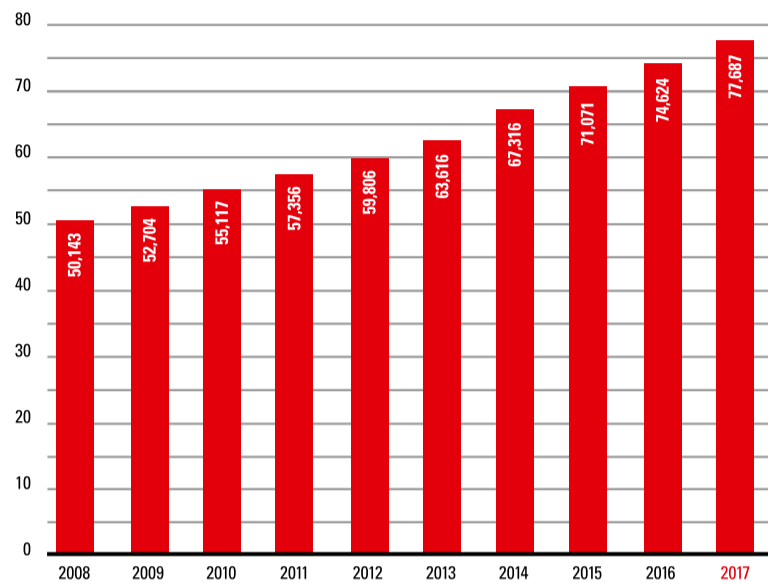


Unser Erfolg ist Ihr Gewinn

ANZEIGE

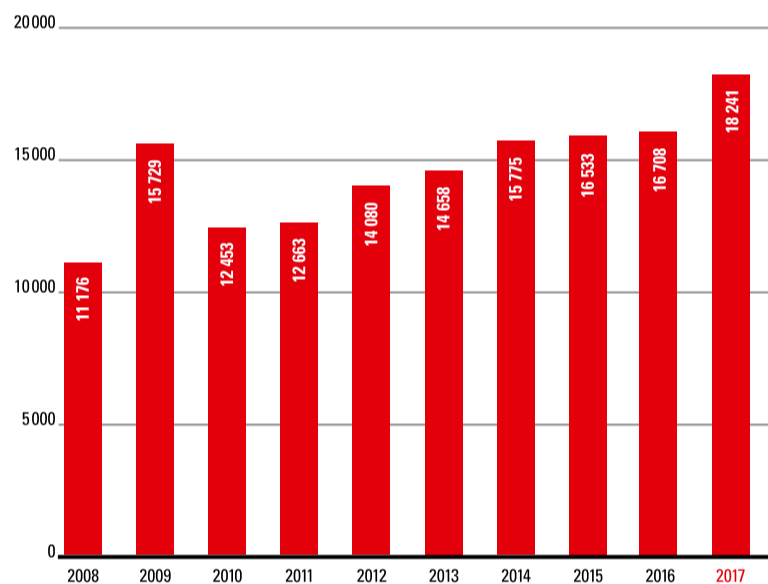
Als kleine und feine Kunden-Genossenschaft setzen wir seit 1874 auf solides Versicherungshandwerk in den ländlichen Gebieten der Schweiz. Das Versicherungsgeschäft betrachten wir als Beziehungsgeschäft. Zahlreiche Mitarbeitende geben der *emmental versicherung* ihr Gesicht. Mit den rund 250 Beraterinnen und Beratern betreuen wir unsere Kunden vor Ort und sind für sie da – in der Beratung und im Schadenfall.

Langfristiges Denken – nachhaltiges Wachstum (Prämieinnahmen in Mio. CHF)



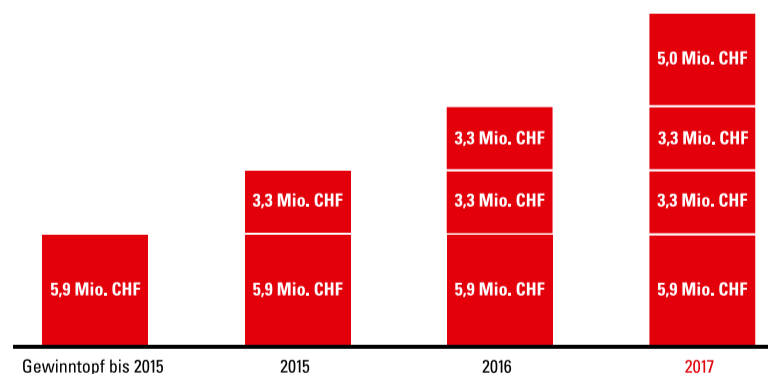
Der nachhaltige Erfolg beim Kunden ist unser Ziel. Die Prämieinnahmen stiegen 2017 um weitere rund drei Millionen Franken oder gut vier Prozent an. Dieser Wert ist erfreulich, er liegt über dem Markt, aber unter den Vorjahren. Die *emmental* konnte wiederum neue Kunden-Genossenschafterinnen und -Genossenschafter gewinnen.

