

Neue Arbeitswelt

So gelingt Workation



Katja Unkel
Gründerin Managing People

Der Kunstbegriff «Workation», der sich aus «work» und «vacation» ergibt, beschreibt den Zusammenschluss von Arbeit und Ferien. Die modernen Kommunikationstechnologien machen das Arbeiten zunehmend bürounabhängig. Doch um auch unter Palmen erfolgreich zu arbeiten, reichen eine stabile und sichere Internetverbindung sowie passende Räumlichkeiten nicht aus. Wir müssen unsere Werte und Überzeugungen anpassen, sonst ist Ärger vorprogrammiert.

In vielen Unternehmen wird Workation immer noch als getarnte Ferien angesehen. Man bezweifelt, dass der Mitarbeiter am Urlaubsort tatsächlich arbeitet und etwas leistet. Und jetzt arbeiten bei Meereraschen? Völlig abwegig, so die Überzeugung. Zu sehr ist der Glaube verankert, dass nur jemand, der acht Stunden im Büro anwesend ist, auch wirklich arbeitet und produktiv ist. Vorgesetzte haben zudem das Gefühl, dann alles besser im Griff zu haben. Selbst das populäre Homeoffice erzeugt hier und da noch Stirnrunzeln. Der hier zugrunde liegende Fehler ist die nach wie vor dominierende Inputorientierung. Wir müssen von dieser weg und hin zu einer Outputorientierung. Die relevante Frage ist: Was gilt es bis wann zu erreichen? Dazu müssen wir den bewussten oder unbewussten Glauben revidieren, der besagt, dass wirklich gute Mitarbeitende sich durch pünktliches Erscheinen, Fleiss und lange Stunden im Büro auszeichnen.

Natürlich sind Pünktlichkeit und Engagement willkommen. Wir dürfen die Ergebnisse jedoch nicht aus den Augen verlieren oder gar falsch urteilen. Denn auch in Sachen Karrierechancen steht Workation allzu oft für fehlende berufliche Ambitionen. Auch hier muss eine Kurskorrektur erfolgen. Besonders beim Arbeiten auf Distanz sind kluge Ziele elementar. Sie zwingen einen, das zu erreichende Ergebnis plus Handlungsrahmen vorab konkret zu formulieren, damit Mitarbeitende maximal eigenständig arbeiten können. Das ist übrigens immer wichtig, egal, ob man im Büro ist oder auf der Südhalbkugel. Solange man pünktlich und kostenkorrekt gute Ergebnisse abliefert, sollten Ort und Zeit keine Rolle spielen.

Werte und Überzeugungen ändern sich nicht von heute auf morgen, doch mit der Resultatorientierung können wir sofort beginnen und umdenken. Das gilt für alle, aber besonders für «Ferngesteuerte». Wer also plant, an einem fernen Ort zu arbeiten, sollte Ziele vereinbaren. Zusammen mit Planung und Disziplin hat man natürlich zu den verabredeten Zeiten erreichbar zu sein. Eine klare Struktur ist generell wichtig, um zwischendurch abschalten zu können. Liefert man gute Ergebnisse und pflegt auch in der Ferne sein Netzwerk, kann beides gelingen: Arbeit und Urlaub.

Gastautorin Katja Unkel berät, coacht und trainiert Führungskräfte und Organisationen mit ihrer Firma Managing People. Die Ansichten der Gastautoren müssen nicht mit jenen der Redaktion übereinstimmen.

Personenfreizügigkeit

Ohne ginge es besser



Reiner Eichenberger
Professor für Finanz- und Wirtschaftspolitik an der Universität Freiburg

Wohnungsknappheit und Fachkräftemangel sind nur zwei der Folgen von Zuwanderung. Und wer mit der Demografie dafür argumentiert, liegt falsch. Immer mehr Leute verstehen: Das schnelle Bevölkerungswachstum infolge Personenfreizügigkeit bringt Wohnungsknappheit, Verbetonierung der Natur, ein Verfehlen der CO₂-Reduktionsziele, Überlastung der Spitäler, Lehrermangel et cetera.

Wer will trotzdem ernsthaft Personenfreizügigkeit? Wichtig sind hier die weltoffenen Basler und ihre Pharmaindustrie. Typisch ist, wie der Präsident des Pharmaverbands und Roche-Spitzenmanager Jörg-Michael Rupp kürzlich eine Frage der NZZ zur zunehmenden Zuwanderungsskepsis beantwortete: «Hier in Basel, wo ich lebe und arbeite, spüre ich davon nichts.» Wie kann das sein?

