Bündner Gewerbeverband
Unione grigione arti e mestieri
Uniun grischuna da mastergn

Wir schaffen Zukunft

KMU-Frauentagung 2026

Willkommen | Benvenute | Bainvegni

Programm

10.00 Uhr	Begrüssung
10.15 Uhr	Keynote mit Kiki Maeder
12.00 Uhr	Stehlunch
14.00 Uhr	Impulsreferat von Alessia Wehrli
15.20 Uhr	Gesprächsrunde
15.50 Uhr	Abschluss
16.00 Uhr	Ende

«Authentisch auftreten – wie Sie Ihre Wirkung bewusst gestalten»

Kiki Maeder, Moderatorin, Medientrainerin und Unternehmerin

KMU-FRAUENTAGUNG 2026

Auftritt mit Wirkung



Kiki Maeder
30. Oktober 2026 · Chur

Will-kommen.

Schön, dass du da bist.



Die fünf grössten Ängste



Core skills in 2026

WEF Future Jobs Report

AI & Big Data

Programming

Leadership & Social Influence

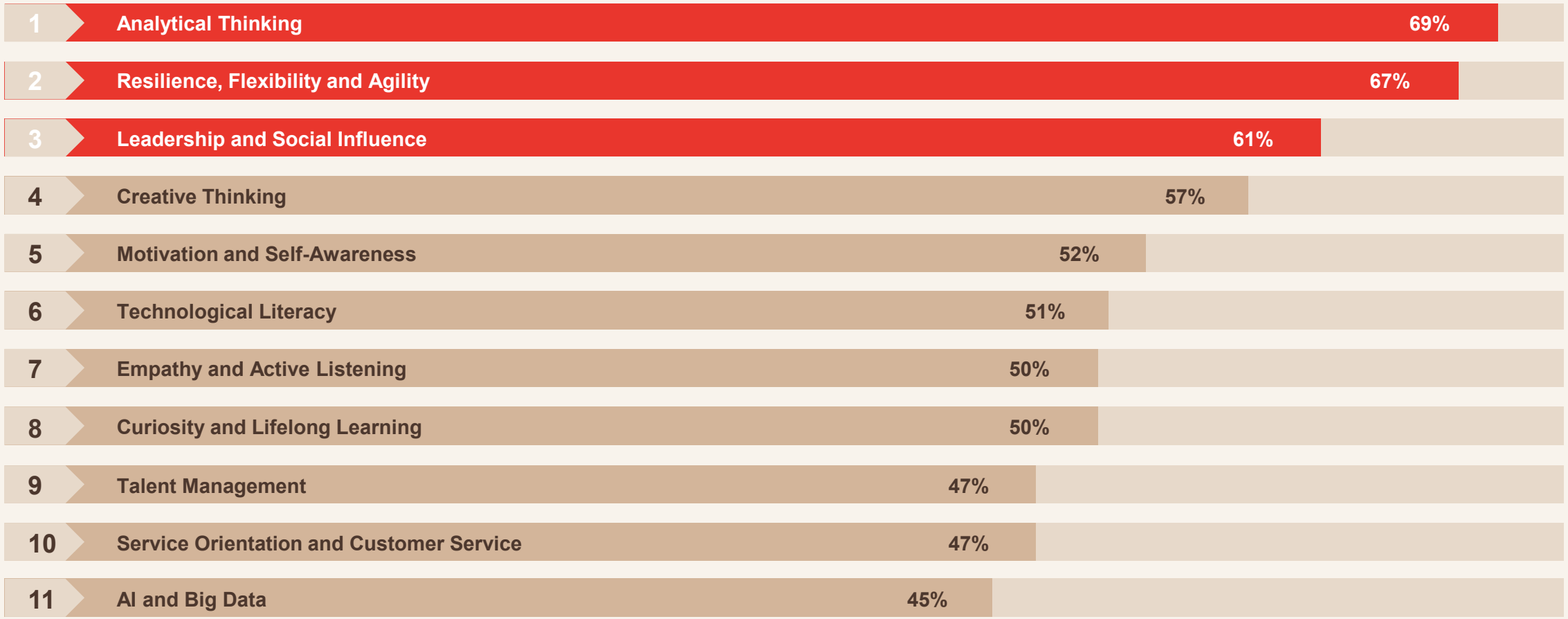
Empathy & Active Listening

Analytical Thinking

Motivation & Self-Awarness

Core skills in 2026

WEF Future Jobs Report



Great ideas



Great ideas need a VOICE.



Kiki in Zahlen

Moderation
Über **1000** Events

Television
14 Jahre **SRF**

Schauspiel
Theater und **TV**

Training
Kommunikations- und Präsentationscoaching für Hochschulen und Führungskräfte – seit 2019.



KIKI MAEDER


GIVE AN INTRO
TO YOURSELF

Don`t Tell Them What You
Or Your Company Does

TELL THEM

WHY IT MATTERS.




