

Anlass mit Netzwerkapéro

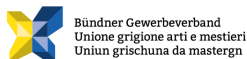
Als Unternehmer/-in in der Region engagiert



31. März 2026, 19.00 – 20.30 Uhr

Haus der Begegnung, Ilanz
Information und Anmeldung:
www.kmu-impuls.ch

Eine Veranstaltung von



HWSGR

Höhere
Wirtschaftsschule
Graubünden



lumpezia
handels- und
gewerbeverband lumpezia
lavura



Handels- & Gewerbeverein
HGVA
Alpenarena



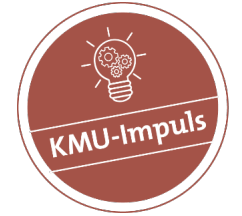
HGV/ALS

Presenting Partner



Gut für die **Umwelt**
und fürs **Geschäft**.

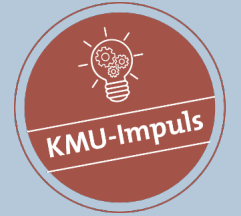




Programm

- Begrüssung
- Referat «Gesellschaftliches Engagement eines Unternehmers»,
Luzi Thomann, Vize VRP Thomann Nutzfahrzeuge AG und Coach
- Freiwilligenförderung und politisches Engagement in Unternehmen,
Maurus Blumenthal, Direktor Bündner Gewerbeverband
- Podiumsgespräch mit Unternehmer aus der Region
- Abschluss

Moderation: Céline Meury, Regionalentwicklung Surselva



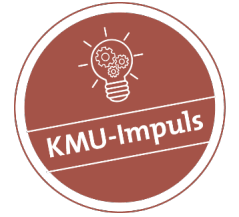
«Gesellschaftliches Engagement eines Unternehmers»

Luzi Thomann

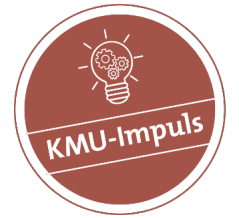
Vize VRP Thomann Nutzfahrzeuge AG

Coach im Bereich Führung und Arbeitgebermarketing

Inhalt

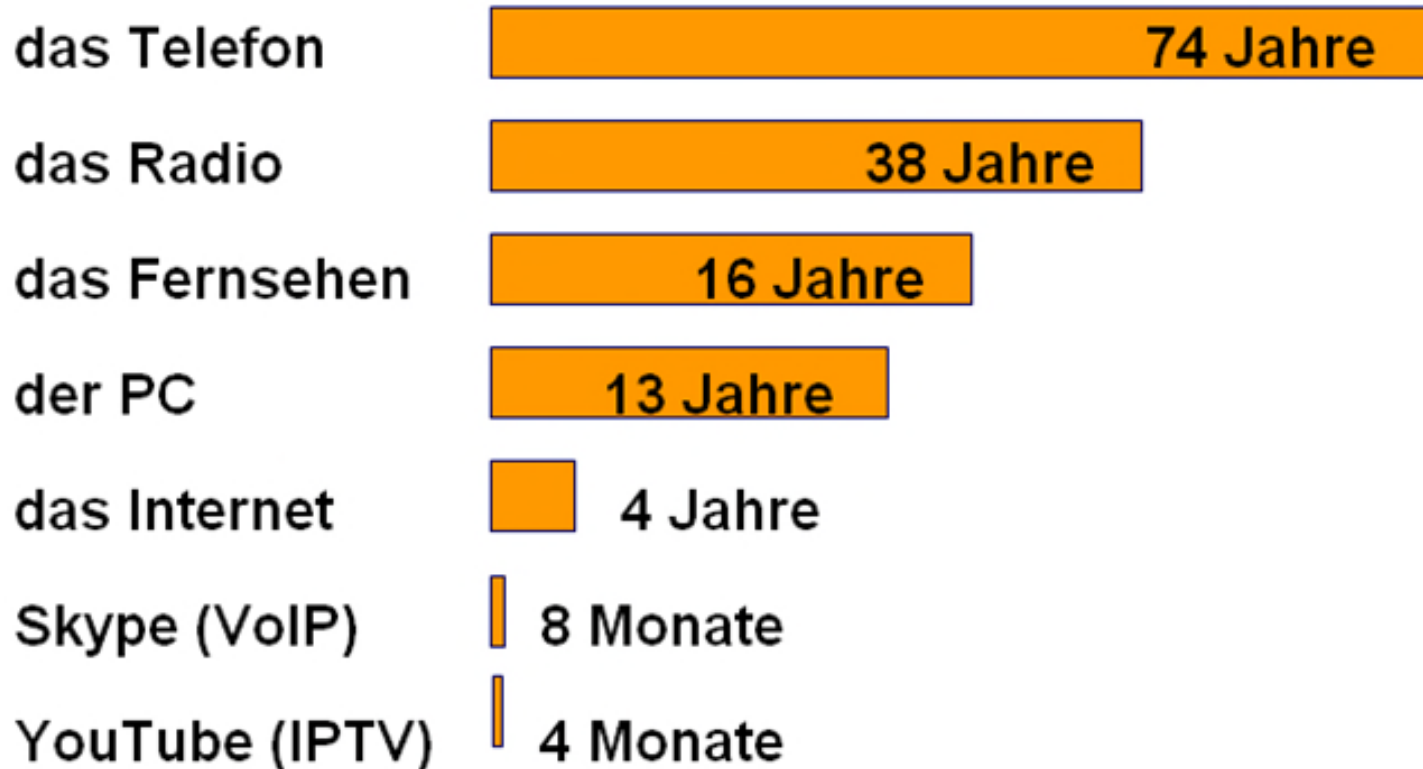


1. Einleitung
2. Kurze Vorstellung
3. Soziales Engagement
 - Wie es begann...
 - Zu was es führte «Beispiele»
4. Vor- & Nachteile
5. Schlussbemerkungen