Die Schweiz hatte seit Einführung der Personenfreizügigkeit von 2001 bis 2023 ein Bevölkerungswachstum von 22,0 Prozent. Der Kanton Freiburg hatte sogar 39,8 Prozent. Und Basel-Stadt? Es ist der Kanton mit dem weitaus tiefsten Bevölkerungswachstum von bloss 3,8 Prozent. Herr Rupp ist also nicht gefühllos. Auch Basel-Land verzeichnete «nur» 14,2 Prozent. Der Einwand, Basel sei halt ein Stadtkanton, wird vom Kanton Genf mit 24,8 Prozent oder von der Stadt Zürich mit 23,5 Prozent pulvisiert. Und lustig: Trotz Miniwachstum haben die Basler unterschwellige Zuwanderungspanik und 2022 den Wohnraummarkt kaputtreguliert – als Schutzwall gegen Miet- und Zuwanderungsdruck: Freizügigkeit nur für Grenzgänger und Reiche, dafür kaum noch Wohnungen für die eigenen Jungen. Faul ist auch, wie mit der Demografiekeule für die Personenfreizügigkeit argumentiert wird: Ohne

«Ein Schrumpfen der Bevölkerung bringt Entlastung.»

Zuwanderung würde die Schweiz überaltern, die Bevölkerung schrumpfen, der Arbeitskräftemangel verschärft – und es könne uns im Alter niemand pflegen. Doch zuwandernde Pfleger sind wie andere Zuwanderer. Sie füllen freie Arbeitsplätze, aber ihre Lebensbedürfnisse schaffen noch mehr neue Arbeitsplätze und damit noch mehr Fachkräftemangel. Umgekehrt würden mit weniger Zuwanderung mehr Inländer für die Pflege frei. Und die Pflegejobs würden dank Marktdruck attraktiver. Die Demografieangst ist verfehlt. Die öffentlichen und privaten Pflegekosten pro verstorbene Person betragen total um die 150 000 Franken. Hingegen betragen allein die öffentlichen Ausbildungskosten pro auszubildende Person total um die 440 000 Franken. Wenn also die Kinderzahl schrumpft, erlauben die finanziellen und personellen Einsparungen im Erziehungswesen, die Alterspflegebelastung zu tragen.

In vielen Bereichen bräute ein Schrumpfen der Bevölkerung eine willkommene Entlastung der übernutzten Infrastruktur. Probleme gäbe es nur, wenn die Bevölkerung sehr schnell und überraschend schrumpfen würde. Aber selbst bei Nettounull-Zuwanderung und der halben Geburtenzahl von heute würde die Bevölkerung jährlich nur um 0,4 Prozent sinken. Die Infrastrukturplanung könnte sich problemlos anpassen, und die gesunden Alten könnten dank Steuerrabatten problemlos länger arbeiten. Zudem ist die Alternative zur Personenfreizügigkeit nicht Abschottung und Null-Zuwanderung, sondern eine kluge Steuerung und Optimierung der Zuwanderung, am besten mit einer Aufenthaltsgebühr für Neuzuwanderer.

Reiner Eichenberger ist regelmässiger Kolumnist der «Handelszeitung».

Neues iPhone

Hübsch, aber dumm



Bernhard Fischer
Redaktor

Alle reden von KI, manche nutzen sie auch. Smartphone-User können per App-Download unabhängig von der Marke ihres Endgerätes zwischen diversen generativen KI-Modellen wählen, wie Chat GPT (Open AI/Microsoft), Llama (Meta) und Gemini (Google). Der einzige Name, der in der Riege von Big Tech in Sachen KI bislang an der Spitze fehlte, ist Apple.

Der Konzern versuchte das nun zu korrigieren und stellte bei seinem alljährlichen iPhone-Event im September vor, was er kann. Es gibt eine neue Taste an der Geräteseite, die bei intensiverer Nutzung zum Daumenbrecher wird. Der Chip ist neu. Das Gerät wird etwas weniger schnell heiss, der Akku hält etwas länger, die Kamera ist etwas besser. Und es kommt in neuen Farben. Das betrübliche Fazit für Apple-Enthusiasten und -Aktionärinnen: Ein bisschen mehr ist weniger als nicht viel. Nun ist das Highlight der 16. Generation des iPhones laut Apple ohnehin die Software. Apple Intelligence nennt das Unternehmen seine integrierte KI-Lösung, die nicht mehr kann als etwa die KI Gemini auf dem Pixel-Phone von Google in seiner neunten Iteration.

