

Zeitschrift: Savoir Faire / Raiffeisen
Herausgeber: Raiffeisen Schweiz Genossenschaft
Band: - (2020)
Heft: 4

Heft

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: 22.02.2025

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

Lösungen für Unternehmer

SAVOIR FAIRE



Notstand

Wie Unternehmer
der Krise begegnen

RAIFFEISEN

Mehr zum Raiffeisen KMU PMI finden Sie auf raiffeisen.ch/kmupmi

Ausdauer gefragt

Die Massnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie haben die Weltwirtschaft in die tiefste Krise seit der Grossen Depression der 1930er-Jahre gestürzt und zu einem noch nie dagewesenen Anstieg der Arbeitslosigkeit geführt. Mit den ersten Lockerungsmassnahmen hat nun auch in der Schweiz der Weg zurück zur Normalität begonnen. Dass dieser lang und beschwerlich wird, zeigt das Beispiel Chinas. Aus Angst vor einer zweiten Ansteckungswelle bleiben dort viele Menschen dem öffentlichen Leben weiter fern. Weiter belastet wird die Konsumlaune durch Einkommensverluste und die höhere Arbeitslosigkeit. Der Schweiz droht dieses Jahr eine ähnlich

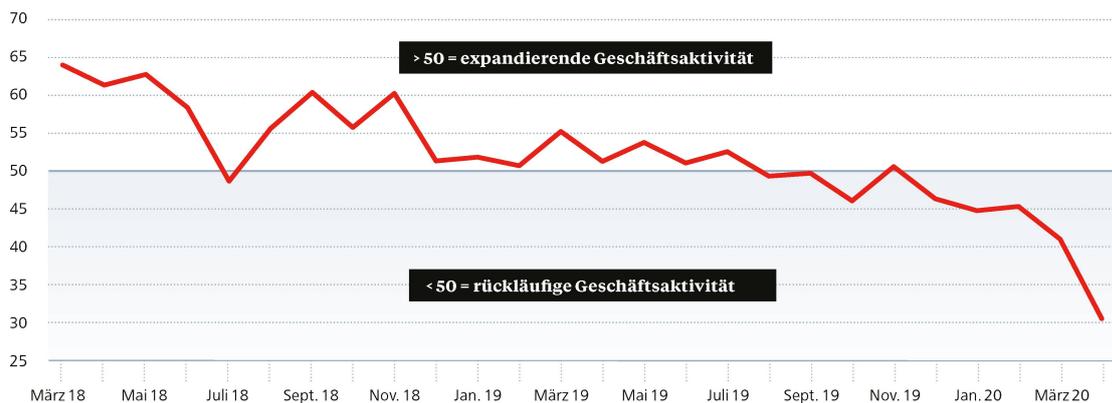
massive Rezession wie 1975, als die Ölkrise zu einem BIP-Einbruch von knapp sieben Prozent führte. Der Lockdown hat vor allem Dienstleistungsbranchen hart getroffen. Für die Industrie gab es kein generelles Betriebsverbot. Nun schlägt die Krise mit voller Wucht aber auch auf das verarbeitende Gewerbe durch. Das zeigt der Raiffeisen KMU PMI, eine monatliche Umfrage, die den Puls von Schweizer KMU aus der Industrie misst. Auch deren Geschäftstätigkeit ist im April massiv eingebrochen. Für die exportorientierte Industrie ist die Nachfrage aus dem Ausland entscheidend. Diese liegt in allen für die Schweizer Industrie relevanten Regionen am Boden und wird

sich aufgrund der taumelnden Weltwirtschaft so schnell nicht erholen. Für Entwarnung ist es deshalb noch viel zu früh. Die Coronakrise wird die Schweizer Wirtschaft wohl noch mindestens auf Monate hinaus prägen, auch wenn eine zweite Infektionswelle ausbleibt.

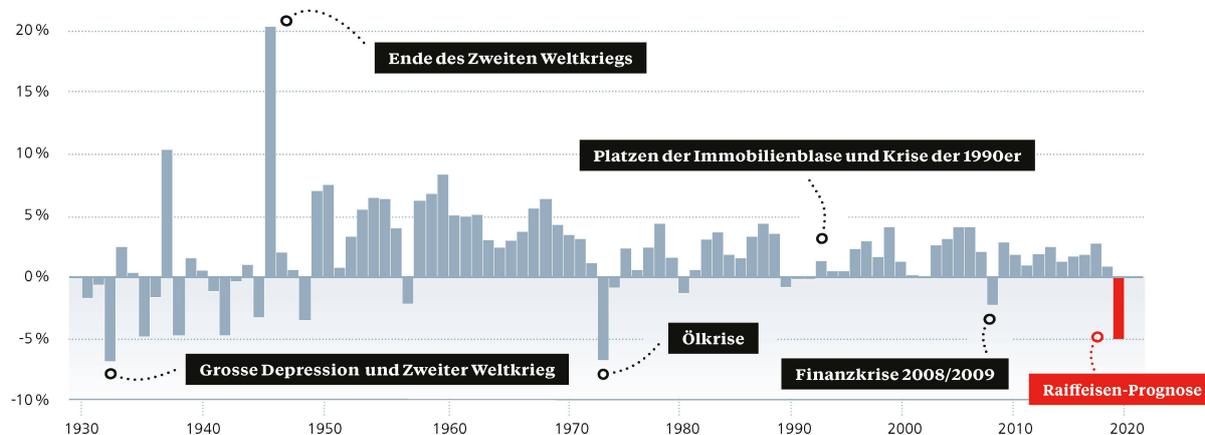


Domagoj Arapovic
Senior Economist im Economic Research Team von Raiffeisen Schweiz

Raiffeisen KMU PMI



Schweizer Wirtschaftswachstum (real, in %)



Quelle: Raiffeisen Economic Research

4 Geschäften in Krisenzeiten

Die Raiffeisen-Experten beantworten die drängendsten Unternehmerfragen.

