

# svikrelations 1/13

Das Magazin für die interne Kommunikation, Unternehmenskultur, Management, Organisation, Wissensmanagement, institutionelles Lernen und Effizienz

*Magazine de communication interne, culture d'entreprise, management, organisation, gestion du savoir et efficacité*

**SVIK-Konferenz 2013:  
1. Hilfe-Kit für die iK**

**ASCI-Conférence 2013:  
Le défi Social Media**

**Museum für  
Kommunikation**

**SVIK-Standard-  
kurse 2013**

**SVIK-Agenda  
2013-2014**

A black and white portrait of Jacqueline Strauss, a woman with short dark hair, wearing a checkered shirt and small earrings. She is looking directly at the camera with a slight smile.

**Jacqueline Strauss**

Direktorin des Museums  
für Kommunikation

# Editorial

Vom „1. Hilfe-Kit für die interne Kommunikation“, dem Thema der SVIK-Konferenz vom 25. April 2013, ist hier die Rede. Weshalb nicht einfach „Krisenkommunikation“?

Tolstoi schrieb von „Krieg und Frieden“. Wie in seinem Buch, so geschieht auch in der internen Kommunikation viel zwischen dem Normalfall und der Krise. Auf dem Weg zum „bevorstehenden Krieg“ werden stets auch Vor-Signale überfahren. Sensibel, wie die interne Kommunikation nun einmal ist, könnte sie vorauslaufende Zeichen erkennen, daraus Konzepte zur Schadensbegrenzung und Vermeidungsstrategien entwickeln. Oft hilft aber nur das „1. Hilfe-Kit der internen Kommunikation“.

Wer in diesem Kit das „Befindlichkeitsthermometer“ und das „Verständnis-Pflaster“ sucht, der liegt goldrichtig. Da findet man „Sprech-Pillen“, „Gerüchte-Desinfektionsmittel“, die „Pinzette für Gefühlsstachel“, ein „Empathie-Elixier“ und sogar „Beruhigungstropfen“. Auch schwereres Geschütz, wie der „Kommunikationsdefibrillator“, der „Feedback-Scanner“, das „Nachrichten-Absauggerät“, der „Informations-Kompressor“ und das „Kalte-Schulter-Wärm-Gerät“ sind darin enthalten.

Machen wir uns etwas vor? – Hätte Swissair den Flugzeug-Absturz von Halifax mit dem 1. Hilfe-Kit vermeiden können? Wäre die Finanzkrise auch mit der Hilfe des Überlebens-Kits über uns hereingefallen? Sind Streiks überraschende Betriebsereignisse oder volkswirtschaftliche Phänomene? Lassen sich Abstimmungsschwierigkeiten zwi-

schen Marketing und Verkauf oder der Geschäftsleitung und den HR-Verantwortlichen einfach nur als Zufallsereignisse technischer, personeller und politischer Art apostrophieren? – Und die Aufzählung beginnt hier erst!

Verzögerte oder unterdrückte Informationen, kommunikative Unbedarftheit, verbale Ausrutscher, Gerüchte und „argumentatives Unwohlsein“ deuten stets auf latente Probleme hin. Erhöhte Betriebstemperatur in den mentalen und physischen Zuständen der Menschen, innerhalb von Gruppen oder sogar der Gesellschaft sind Indikator. Krisen und Katastrophen kündigen sich an. Swissair hatte einige Monate vor der Katastrophe in Halifax einen ähnlichen Vorfall, allerdings ohne Opfer. Die Finanzkrise war lange vor Ausbruch an den Symptomen und Zeichen erkennbar. Interne Abstimmprobleme weisen auf mangelnde Information und Kommunikation hin. Auch individuelle Krisen, wie Leistungsverweigerung, Burnout und Amoklauf, haben stets ihre Vorgeschichte. Bleiben wir jeweils stumm, nur weil wir keine Propheten sind oder über kein präzises, aber kompliziertes Prognose-System verfügen?

Soziale Systeme verändern sich unbemerkt, jedoch stetig. Vorauslaufende Signale zu erkennen, hilft bei der Schadensbegrenzung und Lebensrettung, vermeidet Produktionsausfall und Reputationsschaden. Doch das Verhalten, nicht die Wahrnehmung ist das Problem: Etiketten wie „Kein Thema!“, „Das ist sein Problem“, „Das hat bisher doch noch keiner bemerkt!“,

„Spitzfindigkeit“ oder „Kein guter Zeitpunkt!“ schicken den Patienten auf die falsche Krankenstation.

Wenn das Pflasterchen aus dem 1. Hilfe-Kit hält, was es verspricht, gibt's auch keine Blutvergiftung. Wirkt die Pille, ist der Kopf am nächsten Tag wieder frisch. Noch eine kurze Anleitung, um zwischen Dringlichkeit und Notwendigkeit zu unterscheiden, um Kapazitäten auf Müssen, Sollen und Können einzustellen, und schon geht's besser. Ist nicht das gerade die Communication Governance und Intelligence, die wir suchen?

Es ist an der Zeit, dass wir uns über diese Aspekte der internen Information und Kommunikation unterhalten. Die nächste SVIK-Konferenz vom 25. April 2013 bietet Gelegenheit dazu. Sicher wird uns die Komplexität des Themas zu schaffen machen, aber – immerhin – der Anfang ist gemacht. Lesen Sie mehr dazu im Artikel „SVIK-Konferenz 2013“ auf Seite 6. Oder noch besser: Melden Sie sich direkt online an unter [www.svik.ch](http://www.svik.ch).



Daniel L. Ambühl  
Präsident des SVIK

Parlons un peu du thème de la Conférence ASCI du 25 avril 2013, «le kit de premiers secours de la communication interne». Pourquoi pas plus simplement «communication de crise»?

Tolstoï a écrit «Guerre et Paix». Comme dans ce livre, il y a, dans la communication interne, un monde d'événements entre la situation normale et la crise. Sur le chemin de la «guerre imminente», on observe des signaux avancés. Sensible comme l'est la communication interne, elle pourrait détecter des signes, élaborer des concepts pour limiter les dégâts ou des stratégies d'évitement. Mais souvent, il n'y a pas d'autre recours que le «kit de premiers secours de la communication interne».

Vous êtes dans le vrai si vous recherchez dans ce kit le «thermomètre de la situation» et «l'emplâtre pour la compréhension». On y trouve des «pilules oratoires», des «désinfectants de rumeurs», la «pincette à épines de la sensibilité», «l'élixir de l'empathie» et même des «gouttes tranquillisantes». Il y a aussi de l'équipement lourd, comme le «défibrillateur de communication», le «scanner de feedback», «l'aspirateur à nouvelles», le «compresseur à information» et les «sels de réanimation».

