

# ConSol News

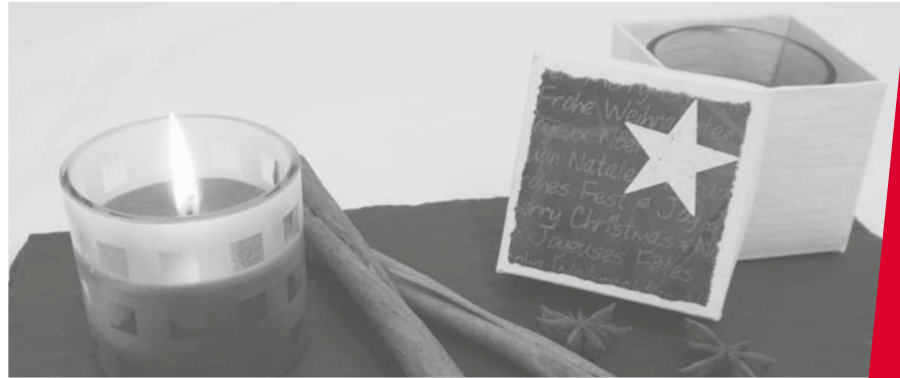


Ausgabe 21 • November 2013

Handgeschöpfte Karten, duftende Kerzen, stilvolle Gläser...

## Vielfältiges Angebot zur Weihnachtszeit

In wenigen Tagen beginnt die Adventszeit und in den fünf ConSol-Betrieben herrscht bereits vorweihnächtlicher Hochbetrieb. Denn alle Betriebe warten rund um das Weihnachtsfest auch dieses Jahr wieder entweder mit stimmungsvollen Produkten, Geschenkartikeln und Mitbringseln auf oder offerieren zum Jahresende passende Dienstleistungen und Services – ob für Unternehmen, Vereine oder Privatpersonen....



- ☆ Handgegossene Kerzen in herbstlichen Farben, verschiedensten Grössen und Formen aus dem Kerzenatelier
- ☆ Tischlichter, Vorratsgläser, Vasen, Trinkgläser oder Schalen mit weihnächtlichen Motiven, Firmenlogo u.a.
- ☆ Breites Sortiment an handgeschöpften Gruss- und Weihnachtskarten mit passenden Couverts
- ☆ Apéros, Bankette und Caterings sowie Team- und Weihnachtsessen im ConSol Bistro
- ☆ Textiler Schmuck für das Weihnachtsfest und bedruckte Weihnachtssäckli

- ☆ Komplette Organisation und Versand Ihrer Weihnachtspost inkl. Adressmanagement
- ☆ Scannen und Digitalisieren Ihrer Dias für Fotoalbum, Kalender oder zum Archivieren

Die meisten Produkte finden Sie in unserem Webshop online unter [www.consol.ch](http://www.consol.ch).

Gerne informieren und beraten wir Sie in den einzelnen Betrieben auch persönlich.

Oder Sie besuchen unseren Werkstattladen am Ibelweg in Zug, geöffnet von Montag bis Freitag, 8 bis 16 Uhr.

## Editorial



### Liebe Leserin, lieber Leser

Wie wohl die meisten Institutionen und Unternehmen lösen wir einen Teil unserer Aufgaben nicht ausschliesslich mit internen Kräften, sondern ziehen externe Spezialisten bei, die uns mit Rat und Tat unterstützen. Im Lohn- und Rechnungswesen, im Marketing, in der IT sowie in Fragen der Betreuung und Arbeitsagogik zählen wir auf die Zusammenarbeit mit – ausnahmslos langjährigen – Partnerinnen und Partnern. Es ist uns wichtig, dass die Partner unsere Kultur und Werte kennen und respektieren. So können wir von tiefem und breitem Spezialwissen und gleichzeitig von der «Aussensicht» profitieren.

Der Schlüssel zur erfolgreichen Zusammenarbeit ist das Vertrauen. «Externe» müssen den Unterschied zwischen ihren eigenen und unseren Interessen erkennen. Unsere Partnerinnen und Partner schaffen diesen Spagat bestens. So sind die Voraussetzungen für einen fruchtbaren Dialog gegeben, bei dem auch kontroverse Meinungen willkommen sind.

