

Basel, 2. August 2016

## Newsletter 3/16

---

### O€CO KMU-Netzwerk setzt an der Jahresversammlung 2016 auf Wachstum.

**An der Jahresversammlung vom 27. Juni 2016 wurden im Restaurant Rialto die Erfolgsrechnung, die Bilanz 2015 und das Budget 2016 ohne Gegenstimme genehmigt. Der Vorstand wurde einstimmig bestätigt. Vorweg wurde ihm Décharge erteilt. Die Funktion des Tagespräsidenten übernahm Hans Rudolf Hecht, vormals O€CO-Präsident. Nicht zufrieden ist der Vorstand mit der Mitgliederentwicklung. Sie stagniert, trotz Zugewinn von neuen Mitgliedern und überdurchschnittlichen Teilnehmerzahlen bei O€CO-Veranstaltungen. Vorstand und Mitglieder sind sich einig, dass bei Interessenten intensiver als bisher für eine Mitgliedschaft geworben werden muss.**

#### **Rückschau und wichtigste Zielsetzungen**

Im Rückblick auf das Jahr 2015 stellte Präsident Stefan Kaister fest, dass noch einige Ziele nicht erreicht wurden. Dazu zählen der stagnierende Mitgliederbestand (Zugänge und Abgänge halten sich die Waage), die Verbesserung der Erträge, die noch fehlende Zusammenarbeit mit anderen Vereinen und Verbänden und der noch geringe Bekanntheitsgrad des O€CO KMU-Netzwerkes in der Öffentlichkeit. Immerhin konnte der Frauenanteil moderat erhöht werden. Die Ziele für die nächsten Monate sind klar: Der Vorstand soll mit einer weiteren Frau verstärkt werden. Zudem wollen wir wachsen, d.h. den Mitgliederbestand in den Bereichen FIRMEN und VIP erhöhen. Wie das geschehen und belohnt werden soll, erfahren die Mitglieder in einem persönlichen Schreiben, das im Herbst 2016 verschickt wird.

#### **Einige Erneuerungen ab September 2016**

Interessierte bzw. Gäste ohne Mitgliedschaft werden weiterhin herzlich willkommen geheissen. Nach drei Teilnahmen (das Zählen beginnt ab 19.9.2016) erhalten sie den Anmeldetalon für eine Mitgliedschaft. Wird keine Mitgliedschaft gewünscht, erhebt O€CO pro Referat-Teilnahme einen Kostendeckungsbeitrag von CHF 10.–.

Die Privatmitgliedschaft kostet pro Jahr 75 Franken und ist exklusiv für Leute vorgesehen, die angestellt sind, in einer Non-Profit-Organisation arbeiten oder nicht mehr im Berufsleben stehen. Firmen- bzw. VIP-Mitglieder bezahlen für die Mitgliedschaft 150 bzw. 750 Franken pro Jahr. Sie profitieren von entsprechenden Zusatzleistungen (siehe unter [www.oeco-netzwerk.ch](http://www.oeco-netzwerk.ch) -> Statuten -> Infoblatt).

#### **Auch 2017 bietet O€CO beste Qualität auf hohem Niveau**

Einig sind sich Vorstand und Mitglieder, dass der Themenmix in den vergangenen zwei Jahren sehr gut war. Dies bestätigen die Zunahmen an Besucher/innen. Es lohnt sich auch am 19.9. und 21.11.2016 dabei zu sein (siehe «Nicht verpassen!» auf Seite 8). Auch 2017 sind spannende Referate zu erwarten! Mehr dazu in der Dezember-Ausgabe «O€CO-Newsletter 4/16».

Die beiden folgenden Referate vom 23. Mai und 27. Juni 2016 sind auf grosses Interesse gestossen:

## Erfolgreiche Flüchtlingsintegration in Basel-Stadt

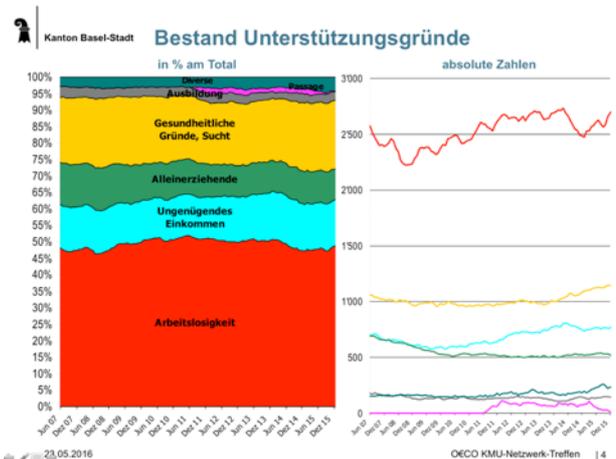
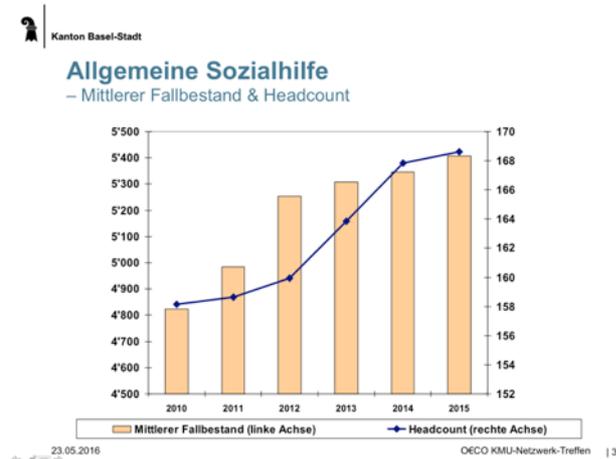
**Jeden Tag lesen wir von Menschen, die ihre Heimat verlassen, weil sie entweder verfolgt werden oder das Kriegsgeschehen ein menschenwürdiges Leben unmöglich macht. Wie immer geht Basel in seiner humanitären Tradition pragmatisch damit um. Nicole Wagner, Amtsleiterin der Sozialhilfe im Departement für Wirtschaft, Soziales und Umwelt, referierte am 23. Mai 2016 im Rialto und zeigte auf, wie der Kanton Basel-Stadt diese Situation meistert, wie die Menschen empfangen werden und wie das Potenzial eines jeden Einzelnen für den hiesigen Arbeitsmarkt analysiert und gefördert wird.**

Nicole Wagner erläuterte zuerst die allgemeine Aufgabe der Sozialhilfe und brachte die steigenden Fallzahlen mit der Zunahme der Mitarbeitenden in ihrem Bereich in Verbindung. Sie zeigte, dass vorwiegend Arbeitslosigkeit aber auch ungenügende Einkommen, Krankheit und der Umstand alleinerziehend zu sein eine Unterstützung nötig machen. Zum Thema Flüchtlingsströme klärte sie eindrucksvoll auf, dass von 60 Millionen Menschen, die ihre Heimat verlassen, die meisten in Nachbarländern unterkommen und nur 40'000 jährlich in der Schweiz um Asyl nachfragen. Davon werden 1,9 % Basel zugeteilt.

Die Sozialhilfe Basel betreut derzeit 1500 Menschen mit unterschiedlichem Aufnahmezustand, die aus 59 Nationen stammen. Die zentrale Aufgabe der Sozialhilfe ist die Finanzierung der Existenzsicherung, die Beratung und Betreuung, die Unterbringung, die Gesundheitsversorgung und die Förderung der Sprachkenntnisse und des Kulturverständnisses. Sie schafft eine Tagesstruktur, sie fördert die Selbständigkeit und die Eigenverantwortung durch soziale und kulturelle Integration und unterstützt bei der Arbeitssuche. Doch die Integration ist ein gesamtgesellschaftlicher Prozess, in den sowohl die Bevölkerung als auch Koordinationsstellen bei der GGG und der CMS involviert sind. Die Schwerpunkte der Arbeitsintegration sind die Koordination der Deutschkurse von verschiedenen Anbietern, das individuelle Coaching, die Erstellung der Grundarbeitsfähigkeit und damit eine nachhaltige Ablösung von der Sozialhilfe. Dazu müssen Arbeits-, Praktikums- und Schnupperstellen akquiriert werden, sowie Lerneinsätze im 1. Arbeitsmarkt. Die Sozialhilfe unterstützt die Arbeitgeber bei dieser wichtiger Aufgabe.

Frau Nicole Wagner hat mit diesem informativen Referat überzeugend aufgezeigt, dass nicht nur die wirtschaftlichen Potenziale sondern auch die menschlichen und kreativen Potenziale dieser derzeit 1500 Menschen noch besser genutzt werden können.