Est-ce que nous nous faisons des illusions? Avec ce kit, Swissair aurait-elle pu éviter le crash de Halifax? Aurions-nous connu quand même la crise fi-

nancière? Les grèves sont-elles des surprises de l'entreprise ou des phénomènes économiques? Peut-on réduire les désaccords entre marketing et vente, entre direction et ressources humaines, à de simples divergences de nature technique, personnelle ou politique? Et la liste serait encore longue!

Des informations différées ou étouffées, la non-satisfaction des besoins de communication, des épanchements verbaux, des rumeurs, un mal-être général sont le signe de problèmes latents. La montée de la température mentale et physique des individus, des groupes et même de la société dans son ensemble sont un indicateur. Les crises et les catastrophes se profilent. Quelques mois avant Halifax, Swissair avait connu un événement semblable, heureusement sans qu'il fasse de victimes. La crise financière était prévisible bien avant l'apparition des premiers symptômes. Les dissensions internes résultent d'un manque d'information et de communication. Même les crises individuelles, comme le refus de prestation, le burnout ou la crise de folie meurtrière ont des prémices. Est-ce parce que nous ne sommes pas des prophètes ou parce que nous ne disposons pas d'un système de pronostic précis et complexe que nous restons muets ?

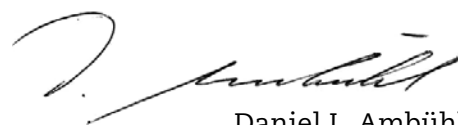
Les systèmes sociaux se modifient sans qu'on s'en aperçoive, mais en continu. Recon-

naître les signaux précurseurs aide à limiter les dégâts, à sauver des vies, à éviter une perte de production ou un dommage à la réputation. Le problème, ce n'est pas la prise de conscience, mais le comportement qui s'ensuit: «Ce n'est pas un sujet à traiter!», «C'est son problème!», «Jusqu'ici, personne n'a rien remarqué!», «Subtilité!», «C'est pas le moment!», envoient le patient au mauvais hôpital.

Si les emplâtres du kit de premiers secours tiennent ce qu'ils promettent, il n'y a pas d'empoisonnement. Si la pilule fonctionne, demain la tête sera de nouveau claire. Encore une courte introduction pour distinguer entre urgence et nécessité, pour mettre en œuvre le doit, devrait, pourrait, et cela va déjà mieux. N'est-ce pas là la Communication Governance and Intelligence que nous recherchons?

Il nous faut parler de ces aspects de l'information et de la communication internes. La prochaine conférence ASCI est là pour cela. Il est certain que la complexité du thème va nous donner du fil à retordre, mais le premier pas est fait.

Apprenez-en davantage avec l'article «Conférence ASCI 2013». Ou mieux encore inscrivez-vous à cette manifestation, avec l'opportunité d'un face à face professionnel!



Daniel L. Ambühl  
Président de l'ASCI

# Inhalt

Editorial	2
Interna	4
SVIK zeigt Flagge	5
SVIK-Konferenz 2013	7
SVIK Relations – Suisse-Romande	9
Klartext mit Zielgruppe	10
Weiterbildung	12
Nachgefragt	13
Denk mal	13
Trends aus Übersee	14
Protokoll	15
Fachwort	16
Lektüre	17
Whistleblower – Helden oder Nestbeschmutzer?	18
Museum für Kommunikation – der Name ist Programm	20
Der Kassiber	21
Mit dem Rovos Rail durch Südafrika	22
Kunst und Kommunikation	25
Print – für eine «neue» Zukunft	26
Technische Kommunikation	28
Personalien	29
Agenda 2013	30

# Interna

TEXTE: DANIEL L. AMBÜHL

## FEIEA



### FEIEA neu strukturiert

Die FEIEA (Federation of European Business Communicators Associations) besteht seit 1955 und ist damit der älteste und am regelmässigsten tätige Kommunikationsverband Europas. Er ist politisch und konventionell unabhängig, keiner Schule oder Lehre verpflichtet und bezieht keine Subventionen. Der SVIK ist auf europäischer Ebene Mitglied der FEIEA und aus diesem Grund an seiner erfolgreichen Tätigkeit

in der Kommunikationsbranche stark interessiert.

Die FEIEA hat sich am 16./17.02.2013 neu aufgestellt. In zwei Sessions in der London School of Economics wurde unter Leitung des abtretenden Präsidenten (Past President), Steve Dosswell, die künftige Struktur der FEIEA festgelegt.

Zum neuen Präsidenten des Executive Boards wurde der Portugiese Antonio Rapoula gewählt. Ihm zur Seite steht Carlos Manuel de Almeida als Generalsekretär. Im Rahmen eines festen Budgets sind sie für die Umsetzung der Ziele, Aktivitäten und administrativen Abläufe zuständig. Ihnen steht der Däne Henrik Winter als Treasurer zur Seite. Weitere Mitglieder sind der Past President, Steve Dosswell (GB), und Vesna Petkovsek (SL), Vice President. Das Council, das aus je einem Vertreter jedes FEIEA-Mitgliedlandes besteht, wird unter dem primus inter pares, Daniel L. Ambühl, Präsident des SVIK, dafür sorgen, dass die Mitglieder ihre Konzepte und Strategien auch auf internationalem Parkett einbringen können.

### Arbeitskreis iK: DPRG, SVIK und VIKOM

Wie Blumen im Frühlingsfeld zeigen sich in unseren Kreisen hie und da neue Zusammenschlüsse und Arbeitskreise. Mit der SVIK-Konferenz 2013 wird für Aussenstehende erstmals auch sichtbar, welche professionellen und praxisorientierten Kräfte in den Kreisen der FEIEA sowie deren Ländermitglieder stecken. Der Arbeitskreis Deutsche PR Gesellschaft (Incom), Vicom (Österreichischer Verband für integrierte Kommunikation) und der SVIK officialisieren diesen Arbeitskreis. Die Stossrichtung ist die Effizienz und das aktuelle Thema „Kostenfragen der internen Kommunikation“. Der Arbeitsfokus ist entstanden, weil die interne Kommunikation ihre Existenzberechtigung u.a. auch über Kostenaspekte begründen muss. Zudem stehen verschiedene Branchen um die interne Information und Kommunikation (IT, Presse, Print, Übersetzung, Organisation, Eventmanagement und -technik, usw.) unter beträchtlichem Konkurrenz- und damit Preisdruck, was den Arbeitskreis herausfordert, besser dafür zu sorgen, dass nicht Birnen mit Äpfeln verglichen werden.

svik  
asci

DPRG Deutsche  
Public Relations  
Gesellschaft e.V.

