

Die Erfolgsgeschichte von DireQt

- Interview mit
Pascal Meyer,
«Chef-Otter» von QoQa
- Vier Unternehmer
berichten



DIREQT, EINE PLATTFORM ZUR
UNTERSTÜTZUNG DER LOKALEN
WIRTSCHAFT, WAR EIN VOLLER
ERFOLG. PASCAL MEYER,
«CHEF-OTTER» VON QOQA, HATTE
AM ANFANG DER CORONA-KRISE
DIE IDEE FÜR DIESE PLATTFORM,
DIE IN DER PANDEMIE-HOCHPHASE
LANCIERT UND UNTERHALTEN
WURDE. RÜCKBLICK AUF EIN
GROSSARTIGES ABENTEUER,
AN DEM SICH DIE STIFTUNG
GROUPE MUTUEL MIT EINER MILLION
FRANKEN FÜR DIE UNTERSTÜTZUNG
VON KLEINUNTERNEHMEN
ENGAGIERT HAT.



«DireQt erzeugte eine Menge positiver Schwingungen»

Wie ist die Idee für DireQt entstanden?

Wir hatten am 12. März 2020 zu acht eine Online-Teamsitzung und fragten uns, was wir tun könnten, um Freunde mit Restaurants, Metzgereien und anderen Kleinunternehmen zu unterstützen. Wir wollten herausfinden, wie wir ihnen in dieser Zeit, in der die Menschen in den Supermärkten hamsterten und die Kleingewerbe eher übergingen, helfen konnten. So entstand ein Projekt ganz im QoQa-Stil, das Kleinunternehmern helfen sollte, über die Runden zu kommen. Das Ziel lautete: Unterstützung bieten, auch wenn wir damit das eine oder andere Produkt verdrängen oder mit anderen Händlern in Konkurrenz stehen. So haben wir innert weniger Stunden eine Online-Plattform entworfen, und für die Finanzierung eines 20%-Bonus habe ich zwei externe Partner kontaktiert: die Vaudoise und die Groupe Mutuel. Es war unglaublich! In nur wenigen Stunden waren die beiden Versicherungen so vom Projekt überzeugt, dass sie uns je eine Million Franken zur Verfügung stellten. Da bekomme ich noch immer Gänsehaut.

War die Umsetzung einfach?

Ja und nein. Nachdem die beiden Partner zugesagt hatten, mussten wir die Plattform umsetzen. Wir standen unter enormem Druck. Einfach war es, weil das Team von QoQa gern Herausforderungen meistert. Aber auch schwer, weil wir nur wenig Zeit hatten. Für die sieben Wochen, während derer die Plattform aufgeschaltet war, wurde alles rund um DireQt von 25 QoQa-Leuten gemanagt. Sie haben grossartige Arbeit geleistet. Manchmal sind wir an unsere Grenzen gestossen, aber alle waren sehr engagiert und extrem stolz, Teil des Abenteuers zu sein. Das Projekt hat intern eine Menge Menschen zusammengebracht. Das war genial.

Hat Sie der riesige Erfolg überrascht?

Die Zahlen sind beeindruckend: 9 Millionen Franken, 5200 Unternehmen, 34 000 Personen, die eingekauft haben. Wir hatten gehofft, ungefähr die Hälfte erreichen zu können! Viele Leute haben uns angerufen. Auch Gemeinden, insbesondere aus dem Vallée de Joux, haben angefragt, ob sie mitmachen können. DireQt erzeugte eine Menge positiver Schwingungen.

9

MILLIONEN FRANKEN FÜR DIE LOKALE
WIRTSCHAFT VOM 27. MÄRZ
BIS 11. MAI 2020

34 000

MENSCHEN, DIE AUF DIREQT.CH
GUTSCHEINE GEKAUFT ODER EINEN
BETRAG GESPENDET HABEN

5200

LOKALE UNTERNEHMEN UND HANDWERKER
AUS DER GANZEN SCHWEIZ

Warum wird DireQt beendet?