In den folgenden Charts finden Sie noch einige Fakten und Zahlen:



Kanton Basel-Stadt

## Flucht & Asyl

Zahlen / Dimensionen

**Weltweit:**

- 60 Mio Menschen weltweit auf der Flucht
- davon 35 Mio im eigenen Land vertrieben
- 25 Mio verlassen ihr Land
- davon leben 9 von 10 Flüchtlingen in Nachbarstaaten

**Europa:**

- 2016 sind etwa 1,6 Mio Flüchtlinge nach Europa gekommen

**Schweiz:**

- Knapp 40'000 Personen ersuchten 2016 in der CH um Asyl.

**Basel:**

- Die Sozialhilfe Basel betreut aktuell insgesamt rund 1'500 Personen aus dem Asylbereich.

23.05.2016 OECO KMU-Netzwerk-Treffen | 7

Kanton Basel-Stadt

## Aktuelle Migrationslage Europa

### Mittelmeerroute

- Schlepper in Libyen agieren weiterhin ungehindert.
- Flüchtlinge aus afrikanischen Staaten, aber auch aus Syrien oder Irak begeben sich auf die gefährliche Reise über das Mittelmeer.
- 2016 bereits rund 20'000 Anlandungen in Italien
- im Winter witterungsbedingt ruhiger, jetzt wieder zunehmend genutzt

23.05.2016 OECO KMU-Netzwerk-Treffen | 8

Kanton Basel-Stadt

## Aktuelle Situation Schweiz

- Lage seit Jahresbeginn ruhig
- rasch veränderbar je nach Entwicklung
- keine seriösen **Prognosen** möglich: Bund rechnet mit mind. 40'000 Gesuchen für 2016 (wie 2015)
- Gemeinsame **Notfallplanung** Bund/Kantone/Gemeinden mit klarer Aufgabenteilung erarbeitet.
- Unterbringungssituation in den meisten Kantonen weiterhin angespannt.

23.05.2016 OECO KMU-Netzwerk-Treffen | 9

Kanton Basel-Stadt

## Aktuelle Situation Basel-Stadt

- **Verteilschlüssel:** 1.9% aller Asylsuchenden werden dem Kanton BS zugewiesen (abzüglich diverser Kompensationen)
- Sozialhilfe betreut aktuell insgesamt rund **1'500 Personen**

davon ca.

- 350 Asylsuchende (Status N)
- 470 Flüchtlinge (Ausweis B/F Flü)
- 530 Vorläufig Aufgenommene (Status F)
- 120 Nothilfebeziehende

(Stand April 2016)

- rund 60 Unbegleitete Minderjährige Asylsuchende (UMA)

23.05.2016 OECO KMU-Netzwerk-Treffen | 10

Kanton Basel-Stadt

## Unterbringung Asyl

### Entwicklung betreute Personen Asylbereich Kanton BS

Jahr	Anzahl
2010	654
2011	925
2012	1'047
2013	1'020
2014	1'146
2015	1'428

23.05.2016 OECO KMU-Netzwerk-Treffen | 11

Kanton Basel-Stadt

## Unterbringung Asyl – Bestand Unterbringungsplätze

Belegung (reguläre Struktur)	Kapazität	belegt	freie Plätze	Änderung in nächst. 3 Mt. (neu)	Reserve (Notwhg.)	Total frei: (1 bis 4)
	887	775	112	-15 55	0	152

ZSA	belegt	frei	Total frei: (ZSA)
Grün 80 (Kap. 90)	49	41	181
St. Johann (Kap. 50)	10	40	
Weitere ZSA (Kap. 100)	0	100	

<b>Gesamttotal</b>	<b>333</b>
--------------------	------------

Stand 18.5.2016

23.05.2016 OECO KMU-Netzwerk-Treffen | 13

**Valencia Kommunikation ist VIP-Partner von O€CO. CEO Michael Gerber präsentierte am 27. Juni 2016 das KMU-Nachhaltigkeitskonzept der Agentur. Was für viele KMU gilt, gilt insbesondere für eine Werbeagentur. Sie ist in der öffentlichen Meinung oft der Inbegriff eines Umwelt-Sünders. Tatsache ist, dass eine Agentur genau wie alle anderen Wirtschaftsteilnehmer den ökologischen Herausforderungen unserer Zeit gegenübersteht. Deshalb hat Valencia 2012 beschlossen, die tägliche Arbeit konkret nachhaltiger auszurichten und z.B. den Strom von Fair Power® zu beziehen. Das Valencia-Nachhaltigkeitskonzept läuft unter dem Begriff «Albufera» – nach dem gleichnamigen Naturschutzgebiet vor den Toren Valencias.**



