

# YELLOW

April 2019 | 01



# Keine Zeit!

## **Zeitsparen in Gelb**

---

Im Spitalverbund EOC in Lugano werden Blutproben per Drohne transportiert.

## **Tick, tack, tick, tack**

---

Ein Gespräch zu Zeitgefühl, Zeitdruck und zeitlosen Büchern.

## **Richtiges Timing**

---

Ein Mann revolutioniert mit Sauerteig und Haltung die Brotkultur in der Schweiz.

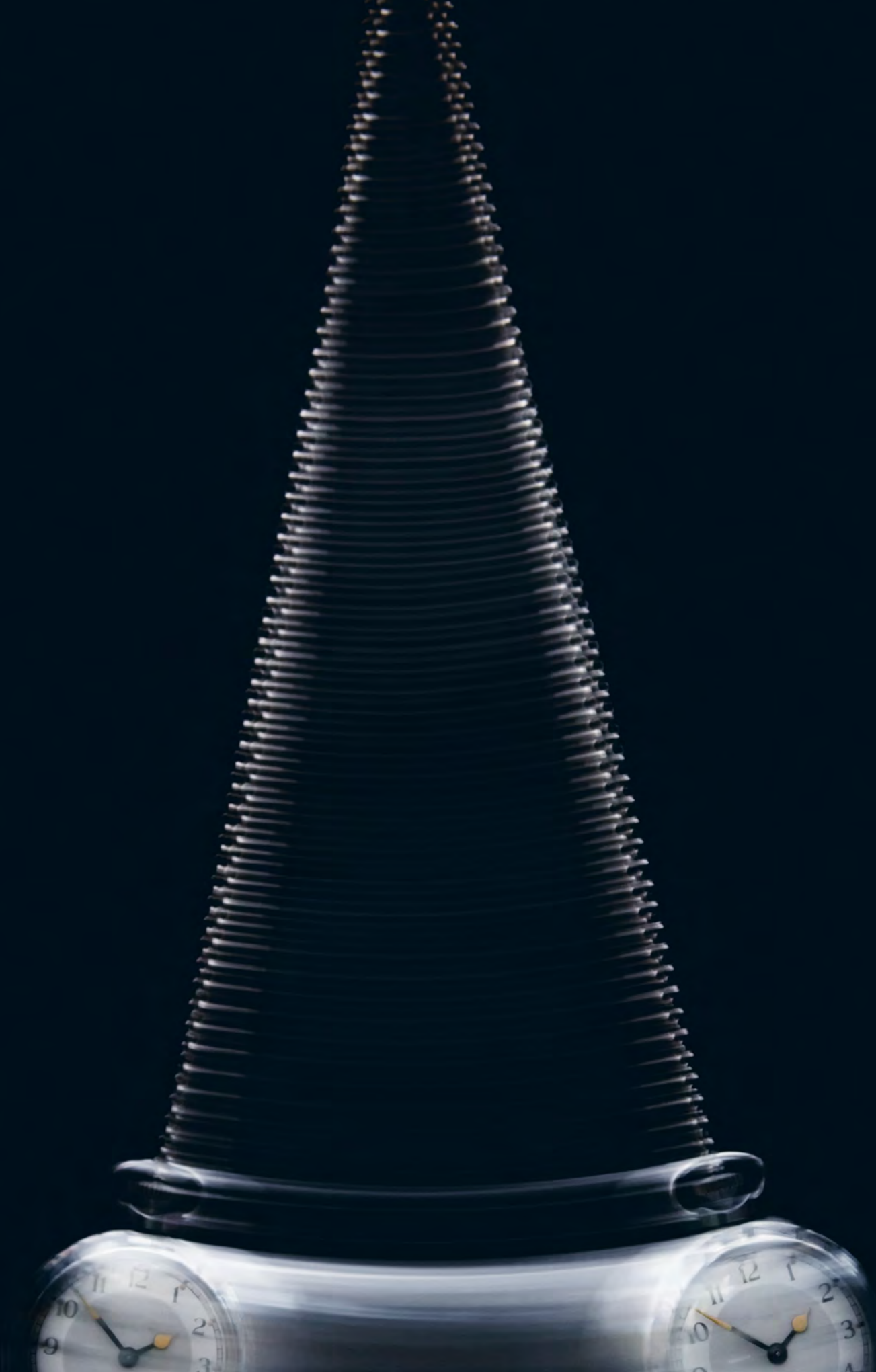
## DIE FRAGE ZUM THEMA

---

Nehmen Sie sich zwei Minuten Zeit, und beantworten Sie die Frage für sich  
– oder diskutieren Sie in einer freien Minute im Büro darüber.

**SIE HABEN  
NOCH  
ACHT WOCHEN  
ZU LEBEN.  
WAS MACHEN  
SIE DAMIT?**

Interessanterweise wünschen sich 87 Prozent der Schweizerinnen und Schweizer eine Reise. Um die Welt oder an einen bestimmten Ort. 63 Prozent würden die Zeit intensiv mit Freunden und Familie verbringen. \* Wie auch immer Ihre Antwort ausfällt: Hoffentlich haben Sie noch ganz viel Zeit für Ihre künftigen Vorhaben – und sind durch die provokative Frage neugierig auf das Heftthema geworden. \* Quelle: [sotomo.ch](http://sotomo.ch)





## PFLANZEN IM ZEITSTRESS: DIE NOTBLÜTE

Der Begriff Notblüte beschreibt eine Blütenbildung, die durch Stress der Pflanze ausgelöst wird. Der biologische Sinn einer Notblüte besteht darin, dass die Pflanze noch vor ihrem drohenden Tod Samen bilden kann, die dann schlechte Zeiten überdauern und auf günstigere Wachstumsbedingungen warten können.

# EDI TO RIAL



Liebe Leserin,  
lieber Leser

Sie ist wertvoll. Und fast immer hätten wir gerne mehr davon. Die Rede ist von der Zeit. Oft, und gerade für Unternehmerinnen und Unternehmer, bedeutet sie sprichwörtlich Geld. Bei der Post geben wir tagtäglich unser Bestes, um neue Angebote und Kundenlösungen für Sie zu erarbeiten – damit Sie sich voll und ganz auf Ihr Kerngeschäft konzentrieren können.

Dem Thema Zeit – beziehungsweise deren Fehlen – widmen wir denn auch die erste Ausgabe unseres neuen Geschäftskundenmagazins. Im ersten «YELLOW» berichten wir über die Zeitersparnis, die die Drohnen der Post dem Tessiner Spitalverbund EOC bringen; wir sprechen mit der Verlegerin Annette Weber über Zeitdruck und Zeitloses; und wir unterhalten uns mit dem Unternehmer Jens Jung über sein Wagnis, den Weg der sicheren beruflichen Zukunft zu verlassen und ein Risiko einzugehen.