Schnelle Veränderung

Für 50 Millionen Benutzer brauchte

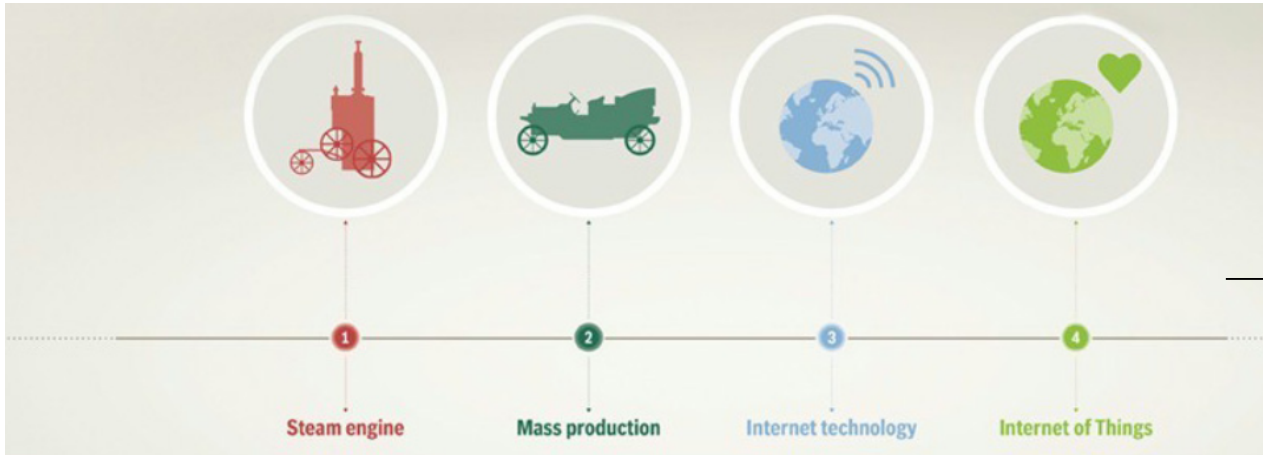
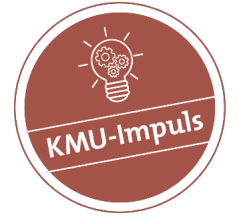


Wie soll ich Oma bloss zum Geburtstag gratulieren? Die hat ja gar kein Facebook!

Anna-Selina (15), Digital Native



Entwicklung und Chancen



Zeitalter der Mitarbeitenden / Kunden

Alles für Ihre Mobilität: Taten statt Worte.



schnelle Vergleichbarkeit
Infos streuen sich extrem schnell

Chancen:
Gute Arbeit war noch nie so wichtig.
Wir haben ein People Geschäft
Köpfe sind wichtiger als Kapital

Wer sind wir?

- Gründung 1995 → 30 Jahre
- Vertretung:
Omnibusse – LW – Trp.
- Ca. 300 MitarbeiterInnen
- 8 Thomann & 2 Gebr. Knecht Betriebe
- Thomann ist seit 8.23 Teil der Knecht Gruppe

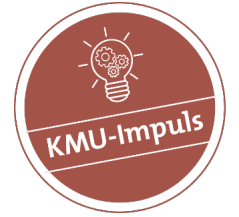
Was tun wir?

- Hoffentlich Kunden begeistern!

Die Marke, das sind wir!



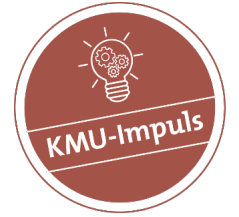
Zur Person



- Luzi Thomann – Jahrgang 1967 – Bündner
- Familie: glücklich verheiratet - 1 Tochter, die auch selbständig ist
- Passionierter Jäger,
- Unternehmer aus Passion - Gründer der Thomann Nutzfahrzeuge AG
- In einem Restaurant aufgewachsen. Viel von der Gastronomie gelernt:
 - Werbung gehört auf den Teller
 - Gegengeschäft = Karotten schälen – gegen Kinobesuch



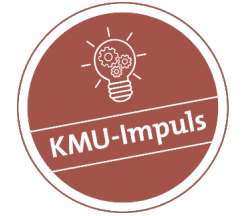
Zur Person



Heute....

- War 28 Jahre selbständig mit der Thomann Nutzfahrzeuge AG
- Bin heute glücklich vor 2 Jahren eine Nachfolgelösung gefunden zu haben
- Firma geht weiter – Mitarbeitende sind glücklich – unsere Politik und Kultur wird weiterhin gelebt
- Ich unterstütze Unternehmen bei der Umsetzung von New Work, interner Kommunikation und zum Thema Fachkräftemangel
- VRP/VR diverser Unternehmen
 - Tourismus AG
 - Spital

Förderung von Jungunternehmern/Innen



Soziales Engagement...