GIVE AN INTRO
TO YOURSELF
Round 2

SITUATIONEN

VOR DER KAMERA
TV – Video – Online

IM DIALOG MIT ANDEREN
Meetings – Interview – Panel

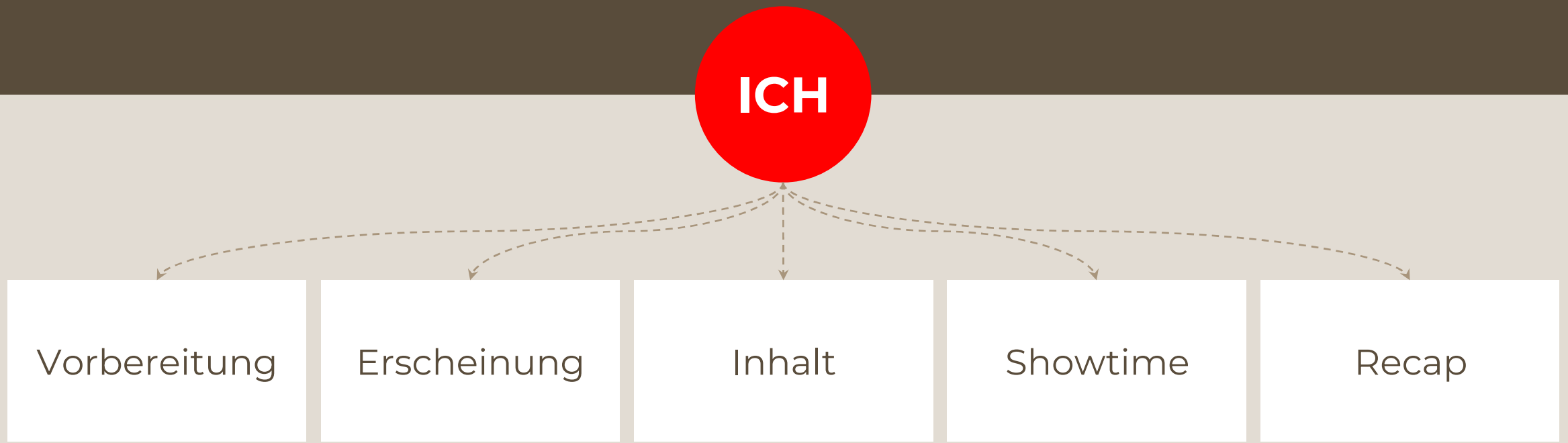
ICH

VOR PUBLIKUM IM RAUM
Stage – Event – Presentation

MIT MEDIEN
Print – SoMe – Editorial

THEORIE

5 MOMENTE



7 KEY LEARNINGS



7 KEY LEARNINGS



- Ein erfolgreicher Auftritt beginnt mit der richtigen Vorbereitung
- Vorbereitung schafft Selbstvertrauen
- Haltung und Persönklichkeit sind ebenso wichtig wie Erfahrung und Kompetenzen
- Sei mutig
- Teile Deine Passion und Vision
- Strive for connection over perfection.
- Prioritize being interested over being interesting.

Im Spannungsfeld von Humanität und Effektivität

WIR BRAUCHEN ZWEI KRÄFTE

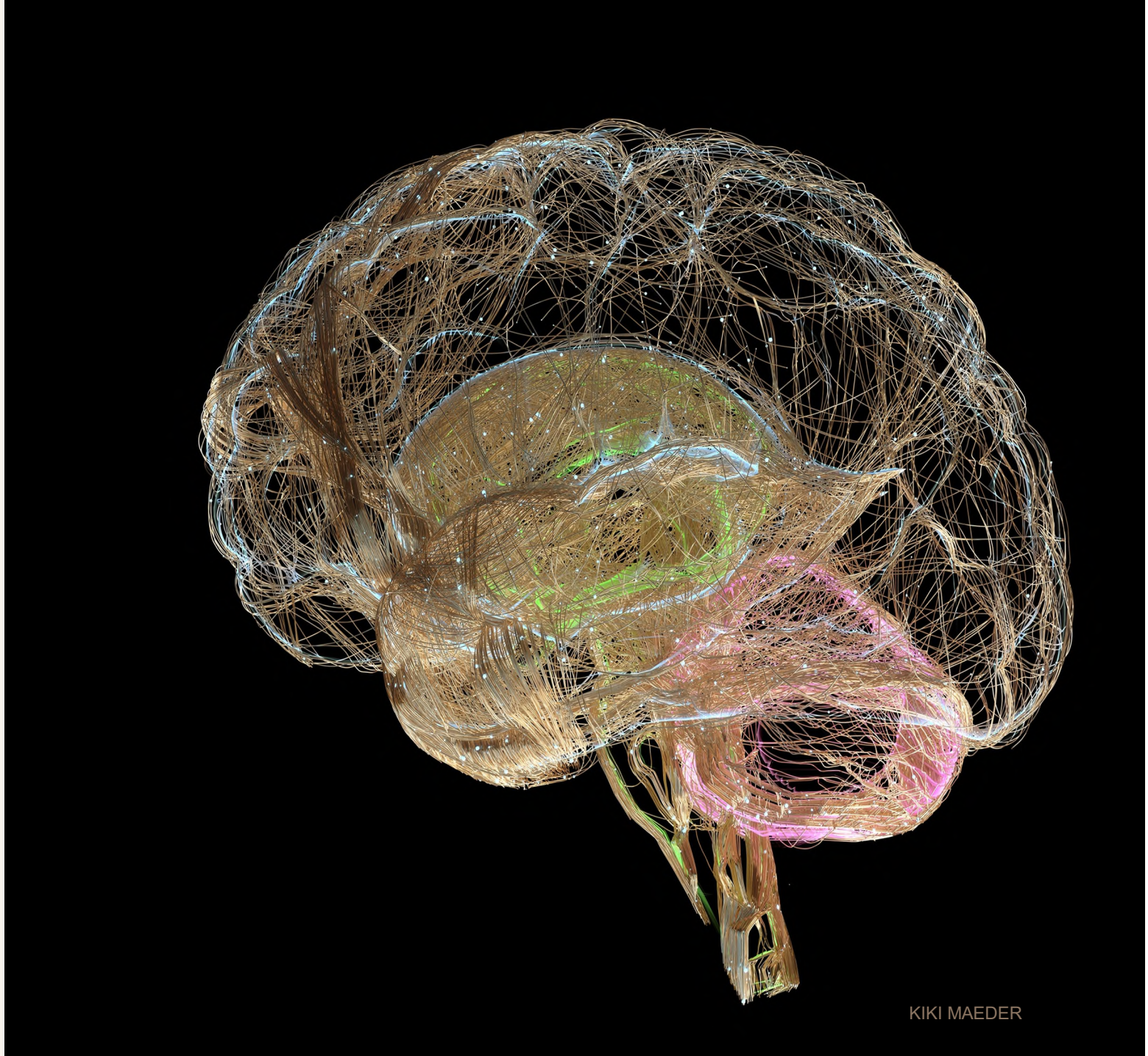
Innovationskraft + **Überzeugungskraft**

Erhöhe deine Fähigkeit, die Perspektive anderer einzunehmen.



