



AM
SUISSE

2016

Jahresbericht

Impressum

Jahresbericht des AM Suisse

Herausgeber

AM Suisse
Seestrasse 105, Postfach, 8027 Zürich
T +41 44 285 77 77
info@amsuisse.ch, www.amsuisse.ch

Redaktion

Sarah Brandenberger
s.brandenberger@amsuisse.ch
T +41 44 285 77 14

Übersetzungen

Global Translations GmbH
www.global-translations.ch

Druck

FO-Fotorotar
www.fo-fotorotar.ch

Bilder

AM Suisse Bildarchiv
Amstutz Gerry
Fotolia
Neuhaus Rob
New Holland
Rindlisbacher Franz
Weiss Rolf

Weitere Informationen

www.amsuisse.ch

Inhalt

Editorial	3
Fachkräftestrategie	4
Digitalisierung	5
Finanzen – AM Suisse	8
Finanzen – Stiftung Bildungszentrum	10
Die wichtigsten Ereignisse 2016	11

Editorial

«2016 war ein Meilenstein in der Geschichte des AM Suisse»



Hans Kunz,
Zentralpräsident

Vor 125 Jahren haben einige kluge Köpfe den Grundstein für den heutigen AM Suisse gelegt. AM Suisse, der Arbeitgeberverband der Stahl- und Metallbaubranche sowie der Landtechnik und Hufschmiede, hat sich als starker Arbeitgeberverband, als Spitzenverband in der Berufs- und Weiterbildung sowie als Anbieter von topaktuellen Dienstleistungen und Produkten für die Mitglieder, etabliert.

Am 17. Juni 2016 feierte AM Suisse an der Delegiertenversammlung im Hallenstadion Zürich das 125-Jahr-Jubiläum, verbunden mit der Einführung der neuen Marke. Aus SMU wurde AM Suisse. Die Feierlichkeiten haben einmal mehr gezeigt: Tradition, Innovation und Zusammengehörigkeit sowie die «Liebe zum Metall» waren die Erfolgsfaktoren unseres Verbandes und sollen es auch in Zukunft sein.

2016 war geprägt vom 125-Jahr-Jubiläum, der Umsetzung des Projekts «neue Marke», dem Arbeitsbeginn der Baukommission für den Erweiterungsbau des Bildungszentrums in Aarberg sowie dem eindrücklichen Spatenstich für dieses Bauwerk.

Der Zentralvorstand beschäftigte sich stark mit strategischen Herausforderungen, beispielsweise dem Aufbau eines internen Controllings für die Finanzen, Fragen zur Strukturierung der Geschäftsstelle und der Erarbeitung eines Geschäftsstellen-Reglements mit Aufgaben und Kompetenzen der Geschäftsleitung sowie einem Funktionsdiagramm. Die entsprechenden Diskussionen und Entscheide wurden anlässlich der Klausurtagung des Zentralvorstandes im August 2016 gefällt und werden sukzessive umgesetzt. Wir verfolgen strikt den Leitsatz: Bei allen Aktivitäten von AM Suisse steht der Mitgliedernutzen im Vordergrund.

Als erfreulich kann vermerkt werden, dass die vakanten Positionen in der Geschäftsleitung wieder besetzt werden konnten. Die Geschäftsleitung wird ab Frühling 2017 wieder komplett sein.

Rückblickend war das Jahr 2016 ein Meilenstein in der Geschichte des AM Suisse. Meinen Zentralvorstands-Kollegen, der Geschäftsleitung, allen Mitarbeitenden und Milizfunktionären danke ich für ihren Einsatz im Dienste von AM Suisse.

Hans Kunz,
Zentralpräsident

Fachkräftestrategie



Christoph Andenmatten,
Direktor AM Suisse

Fachkräfte sind für die Branchen Metallbau wie Landtechnik eine wertvolle, ja unentbehrliche Ressource. Ein Mangel wirkt sich in der Folge negativ auf die Produktivität aus.

Gemäss unserem Wirtschaftsbarometer vom Herbst 2016 beklagen im Metallbau 39 Prozent der Betriebe einen Fachkräftemangel, in der Landtechnik sind es 41 Prozent. Probleme bekunden unsere Mitglieder auch mit der Rekrutierung von Lernenden. Im Metallbau konnten im letzten Jahr 162, in der Landtechnik 77 Lehrstellen nicht besetzt werden.