Viele machen es –

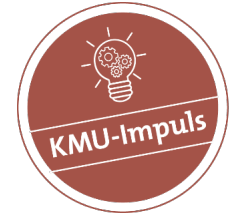
- auf ihre Weise
- die meisten berichten zu wenig
- oder sind sich dessen nicht bewusst

Nur schon Arbeitgeber zu sein ist «soziales Engagement»

- es gibt Sinn...
- es gibt Struktur & Halt...
- es gibt hoffentlich Befriedigung

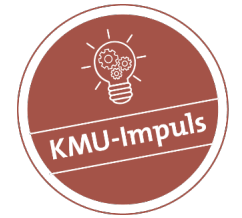
Eine Investition zwischen (oder mit) Herz und Strategie

- Herz und Bauch, oft wichtiger als Businesspläne!

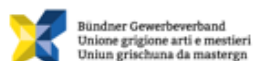


Wie es bei uns begann...

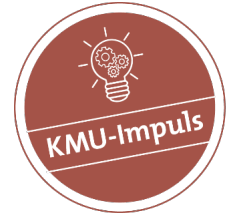
- Zu Beginn nicht getraut «Nein» zu sagen...
- Dann haben wir bemerkt, was es bringt...
- Dann steckte es an und motivierte. Unser Logo neben top Brands. 😊 😊



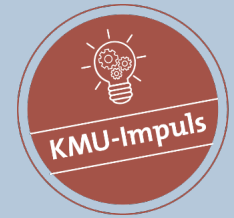
Warum sollten wir uns als Thomann sozial engagieren?



Einleitung



- vor 32 Jahren
- Die «Vorgängerfirma «Seefag» ging Konkurs
- Den Nachfolgern «gelang» dies fast....
- So starteten wir vor 30 Jahren
 - Ein Unternehmen mit nicht einmal 10 Mitarbeitenden an einem Standort
 - Keiner war stolz dort zu arbeiten....
 - 2 Mitbewerber in der Umgebung waren sehr stark
- Fazit: Wir brauchten Innovationen – auch soziale Innovationen
 - So gingen wir eigene Wege, Schritt für Schritt....



**Wer eigene Wege geht,
kann schwerlich überholt
werden.**

Das hat uns das soziale Engagement gebracht:

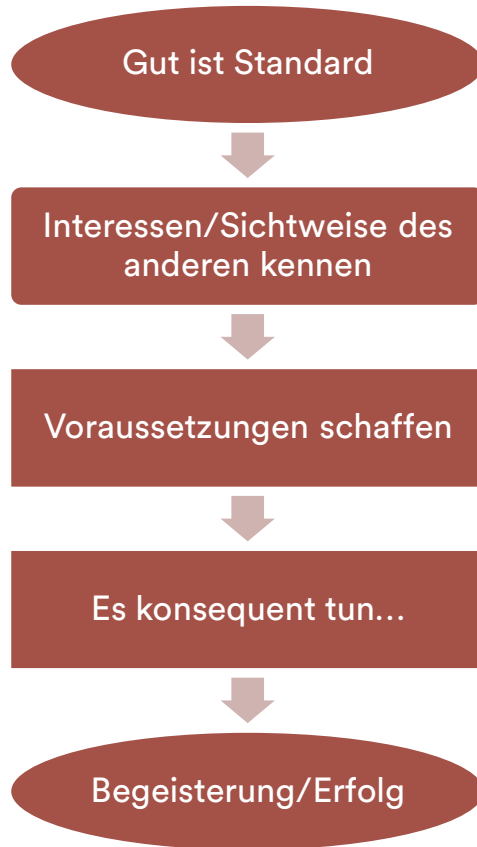
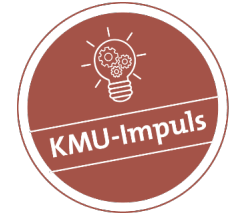
Wir konnten unser Unternehmen positionieren

- Arbeitgeberattraktivität ist ein Schlüsselfaktor
- Als fortschrittliches Unternehmen
- Um die regionale Wirtschaft nachhaltig zu stärken
- Um die Reputation vom Unternehmen zu stärken, die Bindung zu Kunden und Mitarbeitenden zu stärken

In Zeiten von Fachkräftemangel sind dies grosse Chancen!



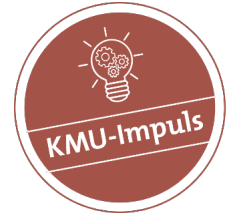
Erfolg ist ein Prozess



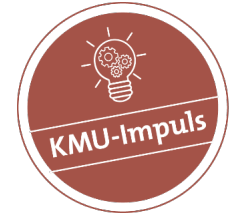
Empfehlung: Soziales Engagement/In der Strategie verankern!

Nichts ist erfolgreicher als Erfolg!