«YELLOW» ist ein Magazin für und über Entscheiderinnen und Entscheider. Mit 28 Seiten voller interessanten und überraschenden Lesestoffs wollen wir Sie in Ihren Entscheidungen unterstützen, inspirieren und Sie weiterhin für die Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Post begeistern.

Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre – und freue mich, dass Sie sich dafür die Zeit nehmen.

Stefan Regli

Leiter Verkauf und Kundenservices  
Mitglied der Geschäftsleitung PostLogistics

«  
**YELLOW**  
ist ein  
**Entscheider-**  
**magazin.**  
»

# KEINE ZEIT!



Schreiben  
Sie uns!

Über Ihr Feedback  
freuen wir uns sehr.

yellow@post.ch

## 01

### JEDE MINUTE ZÄHLT

Geht es um die Notfallversorgung im Spital, ist der Faktor Zeit so entscheidend wie wohl kaum irgendwo. In einem Pilotprojekt leisten die Post und der Tessiner Spitalverbund EOC Pionierarbeit.

SEITE 8

## 02



### IST ZEIT DAS, WAS MAN AN DER UHR ABLEIST?

Verlagsleiterin Annette Weber (links im Bild) verrät, wofür sie sich gerne Zeit nimmt, wie sie aktuelle Trends erkennt und warum sie an die Zukunft des Buches glaubt.

SEITE 14

---

Die Frage zum Thema	02
Editorial	05
Story #01	08
Yellow Bites	13
Story #02	14
Infotainment	18
Story #03	20
Yellow Pages	24
Post Bites	26
Impressum	27

---

## 03

### ERFOLGSREZEPT ZEIT

Den sicheren Weg verlassen und das väterliche Erbe ausschlagen. Eine Backstube eröffnen, wo zuvor ein Discountbäcker in Konkurs gegangen ist. Auf Haltung statt auf Trends setzen und damit einen echten Coup landen.

SEITE 20



# JEDE MINUTE ZÄHLT

TEXT  
Anita Suter

FOTOS  
Reto Albertalli

**Geht es um die Notfallversorgung im Spital, ist der Faktor Zeit so entscheidend wie wohl kaum irgendwo. Im Spitalverbund EOC in Lugano werden Blutproben von Drohnen ins Labor zur Analyse transportiert. Ein Zeitgewinn, der direkt den Patientinnen und Patienten zugute kommt.**

Allabendlich surrt eine weisse Drohne zehn bis 15 Mal über die Dächer von Lugano. Mit an Bord: Blutproben aus dem Ospedale Italiano, auf dem Weg zur Analyse im Labor des Ospedale Civico. Eine Strecke, die früher per Taxi bewältigt wurde – was je nach Strassenverhältnissen und Verkehrslage bis zu 45 Minuten in Anspruch nahm. Drohnenlogistik sei Dank, dauert die Reise jetzt nur noch zweieinhalb Minuten. Das EOC ist der erste Spitalbetrieb in der Schweiz, wenn nicht sogar weltweit, der seit zwei Jahren auf Drohnen setzt – und damit zusammen mit der Post Pionierarbeit leistet. Zu verdanken ist dies dem Aufeinandertreffen von Ideen, Bedürfnissen und visionären Menschen zur richtigen Zeit am richtigen Ort. Oder wie es Spitaldirektor Luca Jelmoni formuliert: «Zuerst hatten wir ein Problem, danach eine Vision. Und nun gibt es eine Lösung.»

Diese Lösung hat anfangs auch kritische Stimmen auf den Plan gerufen. Ein Spital solle sich nicht mit Drohnen beschäftigen, hiess es. Die Ressourcen würden damit am falschen Ort eingesetzt. Eine Aussage, die Luca Jelmoni nicht auf sich sitzen lässt: «Die Logistik ist ein wichtiger Bestandteil unserer Dienstleistung für die Patientinnen und Patienten.» Deshalb sei es wichtig, bei der Weiterentwicklung neuer Logistiklösungen mitzumachen. Und nicht zuletzt gehe es auch darum, zu zeigen, dass der Spitalverbund EOC innovationsfähig sei.

«Die Zeit, die wir durch den Drohnentransport einsparen, kommt direkt dem Patienten zugute», erklärt Dr. Emanuela Zamprogno, Leiterin der Notfallstation der beiden Spitäler. Sie sei froh um die verkürzte Verbindungslinie, denn der Faktor Zeit stehe in ihrer Arbeit immer im Zentrum. Auch wenn es – anders als im Fernsehen suggeriert – in den allermeisten Fällen nicht um Leben oder Tod gehe. «Bei nicht kritischen Fällen spielt die Zeit genauso eine Rolle.» Denn ob ein Patient wegen einer ausstehenden Blutanalyse zehn, 20 oder 30 Minuten länger auf seine Behandlung warten müsse, mache einen grossen Unterschied. Für den betroffenen Patienten, aber auch für jene, die nach ihm an der Reihe sind. Seit die Drohne im Einsatz steht, hat Dr. Zamprogno Gewissheit, dass sie im Idealfall bereits innert 30 Minuten das Resultat der Analyse erhält. «Diese Vorhersehbarkeit ist fast genauso wichtig wie die Zeitersparnis an sich», erklärt sie.

« ——— »  
**Die Zeit kommt direkt dem Patienten zugute.**  
» ———

*Dr. Emanuela Zamprogno*

In ihrer Arbeit als Ärztin halte sie Kommunikation für enorm wichtig. «Darum informiere ich meine Patienten über jeden Schritt ihrer Behandlung. Auch darüber, dass ihre Blutprobe nun mit der Drohne ans Labor geschickt wird.» Manchmal kommen ihr Patienten oder Angehörige gar zuvor und fragen von sich aus, ob denn nun eine dieser Drohnen zum Einsatz käme. «Die Leute wissen über die Drohnenlogistik an «ihrem» Spital Bescheid und reagieren oft positiv und mit Neugier auf das

Thema. Die Patienten wissen, dass wir unser Bestmögliches tun, sogar neuste Technologien einsetzen, um ihnen so schnell wie möglich zu helfen». Das Grundprinzip sei einfach und gelte für alle medizinischen Behandlungen; es gehe darum, so schnell wie möglich eine Lösung für ein Problem zu finden. «Dafür möchte ich als behandelnde Ärztin möglichst viele Mittel und Methoden beiziehen können – und dazu gehört eben auch die Drohne.»