AI generated photo

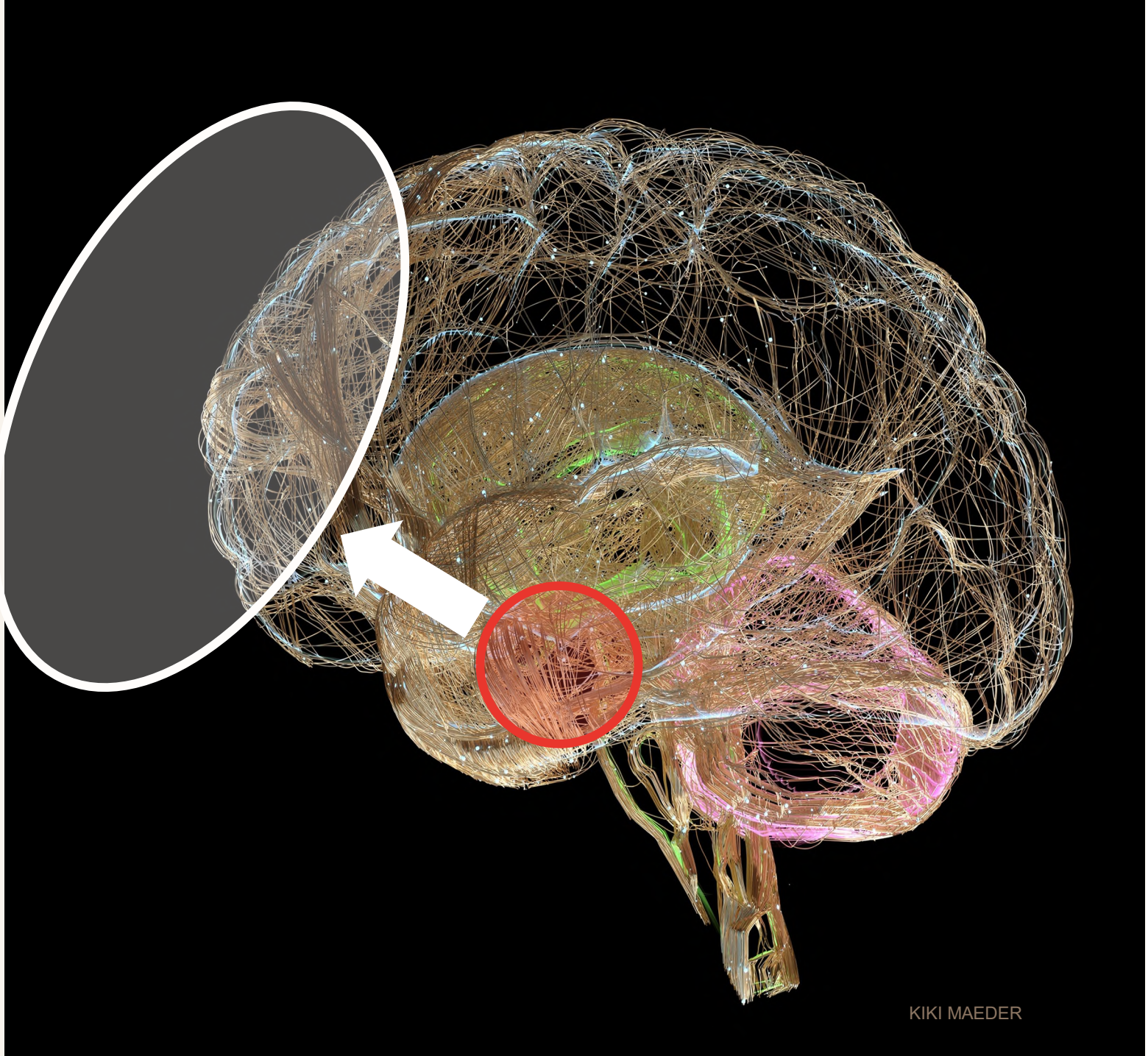
Wie werden Entscheidungen getroffen?



