

Editorial



Toni Lenz

Wussten Sie, dass

Benötigen Sie einen Snack, ein neues Handy, einen Duschschlauch oder Tierfutter?

Benötigen Sie ein Occasionsfahrzeug oder wollen Sie an einer der 42 Tankstellen ihr Fahrzeug rund um die Uhr betanken?

Wollen Sie via E-Shop Büromöbel, Visitenkarten, Stempel, Plattenspieler, Kameras, ein Entspannungskissen samt Rucksack und Velohelm oder ein Knöpflesieb mit Eierköpfer und getrocknetem Chili bestellen?

Dies alles und vieles mehr erhalten Sie bei der Schweizerischen Post.

Wollen Sie im Anzeiger der Region Bern, im Giornale del Popolo, im Feuille des avis officiels du canton de Vaud, in der Kreuzlinger Zeitung oder im Sarganserländer eine Werbung platzieren?

Suchen Sie eine moderne Arbeitsplatzlösung wie beispielsweise Software- oder Hardware-Services oder Lösungen für die Dokumentenverwaltung?

Dies alles und vieles mehr erhalten Sie bei der Swisscom bzw. bei deren Tochterfirmen.

Wollen Sie zu Aktionspreisen einen Einbaubackofen samt Einbaukühlschrank, Staubsauger und Waschmaschine/Tumbler?

Sind Sie eher an einem Weinschrank, einer Kaffeemaschine oder einem Mixer interessiert?

Dies alles und vieles mehr erhalten Sie beim Freiburger Stromunternehmen «Groupe e».

Diese Werbung ist bei weitem noch nicht komplett. Firmen der öffentlichen Hand betätigen sich zunehmend als Gemischtwarenhändler. Natürlich wird von diesen Unternehmungen immer wieder betont, dass die neuen Geschäftsfelder nie und nimmer quersubventioniert werden.

Finanziell mag diese Aussage stimmen. Bei den Synergienmöglichkeiten darf dies jedoch bezweifelt werden. Es ist kaum vorstellbar, dass die Schweizerische Post ihre Schalterhallen zu marktüblichen Preisen an den Gemischtwarenläden vermietet. Auch die Abgrenzung der Personalkosten wird – wenn überhaupt – recht schwierig.

Ob die Swisscom oder die «Groupe e» sich selber vorhandenes Adressmaterial zu marktüblichen Preisen abkauft und die IT-Nutzung genau abgrenzt, darf mindestens in Frage gestellt werden.

Zunehmend tummeln sich auch staatlich dominierte Unternehmungen aus dem Kanton Bern im bisher von Privatfirmen dominierten Umfeld. So bietet die Gebäudeversicherung GVB seit 2010 neben der obligaten Gebäudeversicherung auch Zusatzversicherungen an.

Die BKW betätigt sich – mit den in rascher Folge übernommenen Firmen – zunehmend in den Bereichen Haustechnik, Sanitär und Wärme inkl. Planung. Es stellen sich die gleichen Fragen. Berner KMU startet aus diesem Grund zusammen mit anderen Wirtschafts- und Berufsverbänden im Frühling eine breite Informationskampagne.

Schauen Sie bitte bei Ihrer Bestellung oder Ihrer Auftragsvergabe genau hin.

«Gwärbler» bestellen nämlich beim «Gwärbler»!

... dem so ist ?

«Berner KMU Aktuell» Nr. 1/2 2017
 Auflage: 16 113 Exemplare (notariell beglaubigt)
 Erscheint zwölfmal jährlich
 ISSN 2296-8318

Redaktion
 Nina Zosso, Berner KMU, Technikumstrasse 14,
 Postfach 1314, 3401 Burgdorf
 Tel. 034 420 65 65, Fax 034 423 07 32
 nina.zosso@bernerkmu.ch

Werbung/Inseratverwaltung
 Elsbeth Graber, Rub Media AG,
 Seftigenstrasse 310, Postfach, 3001 Bern
 Tel. 031 380 13 23, Fax 031 380 14 89
 elsbeth.graber@rubmedia.ch

Druck und Spedition
 Rub Media AG, Zeitschriftenverlag,
 Seftigenstrasse 310, Postfach, 3001 Bern
 Tel. 031 380 14 80, Fax 031 380 14 89
 zeitschriftenverlag@rubmedia.ch

Administration/Adressmutationen
 Berner KMU, Technikumstrasse 14,
 Postfach 1314, 3401 Burgdorf
 Tel. 034 420 65 65, Fax 034 423 07 32
 info@bernerkmu.ch

Berner KMU startet Kampagne für gleich lange Spiesse!

Berner KMU bereitet eine breite Sensibilisierungs- und Informationskampagne vor. Im Visier sind die oft ungleich langen Spiesse im Wettbewerb zwischen Unternehmen der öffentlichen Hand und des Gewerbes.