«Ja, natürlich gehört die Drohne zu meiner Arbeit!», bestätigt Nathalie Dueri, medizintechnische Assistentin am Spitallabor, mit leuchtenden Augen. Zwar kommt sie nicht direkt mit dem Flugobjekt in Berührung, da sie die Sendungen noch im Labor einem mit dem Drohnenbetrieb betrauten Mitarbeiter übergibt, doch spürt auch sie den Zeitgewinn: «Wir sind sehr froh um den neuen Service.» Die Beschleunigung des Transports entsprechen immer grösser werdenden Ansprüchen ans Gesundheitswesen. «In der Medizin wird alles immer schneller, auch die Analysemaschinen. Mit den Drohnen können wir nun zusätzlich Zeit einsparen.»

« ——— »  
**Zuerst hatten wir ein Problem, danach eine Vision. Und nun gibt es eine Lösung.**  
» ———

Luca Jelmoni



« ——— »  
**Wer im Labor arbeitet, lebt von Innovationen.**  
» ———

Dr. Franco Keller

«Die Zeit ist bei uns immer ein Faktor», ergänzt Dr. Franco Keller. Als Leiter der EOLABS, des Verbunds der acht medizinischen Labors des EOC, weiss er, wovon er spricht. Aufgrund der dezentralen Organisation ist die Logistik ein wichtiger Aspekt seines Laborbetriebs. «Wer im Labor arbeitet, lebt von Innovationen, Neuheiten und neuen Analysen. Deswegen ist auch das Drohnenprojekt bei uns auf grosse Begeisterung gestossen», ergänzt er.

Obwohl der Testbetrieb bis anhin ohne bemerkenswerte Zwischenfälle verlief, ganz problemlos war der Übergang vom Gewohnten hin zum Neuen und Innovativen nicht. Beispielsweise gab es Unsicherheiten im Zusammenhang mit der Verpackung der Blutproben, die für den Transport angepasst werden musste. «Besonders das Personal der Notfallstation war anfangs verunsichert. Neu muss alles dreifach verpackt werden, um den Anforderungen für den Lufttransport zu genügen», erklärt Luca Jelmoni. Die Mitarbeitenden wurden instruiert und geschult – und informiert, dass sich an den Abläufen für sie nichts ändere und sie keine neuen Aufgaben übernehmen müssen. Die Proben werden nach wie vor im Labor verpackt und abgeholt, nur die Art und Weise des Transports ist neu. Wie die Leiterin der Notfallstation räumt auch der Spitaldirektor dem Thema Kommunikation einen sehr hohen Stellenwert ein. «Intern haben wir von Anfang an alle beteiligten Parteien in die Prozessdefinition involviert. Das Labor, die Notfallstation, die Pflege, die Ärzte ... wenn Sie alle an einem Tisch haben, niemanden aussen vor lassen, dann steigen die Erfolgchancen automatisch – auch für ein so grosses Innovationsprojekt wie dieses.»



«  
**Lebensrettend  
 ist das System.  
 Die Drohne ist ein  
 Teil davon.**  
 »



Luca Jelmoni

Ebenfalls nicht zu unterschätzen für das Gelingen des Testbetriebs ist die Akzeptanz in der lokalen Bevölkerung. Von Anfang an hat man zusammen mit der Post Anwohnerinnen und Anwohner im Bereich der Flugroute sowie Behörden und Ämter mit Flugblättern und Mitteilungen über das geplante Vorgehen und die Hintergründe informiert. «Die Leute wissen, dass es sich hier nicht um Freizeitdrohnen handelt, sondern um Drohnen, die für die Gesundheit von Menschen im Einsatz stehen», wirft Luca Jelmoni ein. «Daher nehmen sie auch die damit verbundene Lärmbelastung in Kauf – wie sie es bei den Rettungshelikoptern auch tun.» Den

Vergleich weiterspinnen und die Drohne als Lebensretter bezeichnen, möchte er allerdings nicht. «Lebensrettend ist das System. Der Gesamtprozess. Die Drohne ist ein Teil davon.»

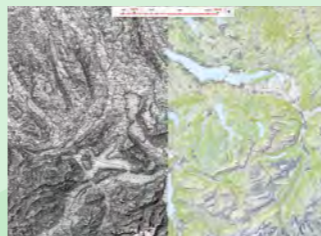
«Es war und ist ein Teamprojekt. Alle ziehen an einem Strick», fasst der Mitinitiator der Drohnenlogistik am Spital Lugano zusammen. Und: «Ich habe von Anfang an viel Enthusiasmus für die Sache verspürt, wir haben gemeinsam Zeit in etwas Neues investiert. Das Spital, die Labors, der technische Dienst ... und mit der Post haben wir eine grossartige Partnerin.» Die Post als Partnerin? Jelmoni lacht. «Stimmt. Eigentlich sind wir ja ein Kunde der Post – aber in diesem Projekt fühlt es sich ganz einfach wie eine Partnerschaft an.»

**Kontrollierte Notlandung einer Drohne in Zürich**

Bis dato betreibt die Post Drohnenprojekte an drei Standorten in der Schweiz und hat damit bereits mehr als 3000 Flüge erfolgreich durchgeführt. Am 25. Januar 2019 kam es in Zürich zu einer kontrollierten Notlandung einer Drohne. Die vorgesehenen Sicherheitsmassnahmen haben gegriffen, der Fallschirm wurde ausgelöst und ein Warnsignal machte auf die herunterschwebende Drohne aufmerksam. Sicherheit steht für die Post an oberster Stelle. Deshalb hat sie

entschieden, die Drohnen an allen Standorten als freiwillige Vorsichtsmassnahme bis zur endgültigen Klärung der Ursache am Boden zu lassen.

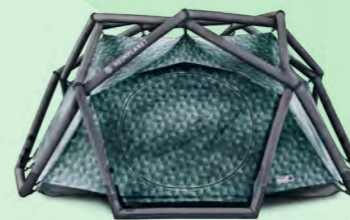
Die Post hat das Drohnenprojekt unter dem early-Label lanciert. Dieses steht für Innovationen, die die Post zusammen mit ihren Kunden testet und weiterentwickelt.



**ZEITREISE MAL ANDERS**

1844 erschien die erste topografische Karte, 1864 war die gesamte Schweiz kartografiert. 175 Jahre sind seitdem vergangen. Heute ist die lange Zeitreihe mit Geodaten nationales Kulturgut. Das Bundesamt für Landestopografie, swisstopo, macht es online für alle zugänglich. Und ermöglicht im Handumdrehen eine virtuelle Reise durch die Zeit.

