

# Gewerbe in Zeiten der Digitalisierung

**BELP** • Vom Dienstleister in der Werbebranche bis zum Optikergeschäft betrifft die Digitalisierung so gut wie alle Branchen, da die potenzielle Kundschaft sich online informiert und teilweise auch einkauft. Was bedeutet das konkret für Firmen?

Während Werbekampagnen früher mehrheitlich in Printmedien veröffentlicht wurden, verlagert sich in der Gegenwart vieles auf online. Alain de Roche ist Digital Marketing Manager bei Adveritas. Er stellt fest: «Es findet eine Verschiebung statt: Von analoger Werbung immer mehr in Richtung digitale Werbung.» Deshalb wurde in den letzten vier Jahren bei Adveritas auch die Digitalabteilung ausgebaut, sie besteht mittlerweile aus drei Digital-Spezialisten für Online-Werbung.

Die Verschiebung analog-digital bleibt auch in der Welt der KMU nicht unbemerkt: Sandra Krebs vom Optiker-Geschäft Roder Optik AG in Belp berichtet: «Die eine oder andere Sache ist heutzutage einfach Pflicht, wenn man gesehen und gefunden werden will. Wir haben etwa sehr viel Zeit in unsere neue Homepage investiert: Sie ist die Visitenkarte unseres Unternehmens.» Die neue Webseite trägt bereits Früchte: Viele Kundinnen und Kunden würden ihnen ein Lob für die Homepage aussprechen. «Über die Homepage findet neue Kundschaft den Weg zu uns. Es ist sehr schön für uns, wenn jemand beispielsweise auch aus Thun, wo es mehr als genug Optikerläden gibt, den Weg auf sich nimmt, um uns zu besuchen. Die Leute entscheiden sich für uns, weil sie die Webseite ansprechend finden.» Auch Alain de Roche pflichtet bei: «Eine Homepage ist ein digitales Schaufenster. Wenn das Schaufenster nicht aufgeräumt ist, kommen keine Kunden vorbei.»

## Soziale Netzwerke können Chance sein

De Roche meint: «Potenzielle Kundinnen und Kunden lassen sich heute online inspirieren. Wenn ein Unternehmen nicht sichtbar ist, macht ein Mitbewerber das Rennen.» Das betreffe die Inhalte auf der Firmenwebseite, aber auch die Präsenz in den sozialen Medien wie Facebook und Instagram. Doch nicht alle Unternehmen können die Zeit in die Arbeit stecken, die damit verbunden ist. «Auch wir kommunizieren mithilfe von Facebook und Instagram nach aussen», so Sandra Krebs. «Dieser Aufwand läuft bei uns nebenbei. Wenn wir etwas posten, dann meist in unserer Freizeit.» Die Kanäle regelmässig zu betreiben, brauche viel Zeit, die sie im Arbeitsalltag oft nicht hätten. «Neben Notfällen, regulären Terminen, Messungen und Beratungen geht es darum, Schlupflöcher im Alltag zu finden, wo wir uns Social Media widmen können.»



Alain de Roche arbeitet bei Adveritas als Digital Marketing Manager. Eine Stelle, die dank der zunehmenden Digitalisierung geschaffen wurde. Simon Grünig

De Roche bestätigt: «Für mich als Werbetreibenden ist Social Media eine riesige Chance. Wenn ich sie nicht nutze, verpasse ich den Zug.» Die gesammelten Nutzerdaten würden eine fast perfekte Analyse potenzieller Kunden ermöglichen, noch bevor ein persönlicher Erstkontakt stattgefunden habe. Daten über die geografische Lage des Kunden, das Online-Verhalten, persönliche Interessen, Hobbies und das Geschlecht seien nur einige Beispiele, wie man sich ein erstes Bild verschaffen und dementsprechend strategisch anpassen könne. «Man gewinnt Erkenntnisse über Kunden und entdeckt auch schneller Optimierungspotenzial einer Kampagne», so de Roche. Die Analyse-Möglichkeiten seien eine praktische Hilfe um zu sehen, wie eine aktuelle Kampagne laufe: «Man kann eine Digital-Kampagne anpassen und optimieren. Das ist ein grosser Vorteil gegenüber analoger Werbung, dort gilt: Gedruckt ist gedruckt.»