VERBAND FÜR  
VIKOM  
INTEGRIERTE KOMMUNIKATION

# SVIK zeigt Flagge

TEXT: SARAH GRIMMELIKHUIJSEN

FOTO: SEBASTIANMAGNANI.COM

## SVIK am 18. Berner HR- und Wirtschaftsforum

Der SVIK förderte als Sponsor das Berner HR- und Wirtschaftsforum im Kursaal Bern vom 23. Januar 2013 und nutzte die Gelegenheit, den Teilnehmenden zum Thema interne Kommunikation mit einer Umfrage auf den Zahn zu fühlen.

Das HR- und Wirtschaftsforum stand unter dem Motto „Musterbrecher“, was auf und neben der Bühne für interessante Diskussionen sorgte. Muster zu brechen, das braucht Mut, darin waren sich alle einig. Muster in der Führung zu brechen, ist umso schwieriger, gewöhnt man sich doch so schnell an Bewährtes und lässt dadurch Neues nur schwer zu.

Prof. Dr. Hans A. Wüthrich, Inhaber des Lehrstuhls für Internationales Management an der Universität der Bundeswehr München, sprach über Vorurteile, Erfahrungen und Muster, die allesamt das Verhalten von Führungspersonen beeinflussen. Es gilt, den Erfahrungsschatz zu erweitern, um Neues zuzulassen. Denn die Muster sind es, welche die Obergrenze unserer Möglichkeiten darstellen – und diese Obergrenze gilt es aufzubrechen.

### Freude an der Arbeit zulassen

Unternehmen sind getrieben vom Streben nach Effizienz – doch wo bleibt der Spass an der Arbeit? Was ist mit Leidenschaft?

Prof. Wüthrich bietet hierzu drei Denkanstösse:

1. Dem Menschen darf man als Führungsperson etwas zutrauen.
2. Die Führung soll loslassen und sich auf die Potentialentfaltung der Mitarbeitenden konzentrieren.
3. Experimentieren! Nur so können alte Muster aufgebrochen und neue Erfahrungen gemacht werden.

Die abschliessende Paneldiskussion regte ebenfalls zum Nachdenken an. So machten die Teilnehmenden klar, dass Mitarbeitende mündige Personen sind, die aktiv mitgestalten und mitdenken wollen, was ein klarer Motivationsfaktor ist. Muster aufbrechen ist aber nicht überall im gleichen Ausmass möglich – oftmals verhindern Regulationen dies. Doch wo „alte Zöpfe“ abgeschnitten werden können, soll dies geschehen – zugunsten von Freiheit, Leidenschaft an der Arbeit und überholten Prinzipien. Alle Panel-Teilnehmenden waren sich einig, dass Führungspersonen eine Vorbildfunktion innehaben. Nur wer selber Muster in der Führung aufbricht, kann dies auch von seinen Mitarbeitenden erwarten. Das Potential, das dadurch entfaltet werden kann, ist womöglich enorm – auch hier waren sich die Panel-Teilnehmenden einig.

Der SVIK wird im nächsten Jahr wieder am 21. Januar 2014 Teil des 19. Berner HR- und Wirtschaftsforums sein.



Paneldiskussion v.l.n.r.: Prof Dr. Hans A. Wüthrich, Natalie Rüedi, Leiterin Personal Emmi Gruppe, Luzern, Mathias Marti, mmc communication, Murten, Samy Liechti, Gründer/Unternehmer Blacksocks SA, Zürich, und Hansruedi Köng, Vorsitzender der Geschäftsleitung PostFinance, Bern

## Einladung

**SVIK-Konferenz 25. April 2013**

# Das 1. Hilfe-Kit für die interne Kommunikation

**Schafft eine vernünftige Communication Governance  
eine gesündere interne Information und Kommunikation?**



**Donnerstag, 25. April 2013, 10.30 bis 17.00 Uhr**  
**Technopark Zürich, Technoparkstrasse 1, 8005 Zürich**

### **Konferenzorganisation und Auskünfte:**

SVIK-Office, Postfach 576, 3000 Bern 7, 031 301 24 24, [info@svik.ch](mailto:info@svik.ch)

Anmeldung online unter [www.svik.ch](http://www.svik.ch), via [info@svik.ch](mailto:info@svik.ch) oder Fax an 031 311 44 67



**Schweizerischer Verband für  
interne Kommunikation**



**Federation of European  
Business Communicators**

# SVIK-Konferenz 2013

„Das 1. Hilfe-Kit für die interne Kommunikation“

Vorschau – Fakten und Emotionen in der internen Kommunikation

TEXT: DANIEL L. AMBÜHL

Die diesjährige SVIK-Konferenz liess sich thematisch leiten von zahlreichen Vorkommnissen, die nicht alle medial ausgeschlachtet, aber intern kommunikativ bedeutungsvoll sind. Zwischen und ausserhalb des Normal- und Krisenzustandes gibt es Phasen in der internen Information und Kommunikation, welche nicht nur die Kommunikationsfachleute, sondern die gesamte Belegschaft top down beansprucht.

Wer nicht in leitender Stellung oder ganz einfach in der Praxis der internen Kommunikation steht, mag hier ein Fragezeichen setzen: Warum ein 1. Hilfe-Kit IK, wenn wir Profis haben?

Die Erfahrung ist nicht einmalig, dass Führungskräfte oftmals zu spät realisieren, dass die Führungskommunikation für anstehende Fälle zu wenig bewusst umgesetzt und die Zuständigen für die interne Information und Kommunikation

nicht rechtzeitig ihr „grain de sel“ einbringen können. Kommunikation als Wort und Begriff fliesst zu schnell über die Lippen vieler Leute: Sie wollen kommunizieren, informieren aber nur, und das auch noch unvollständig oder unangebracht.

Dass eins klar ist: Der SVIK als Verband ist den gleichen „kybernetischen Kräften“ ausgesetzt wie jede andere Organisation. Er ist deshalb auch weit davon entfernt, als Lehrer aufzutreten. Der SVIK will jedoch eine Plattform schaffen, um die latenten und eben oft verdrängten Aspekte seines Fachgebietes ordentlich zu behandeln und alle wirtschaftenden und verwaltenden Leute mit Verstand darauf aufmerksam zu machen, dass „man muss einfach miteinander sprechen“ nur der Beginn eines in sämtlichen Betrieben aller Wirtschaftssektoren auszulösender Dialog sein muss. Tut es nicht der Verband, so kommt mit grosser Sicherheit wieder

ein „Schreibtischprodukt“ auf unsere Branche zu, während wir alle schon lange gefordert wären, die latenten und manifesten Schwächen der internen Kommunikation zu behandeln. Hier tun wir es einfach einmal auf der Intensivstation.