5 Überstehen

«Soll ich jetzt noch einen COVID-19-Kredit aufnehmen?», «Kann ich den Kredit aufstocken, wenn ich mehr Geld benötige?»

6 Stabilisieren

«Wie kann ich trotz Social Distancing verkaufen, trotz Lieferengpässen produzieren?»

7 Wachsen

«Ich möchte die Widerstandsfähigkeit meines Geschäftsmodells erhöhen – wie kann ich das tun?»

8 Crowdfunding mit lokalhelden.ch

Wie Sie mit einem Lokalhelden-Projekt Einnahmen generieren und dieses erfolgversprechend vermarkten.



Überstehen – Stabilisieren – Wachsen

Die Schweiz ist im Krisenmodus. Es braucht unkomplizierte Unterstützung, damit unsere KMU die Krise überstehen und daraus neues Potenzial für die Zukunft schöpfen können. Das ist für die Zukunft unseres Landes von essenzieller Bedeutung. Denn die rund 600'000 kleinen und mittleren Unternehmen bilden das Rückgrat unserer Wirtschaft und damit auch unserer Gesellschaft.

Für viele Unternehmen ist der Kampf ums Überleben noch nicht ausgestanden. Liquiditätseingässe zu überbrücken und die Zahlungsfähigkeit zu sichern, sind die Herausforderungen der Stunde. Und doch ist es gerade jetzt wichtig, auch an die Zeit nach der Krise zu denken: Investieren Sie in die Digitalisierung, in neue Vertriebskanäle, Servicemodelle, Kunden und Märkte – damit Sie die Krise nicht nur bewältigen, sondern gestärkt aus ihr hervorgehen. Als Raiffeisenbank vor Ort, mit den Experten unserer Raiffeisen Unternehmerzentren und der Crowdfunding-Plattform lokalhelden.ch wollen wir Sie dabei unterstützen.

Wir helfen Ihnen, Kräfte freizusetzen und die Weichen für eine erfolgreiche Weiterentwicklung Ihres Unternehmens zu stellen. Trotz all der Schwierigkeiten, denen Sie als Unternehmer derzeit begegnen, bin ich überzeugt, dass wir einen Wandel hin zum Positiven erleben werden. Lassen Sie uns zusammen nach vorne schauen!

Herzlich, Urs Gauch

Leiter Departement Firmenkunden und Niederlassungen
urs.p.gauch@raiffeisen.ch

BILD COVER: Yeti studio/shutterstock; BACKCOVER: Eduardo Lopez/shutterstock; S.4/5: one line man/shutterstock; S.6: filadendron/istock; S.8: Jakub Krechowicz/shutterstock; S.11: Haver/shutterstock

SAVOIR FAIRE Spezialausgabe Corona. Herausgeberin Raiffeisen Schweiz Genossenschaft, Raiffeisenplatz 4, Postfach, 9001 St.Gallen Marketing Verantwortung Sandra Bürkle (sab) Redaktionelle Verantwortung SDA/AWP Multimedia Redaktion Domagoj Arapovic (da), Bettina Bhend (bb), Sandra Bürkle (sab), Christoph Gaberthüel (gab), Sarah Hadorn (had), Thomas Peterhans (pet) Art Direction und Layout Pfirsichblau, Staad Adresse der Redaktion Raiffeisen Schweiz, Marketing, Wassergasse 24, Postfach, 9001 St.Gallen, unternehmer@raiffeisen.ch Adressänderungen und Abbestellungen raiffeisen.ch/savoir-faire Druck Extreprint.ch GmbH, Staad Übersetzung 24translate Erscheinungsweise Das Magazin erscheint viermal jährlich Auflage 55'000 Exemplare (D, F, I) – Die Auflage der Spezialausgabe Corona kann abweichen Abonnementspreis Savoir Faire geht an die Abonnenten/-innen des Magazins und kostet für Abonnenten/-innen CHF 9.00 pro Jahr (für vier Ausgaben). Rechtlicher Hinweis Nachdruck (auch auszugsweise) nur mit ausdrücklicher Genehmigung der Redaktion gestattet. Die Informationen in dieser Publikation gelten nicht als Offerte oder Kaufs- respektive Verkaufsempfehlung der beschriebenen Finanzprodukte und dienen nur zu Informationszwecken. Die vergangene Performance ist keine Garantie für zukünftige Entwicklungen. Hinweis zur Schreibweise Zur besseren Lesbarkeit wird in einigen Texten nur die männliche Form verwendet.



gedruckt in der schweiz

Diese Fragen beschäftigen Unternehmer

Die Liquidität steht mit dem Anhalten der Coronakrise weiterhin im Fokus. Mittelfristig geht es aber um mehr: KMU müssen sich wieder stabil aufstellen und noch während der Krise neues Potenzial für die Zukunft schöpfen. Die Experten des Raiffeisen Unternehmerzentrums (RUZ) und der Raiffeisenbanken beantworten die drängendsten Fragen dazu.



Tipps

Entscheiden Sie sich

im Zweifelsfall für einen COVID-19-Kredit – Sie bezahlen 0 Prozent Zins und vergeben sich nichts.