Immer mehr Unternehmen, welche ganz oder teilweise im Besitz der öffentlichen Hand sind, werden mit neuen Dienstleistungen zu direkten Konkurrenten von privatrechtlichen Unternehmen und Gewerbebetrieben. In einer freien Wirtschaft ist nichts gegen fairen Wettbewerb einzuwenden, doch sollten die Spiesse gleich lang sein. Öffentliche Unternehmen nutzen jedoch oft ihre Monopolstellung und ihre Kapitalkraft zum Nachteil der privaten Betriebe aus. Diese Problemfelder sind nicht neu, die Politik hat das Thema aber bisher nicht in der nötigen Konsequenz geklärt. Die Interessen sind offensichtlich zu vielfältig.

Breite Debatte anstossen

Berner KMU möchte deshalb eine breite Debatte zum Thema anstossen und dafür sorgen, dass die offenen Fragen zu diesem speziellen Wettbewerb zwischen öffentlicher Hand und privaten Unternehmen beantwortet werden. Was ist Service Public, was soll der Staat machen, was Unternehmen, welche mit Steuergeldern unterstützt werden, was Firmen, welche zwar dem Staat gehören, aber privatrechtlich organisiert sind? Wie gren-

zen sich die Unternehmen der öffentlichen Hand vom privaten Gewerbe ab?

Die scharfe Trennlinie fehlt. Gesetzliche Vorgaben gibt es für diese Fragen nicht, somit sind dem Wildwuchs Tür und Tor geöffnet.

Wie ist dieser seltsame Wettbewerb entstanden?

Die öffentlich-rechtlichen Unternehmen stehen unter grossem Erfolgsdruck. Sie sollen dem Steuerzahler nicht zur Last fallen, sondern wenn möglich gar Gewinn erzielen. Sie werden von der Politik und der Öffentlichkeit zu Kreativität und Diversifikation zum Wohle der Allgemeinheit aufgefordert. Insofern ist diesen Unternehmen kein Vorwurf zu machen. Das immer breitere Vordringen der öffentlichen Hand in den privatwirtschaftlichen Wettbewerb ist jedoch ein folgenschwerer Eingriff in das freiheitliche Wirtschaftssystem der Schweiz. Er darf nicht unreflektiert geschehen.

Keine Jammer-Kampagne

Die Kampagne von Berner KMU will nicht einzelne staatliche Unternehmen an den Pranger stellen und auch keine «Jammer»-Kampagne sein. In einer breiten Debatte sollen alle beteiligten Seiten zu Wort kommen. Offensichtliche Missstände will die Kampagne auflisten und besprechen. Wo

sich konkrete Massnahmen für fairen Wettbewerb empfehlen, zum Beispiel Eingaben an die WEKO, soll betroffenen Verbänden und privaten Unternehmen praktische Unterstützung angeboten werden. Das Gewerbe kann sich jedoch mit Kreativität und Initiative auch selbst helfen. Beispiel Nachfolgeregelung: Ein Verkauf des traditionellen Betriebs an ein Unternehmen der öffentlichen Hand ist meist nicht die einzige und oft auch nicht die nachhaltigste Lösung für die Erhaltung von Arbeits- und Ausbildungsplätzen in den Regionen. Die Kampagne kommt nur zum Fliegen, wenn alle Mitglieder von Berner KMU mithelfen und mitgestalten.

Kampagnenstart im Frühling

Die Kampagne startet im Frühjahr mit einer Medienkonferenz in Bern. Es folgt nicht eine teure Inserate- und Plakatkampagne, sondern persönliche Informations- und Aufklärungsarbeit durch Vertreter des Gewerbes, der Wirtschaft und der Politik. Dies geschieht in persönlichen Gesprächen und an Veranstaltungen unterschiedlichster Art. Zudem werden die Social Media-Kanäle mit diesem Thema intensiv bespielt. Auf der Webseite von Berner KMU entsteht ein eigenes Portal, auf dem fortlaufend über die Kampagne informiert wird. Auch eine Liste konkreter Fälle unfairer Wettbewerbs wird nicht fehlen.

Die Kampagne findet vorerst vor allem im Kanton Bern statt. Das Problem ist jedoch ein schweizerisches. Es ist beabsichtigt, die Aktion auf andere Gebiete und Organisationen des Landes auszudehnen. Neben Berner KMU sind im Moment suissetec Kanton Bern; Bau & Haustechnik; Holzbau Schweiz, Sektion Bern; KBVE (Kantonal Bernischer Verband der Elektroinstallationsfirmen); Gebäudehülle Schweiz, Sektion Bern und Umgebung; KMU Stadt Bern und der Schweizerische Gewerbeverband (sgv) bereits mit an Bord.

Selbstverständlich sind alle übrigen Berufs- und Branchenverbände eingeladen, sich an der Kampagne zu beteiligen. Wir freuen uns auf Ihren Kontakt: info@bernerkmu.ch (pm/nz)