Nutzen Sie diese einmalige Gelegenheit, sich mit Experten zu treffen, die täglich in der internen Kommunikation in verantwortlicher Stellung tätig sind. Finden Sie heraus, welche heiklen Situationen Sie dabei bereits bewältigt haben. In abwechslungsreichen Präsentationen, auf aufschlussreichen Themenplattformen sowie in einem Panelgespräch lernen Sie den Umgang mit dem 1. Hilfe-Kit: Communication Governance ist vielleicht das schon lange gesuchte Anti-Dot für die Probleme in der internen Kommunikation.

Melden Sie sich noch heute an unter [www.svik.ch](http://www.svik.ch)!



**Wir bieten Ihnen den  
umfassenden Service für  
Printmedien.**

**Fotografie, Druck,  
Weiterverarbeitung und  
Versand.**



Grafisches Unternehmen  
Stauffacherstrasse 77  
Postfach 412  
CH-3000 Bern 25

Tel. 031 333 10 80  
Fax 031 332 68 35  
[www.schneiderdruck.ch](http://www.schneiderdruck.ch)  
[info@schneiderdruck.ch](mailto:info@schneiderdruck.ch)



# SVIK Relations – Suisse-Romande

TEXTE: SAKINA AUBERT

## Un outil de communication interne écologique

On pourrait s'étonner au 21ème siècle d'avoir encore des outils de communication interne naturels, sans informatique, et binaires mais qui pourtant fonctionnent extraordinairement bien. Eh oui, le Vatican, probablement une des plus grosses entreprises du monde, avec plus d'un milliard de fidèles, 71 629 359 hectares de terrain (et par la même 3ème propriétaire terrien au niveau mondial), utilise la fumée comme moyen puissant de communication interne, la couleur de celle-ci étant porteuse du message tant attendu: habemus papam ou non habemus papam !

Preuve que les moyens simples sont parfois encore les plus impactants et que la forme, à travers ce rituel millénaire, est une composante indéniable du contenu du message. Par une simple fumée, l'organisation indique à toute sa communauté qu'un nouveau chef est élu.

## Conseil d'administration et direction générale: l'importance de la communication interne

Lors de la récente Journée du Conseil d'administration, organisée par la Fondation Swiss Board Institute à Genève, Anton Affentranger, CEO d'Implenia a insisté sur l'aspect de la communication interne entre le Conseil d'administration et le reste de l'entreprise, à l'exemple des crises. En effet, il n'est pas si aisé pour un conseil de transmettre à l'exécutif de l'organisation les bons messages, qui sont ensuite relayés et vécus à travers toute l'organisation. Il est encore moins facile de le faire quand les décisions stratégiques ont un impact fort sur le futur ou que la crise guette. Définir une stratégie de communication à ce niveau est un aspect souvent négligé bien qu'essentiel. La question est aussi de savoir qui, au sein du Conseil, se penche sur cette question.

*Notre recommandation: avoir des administratrices et administrateurs conscients de cet aspect, si possible formés sur le sujet de la communication interne et responsables de la bonne implémentation avec la Direction Générale. Impliquer au plus tôt les responsables de communication interne est aussi une opportunité qui contribue à un résultat efficace et à éviter parfois les catastrophes.*

## A vos agendas!

### Conférence de l'ASCI – Lausanne – 3 octobre 2013 – 13h00 à 17h00

Tout ce que vous avez toujours voulu savoir sur les réseaux sociaux d'entreprise: défis, opportunités, impact sur l'organisation et le management, implications sur la culture d'entreprise, les approches, les outils, les meilleures pratiques bref, si vous voulez en savoir plus, participez! Programme détaillé et inscriptions bientôt sur [www.asci.ch](http://www.asci.ch).

# Klartext mit Zielgruppe

Ersetzen die sozialen Medien bald den Pressesprecher?

TEXT: MAXENCE GIEBEL

**Durch das Internet haben Unternehmen bessere Möglichkeiten den Kunden direkt zu erreichen und die Massenmedien zu umgehen. Wird die klassische Medienarbeit in Zukunft an Relevanz verlieren?**

Durch die Nutzung des Internets als direktes Kommunikationsinstrument setzen sich Unternehmen grundlegend neuen Gefahren aus. Die Geschwindigkeit, mit der die digitale Welt sich praktisch stündlich aktualisiert, birgt für Experten des Fachs Potenziale, für Laien jedoch viele Fettnäpfchen. Das fehlende Bewusstsein über das «Dürfen» und «Sollen» kann für jedes Unternehmen schwerwiegende Folgen nach sich ziehen. Darüber hinaus verlockt die kostengünstige – oder, wenn einmal eingerichtet, fast kostenfreie – Kommunikationsplattform «Internet» dazu, Quantität vor Qualität zuzulassen. Überinformation kann ebenso zu Desinteresse führen wie beispielsweise viel zu komplizierte, von Fachtermini geprägte Information. Wenn also PR-Abteilungen ihren Hauptkommunikationskanal ins Internet verlegen, so müssen die Redaktoren über Storytelling-Fähigkeiten verfügen und sich – aus Unternehmenssicht – neuen Aspekten der PR- und Medienarbeit widmen.

Web 2.0, auch das «Mit-Mach-Web» genannt, ermöglicht es zwar den Kommunikatorinnen und Kommunikatoren der Unternehmen in direktem Kontakt mit ihrer Kundschaft zu stehen. Doch der Entwicklung des Internets und des einhergehenden technologischen Fortschritts der letzten Jahre standen kei-

ne wahren Schulungsangebote oder Voraussetzungsprofile gegenüber. Vielmehr ist der «Learning-by-doing»-Ansatz weit verbreitet.

Etwas kann vorweggenommen werden: Internet und Social Media ersetzen die Medienarbeit und den Kontakt zu den Medienschaffenden nicht. Vielmehr sind die Online-Instrumente ein fester und mächtiger Bestandteil der klassischen Medienarbeit mit spezifischen Eigenschaften und Prämissen, die es zu studieren und beherrschen gilt.

## Die unternehmenseigene Nachrichtenagentur

Das Internet bietet den Unternehmen weitere Möglichkeiten, die Kommunikation nach aussen zu pflegen. Nebst den klassischen Kommunikationsaufgaben, wie Medienmitteilungen, allgemeine Informationen und Neuigkeiten oder Produktpräsentationen, kommen dank dem Internet weitere Möglichkeiten hinzu, die den Vorteil der Interaktion beinhalten. Unternehmen erhalten Zugang zu direktem Feedback und die Gelegenheit, Kunden zu aktivem Handeln zu bewegen – diese Handlung reicht deutlich weiter als der gewöhnliche Konsum von beworbenen Produkten oder Dienstleistungen; ein direkter Dialog findet statt.