Beispiele von unserem Engagement «Allgemein»

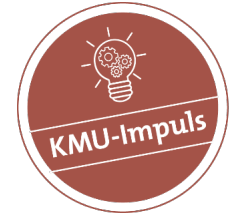


- Arbeitszeitmodelle, die Beruf und Familie ermöglichen
- Interessierte aus einer Familie, wo ein Mitglied der Familie schon bei uns arbeitet, hat immer Vorrang
- Wahl zwischen mehr Freizeit oder mehr Lohn
- Ferien für Familien
- Maiensäss
- Wohnmobil
- Essen für Mitarbeitende



Beispiele von unserem Engagement «Allgemein»

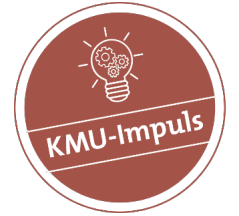
- Immer Partner/Partnerin an Anlässe eingeladen
→ so kannte man das «Gesamtpaket»
- Mitarbeitende unterstützt bei Vereinen oder öffentlichen Ämtern
- Mitarbeiterfahrzeuge
- Projekt Chance
- KITA
- Sponsoring – Lokale Vereine, Boccia, Pontonier.....
- Eigene MA hatten Vorzug beim Sponsoring
- Quereinsteiger



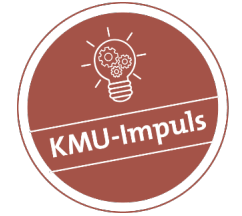
Beispiele von unserem Engagement «Individuelle»

- Finanzen ins Lot gebracht
- Unterstützung bei Scheidungen
- Spenden
- Sachleistungen
 - Brille
 - Zahnkorrektur
- Jungunternehmer unterstützt

Beispiele von unserem Engagement «Divers»

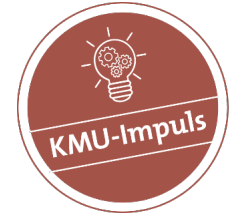


- Bei der Nachfolgelösung haben wir uns nicht für den Meistbietenden entschieden, sondern für das Unternehmen, welches eine Kultur hat, die am besten zu uns passt!
- Dies waren wir unserem Team schuldig...



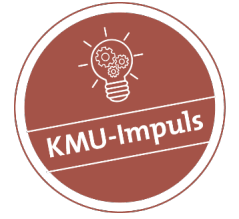
Woraus haben wir gelernt?

- Lösungen/Alternativen suchen, wenn es nicht geht!
- Nicht zu lange zuschauen.....
 - Bsp. Mitarbeiter, der danach keine Chance hatte....



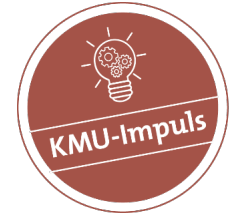
«das scheint uns wichtig...»

- Klare Prozesse, Strategie, Leitplanken
- Klare Führungsgrundsätze
- Abweichungen ansprechen und begründen, warum man etwas tut oder nicht will
- Ausnahmen begründen und Spielregel bekannt geben....
- Mitarbeitende «fördern» wo sie stark sind und nicht «plagen» wo sie schwach sind...



Wie finanziert man dies?

- Wir haben immer für Preise gekämpft und argumentiert!
- Wir waren nie die Billigsten?
- Gut aber nicht preiswert!

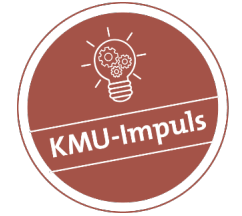


Vorteile

- Gab Vertrauen in uns...
- MitarbeiterInnen
- Unser Team begeistert und verblüfft Kunden
 - Es entstehen Fans
- „Befruchtend“
- Weiterempfehlung
- Man findet Lernende/Mitarbeitende
- Man gewinnt Abstimmungen...
- Banken
- Kunden / Image / PR
- Usw.

Nachteile

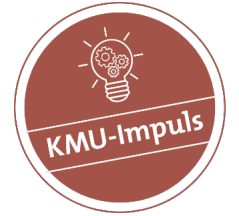
- Gewohnheit
- Erwartungen
- Zu gutes Image
- Usw.



«Fast» - Schlussbemerkungen

- Es geht alles, wenn man will
- Gut oder schlecht kochen braucht gleich viel Zeit
- Es gibt keine Musterlösung
- Schritt für Schritt aber konsequent
- Wir haben die besten Leute.....
- Nicht unser Leiden führt uns weiter, sondern unsere Leidenschaft.
- Jeder Chef bekommt die Mitarbeiter, die er verdient!
- Handeln statt «Jammern»

Marketing ist oft sichtbar – aber bewegt nichts.....



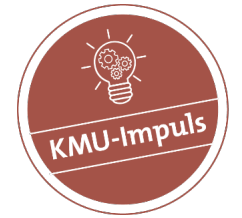
- Viele Unternehmen investieren Monat für Monat in Werbung
- Klickzahlen steigen, Reichweite wächst – der Umsatz? Bleibt gleich
- Oft laufen Kampagnen nebeneinander, greifen nicht ineinander.
- Das Ergebnis: viel Aktivität, wenig Wirkung.

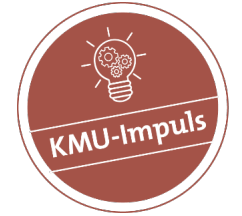


Soziale Innovationen

- Gehören heute dazu...
- Damit kann man auch Grösse zeigen

Grösse ist eine Frage der Perspektive

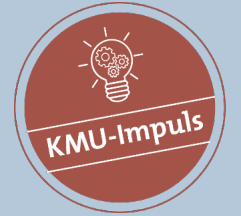




- Tue Gutes und berichte...
- Machen ist wie Wollen - einfach krasser

Herzlichen Dank...