Offensichtlich sind beide Branchen von einem Fachkräftemangel betroffen. Die demografische Entwicklung und die Masseneinwanderungsinitiative tragen zusätzlich zu einer künftigen Verknappung des Angebotes bei. Als Verband sind wir gefordert, hier Gegensteuer zu geben. Dabei geht es im Wesentlichen darum, das inländische Arbeitskräftepotenzial besser zu nutzen.

Hauptfeld der Fachkräftestrategie unseres Verbandes ist die Nachwuchsförderung. Mit dem Ziel, Junge für die Berufe des Metallbaus und der Landtechnik zu begeistern, stellen wir umfassende Dokumentationen zur Verfügung, besuchen Schulen, führen Informationsveranstaltungen durch und vieles mehr.

Die Metall- und Landtechnikbranche leidet, wie das Handwerk in der Schweiz generell, unter einem negativen Image. Von wenig zutreffenden Vorstellungen sind insbesondere die Eltern geprägt, die ihre Kinder lieber am Gymnasium sehen. Dieses Image zu verbessern, ist zum Beispiel die Zielsetzung der Kampagne Bausinn.ch, die von AM Suisse mit sechs anderen Verbänden ins Leben gerufen wurde. Bausinn.ch setzt sich für mehr Wertschätzung für die Schweizer Baubranche und für den Berufsstolz der Baufachkräfte ein.

Die Eltern sind zweifelsohne die wichtigsten Beeinflusser und wir richten uns zunehmend an diese Zielgruppe, beispielsweise mit der Kampagne «Metall und du». Die

Eltern gilt es aufzuklären, dass Berufsleute ausserordentlich gefragt sind und die Arbeitslosigkeit bei Absolventen einer höheren Berufsbildung gegen Null tendiert. Ebenso ist zu vermitteln, dass die Lehrberufe unserer Branchen intellektuell anspruchsvoll sind und auf der persönlichen Ebene sicher anspruchsvoller als die Schule. Lernende müssen viele verschiedene Anforderungen bewältigen: Berufsschule, überbetriebliche Kurse, Chefs, die unter Zeitdruck stehen, Lieferfristen, Kunden und so weiter. So durchlaufen sie einen sehr wertvollen Sozialisierungsprozess. Wenig bekannt ist ebenfalls die höhere Berufsbildung, welche die Absolventen auf anspruchsvolle Kaderfunktionen oder die Leitungsfunktion in einem Unternehmen vorbereitet.

Ein weiterer Ansatzpunkt besteht darin, ältere Mitarbeitende im Betrieb zu behalten. Deren Erfahrungsschatz, verbunden mit dem Innovationsdrang der jüngeren Generation, ist für die Unternehmen sehr wertvoll. Hier ist ein Umdenken gefragt, indem einerseits ältere Mitarbeitende von körperlichen Arbeitslasten entbunden werden und diese dank permanenter Weiterbildung neue Aufgaben übernehmen können. Andererseits muss die Erwartung der kontinuierlichen Lohnerhöhungen revidiert werden, was für die meisten kein Problem ist, da auch die Ausgaben sinken.

In diesem Bereich ist der AM Suisse seit Jahren an der Arbeit, indem wir grosse Investitionen in die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz tätigten. Im Gesamtarbeitsvertrag wurden und werden flexible Lösungen erarbeitet (gleitende Arbeitszeitreduktion) und auf politischer Ebene versuchen wir, die Lohnnebenkosten (BVG) für ältere Mitarbeitende zu senken.

Hinter all diesen Anstrengungen steht die Überzeugung, dass ohne qualifizierte Fachkräfte der Werkplatz Schweiz langsam aushungert.

Christoph Andenmatten,
Direktor AM Suisse

Digitalisierung

Die Digitalisierung bewegt die Welt. Die Branchen des AM Suisse sind davon nicht ausgenommen. Artho Marquart, Präsident Metaltec Suisse und Jörg Studer, Präsident Agrotec Suisse, beleuchten den Stand der Dinge.

Welche Veränderungen bewirkt die Digitalisierung in der Branche?

Artho Marquart: Die Geschäftsmodelle werden sich grundlegend verändern. In der Vergangenheit waren «gutes Handwerk» zusammen mit zuverlässigem Unternehmertum die Basis, um auch in Zukunft erfolgreich am Markt aufzutreten. Die Digitalisierung führt dazu, dass die Kundenbeziehung weniger von der persönlichen Beziehung geprägt ist, und verbunden mit der Internationalisierung der Märkte, Produkte international beschafft werden. Zudem stellt die Digitalisierung grosse Anforderungen an das Personal, das neue Fähigkeiten erlernen muss.