Entscheidungen

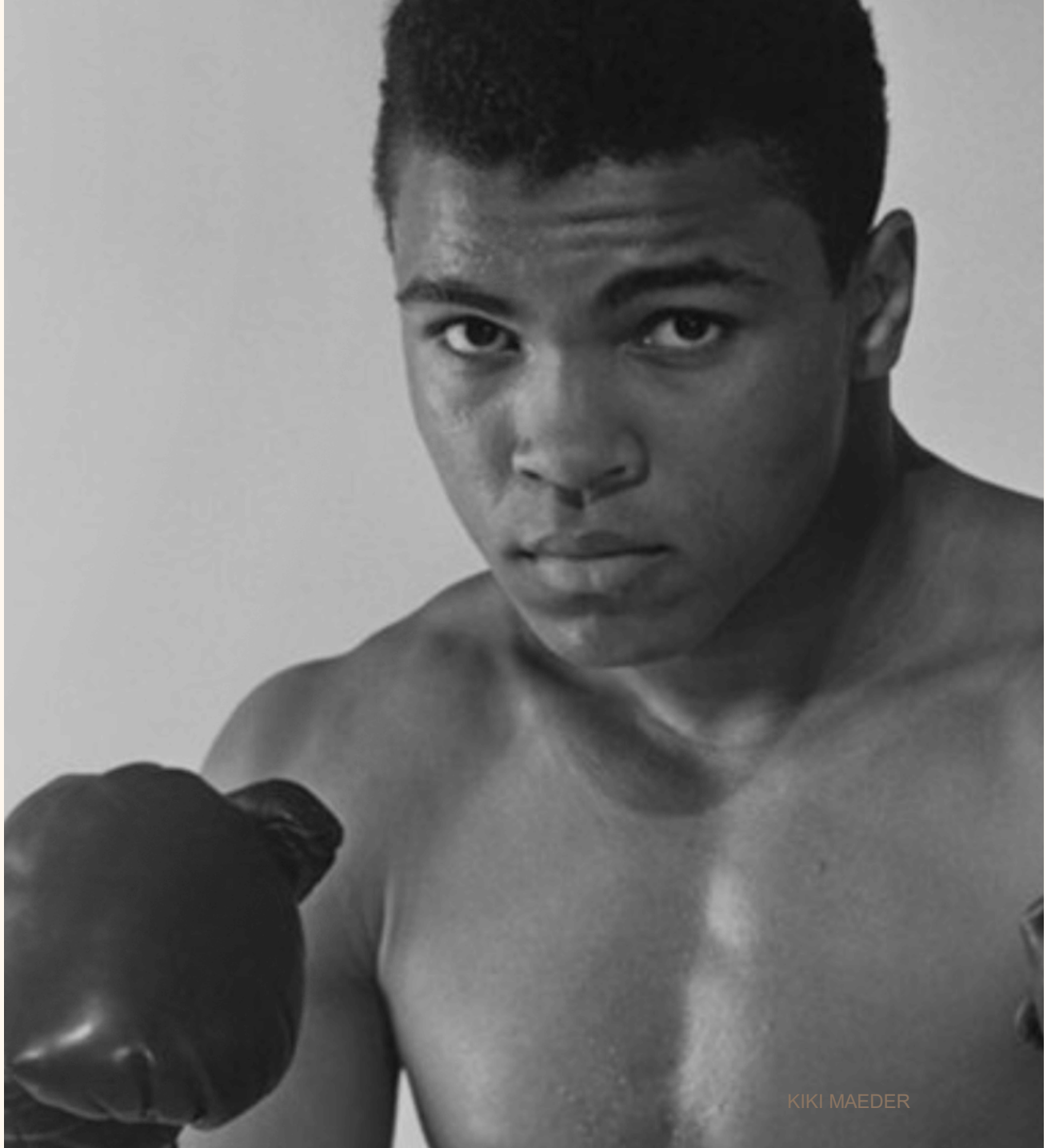
werden im
emotionalen Zentrum
des Gehirns gebildet

bevor sie im präfrontalen
Kortex rationalisiert werden.



The person with the most certainty in a given situation will influence the other.

Tony Robbins




Belief /
Innere Haltung
Lampenfieber

The power of the BELIEF SYSTEM

Was du über dich glaubst,
prägt, wie du auftrittst.



Die Triade des Präsentators

Drei Ebenen. Eine Wirkung.

Welcher Glaubenssatz **stärkt** mich?

Welcher Glaubenssatz **schwächt** mich?




Vorbereitung
Lampenfieber

Die drei Z

der Redevorbereitung

Zeit

Ziel

Zuhörer

The Power of Three – Model

Modell nach David Beckett

WHO IS YOUR **AUDIENCE**	ESTABLISH YOUR **OBJECTIVE**	**BRAINSTORM** WITH POST-IT NOTES
OPENING	**THE POWER OF THREE**	**CLOSING**
FOCUS ON **IMAGES**	**REDUCE** TEXT & NUMBERS	MAX 3 PIECES OF **INFORMATION**
EYES, HAND, **LEGS & FEET**	**VOCAL** VARIATION	THE POWER OF **SILENCE**
CALL TO **ACTION**	FINISH **ON TIME**	PRACTICE, PRACTICE, **PRACTICE**

Was beschäftigt dich?



Deine drängendste Frage zu
Auftritt, Präsenz und Wirkung.

Stell deine Frage direkt im Raum.

But first…


Pause.

What – So What – Now What

Eine klare Struktur für deine Botschaft

01

WHAT

Worum geht es?

Mein Punkt

02

SO WHAT

Warum ist es relevant?

Bedeutung für mein Gegenüber

03

NOW WHAT

Was jetzt?

Der nächste konkrete Schritt

Struktur nach Matt Abrahams

Drei Sätze für einen klaren Vorschlag

Eine Mitarbeiterin möchte die Einsatzplanung übernehmen.

WHAT Mein Vorschlag	«Ich möchte die Einsatzplanung unseres Teams künftig selbstständig übernehmen.»
SO WHAT Ihr Nutzen	**«Damit gewinnen Sie Zeit für Ihre Kunden und müssen nicht mehr jede kurzfristige Änderung selbst koordinieren.»**
NOW WHAT Der nächste Schritt	«Lassen Sie uns das vier Wochen testen: Ich plane innerhalb klar vereinbarter Leitplanken, und wir besprechen jeden Freitag kurz, was funktioniert und wo es Sie noch braucht.»

Fragen?





“If there’s one thing I’ve learned in life, it’s the power of using your voice.”

Michelle Obama



KIKI MAEDER

Ich bringe Menschein und Inhalte zusammen.

Moderatorin SRF I
Medientrainerin I
Dozentin

DANKE!

Bleiben wir in Kontakt.

Bündner Gewerbeverband
Unione grigione arti e mestieri
Uniun grischuna da mastergn

Wir schaffen Zukunft

Stehlunch

Auftritt in den sozialen Medien – Authentisch und professionell auf LinkedIn, Instagram & Co.,

Alessia Wehrli, Gründerin Klipp & Klar Wehrli

Social Media beginnt bei uns selbst.