Eine sorgfältige Liquiditätsplanung

lohnt sich – so sehen Sie schnell, ob und wann allenfalls ein Liquiditätsengpass auftreten wird.

Setzen Sie bei Neuanschaffungen

wenn möglich auf Leasing statt Kauf, das schont Ihre Liquidität.

Thema 1: Überstehen

Kurzfristig geht es darum, die Krise zu überstehen. Das heisst in erster Linie: die Liquidität sichern; sie ist der Sauerstoff des Unternehmens.

«Bis jetzt habe ich keinen COVID-19-Überbrückungskredit aufgenommen. Mit fortschreitender Zeit werde ich allerdings unsicher – soll ich jetzt noch einen Antrag stellen?»

Wenn Sie damit rechnen, dass die Coronakrise in den kommenden Wochen oder Monaten zu Liquiditätsengpässen führen könnte, raten wir Ihnen: Nehmen Sie einen COVID-19-Kredit (siehe Box) auf. Sie bezahlen dafür keinen Zins und können das Geld (oder grössere Beträge) jederzeit zurückzahlen, wenn Sie es nicht brauchen. Sie vergeben sich also nichts, haben aber Sicherheit.

«Wie kann ich beurteilen, ob es zu Liquiditätsengpässen kommt?»

Erstellen Sie einen Liquiditätsplan. Indem Sie den Ist-Zustand abbilden und verschiedene Szenarien durchspielen,

sehen Sie schnell, wann ein Liquiditätsengpass auftreten wird. Auf ruz.ch/liquidaetsplanung finden Sie ein kostenloses Tool für die Liquiditätsplanung.

«Erstellen Sie einen Liquiditätsplan – der Aufwand ist bescheiden, der Nutzen gross.»

Stefan Schenkel,
Leiter Raiffeisenbank Aarau-Lenzburg

«Ich habe bereits einen COVID-19-Kredit erhalten, doch das Geld reicht nicht aus. Kann ich einen weiteren Antrag stellen?»

Nein, Sie können den Kredit nur einmal beantragen. Allerdings: Wenn Sie den COVID-19-Kredit bereits ausgeschöpft haben und 10 Prozent Ihres

Umsatzes noch nicht erreicht sind, gibt es eine zusätzliche Möglichkeit: den COVID-19-Kredit Plus (siehe Box).

«Welche zusätzliche Unterstützung bietet mir Raiffeisen zur Sicherung meiner Liquidität?»

Wir beteiligen uns an verschiedenen Hilfsprogrammen der Kantone. Diese sind in den meisten Fällen unabhängig vom Bürgschaftsprogramm des Bundes. Weiter gibt es bei laufenden Krediten die Möglichkeit, bis zu zwei Amortisationsraten zu stunden.

«Mein Unternehmen hat sehr stark gelitten. Kommt für mich die COVID-19-Stundung infrage?»

Mit der COVID-19-Stundung will der Bundesrat verhindern, dass Unternehmen wegen des Coronavirus unverschuldet Insolvenz anmelden müssen. Das Instrument verschafft den Betrieben Zeit, mit den Gläubigern Lösungen zu finden und das Unternehmen eigenverantwortlich zu sanieren. Voraussetzung ist, dass ein Unternehmen Ende 2019 finanziell gesund war und dass die Überschuldung voraussichtlich bis Ende Jahr behoben ist. Wichtig: Die Regeln einer Nachlassstundung sind zu berücksichtigen.

Facts

COVID-19-Kredit:

Der Kredit darf maximal 10 Prozent Ihres Umsatzes betragen, 500'000 Franken aber nicht übersteigen. Der Bund bürgt zu 100 Prozent, Sie zahlen keinen Zins.

COVID-19-Kredit Plus:

Sie können bis zu 19,5 Millionen Franken aufnehmen. Voraussetzung ist jedoch eine branchenübliche Bonitätsprüfung. Und der Zinssatz beträgt 0,5 % auf dem vom Bund verbürgten Anteil von 85 % des Kredits. Auf dem Rest ist der Zins risikobasiert und daher individuell verschieden.

Wer ist berechtigt?

Alle Einzelunternehmen, Personengesellschaften und juristischen Personen mit Sitz in der Schweiz, die vor dem 1. März 2020 gegründet wurden. Ihre Umsätze müssen allerdings nachweislich von der Krise beeinträchtigt werden. Und vor der Krise müssen die Unternehmen finanziell gesund gewesen sein.

Bis wann kann ich einen Überbrückungskredit beantragen?

Bis zum 31. Juli 2020.

Wie lange dauert es bis zur Auszahlung?

Bei den COVID-19-Krediten bis zu 500'000 Franken: 13 bis 30 Minuten.

Wie darf das Geld verwendet werden?

Sie dürfen ausschliesslich Ihre laufenden Kosten – etwa die Mieten – decken. Was Sie nicht dürfen: Dividenden ausschütten oder neue Projekte finanzieren.

Bis wann muss ich den Kredit zurückzahlen?

Innerhalb von fünf Jahren.

Gibt es Lösungen für Start-ups mit keinem oder wenig Umsatz?

Ja, der Bundesrat hat Ende April eine Speziallösung für Start-ups verkündet. Auch dabei handelt es sich um Bürgschaftskredite: Zusammen bürgen Bund und Kanton zu 100 Prozent für bis zu 1 Million Franken pro Start-up. Anträge können bis am 31. August 2020 eingereicht werden: covid19.easygov.swiss/fuer-startups



Wirtschaften in Krisenzeiten

Thema 2: Stabilisieren

Trotz Social Distancing und beeinträchtigter Lieferketten: Unternehmer brauchen nun Lösungen, um neue Verkäufe zu generieren und die Produktion sicherzustellen.