Diese Online-Dialogmöglichkeiten stellt einen neuen Bestandteil des Instrumentenmix dar. Die Vertreter der klassischen Medien haben zu Online-Veröffentlichungen der Unternehmen denselben Zugang wie

die angestrebte Zielgruppe. Daraus entwickelt sich die Pflicht, sich mit den Konsequenzen der direkten Kommunikationsarbeit auseinanderzusetzen. Dadurch wird aus dem Instrument «Internet» eine für Medien permanent verfügbare Informationsquelle. Das Internet zwingt Unternehmen also dazu, sich bewusst mit Medienarbeit auseinanderzusetzen; eine Vernachlässigung wäre kontraproduktiv und reputationsgefährdend. Um jeglichen Schaden zu vermeiden, muss die «In-House»-Arbeit mit dem Internet beherrscht und ständigem Monitoring unterzogen werden.

Die «Learning-by-doing»-Einstellung vieler Unternehmen muss überdacht werden. Online-Kommunikation darf als wichtiges Zusatzinstrument im Kommunikationsmix gelten, soll aber durch Profis ausgeführt werden.

Das Internet als Kommunikationsinstrument kann die Medienarbeit für Presse, Radio und Fernsehen, die üblicherweise von einem Mediensprecher wahrgenommen wird, genauso wenig ersetzen, wie eine glaubhafte und wirksame Finanzkommunikation ersetzt oder zumindest deren Stellenwert gemindert werden kann.

## «Apple»: Persönliche Kommunikation vor Social Media

Das Computerunternehmen «Apple» hat für die eigene Kommunikation aus dem Internet ein ausschliesslich komplementäres Instrument geformt. Die für das Unternehmen wichtigen Kommunikationsaufgaben wer-

den stets «persönlich», also mit sichtbaren Persönlichkeiten, in der Öffentlichkeit präsentiert. Die komplementäre Aufgabe des Internets besteht in der zeitgleich oder sofort folgenden, rekapitulierten Veröffentlichung aller bereits den Medien und der Öffentlichkeit gebotenen Informationen.

Daraus wurde für das Unternehmen aus dem Internet eine feedbackorientierte Plattform. Die Verwendung der sozialen Medien durch «Apple» bewegt sich ausschliesslich im für das Unternehmen relevanten Bereich der Informationsverteilung anstelle von diskursorientiertem Handeln. Beispielsweise

wird für das Unternehmen an sich keine offizielle Facebook-Seite betrieben, sondern nur produktorientierte Seiten wie zum Beispiel für den App-Store.

Klassische Medienarbeit ist für Apple offensichtlich die kommunikative Königsdisziplin, die sehr stark von den Möglichkeiten, die das Internet bietet, ergänzt wird.

### **Vertrauensbeziehung nur durch persönlichen Kontakt**

Das Web kann keinesfalls die klassische Medienarbeit ersetzen. Würde ein Unternehmen so handeln, wäre die Gefahr

gross, dass Journalisten und Medienleute – vielleicht aus dem Gefühl einer Vernachlässigung heraus – sofort aufmerksamer, aber wohl auch viel sensibler auf das Unternehmen reagieren würden. Nachrichtenselektion würde weiterhin auf journalistischer Seite stattfinden, doch der persönliche Kontakt wäre nicht mehr vorhanden und eine gemeinsame Vertrauensbeziehung würde fehlen. Daher gilt auch im digitalen Zeitalter: Der direkte Dialog, die Face-to-Face-Kommunikation, ist der Schlüssel zum klaren Verständnis für Kunden, Mitarbeiter sowie weitere Stakeholder und Shareholder.



# Weiterbildung

SVIK-Standard-Kurse – Praktizierte Kommunikation

TEXT: DANIEL L. AMBÜHL

## SVIK-Standard-Kurs Nr. 1: Interne Kommunikation – Strategie und Umsetzung in der Praxis

Donnerstag und Freitag, 16./17. Mai 2013 in Zusammenarbeit mit KV seminare Bern

- Leistungskonzept (Wesen, Recht und Effizienz, Konzepte und Strategien) der IK kennen
- Print- und elektronische Mittel und Methoden der iK wirksam einsetzen (Kanäle, Reichweiten, Behaltensfaktor, Zufriedenheit, Rating usw.)
- Betriebsjournalistisches Arbeiten (Redaktion, Arbeitstechnik, Kosten usw.) planen und organisieren

### Zielgruppe

Leitende und ausführende Mitarbeitende der Unternehmenskommunikation bzw. der iK-Führungskräfte, Direktionsassistentinnen, Fachleute aus Marketing und PR, Interessierte aus Unternehmen und Verwaltung sowie NGO

## SVIK-Standard-Kurs Nr. 2: Interne Kommunikation – digital (Web 2.0 und Social Media)

Mittwoch und Donnerstag, 29./30. Mai 2013 in Zusammenarbeit mit KV seminare Bern

- Leistungskonzept der Web-Dienste in der internen Kommunikation skizzieren und einsetzen
- Wie funktionieren Web 2.0 und Social-Media-Plattformen in Recht und Praxis?
- Das Projekt für den Aufbau und Betrieb eines digitalen Kanals für die iK entwickeln
- Neue Möglichkeiten der internen Kommunikation erkennen und umsetzen

### Zielgruppe

Leitende und ausführende Mitarbeitende der Unternehmenskommunikation bzw. der iK; Führungskräfte, Direktionsassistentinnen, Fachleute aus Marketing und PR, Interessierte aus Unternehmen und Verwaltung sowie NGO

Fachliche Leitung: SVIK

Organisation: KV seminare Bern



So wird Ihr Geschäftsbericht  
beeindruckend!  
Anleitung für die Praxis

Informationen aussagekräftig aufbereiten, attraktiv verpacken, überzeugend präsentieren.



Die Controller Akademie ist eine Institution von



Wie ein Geschäftsbericht ansprechend wird und das Image des Unternehmens wirkungsvoll repräsentiert, zeigt dieser Workshop. Erfahren Sie, wie Sie die notwendigen Arbeiten vom Auftrag bis zum Gut-zum-Druck effizient abwickeln, worauf bei der Erstellung eines redaktionellen Geschäftsberichts zu achten ist und wie Sie Ihre Share- sowie Stakeholder umfassend informieren.

Durchführung: Mittwoch, 20. November 2013

Dozent: Daniel L. Ambühl, Präsident SVIK

Infos und Anmeldung unter  
[www.controller-akademie.ch](http://www.controller-akademie.ch)



CONTROLLER AKADEMIE

Controller Akademie AG | Altstetterstrasse 124 | 8048 Zürich  
Telefon 044 438 88 00 | Fax 044 438 88 05 | [info@controller-akademie.ch](mailto:info@controller-akademie.ch)

# Nachgefragt

Der SVIK will wissen: Wie steht es bei Ihnen um die interne Kommunikation?

