

Erfolgreiches Arbeitgebermarketing

Informationsanlass mit Apéro
27. November 2024, 17.30 – 19.00 Uhr
ibW Chur

Infos und Anmeldung
www.kmu-impuls.ch

KMU-Impuls
regio

Eine Veranstaltung von

Bündner Gewerbeverband
Unione grigionese delle arti e mestieri
Unìun grischuna d'artisanadi e mastergn



HWSGR

Höhere
Wirtschaftsschule
Graubünden



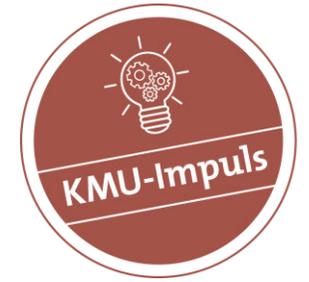
Presenting Partner

ibW
Höhere Fachschule
Südostschweiz



**Graubündner
Kantonalbank**

AGENDA



1. Begrüssung: Adrian Ciardo, HWSGR
2. Einstiegsreferat «**Wie Arbeitgeber in Graubünden auf den Arbeitskräftemangel reagieren**»
Maurus Blumenthal BGV
3. **Praxisbeispiel:** *Melanie Salis, Leiterin Campus Zindel United und Johanna Burgener, Marketing Zindel United*
4. Referat «**Arbeitgeberattraktivität: Employer Branding als Strategie**»
Alexander Villiger, Leiter Personal GKB & Nadine Caplazi, HR Business Partner GKB
5. **Praxisbeispiel:** *Manuel Stadler, Lead Talent Attraction & Sourcing Inventx*
6. Referat «**Marke und Kampagne als Instrumente des Employer Branding**»
Pascal Faeh, Inhaber Kommunikationsagentur Faeh und Faeh
7. **Praxisbeispiel:** *Jamie Rizzi, Gastgeber Schweizerhof Lenzerheide*
8. Abschluss: Victor Zindel, Region Plessur



Wie Arbeitgeber in Graubünden auf den Arbeitskräftemangel reagieren?

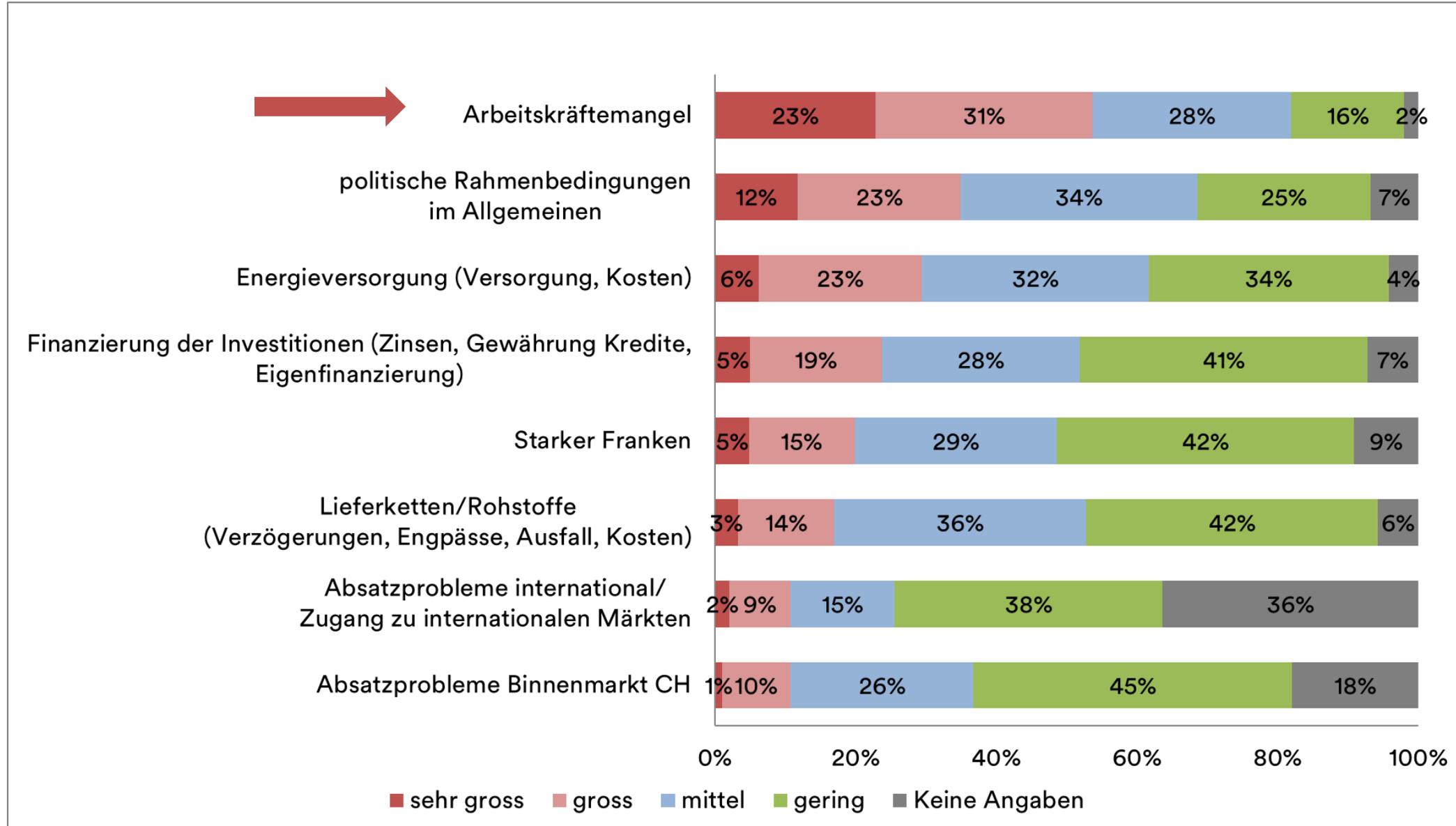
Maurus Blumenthal, Direktor Bündner Gewerbeverband

Programm

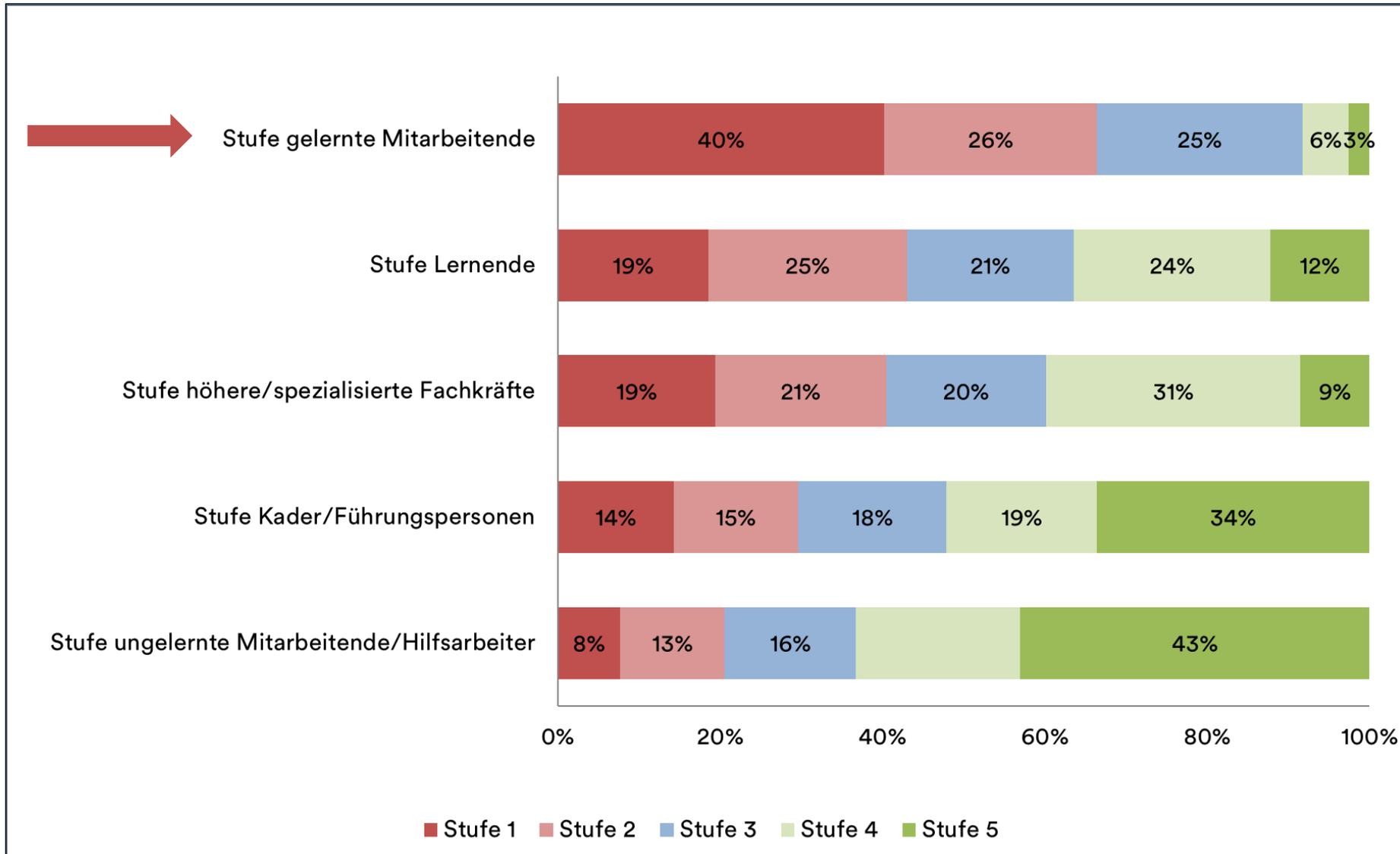


1. Was sind die Gründe?
2. Was sind die Konsequenzen?
3. Was sind Lösungsansätze?
4. Wie reagieren Arbeitgeber?

Herausforderungen Wirtschaft



Arbeitskräftemangel



Lücke von 30'000 Arbeitskräften



Bis 2040

- brauchen wir **20'000 mehr** Arbeitskräfte als heute
- haben wir **10'000 weniger** Arbeitskräfte als heute
- jede **vierte Stelle** kann dann nicht besetzt werden



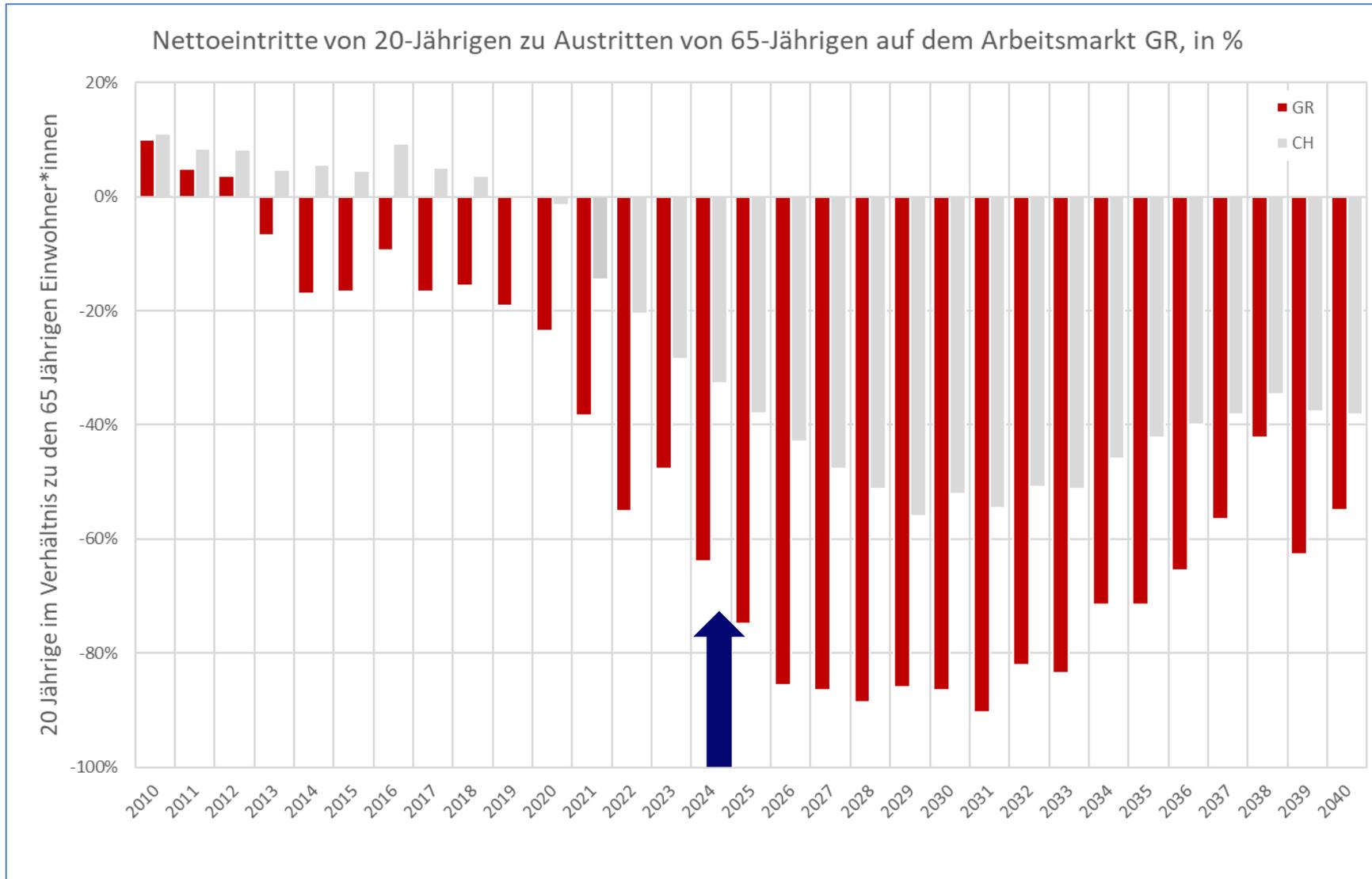
1. Was sind die Gründe?

Ursachen Teil 1

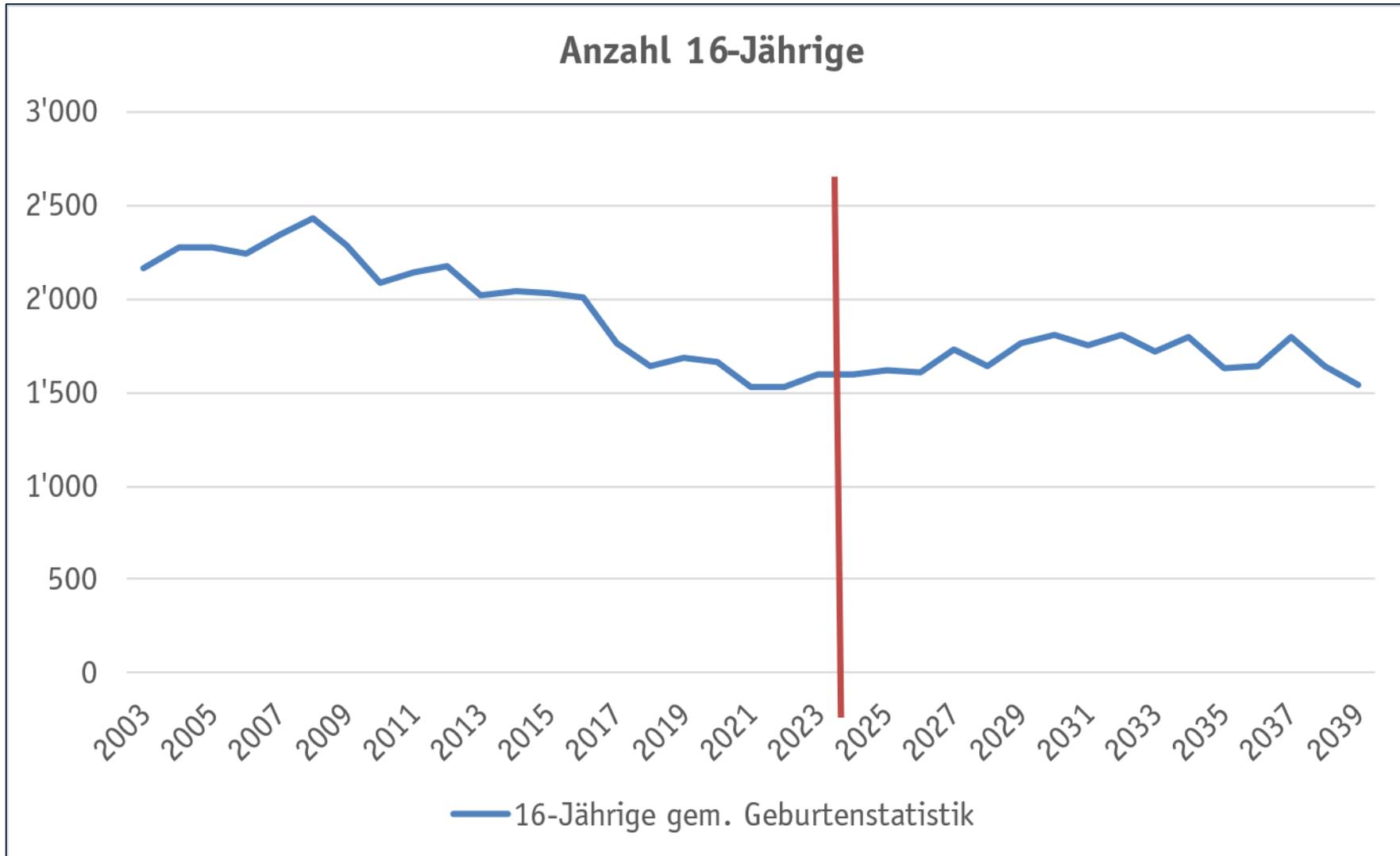
- Demografie
- Abwanderung
- Gute wirtschaftliche Entwicklung