Das haben wir uns auch gefragt. Das Projekt stand von Anfang an unter einem guten Stern. Aber es endete am 9. Mai 2020, und am 11. Mai kehrte wieder eine gewisse Normalität ein – der Ablauf war perfekt. Hätten wir das Ganze planen wollen, wäre es niemals so gut gelaufen. Irgendwann muss man aufhören und in die Realität zurückkehren.

Haben Sie schon neue Ideen?

Ideen sind da, insbesondere was die Unterstützung von Kleinunternehmen im digitalen Bereich angeht. Manche haben eine ganz neue Welt kennengelernt. Wir haben als Team viele inspirierende Momente erlebt. Derzeit überlegen wir, was QoQa einführen könnte, damit Kleinunternehmen vom Online-Handel profitieren können, ohne dabei – wie dies bei einigen Plattformen der Fall ist – allzu hohe Margen zu berechnen.

Ist das ein Wendepunkt in der Schweiz?

Die Pandemie hat gewisse Veränderungen beschleunigt, insbesondere im digitalen Bereich. Viele Kinder haben es zum Beispiel geschafft, ihre Eltern vom Schritt ins digitale Zeitalter zu überzeugen. Es war verrückt. Viele haben sich das Ganze am Anfang nicht vorstellen können. Sie fragten uns, wo der Haken an der Sache sei. Ich erinnere mich an eine ungefähr 70-jährige Dame mit einem kleinen Unternehmen. Sie weinte am Telefon, als sie feststellte, dass tatsächlich Geld auf ihr Konto kam und wir 20% Bonus drauflegten. Das war sehr bewegend. Und ähnliche Geschichten gibt es viele.

Ist das steigende Interesse an regionalen Produkten, Selbstgemaakt und Handwerklichem eine dauerhafte Veränderung?

QoQa arbeitet an einer einfachen und interessanten digitalen Lösung für Kleinunternehmen. Das Ziel ist eine Plattform mit vernünftigen Margen. Unsere Stärke ist unsere Community von 700 000 Menschen, die zu allem bereit sind. Ich kann mir unzählige Möglichkeiten vorstellen, wie man die Kleinunternehmen mit einfachen Tools unterstützen kann, ohne sie über den Tisch zu ziehen.



L'ATELIER PINK POULET

Aubonne — www.pinkpoulet.ch

Laetitia Roth, 33 Jahre alt und ausgebildete Grafikerin, fing 2015 nach der Geburt ihrer zwei Kinder mit dem Nähen an. Nach sechs Monaten kreierte sie Pink Poulet, eine Marke für Kleider und Accessoires für Kinder zwischen 0 und 5 Jahren, und eine Website. Im Atelier in Aubonne (VD) wird in Handarbeit aus Bio- oder Oekotex-zertifizierten Materialien bequeme Kinderkleidung zum Mitwachsen hergestellt. Im Angebot sind Sarouel-Hosen für Babys, Kleider, Pullis, Latzhosen, Strampler und Accessoires. Die Kundinnen und Kunden können aus einer Vielzahl verschiedener Stoffe und Artikel auswählen.

Laetitia Roth: «Als das Coronavirus in der Schweiz ankam, sind die Aufträge sofort zurückgegangen. Alle Märkte, an denen Pink Poulet teilnehmen wollte, wurden abgesagt, und es war schwierig, Stoffe zu beschaffen.»

War die Plattform DireQt dann nützlich?

«Sie hat uns enorm geholfen. Als ich in den sozialen Netzwerken darüber berichtete, erlebten wir einen grossartigen Neustart, und die Bestellungen sind wieder eingegangen. So sind wir ohne allzu grosse Schwierigkeiten durch die Krise gekommen.»