## Schritt für Schritt

Nebst der Öffentlichkeitsarbeit stelle man bei der Roder Optik AG auch

im konkreten Arbeitsalltag schrittweise auf Digital um. Dabei unterscheide man klar, was sinnvoll sei, was für Firma wie für Kundschaft eine Erleichterung darstelle und was unersetzbar bleibe. «Beim Kauf einer neuen Brille muss die Kundin, der Kunde ins Geschäft kommen und es braucht den persönlichen Kontakt», so Sandra Krebs. Von der Beratung über das Ausmessen und Einstellen der Brillengläser: Beim Thema Brillenkauf kommen einige Faktoren zusammen. Man müsse ein Gefühl für die Brille bekommen, feststellen, wie sich die züg Materialien, aus denen Brillen mittlerweile geschaffen werden, in der Hand und auf der Nase anfühlten. «Das kann man digital nicht ersetzen.»

Was bei der Roder Optik AG digitalisiert wurde, ist das Kassensystem und die Kundenerfassung. Ein Teil des Termin-Buchungssystems soll künftig ebenfalls digitalisiert werden; hierzu sei eine Online-Buchungsagenda im Aufbau. Während die Digitalisierung dieser Bereiche zwar Entlastung bringe, habe sie auch schon zu Problemen geführt: «Bei Stromausfall funktioniert nichts.»

Als Florian und Sandra Krebs die Geschäftsleitung übernahmen, seien sie sich des Potenzials der Digitalisierung von Anfang an bewusst gewesen. Doch beiden ist es wichtig, wenn, dann langsam und mit viel Fingerspitzengefühl umzustellen. Nach einer Neuerung brauche es immer Zeit, bis sich alles eingespielt habe. Und es brauche interne Schulungen. Weiter kämen im Team auch unterschiedliche Generationen zusammen: Während jüngere Mitarbeitende schneller vertraut mit digitalen Änderungen seien oder diese manchmal sogar selbst vorschlagen würden, bräuchten ältere Teammitglieder verständlicherweise oft etwas länger. «Es müssen alle abgeholt werden. Je grösser und diverser das Team, desto wichtiger die Kommunikation.»

Miriam Schwarz

Alain de Roche, Digital Marketing Manager, Adveritas, Belp  
www.adveritas.ch

Sandra und Florian Krebs  
BSc Optometrist FH, Roder Optik AG, Belp  
www.roderoptik.ch

## Kein Fehlverhalten

**MÜNSIGEN** • Der Verwaltungsrat des Psychiatriezentrums Münsingen hat im Februar externe Experten damit beauftragt, die Vorwürfe um drei ehemalige Mitarbeiterinnen aus dem Kreis der Kirschblüten-Gemeinschaft abzuklären. Das Ergebnis: Die Experten konnten kein Fehlverhalten feststellen. pd



**SPIEZ** • Der Gemeinderat ernannt Martin Scherz per 1. Januar 2023 zum neuen Kommandanten der Feuerwehr Spiez mit gleichzeitiger Beförderung zum Major.

## Neuer Feuerwehrkommandant

Der bisherige Feuerwehrkommandant Peter Abplanalp hat seine Demission auf Ende dieses Jahres eingereicht. Martin Scherz ist bereits bei der Abteilung Sicherheit angestellt und seit Januar 2019 Fournier und Sekretär, zudem ist er seit Januar dieses Jahres Chef Ausbildung der Feuerwehr Spiez. Ab Januar 2023 wird Mar-

tin Scherz innerhalb der Abteilung Sicherheit den Bereich Feuerwehr leiten. Als Einsatzleiter verfügt er über praktische Feuerwehr- und Führungserfahrung. Im Auftrag der Gebäudeversicherung des Kantons Bern übt er diese nebenamtliche Tätigkeit als Feuerwehrinstruktor im Kanton Bern aus. pd/slb

## Gotthelfverein

**KONOLFINGEN** • Der Gotthelfverein Konolfingen konnte Ende Juni seine Hauptversammlung durchführen. Sie fand in Linden im Generationenhaus Papillon statt. Zu Beginn stellte das Leiterehepaar das Generationenhaus vor. Gemäss den Traktanden beriet die Versammlung über die Rechnung für das Jahr 2021 und genehmigte sie. Dank regelmässiger Spenden konnte in der Rechnung eine Reserve für das nächste Jahr ausgewiesen werden. Der Jahresbericht des Präsidenten nahm Bezug auf das letztjährige Coronajahr. Es gingen weniger Gesuche um Unterstützung ein. Für die bewilligten Gesuche wurden Beträge an ausserordentliche Ausgaben von Familien in der Region getätigt. Es wurden auch regelmässige Patenschaften an Kinder gesprochen. Der Gotthelfverein unterstützt auf Gesuch Kinder und Jugendliche aus der Region Konolfingen.