«Social Distancing erschwert den Absatz auch nach der Wiedereröffnung. Ausserdem geben die Kunden merklich weniger Geld aus. Wie kann ich trotzdem Umsätze generieren?»

Bestimmt haben Sie während des Lock-downs aus der Not heraus Dinge entwickelt: etwa neue Absatzkanäle erschlossen oder weitere Angebote und Dienstleistungen eingeführt. Unser Tipp daher: Kehren Sie nun nicht einfach zum Status quo ante zurück, sondern prüfen Sie, was davon weiterhin Mehrwert schafft. In den letzten Jahren sind in der Industrie und im Gewerbe viele neue Vertriebsplattformen entstanden, mit denen man seine Produkte und Dienstleistungen besser bekannt machen und neue Kundenkontakte etablieren kann. Während der Krise haben Unternehmer auch lokalhelden.ch als Möglichkeit entdeckt, ihre Bekanntheit noch zu steigern (siehe ab Seite 8).

«Wie kann ich in der aktuellen Situation den Kontakt mit Kunden und Interessenten halten und stärken?»

Bleiben Sie unbedingt am Ball und machen Sie auf sich aufmerksam! Es klingt banal, ist aber von grossem Wert: Persönliche Telefonanrufe, eine handgeschriebene Karte oder spezifische Online-Marketing-Massnahmen schaffen Präsenz. Durch das Aktivieren und Pflegen von sozialen Netzwerken via LinkedIn, Instagram oder Facebook erreichen Sie auf einfache und günstige Art potenzielle wie auch bestehende Kunden. Erzählen Sie Ihre Geschichte, was bei Ihnen gerade los ist und wie Sie

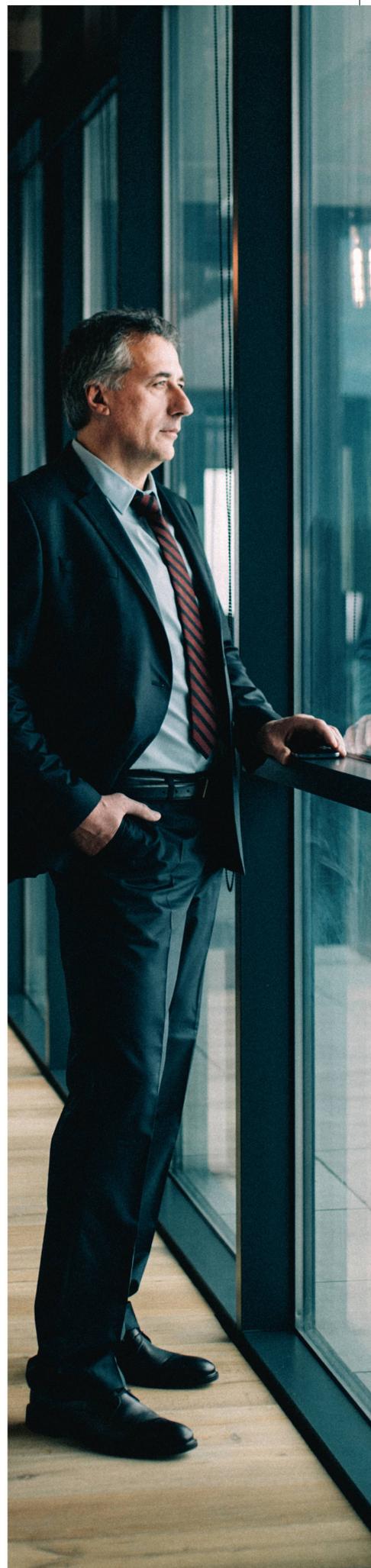
mit der Situation umgehen. Sollten Sie noch nicht so fit mit sozialen Medien sein, nutzen Sie die vielen hilfreichen Tutorials, die es im Internet zu finden gibt.

«Wie nie zuvor wird das Anpassungs- und Durchhaltevermögen von KMU strapaziert. Auch emotional.»

Ibi Bertschi, Themenführerin
Markterfolg RUZ

«Ich kämpfe seit dem Corona-Ausbruch mit unterbrochenen und verlängerten Lieferketten. Was kann ich dagegen tun? Und wie kann ich mich künftig dagegen wappnen?»

Viele Lieferanten versenden vorsorglich sogenannte «Force-Majeure-Schreiben», die der gegenseitigen (Vorab-)Information im Zusammenhang mit möglicher «höherer Gewalt» dienen. Damit signalisieren Lieferanten Transparenz im Umgang mit möglichen Lieferschwierigkeiten oder der Einhaltung von Lieferfristen. Wichtig: Es entbindet sie jedoch nicht von der Vertragserfüllung. Prüfen Sie gleichzeitig, ob nun der Zeitpunkt gekommen ist, Ihre Lieferanten stärker zu diversifizieren. Fragen Sie sich, wie Sie die globalen Abhängigkeiten reduzieren können – auf Lieferanten- wie auch auf Kundenseite. Mit wem wollten Sie schon immer zusammenarbeiten? Und welches war schon immer Ihre Wunschkundengruppe?



Thema 3: Wachsen

Ist mein Geschäftsmodell wirklich zukunftssträftig und krisenresistent? Solche Gedanken sind jetzt wichtig.

