

# EXPERTEN Antworten



Als kleiner Hersteller von Malereibedarf hat mein Unternehmen die Logistik bisher selbst übernommen. Doch wir haben immer wieder zeitliche Engpässe bei Lieferungen. Wann macht eine Auslagerung der Logistikprozesse Sinn?

Wort- als auch die Wortbildmarke angemeldet werden. Die Kosten für die Anmeldung einer Wort- oder Wortbildmarke mit zehnjährigem Markenschutz betragen je 550 Franken, letzterer kann beliebig verlängert werden. Möchten Sie Ihre Produkte auch im Ausland verkaufen, sollten Sie Ihre Marke zudem in diesen Ländern anmelden.

Vor einer Eintragung sollten Sie übrigens sicherstellen, dass Sie keine andere Marke verleiten, denn dies wird bei der Anmeldung nicht geprüft. Sicherheit erhalten Sie durch eine professionelle Recherche beim Institut für Geistiges Eigentum (IGE) oder einem anderen Anbieter oder im Internet.

Ganz grundsätzlich ist zu beachten, dass Ihre Marke das Produkt nicht direkt beschreiben darf (etwa «Zimtstern» für Weihnachtsguertli). Sonst wird sie nicht ins Register des IGE eingetragen. «Zimtstern» für Winterbekleidung hingegen ist zulässig. Weitere Informationen erhalten Sie auf der KMU-Homepage des IGE (<https://kmu.ige.ch>) oder bei einem spezialisierten Markenanwalt.

**Das Eigenkapital meines Unternehmens im Bereich Sicherheitstechnik beträgt rund 15 Prozent. Meines Wissens ist das etwas wenig. Welche Möglichkeiten gibt es, die finanzielle Basis meines Unternehmens dennoch gut zu sichern?**

**E**s gibt keine allgemeingültige Grenze dafür, wie viel Eigenkapital ein Unternehmen benötigt. Neben der Branche spielen auch Höhe und Stabilität der Erträge eine Rolle. Trotzdem: 15 Prozent sind knapp. Die tiefe Eigenkapitalbasis schränkt Ihre unternehmerische Flexibilität ein. Das Potenzial für weitere Kredite – etwa für eine Investition – dürfte ausgeschöpft sein. Negative Geschäftsergebnisse könnten existenzbedrohend werden.

Der naheliegendste Weg zur Stärkung Ihrer finanziellen Basis ist eine Kapitalerhöhung. Möglicherweise können Sie private Mittel in die Firma einbringen oder weitere Investoren finden. So kämen Sie auch zu zusätzlichem Know-how oder könnten Schlüsselmitarbeiter als Mit-eigentümer gewinnen.

Falls Sie keine Mitspracherechte von Dritten wünschen, können Sie „mezzanine“ Finanzierungsformen prüfen: Darlehen, die als wirtschaftliches Eigenkapital gelten, etwa weil sich der Darlehensgeber mit einem „Rangrücktritt“ hinter die anderen Fremdkapitalgeber stellt. Für das höhere Risiko erwartet er aber auch eine entsprechende Rendite, seien es höhere Zinsen oder eine Gewinnbeteiligung.

Schliesslich bleiben innerbetriebliche Möglichkeiten. Eine davon ist die Selbstfinanzierung: Künftige Gewinne werden nicht ausgeschüttet, sondern als Reserve im Unternehmen behalten, was länger gehen kann. Überdies lässt sich die Kapitalbasis oft auch mit kleineren operativen Verbesserungen wie mit kürzeren Zahlungsfristen oder einem professionelleren Lagermanagement stärken.



Ich möchte den Namen meines Produktes entweder als Wortmarke oder als Wortbildmarke schützen lassen. Wo liegen die Unterschiede?

Wichtig für diesen Entscheid ist, wie die Marke Ihres Produktes verwendet wird: Kann sie in unterschiedlichen grafischen Gestaltungen benutzt werden, ist eine Anmeldung als Wortmarke sinnvoll. Da Wortelement aber immer in einer bestimmten Gestaltung verwendet werden, also beispielsweise mit einem klar definierten Schriftzug, genügt die Wortbildmarke. In diesem Fall muss sie aber bei einem neuen Corporate Design neu eingetragen werden. Den grössten Schutz erhält man, wenn sowohl die

SCHREIBEN SIE UNS  
ein E-Mail an [buez@ringier.ch](mailto:buez@ringier.ch)



**Hansueli Stamm**  
Leiter Stabstelle  
Ökonomie,  
 Eidgenössisches  
Institut für  
Geistiges  
Eigentum, Bern

Ganz grundsätzlich ist zu beachten, dass Ihre Marke das Produkt nicht direkt beschreiben darf (etwa «Zimtstern» für Weihnachtsguertli). Sonst wird sie nicht ins Register des IGE eingetragen.