Noch schlimmer: Apple Intelligence wird auf den neuen iPhones erst in ein paar Monaten verfügbar sein, und zwar lediglich auf Englisch und auch nur in der angelsächsischen Welt. Sprich: Das Schnitzel ist schon mal da, aber die Pfanne kommt erst später. Apple wirft ein unfertiges Produkt auf den Markt, und die Marketingabteilung hofft darauf, dass eh jeder und jede eines haben will. Wann die schmu-

cken Geräte auch in der Schweiz und in anderen nicht englischsprachigen Ländern intelligent werden, steht in den Sternen. Vielleicht in einem Jahr.

Dass Apple so viel Zeit für den Roll-out braucht, zeigt, wie sehr der Tanker der Konkurrenz hinterhinkt. Es ist eine mittlere Katastrophe für ein Technologieunternehmen, das sich seiner Innovationsstärke rühmt und schwer davon abhängt, wie gut sich die iPhones verkaufen. Im vergangenen Jahr machte Apple mit seinen Smartphones einen Umsatz von 201 Milliarden Dollar. Das sind 52 Prozent des Gesamtumsatzes.

Aber die Gerüchte um das neue iPhone sickern schon seit Wochen tröpfchenweise durch. Man konnte zwar bereits ahnen, dass nichts Bahnbrechendes kommen wird, hoffte aber auf «One More Thing». Das blieb aus, das Papier hatte bereits um knapp 4 Prozent nachgegeben. Daher mein Tipp: Nutzen Sie Ihr aktuelles Gerät weiter, sparen Sie sich je nach Geräteausführung die 849 bis 1649 Franken, legen Sie das Geld lieber in Google-Aktien an, und kaufen Sie mit dem Gewinn nächsten Herbst das Pixel 10.

DIALOG

Handelszeitung online 9.9.2024 «Morning Call – Die UBS hat ein Problem auf dem Schweizer Markt» Der Bund muss nicht in erster Linie sparen, er muss in erster Linie effizienter werden. Es gibt so viele Bereiche, wo mit etwas Engagement im zweistelligen Prozentbereich Effizienzsteigerungen möglich sind. Diese führen dann entweder zu mehr Output oder zu weniger Kosten – was auch immer davon gewünscht ist.

Warum diese Potentiale seit Jahrzehnten ungenutzt bleiben,

hat einen einfachen Grund: Die Bundesverwaltung plant funktional top down anstatt zielorientiert den Wertschöpfungsprozessen entlang. Und die Planung und Rechnungslegung umfasst jeweils genau ein Jahr, am 01.01. des Folgejahres werden die Zähler wieder auf 0 gestellt. Soll heissen, es besteht für die Budgetverantwortlichen kaum Anreiz, effizienter zu werden. Wer dafür verantwortlich ist? Letztlich das Parlament, denn das Parlament spricht das Budget, nicht der Bundesrat und auch nicht die Bundesverwaltung.

Last but not least: Wenn das Parlament neue Aufgaben definiert, und das ist das Resultat, von fast jedem Gesetzgebungsprozess, dann sollte es sich jeweils auch Gedanken dazu machen, was diese neue Aufgaben in der Durchführung kosten. Letztlich sollte bei jeder Rechtssetzung auch eine Kosten-Nutzen-Rechnung gemacht werden. Ich bin mir sicher, ein ordentlicher Teil der neuen Gesetze erzeugen mehr Kosten als Nutzen. Auch dort kann man den Rotstift ansetzen.
Mark Angler

► Ihre Meinung ist uns wichtig. Wir freuen uns über Kritik, Lob und Anregungen über folgende Kanäle: E-Mail: redaktion@handelszeitung.ch Twitter: twitter.com/handelszeitung Facebook: facebook.com/handelszeitung Online: Posten Sie Ihre Meinung auf www.handelszeitung.ch unter einen Artikel

IMPRESSUM

Redaktion «Handelszeitung» Ringier AG, Ringier Medien Schweiz Flurstrasse 55, 8048 Zürich, Telefon: 058 269 22 80 E-Mail: redaktion@handelszeitung.ch, www.handelszeitung.ch

Verlag Flurstrasse 55, 8048 Zürich, Telefon: 058 269 22 20 E-Mail: verlag@handelszeitung.ch
Herausgeberin Ringier AG, Ringier Medien Schweiz, Bühnstrasse 5, 4800 Zofingen
Geschäftsleitung Ladina Heimgartner
Chefredaktor Markus Diem Meier (mdm)
Stv. Chefredaktoren Holger Alich (ali), Marcel Speiser (spm)