Wir möchten auf diesem Weg gerne allen unseren externen Partnerinnen und Partnern für die hervorragende Zusammenarbeit danken. Mit Jörg Rüdiger, der als «Externer» das Marketing von ConSol und nicht zuletzt diesen Newsletter stark mitprägt, führen wir in dieser Ausgabe ein längeres Gespräch.

Viel Spass bei der Lektüre und eine stimmungsvolle Adventszeit.

Thomas Rohrer, Geschäftsführer ConSol



[www.consol.ch](http://www.consol.ch)  
Alles auf einen Blick



# In Kürze

## ConSol Glas

### Moderne Designleuchte «Vino» aus Altglas



Im Frühjahr 2013 fragte eine Studentin im ConSol Glas an, ob Interesse bestünde mit ihr zusammen Leuchten für ihre Bachelorarbeit in

Kunst und Design zu kreieren. Sie wollte herausfinden, welche Art von Leuchtkörper entstehen würden, wenn man dabei auf Altglas setzt. Gemeinsam mit Alexandra Ottiger, Gruppenleiterin ConSol Glas, fiel der Startschuss zu einem ideenreichen und kreativen Prozess. Ein gutes halbes Jahr später liegt nun das Ergebnis vor: die Leuchte «Vino».

Die Leuchte ist multifunktional, d.h. sie kann stehend oder liegend eingesetzt werden. Technische Daten: Material: recycelte Weinflaschen, teils sandgestrahlt, • Gewicht: 1.215 kg • Grösse Leuchtkörper: ca. 24 cm x 7.5 cm (variabel), Holzsockel: 10 cm x 10 cm • LED-Spot mit 10 W, 30'000 Std. Lebensdauer • 220 V Druckknopf, Schnurrschalter schwarz.

### Leuchte «Vino», Fr. 240.– (inkl. MWST).

Die Leuchte kann ab sofort bei ConSol Glas, Tel 041 760 32 82, glas@consol.ch oder im ConSol Webshop bestellt werden.



## ConSol

### Impressum

© ConSol, 2013 • Redaktion: Manuela Duss, Thomas Rohrer • Konzeption & Gestaltung: Jörg Rüdiger Kommunikation & Marketing, Baar, www.jrkm.ch  
 Auflage: 3'200 Exemplare • Herausgeber: ConSol, 6300 Zug, Tel 041 710 80 88, info@consol.ch, www.consol.ch

### ConSol Betriebe

ConSol Glas	Tel 041 760 32 82	glas@consol.ch
ConSol Papier	Tel 041 760 32 02	papier@consol.ch
ConSol Office	Tel 041 766 48 00	office@consol.ch
ConSol Bistro	Tel 041 760 74 10	bistro@consol.ch
ConSol Textil	Tel 041 760 32 18	textil@consol.ch

## ConSol Bistro

### Sieben ausgebuchte Persische Abende



Insgesamt sieben Persische Abende hat das ConSol Bistro in den letzten Monaten durchgeführt – mit grossem Erfolg, denn an allen Abenden waren die Plätze und Tische komplett ausgebucht. Stephanie Kunz, Betriebsleiterin ConSol Bistro: «Nach den Indischen Abenden im Vorjahr waren nun auch die Persischen Abende ein Volltreffer. Wir haben sehr viele positive Rückmeldungen erhalten, was uns anspricht, die Serie weiterzuführen. Wohin die kulinarische Reise im nächsten Jahr führen wird, verraten wir allerdings noch nicht.»