TEXT: SARAH GRIMMELIKHUIJSEN

Das traditionelle HR-Wirtschaftsforum bietet eine optimale Plattform, um Experten und Anwender über die interne Information und Kommunikation zu befragen. Am 18. Berner HR- und Wirtschaftsforum vom 23. Januar 2013 wollte es der SVIK genau wissen und fragte die Teilnehmenden zum aktuellen Stand der internen Kommunikation in deren Unternehmen. Auffallend: Viele Besucher waren nicht bereit, darauf detaillierter zu antworten. Offenbar ist das Thema interne Kommunikation bei vielen zu wenig präsent. Immerhin war doch eine repräsentative Personenzahl gewillt, an der Umfrage teilzunehmen.

## Mitarbeiteranlässe und Sitzungen als wichtigste interne Kommunikationsmittel

50% der Befragten beurteilen die interne Kommunikation in ihrem Unternehmen als gut. Nur gerade 5% hat sich für „ausgezeichnet“ entschieden. Die restlichen Befragten sind mit der internen Information und Kommunikation eher nicht zufrieden.

Über 80% der Befragten sind sich einig, dass die folgenden Punkte als wichtigste Elemente der internen Kommunikation gelten:

- Mitarbeiteranlässe
- Sitzungen
- interne Weisungen
- Intranet und Newsletter

In dieser Aufzählung widerspiegelt sich die Zusammensetzung der Forumsteilnehmer, die eher aus Klein- und Mittelbetrieben oder aus dem Dienstleistungs- und Verwaltungsbereich stammen. Mitarbeiterzeitungen werden heute eher von grösseren Unternehmungen eingesetzt, während kleinere Organisationen sich auf den Newsletter abstützen.

## Der Geschäftsführer bestimmt die interne Kommunikation

Den grössten Einfluss auf die interne Kommunikation hat ganz entsprechend dem Umfrageergebnis mit 75% der abgegebenen Stimmen der Geschäftsführer. Der Kommunikationsverantwortliche liegt weit abgeschlagen auf Platz 2.

Die Zusammenarbeit von HR und Kommunikation wird nur von 30% der Antwortenden als



befriedigend und von weiteren 20% als gut bezeichnet. Potential bei den internen Massnahmen sehen die Umfrageteilnehmenden insbesondere in strategischen Fragen der internen Kommunikation, in der Glaubwürdigkeit und in der Art und Weise des direkten und persönlichen Umgangs mit den Mitarbeitenden (Feedback-Kultur, Informationsteilhabe [Info-Sharing] und Info-Rhythmus) sowie der Methoden und Kanäle für die Informationsverbreitung.

## Denk mal

**Was alle angeht,  
können nur alle lösen.“**

Friedrich Dürrenmatt  
(Schriftsteller und Maler, 1921 – 1990)

# Trends aus Übersee

Viele Wege führen nach Rom

TEXT: ALINE ANLIKER

**Viele Wege führen nach Rom, da stimme ich zu. Aber muss es denn in den USA wirklich für all diese Wege zahlreiche verschiedene Bezeichnungen geben? Wer soll denn da Rom noch finden? Und was sagt das über Amerika aus?**

Im guten alten Deutsch kennen wir die „Strasse“ oder den „Weg“, beispielsweise als Adresse die Rorschacherstrasse oder den Feldweg. Und dann noch die „Gasse“, wie zum Beispiel die Multergasse. Die Amerikaner scheinen nun etwas gar kreativ geworden zu sein: Auf die Schnelle komme ich auf sage und schreibe 19 verschiedene Wegbezeichnungen. Von wegen, nur „Wege“ führen nach Rom – im Land der unbegrenzten Möglichkeiten kann man noch über 18 andere Routen wählen. Ist dies ein Hinweis dafür, dass die Amerikaner ihr Angebot gerne vermarkten? Das Gleiche immer wieder auf neue Art und Weise anpreisen und mit neuer Bezeichnung versehen? Schon oft Gesagtes noch einmal wiederholen und gar „weich schwatzen“? Kommunikation noch lauter, schräger, direkter, noch einmal etwas anders – und sei es nur bei Strassenbezeichnungen.

## Route 66 – what else?

Aber zurück zu den Wegbezeichnungen. Die Vielfalt könnte auch ein Ausdruck dafür sein, dass man sich in den USA nur ungern zu etwas verpflichtet (to be committed – oder eben nicht) und sich möglichst viele Wege offen halten möchte. Hinzu kommt, dass sich die Amerikaner selbst als bequem bezeichnen. Die Ausschreibung all die-

ser Wegbezeichnungen wäre somit zuviel des Guten, und so gibt es auch immer eine entsprechende Abkürzung:

Street – Bsp: Franklin St  
Avenue – Bsp: Grand Ave  
Road – Bsp: Central Rd  
Way – Bsp: Orchard Wy  
Lane – Bsp: Laneville Ln  
Drive – Bsp: Crystal Dr  
Boulevard – Bsp: Hollywood Blvd  
Square – Bsp: Times Sq  
Circle – Bsp: Pine Tree Cir

Kein Wunder, wenn zwischenzeitlich manch einer hier nur noch „Bahnhof“ respektive „Sackgasse“ versteht.



## Der Weg ist das Ziel

Weit gefehlt, wer dachte, das war's. Selbst weniger geläufige Wegbezeichnungen wie Alley, Block, Court, Parkway, Path, Place, Roadway, Terrace oder Trail haben ihre Existenzberechtigung. Wegweiser erhalten hier eine ganz neue Bedeutung; sei es in der Wegbeschreibung oder eben in der Kommunikation und im Marketing. Um sich – im übertragenen Sinne – im Wirrwarr der Boulevards, Lanes und Avenues zurecht zu finden, hilft es, den Weg wie auch das Ziel genau zu kennen. Aber das ist ja überall im Leben so, in der Schweiz oder in Amerika.



Aline Anliker ist seit 2008 als Regionalleiterin Ostschweiz-Bodensee im SVIK-Vorstand aktiv. Seit 2010 lebt und arbeitet sie in Minneapolis, USA, und erläutert in den SVIK-Relations jeweils ein aktuelles Thema aus Sicht der amerikanischen Kommunikations- und Arbeitskultur.