JURA CRAFT BEER BLACK PIG COURROUX

Courroux — www.blackpig.ch

Im Jahr 2015 gründete Benjamin – oder einfach Ben – Bost, 42 Jahre alt, verheiratet und Vater von zwei Kindern, in einer Garage in Courroux (JU) die Brauerei BlackPig. Als ausgebildeter Elektroingenieur hat er sich, getrieben von seiner Leidenschaft für selbst gebräutes Bier und die Freude am Lachen, in das unternehmerische Abenteuer gestürzt. Kurz darauf schlossen sich ihm Christophe Schaer und Robert Reinhardt an. Unter ihrer Federführung entwickelt sich BlackPig schnell weiter und profitiert von der allgemeinen Begeisterung für regionale Produkte und ausgefallene, naturtrübe, sehr aromatische und würzige Biersorten.

Doch im Januar 2020 taucht das Coronavirus auf – gerade als sich BlackPig auf ein Jahr voller Neuerungen vorbereitete. Ben Bost: «Das hat uns ganz schön gebeutelt, da alles bereit war: die neue Produktreihe (mit einer Kapazität von 180 000 Litern pro Jahr), unser 300-Quadratmeter-Firmengelände mit Bar, Brasserie und Produktionsstätte. Die Auftragsbestände für die Veranstaltungen dieses Sommers sind in anderthalb Monaten praktisch vernichtet worden. Entsprechend hat uns das Konzept der Plattform DireQt unmittelbar angesprochen.»

«Die Plattform hat uns die Monate März und April gerettet.»



squadra violi.com



Basel — squadravioli.com

«Wir hatten Glück im Unglück.»

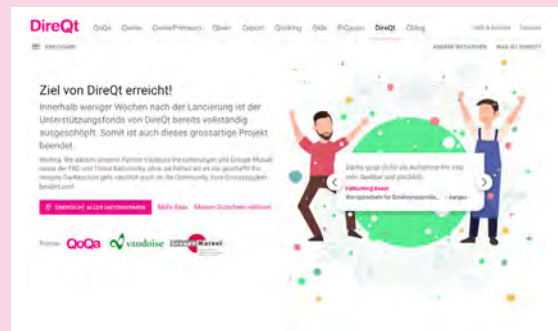
«Wir sind fünf Freunde, die im Gastro- und Eventbereich arbeiten. Die hausgemachten Ravioli sind unser Kerngeschäft. Als die Corona-Pandemie ausbrach, sollten wir gerade die Genehmigung zur Renovierung eines Restaurants erhalten. Der Lockdown hat unsere Projekte beträchtlich verlangsamt, und wir mussten die geplante Produktion für Veranstaltungen, die schliesslich abgesagt wurden, für Grosshändler und Pop-up-Restaurants auf Eis legen. Dann haben wir unsere Zielgruppe verändert und einen Online-Shop für Privatpersonen eingerichtet. Die direkte Hilfe von QoQa mit DireQt ist genau im richtigen Moment gekommen. Auch wenn die Zahl der Neukunden überschaubar bleibt, so ist es uns doch gelungen, unsere Ravioli auch über Basel hinaus bekannt zu machen. Wir hatten Glück im Unglück.»

QoQa

Was ist QoQa?

Seit fast 15 Jahren überrascht die Plattform QoQa.ch ihre «Community» von rund 700 000 Mitgliedern täglich mit unglaublichen Angeboten.

Ein Team von 120 «Ottern» ist allzeit bereit, die Community mit den besten Aktionen, Wohltätigkeitsangeboten und anderen aussergewöhnlichen Projekten zu überraschen – wie im Jahr 2017, als 25 000 Menschen gemeinsam ein Werk von Pablo Picasso gekauft haben, oder wie mit der Plattform DireQt, die zur Unterstützung der lokalen Wirtschaft zu Beginn der Corona-Krise lanciert wurde.



Wanner Cycles

Orbe

Orbe
www.wanner-cycles.ch

«Dank dieser Hilfe hielt sich der Schaden in Grenzen.»