Demografie



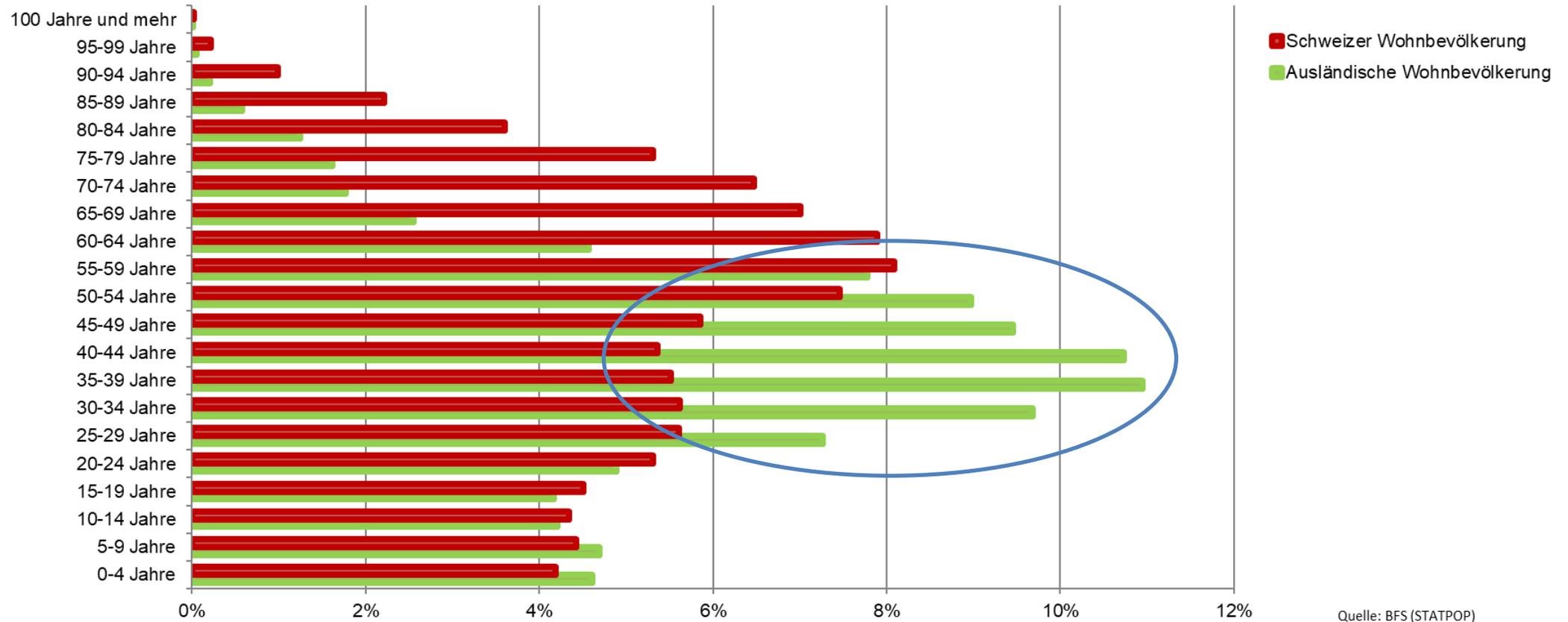
Demografie



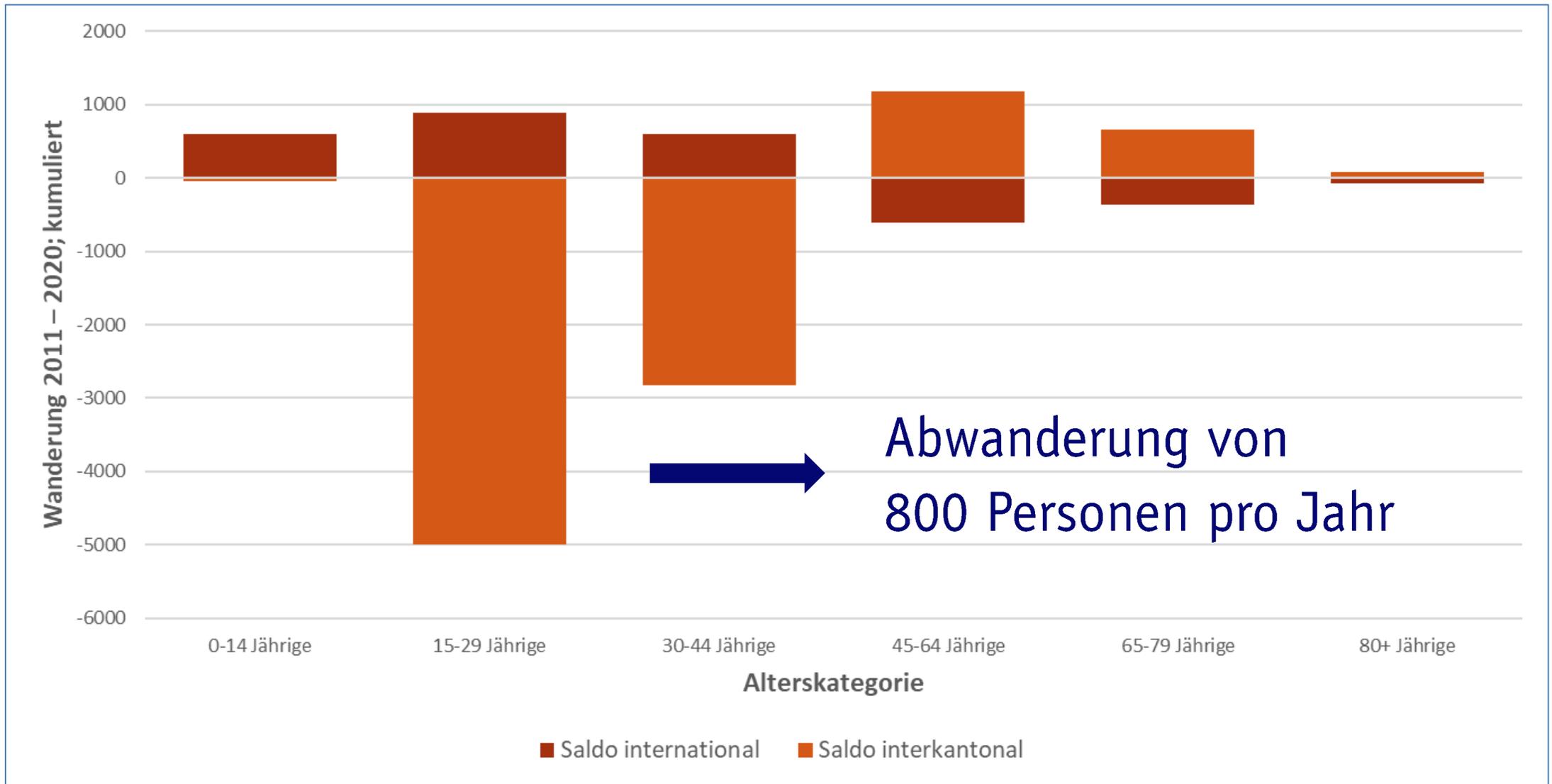
Demografie



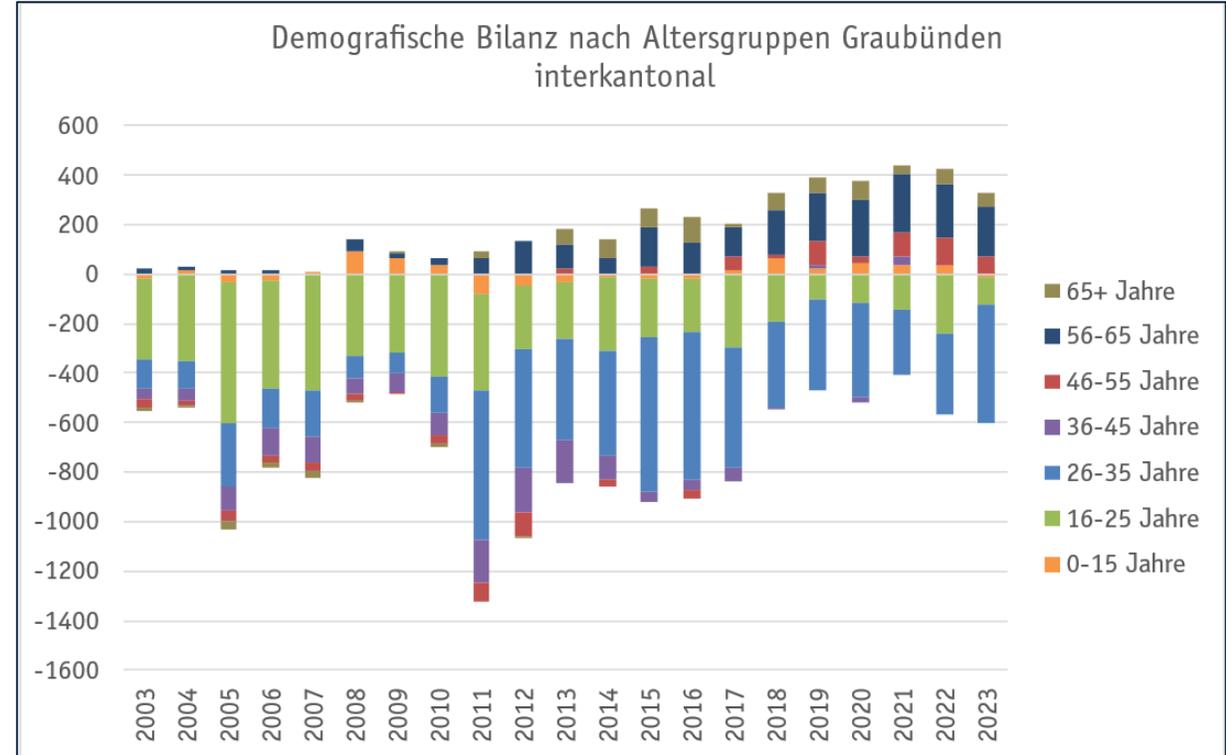
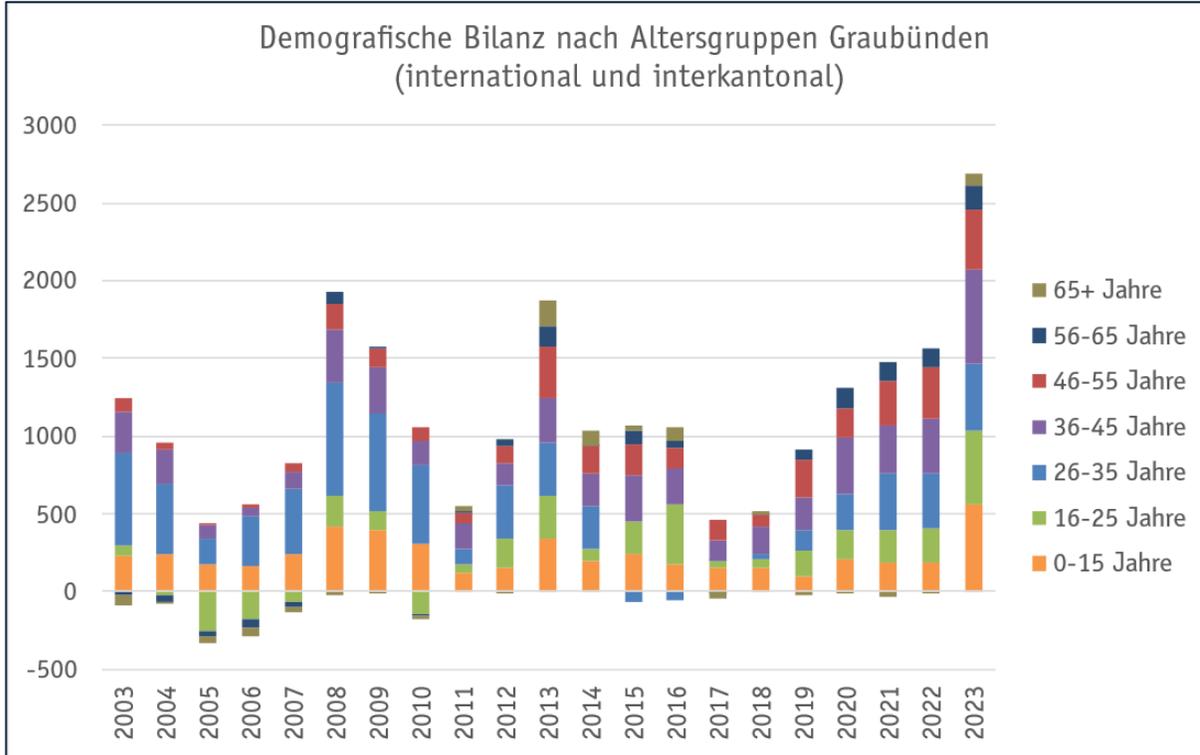
Altersstruktur der ständigen Wohnbevölkerung per Ende 2021



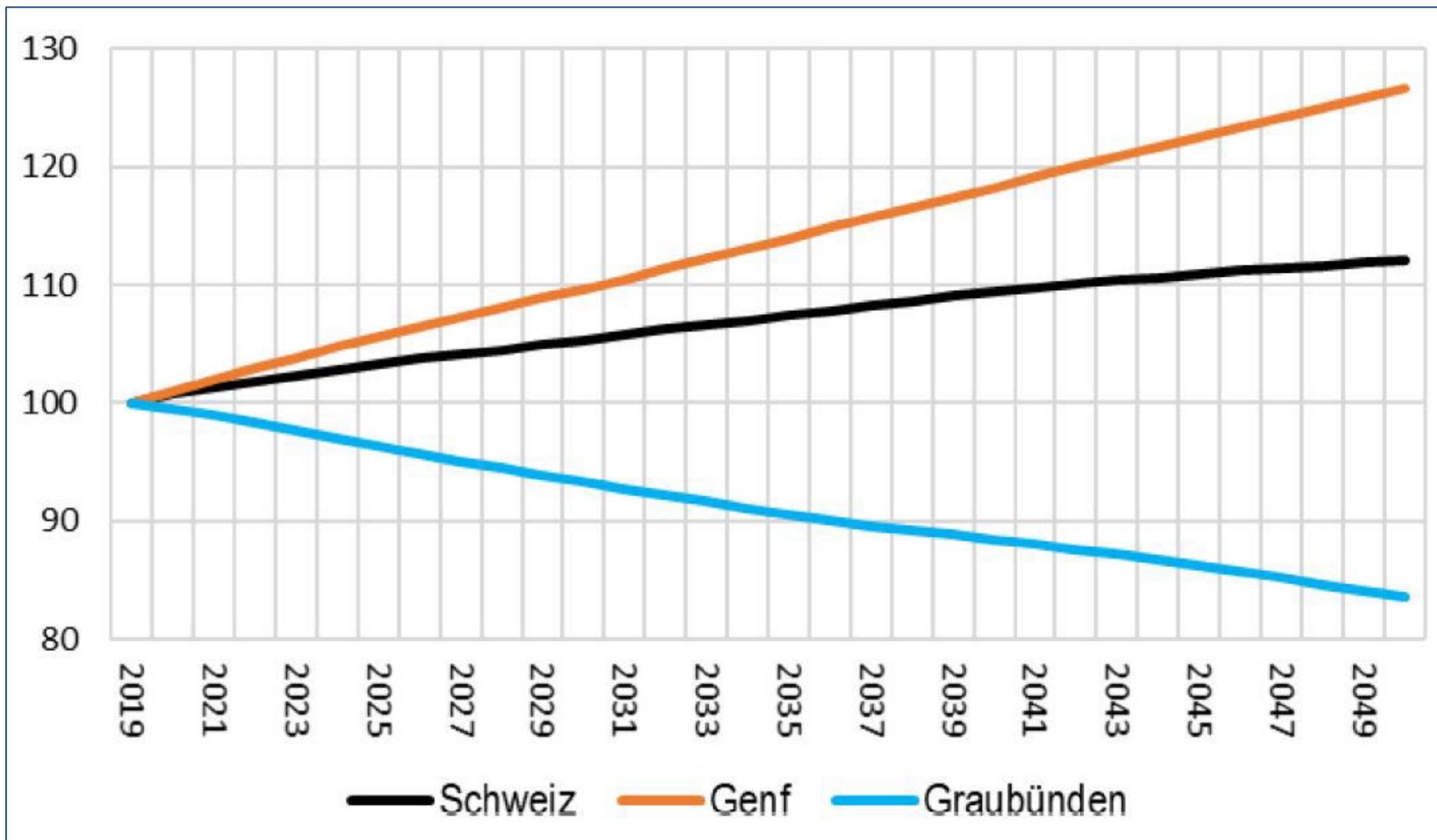
Abwanderung



Abwanderung/Zuwanderung



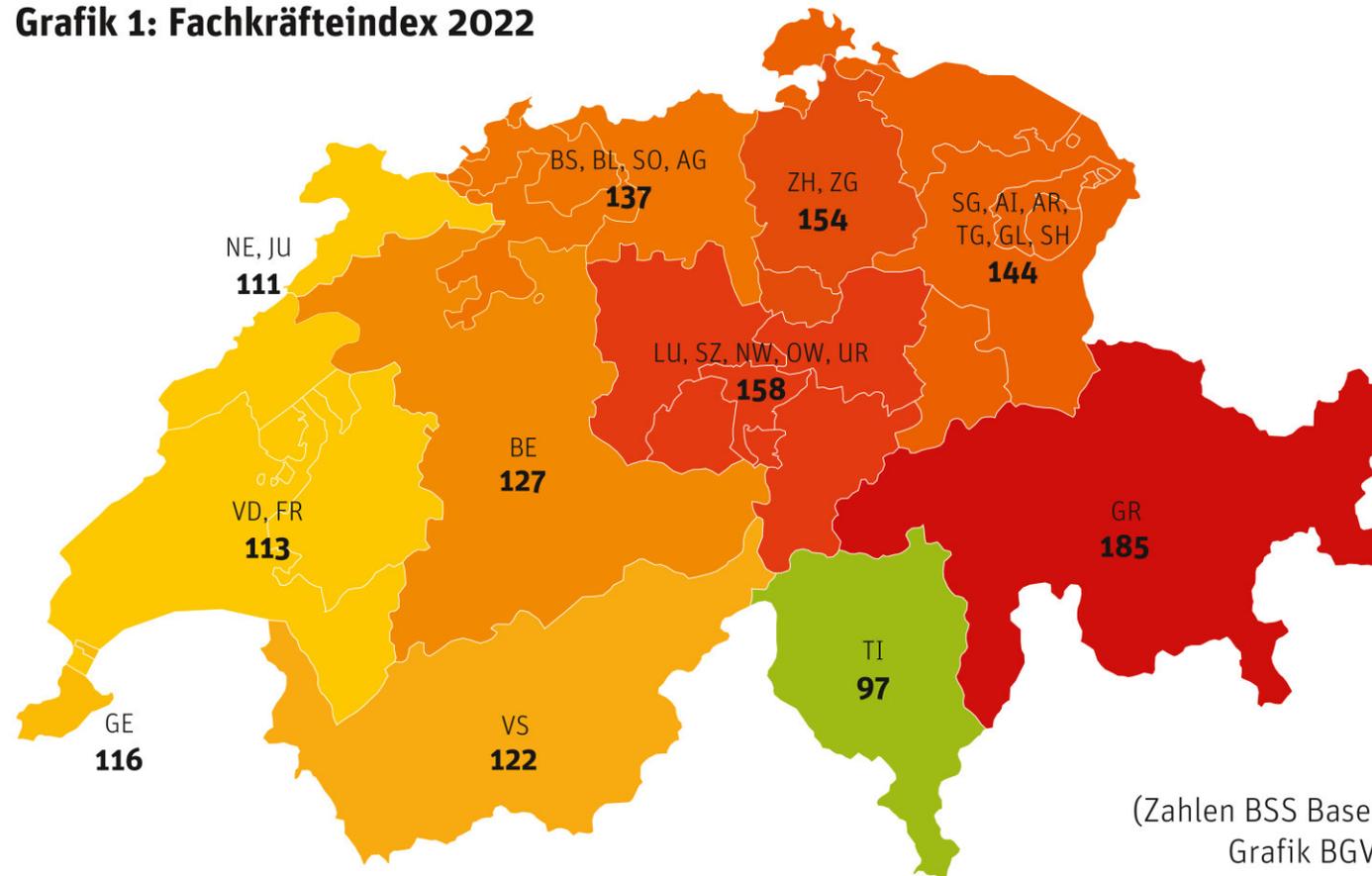
Erwerbsbevölkerung



Schlusslicht Fachkräfteindex



Grafik 1: Fachkräfteindex 2022



(Zahlen BSS Basel, Grafik BGV)