Jörg Studer: Die Digitalisierung ist in unserer Branche schon lange ein Thema. Früher benutzten wir die Daten für die Regelung von Komponenten in Fahrzeugen, heute werden zum Beispiel interne und externe Daten zusammengeführt, und Anbauma-

schinen so gelenkt und gesteuert, dass im richtigen Moment das einzelne Saatgut abgelegt wird. Die autonom-fahrende, GPS-gesteuerte Landmaschine verbreitet sich immer weiter.

Was bedeuten diese Veränderungen für den Unternehmer? Wo sehen Sie Chancen, wo Gefahren?

Artho Marquart: Jede Veränderung ist immer mit Chancen und Gefahren verbunden. In diesem Fall ist ein Abwägen jedoch besonders schwierig, weil wir mit der Anpassung unserer Geschäftsmodelle wirklich «Neuland» betreten müssen. Wir können nicht auf Erfahrung basierend neue Modelle kreieren. Auch eine umfassende Risikoanalyse bringt uns nicht wesentlich weiter, weil die Entwicklung schlichtweg nicht vorausgesagt werden kann. Die Geschäftsmodelle der Zukunft bauen auf dynamischen Modellen auf, die laufend angepasst werden müssen. Was heute als gut erscheinen mag,

wird morgen schon überholt sein. Statische Geschäftsstrategien, die auf mehrere Jahre ausgelegt sind, gehören wohl ins Archiv oder bestenfalls ins Museum.

Jörg Studer: Seit 10 Jahren gibt es anstelle herkömmlicher Telefone Smartphones. Vergleichbare Veränderungen gibt es bei unseren Spezialmaschinen. Ebenso findet eine Veränderung im Berufsfeld statt. Als Chance sehe ich, dass ein neues Marktfeld respektive ein neuer Teilmarkt geschaffen wird. Als Risiko, dass wenn man den Anschluss verliert, ein Hinterherhinken enorm viel Energie benötigt.

Wie wird sich die Digitalisierung auf die Berufe auswirken?

Artho Marquart: Die Digitalisierung wird die Berufe grundlegend verändern. Bis anhin bildete das handwerkliche Arbeiten den Mittelpunkt der beruflichen Fähigkeiten. In Zukunft wird dies mit Bestimmtheit nicht mehr so sein. Handwerkliches Arbeiten wird vermutlich als Grundlagenfach weiterhin ein Bestandteil des Lehrplanes bleiben. «Digitale Fähigkeiten» werden voraussichtlich überhandnehmen. Ob wir das wollen oder nicht, spielt keine Rolle. Es gilt den Markt und die Bedürfnisse der Kunden zu befriedigen, und diese lassen sich nicht von unseren Wünschen beeinflussen.



3D-Gebäudemodelle: Zuerst digital, dann echt.



Artho Marquart,
Präsident Metaltec Suisse



Jörg Studer,
Präsident Agrotec Suisse

Jörg Studer: Der AM Suisse bietet schon lange Kurse an, die sich mit dem Thema Digitalisierung auseinandersetzen. Die Berufsleute haben sich ebenfalls in den neuen Kommunikationswegen auszukennen, beispielsweise in Chatforen die zur Problemlösung dienen.

Wie werden Fachkräfte für Morgen fit gemacht?

Artho Marquart: Als Organisation der Arbeitswelt, OdA haben wir die Möglichkeit und stehen in der Pflicht, die Berufsbilder der Zukunft so zu gestalten, dass wir uns auf die Bildungsbedürfnisse des Marktes optimal einstellen können. Wichtig ist, nicht der Hektik der heutigen Zeit zu verfallen. Wir alle stehen immer und überall unter starkem Zeitdruck. Es wäre jedoch verfehlt, sich nicht die notwendige Zeit zu nehmen, und ein neues Bildungsmodell ohne entsprechende Analyse zu entwickeln.