Authentisch und professionell auf LinkedIn, Instagram & Co.

Alessia Wehrli · KMU-Frauentagung 2026

«Eigentlich müssten wir wieder einmal etwas posten …»

Kommt euch das bekannt vor?

Das erwartet euch heute

01

Warum

Sichtbarkeit lohnt sich

02

Wo

Plattform und Strategie

03

Wie

wirke ich authentisch?

04

Was

poste ich?

05

Wie

schaffe ich das zeitlich?

Warum eigentlich Social Media?

Die Schweiz ist digital.

7,27 Mio.

Social-Media-Nutzeridentitäten
in der Schweiz

81 %

entsprechend der Schweizer
Gesamtbevölkerung

Quelle: DataReportal, Digital 2026 Switzerland; Datenstand Oktober 2025.
Nutzeridentitäten sind nicht zwingend einzelne Personen.

Alessia Wehrli

Unternehmerin · Kommunikation · Social Media

klippklarsocial.ch / Nois Media GmbH



Wo und wie trete ich auf?

Ohne Strategie läuft gar nichts!

Drei Fragen, bevor du startest.

01

Wen?

Wen möchte ich erreichen?
Kunden, Mitarbeitende, Partner

02

Was?

Was möchte ich erreichen?
Bekanntheit, Vertrauen, Anfragen

03

Wie?

Was kann ich realistisch umsetzen?
Zeit, Inhalte, Ressourcen

Welche Plattform für welches Ziel?

LinkedIn

Fachwissen, berufliche Kontakte, B2B und Recruiting

Instagram

Menschen, Einblicke, Produkte und Community

Facebook

Lokale Gemeinschaften, Veranstaltungen und Gruppen

TikTok

Videoentdeckung, Unterhaltung und Erklärformate

Du musst nicht überall präsent sein.

Sondern dort, wo du die richtigen Menschen erreichst.

Ich bin selbst Teil meiner Kommunikation.

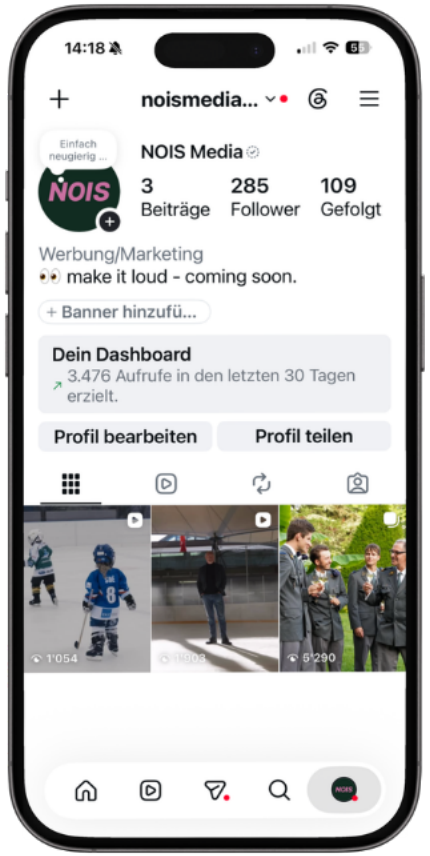


Persönliches Profil

Haltung, Erfahrung, Fachwissen, Persönlichkeit und berufliches Netzwerk.

Unternehmensprofil

Leistungen, Team, Projekte, Marke, Angebote und offizielle Informationen.



Was macht gute Kommunikation aus?

Authentisch sein heisst nicht, alles zu zeigen.

Persönlich sein ist nicht dasselbe wie privat sein.

Kommunikationsprinzipien

Authentizität

Interaktion

Trends

Betroffenheit auslösen

Einfachheit

Direkte Ansprache

Humor

Emotionen

Kommunikation auf Augenhöhe

Gute Kommunikation ist verständlich.

Kompliziert

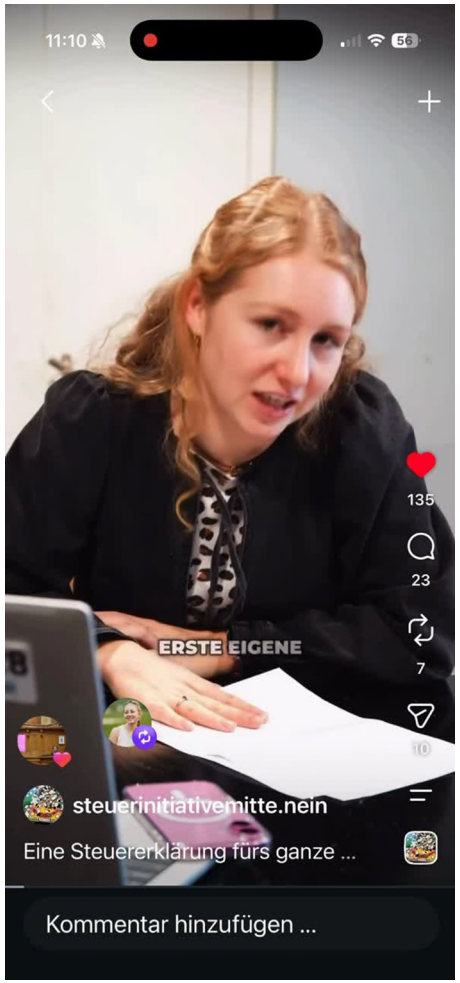
«Wir bieten massgeschneiderte, ganzheitliche Lösungen zur Optimierung Ihrer betrieblichen Prozesse.»