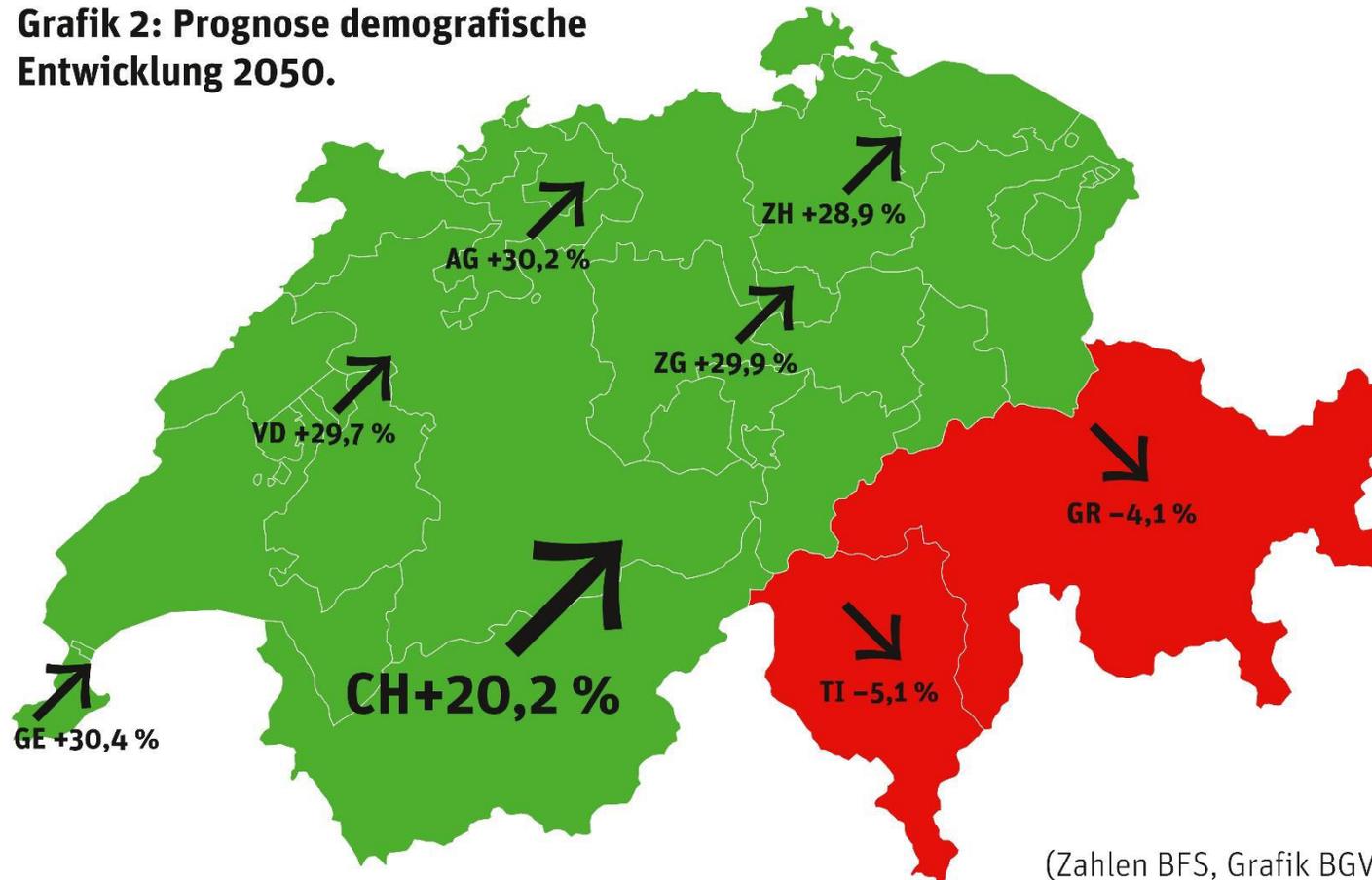
100 = Fachkräftesituation 2010, ganze Schweizer Wirtschaft
Je höher der Wert, desto grösser der Fachkräftemangel



Schlusslicht Demografie



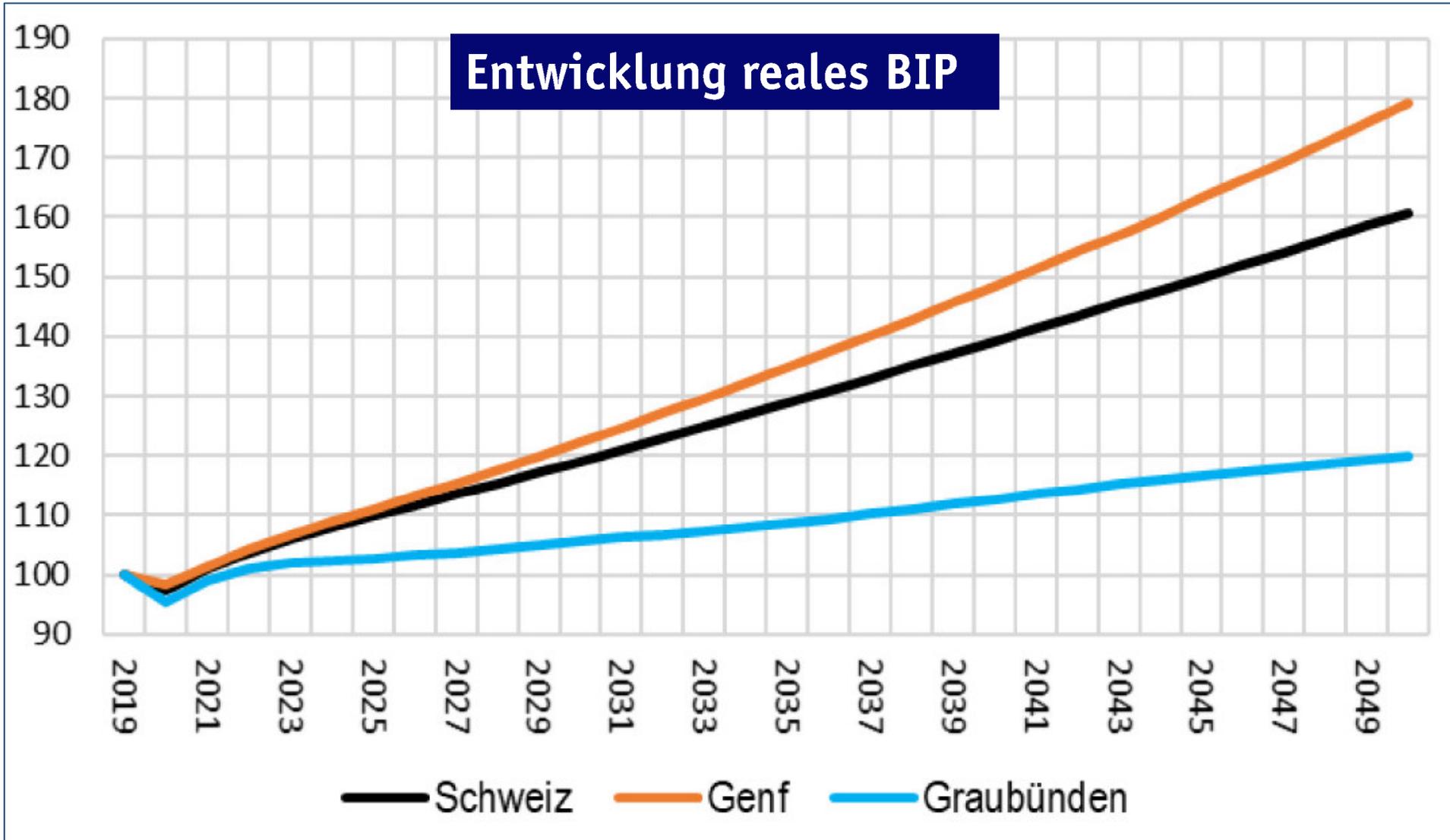
Grafik 2: Prognose demografische Entwicklung 2050.



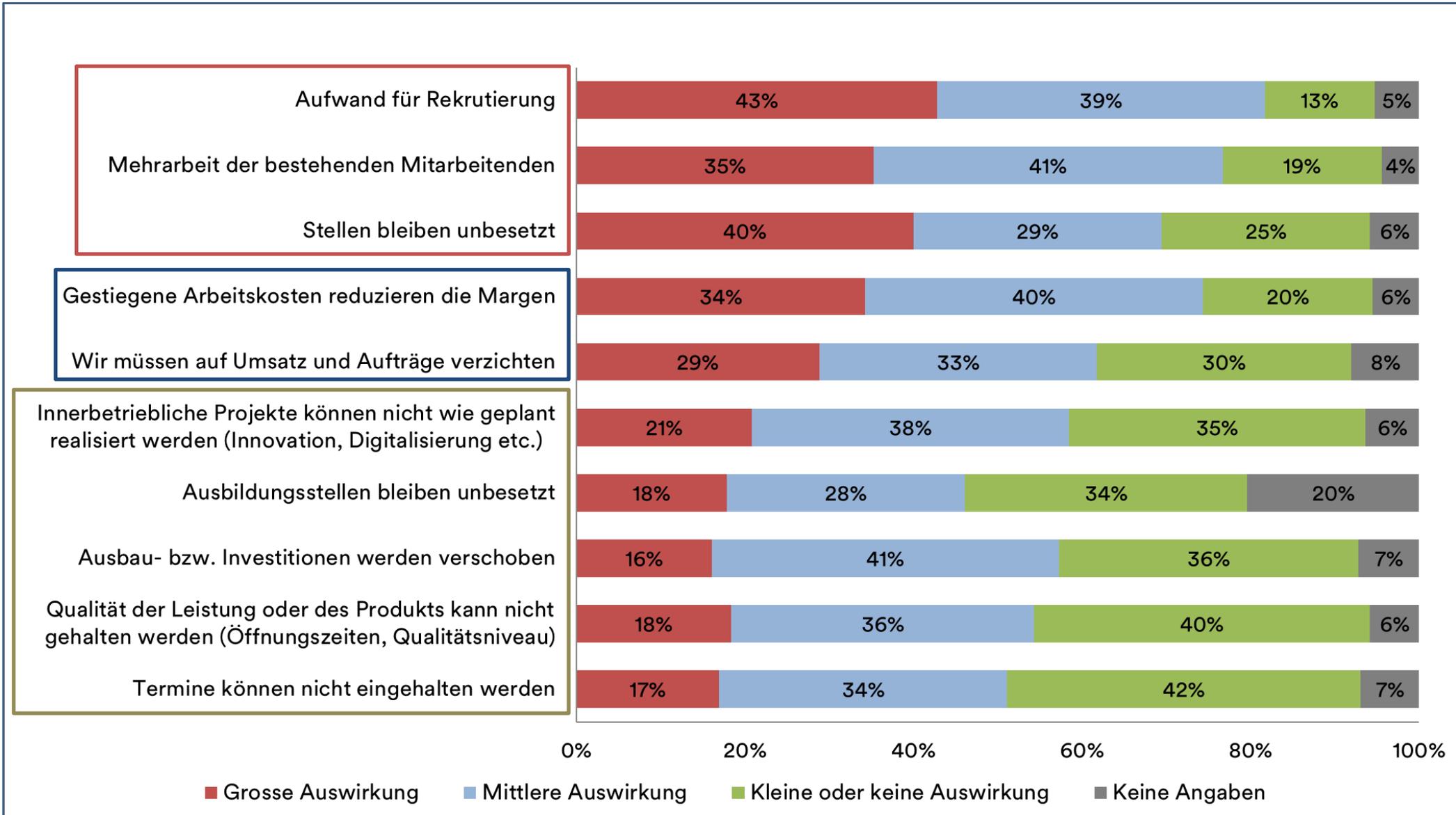


Was sind die Konsequenzen?

Konsequenzen Volkswirtschaft



Konsequenzen Betrieb





Arbeitnehmermarkt



Was sind mögliche Lösungsansätze?

Welche Lösungen gibt es?

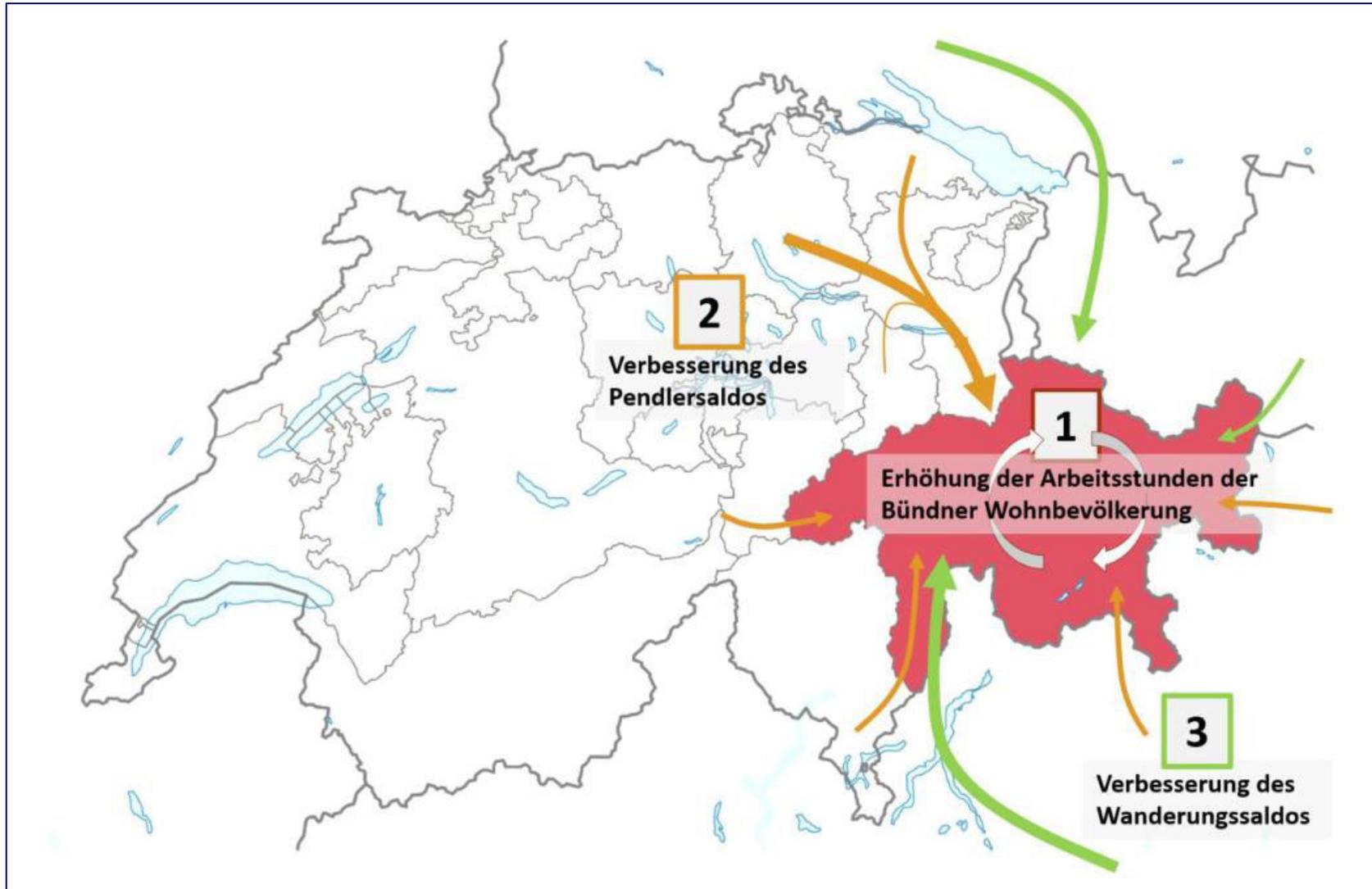


1. Mit weniger Mitarbeitenden auskommen
2. Die Erwerbsbevölkerung erhöhen

→ Anpassungsfähigkeit und Innovation der Unternehmen

→ Gute wirtschaftliche Rahmenbedingungen und Förderungen
Arbeits- und Wohnstandort Graubünden

Erhöhung Erwerbsbevölkerung



Ausschöpfung Potenzial



- Pensionierte
- Erhöhung Beschäftigungsgrad (Frauen ↑, Teilzeit ↓)
- Wiedereingliederung
- Eingliederung (Jugendliche und Migranten)

→ Aus- und Weiterbildung sowie Umschulung stärken



Steuerliche Anreize für Vollzeitarbeit und Arbeit ab 65

Steigerung Attraktivität GR



- Abwanderung bremsen
 - Zuwanderung erhöhen
- **Graubünden als Arbeits- und Wohnort positionieren**



Steigerung Attraktivität GR

- Wohnraum
- Steuern
- Aus- und Weiterbildung
- Attraktive Freizeitangebote
- Vereinbarkeit von Arbeit und Familie

→ **Attraktive Arbeitgeber**





Mehr Föderalismus in der Raumplanung



Wie reagieren Arbeitgeber?