«Freiwilligenförderung und politisches Engagement in Unternehmen»

Maurus Blumenthal

Direktor Bündner Gewerbeverband

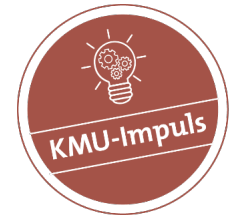
A photograph of two men walking outdoors. The man on the left is wearing a dark blue sweater and jeans, smiling. The man on the right is wearing a light blue sweater and dark pants, using a black walker. They are walking on a paved area next to a building with large windows. A silver car is partially visible on the left. In the background, there are trees with pink blossoms and a traffic light. A white sign with a red circle and a blue diagonal line is visible on the building. A white sign with the text 'Croix-Rouge Schweizerisches Rotes Kreuz Croce Rossa Svizzera' is visible on the car. A white callout box with an orange triangle at the bottom contains the text 'Jetzt mitmachen'.

**Jetzt
mitmachen**

**Freiwilliges Engagement
gibt dir immer etwas zurück.**

Croix-Rouge
Schweizerisches Rotes Kreuz
Croce Rossa Svizzera

Freiwilligenarbeit in der Schweiz



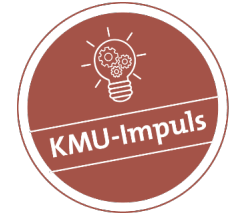
86% der Schweizer Bevölkerung tragen freiwillig zum Gemeinwohl bei.



590 Millionen Stunden an freiwilligem Engagement wurden erbracht.

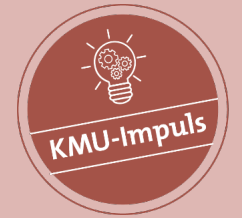


30 Milliarden Franken betrug der Wert der Freiwilligenarbeit.



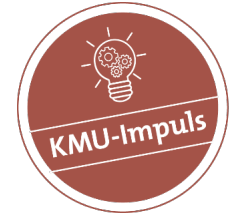
Was heisst Freiwilligenförderung?

- Das Engagement von Mitarbeitende in Vereinen proaktiv ermöglichen oder fördern (Zeit, Flexibilität, Knowhow).
- Sich mit dem Unternehmen sozial in Gesellschaft und Vereinen engagieren.
- Mit finanziellen Beiträgen oder Sachspenden Freiwilligenarbeit ermöglichen.



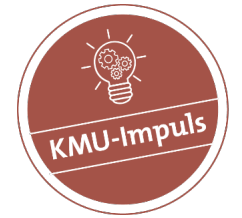
Akt der Solidarität: Als Unternehmen der Gesellschaft etwas zurückgeben

Freiwilliges Engagement – eine Chance



- Engagierte Mitarbeitende sind motivierte Mitarbeitende
- Kompetenzen: Verantwortung, Selbständigkeit, Organisation, Führen, Teamfähigkeit
- Stärkung Netzwerk
- Image des Unternehmens
- Attraktiver Arbeitgeber

Benevol-Preis für Unternehmungen



«Corporate Volunteering Preis» für Unternehmen

Preis

benevol

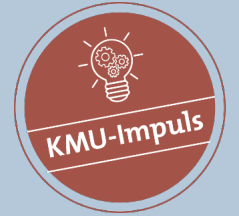
Graubünden · Grigioni · Grischun



Bündner Gewerbeverband
Unione grigione arti e mestieri
Uniu grischuna da mastergn

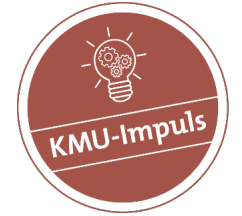


Corporate Volunteering



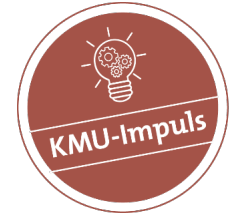
- umfasst das Engagement von Mitarbeitenden eines Unternehmens, die teilweise ihre Arbeitszeit oder fachliche Kompetenz unentgeltlich für gemeinnützige Projekte einsetzen.
- Darunter zählt die Arbeit in Vereinen, gemeinnützige Organisationen wie auch finanzielle Spenden.
- Damit unterstützen Betriebe gesellschaftliche Verantwortung und können gleichzeitig die Motivation sowie den Teamgeist der Mitarbeitenden fördern.





Ausgangslage

- Weniger Unternehmer/innen im Grossen Rat und in den Gemeindevorständen als früher
- Entscheide in der Politik, welche gegen die Bedürfnisse und Interessen der Unternehmen gehen
- Einschränkung der unternehmerischen Freiheiten, Steigerung der Abgaben und Steuern, Einmischung von Politik und Behörden im Arbeitsalltag der Unternehmen