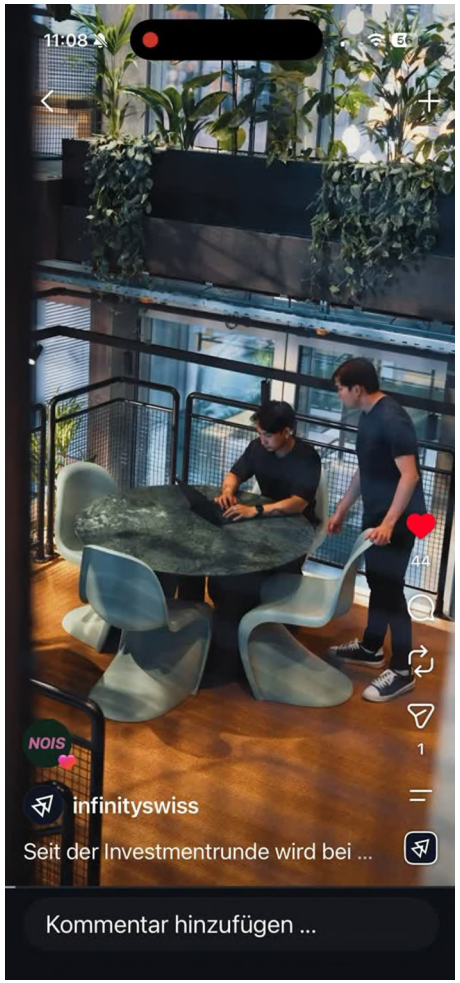
Verständlich

«Wir helfen kleinen Unternehmen, ihre Administration einfacher zu organisieren.»

Was haben diese Unternehmen gemeinsam?





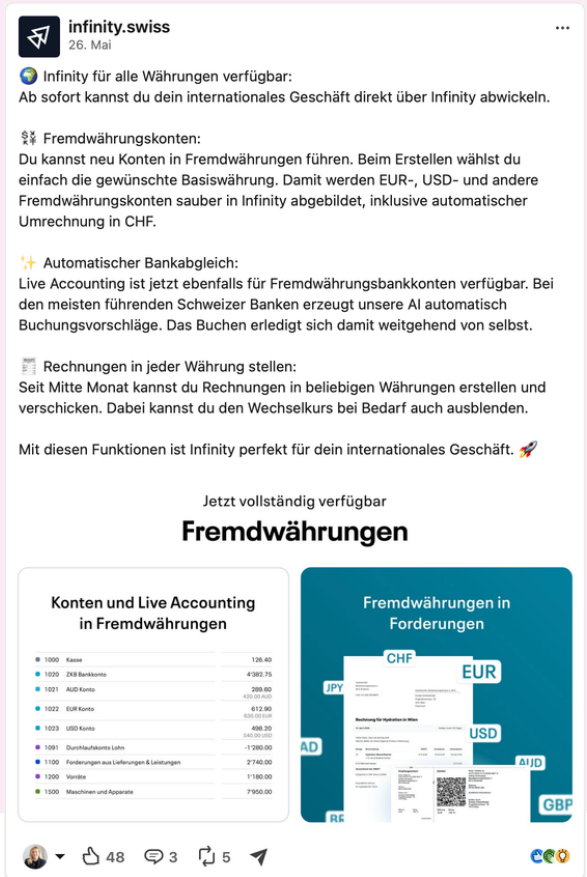




Gleiches Unternehmen ≠ gleiche Komm.

LinkedIn

Fachlich, sachlich, professionell



Instagram

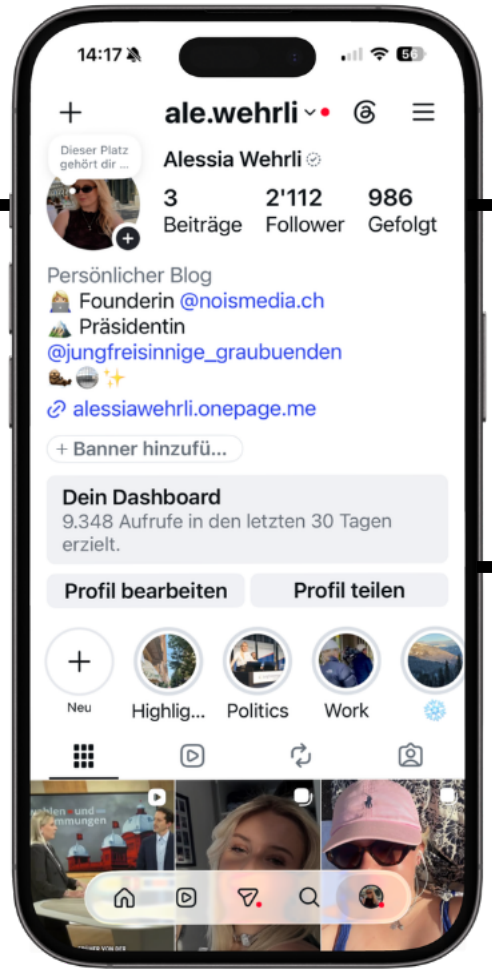
Lockerer, humorvoller, persönlicher



JETZT SEID IHR DRAN

Nehmt euer Handy und öffnet euer Profil auf LinkedIn oder Instagram.

Foto:
Ist euer Profilbild gut erkennbar und ausreichend hell?



Beschreibung:
Ist auf den ersten Blick klar, wer ihr seid und was ihr macht?

Links:
Ist ersichtlich, wie man euch erreichen kann?

Was poste ich und wie mache ich das?

«Wir haben doch gar nichts Spannendes zu erzählen.»

Diesen Satz höre ich immer wieder.

Themen, die jedes KMU nutzen kann.

01

Wissen

Zeige, was du kannst.

02

Menschen

Zeige, wer dahintersteht.

03

Angebote

Zeige, was du anbietest.

04

Einblicke

Zeige, wie du arbeitest.