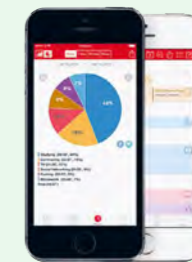
[swisstopo.ch/zeitreise](http://swisstopo.ch/zeitreise)



**SCHNELLER WOHNEN**

Ein Gebrauchsgegenstand, der nicht nur perfekt designt ist, sondern auch noch schnell und einfach funktioniert: das Zelt «The Cave» aus der kleinen Innovations-Manufaktur «Heimplanet». Es ist aufblasbar und ganz ohne Stangenmikado innerhalb einer Minute aufgebaut. Und Ihnen bleibt mehr Zeit, um Ihre knapp bemessene Freizeit zu geniessen.

[heimplanet.com](http://heimplanet.com)



**TOTAL ERLEDIGT**

Die ledergebundene Agenda war gestern – heute organisiert man seinen eng getakteten Alltag per App. Zum Beispiel mit ATracker PRO. Die App hilft dabei, die täglichen Aktivitäten zu protokollieren. Und das simpel und bequem: Zum Starten und Stoppen reicht eine Berührung.

[apple.co/2TBfnQg](https://apple.co/2TBfnQg)



*Praktisches, Unterhaltsames  
 und Überraschendes  
 rund ums Thema  
 «Keine Zeit».*



**FAST GOOD FOOD**

Sich in ein paar Stunden einmal quer durch die Welt schlemmen? Genau das ist die Idee hinter der Streetfood Festival Tour 2019. Die vielfältigen Foodtrucks und Stände servieren an 14 Standorten in der Schweiz Fast Food vom Feinsten. Bon appétit!  
 Alle Termine hier:

[streetfood-festivals.ch](http://streetfood-festivals.ch)

STORY # 02

# IST ZEIT DAS, WAS MAN AN DER UHR ABLIEST?

INTERVIEW  
Susanna Stalder

FOTOS  
Adrian Moser

**Von Zeitmessern, Zeitdruck und zeitlosen Büchern: ein Gespräch mit Annette Weber, Inhaberin und Geschäftsleiterin des Thuner Verlags Werd & Weber. Das Museum für Uhren und mechanische Musikinstrumente in Oberhofen am Thunersee bildet die passende Kulisse dafür.**

**Annette Weber, um uns herum ticken die Uhren. Ist Zeit für Sie das, was man an der Uhr abliest?**  
Ja, absolut, ich richte mich stark nach der Uhrzeit. Es ist mir wichtig zu wissen, wie spät es ist.

**Trotzdem stimmt doch oft die Uhrzeit nicht mit dem eigenen «Zeitgefühl» überein. Wann haben Sie das Gefühl, dass die Zeit verfliegt?**  
Im Geschäft rennt die Zeit eigentlich immer davon. Es gibt auch Tage, an denen man nicht alles unter einen Hut bringt, an denen sich alles nach hinten verschiebt. Privat ganz einfach dann, wenn es schön ist.

**Und wann schleicht die Zeit?**  
Bei lähmenden Sitzungen und bei Zahnarztbesuchen.

**Als Verlagsleiterin haben Sie bestimmt viele Sitzungen.**  
Nein, ich vermeide sie so weit wie möglich. Einmal pro Monat habe wir eine Lektoratssitzung, in der wir alle laufenden Buchprojekte besprechen und die Vergabe der Arbeiten planen. Ansonsten halten wir intern 10- bis 15-minütige bilaterale Besprechungen ab, oft im Stehen. Natürlich: Wenn ein Autor zum ersten Mal mit uns zusammenarbeitet, braucht es einen intensiven Austausch an einer Sitzung, um alle Fragen zu klären.

**Wie sieht ein gewöhnlicher Arbeitstag bei Ihnen aus?**  
Es gibt einen klaren Einstieg: Ich lese alle neuen Mails, erledige sie so weit wie möglich und mache auch gleich die tägliche Administration. Nach diesen Arbeiten sieht jeder Tag anders aus. Ich reagiere auf Terminanfragen und Anliegen von Mitarbeitenden, Autoren und Geschäftspartnern, die mich morgens erreichen.

**Für welche Aufgaben nehmen Sie sich besonders viel Zeit ...**

Für die Auswahl von neuen Buchtiteln sowie für Auswertungen der Buch- und Zeitschriftenbranche: Wie entwickeln sich die Umsätze, was läuft besser, was weniger gut, wie stehen wir im Marktvergleich da?

**... und wofür ist Ihnen die Zeit zu schade?**

Für administrative Arbeiten. Wir leben weitgehend das «papierlose Büro» und erledigen die Administration möglichst effizient. Denn man lässt sich schnell von ihr verschlingen.

**Nutzen Sie Angebote der Post, die Ihnen helfen, hier effizienter zu sein?**

Ja. Zum Beispiel lassen wir unsere Sendungen abholen. Das spart uns schätzungsweise zwei Stunden täglich.



**Was ist Ihnen in der Zusammenarbeit mit der Post, insbesondere in Bezug auf den Faktor Zeit, wichtig?**

Dass unsere Sendungen – seien es Bücher, Zeitschriften oder andere Publikationen – pünktlich und unversehrt bei den Kundinnen und Kunden ankommen. Für die Verlagsbranche ist die Post eine wichtige Partnerin. Ich wage sogar zu behaupten, ohne die Schweizerische Post gäbe es uns nicht in der heutigen Form. Sie ist zuverlässig und bringt unsere Printprodukte auch in die abgelegensten Winkel der Region und der Schweiz. Gute Erfahrungen gemacht und hohe Rückläufe erreicht haben wir auch mit gezielt gestreuten Flyern mittels PromoPost.





#### Wo könnte sich die Post noch verbessern?

Ich bin sehr zufrieden. Sollten die Preise, etwa beim Versand der Gratiszeitungen, stark ansteigen, würde dies uns als KMU jedoch empfindlich treffen.

#### Inwiefern beschäftigt Sie das Thema Zeit ganz generell?

Etwa im Hinblick auf die Zukunft: Wie planen wir unsere Strategie und Ausrichtung? Wie viel Zeit bleibt uns noch, ist Kontinuität wichtiger als Veränderung? Ich versuche stets, Abläufe einfach zu halten und Überflüssiges zu reduzieren, nach meinem Motto «reduce to the max».