Schadenfälle – dafür sind wir da (Anzahl Schäden)



Beweisen können wir uns im Schadenfall – der Stunde der Wahrheit. Pro Jahr ist ungefähr jeder vierte Kunde betroffen. Die Fälle sind so vielseitig wie das Leben selbst. Wir freuen uns, wenn wir jedem Fall helfen können. Insgesamt rund 18 000 Mal lösten wir 2017 unser Versprechen ein: rasch, persönlich, vertragstreu und kundenorientiert.

Ihre Genossenschaft – Ihr Gewinn (Zuweisungen an den Gewinnfonds)



Nach drei erfolgreichen Geschäftsjahren ist es wieder so weit. Unsere Kunden-Genossenschafterinnen und -Genossenschafter erhalten 15 Prozent der gewinnberechtigten Jahresprämie in bar ausbezahlt. Sie ernten so die Früchte des Erfolges ihrer *emmental*. An zahlreichen Gewinnausschüttungs-Anlässen haben wir die Gelegenheit, unseren Kunden zu danken, sie zu verköstigen, das Persönliche zu pflegen und weitere Anknüpfungspunkte zu schaffen.

Herzlichen Dank für das Vertrauen, das Sie uns im vergangenen Jahr entgegengebracht haben. Wir freuen uns, auch im Jahr 2018 persönlich für Sie da zu sein.

emmental versicherung
Emmentalstrasse 23
Postfach 11
3510 Konolfingen
Tel. 031 790 31 11
info@emmental-versicherung.ch
www.emmental-versicherung.ch

emmental
versicherung

«NO BILLAG» – sgv-Vorstandsmitglied Robert E. Gubler fordert die SRG auf, endlich ihre Hausaufgaben zu erledigen und Sparpotenzial aufzuzeigen.

Eine Schlüsselfrage

Seit über einem Jahrzehnt versuchen Medienpolitiker, der Schweizerische Gewerbeverband sgv miteingeschlossen, eine Diskussion über den sogenannten Service public in Gang zu bringen. Doch Bundesrat, Verwaltung und Management des Medienhauses SRG verweigern bis jüngst Gespräch und fachliche Grundlagen dazu. Erst im Zuge der «No Billag»-Initiative besinnt man sich auch bei der SRG eines Besseren. Allerdings wird mehr über Geld denn über Inhalte gesprochen. Lieber versucht man, das Feld für Alternativen den Initianten zu überlassen, diese dann dank eigenem Informationsvorsprung lächerlich zu machen und dadurch von den eigenen Schwächen abzulenken. Etwas billig für einen so teuren Laden, wie ihn die SRG führt.

Geisterfahrt in Kauf genommen

Doch offenbar ist man sich bei Gegnern wie bei Befürwortern der «No-Billag»-Initiative einig, dass den Stimmbürgerinnen und Stimmbürgern hier eine politische Schlüsselfrage vorgelegt wird. Anstatt sich aber den grundsätzlichen Fragen zu stellen, bewirtschaften die SRG und die von ihnen wirtschaftlich oder politisch abhängigen Verteidiger – wie es aussieht ziemlich erfolgreich – taktisch nützliche Abstimmungshebel. Eine Fahrt ins Ungewisse wird den Initianten unterstellt. Dabei sind es die Führung von SRG und Fernsehen insbesondere, welche eine Geisterfahrt bewusst in Kauf nehmen.

Taktik statt Inhalte

So zum Beispiel propagiert man die Position «alles oder nichts», um keinen Plan B vorweisen zu müssen. Vielmehr sollen die Initianten einen Plan B vorlegen, um diesen dann mit dem eigenen Wissensvorsprung zerplücken zu können. Ebenso schlaue der Entschluss, auf eine Diskussion im Eidgenössischen Parlament gar nicht erst einzutreten, weil man dann Fakten und Gedanken zum Service public hätte liefern müssen. So kann man die eigenen Interessen verdeckt halten und gleichzeitig die Initianten extrem blossstellen.

Fakt ist, dass die Initianten ein demokratisches Recht in Anspruch nehmen, eine Schlüsselfrage zu stellen,

während die SRG ihre unternehmerische Pflicht und Verantwortung verweigert.

Welches KMU könnte so was tun?