## Nachhaltigkeit in einer Werbeagentur

*Die Albufera von Valencia*

Als Erstes hat Valencia Kommunikation eruiert, wo die Mitarbeitenden der Agentur am meisten gedankenlos mit Ressourcen umgehen. Bei rund 50 Arbeitsplätzen fällt der Stromverbrauch besonders ins Gewicht. Darum legt Valencia grossen Wert darauf, zum einen den Verbrauch so niedrig zu halten wie es geht, zum andern die Energie möglichst gänzlich aus nachhaltigen Quellen zu beziehen. Computer, Licht, Kaffeemaschinen, Drucker und Kopierer werden während der Mittagspause und über Nacht ganz ausgeschaltet, statt sie im Standby-Modus zu lassen. Fair Power® garantiert darüber hinaus Strom aus erneuerbaren Quellen. Genauer gesagt: 100% Solarstrom von Renzo Blumenthal, Ex Mister Schweiz, Bio-Bauer.

Mit dem Konzept «Albufera» wurde beschlossen, das Handeln als Agentur in drei Bereichen nachhaltig zu ändern: **Ernährung, Transport, tägliches Verhalten.**

### **Coca-Cola Zero baut Schule in Afrika**

Lange Zeit standen Halbliter-Pet-Flaschen unbeschränkt gratis zur Verfügung. Drei Getränke Kühlschränke versorgten die Valencianer mit Süssgetränken und Mineralwasser aller Art. Was zuerst als Zusatz-Benefit für die Mitarbeiter gedacht war, entwickelte sich zu einem gedankenlosen Verschleiss erster Güte.



Darum beschloss die Geschäftsleitung, diesen (populären) Zopf abzuschneiden und durch eine sinnvolle Alternative zu ersetzen. Zwei der Spezialkühlschränke wurden zurückgegeben. Einer wurde behalten und mit Süssgetränken gefüllt – im Gegensatz zu vorher aber nur noch marginal mit Mineralwasser besetzt. Mineralwasser mit Kohlensäure wurde nämlich ab sofort gratis in der Literflasche zur Verfügung gestellt, dazu ebenso Sirup in Bio-Qualität. Ein Softdrink in der Halbliter-Petflasche kostet neu Fr. 1.–.

Dieses Geld kommt vollumfänglich als Spende für Loitokitok, einem sehr nachhaltig betriebenen Kleinprojekt im Süden Kenias, zugute. Resultat: Die Mitarbeiter trinken gesünder und über die Getränkekasse konnten bislang Fr. 6'040.– nach Afrika übergeben werden.

### **Bio-Chasper: natürliche Vitamine für zwischendurch**

Am Arbeitsplatz naschen ist sehr beliebt, vor allem an strengen Arbeitstagen. Da ist es gut, wenn auch eine gesunde Alternative parat liegt. Darum bringt der Öpfel-Chasper zweimal in der Woche frische Bio-Früchte mit dem Velo.

### **Richtig essen. Richtig Zeit nehmen**

Das Essen von Hauptmahlzeiten am Arbeitsplatz, am besten direkt vor dem Bildschirm, ist sehr beliebt, aber auch aus diversen Gründen sehr ungesund. Dazu musste sich die Agentur etwas einfallen lassen. Die Lösung heisst «Cantina». Unsere extra installierte Küche mit dem dazugehörigen Aufenthaltsraum ist seit dem ersten Tag ein voller Erfolg. Ein Töggelikasten und ein Dartspiel bieten zusätzliche Zerstreuung an.



### **Amigos de Valencia**

Einem KMU-Betrieb sind natürliche Grenzen gesetzt, die gesunde und nachhaltige Ernährung zu fördern. Aber ein bisschen etwas tun kann man zweifelsohne schon. Valencia hat deshalb vier Restaurants der Umgebung ausgewählt und sie in ihr Nachhaltigkeitsprogramm «Albufera» als «Amigos de Valencia» integriert. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erhalten monatlich Lunch-Vouchers. Die Wirte der vier Gastrobetriebe verpflichten sich im Gegenzug zu mindestens einem klar nachhaltig ausgerichteten Menü auf der Mittagskarte: zum Beispiel ein Vegi-Menü oder eins mit Fleisch vom Bio-Hof.