«Ich habe mein Geschäftsmodell kurzfristig erweitert und möchte die neuen Kanäle und Märkte nun ausbauen. Dafür muss ich allerdings investieren. Ist dafür jetzt nicht der falsche Zeitpunkt?»

Im Gegenteil. Jetzt ist genau der richtige Zeitpunkt, um in die Zukunft zu schauen und Ihr Geschäftsmodell zu hinterfragen: Welche Geschäftsbereiche rentieren? Welche neuen Produkte, Märkte und Kundensegmente könnten meine Wettbewerbsposition langfristig stärken?

«Denken in Szenarien bringt Vorsprung und Orientierung in der «neuen Normalität».»

Matthias Weibel,
Geschäftsführer RUZ

Investieren Sie jetzt in innovative Ideen und neue Technologien. Denn Wirtschaft und Arbeitswelt verändern sich rasant; es gilt, die Zukunft zu antizipieren und aktiv zu gestalten. Nutzen Sie die aktuelle Ruhe im Tagesgeschäft aber auch, um über strukturelle und organisatorische Anpassungen nachzudenken.

«Ich benötige zusätzliche Mittel für dringend notwendige Investitionen sowie zum Auf- und Ausbau meiner digitalen Absatzkanäle. Erhalte ich dafür von Raiffeisen einen Kredit?»

Nach erfolgreicher Kreditprüfung unterstützen wir Sie gern dabei. Eine sinnvolle Alternative zum Kauf von Investitionsgütern könnte der Abschluss eines Leasings sein. Damit schonen Sie Ihre liquiden Mittel, können die benötigten Güter aber trotzdem sofort nutzen.

«Wie wird mein Geschäft krisenresistenter?»

Blicken Sie in die Zukunft und spielen Sie verschiedene Szenarien durch. Denken Sie auch mal an das vermeintlich Unmögliche. Denken in Szenarien hilft, sich auf rasch wechselnde Marktsituationen vorzubereiten oder einzustellen. Die zunehmende Digitalisierung in den Absatzmärkten schafft in einer Zeit von Physical Distancing einen zusätzlichen Vertriebskanal. So

können Sie etwa Servicegeschäfte über grössere Distanz tätigen und werden unabhängiger von Marktentwicklungen.

«Was kann mir in Zeiten von Kurzarbeit, Verschuldung, gesetzlichen Auflagen und fehlenden Fachkräften noch Mut machen?»

Mut macht, dass die Schweizer KMU alle fünf bis zehn Jahre eine Rossskur über sich ergehen lassen müssen: Finanzkrise, Euroshock, jetzt Corona. Es ist keine Selbstverständlichkeit, dass man aus solchen Krisen gestärkt herauskommt. Gerade für Schweizer Industriebetriebe ist die sogenannte VUCA-Welt – Volatilität (Volatility), Unsicherheit (Uncertainty), Komplexität (Complexity) und Vieldeutigkeit (Ambiguity) – nicht neu. Die Betriebe zeichnen sich schon heute im internationalen Vergleich durch ausserordentlich hohe Effizienz und grosse Innovationskraft aus. Das gibt Hoffnung. Gleichzeitig haben wir einen gesunden Staat, der rasch reagiert hat und die massiven Einschränkungen zugunsten der Gesundheit durch wirtschaftliche Sofortmassnahmen abzufedern versucht.

Weit über 1'000 Unternehmeranfragen haben die Begleiter – allesamt selbst krisenerprobte Unternehmer – der Raiffeisen Unternehmerzentren bereits beantwortet. Brauchen auch Sie Unterstützung? Wenden Sie sich an unsere Hotline:

041 552 14 14

Oder besuchen Sie uns auf ruz.ch/corona



Tipps

Prüfen Sie:

Welche neuen Absatzkanäle und Produkte aus der Lockdown-Zeit schaffen weiterhin Mehrwert?



Bleiben Sie präsent:

Nutzen Sie alle bestehenden und neuen Kommunikationskanäle.



Jetzt erst recht:

Entwickeln Sie Ihr Geschäftsmodell weiter und investieren Sie in innovative Ideen und Technologien; das macht Sie resistenter.

#localsupport

Um die Krise zu meistern, setzen Unternehmer auf Kreativität. Mit Projekten auf der Crowdfunding-Plattform lokalhelden.ch sichern sie sich nicht nur einen kurzfristigen finanziellen Zuschuss, sondern investieren gleichzeitig auch langfristig in Kundenbeziehungen und neue Geschäftsmodelle.

Kreativ durch die Krise – dank Liquidität mit lokaler Verankerung

Solidarität wird grossgeschrieben – insbesondere in Krisenzeiten. Das zeigt sich auch am grossen Zuspruch, den KMU-Projekte auf der Raiffeisen Crowdfunding-Plattform lokalhelden.ch erhalten. Über 1 Million Franken sind im Rahmen von 236 Projekten bis Mitte Mai bereits zusammengekommen. Unter dem Hashtag #LocalSupport ist die Plattform für Schweizer KMU da, die kurzfristige Umsatzeinbussen überbrücken müssen. Das ist kostenlos und vergleichsweise schnell gemacht: Unternehmerinnen und Unternehmer registrieren ihr Unternehmen, legen ein finanzielles Ziel fest und definieren die Gegenleistungen, die ihre Unterstützer erhalten sollen. Beliebt sind Einkaufsgutscheine, welche die Kunden später einlösen, Abos oder Spezialangebote, die es nur im Rahmen des Crowdfundings zu erwerben gibt. Bei einem Restaurant könnte das zum Beispiel ein exklusives Candle-Light-Dinner sein. Ist das Projekt auf der Plattform hochgeladen, gilt es, das eigene Kundennetzwerk mit Werbung zu aktivieren (Tipps dazu finden Sie auf Seite 11).