# Protokoll

## Das Rückgrat der internen Kommunikation

TEXT: DANIEL L. AMBÜHL

**Über die Protokollführung bestehen unterschiedliche Ansichten, nicht nur im Bundesrat, wie das die Presse gegenwärtig im Zusammenhang mit den Bundesratssitzungen rapportiert. Funktion und Wirkung dieses wichtigen Kanals der internen und – nur in Parlamenten, um den Anspruch „Informationssymmetrie“ einzuhalten – externen Kommunikation werden durchwegs unterschätzt.**

### **Sind Protokolle noch zeitgemäss und wozu werden sie eingesetzt?**

Wenige sind sich bewusst, dass Protokolle ebenso Belege darstellen, wie Dokumente in der Buchhaltung. Und wie im Rechnungswesen, das ins finanzielle Leistungskonzept gehört, sind Protokolle als Beweis-, Arbeits-, Führungs-, Informations- und Dokumentationsinstrumente in das sogenannte Leistungskonzept Information und Kommunikation einer Organisation zu übernehmen. Das Protokoll ist wegen seiner Authentizität, Regelmässigkeit, Sprachlichkeit und Ritualisierung das Rückgrat jeder seriösen Organisation. In der Praxis werden übers Protokoll auch verschiedenste Reporting-Bedürfnisse effizient abgedeckt.

Wann und welche Protokolle in Parlamenten und Verwaltungen erstellt werden müssen, beantworten das Verwaltungsrecht sowie kantonale und andere Reglemente und Verordnungen. Für die Wirtschaft ist es das ZGB (Teil 32), bzw. das OR. Aber auch im SchKG oder Strafrecht sowie in anderen Rechtsbüchern steht, wann ein Protokoll erstellt werden muss.

Jede gute Geschäftsführung achtet darauf, dass Sitzungen und Verhandlungen mit ihren Voten, Anträgen, Diskussionen, Beschlüssen und Wahlergebnissen korrekt aufgezeichnet werden. Das gehört zu einer einwandfreien Corporate Governance. Sofern solche Schriftstücke den Erfordernissen, wie Beschreibung der Umstände, Teilnehmer, Voten und Beschlüsse genügen, die Willensbildung korrekt wiedergeben und gegenseitig genehmigt sind, entsprechen sie den gesetzlichen Erfordernissen.

Giessen Protokolle die Willensbildung und die anschliessende Willensdurchsetzung in geeignete Formen, so ist der Zweck eines Protokolls erfüllt. Für Parlamente sind das Vollprotokolle, für Generalversammlungen in politischen oder unterneh-

merischen Kreisen sind es die Verhandlungs- und Beschlussprotokolle. Wo das Recht das nicht so kernig formuliert, zeigt es die Praxis: Verwaltungsräte und Geschäftsleitungen – aber auch Arbeitsgruppen (interne ad hoc AG) mit heikleren Aufgaben – lassen sich heute am besten mit einer Mischform zwischen Kurz- (sachorientiert, wenn Einigkeit besteht) und Verhandlungsprotokollen (personenorientiert, wenn unterschiedliche Auffassungen bestehen) dokumentieren. Bei der Willensdurchsetzung kommen heute praktisch nur noch Beschlussprotokolle, in Ausnahmesituationen oder zur internen Informationsweitergabe Kurzprotokolle zum Einsatz.

### **Welche Protokollart und welcher Inhalt?**

Formale Protokolle sind dann zweckdienlich und rechtlich einwandfrei, wenn sie ausformulierten Text enthalten. Mit wenigen und besonderen Ausnahmen (z. B. Bauwesen) können Bilder und Skizzen die Willensäusserung und -bildung nicht ausreichend darstellen und nachvollziehbar machen. Kein Thema sind also Mindmaps, Bilder von Mobilgeräten, Präsentationsgrafiken, ja sogar Stichwortnotizen usw., die wiederum in informellen Gruppen gerechtfertigt sein können, wo es um Kreativität geht.

Wo ein Vollprotokoll (Wort-Protokoll) – also z.B. in den Parlamenten – verlangt ist, wird heute alles elektronisch aufgezeichnet und direkt in ein geschriebenes Protokoll umgewandelt. Eine kurze Überarbeitungs- und Bereinigungsphase durch eine Fachkraft, und fertig ist das Protokoll. Einfach ist es auch dort, wo nur Beschlussprotokolle benötigt werden.

Schwierig wird Protokollieren, wo zusammenfassende Verhandlungs- und Beschlussprotokolle zu erstellen sind. Das ist in Generalversammlungen, Verwaltungsratssitzungen sowie Geschäftsleitungsausschüssen der Fall. In solchen Fällen wird vielmehr eine Zusammenfassung der Willensbildung gesucht, und das finden wir in Verhandlungsprotokollen (auch Verlaufsprotokoll genannt). Die gleichen Anforderungen sollten eigentlich auch in Bundesratssitzungen gelten.

### **Was darf gesagt und was geschrieben werden?**

Eine effiziente Führungskraft hat ein grosses Interesse, über ihre Aussagen und den anschliessenden Eintrag ins Protokoll ihre Wirkung

zu entfalten. Damit fixiert sie das Ziel, schafft Klarheit und Verständlichkeit. Politisches Kalkül kann diese Arbeitshaltung jedoch beeinträchtigen: Inhaltlich-sprachliches Schönes, diplomatisches Abfedern, ja Manipulation der Protokolleinträge machen aus Protokollen unglaubwürdige Kanäle. ProtokollführerInnen haben es deshalb bei ihren Einsätzen in politischen Kreisen nicht einfach: Was muss, soll und darf nach der Sage in die Schreibe übertragen werden?

Transparenz ist in aller Munde, doch die Umsetzung in der Praxis endet meist dort, wo jemand seinen Willen durchsetzen, aber nicht kundtun will. Machen wir uns nichts vor: Die Geschichte ist voll von Beispielen über fehlende, unterdrückte, manipulierte und geschönte Protokolldokumente. Doch wer so Einfluss nimmt auf die Protokollführung muss erkennen, dass solches Tun über persönliche Notizen oder Protokoll-Einträge in anderen Gremien früher oder später ans Licht kommt. Die Glaubwürdigkeit bzw. die Reputation der Sitzungsgruppe ist dann angeschlagen. Wer will das denn heute noch?

# Fachwort

## Hermeneutik – das A und O der Kommunikation

TEXT: DANIEL L. AMBÜHL

**Hermeneutik ist die Wissenschaft des Verstehens. Sie befasst sich mit den Voraussetzungen, die Verstehen ermöglicht. Kommunikation ist ineffizient – ja sogar unwirksam – ohne Verstehen und Verstandenwerden. Ob verbal oder non-verbal: Hermeneutik ist Schlüssel zur Kommunikation.**

Zwar haben bereits die Griechen der Hermeneutik gefrönt, doch erst in der Neuzeit fand diese Disziplin ihre Verbreitung. Die heutige „Power-Kommunikation“, besonders an den Schnittstellen Mensch-Maschine und Maschine-Mensch, macht aus dieser Wissenschaft und den davon abgeleiteten Techniken unabdingbare Voraussetzungen für das Zusammenleben und Geschäften.