## ConSol

### Umbau des Werkstattladens im Frühjahr



Im Frühjahr steht der Umbau des Werkstattladens auf der Agenda. Nach einer längeren Planungsphase kann dieses lang ersehnte Projekt nun gestartet werden. Einladend, heller, wirkungsvolle Präsentationen unserer Produkte und eine klare Wegführung: das sind die Ziele für den Umbau. Wichtiger Bestandteil des Projekts ist zudem die dringende Renovation des Pausenraums der Mitarbeitenden. **Hier besteht Handlungsbedarf! Da es von den Kosten her sinnvoll ist, Pausenraum und Werkstattladen (weil nebeneinander liegend) gleichzeitig zu realisieren, bitten wir Sie heute um Ihre finanzielle Mithilfe. Nutzen Sie den beiliegenden Einzahlungsschein! Wir danken Ihnen herzlich für Ihre Unterstützung.**

## ConSol Textil

### Positives Fazit nach dem Umzug



Vor gut einem Jahr hat ConSol Textil die neuen Räume am Ibelweg 18b bezogen. Sara Weinberger, Betriebsleiterin ConSol Textil, zieht ein positives Fazit: «Die letzten Monate waren sicherlich sehr intensiv, aber der Schritt hat sich gelohnt. Der Zusammenschluss mit der Weiss Wäscherei ist vollzogen, die grosse Mehrheit der Kunden ist uns treu geblieben. Wir haben jetzt mehr Raum, die Arbeit gestaltet sich abwechslungsreicher, alles wirkt lebhafter.» Dank der gewonnenen Routine sind die Kapazitäten für neue Aufträge in der Wäscherei gestiegen. Vom Umzug hat auch die Textilwerkstatt profitiert, die heute ein breites Sortiment an textilen Artikeln anbietet, wie Lunch-, Pilz- und Weihnachtssäckli oder Kleinkinderartikel wie Nuschi, Sabberlätzli und Nuggiketten.

### Wir bitten um Ihre Spende!

Aufgrund des Wachstums kommt es bei uns in Sachen Lieferung und Fuhrpark immer wieder zu Engpässen. Als kostengünstige Lösung würden wir gerne im ConSol Bistro einen «frechen Dreirad-Flitzer» anschaffen, um weiterhin die feinen Häppchen schnell und zuverlässig auszuliefern. Die Investition beläuft sich auf 10'500.– Franken.



**Für dieses Vorhaben bitten wir Sie herzlich um Ihre Spende – wobei jeder Beitrag zählt! Bitte benutzen Sie den beiliegenden Einzahlungsschein. Bei Spenden ab 500.– Franken winkt eine persönliche Überraschung. Allen Spendern/innen vielen, vielen Dank!**



## Fokusthema

# Marketing für ein «soziales Unternehmen» – ein Blick hinter Prospekt, Newsletter und Web.

Dreht sich das Fokusthema in der Regel um soziale Fachthemen, wollen wir in loser Reihenfolge in den nächsten Ausgaben den Blick einmal auf Menschen und Unternehmen werfen, die ConSol seit Jahren als Externe begleiten und durch ihr Wirken massgeblich dazu beitragen, dass wir unsere zentralen Aufgaben erfüllen können. Im Mittelpunkt unseres ersten Gesprächs dieser Art steht Jörg Rüdiger mit seiner Marketing- und Kommunikationsagentur, der ConSol seit vielen Jahren im Bereich Marketing und Kommunikation unterstützt. Das Interview führte Manuela Duss.

### Seit wann begleitest du ConSol in Sachen Marketing und Kommunikation?

Jörg Rüdiger: Seit gut acht Jahren, fast schon eine kleine Ewigkeit.

### Wie ist es zu dieser Zusammenarbeit gekommen?

ConSol suchte damals einen passenden Partner, der in Sachen Marketing, PR und Kommunikation Unterstützung bieten konnte. Ein wichtiges Auswahlkriterium war dabei, dass es sich im Idealfall nur um einen Ansprechpartner handeln sollte für einerseits marketingstrategische Aufgaben und Beratung sowie andererseits für die operative Umsetzung – also alles möglichst aus einer Hand. Nach einigen Evaluationsgesprächen ist schlussendlich die Wahl auf uns gefallen.