Weitere Informationen unter
www.lokalhelden.ch/localsupport



Drei grosse Vorteile

Für KMU hat ein Lokalhelden-Projekt drei grosse Vorteile: Erstens generiert das Crowdfunding schnell Liquidität, weil Einnahmen rasch beim Unternehmen eingehen – die entsprechende Leistung kann später erbracht werden. Zweitens müssen die Unternehmer dank dieser Lösung keine Schulden aufnehmen, um an flüssige Mittel zu kommen. Und drittens stärkt die Plattform im Sinne der «Hilfe zur Selbsthilfe» die lokale Verankerung der KMU und die Beziehung zu den Kunden.

Die Verbände sind mit an Bord

Die Folgen von Krise und eingeschränkter Bewegungsfreiheit spüren insbesondere diejenigen Branchen, die auf direk-

ten Kontakt mit den Kunden angewiesen sind: Restaurants, Hotels oder Seilbahnen zum Beispiel, Eventveranstalter und Kulturinstitutionen wie Kinos, Theater und Museen. Und trotz Lockerungen verzeichnen auch Dienstleister wie Friseursalons oder Detailhändler – gerade im Non-Food-Bereich – weiterhin sehr viel tiefere Kundenfrequenzen. Das hat die Branchenorganisationen Schweizerischer Gewerbeverband und Schweiz Tourismus dazu veranlasst, die Plattform lokalhelden.ch als Partner zu unterstützen.

«Es ist eine niederschwellige Möglichkeit, die Liquiditätsengpässe zu überbrücken. Der grosse Support der Kundinnen und Kunden beweist: KMU sind nicht nur gewinnorientierte Organisationen, sondern haben im Dorf oder im Stadtquartier eben auch eine gesellschaftliche Bedeutung.»

Hans-Ulrich Bigler
Gewerbeverbanddirektor

Branchen mit direktem Kundenkontakt sind besonders von der Krise betroffen. Vier Unternehmer erzählen, wie ihnen Crowdfunding dabei hilft, schwierige Zeiten zu überbrücken.

#Projekt 1

Hotel Restaurant
Brienzerburli & Löwen und Hotel
Restaurant Weisses Kreuz, Brienz

Mathias Huggler, Hoteldirektion

Zahlen Stand Mitte Mai



Finanzierungsstand
CHF 42'560

Ziel:
CHF 50'000

In welcher Situation befindet sich Ihr Unternehmen?

Unsere Restaurants sind geschlossen, die Hotelzimmer sind grösstenteils leer. Wir haben zwar Kurzarbeit für unsere 30 Mitarbeitenden angemeldet, die Fixkosten für Strom, Heizung und so weiter bleiben aber bestehen.

Was versprechen Sie sich davon, bei lokalhelden.ch mitzumachen?

Natürlich steht die Deckung der Fixkosten im Vordergrund. Es ist aber auch eine gute Möglichkeit, während der Krise nicht in Vergessenheit zu geraten und den Menschen in Erinnerung zu rufen, dass es uns noch gibt. Ich erhoffe mir, dass die Krise ein wenig dazu beiträgt, dass man sich bei der Wahl der Feriendestination und beim Einkaufen wieder stärker auf das Lokale besinnt.

Wie vermarkten Sie Ihr Projekt?

Eines unserer Angebote auf lokalhelden.ch ist eine Patenschaft für ein Hotelzimmer. Der Gast darf als «Merci» für seine Unterstützung während vier Jahren jährlich eine Nacht in «seinem» Zimmer verbringen – zudem gibt's im ersten Jahr ein Taufessen. Wir haben folglich Stammgäste und Direktbücher angeschrieben und werben über unsere eigenen Kanäle wie Website und Social Media. Auch lokale Radiostationen und Zeitungen haben bereits über uns berichtet.

Wie sind Sie auf lokalhelden.ch gestossen?

Unsere lokale Raiffeisenbank hat uns angeschrieben. Mein Bruder Peter hatte die Idee, meine Schwester Christine hat das Projekt innert zwei Tagen auf die Beine gestellt und ich helfe nun bei der Umsetzung.



#Projekt 2

Kleidergeschäft Molto Bene,
Balsthal

Benedikt Ritler, Inhaber

Zahlen Stand Mitte Mai



Finanzierungsstand
CHF 10'750

Ziel:
CHF 5'000

In welcher Situation befindet sich Ihr Unternehmen?

Die Krise hat die Textilbranche zum dümmsten Zeitpunkt erwischt. Im Frühling erreichen uns die neuen Kollektionen. Das heisst: viel Ware und viele Rechnungen, aber keine Kunden und keine Einnahmen.

Was versprechen Sie sich davon, bei lokalhelden.ch mitzumachen?

Die Liquidität zu erhalten und so das Überleben des Geschäfts zu sichern, ist sicher zentral. Über die Plattform verkaufen wir Gutscheine, die unsere Kunden zu einem späteren Zeitpunkt einlösen können. Das ist aber nur eine von mehreren Massnahmen. Wir haben auch einen COVID-19-Kredit und Kurzarbeit beantragt. Zudem versuchen wir, unsere Kunden über neue Absatzkanäle zu erreichen, und liefern ihnen das Hemd oder die Bluse auch nach Hause. So bleiben wir im Gespräch, und die Leute sehen, dass wir etwas tun und der Krise nicht tatenlos gegenüberstehen.