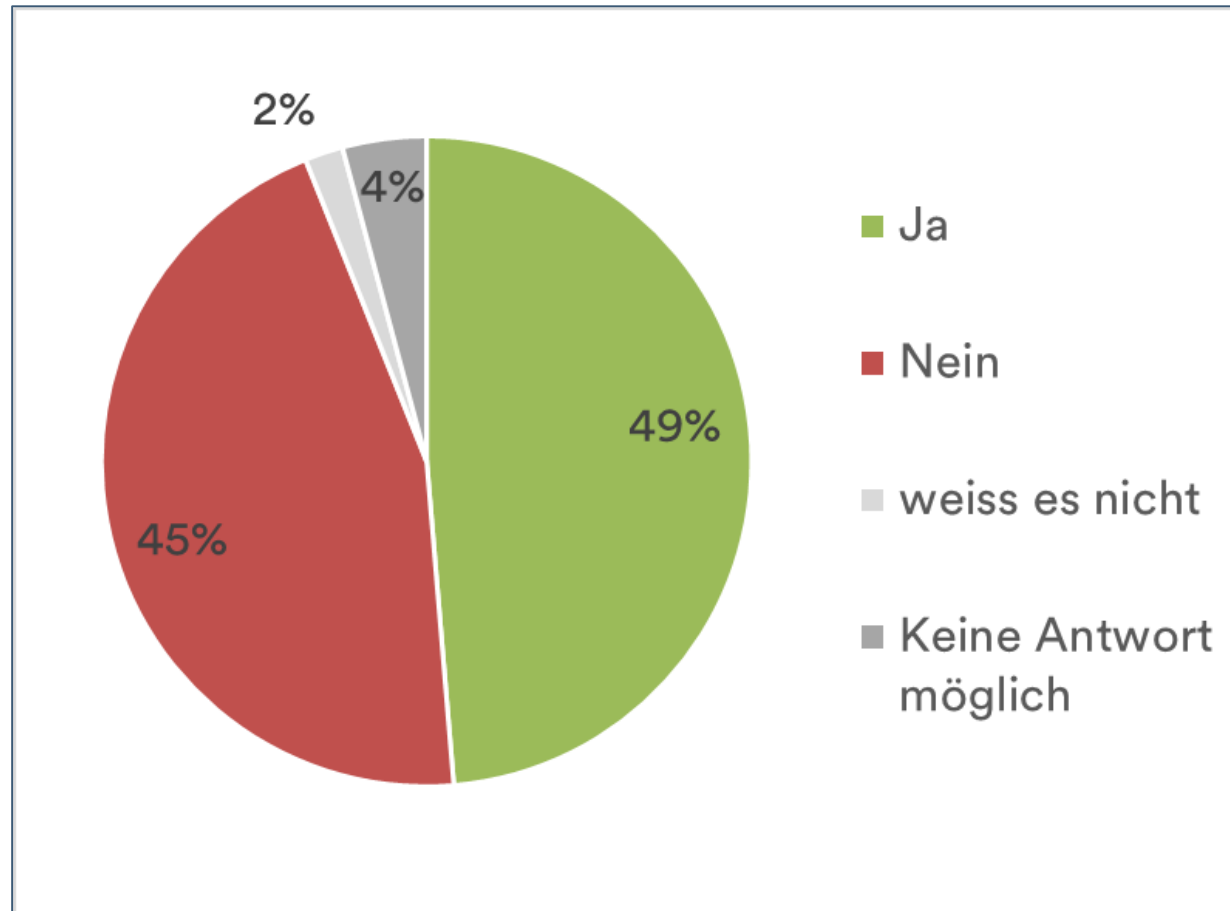


Politisches Engagement

Gründe dafür

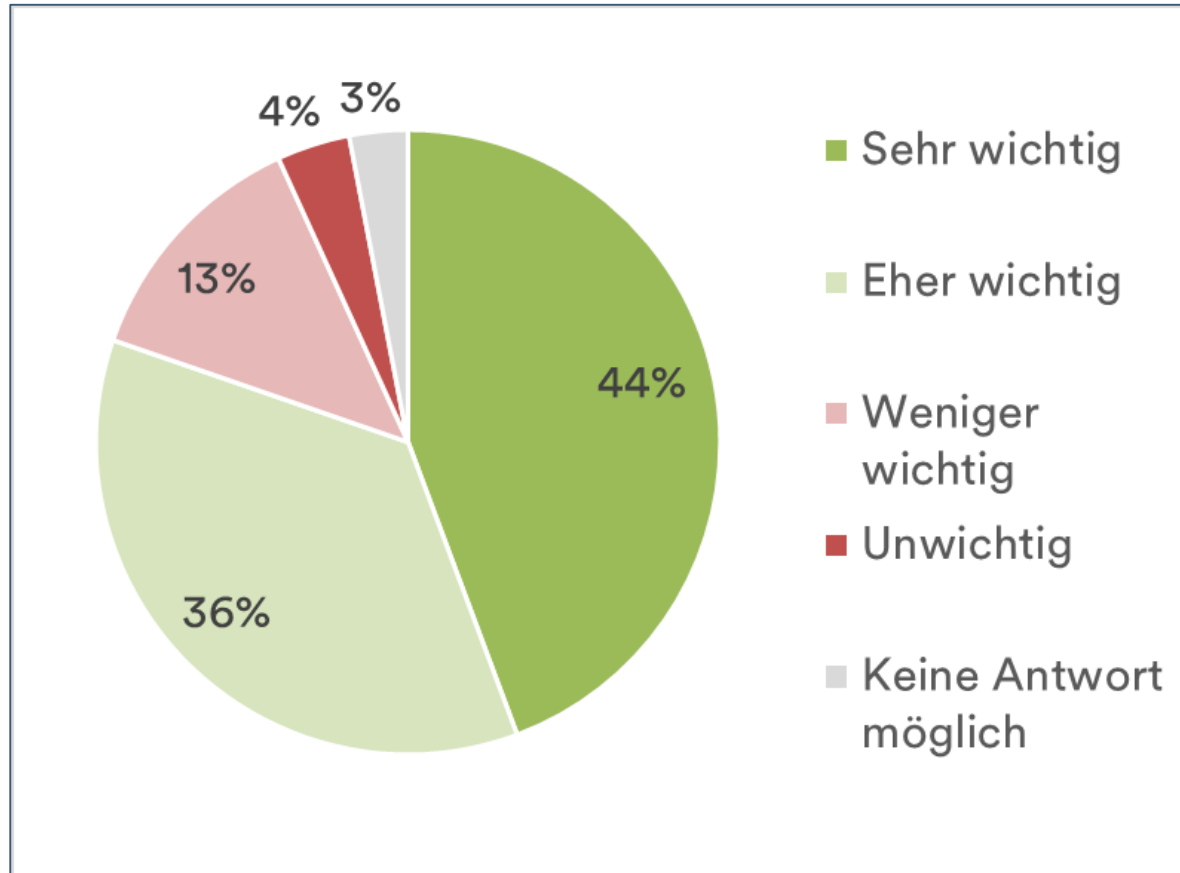
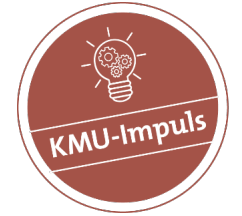
- Etwas bewirken und gestalten
- Unternehmensfreundliche Entscheide
- Netzwerk und Geselliges
- Freude an Zusammenarbeit
- Bekanntheit in der Öffentlichkeit
- Solidarität