Sicht Unternehmen



- Arbeitskräftemangel ist **Herausforderung** und **Chance** zugleich
- Was die Privatwirtschaft ausmacht, ist der **effiziente Umgang mit knappen Ressourcen**, sofern die staatlichen Rahmenbedingungen stimmen.
- 2 Optionen: **Mitarbeitende gewinnen** und halten und **mit weniger Mitarbeitenden** auskommen

Massnahmen Betriebe



Schweizer Firma setzt fürs Recruiting auf 40 verschiedene Arbeitsmodelle

Publiziert 23. August 2022, 14:15

Thomann Nutzfahrzeuge hat seine Arbeit so stark individualisiert, dass es in der Firma nun rund 40 Arbeitsmodelle gibt. Das sei bemerkenswert, sagt ein Personalexperte.



von
Marcel Urech



Einer von 6000: Lasave AG

New Work und Nachhaltigkeit beim Plattenleger

Seit 1978 verlegt die Lasave AG aus La Punt Chamues-ch in Häusern und Hotels im Oberengadin Keramik- und Natursteinplatten. Die meisten Natursteinplatten kommen aus Graubünden und der näheren Umgebung. In der Keramikwelt ist Italien und Spanien führend. Das Team ermöglicht fast alle Wünsche und

gelernt, ist gleich alt wie ich und wir sind wie Brüder. Das ist heute noch eine sehr bereichernde und kreative Zusammenarbeit.»

Individuelle Kundenwünsche

Manche Kunden haben spezielle Steinplatten-Wünsche, welche nicht aus der Umgebung kommen. Nadja sagt: «Wir erfüllen



Einer von 6000: Lanicca AG

Digitalisierung und Automatisierung in der Schreinerei

Individuelle und massgeschneiderte Lösungen sind die Kornkompetenz der Schreiner Lanicca – ihr Motto ist entsprechend: «Sie haben die Idee, wir die Lösung.» Weil die Kunden online einkaufen und zu wenig gut qualifizierte Schreiner auf dem Arbeitsmarkt zu finden sind, setzt der Inhaber Domenic Lanicca vermehrt auf Automatisierung und Digitalisierung. Die Kunden können ihre Möbel online selber individuell zusammenstellen und dank der CNC-Maschine hat er einen «Mitarbeitenden» mehr in der Werkstatt.

spannt, wie es weitergeht», sagt Lanicca. Das Angebot soll aufgrund der Kundenwünsche weiterentwickelt werden. Der Möbel-Onlineshop ist ein Produkt eines Holzproduzenten mit den entsprechenden Schnittstellen, auch zu seiner neuen CNC-Maschine.

Anschaffung einer CNC-Maschine

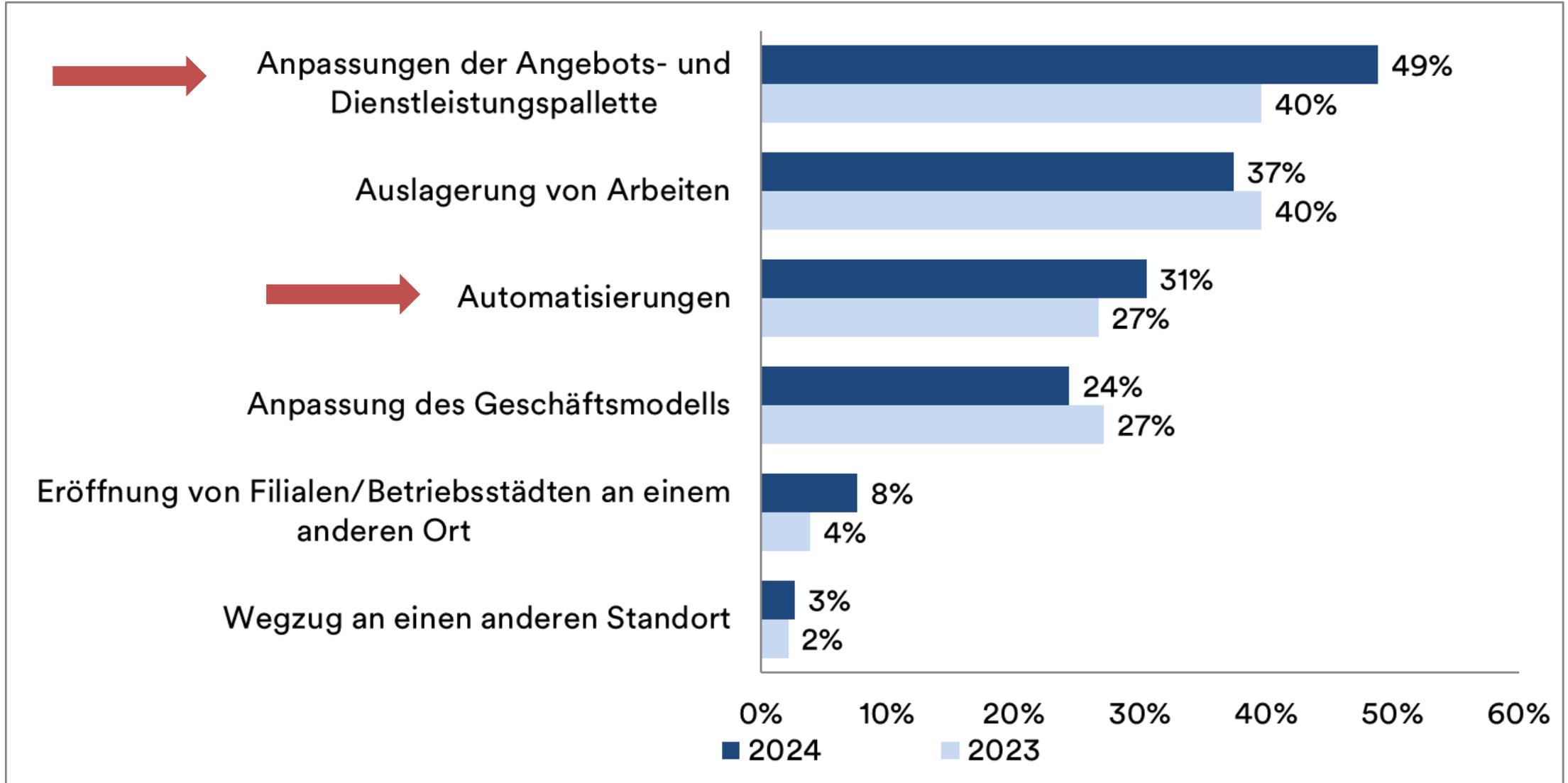
Bisher wollte Lanicca immer in Mitarbeitende investieren anstatt in eine CNC-Maschine. Seit einem Jahr hat er nun aber auch eine CNC-Maschine im Betrieb stehen. Der Grund war, dass auch er, wie viele andere Betriebe im Kanton, Möhe hat, gut ausgebildete Mitarbeitende zu finden. «Die Maschine ersetzt einen Mitarbeitenden,



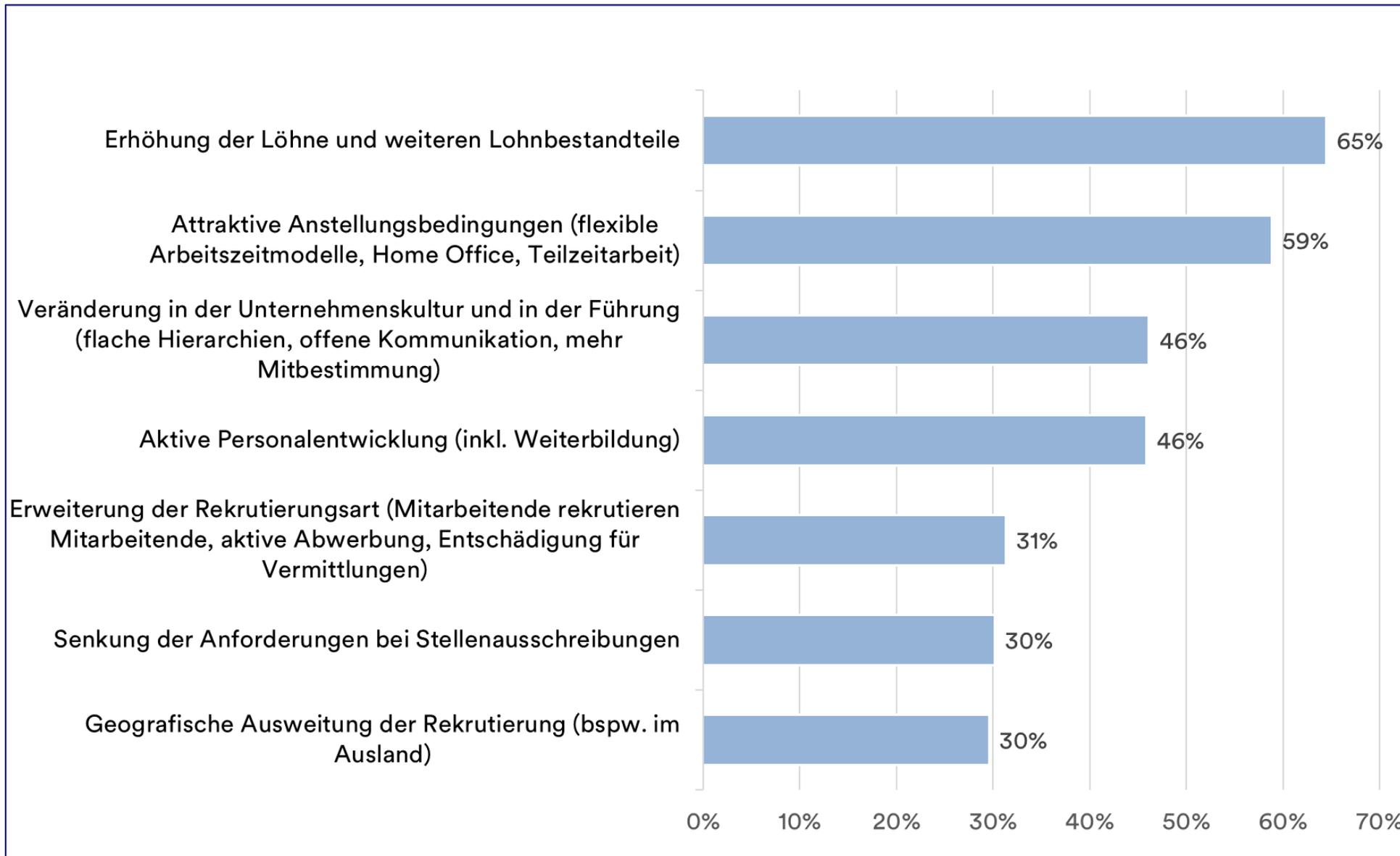
Domenic Lanicca vor der CNC-Maschine.

sg. Bereits als Kind bastelte Domenic Lanicca viel mit Holz. In der Oberstufe war