Olivier Wanner ist 54 Jahre alt, verheiratet und Vater eines Kindes. 2006 hat er die Leitung der Firma Wanner Cycles in Orbe (VD) übernommen, die sich auf hochklassige Velos (Rennvelos, Mountainbikes, E-Bikes) spezialisiert hat. In dreizehn Wettkampffahren konnte der leidenschaftliche Velofahrer Erfolge auf der Strasse (Eliteklasse) und auf dem Mountainbike verzeichnen (z. B. Sieg beim Verbier-Grimentz-Rennen 1992). Heute arbeitet er mit einem Mechaniker, der auch Lehrlinge ausbildet, und einer Sekretärin in Teilzeitbeschäftigung. «Das E-Bike hat uns in die vernetzte Welt gebracht, in einer Zeit, in der die Konkurrenz des Web und der Online-Shops harsch ist»,

sagt Oliver Wanner. Bezüglich Coronavirus erklärt er: «Der Markt ist innerhalb von zwei Tagen eingebrochen. In dieser Zeit haben wir unsere Bestände verkauft, dann für zehn Tage das Geschäft geschlossen, und danach durften wir Notfallreparaturen im Laden durchführen.»

Und die Plattform DireQt.ch? «Sie hat innerhalb kürzester Zeit ein grosses Ausmass angenommen. Letztlich wurde ich von der Plattform genommen, da meine Kundinnen und Kunden zu viele Gutscheine kauften. Die Unterstützung hat mir sehr geholfen, den Schaden zu begrenzen. Am 11. Mai haben wir unseren Laden wieder geöffnet, und seitdem ist die Kundschaft in grosser Zahl zurückgekommen.»

COVID-19: SIND UNSERE RENTEN IN GEFAHR?

DIE SCHWEIZER GESETZGEBUNG GARANTIERT DIE SICHERHEIT DER ALTERSGUTHABEN BIS ZU 150 PROZENT DER BVG-MINDESTBEITRÄGE. DIES GEHT MIT STRENGEN VORSCHRIFTEN FÜR DIE SICHERHEIT DER GUTHABEN, DIE VON DEN PENSIONS-KASSEN VERWALTET WERDEN, EINHER. LETZTERE TRAGEN DIE VERANTWORTUNG FÜR DIE VORSORGE GELDER DER ANGESTELLTEN UND SELBSTSTÄNDIGERWERBENDEN, INSBESONDERE NACH COVID-19.

Nein, aber ... Eine Reform der zweiten Säule wird unausweichlich.

Die Diversifizierung von Investitionen, die eine zentrale Komponente des Anlagerisikomanagements darstellt, ist gesetzlich verankert. Vorübergehend wird ein Deckungsgrad von weniger als 100% toleriert, vorausgesetzt, es kann nachgewiesen werden, dass sich die Situation innerhalb eines angemessenen Zeitraums erholen wird.

Wie kann man sich vor einem ungenügenden Deckungsgrad schützen? Durch vorausschauendes Handeln. Konkret gilt es für die Pensionskassen, solide Reserven zu bilden, die den Anlagerisiken angemessen und ausreichend hoch sind, um einschneidende finanzielle Folgen abzufedern.

Bei ihren Anlagen achtet die Groupe Mutuel Vorsorge-GMP seit vielen Jahren auf eine gute Diversifizierung der gehaltenen Vermögenswerte, eine hohe Qualität der Unternehmen und der Schuldner sowie einen soliden Deckungsgrad der Verbindlichkeiten (Ende 2019: 115,2%). Dadurch ist sie in der Lage, den Rentnern einen gesicherten Ruhestand und ihren aktiven Versicherten attraktive Zinssätze zu bieten.

Bereits vor der Corona-Krise hat sich die GMP dazu entschieden, ihre Anlagetätigkeit neu auszurichten. Die nachhaltige Entwicklung, soziale Verantwortung und eine tadellose Unternehmensführung stehen im Zentrum von sogenannten ESG-Anlagen. Die Corona-Krise stärkt den Willen zu einer sozial verantwortlichen und nachhaltigen Anlagepolitik mit langfristigen Renditen. Ziel dabei ist es, die zukünftigen Renten der Versicherten zu garantieren.