«Zimtstern» für Winterbekleidung

hingegen ist zulässig. Weitere Informationen erhalten Sie auf der KMU-Homepage des IGE (<https://kmu.ige.ch>) oder bei einem spezialisierten Markenanwalt.

**Bestens vernetzt und digital aufgerüstet: Auch dank dem Swisscom Business Booster vom vergangenen Herbst sind die süßen Schleckereien der Confiserie Züger in Murten in aller Munde.**

## 10 **Blick** Büez

### Online-Marketing

# Digital in Hochform

**Bestens vernetzt und digital aufgerüstet: Auch dank dem Swisscom Business Booster vom vergangenen Herbst sind die süßen Schleckereien der Confiserie Züger in Murten in aller Munde.**

Text Meret Boxler Fotos Ben Zurbriggen



**D**enk Patron Philipp Züger an den Herbst 2013, kommt es ihm vor wie aus einer anderen Zeit: «Internetzugang hatten wir nur im Büro, und mit unserer Steinzeitleitung war Surfen eine furchtbare Mühseligkeit. Und unsere Kassen! Alles alte Möbel mit Papierrollen und Schreibmaschinentastatur.»

Tempo passat. **Mit blitzschneller Internetverbindung, optimiertem Webauftakt, erleichterter Teamkommunikation mit freiem Datenzugriff von jedem Smartphone oder Computer aus, Twitter-Account und profässigem Facebook-Auftritt** wurde der Erfolgsconfiseur und

sein 20-köpfiges Team aus dem digitalen Tiefschlaf geweckt. Jetzt passieren plötzlich wundersame Dinge. Züger: «Als ich auf Facebook für ein Pâtisserie-Foto ein Kompliment aus Argen-

**Der Chlapf war nötig, wir hätten fast die digitale Zukunft verschlafen.»**

Philippe Züger

tinien bekam, fiel mir fast der Kiefer herunter.»

Wenn schon ein Foto seiner süßen Verführungen am anderen Ende der Welt Bewunder-

ung auslöst, glaubt man gern, wie meisterhaft der Murterer Zuckerbäcker sein Handwerk versteht. 1962 von seinem Vater gegründet und seit 25 Jahren in Philipp Zügers Händen, gehört die Confiserie Tea-Room Züger heute zur «Chaîne Confiseur», dem auserwählten Kreis der zehn Konditormeister mit den höchsten Qualitätsstandards.

Als die Gruppe im Blick von seiner überraschenden Aufrüstung und dem tollen Werbefilm erfuhr, konnte er sich kaum retten vor lauter Komplimenten und Fragen: «Sie wollten alles haargenau wissen und merkten plötzlich, dass sie selber einen Nachholbedarf haben.» Er ver-

teilnehmen. In der Folge wählt eine hochkarätige Jury fünf Finalisten aus. Dann packen Sie die Chance und bewerben Sie sich auf [www.swisscom.ch/booster](http://www.swisscom.ch/booster) bis 14. September. KMU aus der Schweiz dürfen daran

dem KMU-Chef bei Swisscom, Roger Wüthrich-Hasenböhler, dem Leiter des Instituts für Unternehmensentwicklung an der Berner Fachhochschule, Prof. Dr. Kim Oliver Tokarski, und René Lüchinger, Chefredaktor BLICK, zusammen. Der von diesem Gremium ausgewählte Sieger wird dann vom «Swisscom Business Booster»-Team beraten und gebostet.

Unterstützt wird die Aktion von BLICK, wir begleiten die Ausschreibung redaktionell, indem wir über KMU berichten und Betriebe vorstellen.

**Interessierte KMU können sich bis zum 14. September 2014 unter folgender Adresse bewerben:** [www.swisscom.ch/booster](http://www.swisscom.ch/booster)

steht, warum es vielen KMU so geht: «Man ist von früh bis spät damit beschäftigt, dass der Betrieb läuft und mag schon mit der Administration kaum nach. Und in der Regel kann man sich nicht leisten, extra einen Mitarbeiter dafür einzustellen, da bleiben Themen wie E-Marketing und digitale Vernetzung häufig liegen.» Aber schon kleine Anpassungen können sich entscheidend lohnen. Züger betont: «Es geht nur darum, den ersten Schritt zu wagen. Das ist wichtiger, als wenn man sich gleich die Rolls-Royce-Variante zum Ziel setzt.» Züger ist dankbar, dass er durch Zufall für die grosse Booster-Aktion ausgewählt wurde: «Der Chlapf war nötig! Wir hätten fast die Zukunft verschlafen.» Im letzten Herbst kam stattdessen alles aufs Mal, und direkt nach jener abenteuerlichen Woche ging bei den Zügern der Umbau der Confiserie los, ihr bisher grösstes Abenteuer.