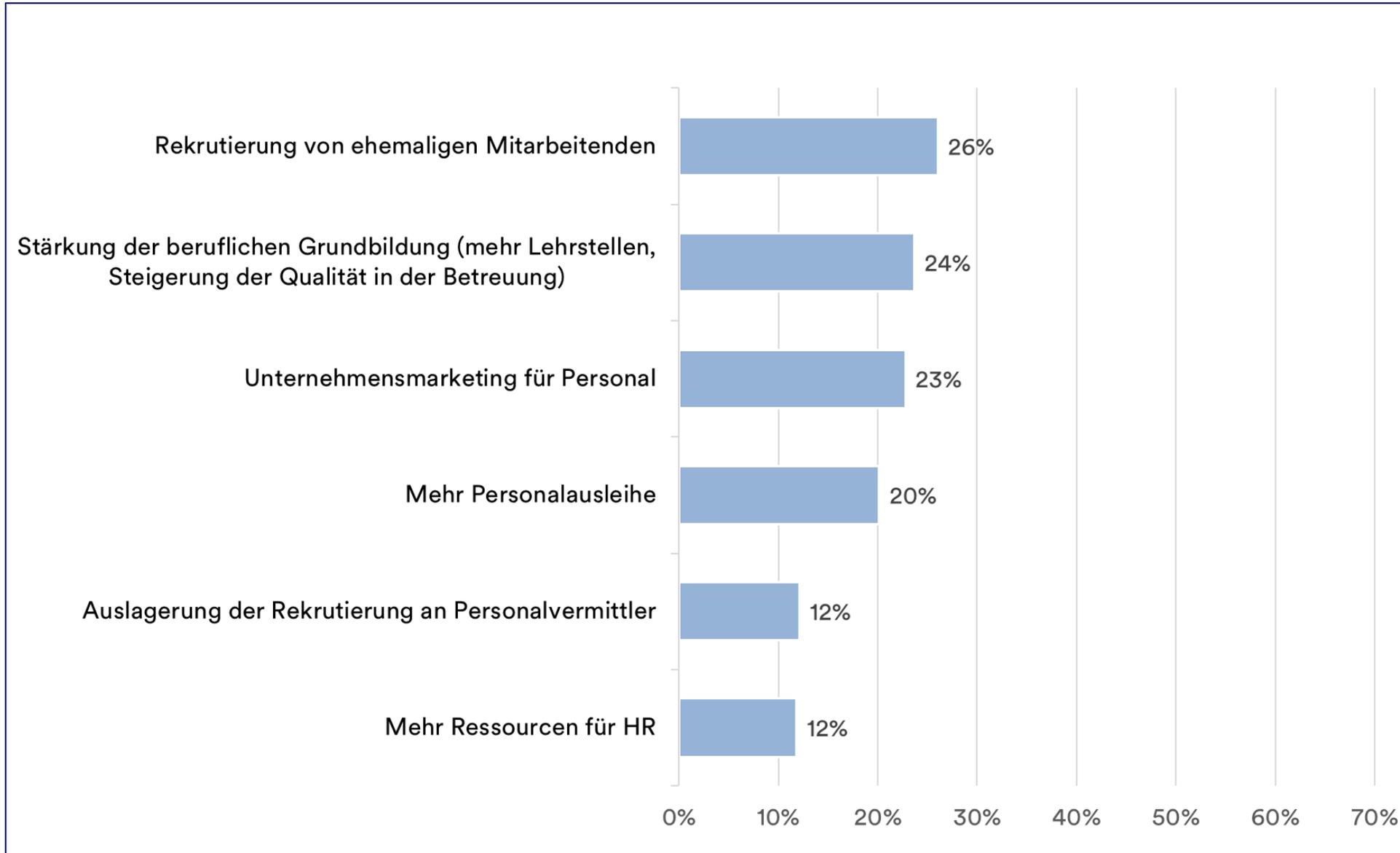
Massnahmen Betrieb



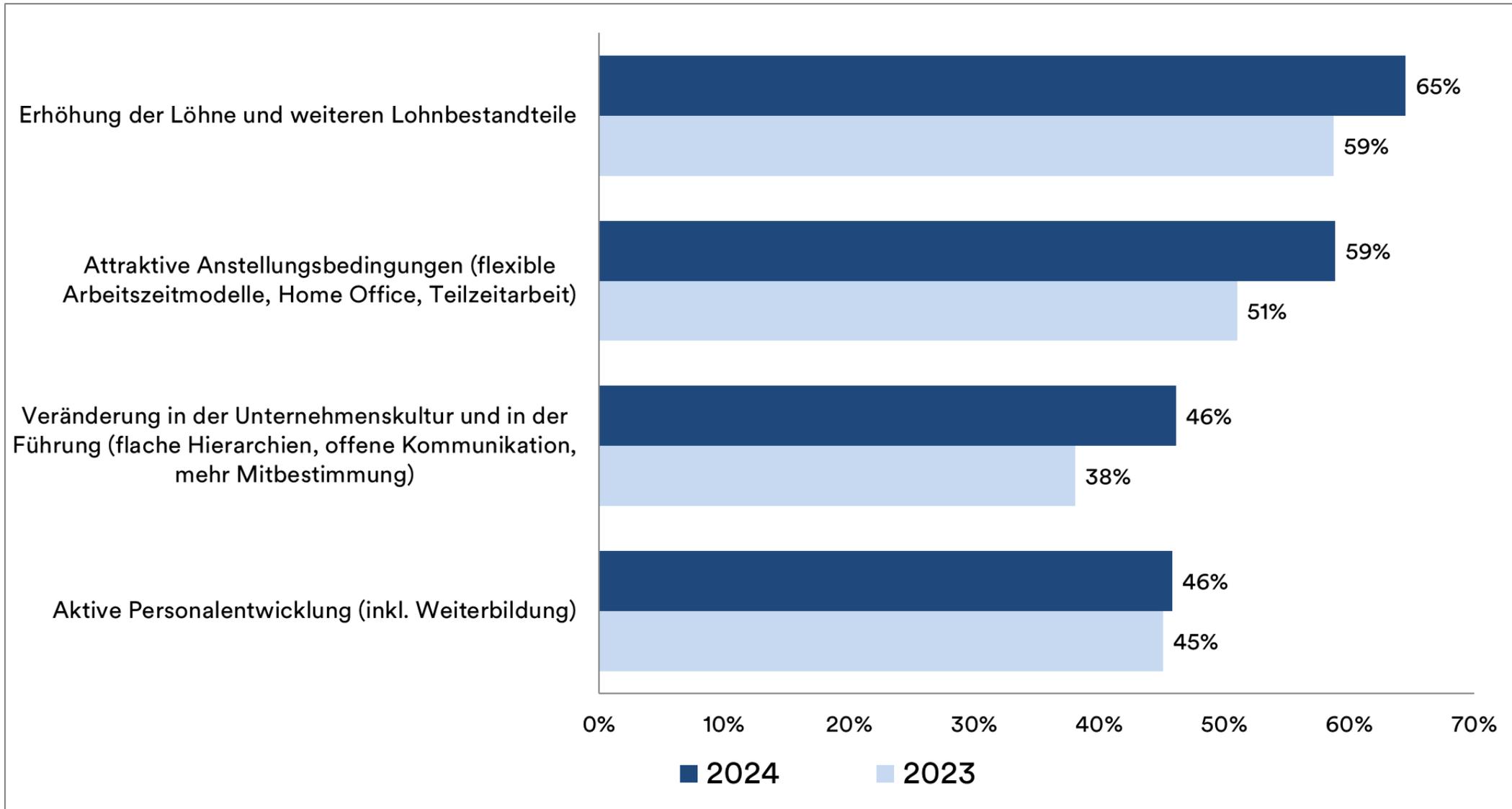
Massnahmen Personal I



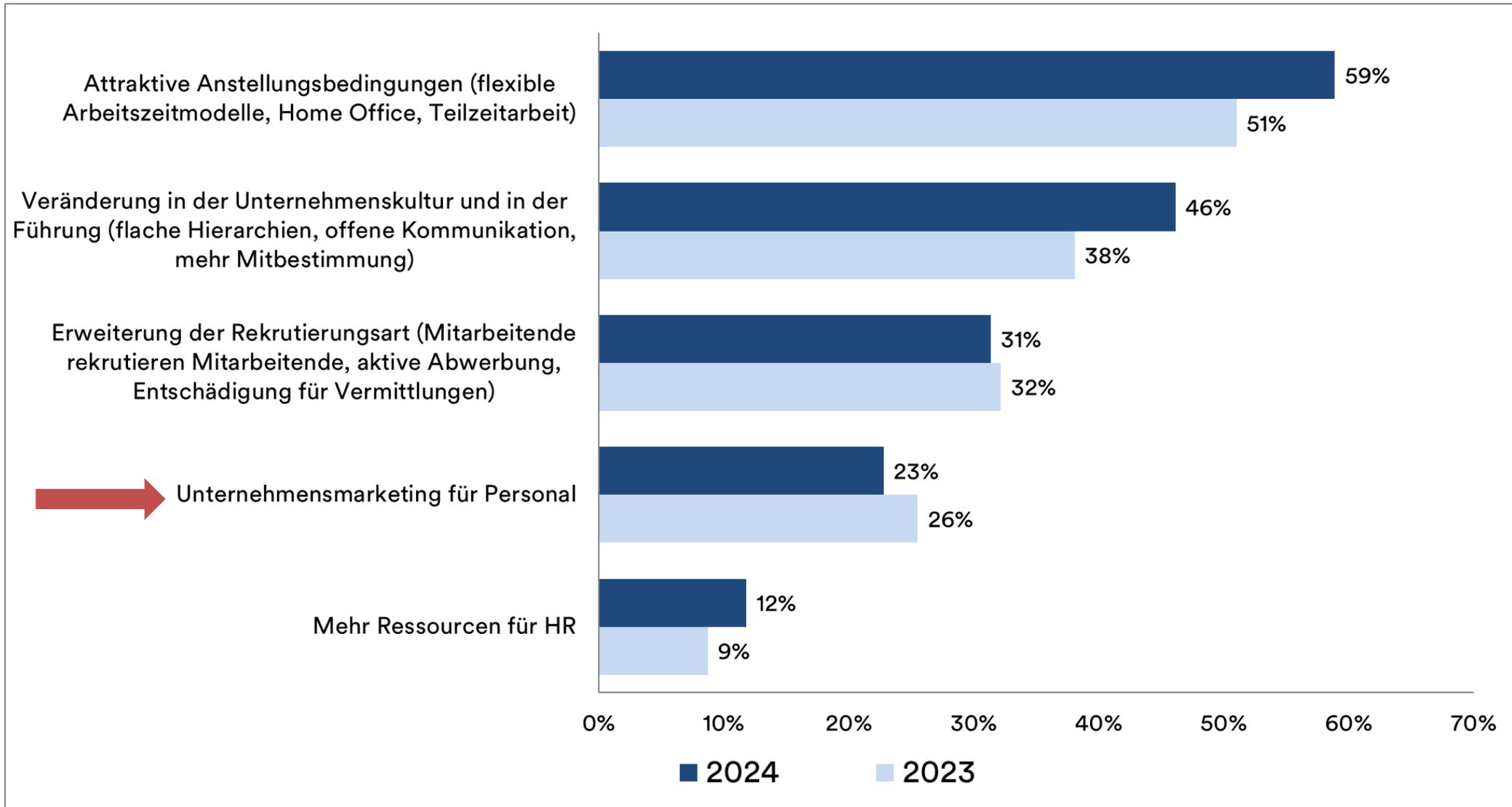
Massnahmen Personal II

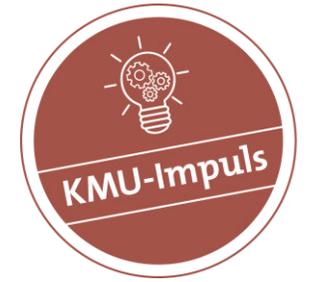


Veränderungen



Massnahmen Employer Branding





Praxisbeispiel Zindel United

Melanie Salis, Leiterin Campus Zindel United

&

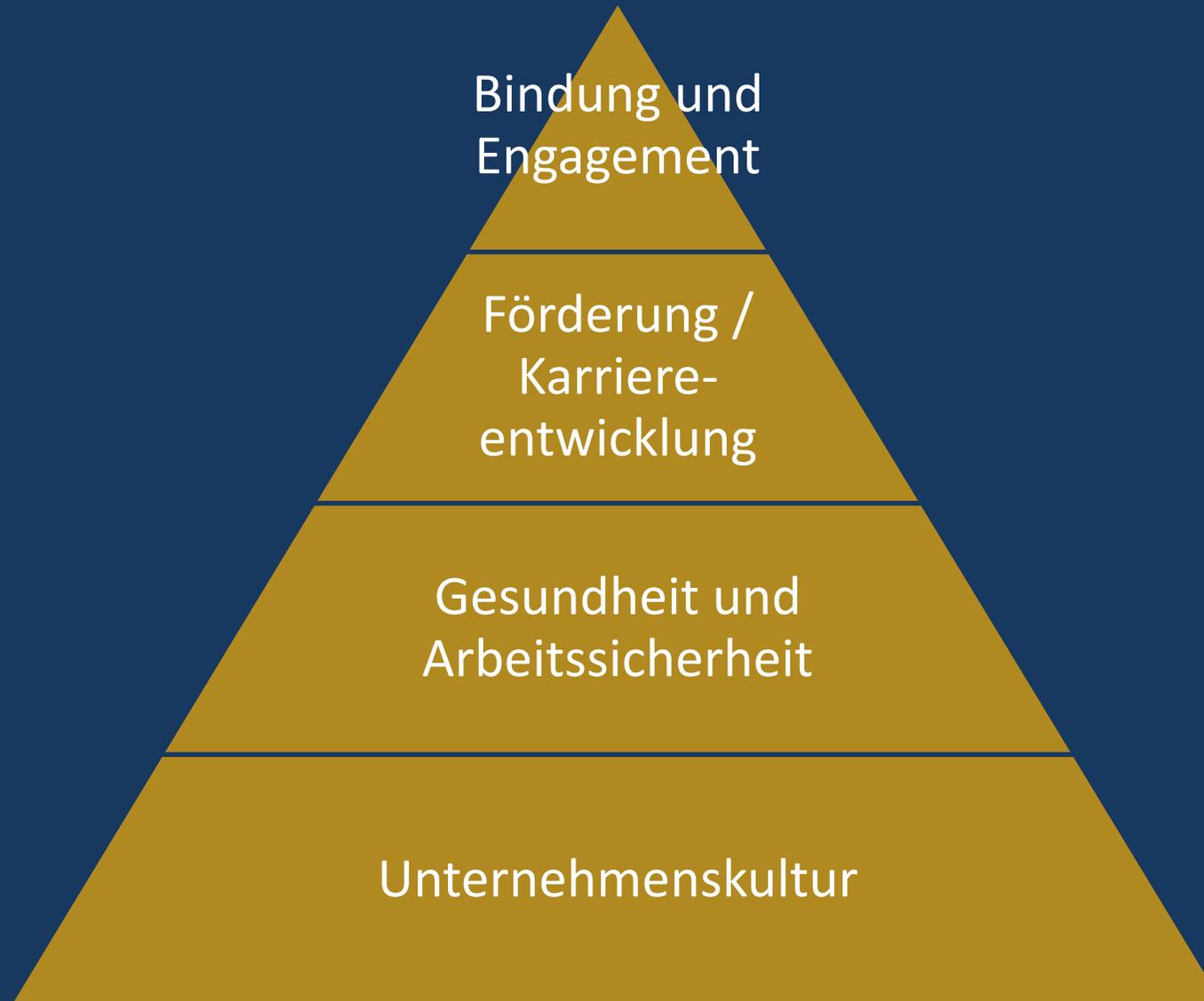
Johanna Burgener, Marketing Zindel United

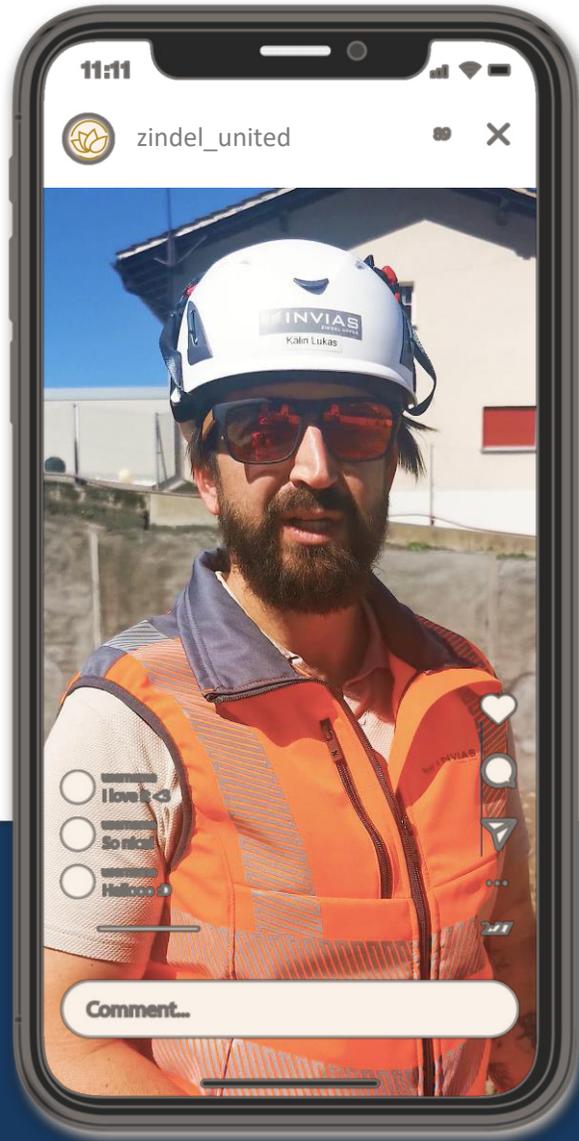


ZINDEL

UNITED

MENSCHEN IM MITTELPUNKT

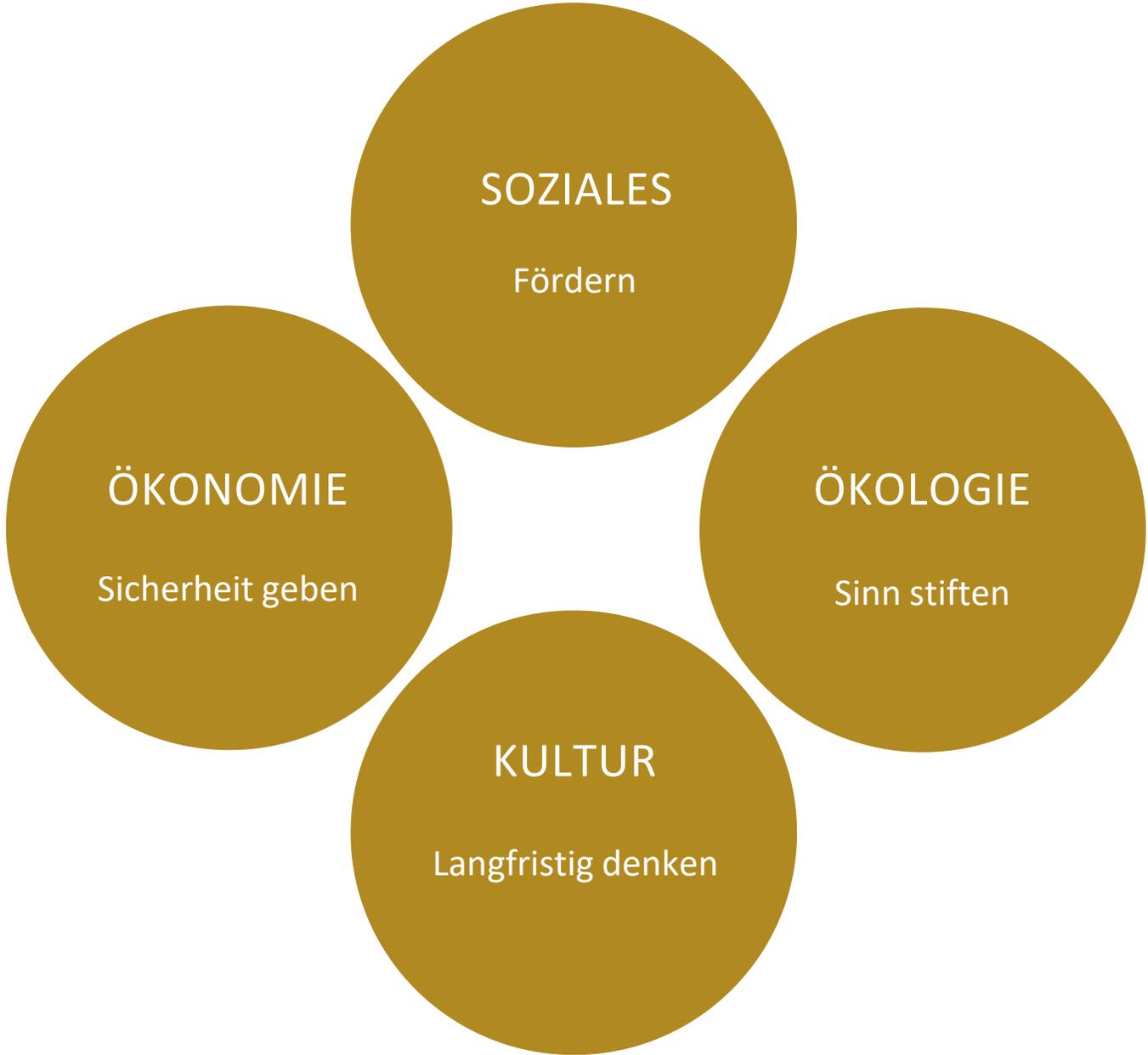




Lukas Kälin
Projektleiter Planung/Entwicklung

BEGEISTERUNG





VERTRAUEN

DYNAMIK



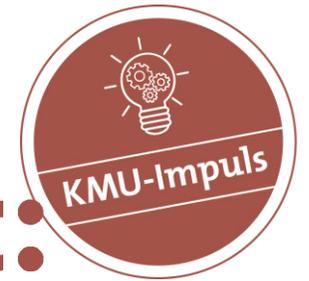
DYNAMIK





MENSCHEN IM MITTELPUNKT.

«Arbeitgeberattraktivität: Employer Branding als Strategie»



Alexander Villiger, Leiter Personal GKB
&
Nadine Caplazi, HR Business Partner

Employer Branding @Graubündner Kantonalbank



Nadine Caplazi
Daniel Bärtsch
Alex Villiger

Übersicht

1

Bedeutung einer starken Arbeitgebermarke

2

Aufbau einer Arbeitgebermarke

3

Positionierung einer Arbeitgebermarke

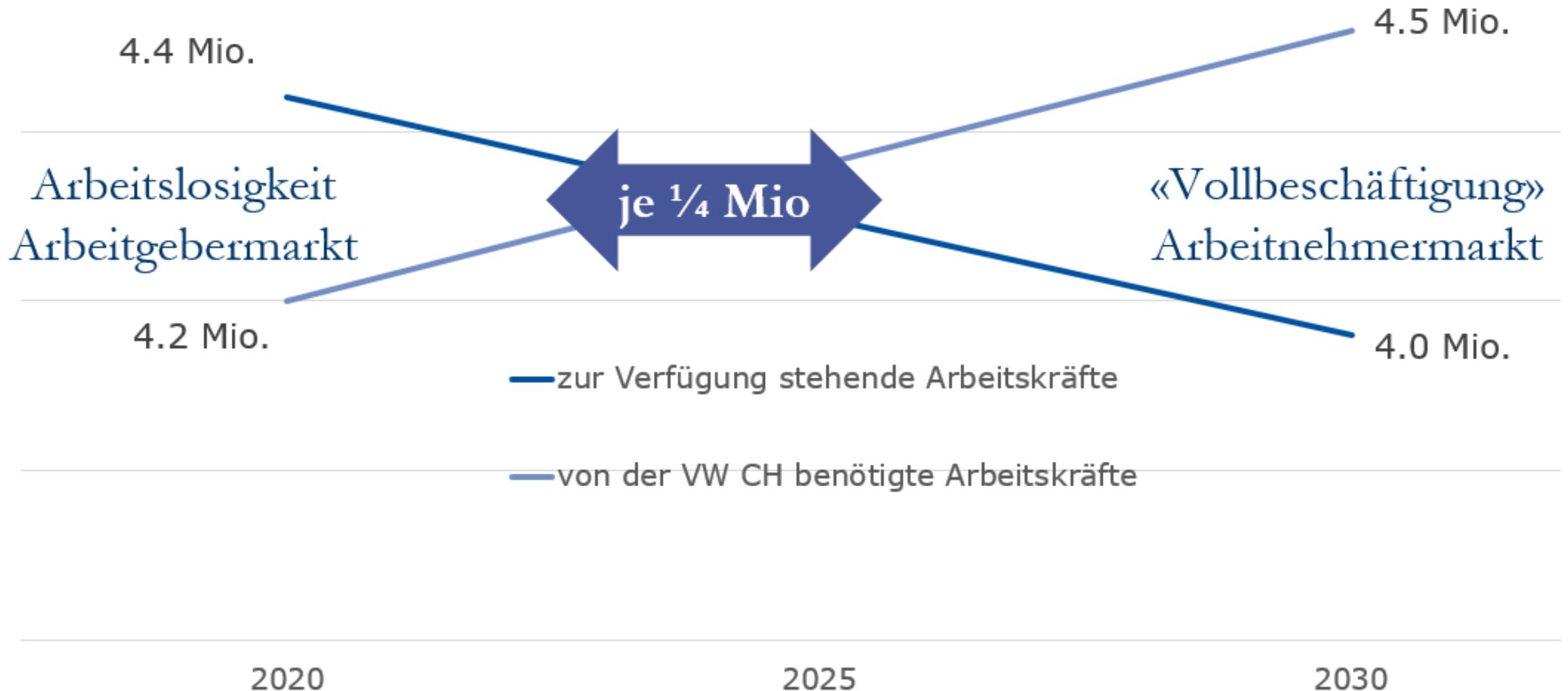
4

Profilierung einer Arbeitgebermarke

5

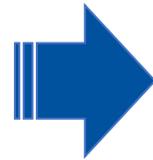
Wirkung einer starken Arbeitgebermarke

Arbeitsmarkt – Schere öffnet sich



Marktmacht kippt → Arbeitnehmermarkt

«Weshalb glauben Sie,
dass Sie die richtige Person
für diesen Job sind?»