Jörg Studer: Durch Aufklärung und Motivation werden die Mitarbeiter in den Betrieben und in Kursen mit den neuen Technologien vertraut gemacht. Agrotec Suisse analysiert das Marktumfeld andauernd und bietet so aktuelle Kurse an. Ebenfalls wird die Grundbildung laufend überarbeitet. Die Grundbildung dient als Grundstock, und die Berufsleute kennen sich nach der Lehre bereits mit dem Thema Digitalisierung aus. Aber zum Spezialisten werden sie durch Weiterbildungen. Zudem haben wir in neue Technologien investiert und beispielsweise für die Weiterbildungskurse auf einem Traktor John Deere 5080R eine GPS-Lenkung nachgerüstet.

Was waren Ihre Beobachtungen 2016?

Artho Marquart: Vor allem grössere Firmen haben ihre Geschäftsmodelle bereits angepasst oder sind daran dies zu tun. Alle machen sich Gedanken zu diesem Thema. Dennoch ist die Verunsicherung gross, weil niemand sagen kann, wohin die Reise wirklich geht.

Jörg Studer: Man liebt oder hasst die Technologie. Dies ist aber bei jeder Veränderung so.

Wo sehen Sie die Rolle des Verbandes? Was ist die Strategie des Verbandes?

Artho Marquart: Oberste Priorität hat aus unserer Sicht die Grund- und Weiterbildung. Mit der Neugestaltung der Berufsbilder sind

wir auf verschiedenen Ebenen tätig. Unser Ziel ist es, dass wir unsere Lernenden optimal auf die Ausführung ihrer zukünftigen Tätigkeit vorbereiten können.

In zweiter Priorität wollen wir den Unternehmen eine «Digitale Plattform» zur Verfügung stellen. Hier geht es vor allem um den Erfahrungsaustausch. Wir werden die Branche entsprechend informieren, wenn wir das Konzept erarbeitet haben.

Die Strategie des Verbandes ist es, die Mitglieder optimal zu unterstützen. Herausforderungen dieser Art können nur gemeinsam bewältigt werden. Wir sehen uns in der Funktion als Drehscheibe. Laufend erhalten wir Informationen vom Markt, von der Presse, unserer Basis, von den Schulen und so weiter. Diese müssen von uns gefiltert und danach gebündelt an die Branche weitervermittelt werden. Es gilt den entsprechenden Weg zu finden. Wir sind auch darauf angewiesen, dass ein Teil unserer Mitglieder aktiv an der «Erfahrungsgruppe Digital» teilnimmt und wir wichtige Informationen erhalten.

Jörg Studer: Die Bedürfnisse unserer Mitglieder an die Ausbildung müssen in unseren Ausbildungszentren abgedeckt sein. Mit der Erweiterung des Bildungszentrums in Aarberg sind wir sicher auf dem richtigen Weg, um den neuen Bedürfnissen gerecht zu werden.

An der Fachpräsidententagung am 3. März wurde ein Workshop zu den aktuellen Bedürfnissen durchgeführt. Es ist wichtig, dass dem Agrotec Suisse bekannt ist, was seine Mitglieder wünschen. Dies fliesst dann ins Kursprogramm und weitere Dienstleistungen wie Unterlagen oder Fachberichte ein.



Vernetzt: Von der Scheune bis zur Ernte.