#### Viele beklagen sich über Zeitdruck. Andere empfinden ihn als motivierend. Wie stehen Sie dazu?

Ich habe keine Mühe damit. Schon in meinem ersten Job im Berner Warenhaus Loeb hatte ich oft grossen Zeitdruck, das gefiel mir gut; und er ist mir stets ein Antrieb. Ich denke, für kreativ Arbeitende wie Texter oder Illustratorinnen ist es schwieriger, mit Zeitdruck umzugehen.

#### Weshalb?

Sie müssen immer kleine Abstriche machen, denn das Ergebnis wird – zumindest in ihren Augen – nie perfekt sein. Ich beobachte auch, dass Autoren über 60 in ihrer Schreibarbeit anders vorgehen: Sie betrachten ihre Texte als definitiv, während jüngere es gewohnt sind, ihre Texte immer wieder überarbeiten zu können.

#### Der Takt der Bucherscheinerungen aus Ihrem Verlag ist beeindruckend: über 120 Neuerscheinungen jährlich, dazu Zeitschriften und Lokalanzeiger. Wie schafft man das?

Dieser Takt ist aufgrund der geringen Margen im Buchgeschäft nötig. Auch bin ich dafür verantwortlich, dass alle meine Mitarbeitenden gut ausgelastet sind.

#### Wer ist in Ihrem Team bei den Projekten für die Abläufe, die Zeitaspekte zuständig?

Jedem Buchprojekt wird ein Lektor oder eine Lektorin zugeteilt, der oder die das Ganze im Blick behält. Diese Person ist beim ersten Gespräch mit dem Autor dabei, sie wickelt das Vertragliche ab, koordiniert die Textarbeiten, trifft die Bildauswahl, stimmt sich mit Korrektur und Druckerei ab. Und führt nach Erscheinung die Vernissage durch.

#### Wie lange dauert es von der Idee bis zum fertigen Buch?

Ungefähr ein Jahr. Zwei Drittel der Bücher initiieren wir selbst. Das heisst, wir suchen das Thema und den Autor oder die Autorin und fragen diese an.

## « Ein Buch bleibt – und zwar viel länger als wir. »

#### Sie scheinen ein gutes Gespür für aktuelle Trends zu haben, wie beispielsweise der Erfolg der Alpbeizli-Führer oder diverser Biografien zeigt. Wie merken Sie, dass die Zeit «reif» ist für ein bestimmtes Thema?

Ich lese rund eine Stunde täglich. Diverse Tages- und Wochenzeitungen, Illustrierte, sowohl online wie auch gedruckt. Ich überfliege sie eher, merke aber rasch, wenn ein Thema immer öfter zur Sprache kommt. Auch die Auswertungen der Verlagsbranche helfen, Trends zu erkennen.

#### In einem SRF-Beitrag haben Sie die Erscheinung eines Buches mit einer Geburt verglichen. Genau. Ist das Buch «geboren», also gedruckt, geht es erst richtig los: mit der Vermarktung. Wir führen etwa 60 Vernissagen pro Jahr durch – keine Lesungen, sondern Buchevents. Dazu gibt es Leserangebote, Mailings, Flyer und so weiter.

Genau. Ist das Buch «geboren», also gedruckt, geht es erst richtig los: mit der Vermarktung. Wir führen etwa 60 Vernissagen pro Jahr durch – keine Lesungen, sondern Buchevents. Dazu gibt es Leserangebote, Mailings, Flyer und so weiter.

#### Die Herstellung eines Buches braucht Zeit – wie auch die Lektüre. Digital geht schneller. Sind Bücher überhaupt noch zeitgemäss?

Auf jeden Fall. Und ganz wichtig: Ein Buch wird nicht überschrieben. Es bleibt – und zwar viel länger als wir. Übrigens wird von jedem unserer Bücher ein Exemplar in der Schweizerischen Nationalbibliothek aufbewahrt.

#### Sie glauben also an die Zukunft des Buches.

Ja, denn das Buch ist das Prime-Printprodukt. Und wir alle sind seit der Jugend geprägt von Büchern, auch diejenigen, die wenig oder gar nicht lesen. Dass sich zum Beispiel junge Eltern aktuell für die Kinderbuchklassiker interessieren, freut mich sehr. Ein solches «zeitloses» Buch ist für mich «Heidi» von Johanna Spyri, von dem wir die Originalfassung in Leinen und mit Goldprägung herausgeben. Auch betonen gerade junge Leute oft, dass sie das Haptische an Printprodukten schätzen. Dazu passt, dass es einen Trend zu veredelten Büchern gibt.

#### Was heisst das?

Man arbeitet etwa mit Goldschnitt, Prägungen oder hochwertigen Materialien. An Buchmessen stelle ich fest, dass Bücher immer schöner und umfangreicher werden. Für die Verlage lohnt sich die Veredelung, auch wenn sie mehr kostet und der Buchherstellungsprozess länger dauert.

#### Zum Schluss noch ein Wort zur Freizeit: Wie erholen Sie sich von der Arbeit?

Indem ich privat praktisch keine Termine vereinbare. Mein Mann und ich können dadurch unsere Freizeit so verbringen, wie wir es in diesem Moment gerade mögen. Einige freie Stunden ohne Plan: Das ist herrlich! Und man staunt, dass Freunde, die sonst ständig besetzt sind, plötzlich auch spontan Zeit für ein gemeinsames Nachtessen haben.

#### Und wofür hätten Sie gerne mehr Zeit?

Für Sport: Fitness, Golf, Spaziergänge mit unseren beiden Hunden. Allerdings sollten die sportlichen Aktivitäten nicht auch noch zu Anspannung führen, sondern Entspannung bedeuten.



### Zu Person und Verlag

Annette Weber ist Inhaberin und Geschäftsführerin der Werd & Weber Verlag AG, Thun, und beschäftigt 25 Mitarbeitende sowie einige Freischaffende. Der Verlag wurde 1991 als Weber AG Verlag gegründet und übernahm 2013 den Werd Verlag Zürich. Die Werd & Weber Verlag AG gibt in erster Linie Sachbücher und Zeitschriften in den Themenfeldern Genuss, Freizeit, Wandern, Natur und Persönlichkeiten heraus sowie einige offizielle Mitteilungsblätter der Region Thuner- und Brienersee.