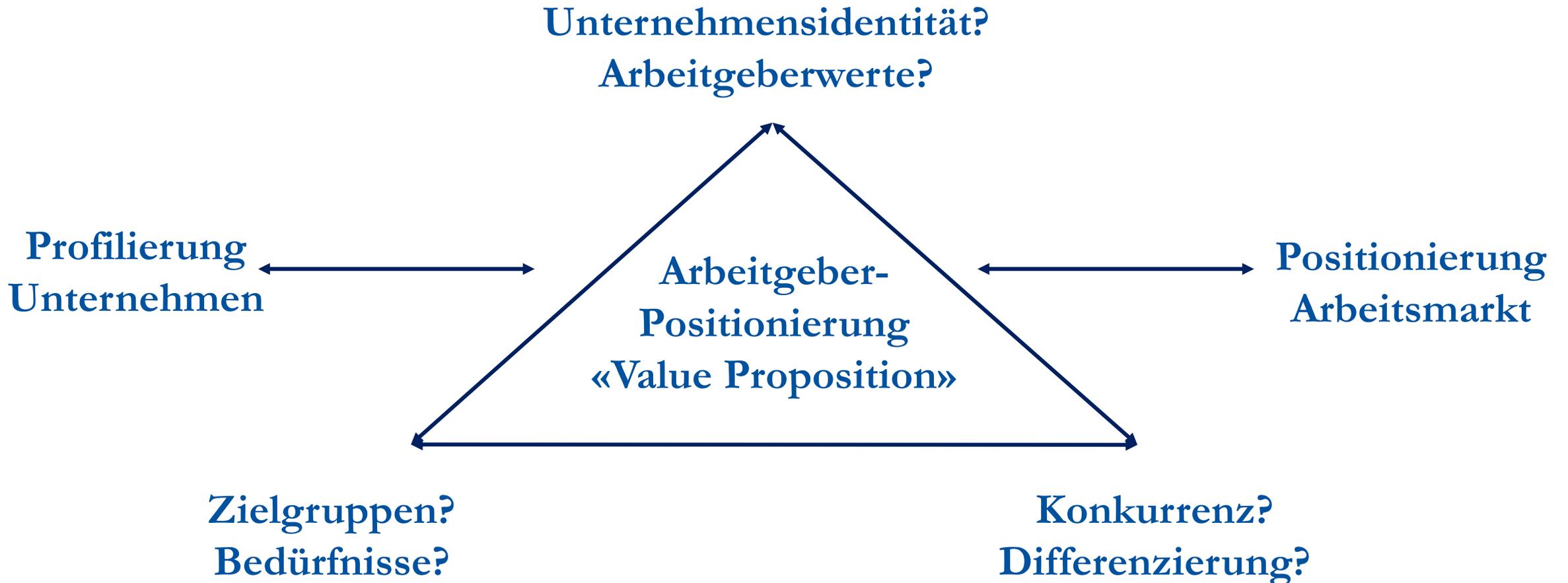
«Weshalb glauben SIE,
Dass SIE der richtige
Arbeitgeber für uns sind?»

Erfordert starke Arbeitgebermarke

«Eine klar positionierte UND
profilierte Arbeitgebermarke
wird zum wichtigsten Instrument
im Wettbewerb um qualifizierte
und talentierte Arbeitskräfte.»



Aufbau einer Arbeitgebermarke



Unsere Arbeitgeberpositionierung



Vision

Im 2030 sind wird die attraktivste Arbeitgeberin
(der Schweizer Finanzdienstleistungsbranche)



Werte

weil wir DIE verantwortungsvolle und moderne
Arbeitgeberin sind («New Work»!)



Ziele

leistungsorientierte Kultur, inspirierende Führung,
Eigenverantwortung aller Mitarbeitenden

Verankerung Strategie - Erfolgsfaktor!

Für die beste Zukunft aller Zeiten

unserer Kunden, Mitarbeitenden, Investoren und der Öffentlichkeit.

Zeichen setzen

einfach, kompetent und engagiert

in der Nachhaltigkeit



Verantwortungsbewusstes Vorzeigeunternehmen im Umgang mit Nachhaltigkeit für alle Anspruchsgruppen.

als Arbeitgeberin



Modern und verantwortungsvoll – mit leistungsorientierter Kultur, inspirierender Führung und Eigenverantwortung.

im Beratungs- erlebnis



Kompetente Gesamtberatung und herausragendes hybrides Kundenerlebnis.

in der Einfachheit



Schlanke, effiziente Prozesse und wertschöpfungsorientierte Ausrichtung des Betriebsmodells.

mit Partnern & Beteiligungen



Stärkung der GKB durch professionelle Zusammenarbeit mit Beteiligungen und Partnern in Ökosystemen.

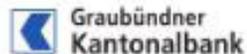
Arbeitgeberpositionierung



**Wir arbeiten nicht
nur an Guthaben,
sondern auch daran,
dass alle es gut haben.**

Für die beste
Zukunft aller Zeiten.

gkb.ch/jobs



**Im Leben weiterkommen
geht am besten
mit Weiterbildung.**

Für die beste
Zukunft aller Zeiten.

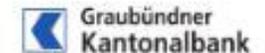
gkb.ch/jobs



**An der Karriere
der Mitarbeitenden
arbeiten wir gerne mit.**

Für die beste
Zukunft aller Zeiten.

gkb.ch/jobs



Auf welcher Position willst du spielen?

Profi werden und New Work leben.

gkb.ch/jobs



 Graubündner
Kantonalbank



Arbeitgeberwebseite – GKB HUB

- «Mehr kommunizieren»
- ... Mehrwerte für die Leser schaffen
- ... authentische Einblicke
- ... Geschichten teilen

Graubündner Kantonalbank

Stories

Alle anzeigen



Geteilte Führung als Antwort auf steigende Führungsanforderungen

Die Anforderungen an Führungskräfte steigen.



Auszeichnungen Top-Arbeitgeberin

Nachdem die GKB sich bei "Best Recruiter Schweiz" im Sommer 2024 bereits auf dem zweiten Gesamtrang



GKB@SunIce Festival. Employer Branding und Talentmanagement mal anders.

Die Zukunft gehört dir



«Vom Trainee zum Leiter. Das meinen wir mit Karriereleiter. Für deine beste Zukunft aller Zeiten.»

Martin Trepp
Gestern Trainee. Heute Leiter Region Davos Klosters.

Die Zukunft gehört dir



«Teilzeit, Rennfahrerin und Karriere. Das ist für uns New Work.»

Lea Rutz
Leiterin Privatkunden Landquart

Die Zukunft gehört dir

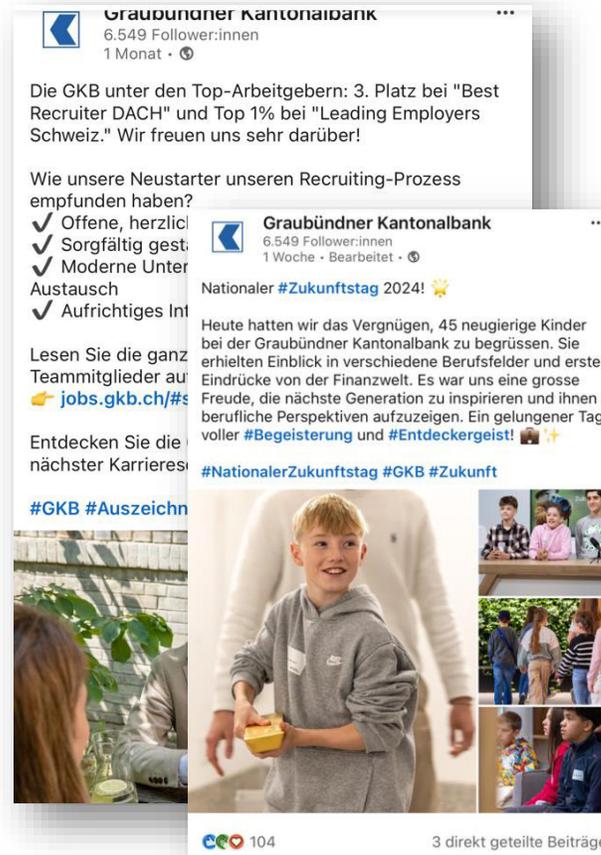
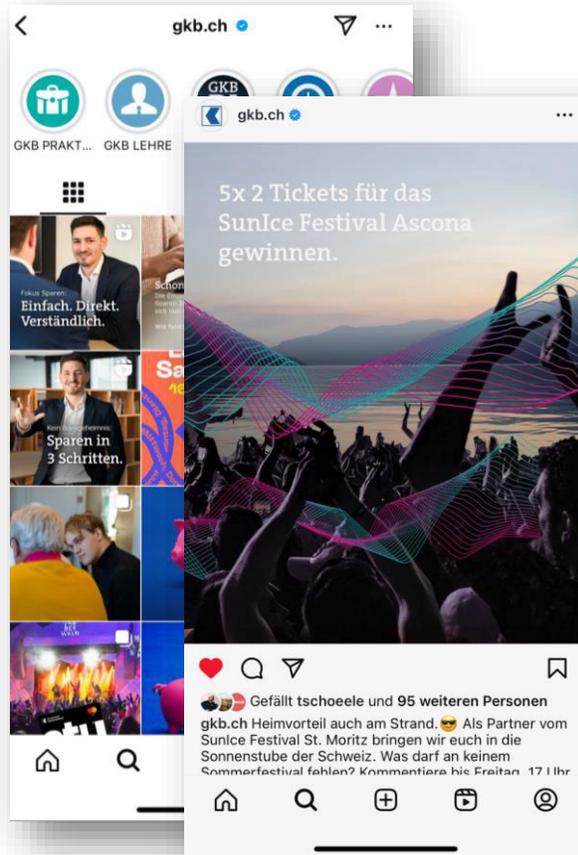


«Ausbildung und Leistungssport im Einklang. Das ist bei uns möglich.»

Stella Derungs
Lehrabgängerin

Social Media Strategie

«Mit einer gezielten Contentstrategie Mehrwerte schaffen»

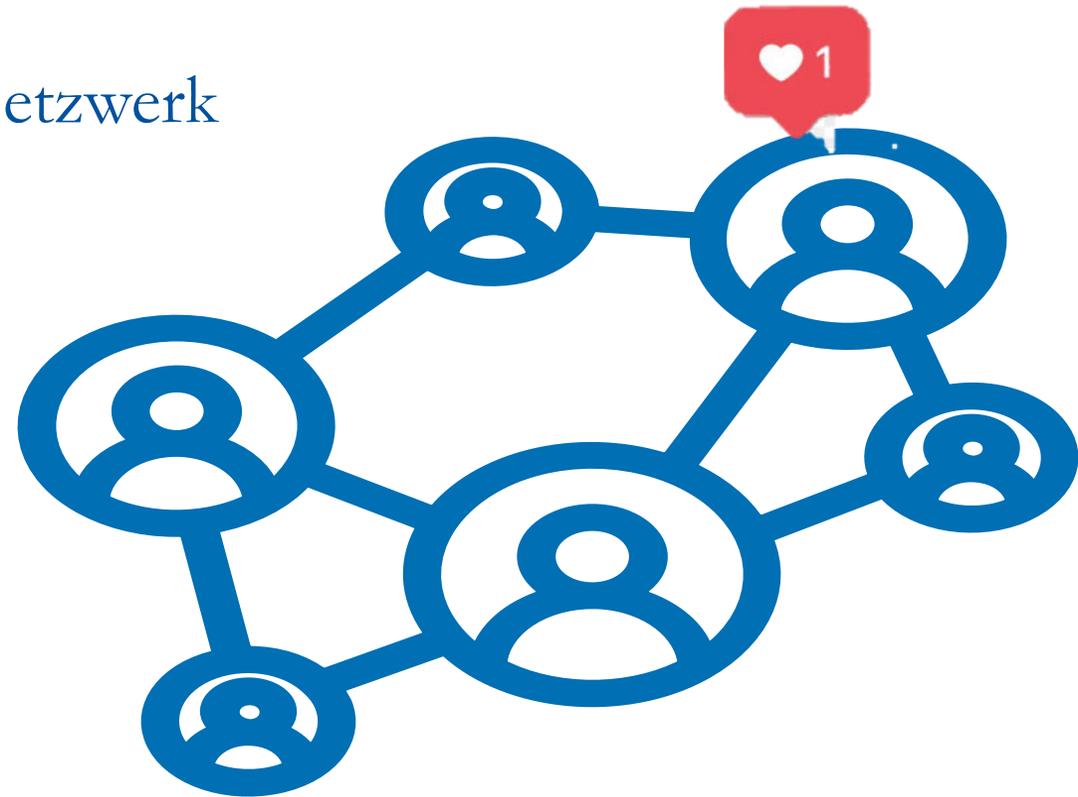


Mitarbeiter-Netzwerk aktivieren

«Zufriedene Mitarbeitende als authentische Werbeträger/Influencer»

Jeder Mitarbeitende besitzt ein persönliches Netzwerk mit wertvollen Kontakten

Physisch wie virtuell!



Wir sind da ...

«...wo unsere Zielgruppe ist und schaffen gemeinsame Erlebnisse»

Networking Events

Fachhochschulen

Events

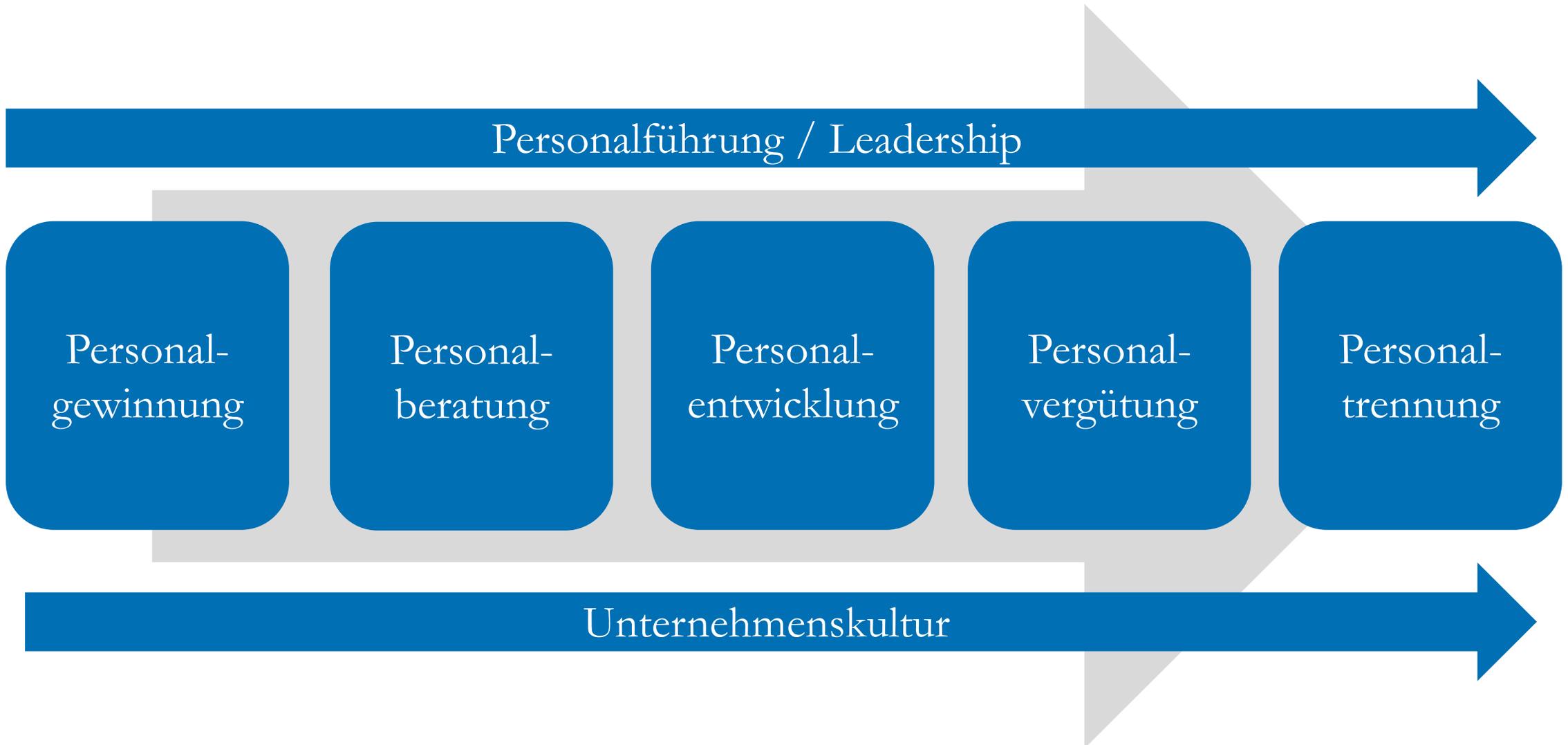
Referate /Impulse

Karrieremessen

... und vieles mehr!



Profilierungsarbeit = Verankerung

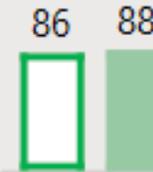


Wirkung – gegen aussen wie gegen innen

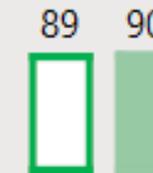
«U.a. war bei der Wahl meines neuen Arbeitgebers die moderne Personalarbeit massgebend. Und hier ist die GKB Spitze.»

«Sie müssen mir die GKB als Arbeitgeberin nicht vorstellen, ich habe mir in den Social Medias einen Eindruck verschafft.»

Ich fühle mich mit der GKB stark verbunden.