Finanzen – AM Suisse

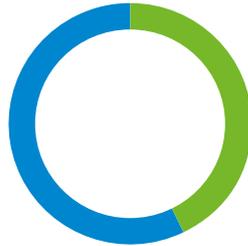
Bilanz nach Gewinnverwendung	31.12.2016 CHF	31.12.2015 CHF
Aktiven	10'528'993	13'318'998
Umlaufvermögen	4'518'077	7'064'839
Flüssige Mittel	2'416'186	3'589'910
Forderungen und aktive Rechnungsabgrenzung	2'101'890	3'474'928
Materialvorräte	1	1
Anlagevermögen	6'010'917	6'254'159
Finanzanlagen und mobile Sachanlagen	1'700'881	1'797'121
Immobilien Zürich	4'310'035	4'457'038
Passiven	10'528'993	13'318'998
Kurzfristiges Fremdkapital	2'624'152	3'953'874
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung	1'107'667	1'487'377
Übrige kurzfristige Verpflichtungen/Rechnungsabgrenzung und Rückstellungen	1'516'485	2'466'497
Langfristiges Fremdkapital	2'380'940	1'380'940
Hypothek Richard-Wagner-Strasse	1'750'000	750'000
Hypothek Seestrasse 105	500'000	500'000
Rückstellungen für Solidarbürgschaften	130'940	130'940
Fondskapital (Bestandteil langfristiges Fremdkapital)	3'392'766	3'765'684
Förderbeitrag Gebauerstiftung	450'687	396'812
Sekundärausgleichsfonds/PLKM-Gelder RBF	437'361	542'069
Berufsbildungsfonds	593'060	1'439'176
Erneuerungsfonds für Richard-Wagner-Strasse	260'000	240'000
Erneuerungsfonds für Seestrasse 105	90'000	60'000
Fonds für Investitionen Metaltec Suisse	466'947	366'947
Fonds für Investitionen Agrotec Suisse	1'012'412	638'381
Schwankungsreserve BP/HFP Agrotec Suisse	82'298	82'298
Eigenkapital	2'131'135	4'218'501
Vereinskapital	2'007'653	2'533'507
Rücklagen Metaltec Suisse	– 1'059'716	793'997
Rücklagen Agrotec Suisse	767'067	626'572
Rücklagen Bildungszentrum Aarberg Agrotec Suisse	416'131	264'425
Erfolgsrechnung	2016 CHF	2015 CHF
Betriebsertrag	18'023'397	17'654'159
Mitgliederbeiträge	4'541'130	4'466'918
Dienstleistungen und diverse Erträge	12'349'809	12'466'587
Subventionen	1'132'459	720'654
Aufwand Waren, Material und Dienstleistungen	8'867'028	8'863'908
Materialaufwand	787'687	1'036'701
Aufwand Miliz	2'580'660	2'378'459
Fremdleistungen und übriger Aufwand	5'498'681	5'448'748
Personalaufwand	6'275'316	5'932'573
Sonstiger Betriebsaufwand	2'972'248	2'708'613
Raumaufwand, Unterhalt, Fahrzeuge, Sachversicherungen	985'532	1'062'050
Verwaltungs- und EDV-Aufwand	1'246'673	1'009'265
Werbeaufwand, sonstiger Betriebsaufwand	301'244	288'061
Abschreibungen	438'798	349'237
Ausserordentlich, betriebsfremd, Steuern	3'828	– 42'119
Jahresgewinn	– 87'366	106'946

Die Rechnungslegung erfolgt nach OR Art. 957 ff.

Kommentar AM Suisse

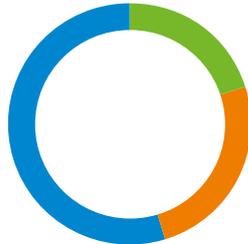
Bilanz AM Suisse

Die flüssigen Mittel haben im 2016 abgenommen. Dies, weil die zweite Tranche von 2 Mio. Franken, der an der Fachverbandsversammlung Metallbau beschlossene Einlage von insgesamt 4 Mio. Franken, in die Stiftung Bildungszentrum getätigt wurde. Die Passive Rechnungsabgrenzung hat abgenommen, weil die im Jahr 2015 aufgrund der neuen Marke getätigten Abgrenzungen aufgelöst wurden.



Aktiven

- 43% Umlaufvermögen
- 57% Anlagevermögen

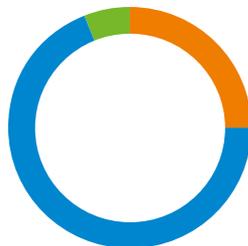


Passiven

- 20% Eigenkapital
- 25% kurzfristiges Fremdkapital
- 54% langfristiges Fremdkapital

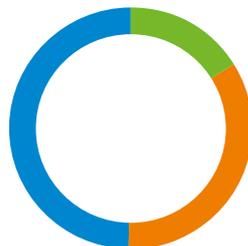
Erfolgsrechnung AM Suisse

Die Lancierung der neuen Marke AM Suisse hat sowohl personellen wie auch kostenmässigen Mehraufwand zur Folge. Es wurden zusätzliche Fachlehrerstellen geschaffen. Die erfolgreiche Cloud-Lösung hatte einmalige Mehrkosten im Informatikaufwand zur Folge und für die Umsetzung der Marke mussten neue Lizenzen gekauft werden, die ebenfalls im Informatikaufwand belastet wurden.