Häufigkeit

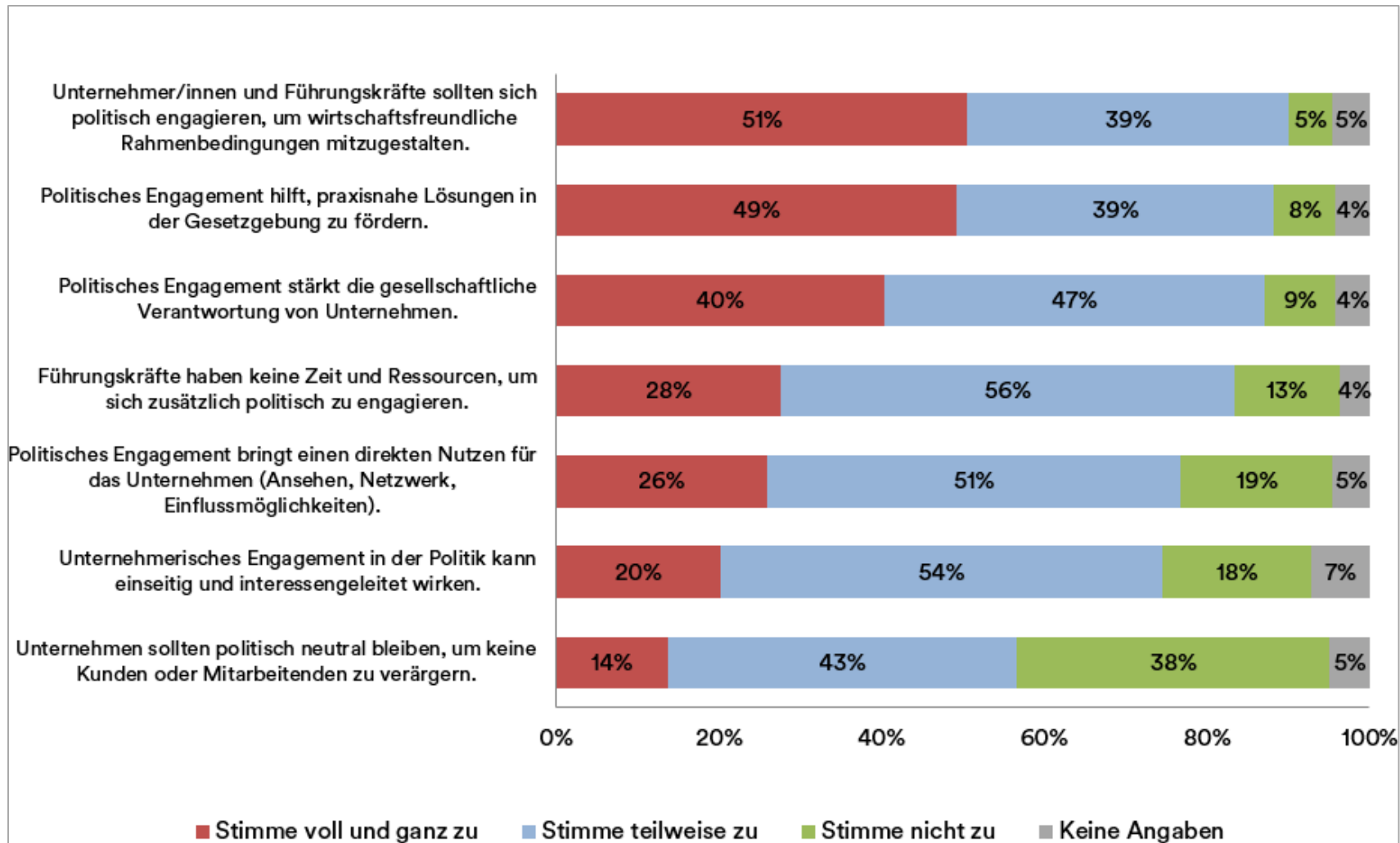
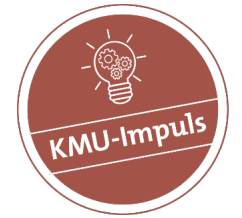