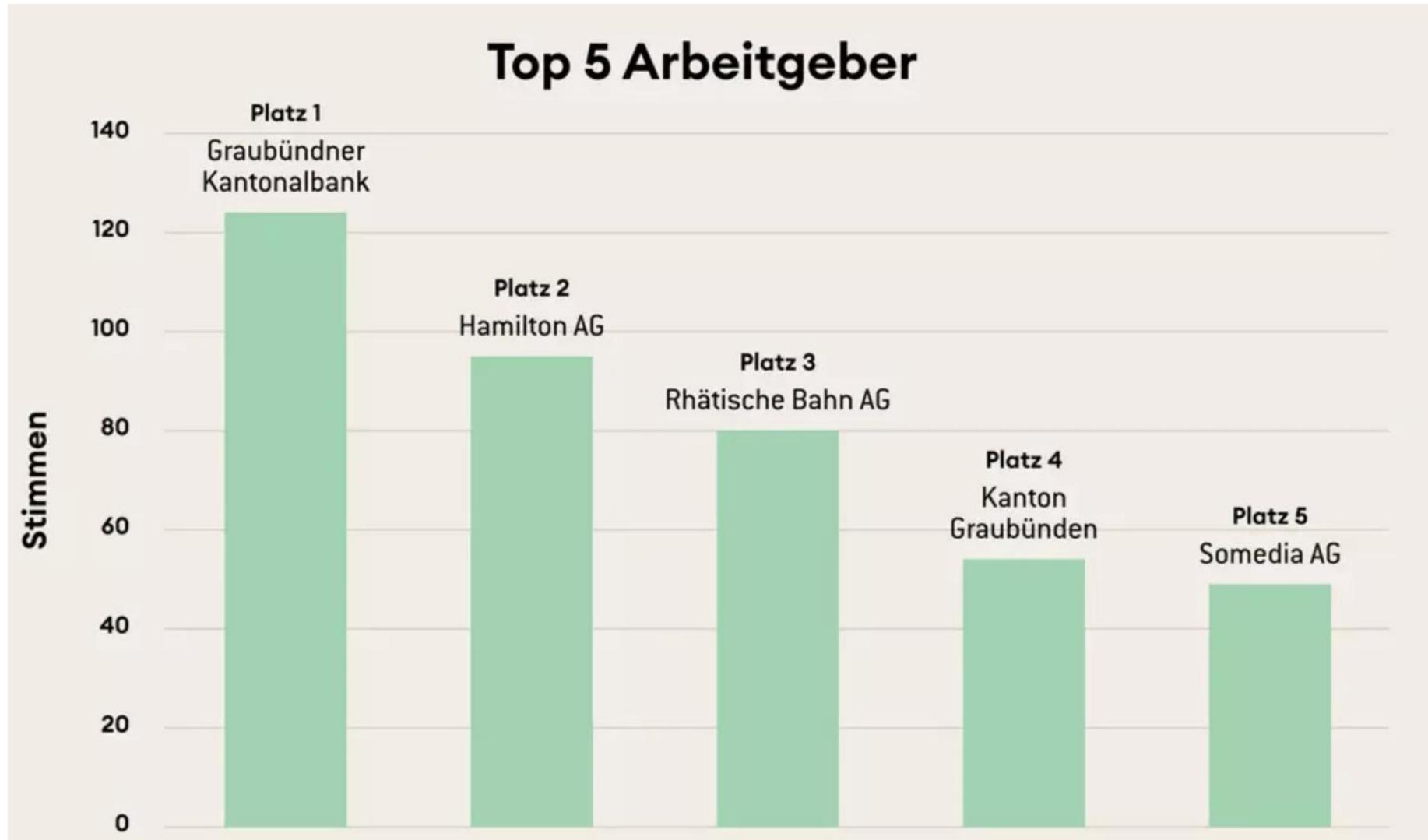
Ich empfehle die GKB als Arbeitgeberin gerne weiter.



«Die Arbeitgeberwerte der GKB und die Homepage haben mich überzeugt. Deshalb bin ich heute hier.»

«Die GKB verspricht sehr viel als Arbeitgeberin – und sie hat meine Erwartungen sogar übertroffen.»

Wirkung



Wirkung



Graubündner Kantonalbank

als Arbeitgeber

✓ auf kununu aktiv [Mehr Info](#)

✚ [Chur und weitere](#)

4,5 ★★★★★

kununu Score

420 Bewertungen

93% 

Weiterempfehlung

Letzte 2 Jahre

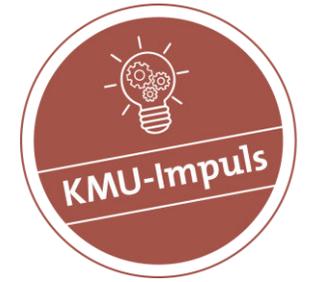
Fazit – was bewirkt also eine starke Arbeitgebermarke?!



Employer Branding FRAGEN?! @Graubündner Kantonalbank

Nadine Caplazi
Daniel Bärtsch
Alex Villiger





Praxisbeispiel Inventx

Manuel Stadler, Lead Talent Attraction & Sourcing Inventx

Praxisbeispiele Inventx AG



Agenda

1 Nachwuchsförderung & Kooperationen

2 Investition in den Standort Chur

3 Nicht-Strategisches Sponsoring

4 Inventx setzt auf...

5 Fazit

Inventx Nachwuchsförderung



Innovation & Kooperation mit FHGR

- Gegenseitige Unterstützung der Produkte und Dienstleistungen
- fachbezogene Inhalte zu Themen wie etwa «Data Science in Banking» oder «Bots in der Versicherungsindustrie»



Ausbildungsbetrieb

- Inventx setzt auf den Standort Chur als Lehrbetrieb (aktuell 9 Lernende)
- Ab 2025 neu auch mit der Ausbildung „Entwickler:in Digitales Business“
- Werkstudierende, Praktika & Traineeships



GRdigital

- Mitarbeitende der Inventx sind aktiv im Verein GRdigital
- Engagement in regionalen Digitalisierungsprojekten





Inventx - Standort Chur

Gregor Stücheli über den Standort Chur:

«Er ist fundamental für uns. Wir haben über 200 von unseren insgesamt 500 Mitarbeitenden in Chur. [...] Mit dem Bau des «Mehrwerks» investieren wir rund CHF 40 Millionen in diesen Standort, was ein grosses Bekenntnis ist.»

(Blog GRdigital 17.08.2022)

- 300 hochdigitalisierte Arbeitsplätze
- innovative Mehrfachnutzung
- Platz für Gastronomie, Kultur-, Sport- und Wohnräume



Ziel ist es, die Attraktivität als Arbeitgeber und als Teil der Region zu steigern

Nicht-Strategisches Sponsoring by Inventx

Inventx sponsert...

Vereinsunterstützung

- Mitarbeitenden initiiertes Sponsoring
 - 1/3 Anteil Mitarbeitende
 - 2/3 Anteil Inventx

Beispiele:

- Nachwuchsförderung EHC-Chur – Banden
- Skiclub Flims – Ski-Anzüge
- Interner EventX Mitarbeiterverein



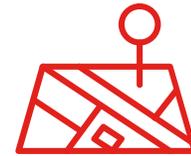
Wir setzen auf..



Community



Technologie



4 Locations



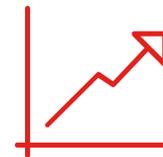
**Swissness
Interaktion Innovation**



Aus- und Weiterbildung



Kooperationen



Wachstum



**Standort
Graubünden**

Fazit



**Pflege und Ausbau
von
Partnerschaften**
(lokal &
schweizweit)



**Mitarbeitenden
Engagement
fördern sowie
deren
Identifikation
mit Inventx**

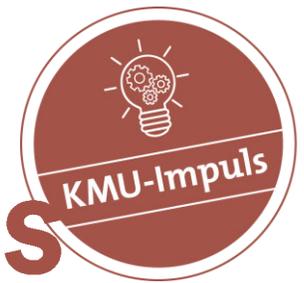


**Attraktive Arbeits-
bedingungen in
einem
wertebasierten
Umfeld**



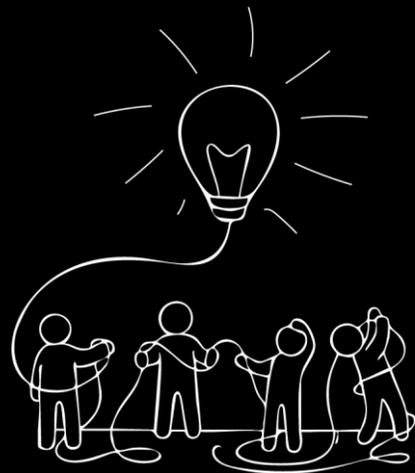
**Stärkung des
lokalen
Community- &
Netzwerk-
Gedankens**

«Marke und Kampagne als Instrumente des Employer Branding»



Pascal Faeh, Inhaber Kommunikationsagentur Faeh und Faeh

Marke und Kampagne



als Instrumente des
Employer Branding

Braucht es eine
Arbeitgebermarke?

Gefunden werden



Welches?



Und jetzt?

Arbeitgebermarke

Die Verpackung + das Image
entscheiden (mit)



Pascal Faeh



faeh+
faeh



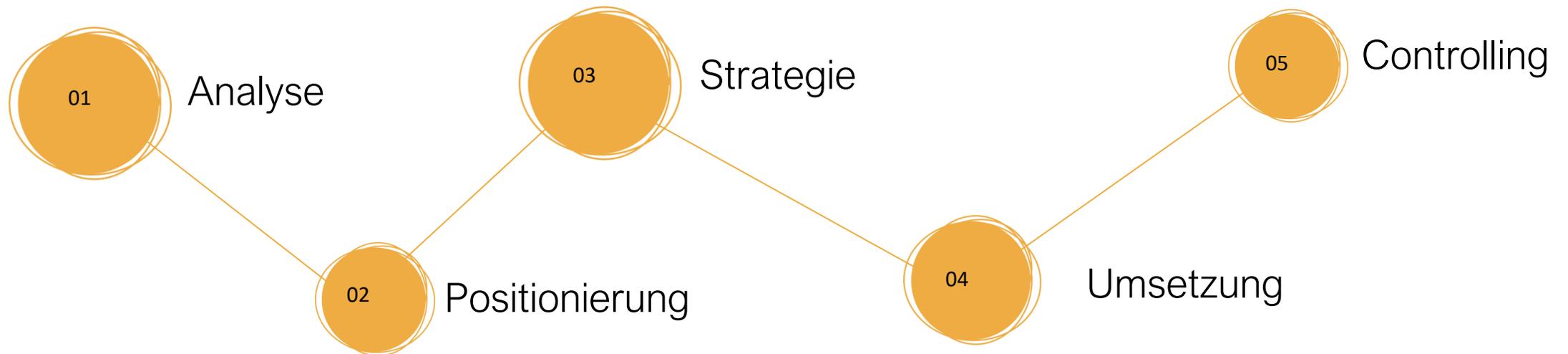
Inhaltsverzeichnis

- Wie baue ich eine Arbeitgebermarke auf?
- Wie mache ich die Arbeitgebermarke sichtbar?
- Was sind praktische Tipps?

Wie baue ich eine
Arbeitgebermarke auf?

Wie konkret?

Lehrbuch:



Wie ticken wir?

Ziel

- Unternehmenskultur sichtbar machen
- Identifikation > Mitarbeitende halten und neue finden
- Image / Performance steigern

Grundlagen



einfach + authentisch

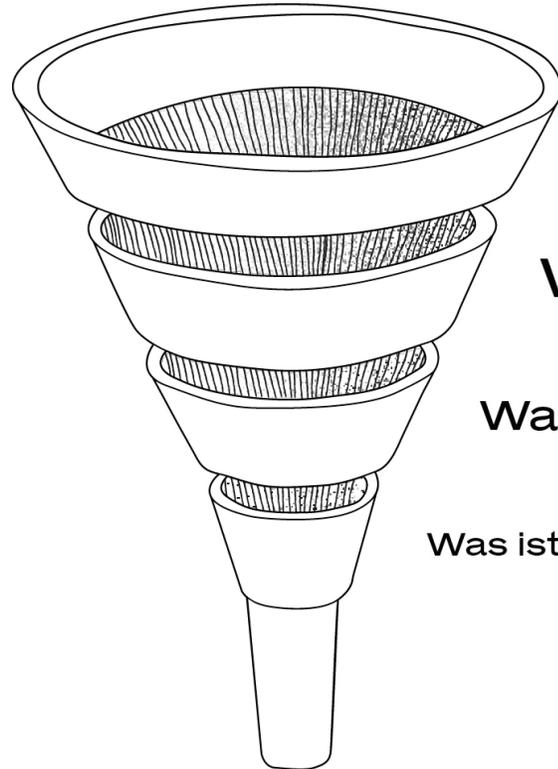


Emotionen wecken



Differenzieren

Trichterübung



Was ist typisch wir?

Was machen/können wir gut?

Was weckt Emotionen?

Was ist differenzierend?

Wichtig bei Umsetzung?

- Machen ist besser als wollen
- Eingebettet in die Unternehmensstrategie / -kommunikation
- Zielgruppe im Auge behalten
- Themen definieren und dran bleiben
- Messen + anpassen

Content Creation

... und dann



Und wie konkret?

Bilder



Werte
Texte



Social Media



Erlebbar werden
Gegen innen + aussen



Gamification

Videos
Bewegtbild



Geschichten
Stimmen

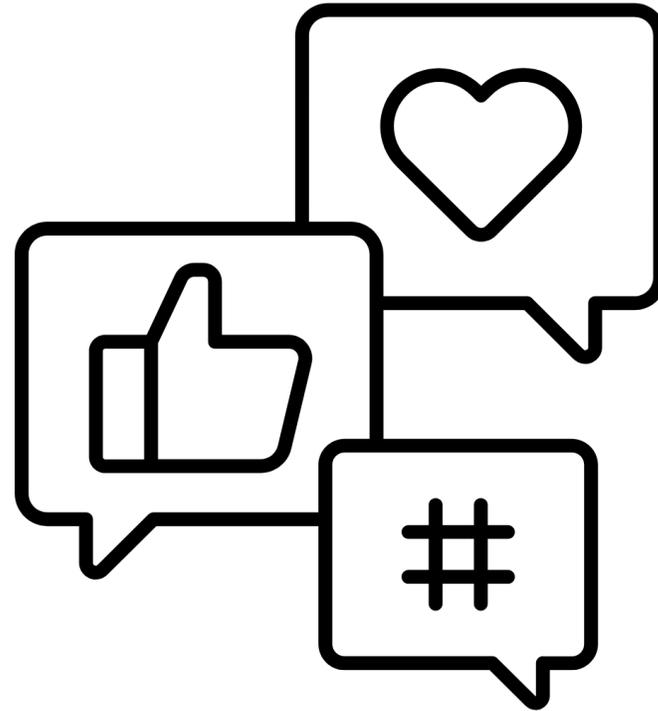


Wie mache ich die
Arbeitgebermarke sichtbar?

Clubs?



Wie funktioniert?



Ist hier meine Zielgruppe?



Dagi Bee

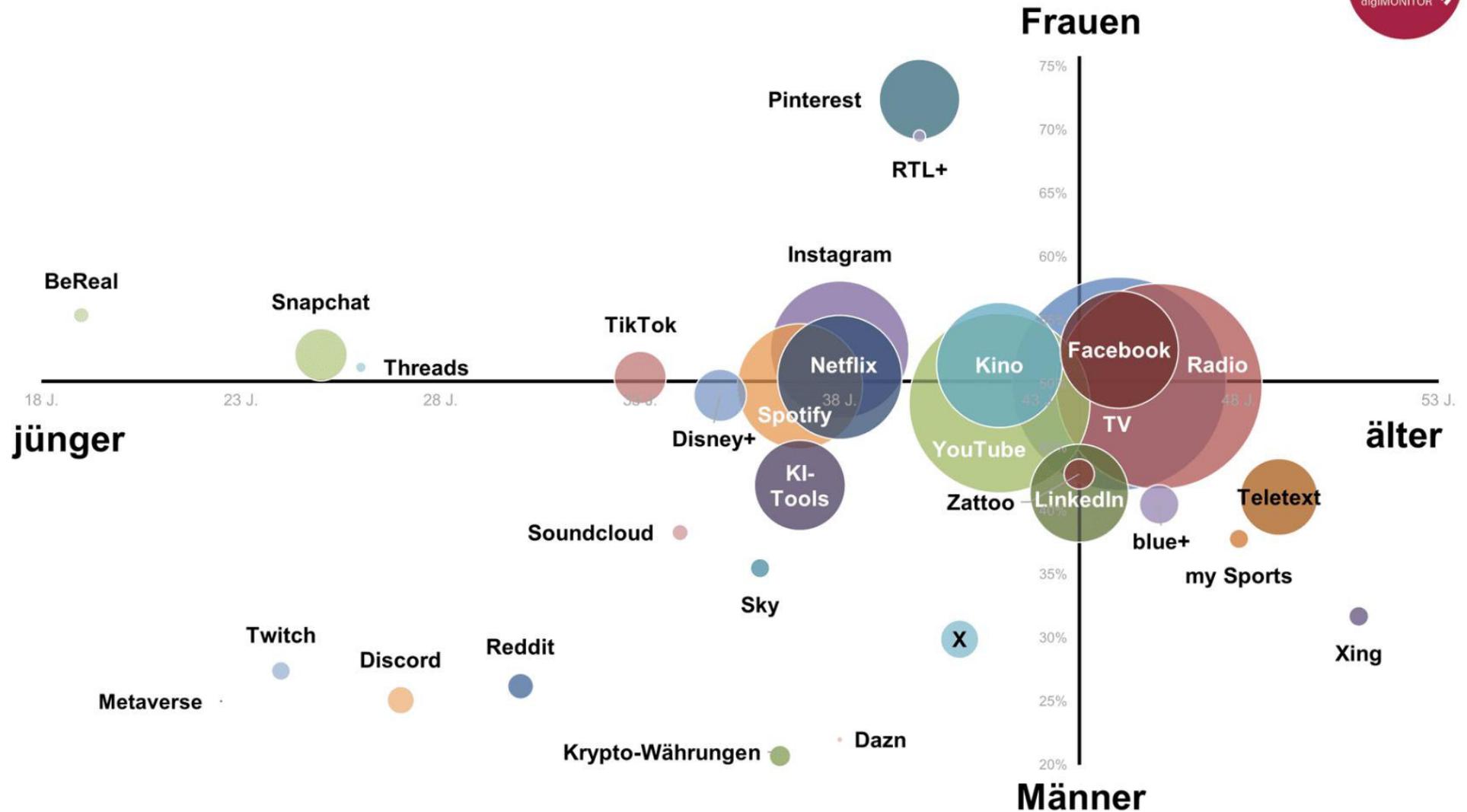


Carlo Janka

Wo ist meine
Zielgruppe?

+ wie aktiviere ich sie?

Positionierung ausgewählter Medien, Plattformen & Trend-Themen in der Schweiz 2024
 Bevölkerung 15-75 Jahre (mindestens gelegentliche Nutzung)



Quelle: IGEM-Digimonitor 2024, Schweizer Bevölkerung zwischen 15 und 75 Jahren mit Internetnutzung (6.3 Mio. Personen), n=1'970 Befragte. Grösse der Kreise entspricht dem weitesten Nutzerkreis bei Gesamtbevölkerung; x-Achse: Durchschnittsalter der Nutzer, ø Alter Bevölkerung = 44 Jahre (Median); y-Achse: Frauenanteil an allen Nutzern.

Wie veröffentlichen?