Ertrag

- 25% Mitgliederbeiträge
- 69% Dienstleistungen und diverse Erträge
- 6% Subventionen



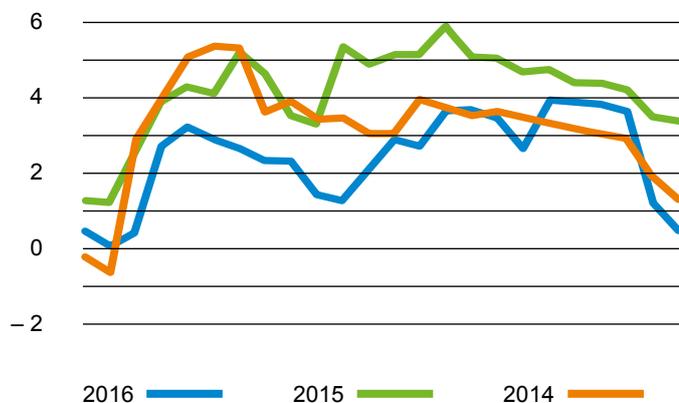
Aufwand und Gewinn

- 0% Jahresgewinn
- 16% Sonstige, Ausserord., Steuern, Nebenerfolge
- 34% Personalaufwand
- 49% Aufwand Waren, Material und Dienstleistungen

Liquidität

Die Einlage der letzten 2 Mio. Franken in die Stiftung konnte zur Hälfte aus eigenen flüssigen Mitteln und zur Hälfte über die Erhöhung der Hypothek auf der Richard-Wagner-Strasse getätigt werden.

in Mio. CHF



Mitglieder des AM Suisse können die detaillierten Bilanzen und Erfolgsrechnungen bei der Geschäftsstelle in Zürich bestellen: info@amsuisse.ch

Finanzen – Stiftung Bildungszentrum

Bilanz nach Gewinnverwendung	31.12.2016 CHF	31.12.2015 CHF
Aktiven	9'337'858	6'648'418
Umlaufvermögen	3'954'391	2'885'086
Flüssige Mittel	3'888'850	2'878'161
Forderungen und aktive Rechnungsabgrenzung	65'541	6'925
Anlagevermögen	5'383'467	3'763'332
Aareweg 17	941'745	1'017'245
Aareweg 19	18'800	32'273
Chräjeninsel	4'422'922	2'713'814
Passiven	9'337'858	6'648'418
Kurzfristiges Fremdkapital	318'262	65'624
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung	291'895	15'901
Kontokorrent AM Suisse/SMU	10'638	34'443
Passive Rechnungsabgrenzung	15'729	15'280
Langfristiges Fremdkapital	7'650'000	5'350'000
Darlehen AM Suisse für Chräjeninsel	700'000	700'000
Darlehen BEKA/Promea für Chräjeninsel	1'850'000	1'850'000
Darlehen AM Suisse Bildungsfonds	500'000	500'000
Fonds Erweiterung Bildungszentrum Aarberg	4'600'000	2'300'000
Eigenkapital	1'369'596	1'232'794
Stiftungskapital	1'369'596	1'232'794
Erfolgsrechnung	2016 CHF	2015 CHF
Betriebsertrag	2'753'691	2'752'830
Mietertrag	453'691	452'830
Übriger Betriebsertrag, Zuwendungen, Ertragsminderungen	2'300'000	2'300'000
Aufwand Waren, Material und Dienstleistungen	57'683	62'529
Liegenschaftenaufwand	32'104	33'040
Fremdleistungen	25'579	29'489
Sonstiger Betriebsaufwand	249'367	337'919
Verwaltung, Informatikaufwand	21'935	5'268
Sonstiger Betriebsaufwand, Finanzerfolg	30'059	40'077
Abschreibungen	197'373	292'574
Ausserordentlich, betriebsfremd, Steuern	– 2'309'839	– 2'309'839
Jahresgewinn	136'801	42'543

Kommentar Stiftung Bildungszentrum

Bilanz Stiftung Bildungszentrum

Die flüssigen Mittel haben gegenüber dem Vorjahr zugenommen, weil Zuwendungen verbucht werden konnten. Das Anlagevermögen hat um die Abschreibungen abgenommen. Die Zuwendungen wurden in den Fonds Erweiterung BZA gebucht und werden nach Abschluss des Erweiterungsbaus für eine erste Abschreibung verwendet.

Erfolgsrechnung Stiftung Bildungszentrum

Die Zuwendung setzt sich aus 2 Mio. Franken von Metaltec Suisse (zweite Tranche) und 300'000 Franken von der PLKM zusammen.