Engagieren Sie sich oder Führungskräfte Ihres Unternehmens derzeit politisch? (Gemeindeebene, Grosser Rat, Parteien und Verbände)

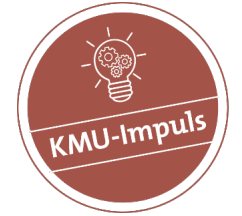
Wichtigkeit



Wie wichtig ist es aus Ihrer Sicht, dass sich Unternehmer/innen und Führungskräfte aktiv in politische Prozesse einbringen?



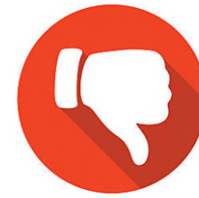
Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zum politischen Engagement von Unternehmer/innen und Führungskräften zu?



Argumente dafür und dagegen



- Etwas bewirken und gestalten
- Unternehmensfreundliche Entscheide
- Netzwerk und Geselliges
- Freude an Zusammenarbeit
- Bekanntheit in der Öffentlichkeit
- Solidarität



- Keine Zeit
- Ich kann nichts verändern
- Schadet mir als Unternehmer/in
- Ich bin kein/e Politiker/in



Fazit

- Engagement vorhanden
- Engagement wichtig und angesehen
- Wirtschaftsfreundliche Rahmenbedingungen mitgestalten
- Mehrwert für Unternehmen: Image und Netzwerk

Zeit bleibt Hürde: Zeit- und Ressourcenmangel sind zentrale Gründe für fehlendes Engagement.

Mehr Praxis. Weniger Theorie.

Wir suchen keine Träumer, sondern Macher.
Als Unternehmer/in für den Grossen Rat kandidieren.

Interessiert? www.dwgr.ch/wahlen26



**Dachorganisationen
Wirtschaft**

Graubünden | Grischun | Grigioni

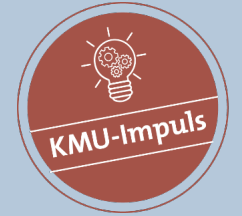
Bündner Gewerbeverband
Dachorganisation der gewerblichen Wirtschaft



•H•K•

Handelskammer und
Arbeitgeberverband
Graubünden

**HotellerieSuisse
Graubünden**



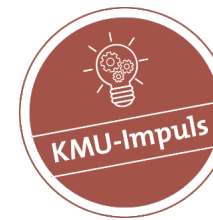
Podiumsdiskussion

Flepp Victor, Scrinaria Flepp SA

Hübner Franco, ARGO Stiftung

Schmed Reto, Hotel Alpina Breil/Brigels AG

Walder Vitus, Solpic AG



Abschluss



Anlass mit Netzwerkapéro

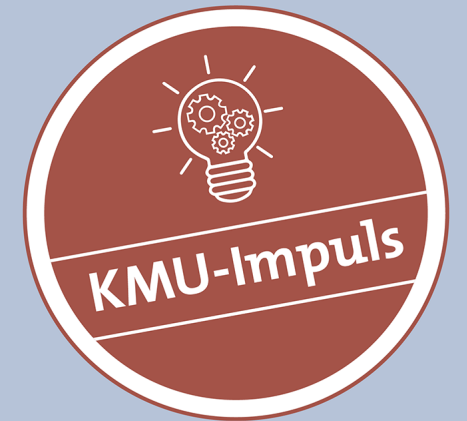
Innovationsprozess – von der Idee zum Markteintritt

1. Juni, 17.30 – 19.00 Uhr

Aula ibW Chur

Information und Anmeldung:

www.kmu-impuls.ch



Eine Veranstaltung von

HWSGR

Höhere
Wirtschaftsschule
Graubünden



Bündner Gewerbeverband
Unione grigione arti e mestieri
Uniun grischuna da mastergn

Sponsor



Höhere Fachschule
Südostschweiz

Presenting Partner



**Graubündner
Kantonalbank**

KMU-Impuls Seminare

Seminar

Outdoorseminar – 24h Leadership kompakt



Maienfeld | 12. – 13. Juni, 10.00 – 10.00 Uhr

20% Rabatt für BGV-Mitglieder
www.kmu-impuls.ch

HWSGR

Höhere
Wirtschaftsschule
Graubünden



Bündner Gewerbeverband
Unione grigione arti e mestieri
Unìun grischuna da mastergn

Seminar

New Work und Leadership in KMU



Chur | 6. Oktober, 08.30 – 17.00 Uhr

20% Rabatt für BGV-Mitglieder
www.kmu-impuls.ch

HWSGR

Höhere
Wirtschaftsschule
Graubünden



Bündner Gewerbeverband
Unione grigione arti e mestieri
Unìun grischuna da mastergn

Herzlichen Dank

Presenting Partner:



**Graubündner
Kantonalbank**

Eine Veranstaltung von:



Bündner Gewerbeverband
Unione grigione arti e mestieri
Uniuin grischuna da mastergn

HWSGR

Höhere Wirtschaftsschule
Graubünden