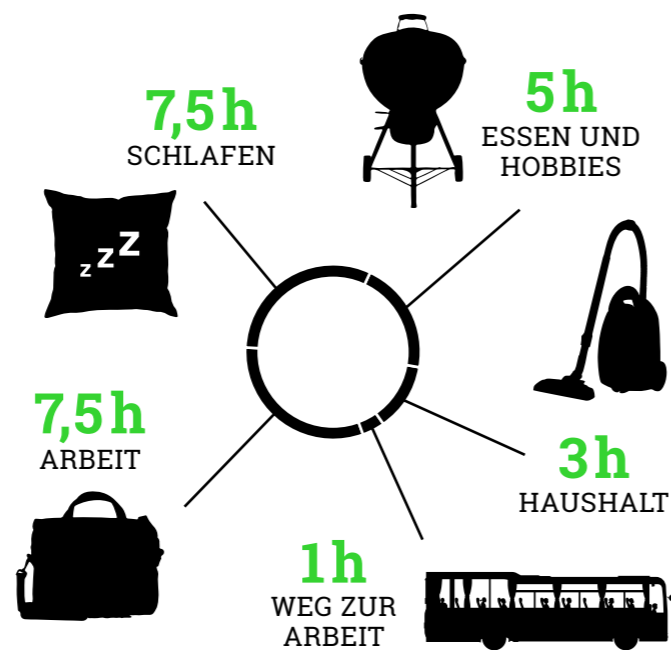


Das Museum für Uhren und mechanische Musikinstrumente MUMM befindet sich in den historischen Räumen des mittelalterlichen Rebgutes «Wichterheer» in Oberhofen am Thunersee. Die ausgestellten Zeitmesser – Klein- und Grossuhren aus verschiedenen Epochen – sind mehrheitlich in Schweizer Werkstätten und Fabriken hergestellt worden.

uhrenmuseum.ch

# ACH, DU LIEBE ZEIT!

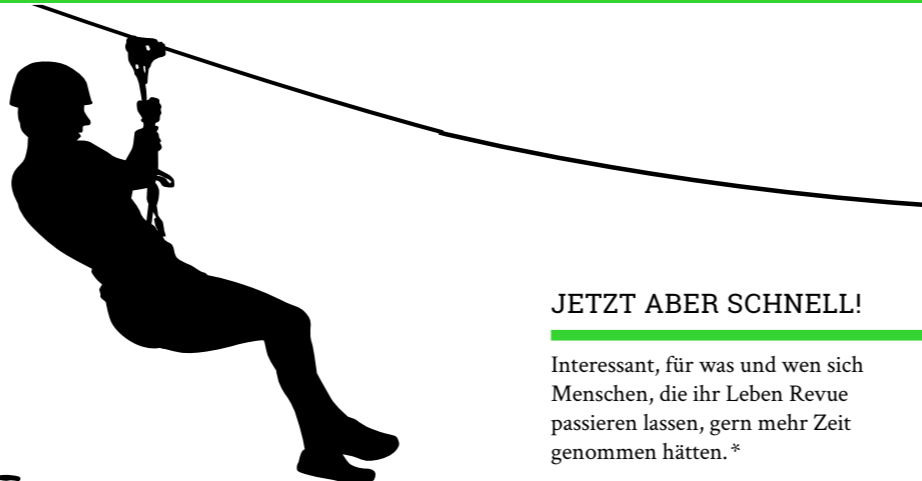
Die Zeit ist eine ganz schöne Diva. Sie rennt oder rast. Dann läuft sie wieder. Sie ist knapp. Sie ist kostbar. Und manchmal weiss man nicht, wo sie geblieben ist. Fünf Jahre Lebenszeit gehen zum Beispiel allein für Warten drauf. Auf den Bus? Auf besseres Wetter? Auf einen Heiratsantrag? Eine Auswahl von spannenden Daten und Fakten zum Thema Zeit.



## WIE DIE ZEIT VERGEHT

Was wir in der Schweiz den ganzen Tag so machen. Übrigens: Bei den angegebenen Stunden handelt es sich um Durchschnittswerte.\*

\*Quellen: sotomo.ch, fairkehr Magazin



## JETZT ABER SCHNELL!

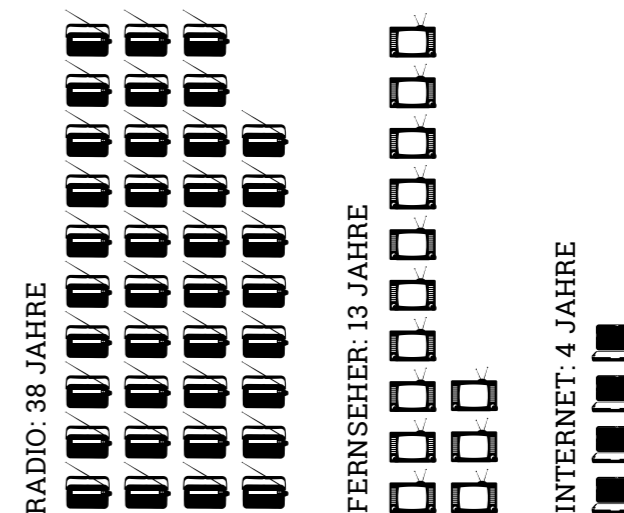
Interessant, für was und wen sich Menschen, die ihr Leben Revue passieren lassen, gern mehr Zeit genommen hätten.\*

Apropos – wann waren Sie eigentlich das letzte Mal auf Reisen?

**52%**  
REISEN UND ABENTEUER

**30%**  
FREUNDSCHAFTEN

**9%**  
BERUFLICHES ENGAGEMENT



## ACHTUNG, FERTIG, LOS!

Heutzutage setzt sich alles schneller durch, sogar Technologien. Brauchte das Radio noch lange 38 Jahre, bis es 50 Millionen Menschen erreichte, dauerte es beim Internet nur noch sportliche vier.\*

## WIE LÄUFTS?

Achtung, Schnelldurchlauf: Zwischen 1994 und 2009 hat das Schritttempo in Städten um 10 Prozent zugenommen. In Singapur gehen die Einwohner sogar 30 Prozent schneller.\*



UHR

14. Jh



DAMPFLOK

1804



TELEFON

1875



AUTO

1886



FLUGZEUG

1901



INTERNET

1990



SMARTPHONE

2007

## VOLL AUF DER ÜBERHOLSPUR

Diese Erfindungen folgten nicht nur immer schneller aufeinander. Sie sorgten auch dafür, dass man heute jederzeit und überall präsent sein kann und die Welt sich gefühlt immer schneller dreht.\*

STORY # 03

# ERFOLGS- REZEPT ZEIT

Sieben Backstuben und Verkaufspunkte, über 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, satte Umsätze, Tendenz steigend. Und das alles, weil er seinem Sauerteig ganz viel Zeit gibt.