## Neuer Direktor

**DELTAPARK** • Das Deltapark Vitalresort in Gwatt am Thunersee hat einen neuen Direktor. Ab Mai 2022 hat Kevin Furrer von seinem Vorgänger Mirco Plozza die Rolle des Gastgebers übernommen. Furrer war seit 2005 in verschiedenen Führungsfunktionen für Swisshotel in Thailand, Japan, Deutschland und der Schweiz tätig. Seine letzte Station war das Swisshotel Zürich mit rund 350 Zimmern und über 150 Mitarbeitenden. Für den gebürtigen Berner ist das Engagement im Deltapark nach seinen internationalen Stationen eine Rückkehr zu seinen Wurzeln. «Ich freue mich sehr, mit meiner Familie hier am Thunersee ein neues Zuhause und mit diesem gut geführten Haus meine neue Wirkungsstätte gefunden zu haben», sagt Kevin Furrer.

## Zahlen leicht erholt

**RBS** • Die Coronapandemie hatte auch 2021 grosse Auswirkungen auf den Regionalverkehr Bern–Solothurn (RBS), trotzdem konnte an der Generalversammlung auch Positives berichtet werden: Im Vergleich zum Jahr 2020 haben sich die Fahrgastzahlen leicht erholt, der erwirtschaftete Verlust konnte erneut mit vorhandenen Reserven gedeckt werden und der RBS war 2021 zum zweiten Mal in Folge die pünktlichste Bahn der Schweiz. RBS-Direktor Fabian Schmid erläuterte die Geschäftszahlen des vergangenen Jahres: 2021 hat der RBS rund 18,6 Millionen Reisende gezählt; knapp 13 Millionen waren mit dem Zug, 5,6 Millionen mit dem Bus unterwegs. Damit waren 2021 noch immer rund 30 Prozent weniger Fahrgäste mit dem RBS unterwegs als 2019, aber bereits rund 400 000 Reisende mehr als 2020.

++ ENTDECKT ++ ENTDECKT ++ ENTDECKT ++ ENTDECKT ++ ENTDECKT ++ ENTDECKT ++ ENTDECKT ++

## «Drybags» aus recyceltem Pet fürs Böötle und den Aareschwamm



Der Wiliwili-Tree ist eine auf Hawaii endemische Baumart aus der Gattung der Korallenbäume innerhalb der Unterfamilie der Schmetterlingsblütler. Die Art zeichnet sich durch eine einzigartige, knorrige Gestalt aus und kann auf den beinahe unbewachsenen und sehr trockenen Lavafeldern überleben. Der Wiliwili Tre droht zu verschwinden, da er durch den Mesquite-Baum verdrängt wird. «Wili Wili» ist aber auch ein Name für ein Produkt, welches

die «Changemaker» ebenfalls herstellen: Beide Firmen achten auf umweltfreundliche Herstellungsbedingungen.

Nun gibt es neue «Dry Bags» aus recyceltem PET. Unter anderem einen für die Schwimmer mit der Aufschrift «Aareschwamm» und einen für Böötle (Bild). Ganz nach dem Motto: «Es ist Sommer, ein lauer Wind streift durchs Land: Zeit fürs kühle Nass!» Der Dry Bag mit 20 Litern Volumen schützt das Hab und Gut vor dem

kalten Nass. Das Material ist zu 100 Prozent wasserdicht und begleitet Schwimmerinnen und Böötle, indem er neben ihnen auf dem Wasser oder im Boot dümpelt. Bis dorthin kann er mit zwei Tragegurten wie ein Rucksack getragen werden. Natürlich sind auch alle anderen Produkte für Abenteuerinnen, Surfer, Paddlerinnen, Vanlifer, Velofahrende, Festivalgänger oder Strandspazierer hergestellt worden: Die meisten Produkte für einen Tag am Wasser werden

aus PVC oder anderen Kunststoffen hergestellt. Aus diesem Grund hat sich das Team von Swiss Wood Maps zwei Jahre lang auf die Suche nach einer nachhaltigen Alternative gemacht. Es ging darum, möglichst mit wiederverwendbaren Materialien arbeiten zu können. Fündig wurden sie bei einem Produzenten, der den «Stoff» – eben – aus recycelten PET-Flaschen herstellt. slb

www.changemaker.ch