Wie vermarkten Sie Ihr Projekt?

Wir nutzten primär digitale Kanäle wie Facebook oder WhatsApp. Das hat sich als wirkungsvoll erwiesen: Die Informationen zu unserem Lokalhelden-Projekt wurden rege geteilt und haben so immer weitere Kreise gezogen.

Wie sind Sie auf lokalhelden.ch gestossen?

Eine Freundin, die bei der Raiffeisenbank im Nachbardorf arbeitet, hat mir davon erzählt. Ich finde es toll, dass es dieses Angebot nun auch für KMU gibt. Insbesondere gefällt mir, dass es bei lokalhelden.ch nicht um Spenden geht, sondern dass die Supporter eine Gegenleistung erhalten. Einfach so die hohle Hand zu machen, ist nämlich nicht meine Art.

#localsupport

#Projekt 3

Kafi Franz, St.Gallen

Denise Weber, Gründerin



Finanzierungsstand
CHF 22'459

Zahlen Stand Mitte Mai

Ziel:
CHF 25'000

In welcher Situation befindet sich Ihr Unternehmen?

Wir sind ein Kleinunternehmen und leben quasi von der Hand in den Mund. Wir haben zwar Kurzarbeit für unsere Mitarbeitenden angemeldet, aber Sozialversicherungen und laufende Kosten müssen wir trotzdem bezahlen. Dafür fehlen uns die Einnahmequellen.

Was versprechen Sie sich davon, bei lokalhelden.ch mitzumachen?

COVID-19-Kredite sind zwar gut und recht. Aber eigentlich habe ich nicht während der letzten sieben Jahre meinen bisherigen Kredit abbezahlt, um mich nun wieder zu verschulden. Dank lokalhelden.ch komme ich jetzt zu Liquidität – und kann dank dem Gutscheinvertausch auch damit rechnen, nach der Lockerung der Einschränkungen wieder Gäste im Kafi zu haben.

Wie vermarkten Sie Ihr Projekt?

Unser primärer Marketingkanal steht uns derzeit nicht zur Verfügung; der direkte Kontakt und die Plauderei mit unseren Gästen im Kafi. Wir streuen die Infos daher in erster Linie über unser direktes Umfeld – Freunde, Familie – und über digitale Kanäle wie unsere Website. Ich überlege mir auch, unseren digitalen Newsletter zu reaktivieren.

Wie sind Sie auf lokalhelden.ch gestossen?

Ich bin von Raiffeisen auf die Aktion aufmerksam gemacht worden. Und ich bin sehr froh, dass ich trotz anfänglicher Corona-Schockstarre nun mitmache. Zu sehen, wie viele Menschen uns unterstützen, macht so viel Mut und motiviert unheimlich. Lokalhelden.ch zahlt sich nicht nur auf dem Konto aus, sondern auch im Herzen.



#Projekt 4

Bluemelade bim Schloss,
Aesch, Oberwil und Basel

Michael Fleig, Inhaber



Finanzierungsstand
CHF 5'980

Zahlen Stand Mitte Mai

Ziel:
CHF 2'000

In welcher Situation befindet sich Ihr Unternehmen?

Uns hat nicht nur die Schliessung unserer drei Blumenläden getroffen. Bereits durch das Veranstaltungsverbot haben wir grosse, lukrative Aufträge für Hochzeiten oder Firmenanlässe verloren. Löhne und Mieten müssen wir aber trotzdem bezahlen. Wir versuchen, die Einnahmeausfälle mit kostenlosen Blumenlieferungen zu kompensieren. Das ist sehr gut angelaufen.

Was versprechen Sie sich davon, bei lokalhelden.ch mitzumachen?

Ich hatte keine grossen Erwartungen und war erst auch etwas skeptisch. Ich wollte nicht, dass wir als Bittsteller überkommen. Aber ich finde, wir bieten den Kundinnen und Kunden ja auch etwas: Wenn wir ihnen im gesamten Einzugsgebiet einen Gratislieferdienst bieten, wäre es eine schöne Geste, wenn sie uns im Gegenzug mit dem Kauf eines Gutscheins unterstützen würden. Damit fanden wir bislang grossen Anklang. Unser Finanzierungsziel haben wir bereits deutlich übertroffen.

Wie vermarkten Sie Ihr Projekt?

Ich selber habe es auf Facebook geteilt. Bei uns in Aesch ist es allerdings so, dass sich die Mitglieder des Gewerbe- und Industrievereins zusammengetan und insgesamt über 40 Projekte eingereicht haben. Es gibt eine eigene Website, überall im Dorf hängen Plakate, auch auf Social Media sind die beteiligten Unternehmen sehr aktiv. Das gibt uns natürlich enorm viel Schlagkraft.

Wie sind Sie auf lokalhelden.ch gestossen?

Ich bin vom Gewerbeverein angefragt worden – selber wäre ich wahrscheinlich nie auf die Idee gekommen.

So wird Ihr eigenes Lokalhelden-Projekt zum Erfolg

Um Ihr eigenes Angebot zum Fliegen zu bringen, müssen Ihre Kunden und potenziellen Unterstützer davon erfahren. Bauen Sie Ihre Kommunikation dazu in drei Schritten auf:

1.