Weshalb die zweite Säule reformiert werden muss

Wir erleben derzeit eine Querfinanzierung durch die aktiven Arbeitnehmer zugunsten der Rentner. Die erste Säule beruht auf dem Umlageverfahren (die Beiträge der aktiven Arbeitnehmer finanzieren die Renten in Echtzeit), die zweite Säule auf dem Kapitalisierungsprinzip (die Beiträge der Aktiven werden auf ihr eigenes Konto eingezahlt, um ihre eigene Rente zu finanzieren). Eine Vermischung der beiden Systeme bringt die zweite Säule aus dem Gleichgewicht und verursacht einen Transfer von Geldern von den Aktiven zu den Rentnern. Die Folge davon ist, dass diese Beträge den Aktiven zum Zeitpunkt der Pensionierung fehlen. Während einer beruflichen Laufbahn führt 1% Zusatzverzinsung zu 20% zusätzlichem Kapital bei der Pensionierung.

Der BVG-Umwandlungssatz schadet den jungen Versicherten.

Der BVG-Mindestumwandlungssatz von 6,8% erfordert einen jährlichen Transfer von den Aktiven zu den Rentnern. Alain Berset, Vorsteher des Eidgenössischen Departements des Inneren, geht von schätzungsweise sechs bis sieben Milliarden Franken im Jahr 2019 aus. Anders gesagt: Durch den Transfer wird den aktiven Versicherten ein Teil der jährlichen Verzinsung ihrer Sparguthaben entzogen.

Wie ist das möglich?

Ein Versicherter, der mit 65 Jahren und einem Altersguthaben von Fr. 100 000.– in den Ruhestand geht, erhält eine Leibrente von Fr. 6800.–. Auf Grundlage der Periodentafeln BVG 2015 und bei einem technischen Zinssatz von 1,75% wird unmittelbar eine Reserve von rund Fr. 130 000.– gebildet, um diese Rente lebenslang und bis zum Tod des Ehepartners auszahlen zu können. Dieser Unterschied von Fr. 30 000.–, der von der Pensionskasse finanziert wird, stellt den Transfer zwischen Aktiven und Rentnern dar, um den es hier geht.

Die zweite Säule muss deshalb dringend reformiert werden.



Seien Sie unser Gast am KMU SWISS Podium 2020

Besonders in Krisenzeiten ist die Kontaktpflege ein Erfolgsfaktor. Die Groupe Mutuel offeriert ihren Unternehmenskunden sowie KMU-SWISS-Vereinsmitgliedern die Teilnahme am KMU SWISS Podium 2020.

Kult? Oder Kultur? Wo liegen die Unterschiede und inwiefern gehen diese zwei Begriffe Hand in Hand? Warum ist die Unternehmenskultur heute so wichtig und wieso beeinflussen gewisse Faktoren den Kulturwandel in Grosskonzernen anders als in KMU? Diesen Fragen gehen namhafte Experten aus Unternehmen und Wirtschaft am 3. September 2020 am KMU SWISS Podium 2020 auf den Grund.

Kostenlos an das KMU SWISS Podium 2020

Nebst Spenden und Projekten zur Unterstützung von KMU offeriert die Groupe Mutuel ihren Unternehmenskunden sowie KMU-SWISS-Vereinsmitgliedern die Teilnahme am KMU SWISS Podium 2020. «Mit dieser Geste möchten wir ein Signal setzen, dass insbesondere in Krisenzeiten die Kontaktpflege sehr wichtig ist, um neu erworbenes Know-how zu teilen», sagt Stefano Schlatter, Leiter Relationship Management Deutschschweiz bei der Groupe Mutuel. Dank partnerschaftlicher Zusammenarbeit profitieren die Groupe-Mutuel-Unternehmenskunden seit Jahren von Wissenstransfer, Innovationen und Networking-Möglichkeiten an Veranstaltungen von KMU SWISS.