Redaktion Unternehmen/Politik: Michael Heim (Leitung/hec), Seraina Gross (stv. Leitung/rai), Carmen Schirm-Gasser (scc), Bernhard Fischer (fib), Andreas Güntert (ag), Gabriel Knufer (gku), Andreas Valda (val) – Management: Tina Fischer (Leitung/fit) – Internationale Wirtschaft: Peter Rohrer (Chefkönmom/rop), Fabienne Kinzelmann (kin) – Autor, redaktionelle Projekte: Stefan Barmettler (bar). – Volontariat: Lena Madonna (mdl), Samuel Walder (was) – Specials: Florian Fels (Co-Leitung/ff), Jasmine Ailig (Co-Leitung/ali)
Korrespondent Bundeshaus Andreas Valda (val)
Leiter Strategieprojekte-Management/Innovation Stefan Mair
Channel-Management Dominic Benz (Leitung/dob), Michael Hotz (mth), Olivia Ruffiner (rul)

Social-Media-Redaktion Lukas Borner
Ständige Mitarbeitende Kurt Bahnmüller (kb), Gisbert L. Brunner (glb), Fredy Gilgen (fg), Constantin Gillies (cg), Fredy Hämmerli (fh), Sira Huwiler-Flamm (huw), Pirmin Schilliger (ps), Silvan Wegmann (Karikaturist), Kurt Speck (spe), Daniel Tschudy (dts)
Sekretariat Denise Alt
Layout Julie Body (Creative Director/Leitung), Mario Imondi (stv. AD), Sarina Joos, Tessa Ruppert (Infografik), Marco Müller, Michael Müller, Bernadette Schenker
Bildredaktion Fotodesk RMS, Hanna Jaray
Korrektur Susanne Scherrer (Leitung), Cordula Hawes-Bilger (stv. Leitung), Sonja Brunschweiler, Carsten Stütz, Karin Büchler

Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen im Sinne von Art. 322 StGB: Admeira AG, Energy Broadcast AG, Energy Schweiz Holding AG, Energy Bern AG, Energy Zürich AG, Energy Basel AG, Grupa Ringier Axel Springer Polska AG, Gryps AG, Homster AG, JobCloud AG, OneLog AG, Ringier Central and Eastern Europe AG, Ringier Digital Ventures AG, Ringier Print Holding AG, Ringier Sports AG, Ringier Sports Media Group AG, SMD Schweizer Medien-datenbank AG, Ticketcorner Holding AG, Ringier Emerging Markets GmbH (Deutschland), Ringier MediaTech GmbH (Österreich), S.C. Ringier Romania S.R.L. (Rumänien), EJOBS GROUP S.R.L. (Rumänien), REALMEDIA NETWORK SA (Rumänien), Ringier Pacific Limited (Hongkong), Homsters Asia Pte. Ltd. (Singapur), Ringier Vietnam Company Limited (Vietnam), Ringier Vietnam Classifieds

Company Limited (Vietnam), Ringier South Africa (Pty) Ltd (Südafrika), Ringier One Africa Media (Pty) Ltd (Südafrika)
Vermarktung Ringier Advertising, Flurstrasse 55, Postfach, 8021 Zürich, Ringier Advertising, Flurstrasse 55, Postfach, 8021 Zürich
Anzeigen/Media Services: Tel. 058 269 20 00; mediaserviceprint@ringier.ch
Director Sales: Luca Schena
Head of Sales: Annick Cochard, Thierry Hansen
Director Media Services Print & Digital: Sarah Naf
Teamlead Media Service Print: Ruth Gmür
Head of Media Service Digital & AdOperations: Sabrina Miccoli
Abonnemente:
1-Jahres-Abo Schweiz: Fr. 290.– (inkl. Porto und MwSt.), 1-Jahres-Abo Europa: Fr. 385.– (inkl. Porto), Halbjahres-Abo Europa: Fr. 160.– (inkl. Porto und MwSt.), Einzelverkaufspreis: Fr. 5.50;
Erscheinung: wöchentlich (Donnerstag)/ 50 Ausgaben.
Kundenservice
Leitung: 058 269 25 05, kundenservice@handelszeitung.ch
Druck DZZ Druckzentrum Zürich AG
Wemf-Auflage: 31 969