05

Vertrauen

Zeige, was du bewirkst.

Ein Projekt. Fünf Beiträge.

01

Reel

Vom Rohmaterial bis zur fertigen Küche

02

Story

Einblick direkt von der Montage

03

Referenz

Vorher-Nachher und das fertige Ergebnis

04

Karussell

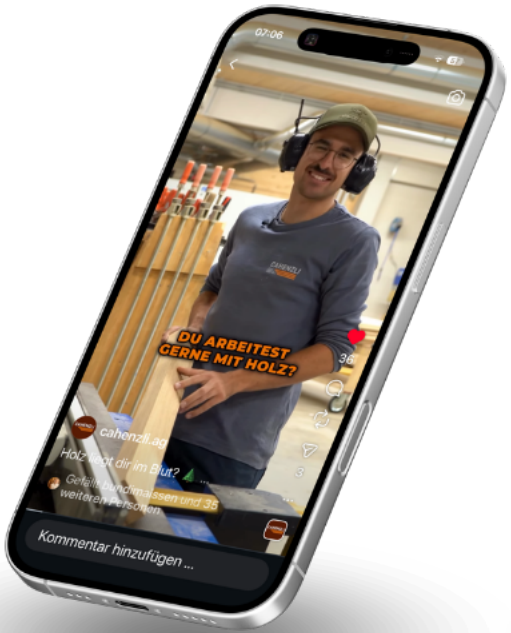
3 Tipps für die Küchenplanung

05

LinkedIn

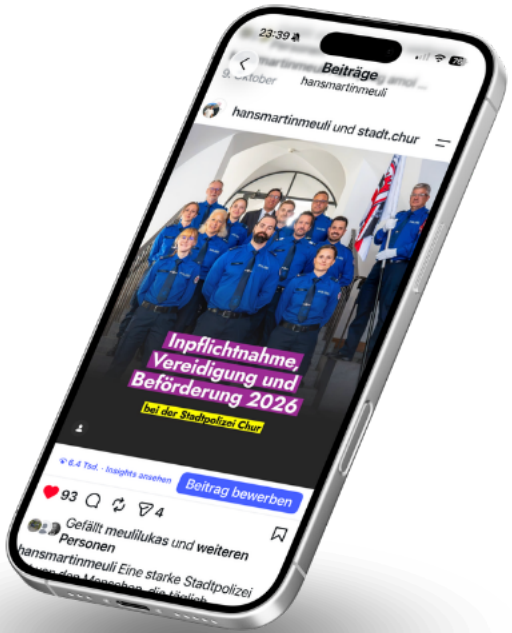
Was dieses Projekt besonders gemacht hat

Drei Möglichkeiten, Inhalte zu zeigen.



Reel: 9:16

Kurzes Video, das auch neue Menschen erreichen kann



Post: 4:5

Foto, Grafik oder mehrere Bilder mit Text



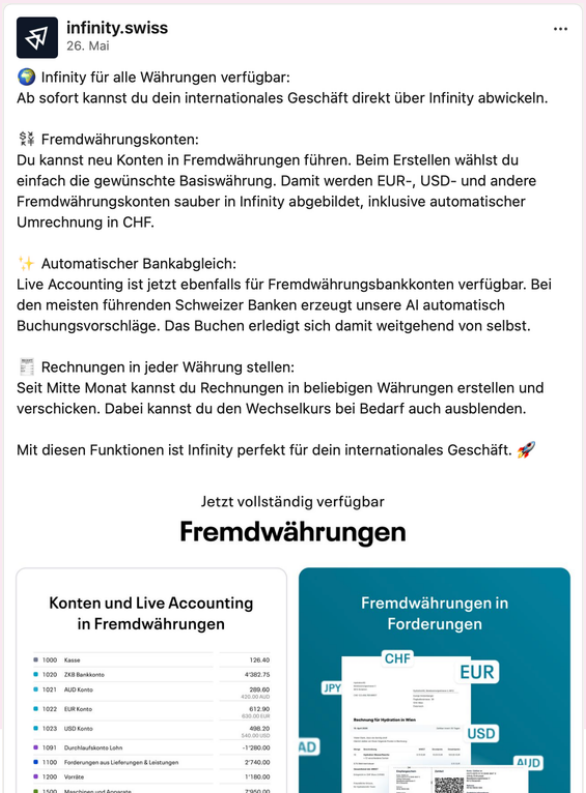
Story: 9:16

Aktuelle, kurze Einblicke

Formate

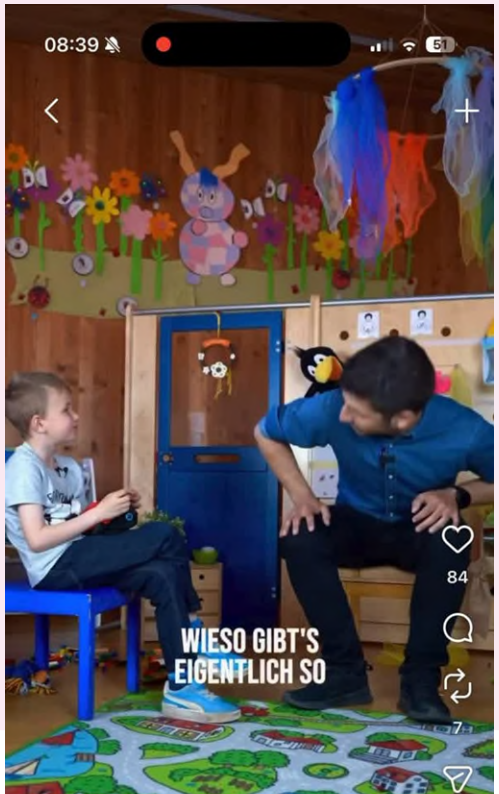
Post

- Gute Bilder
- Klare Botschaft
- Wiedererkennbares Design



Reel

- Starker Einstieg
- Untertitel
- Kurze, verständliche Aussage



Story

- Spontan und aktuell
- Persönliche Einblicke
- Wenig Aufwand



Mit dem Handy gute Fotos & Videos machen

01

Licht

Gesicht oder Motiv gut ausleuchten

02

Hintergrund

Auf eine ruhige Umgebung achten

03

Perspektive

Kamera auf Augenhöhe oder passend zum Motiv

04

Bildausschnitt

Auch Details und Nahaufnahmen zeigen

05

Ton

Bei Videos auf guten Ton achten

06

Natürlichkeit

Echte Situationen zeigen. Nicht perfekt sein.





