mit den Ausstellern ergaben sich überwiegend positive Reaktionen auf Besucherfrequenzen und auf den Bestelleingang.

Für die businessfera '97 wurde provisorisch das Datum vom 24. bis 27. August 1997 festgelegt. (Pd Messe Zürich)

+++ ZEF AKTUELL +++

Wichtige Termine

So./So.	22./23. Sept.	Mit dem zef zur photokina Köln Lehrlinge: Fr. 295.- bis 330.- Angestellte: Fr. 795.-.
Mo.	30. September	Einführung in den Photoshop (PC / Windows 95)
So./Mo.	6./7. Oktober	Neuheitenschau im zef
Mo.-Do.	14.-17. Oktober	Branchenkunde-Seminar
Mo./Di.	11./12. November	Porträt-Seminar I
Mo./Di.	18./19. November	Porträt-Seminar II

Für unser Schulungszentrum in Reidermoos suchen wir Lehrkräfte für Einführungskurse und Weiterbildungsseminare. Sie haben eine abgeschlossene Lehre als Fotograf(in) oder Fotofachangestellte(r) und arbeiten gerne mit Menschen, dann sind Sie möglicherweise unsere neue Lehrkraft. Bewerbungen senden Sie bitte an:

Anmeldungen: zef Zentrum für Foto Video Audio, J. Schwarzenbach, 6260 Reidermoos, Tel.: 062/758 19 56, Fax: 062/758 13 50

INFO-ECHE OLYMPUS

photokina '96 NEUHEITEN UND TRENDS

135mm-Fotografie	μ[mju:] II
APS	Centurion Newpic Zoom60
Digitale Fotografie	Camedia-Konzept mit 3 Digital-Kameras und einem Thermosublimationsdrucker
Scanner	Filmscanner für Kleinbild- und APS-Filmsystem

Das alles und noch viel mehr zeigen wir Ihnen an unserem Stand.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

**Olympus an der photokina 96, Köln,
18.-23.9.96, Halle 3.2, Stand B29/C20**

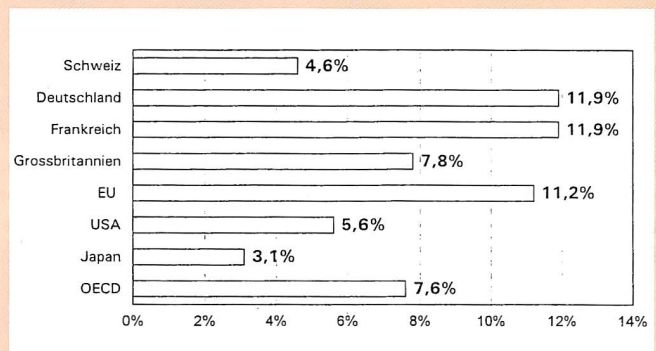
OLYMPUS

THE VISIBLE DIFFERENCE

Photography · Endoscopy · Microscopy · Diagnostics · Communications

Postfach, 8603 Schwerzenbach, Tel. 01 947 67 67, Fax 01 947 66 55

Arbeitslosigkeit im Vergleich



Die Arbeitslosigkeit verharrt in der Schweiz weiterhin auf hohem Niveau. Die Zahl der Arbeitslosen dürfte in diesem Sommer kaum wesentlich unter die Marke von 160'000 fallen. Damit werden wir weiterhin mit einer Arbeitslosenquote von deutlich über 4 Prozent leben müssen. Eine wesentliche Besserung wird sich erst bei einer markanten Konjunkturerholung ergeben.

Auch wenn diese Werte höchst unerfreulich ausfallen, darf doch festgestellt werden, dass die Schweiz im internationalen Vergleich nach wie vor recht gut dasteht. Mit Ausnahme Grossbritanniens weisen alle wichtigen EU-Staaten zweistellige Arbeitslosenraten aus. Das Heer der Arbeitslosen innerhalb der Europäischen Union umfasst mittlerweile 2 Millionen Menschen, eine Zahl, die in den nächsten Jahren eher noch ansteigen wird. Erfolge bei der Bekämpfung der Arbeitslosigkeit können von den wichtigsten Wirtschaftsmächten einzig die USA ausweisen, welche die Arbeitslosenquote binnen der letzten vier Jahre um rund 2 Prozent senken konnte. Musterknabe ist nach wie vor Japan, welches eine Arbeitslosenquote von «lediglich» 3,1 Prozent auszuweisen hat. Quellen: GPD, BIGA, OECD