Mit dem neuen Laden ist ihm Grosses gelungen. Mitten in der



**Philip Züger ist bekannt als Meister seines Faches und kreativer Kopf: Er zeigt seine «Wünschli», die wohl raffinierteste Art der Kommunikation.**

nostalgischen Kulisse von Murten ist ein Stück Himmel auf Erden entstanden. Wer sich in die Wunderwelt der Züger Confiserie begibt, wird geradezu angezogen vom zauberhaften Ambiente des liebevoll gestalteten Raums. Da senken sich hochgezogene Schultern, gespannte Gesichter entspannen sich, und Augen beginnen zu funkeln. Ist es die reizende Deko? Ist es der Duft, dieses Bouquet aus tausend Verführungen, der einem in die Nase steigt? Der glückselige Ausdruck in den Gesichtern der Kunden ist der Motor für Züger und sein Team: «Man merkt, dass sich die Leute wohl fühlen bei uns. Was wollen wir mehr?» Ein Biss in eine seiner extravaganten Kreationen gefällig? Das Modell «Tussi» gibt es an

**Jetzt habe ich einen digitalen Rolls-Royce, der noch viel mehr Möglichkeiten bietet.»**

Philip Züger

Ostern mit Sicherheit nur bei den Zügern, die Häsin mit vanilleblonden Marzipanhaaren, roten Lippen und Nägeln und dem rosaroten Marzipanhäntäschli war ein absoluter Renner. **Und seit dem Booster-Werbefilm sind seine «Wünschli» schweizweit berühmt, 25000 hat er seither verkauft.** Die kleinen Mandteigküchlein mit dem Zuckerguss sind eine raffinierte Idee: Jedes sieht anders aus, schmeckt anders und trägt ein Zeichen auf der farbigen Glasur. Kunden können ihre Wunschknoten also selber zusammenstellen. Gibt es eine süssere Möglichkeit, Geburtstagswünsche, ein Dankeschön oder Neujahrsgrüsse zu überbringen?

Das Herzstück des Ladens steht für Philipp Züger jedoch hinter der Theke: «Unsere neuen Kassen sind hochkarätige Computer. Ein Tippen auf den Bildschirm reicht, und wir wissen, wie gut oder schlecht sich ein Produkt zu einem bestimmten Zeitpunkt verkauft: So können wir noch besser auf die Kundenwünsche eingehen und das Angebot laufend anpassen.» Aber auch Rezepte, Allergiker-Informationen, exakte Inhaltsangaben unserer Produkte – alles da!

**Schöne neue Welt. Er schlossen durch eine simple Internetleitung.** Der digitalen Welt, die dem Züger-Team nun zu Füssen liegt, will sich der Patron nach der ganzen Hektik mit dem Umbau, nach den Festtagen und Ferien jetzt wieder mehr annehmen. «Schliesslich habe ich ja die Rolls-Royce-Variante bekommen, da sind noch längst nicht alle Möglichkeiten ausgeschöpft.» Was Züger vorschreibt, sind beispielsweise Tablets, mit denen die Kunden beim Warten sein gesamtes Sortiment durchblättern können, allein 50 Pralinésorten bekäme man da zu sehen! Was ihm ebenfalls durch den Kopf geistert, ist die Idee mit dem grossen Flachbildschirm im Laden: «Da könnten wir den Kunden den Booster-Werbefilm zeigen, auf den wir so stolz sind. Der Swisscom ist also wirklich ein Meisterwerk gelungen.» Entspannt sagt er das, in dem festen Wissen, dass die Geschäfte gerade wunderbar laufen. Wer dem Zauber seines Ladens einmal erliegt, wird garantiert wiederkommen. ■

**600**  
So viel Produkte umfasst das Sortiment der Confiserie Tea-Room Züger, von einzägigen Pralinés über Niederkuchen bis zu frischen Birchermüesli und köstlichen Sandwiches.

**2000**  
So viel Laufkunden strömen an einem Sonntag in die Wunderwelt der Züger Confiserie: Da werden allein 120 Niederkuchen verkauft, und im Tea-Room sind freie Tische hochbegehr.

**650**  
So viel Facebook-Fans hat die Meisterconfiserie aus Murten schon. Posten sie ein Foto einer neuen Kreation, kommen bis zu 400 Likes zusammen, Komplimente natürlich sowieso!