Die Rechnungslegung erfolgt nach OR Art. 957 ff.

Die wichtigsten Ereignisse 2016

Delegierten- versammlung



Besonders war sie, die Delegiertenversammlung vom 17. Juni 2016 im Hallenstadion Zürich. Ob durch das 125-Jahr-Jubiläum, den gewinnbringenden Unternehmensnachmittag oder die neue Marke: Dieser bedeutende Tag in der Verbandsgeschichte bewegte jeden der rund 270 Teilnehmer. Auf den statutarischen Teil vom

Morgen folgte der Unternehmensnachmittag, der ganz im Zeichen von Innovation und Digitalisierung stand. Die Referate inspirierten die Teilnehmer genauso wie die Podiumsdiskussion mit Ständerat und Präsident ICT Ruedi Noser und Google Schweiz Country Director Patrick Warnking. Abschliessender Höhepunkt war die Einführung der neuen

Marke. Mit einer Lichtshow von Oleg Basanov wurde der Übergang künstlerisch begleitet und die neue Marke mit einem Countdown feierlich willkommen geheissen. Das Rahmenprogramm am Samstag führte die Teilnehmer nach Schaffhausen, wo sie Munot und Rheinfall besichtigten.



Neue Marke

An der Verbandsratssitzung 2015 wurde die Grundlage zur Einführung der neuen Marke gelegt. Die Markenstruktur sorgt nicht nur für Ordnung und Orientierung im Verbandsgefüge, sondern reduziert auch die Wahrnehmungskomplexität vom Dachverband sowie den regionalen Branchen- und Fachverbänden. Vom neuen einheitlichen Auftritt profitiert daher der gesamte Verband und zwar nicht nur durch eine gestärkte Identität, sondern auch durch eine stärkere Verbundenheit. Die neue Marke soll Wegweiser und Messlatte für unser Tun, Denken und Handeln sein und zum Ausdruck bringen, wie wir künftig gemeinsam Ziele anvisieren und erreichen wollen. Entscheidend ist dabei, dass alle Arbeiten direkt an das Markenversprechen gekoppelt werden.

Spatenstich

Mit dem Spatenstich vom 11. Oktober 2016 wurde die Erweiterung des Bildungszentrum Aarberg eingeleitet. Die Bauarbeiten dauern bis ins Jahr 2018 und kosten rund 10 Millionen Franken. Mit dem Ausbau wird die Ausbildung aller Branchen des AM Suisse – neu auch der Metallbauer – sichergestellt. Mit einer modernen Infrastruktur kann der AM Suisse seinen Ausbildungsauftrag pflichtgemäss erfüllen, und eine praxisorientierte Aus- und Weiterbildung anbieten. Der offizielle Spatenstich wurde mittels eines Baggers und durch Ueli von Niederhäusern, Präsident der Stiftung des Bildungszentrums, vollzogen. Ebenfalls wurde flüssiger Beton in einen Rahmen gegossen; im noch feuchten Beton verewigten sich die Fachverbände sowie die Stiftung sinnbildlich durch Handabdrücke von Artho Marquart, Bruno Andrey, Hans Kunz und Ueli von Niederhäusern.



Metall + du

Auf das Jahr 2016 hin übernahm Metaltec Suisse die Nachwuchskampagne «Metall + du» von den Aargauer Initianten, und dehnte sie auf die ganze Schweiz aus. Ziel der Kampagne ist es, Metallbauberufe bei potenziellen Lernenden bekannter zu machen. Kernstück der Kampagne ist die Webseite Metall-und-du.ch. Diese bietet einen Werbefilm, Lehrstellenfinder, Shop für Werbeträger und Informationen über die Berufe. Realisiert wurde das ganze Konzept in Deutsch und Französisch. Zum Konzept gehört, dass der potenzielle Lernende vor der Schnupperlehre eine Überraschungsbox mit T-Shirt, Leuchtstift, Infomaterial und je nach Schnupperlehre PSA-Teile oder Geodreieck erhält. Ziel in der ersten Phase war die Verankerung der Kampagne in der Branche.