### Von und zu Valencia

Dank der zentralen Lage der Büroräumlichkeiten ist Valencia für alle Mitarbeitenden bequem mit den öffentlichen Verkehrsmitteln oder per Fahrrad erreichbar. Valencia bezahlt mit Absicht keine Parkplätze im nahegelegenen Parkhaus (ausgenommen sind bei Bedarf die Kunden). Dafür erhalten alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein Halbtax-Abo geschenkt. Wenn immer möglich werden Geschäftsreisen mit dem ÖV absolviert. Muss ein Taxi bestellt werden, dann vorrangig ein Öko-Taxi. Wenn Flüge gebucht werden, bezahlt die Agentur einen «Ablass» bei myclimate.



### Viele kleine Schritte jeden Tag verringern den ökologischen Fussabdruck

Kaffee, Milch oder Sirup – Valencia entscheidet sich, wenn immer möglich, für Bio. Valencia wählt FSC-Papier für das eigene Verbrauchsmaterial und empfiehlt es auch den Kunden. Unnötiger Papierverschleiss konnte auch mit der Hinterfragung von Arbeits- und Administrationsprozessen reduziert werden. Durch angepasstes Verhalten reduziert sich der Stromkonsum.

### swisscleantech

Andere sprechen nur davon. Valencia scheut die Kosten nicht und ist schon (fast) seit der Gründung als erste Kommunikationsagentur Mitglied von swisscleantech, dem Wirtschaftsverband, der sich für eine nachhaltige Schweizer Wirtschaft einsetzt. [www.swisscleantech.ch](http://www.swisscleantech.ch)

## Seit Januar 2008 heisst die Agentur Valencia wie die drittgrösste Stadt Spaniens.

*Auch hinter diesem Namen verbirgt sich eine Geschichte.*

Valencia hiess nicht immer so. Gegründet wurde die Agentur unter dem Namen mrg communications. Aber irgendwann stand fest, dass die Anfangsbuchstaben der Eigentümer für weitere Entwicklungen nicht ideal sind. Der neue Agentur-Name sollte beispielhaft werden für ein gelungenes Naming und Branding.

Was für Parameter muss denn ein guter Name erfüllen können? Das Naheliegende zuerst. Ein guter Name ist:

- auffällig und wohlklingend
- einfach verständlich und merkfähig
- einzigartig und provoziert deshalb auch Widersprüche.

Das alles hat «Valencia». Inklusiv des Widerspruches, den die Irritation hervorrufen kann. Aber ein richtig guter Name sollte mehr können. Er sollte Werte in sich haben, welche nur für den Träger des Namens passen.



## **Weite Horizonte und gedankliche Freiheit**

Valencia als aufstrebende, lebendige Stadt in Konkurrenz zu den beiden etablierten, spanischen Grosstädten Madrid und Barcelona, empfand das Valencia-Team als passend zur New-Comer-Rolle. Dazu ist eine Hafenstadt am Meer für uns Binnenländer immer mit einer grosszügigen Weite und mit einem Gefühl von gedanklicher Freiheit verbunden. Ein Gefühl, das alle begeisterte, als die Agentur 2006 den Hafen der America's Cup Austragung in Valencia besichtigte, das südafrikanische Aussenseiter-Team-Camp «Shosholoza» genauer kennenlernte und sich die «ValencianerInnen» auf vier Segel-Booten in einer Regatta messen konnten.

## **Die Basis des Mythos**

Ein weiterer, wichtiger Punkt: Der Name sollte mit einer Geschichte verbunden sein, welche intern verbindend wirkt und gegen aussen als merkbare Story erzählt werden kann. Die Geschichte von Valencia ist, dass nach der Rückkehr aus Valencia alle inspiriert und voller Leidenschaft «7 Pitches in a row» gewonnen haben. Intern steht «Valencia» also auch für das Auslösen einer Erfolgswelle. Dies ist der Mythos, welcher «Valencia Kommunikation» zu Grunde liegt und auf den beim Naming bewusst gesetzt wurde.

Mehr über Valencia erfahren Sie unter [www.valencia.ch](http://www.valencia.ch)

---

## **Nicht verpassen!**

### **Medartis – schweizerisches Vorzeige-Unternehmen – entwickelt Medizinal-Technik von Weltruf.**

Das Referat findet am 19. September 2016 im Rialto statt. Die Einladung erhalten Sie bis ca. Mitte August 2016.

### **Wie tickt der Kanton Aargau in Sachen Nachhaltigkeit? Erstaunliches aus dem Riebliland!**

Das Referat findet am 21. November 2016 im Rialto statt. Die Einladung erhalten Sie im Oktober 2016.