### Was hat dich an der Zusammenarbeit mit ConSol interessiert?

Grundsätzlich ist es immer sehr spannend, ein Unternehmen oder eine Organisation komplett von A bis Z in punkto Marketing zu betreuen – von strategischen Überlegungen bis hin zu Grafik, Text und Web. Zweitens kam dazu, dass ich ConSol bereits vor unserem Zusammenkommen gut kannte, diverse Dienstleistungen – gerade von ConSol Office – immer wieder genutzt habe und dadurch die Arbeit, die dort geleistet wurde, sehr geschätzt habe. Ich kann mich noch erinnern, dass mich der Start der Zusammenarbeit damals wirklich sehr gefreut hat.

### Was sind heute deine vordergründigen Aufgaben?

Wie gesagt erstrecken sich die Arbeiten über die gesamte Palette des Marketings. Das beginnt bei der strategischen Marketingberatung der Institution als Ganzes und der einzelnen Betriebe, geht über die grafische und textliche Realisation dieses Newsletters und anderer Printerzeugnisse von ConSol und reicht bis zu PR oder der Realisierung des gesamten Webauftritts mit all seinen Spezifika wie WebShop, Menü-

letter usw. Hie und da unterstützen wir das Fachpersonal auch durch Schulungen im Bereich Kommunikation, Verhalten am Telefon usw.

### Was unterscheidet die Marketingberatung für eine Institution wie ConSol zu der eines kommerziell geführten Unternehmens?

Non-Profit-Marketing ist aus meiner Sicht um einiges anspruchsvoller – aus mehreren Gründen: Zunächst haben wir meistens wesentlich mehr und divergentere Zielgruppen, die es zu bedienen gilt, d.h. zu den klassischen Kunden gesellen sich oft weitere wichtige Zielgruppen wie Politiker, Behörden, Gönner, soziale Partner und natürlich die Betroffenen – im Fall von ConSol Menschen mit Erwerbseinschränkung. Dazu gilt es einen akzeptablen Mix zu finden zwischen dem Bedürfnis, Marketing möglichst professionell zu betreiben und nach aussen zu kommunizieren, und der Tatsache, dass es sich bei den Budgets häufig um Spenden- oder unterstützende Gelder handelt. Und drittens ist es oft so, dass den Mitarbeitenden in sozialen Institutionen oder Non-Profit-Organisationen das Thema Marketing eher fremd ist.

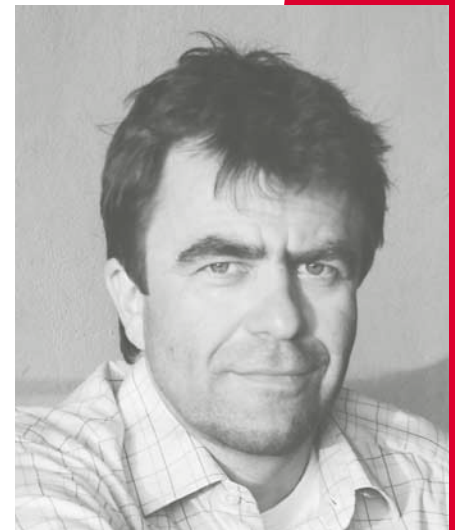
### Aber die meisten Institutionen setzen ja Marketing ein.

Ja, aber das hat sich erst in den letzten Jahren entwickelt. Wir nehmen heute einen starken Zuwachs im Bereich des Non-Profit-Marketing wahr. Früher war es fast verpönt, als soziale Institution mehr als das Minimum an Marketing zu betreiben. Heute ist allen klar, dass sich in unserer so genannten Informations- und Kommunikationswelt auch NPOs oder NGOs um das Thema Marketing kümmern müssen, um nicht zuletzt auch im eigenen «nichtkommerziellen» Sinne erfolgreich zu sein. Ganz spannend finde ich, diesen Trend zurzeit bei den Kirchen zu verfolgen, wie sich hier die Kultur des Fast-nicht-Kommunizierens langsam zu einer professionellen, teilweise sogar proaktiven Kommunikations- und PR-Politik entwickelt hat.