Wie tickt der «John Baker»-Chef Jens Jung, der den für ihn vorbestimmten Weg verlassen hat, um seinen eigenen zu gehen? Eine Erfolgsstory, die mit einem Familienstreit begann.

TEXT  
Kerrin Nausch

FOTOS  
Sven Germann



«  
Ich hatte keine Zeit  
mehr zu warten.  
Wer wartet, wird  
bequem und erreicht  
am Ende nichts.  
»

Es ist 6.30 Uhr an diesem Januarmorgen und noch stockfinster. Im Ladenlokal der Bäckerei «Jung – inspiriert von John Baker» am Klusplatz in Zürich brennt schon Licht. Es duftet verführerisch nach frisch gebackenem Brot. In der gut fünf Meter langen Glasvitrine warten alle Arten von Brötchen und Broten, dazu Brioches, Butterbrätzeli und Nussgipfel auf die ersten Kundinnen und Kunden. Ganz rechts in der Ecke steht das Herzstück der Backstube, ein majestätischer Holzofen. Aus groben Steinen gemauert und mit vier Quadratmetern drehbarer Backfläche. Am Arbeitstisch mitten im Laden formt Jens Jung, Gesicht, Namensgeber und Mitgründer des erfolgreichen Bäckereibetriebs «John Baker», soeben den letzten Teigklumpen zu einem der legendären Ruchbrote.

Genau das ist der eine Teil des grossen Erfolgs von «John Baker»: Die Kundinnen und Kunden können zuschauen, wie gebacken wird. Der zweite Teil ist der Sauerteig, der hier mit bis zu 72 Stunden sehr viel Zeit zum Gären bekommt, bis er zu erstklassigem Biobrot wird. So erstklassig, dass «John Baker» inzwischen zu Zürichs Vorzeigebeck avanciert ist.

## DICKE LUFT

Eine Erfolgsgeschichte, die auf den ersten Blick nicht überrascht. Entammt Jens Jung doch einer Bäckerfamilie, die Liebe zum Sauerteig wurde ihm also bereits

in die sprichwörtliche Wiege gelegt. Alles, was er über das Handwerk weiss, hat er von seinem Vater, Bernd Jung, gelernt. Um die wirtschaftlichen Herausforderungen des teilweise bis zu sechs Verkaufsstellen umfassenden väterlichen Betriebs zu stemmen, bildet er sich fachlich weiter. Zwölf Jahre arbeiten Vater und Sohn Seite an Seite. 2013 will Jens Jung den Betrieb übernehmen. Er will etwas verändern, persönlich etwas erreichen. Aber der Senior kann einfach noch nicht loslassen. Es kommt zum Bruch. Jens Jung macht einen radikalen Schnitt, gibt die sichere Zukunftsperspektive auf und verlässt die väterliche Bäckerei: «Ich hatte keine Zeit mehr zu warten. Wer wartet, wird bequem und erreicht am Ende nichts.»

Wenige Monate später startet er neu durch. Mit einem ganz neuen Konzept. Aber im selben Handwerk. Er eröffnet mit seinen drei Partnern die erste «John Baker»-Backstube. Mitten in Zürich, am Bahnhof Stadelhofen, ausgerechnet da, wo vorher die Filiale einer grossen Discountbackkette in Konkurs gegangen ist. Er setzt um, was er bei seinem Vater gelernt hat: Gute Rohstoffe, längere Gärzeiten, ein kleines, aber handgemachtes Sortiment. Aber er tut es noch konsequenter. Ins Brot kommen bei ihm nur noch ökologisch nachhaltige Grundprodukte. Alles ist biozertifiziert. Der 47-Jährige hängt das jedoch nicht an die grosse Glocke: «Wir müssen uns nicht Bio auf die Fahne schreiben. Wir machen es einfach.»

«  
**Wir müssen  
uns nicht Bio auf die  
Fahne schreiben.  
Wir machen  
es einfach.**  
»

#### DER VOLKSBÄCKER

Er macht das aus Überzeugung, nicht weil Bio gerade Trend ist. Jens Jung war bis zu seinem 30. Geburtstag überall auf der Welt unterwegs und hat während seiner Reisen viel erlebt. Das hat sein Bewusstsein, wie man mit Lebensmitteln umgehen und was man essen sollte, verändert. Als Unternehmer sieht er sich auch in der Verantwortung. Für die Umwelt und nachfolgende Generationen. Er findet, Bio sollte normal sein, nichts, was sich nur wenige leisten können. «Ich will kein überteuerter Bäcker für die Elite, sondern der Volksbäcker für alle sein», so Jens Jung.

Der Plan, in der mehr und mehr auf Effizienz geprägten Branche auf Qualität und viel Zeit zu setzen, geht auf. Immer mehr Menschen denken wie Jens Jung, und «John Baker» ist von Anfang an auch wirtschaftlich ein Erfolg. Inzwischen ist auch der Familienfrieden im Hause Jung wiederhergestellt. Im Sommer 2017 hat Jung senior seine drei Verkaufsstellen an den Junior übergeben. Nicht nur dessen hervorragende Bilanzen haben ihn überzeugt. Er hat verstanden, dass sein Sohn seinen eigenen Weg gehen musste. Und ist heute sehr stolz auf ihn.



*Biozutaten aus der Region: Das John-Baker-Mehl wird von den Meyerhans Mühlen geliefert.*



# PAGES

Je effizienter man im Geschäftsalltag Prozesse gestaltet und Aufgaben abwickelt, desto wahrscheinlicher ist der wirtschaftliche Erfolg. Gut, dass die Schweizerische Post Produkte und Dienstleistungen anbietet, dank denen Sie wertvolle Zeit sparen können.

# MAILFLOW

## Adressen ruckzuck aktualisieren

Zur Eröffnung der zweiten Filiale sendet das Gartencenter seinen Kundinnen und Kunden ein Einladungs-mailing. Doch 5 Prozent der Sendungen sind unzustellbar, erreichen also die potenziellen Gäste nicht. Die Kundendatenbank enthält veraltete Adressen; viele Kundinnen und Kunden sind wohl umgezogen. Die Retouren zu verarbeiten und die Briefe nochmals korrekt adressiert zu verschicken, kostet Zeit. Und die würde das Gartencenter lieber in die neue Filiale stecken. Retouren lassen sich vermeiden: Die Post bietet eine breite Palette an Dienstleistungen im Bereich der Adresspflege. Aber welche Möglichkeit bleibt nun dem Gartencenter? Es nutzt den Onlinedienst «Adresspflege Online». Die fehlerhaften Adressen werden hochgeladen und – nach Auftragserteilung – innerhalb weniger Minuten korrigiert und aktualisiert. So erhalten auch die umgezogenen Kundinnen und Kunden noch rechtzeitig ihre Einladung.