Welches Management, welcher Unternehmer könnte sich eine solche extreme Haltung leisten? Jeder KMU-Unternehmer würde alles tun, um Firma und Arbeitsplätze zu erhalten und Konzepte zu entwickeln, wie man sich auf eine mögliche Veränderung der Rahmenbedingungen einstellen könnte.

Die neue Spitze der SRG meint, dass allein die Grösse ihrer Organisation diese als arrogant erscheinen lasse. Das ist ein Irrtum. Arroganz gründet aus der Besserwisserei, der Gesprächsverweigerung, der unfairen Zwangssteuerstrategie und der gezielten Diskreditierung der Kritiker. Eine Haltung, dass bei den Grossen wie Migros, Coop oder IKEA bis heute nie anzumerken notwendig war. Gerade wegen dieser uneinsichtigen Haltung der SRG ist ein Ja zur «No Billag»-Initiative zu richtigen Zeit auf der Agenda.

Grosser Basar der Geschenke

Die politische Diskussion um die Zukunft der SRG und ihre Zwangssteuern für fast alle wurde mit rund 460 Franken pro Haushalt und Jahr gestartet. Im Zuge der Plafonierung des SRG-Einnahmenbudgets auf 1,2 Milliarden Franken wurden die neuen Abgaben der Unternehmen dafür eingesetzt, die Gebühren für das neue Jahr auf 360 Franken pro Haushalt zu reduzieren.

Interessant ist auch die unfreiwillig herausgerückte Auslegeordnung der SRG gegenüber der Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen (KFV) des Nationalrats. Sie deklariert, dass die SRG ihren Grundauftrag auch mit rund einer Milliarde Franken erfüllen könnte. Es hängen also mindestens 200 Millionen Franken Speck am Gürtel. Die Mediensteuer, die von den Betrieben übernommen werden muss, hätte es demnach gar nicht gebraucht.

Aber nicht die KMU sollen von diesem Sparpotenzial profitieren. Die zuständige Bundesrätin signalisiert, dass eine weitere Gebührenreduktion für die Stimmbürgerinnen und Stimmbürger bis auf gegen 300 pro

Jahr drin lägen. Das kommt der üblichen Giesskannenpolitik gleich: Von Unternehmen das Geld an alle anderen weiterverteilen und das Ganze als eidgenössische Solidarität zu Fernsehen und Vaterland verkaufen. Nur für die Wirtschaft interessiert man sich dabei leider kaum. Anders ist es nicht zu erklären, dass in einem Dorf der Metzger bezahlt, der Bäcker aber nicht; der Uhrmacher wohl muss, nicht aber der Beizer; hingegen der Käseladen mit Catering besteuert wird, während der Getränkelieferant gerade noch gratis wekommt. Die Billag-Befreiten können ihre Einsparung ja der SRG spenden, damit sie nicht als unsolidarisch gelten. Und der Stammtisch könnte schwarzweiss eingefärbt werden, damit Zahler und Nichtzahler wissen, wohin sie sich setzen sollen...

Hausaufgaben endlich lösen

Würde man beim Schweizer Fernsehen noch genauer hinschauen, könnte man noch einiges mehr einsparen, ohne dass jemand auf seine Liebessendung verzichten müsste. Immerhin hätte man die bis heute bekannt gewordenen rund 20 Prozent schon früher freiwillig in den Businessplan der SRG einkalkulieren können.

Aus dem Tessin ist zu vernehmen, dass es für die regionalen Leistungen etwas 500 Mitarbeitende bräuchte – heute sind es weit mehr als 1000. Einem solchen Erklärungsbedarf weicht man bei der SRG nach wie vor vornehm aus. Dabei sind gerade die Nachrichten- und Informations-sendungen unbestritten und auch die Notwendigkeit, den einzelnen Sprachregionen Mittel und Möglichkeiten zu verschaffen, um ihren Informationsbedürfnissen gerecht zu werden. Das ist auch unter dem neuen Verfassungsartikel möglich. Zeit, dass sich auch die Verantwortlichen der SRG endlich an die Arbeit machen und sich nicht darauf beschränken, ihre Lobbyisten und Mitarbeitenden an die Abstimmungsfront zu schicken.

Robert E. Gubler,
Vorstand sgv

LINK

www.no-billag-ja.ch



Ein Bundesrat, ein Medienhaus – und gleich drei Interviewer: Die SRG muss sich die Frage gefallen lassen, wie gross ihr Sparpotenzial tatsächlich ist – egal, ob es für «No Billag» ein Ja oder ein Nein geben wird. BILD: ALESSANDRO DELLA VALLE/KEYSTONE