### Was sind konkret die grössten kommunikativen Herausforderungen bei ConSol?

Das Interessante an ConSol ist die Zielsetzung, sich zu zirka 50% aus dem Verkauf von Produkten und Dienstleistungen selbst zu finanzieren. Das bedeutet bezüglich der Kommunikation immer wieder einen rechten Spagat – ein Kommunikationsspagat quasi; für ConSol als Dienstleistungsanbieter und Produktverkäufer (um möglichst zufriedenstellende Absatzzahlen zu

Fortsetzung Seite 4



### Jörg Rüdiger

Studium der Rechtswissenschaft (Konstanz) sowie Techn. Betriebswirtschaft (Stuttgart)  
 • Mehrjährige Tätigkeit als Consultant in Unternehmensberatung, Fachbereich Marketing  
 • 8 Jahre Marketingleiter und Mitglied der Geschäftsleitung eines mittelständischen Softwarehauses in Zug  
 • Seit 2000: Inhaber der Marketing- und Kommunikationsagentur JRKM Jörg Rüdiger Kommunikation & Marketing  
 • 2005: Erweiterung um die Internetagentur Webjazz  
 • verheiratet, Vater von zwei Kindern.

Fortsetzung von Seite 3

erzielen) und ConSol als soziale Institution mit einem ganz klar definierten Leistungsauftrag des Kantons. Es muss also, bedingt durch das Finanzierungsziel, wesentlich intensiver Marketing betrieben werden als das ohne der Fall wäre. Gleichzeitig darf dabei jedoch der sozial-fachliche Aspekt, die soziale Leistung, die erbracht wird, nicht minder im Rampenlicht stehen.

### Gibt es noch weitere Spagate?

Ein Spagat eher nicht, aber trotzdem wichtig für die Kommunikation ist die Tatsache, dass ConSol aus fünf unterschiedlichen Betrieben besteht, die alle eine weitgehende Eigenständigkeit geniessen und jeweils völlig unterschiedliche Produkte oder Dienstleistungen anbieten mit ganz unterschiedlichen Zielgruppen. Marketingtechnisch sind daher zum Teil unterschiedliche, auf die Betriebe angepasste Instrumente im Einsatz. Gleichzeitig gilt es immer darauf zu achten, dass ConSol auch als Gesamtes, als eine Institution mit einer zentralen Aufgabenstellung – quasi als eine Familie – wahrgenommen wird.

### Wie hast du die letzten acht Jahre von ConSol erlebt?

Sehr dynamisch, schwungvoll und lebendig. Die Jahre waren geprägt von stetigem Wachstum, dem Aus- und Aufbau der Betriebe, des Produkt- und Dienstleistungsangebots, der Mitarbeitenden und des Fachpersonals. Über all die Jahre geblieben ist jedoch aus meiner Sicht der gute und inspirierende Teamspirit im Fachpersonal. Die Führungsverantwortlichen haben dieses Wachstum zudem immer mit sehr viel Bedacht und Fingerspitzengefühl geleitet, mit dem Fokus auf eine qualitativ hochstehende Betreuung der Menschen, die bei ConSol beschäftigt sind.

### Wie drückt sich dieses Wachstum mit Blick auf das Marketing aus?

Die zentralen Kommunikationsmittel sind im Grossen und Ganzen immer noch die gleichen, allerdings mit angepassten Inhalten, sich verändernder Gestaltung und anderer Gewichtung. So gibt es zum Beispiel seit Anfang an eine Webseite, allerdings erst seit einigen Jahren einen Webshop – der noch dazu rasant wächst. Entsprechend diskutieren wir zurzeit über einen weiteren Ausbau. Auch der Cross-Media-Aspekt hat heute eine viel grössere Bedeutung als noch vor Jahren. Andererseits bist du (Manuela Duss, führt das Interview) hinzugestossen und kümmerst dich mit viel Engagement als «Intern-Verantwortliche» u.a. um das betriebsübergreifende Marketing.

## Job Coaching immer wichtiger

Dem Job Coaching, d.h. der individuellen Unterstützung der Stellensuchenden bei der Reintegration in den Arbeitsmarkt, kommt auch bei ConSol eine immer wichtigere Bedeutung zu. Seit 2011 ist Roger Klötzli neben seiner Aufgabe als Gruppenleiter im Office für das Job Coaching von ConSol verantwortlich.