[post.ch/adresspflege](https://post.ch/adresspflege)



## Abholung nach Bedarf

Die Bestellung ist verpackt und versandbereit – doch der Gang zur Filiale will irgendwie nicht so recht in die Tagesplanung passen. Mit dem Service «Abholung nach Bedarf» nimmt Ihnen die Post den Weg zum Aufgabeschalter ab und Sie gewinnen Zeit. Und damit es noch schneller geht, kann der Service auch online und mit wenigen Klicks bestellt werden. Die Post nimmt an Ihrem Firmendomizil all Ihre Postsendungen entgegen, von Paketen über Briefe bis hin zu Express- und Auslandssendungen – und zwar dann, wann Sie es wollen. Dazu bestellen Sie den Abholservice mindestens zwei Stunden vor dem gewünschten Zeitfenster.

[post.ch/abholung-nach-bedarf-online](https://post.ch/abholung-nach-bedarf-online)

## Heute weg – heute da

Manchmal muss es schnell gehen – und zwar so richtig schnell. Die signierte Biografie aus der Winterthurer Buchhandlung ist DAS perfekte Geburtstagsgeschenk für die Literaturliebhaberin. Die Festlichkeiten aber steigen schon heute in Luzern. Am Morgen verkauft, am Nachmittag zugestellt? Die SameDay-Services der Post machen es möglich. Damit erreichen Sendungen ihren Bestimmungsort blitzschnell, was oft ein Plus fürs erfolgreiche Geschäft ist. SameDay Nachmittag deckt die Wirtschaftsachse der Schweiz ab, SameDay Abend zusätzlich weitere Zielorte. Je nach Angebot treffen eilige Sendungen zwischen 14 und 17 Uhr bzw. zwischen 17 und 20 Uhr beim Empfänger ein.

[post.ch/sameday](https://post.ch/sameday)





### WIE DIE ZEIT VERGEHT

Mit dem Bau von drei Paketzentren hat die Post vor genau 20 Jahren die Paketverarbeitung und -zustellung revolutioniert. Ein Grund zum Feiern? Sehr wohl – aber auch ein Anlass, in die Zukunft zu blicken. Den stetig wachsenden Paketmengen begegnet die Post nämlich mit dem Bau von drei weiteren regionalen Zentren; in Graubünden, im Wallis und im Tessin.



### DIGITAL COMMERCE CONNECT

Am 22. Mai trifft sich der digitale Handel in Zürich. Im Zentrum der eintägigen Konferenz steht der Erfahrungsaustausch von Startups, Händlern und Dienstleistern. Die Post ist als Eventpartnerin mit einer Lounge vor Ort. Tickets und Infos: [digital-commerce-conference.ch](http://digital-commerce-conference.ch)

## POST BITES

Neues und Interessantes aus der Welt der Post.

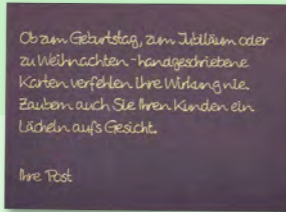


### 20 JAHRE SDV AWARD 2019

### SDV AWARD 2019

Jährlich werden am SDV Award die besten Dialogmarketing-Arbeiten geehrt. Am 6. Juni 2019 findet die Award-Night des Schweizer Dialogmarketing Verbandes SDV zum 20. Mal statt. Die Post ist wiederum als Premiumpartner mit dabei.

[sdv-award.ch/gala](http://sdv-award.ch/gala)



### WIE VON ZAUBERHAND GESCHRIEBEN

Von Hand geschriebene Briefe werden schon am Briefkasten beachtet. Mit dem Handschriftenroboter RoboPen der Post können Einladungen zum Firmenjubiläum, Dankeskarten für die Kundentreue, Mailings oder Couverts so beschriftet werden, als wären sie von Hand verfasst worden. Im Vergleich zu gängigen Print- und Onlinemailings ist der Rücklauf bis zu zehnmal höher.

[post.ch/robopen](http://post.ch/robopen)



## IMPRESSUM

**HERAUSGEBERIN:**  
Die Schweizerische Post AG  
Wankdorffallee 4  
3030 Bern  
[yellow@post.ch](mailto:yellow@post.ch)  
[post.ch/yellow](http://post.ch/yellow)

**REDAKTIONSLEITUNG**  
Susanna Stalder  
Anita Suter

**PROJEKTLEITUNG**  
Sandra Schindler

**KONZEPT & LAYOUT**  
AVANCE, Stuttgart

**ÜBERSETZUNG  
UND KORREKTORAT**  
Sprachdienst Post

**DRUCKVORSTUFE**  
RTK Medientechnik AG  
Kloten

**DRUCK**  
Stämpfli AG, Bern

**AUFLAGE**  
38'000

## WO IST SIE HIN?

ZEIT – OBWOHL MAN STÄNDIG DARAN SPART,  
HAT MAN NIE GENUG DAVON.

«Zeit vergeht nicht schneller als früher,  
aber wir laufen eiliger an ihr vorbei.»

George Orwell

«Es ist nicht zu wenig Zeit,  
die wir haben,  
sondern es ist zu viel Zeit,  
die wir nicht nutzen.»

Lucius Annaeus Seneca

«Ich fahre jeden Tag mit dem Velo zur Arbeit.  
Mit dem Auto dauert das viel zu lange.»

Jens Jung, John Baker AG

## UND JETZT SIE!

VOLL AUTOMATISCH – VOLL DANEBEN ODER VOLL GUT?

Die nächste Ausgabe von YELLOW wird blau,  
und es dreht sich alles um das Thema Automatisierung.

Heute ist Ihre Meinung gefragt:  
Sehen Sie die zunehmende Automatisierung in Industrie  
und Berufsalltag als Chance oder als Herausforderung?

Eine Auswahl der Antworten wird in der nächsten Ausgabe veröffentlicht.

Zuschriften bitte an: [YELLOW@POST.CH](mailto:YELLOW@POST.CH)

Yellow richtet sich an Geschäftskunden der Post. Das Magazin kann auf [post.ch/yellow](http://post.ch/yellow) angefordert werden.



MIX  
Papier aus verantwortungsvollen Quellen  
FSC® C0005019  
www.fsc.org

219.23.1 DE 04.2019

**DIE POST** 