KMU SWISS Podium 2020, «Kult und Kultur»

Termin: Donnerstag, 3. September 2020, 13.15 bis 21.30 Uhr
Ort: CAMPUSSAAL Kultur + Kongresse, Bahnhofstrasse 6, 5210 Brugg Windisch

Programm-Highlights

Innovationsmanagement als Kulturwandel

Dr. Harald Brodbeck, Horváth & Partners, und Sabrina Ernst, Neosight AG

Konzern- versus KMU-Kultur

Thomas Matter, Matter Group AG

Exponentielle Denkweise gefordert!

Michael Böni, Boeni Industries

Podiumsdiskussion

Programmdetails und Anmeldung unter www.kmuswiss.ch/podium





1. Preis:

ein Schreibtisch-Fahrrad (Wert: Fr. 1090.-)



2. Preis:

ein höhenverstellbarer Stuhl (Wert: Fr. 480.-)



3. Preis:

ein Gutschein für FitOffice.ch (Wert: Fr. 200.-)

1. Frage: Wie heisst die Plattform, die von QoQa geschaffen wurde und von der Groupe Mutuel sowie Vaudoise Versicherungen unterstützt wird und Schweizer Kleinhändlern und Produzenten während der Corona-Krise zur Seite steht? _____

2. Frage: An welchem Datum findet das KMU SWISS Podium 2020 statt? _____

Firmenname _____

Adresse _____

Name und Vorname _____

PLZ, Ort _____

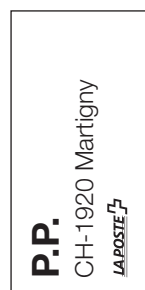
Funktion _____

E-Mail _____

Teilnahmebedingungen

Teilnahme bis 31. Oktober 2020 unter www.groupemutuel.ch/unternehmen, Rubrik «Kundendienst», oder per Post mit diesem Coupon in einem frankierten Couvert an folgende Adresse: Groupe Mutuel, Kommunikation, Rue des Cèdres 5, Postfach, 1919 Martigny.

Die Antworten finden Sie im Magazin Groupe Mutuel Pro. Es besteht kein Kaufzwang. Über den Wettbewerb wird keine Korrespondenz geführt. Die Gewinner/-innen werden schriftlich benachrichtigt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Die Preise werden nicht bar ausbezahlt und können nicht übertragen werden. Die Gewinner/-innen sind einverstanden, dass der Name ihres Unternehmens veröffentlicht wird. Mitarbeitende der Groupe Mutuel und von FitOffice sind von der Teilnahme ausgeschlossen.



Die Groupe Mutuel lanciert die Kampagne «GM Move Challenge»

zur Förderung der Bewegung am Arbeitsplatz. Interessiert?
Kontaktieren Sie uns unter corporatecare@groupemutuel.ch.

Gewinner des Wettbewerbs der letzten Ausgabe

- 1. Preis:** 30 ergonomische Kissen, 30 Antistress-Bälle, 30 Trinkflaschen: **ARCHOBAU AG, Chur (GR)**
- 2. Preis:** 20 ergonomische Kissen, 20 Antistress-Bälle, 20 Trinkflaschen: **Latitude Durable Sàrl, Genève (GE)**
- 3. Preis:** 10 ergonomische Kissen, 10 Antistress-Bälle, 10 Trinkflaschen: **Kieswerk Petinesca AG, Studen (BE)**



gedruckt in der
schweiz

Herausgeber
Redaktion
Konzept und Gestaltung
Erscheinungsweise
Internet
E-Mail
Fotos
Druck

Groupe Mutuel, Rue des Cèdres 5, Postfach, CH-1919 Martigny
Jean-Christophe Aeschlimann, Pascal Vuistiner, Serkan Isik
Jean Philippe Chevassu
halbjährlich auf Deutsch und Französisch
www.groupemutuel.ch/gmpro
gmpro@groupemutuel.ch
Thomas Masotti (Seiten: 1, 2), Getty Images (Seiten: 5, 6, 7).
Imprimerie Ronquoz Graphix – Gesamtauflage: 20 000 Exemplare

Groupe Mutuel Pro ist eine Publikation für bei der Groupe Mutuel versicherte Unternehmen.