### Ergebnisse und Zahlen

Seit Februar 2011 wurden bei ConSol insgesamt 34 Personen im Rahmen des Job Coachings betreut, davon sind 25 Dossiers heute abgeschlossen, ein Coaching ist unterbrochen und acht sind zurzeit noch aktiv. In insgesamt 14 Fällen – etwas mehr als die Hälfte – war die Integration in den ersten Arbeitsmarkt erfolgreich. Für neun Personen hat sich keine Lösung ergeben. Zwei Personen arbeiten heute an einem geschützten Arbeitsplatz bei ConSol.

### Aktuelles Beispiel: Lehrstelle als Informatiker

Marcel Bachmann, 27, sucht eine Lehrstelle als Informatiker auf Sommer 2014. Bereits in jungen Jahren wird Marcel durch einige schwere Schicksalsschläge aus dem Gleichgewicht geworfen, er wird psychisch krank. Nach einer längeren Krankheitsphase ist Marcel heute psychisch stabil, nimmt aktiv am Leben teil und verfolgt zielstrebig seinen Traum: Informatiker zu werden. Seit November 2012 wird Marcel intensiv von Roger Klötzli betreut. Doch die Suche nach einer Praktikums- und später Lehrstelle gestaltet sich zunächst nicht einfach, zu gross sind oft die pauschalen Vorbehalte – was zu mancher Enttäuschung führt. In diesem Sommer dann die Zusage: Marcel kann als Praktikant bei der Spitex Zug beginnen. Dort kommt er schnell sehr gut an und überzeugt fachlich durch seine weitreichenden IT-Kenntnisse. Der erste Schritt für den Wiedereinstieg ist geschafft. «Seine Beurteilungen sind bestens. Die Spitex würde ihn sogar gerne behalten, bietet allerdings keine Informatikerlehrstellen an», so Roger Klötzli. Dann kurz vor Redaktionsschluss dieses Newsletters die positive Botschaft: Marcel hat eine Lehrstelle in einem Unternehmen gefunden und kann im Sommer 2014 seine Ausbildung beginnen.



In Zukunft möchten wir im Newsletter verstärkt auf Personen aufmerksam machen, die im Rahmen eines Job Coachings eine Stelle suchen. Alle Stellensuchenden finden Sie unter [www.consol.ch/stellensuchende](http://www.consol.ch/stellensuchende). Bei Fragen oder Interesse wenden Sie sich direkt an Roger Klötzli, Tel 041 766 48 00 oder [roger.kloetzli@consol.ch](mailto:roger.kloetzli@consol.ch).

### Was wünschst du ConSol für die nächsten Jahre?

Weiterhin ein so gutes Händchen bei der Leitung und Führung von ConSol als Ganzes und der einzelnen Betriebe – gerade mit Blick auf eine allfällige weitere Vergrösserung! Denn wenn ich mir die aktuelle Situation am Arbeitsmarkt anschau, bin ich davon überzeugt, dass wir Institutionen wie ConSol in den nächsten Jahren vermehrt benötigen werden – wenn auch mit sich laufend verschiebenden Schwerpunkten, zum Beispiel in Richtung Reintegration, Job Coaching, zeitlich begrenzter Betreuung. Und ich wünsche ConSol, dass noch viel mehr Menschen auf ihre Arbeit aufmerksam

werden und natürlich mit dem Kauf der Produkte diese Arbeit unterstützen. Aber da können ja wir auch von unserer Seite einiges dazu beitragen.

### Und was wünschst du dir in Zusammenhang mit ConSol?

Noch viele weitere offene Gespräche und Diskussionen, die ich bei ConSol sehr schätze, weil neben dem Marketing-Fachlichen auch kritisches Mitdenken und strategische Impulse ihren Platz haben. Und dass bei allem auch der Humor und Spass nicht vergessen geht.

Jörg, vielen Dank für das Gespräch.