Organisch

«Owned»

- Website
- SoMe
- Newsletter

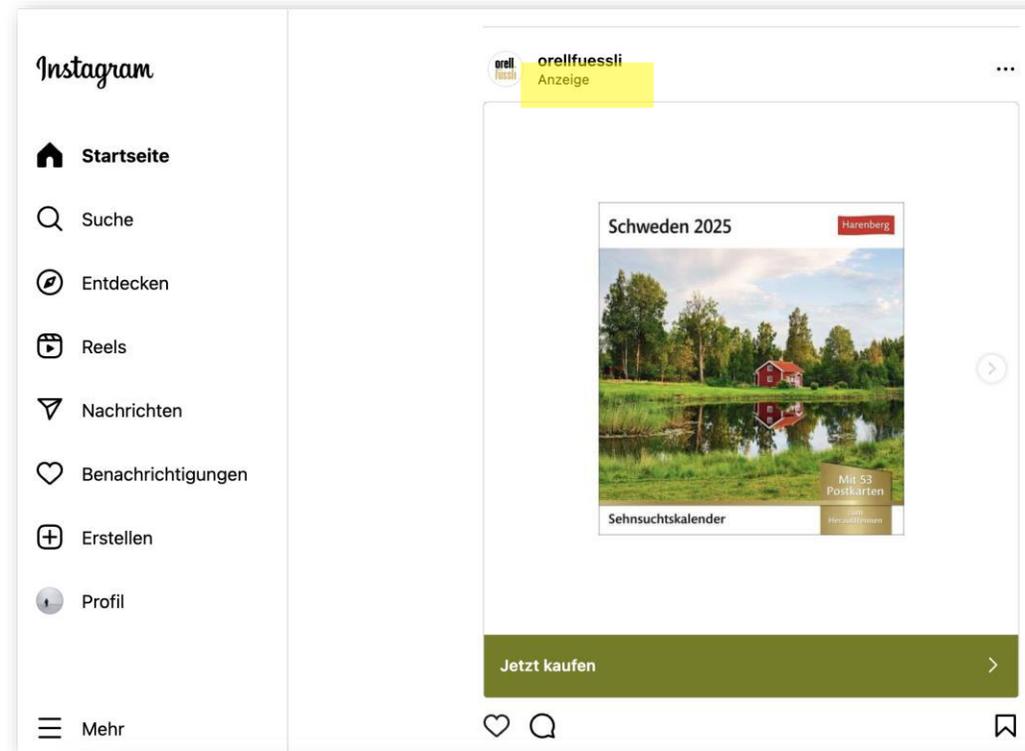
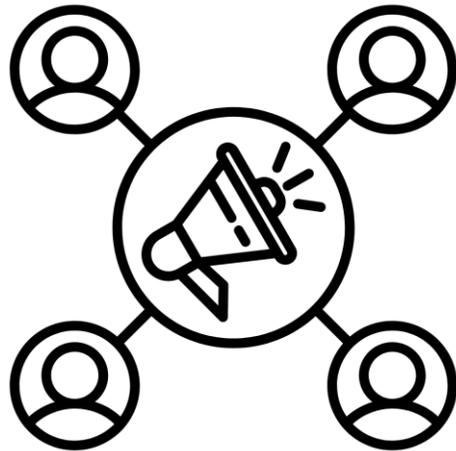


Bezahlt

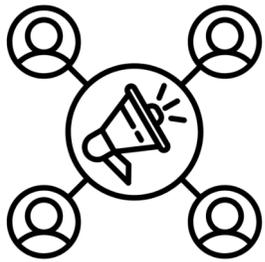
«Paid»

- Ads / Targeting
- Kampagne

Targeting?



Targeting?



demografische Aspekte (Standort, Sprache etc.)



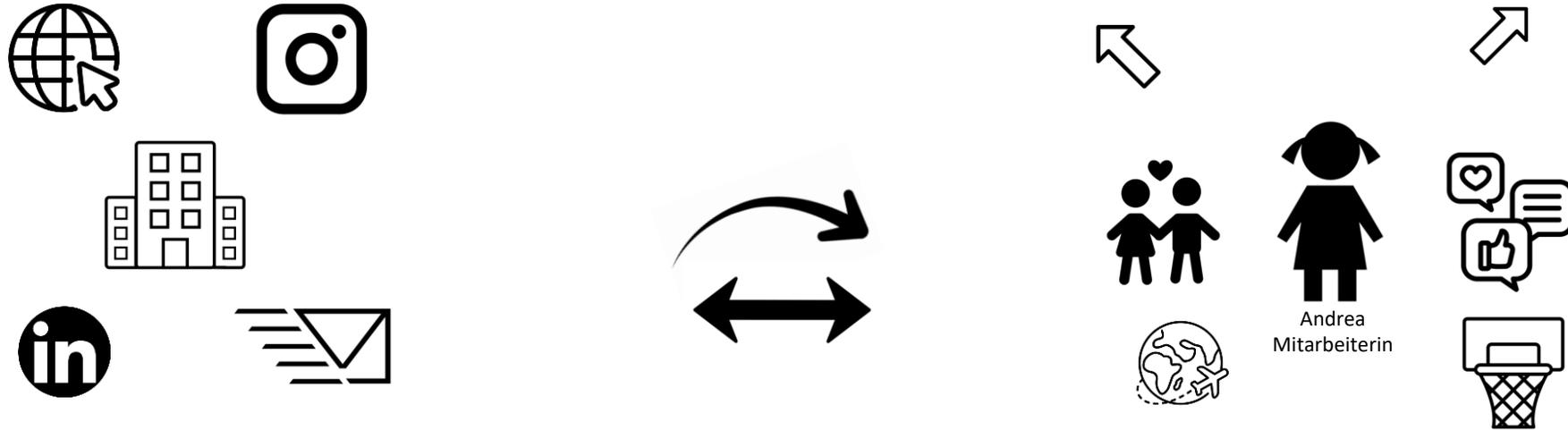
Interessen + Verhalten (Retargeting, Suchverhalten etc.)



Psychografie (Motivation, Werte, Merkmale etc.)

Was sind praktische Tipps?

Von Bubble zu Bubble



Praktische Reichweite

- Vorabinformations an Mitarbeitende (Stakeholder)
- Eigene Kanäle bespielen (Newsletter)
- Vereine (Schwarzes-Brett)
- Branchen-Foren (Themen-Relevanz)
- Social-Media-Gruppen (Facebook)
- WhatsApp Status (Gelegentlich)
- Touch-P > E-Mail-Signatur, Autos
- Inserate optimieren, Karriereseite

Wann wirds geteilt?

 Eine gute Story

 Eine einfache Story

 Menschen sehen gerne Menschen

 Ist authentisch + weckt Emotionen

 Die ersten 1, 2, 3 Sekunden sind entscheidend

Braucht es eine
Arbeitgebermarke?

Jein



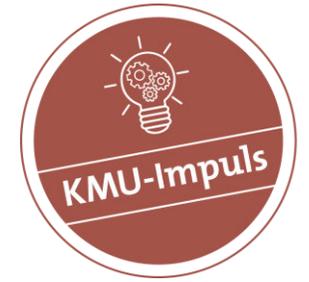
faeh+
faeh

Via Stenna 5

7017 Flims

info@faehundfaeh.ch

www.faehundfaeh.ch



Praxisbeispiel Hotel Schweizerhof, Lenzerheide

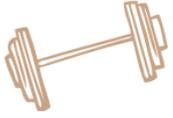
Jamie Rizzi, Gastgeber Hotel Schweizerhof Lenzerheide

A photograph of two women in a bar or restaurant setting. The woman on the right, wearing a white shirt, is smiling and pouring a drink into a glass. The woman on the left, wearing a dark shirt, is also smiling. The background shows shelves with bottles and glasses. The text is overlaid in white on a dark background.

Das Schweizerhof-Team

Unser Erfolgsgeheimnis





Bewegung und Entspannung

Unsere Mitarbeitenden profitieren von unserem kostenlosen, abwechslungsreichen Bewegungs- und Entspannungsprogramm.



Familie und Freunde

Übernachtungen im Hotel Schweizerhof Lenzerheide erhältst Du, Deine Freunde und Familie zu einer Sonderrate.



PESKO Passepartout

Für CHF 250 kannst Du mit dem PESKO Passepartout während der gesamten Wintersaison Sportgeräte und Ausrüstung mieten & ausprobieren.



Partner Hotels

Unsere Mitarbeitenden profitieren von speziellen Konditionen bei Übernachtungen in unseren Partnerhotels.



Kinderbetreuung

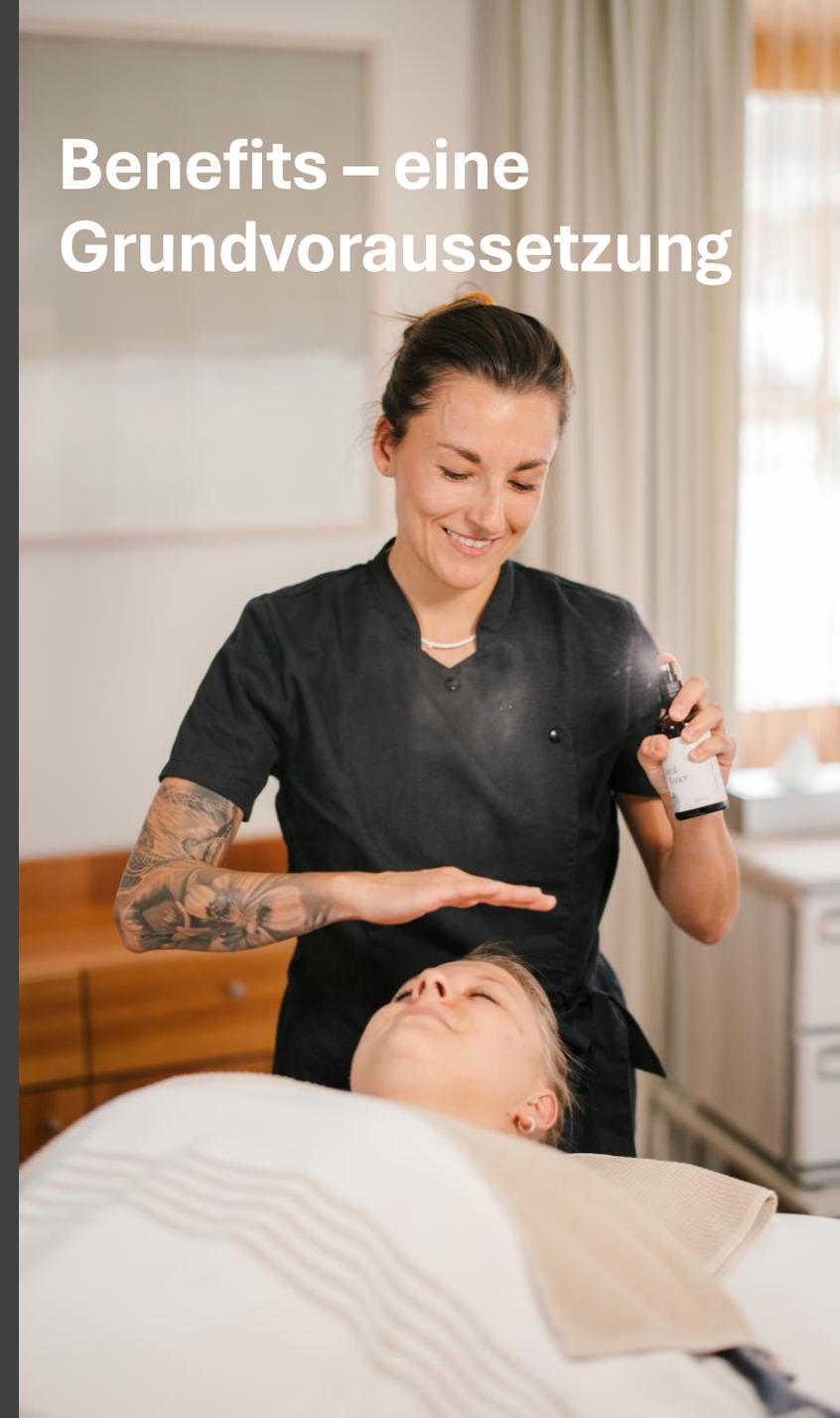
Deine Kinder (ab 2 Jahren) sind bei uns in besten Händen. Während deiner Arbeitszeit werden sie im hoteleigenen Kinderclub betreut.



Förderung der Weiterbildung

Wir fördern unsere Mitarbeitenden durch interne Schulungen und die Berücksichtigung ihrer Bedürfnisse.

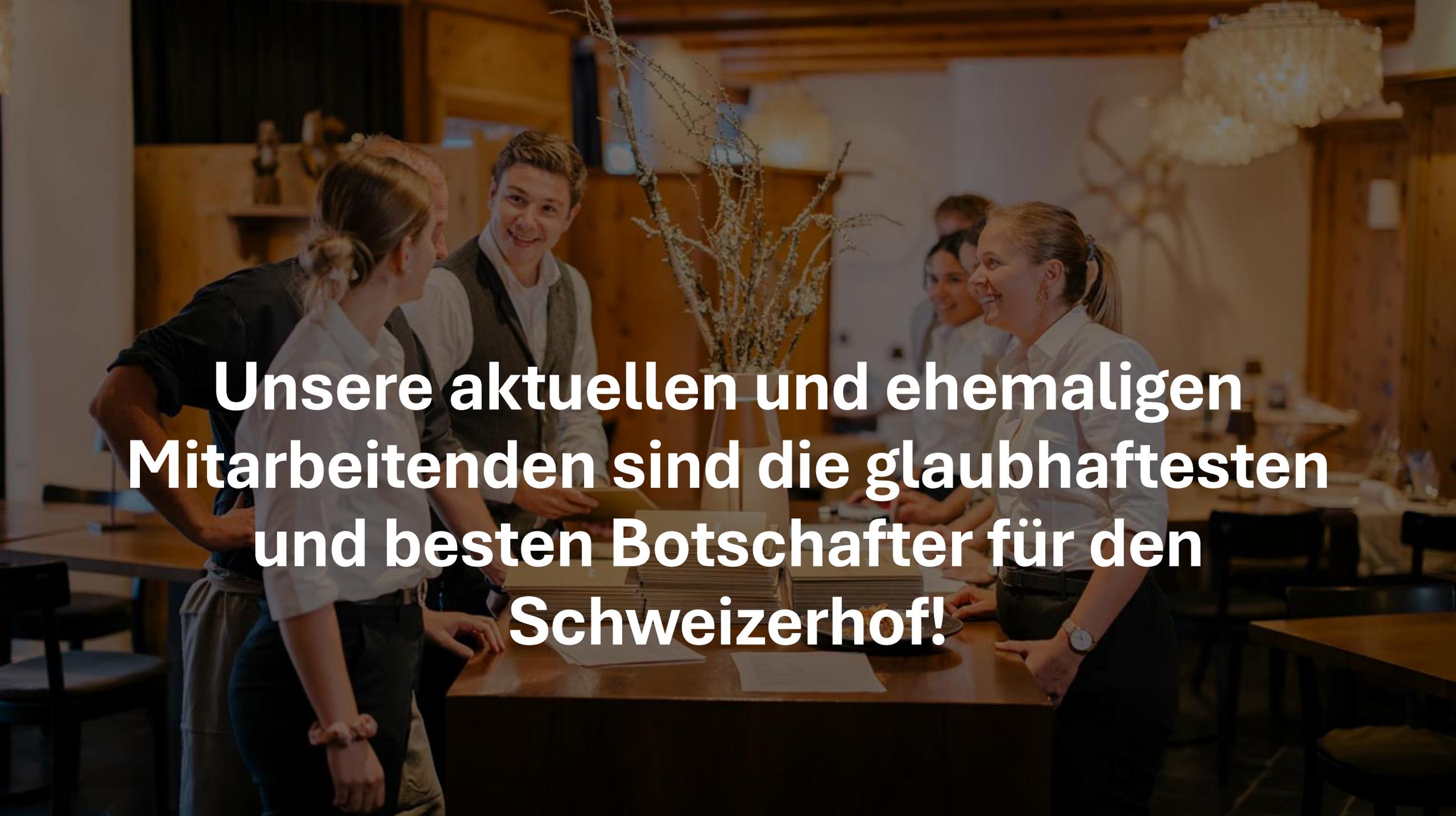
Benefits – eine Grundvoraussetzung





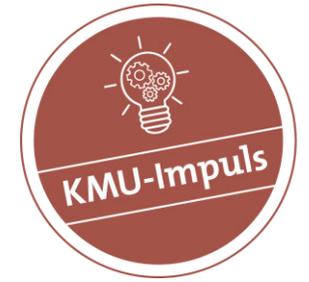
Was ist für uns echte Wertschätzung?



A group of five staff members, three women and two men, are gathered around a wooden table in a restaurant. They are all smiling and looking at each other, suggesting a positive and collaborative work environment. The setting is a well-lit restaurant with wooden walls and tables. A large vase with dried branches is on the table. The text overlay is in white, bold, sans-serif font, centered over the image.

**Unsere aktuellen und ehemaligen
Mitarbeitenden sind die glaubhaftesten
und besten Botschafter für den
Schweizerhof!**

Bildungsangebote



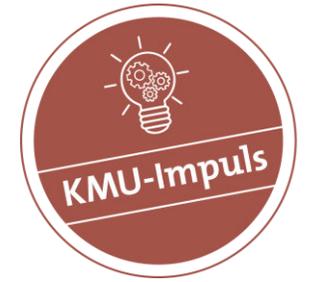
Seminare

- 03.04.25, KMU-Personalmanagement für die Zukunft
- 08.05.25, Erfolgreiche Personalgewinnung
- 02.10.25, Führung im digitalen Zeitalter
- 23.10.25, New Work & Leadership in KMU

→ www.kmu-impuls.ch

KMU-Impuls

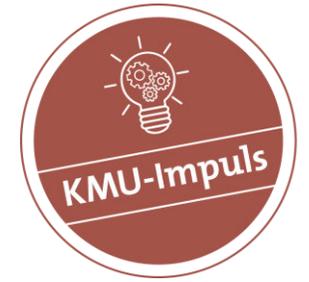
- 12.02.25, Die Rolle des VR in einem KMU



Verabschiedung

Victor H. Zindel, Leiter Regionalmanagement Region Plessur

Herzlichen Dank



Presenting Partner



Eine Veranstaltung von

Bündner Gewerbeverband
Unione grigionese delle arti e mestieri
Uniun grischuna d'artisanadi e mastergn



HWSGR

Höhere
Wirtschaftsschule
Graubünden



Erfolgreiches Arbeitgebermarketing

Informationsanlass mit Apéro
27. November 2024, 17.30 – 19.00 Uhr
ibW Chur

Infos und Anmeldung
www.kmu-impuls.ch

KMU-Impuls
regio

Eine Veranstaltung von

Bündner Gewerbeverband
Unione grigionese delle arti e mestieri
Unìun grischuna d'artisanadi e mastergn



HWSGR

Höhere
Wirtschaftsschule
Graubünden



Presenting Partner

ibW
Höhere Fachschule
Südostschweiz



**Graubündner
Kantonalbank**