Stammkunden und Umfeld informieren

Bei lokalhelden.ch geht es darum, Ihre bestehenden Kontakte zu aktivieren. Die Stammkundschaft und das persönliche Umfeld stehen dabei im Zentrum. Nutzen Sie Ihren Adressstamm und informieren Sie zum Beispiel mit einem gedruckten Serienbrief, einer Information über Whatsapp oder einem digitalen Newsletter über Ihre Gutscheine und Abonnemente. Auf der Lokalhelden-Website gibt es dazu vorgefertigte Textbausteine und Vorlagen, die Ihnen diesen Schritt erleichtern.

2.

Den Kreis erweitern

Um neben Stammkunden auch weitere Personen zu erreichen, braucht Ihr Projekt zusätzliche Werbung. Das erreichen Sie zum Beispiel mit einem Plakat im Schaufenster oder einem kleinen PR-Bericht in der Lokalzeitung. Die Lokalhelden-Website bietet auch hier Support und stellt entsprechende Vorlagen zur Verfügung. Wenn Sie geschäftlich oder privat Facebook nutzen, umso besser: Auf der Lokalhelden-Website können KMU ihre Projekte direkt auf Social Media mit all ihren Kontakten teilen.

3.

In Kontakt bleiben

Ihre Kunden wollen wissen, wie es um das Unternehmen und das #LocalSupport-Projekt steht. Informieren Sie Ihre Unterstützer regelmässig über Fortschritte. Eine fortlaufende Kommunikation erhöht die Chance, dass sich Ihr Angebot herumspricht und weitere Unterstützer hinzukommen. Lokalhelden.ch verfügt über eine Versandfunktion, mit der Sie die Fans Ihres Projekts direkt anschreiben können.

«Die Projekte auf lokalhelden.ch zeigen, wie kreativ die Branche ist. Hotels, Restaurants und weitere touristische Leistungsträger probieren hier alternative Geschäftsmodelle aus. Daraus können sich attraktive digitale Angebote und neue Vertriebskanäle entwickeln, die auch für die Zeit nach der Krise erfolgversprechend sind.»

Martin Nydegger,
Direktor Schweiz Tourismus



KMU schauen nach vorne

Trotz aller Schwierigkeiten: Schweizer KMU stellen sich dem Notstand mit Weitsicht und Kreativität. So sichern sie das Überleben und werden nicht nur krisenresistenter, sondern auch zukunftsfähiger.



Darko Bosnjak
Glace-Produzent Kalte Lust,
Olten

«Geld war schneller da als der Bescheid»

Es sollte der bisher beste Saisonbeginn für das Start-up werden: Die kritischen Gründerjahre waren eben geschafft, das Wetter machte schon im März Appetit auf traditionelles Gelato. Stattdessen fehlten erst Haselnüsse und Pistazien aus Italien, bald folgte der Lockdown. Doch das Unternehmen war vorbereitet. «Bereits im Januar hatten wir mit unserem Kundenberater die Möglichkeiten besprochen, Liquiditätsengpässe zu verhindern», sagt Co-Geschäftsführer Darko Bosnjak. So stockte die Firma den bestehenden Kredit auf, setzte bei der Anschaffung der neuen Abfüllanlage auf Leasing statt Kauf und beantragte schliesslich einen COVID-19-Kredit. Bosnjak: «Noch bevor wir sicher wussten, dass wir den Kredit erhalten, war das Geld auch schon auf dem Konto.»

«Massiv ins Online-Marketing investiert»

Als Thomas Zuberbühler alias «Zubi» seine Schuh- und Outdoorläden vorübergehend schliessen musste, ging die Arbeit erst richtig los: Innert Kürze verlegte «Zubi» seinen Vertrieb komplett auf den Online-Shop. «Zum Glück hatte ich mich vor drei Jahren auf Rat des Raiffeisen Unternehmerzentrums entschieden, in den Shop zu investieren», so Zuberbühler. Bis dahin sei dieser mehr schlecht als recht gelaufen. Ohne diesen digitalen Absatzkanal wären dem KMU im März auf einen Schlag 90 Prozent des Umsatzes weggebrochen. Dies konnte Zuberbühler auch durch massiv verstärktes Online-Marketing abschwächen: Unter «Zubi Live» zum Beispiel verbreitet der Unternehmer per Video Sportlektionen oder Tipps für richtiges Laufen und Wanderwege im Appenzellerland.



Thomas Zuberbühler
Zubischuhe.ch AG,
Herisau



Claudia Braun
Café Restaurant Bar Drahtseilbähnli,
St. Gallen

«Überwältigt vom lokalen Support»

«Wahnsinn!» Claudia Braun ist überwältigt vom Zuspruch, den sie auf der Crowdfunding-Plattform lokalhelden.ch erhalten hat. Innerhalb weniger Tage hat die Geschäftsführerin des Cafés Drahtseilbähnli ihr Finanzierungsziel von 20'000 Franken nicht nur erreicht, sondern übertroffen. Die Gutscheine für Brunch und Candle-Light-Dinner, die sie auf der Plattform anbot, waren innert kürzester Zeit ausverkauft. Zusätzlich sind viele Spenden eingegangen. «Das hat mich besonders berührt: Leute, die für ihre Unterstützung keine Gegenleistung wollen. Ich habe Gänsehaut, wenn ich daran denke.» Claudia Braun setzt in der Krise aber nicht nur auf lokalen Support, sondern auch auf Flexibilität und initiierte ein Take-away-Angebot.

Lösungen für Unternehmer

→ raiffeisen.ch/kmuunterstuetzung