MetalSkills

An die ersten gemeinsamen Berufsmeisterschaften der Metallbauer, Anlagen- und Apparatebauer sowie Schweisser traten in Martigny die zwölf besten Metallbauer der Schweiz an. Vom 29. September bis 9. Oktober 2016 schweissten, schwitzten und bauten sie, was das Zeug hielt. Der neue Schweizer Meister kommt aus Diemerswil, BE und heisst Pascal Baumann. Silber errang Michael Graf aus Marbach, SG und Bronze holte sich Adrian Gilgen aus Wuppenau, TG. Die Medaillengewinner setzten sich in einem spannenden Wettkampf gegen neun Mitstreiter durch. Die Kandidaten erhielten die Aufgabe, eine Zugskomposition herzustellen. Ein entscheidender Punkt war der Zeitdruck, hier waren die richtige Zeiteinteilung und ein kühler Kopf gefragt.

SwissSkills der Landtechnikberufe

Wiederum wurde im Bildungszentrum Aarberg nach Fehlern gesucht, geschraubt, getestet und geschwitzt. Die besten Landmaschinen-, Baumaschinen- und Motorgereätmechaniker der Schweiz traten vom 22. bis 23. März 2016 zu den SwissSkills an. Die Podestplätze waren alle fest in Berner Hand: Der neue Schweizer Meister kommt aus Niederösch und heisst Adrian Krähenbühl, die Silbermedaille ging an Ueli Witt-

wer aus Rüderswil und Bronze holte sich Andreas Maurer aus Süderen. Die drei Jungtalente bewiesen sich gegen 13 weitere Mitstreiter und an vier Posten in den Kategorien mechanische Antriebe, Motoren, Elektrik und Hydraulik. Die Gewinner wurden mit einem Stipendium belohnt, mit dem sie eine Weiterbildung in Angriff nehmen können.





FutureDay

Vom 20. bis 24. Juni 2016 öffnete die Abteilung Automobiltechnik der Berner Fachhochschule BFH in Vauffelin ihre Tore. Rund 1000 Lernende aus den mit der Automobiltechnik verwandten Berufen besuchten den Anlass mit ihren Lehrkräften. Unter ihnen waren 345 angehende Landmaschinen-, Baumaschinen- und Motorgerätemechaniker/innen. Die jungen Männer und Frauen informierten sich über Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten aus erster Hand. Das Rahmenprogramm mit Tech-Spots sowie die Crashtests hinterliessen bei den Besuchern einen bleibenden Eindruck. Attraktionspunkte waren ein automatisches Lenksystem, ein Hybrid-Bagger sowie ein Versuchsträger für autonomes Fahren und Bewirtschaften von Agrarflächen per GPS.

Hufbeschlagtagung



An der Hufbeschlagtagung vom 20. Februar 2016 in Bern standen die Themen Klebebeschlag, Lahmheitsdiagnostik mittels Magnetresonanztomografie, Stollen und «Was kostet der Huf?» im Zentrum. Die Tagung, die als Weiterbildungskurs für das Gütezeichen «Qualifizierter Hufschmied» gilt, bot den Teilnehmern wertvolle Ausführungen und Hinweise der Referenten, sowie die Gelegenheit sich unter Schmiedekollegen auszutauschen. Erneut fand der Anlass mit simultaner Übersetzung in die französische Sprache statt. Gleich wie bei der Grundausbildung wird nun auch die Weiterbildung gesamtschweizerisch angeboten. Nach den theoretischen Vorträgen in der Aula der Kaserne Bern konnte am Nachmittag in den praktischen Vorführungen den Referenten bei der Arbeit zugesehen werden. Der Marktplatz mit Anbietern aus der Branche erfreute sich ebenfalls grossem Interesse.

SwissSkills der Hufschmiede

Am schweisstreibenden Lehrlingswettkampf vom 14. und 15. April 2016 wurden an der OFFA in St. Gallen die besten lernenden Hufschmiede gekürt. Den Sieg holte sich Roman Steudler, auf Platz 2 folgte Simon Wiederkehr, auf Platz 3 Damian Schärer. Unter zahlreichem Publikum traten 32 angehende Hufschmiede vom zweiten bis vierten Lehrjahr zum Wettkampf an, davon neun Hufschmiedinnen, acht Vertreter aus der Westschweiz und drei Gäste aus Österreich. Wiederum setzte sich der Wettkampf aus vier anspruchsvollen Prüfungen zusammen – zwei Hufeisen nach Muster, ein Paar vordere Falzeisen, Eagle Eye und Surprise. Und nicht nur die Gasöfen sorgten für eine heisse Wettkampfatmosphäre, auch die Teilnehmer selber trieben sich zu ihren besten Leistungen an.