Alessia Wehrli - klippklarsocial.ch / Nois Media GmbH

So wird aus einer Idee ein Beitrag.

01

Einstieg

«Wie bleibt dein Blumenstrauss länger frisch?»

02

Inhalt

Drei einfache Pflegetipps mit passenden Fotos zeigen.

03

Abschluss

«Welchen Tipp kanntest du bereits?»

Wie setze ich Social Media im Alltag um?

«Ich kann das nicht»

DOCH!

Welche Tools brauche ich?

Handy

Fotos und Videos aufnehmen

Canva

Grafiken und Vorlagen gestalten

Content Plan

Beiträge vorbereiten

CapCut oder ähnliches

Videos schneiden und untertiteln

Notizen

Ideen sammeln

Von der Idee bis zur Auswertung

01

Strategie

Zielgruppe, Ziel und Botschaft festlegen

02

Vorbereitung

Idee, Ablauf und benötigte Aufnahmen planen

03

Produktion

Fotos, Videos und Aussagen aufnehmen

04

Bearbeitung

Auswählen, schneiden, gestalten, untertiteln

05

Veröffentlichung

Text, Format, Zeitpunkt und
Freigabe prüfen

06

Auswertung

Ergebnisse anschauen und daraus lernen

Social Media muss in deinen Alltag passen

Drei einfache Gewohnheiten

01

Interessante Situationen festhalten

02

Fragen und Ideen sammeln

03

Zeit für Social Media reservieren

Meine wichtigsten Do's & Don'ts

Do’s

- Verständlich kommunizieren
- Menschen und Arbeit zeigen
- Gute Fotos verwenden
- Auf Fragen reagieren
- Regelmässig aktiv sein
- Rechte und Einwilligungen beachten

Don'ts

- Sich verstellen
- Nur Werbung machen
- Jeden Trend kopieren
- Kommentare ignorieren
- Sich zu viel vornehmen
- Ungefragt Personen zeigen

DEIN UNTERNEHMEN HAT EINE GESCHICHTE. ZEIG SIE.

Authentisch. Professionell. Auf deine Art.

E-Mail hallo@klippklarsocial.ch

Website www.klippklarsocial.ch

Telefon 078 811 99 21

Kurze Pause…

Gesprächsrunde

- Miriam Soliva, rskom academy
- Vera Stiffler, Bright Places
- Alessia Wehrli, Klipp & Klar Wehrli

Abschluss

Herzlichen *Dank!*

AUSGLEICHSKASSE WIRTSCHAFT
GRAUBÜNDEN GLARUS

BMW MINI BMW MOTORRAD
Hedin Automotive

suva
Mehr als eine Versicherung

ibW Höhere Fachschule Südostschweiz

asga pensionskasse

BMU TREUHAND AG
Wir beraten Unternehmerinnen.

ÖKK

swidro drogaria alpina

Gemeinsam schaffen wir Zukunft

Bündner Gewerbeverband
Unione grigione arti e mestieri
Uniun grischuna da mastergn

Wer sind wir?

Mit über 6'000 Mitgliedern sind wir der grösste Wirtschaftsverband Graubündens und mit 64 Sektionen im ganzen Kanton breit verankert.

Was machen wir?

Wir engagieren uns für unternehmensfreundliche Rahmenbedingungen und eine starke Bündner Wirtschaft. Wir fördern die Berufsbildung, sensibilisieren die Öffentlichkeit für die Anliegen von Gewerbe und KMU und unterstützen sowie vernetzen unsere Mitglieder.

Unsere Mitgliedervorteile

- Ausgleichskasse
- Engagement für die Berufsbildung
- Politische Interessenvertretung
- Informationen und Netzwerk
- Ombudsstelle und Rechtsberatung
- Verschiedene Kostenvorteile

Werde Mitglied beim BGV!
Gemeinsam gestalten wir die Zukunft.

FIUTSCHER

KMU-Impuls

Bündner Gewerbeverband
Unione grigione arti e mestieri
Uniun grischuna da mastergn

Wir schaffen Zukunft



NEU!

KMU-Lehrgang II in Unternehmens-führung

Start: 28. Januar 2027

2 Semester

20% Rabatt für Mitglieder

www.kmu-lehrgang.ch

Die Dozierenden


Livia Altmann

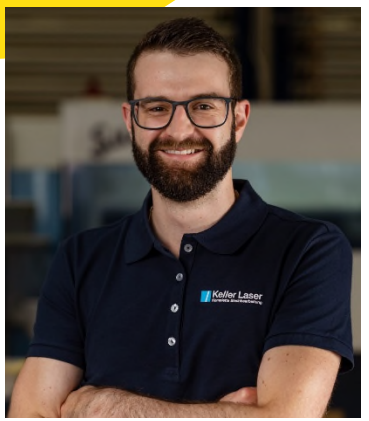

Reto T. Annen


Sabrina Bundi


Gian M. Bianchi


Jan Koch


Armin Spescha


Ricardo Tarnutzer

Save the Date!

KMU-Frauentagung 2027

29. Oktober 2027