Darauf sollten heute Kommunikationsfachleute aus der Sicht der Hermeneutik im Berufsalltag achten:

1. Die persönliche Bedeutung, die der Sprecher seinen Sätzen gibt, also die gemeinte Bedeutung.
2. Die Bedeutung, die seine Sätze für einen Durchschnittsmenschen haben, der am dialektischen Geschehen nicht beteiligt ist, aber die verwandte Sprache ideal beherrscht, also die objektive Bedeutung.
3. Die Bedeutung, die der Hörer wahrnimmt, wenn er das Gehörte nicht verarbeiten würde, also die subjektive Bedeutung.
4. Die Bedeutung, welche die Sätze für den Hörer haben, also die verstandene Bedeutung.

Die zentralen Fehler der Sprechenden bei der Übertragung des Gemeinten in Sprache sind:

1. unzureichende Sprachbeherrschung (Wortwahl, Fach-/Berufssprache, Sprachebene, usw.)
2. ungenaue Unterscheidung zwischen semantischer und emotionaler Bedeutung von Wörtern und Sätzen. Der Sprecher glaubt zu wissen, worüber er redet (z. B. beim Name-Dropping), tatsächlich weiss er es nicht.

In der Schulung der Berufssprache und der Sachprosa ist die Hermeneutik ein wirksames Instrument, um Sprachmanipulation effizient aufzudecken. Nur wenn die gemeinte, verstandene, objektive und subjektive Bedeutung übereinstimmen, kann verständliche und konstruktive Kommunikation stattfinden.



# Lektüre

Literatur, um die Welt etwas besser zu verstehen

TEXT: SUSANNA KAISER

## Meimei, die Mandshufrau

Was sagt Ihnen der Begriff „Trostfrauen“? Nein, Trostfrauen sind nicht Frauen mit Tempotaschentüchern! Hinter dem netten Begriff versteckt sich die himmelschreiende Geschichte zu Tausenden entführter Frauen, die während der japanischen Besetzung Chinas unter schlimmsten Bedingungen in Lager gesteckt und systematisch vergewaltigt und gefoltert wurden.

Eine wahre Entdeckung zu diesem Thema ist das Buch „Meimei“ von Eugen Fischer. Der Autor hat als junger Mann 1977 in Tagebuchaufzeichnungen sein Jahr in Singapur als aufwühlende Geschichte so festgehalten, wie sie ihm von Meimei in kleinen Häppchen anvertraut wurde. Meimei ist eine Mandshu-Frau, die zwischen die Fronten des japanisch-chinesischen Krieges (1937 – 1945) geriet. Die Asiaten insgesamt (s. a. Mao-Geschichte), aber besonders die Japaner sprechen noch heute nicht offen über die Geschichte der Trostfrauen. Die Geschichtsbücher werden dementsprechend geschönt.

Der Autor schreibt dazu: „Weder Krieg noch Entwürdigung konnten Meimei brechen. Die Geschichte dieser bemerkenswerten Frau beginnt mit der Entführung als 17-Jährige und ihrer Gefangenschaft in japanischen und chinesischen Lagern. Ihr Leidensweg führt sie quer durch China, durch Elend, Trauer und Revolution. Ihr Glück findet sie 18 Jahre später in Hong Kong, nachdem sie des Landes verwiesen wird.

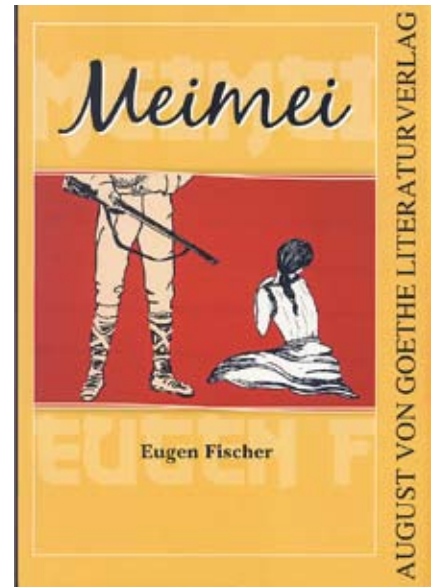
Wo auch immer die vielen Trostfrauen sind, es ist ihre

Geschichte, ihr Leiden und Meimei's Erzählung. Die Trostfrauen verlangten weder Almosen noch Entschädigung, sie wünschten sich „nur“ ein Lächeln, eine stille Anteilnahme und eine Entschuldigung der japanischen Regierung. Sie bekamen kein Lächeln, keine Herzlichkeit und auch kein stilles Mitempfinden! Erst 50 Jahre später erhielten sie eine dürftige, japanische Entschuldigung, leider nicht vom Kaiser Japans.“

Das Spezielle an diesem Buch: Ein Mann hat die Frauengeschichte aufgeschrieben. Ein Mann, der als Sekundarschüler von seinem Deutschlehrer als unfähig mit der Muttersprache umzugehen beschimpft und gepiesackt wurde.

Meimei erzählt nicht nur eine tragische Lebensgeschichte und enthält viele Informationen über die damaligen Zustände in Fernost. Das Buch beinhaltet viele Lebensweisheiten, wie sie

von Meimei weitergegeben wurden. Alleine diese Weisheiten verdienen es, in einem Büchlein festgehalten zu werden.



Eugen Fischer

## Meimei

August von Goethe Literaturverlag AG  
ISBN 978-3-8372-0981-5  
oder 978-0-85727-064-1

TEXT: DANIEL L. AMBÜHL

## Der Weg des Falken

Wenn Sie spannenden Lesestoff und gleichzeitig kulturelle Lektionen schätzen, dann lohnt sich die Lektüre „der Weg des Falken“ von Jamil Ahmad – ein Werk mit 187 Seiten und neun kurzen Geschichten. Es ist der Erstling eines Autors mit Jahrgang 1933, der sein Leben in Südasien und heute in Islamabad verbringt.

Angela Schader fasst in ihrem Lesezeichen „Welt aus Stein und Bitternis – Jamil Ahmads Erzählungen aus dem pakistanisch-afghanischen Grenzland“ (NZZ Nr. 59, 12. März

2013, S. 45) zusammen, was Ahmad in diesem zu erzählen hat: Das Buch sei eine prägnante Einführung in die sozialen, geografischen, kulturellen und politischen Eigenheiten dieses Weltteils, der bei uns mehrheitlich durch Kriegsnachrichten ausgefüllt sei. Ob in Englisch oder in Deutsch: Der Leser solle sich von diesem literarischen Juwel verzaubern lassen.

Jamil Ahmad

## Der Weg des Falken

Hoffmann und Campe  
Hamburg 2013  
ISBN 978-3-455-40394-7

# Whistleblower – Helden oder Nestbeschmutzer?

TEXT: CAROLA MINDER

**Whistleblower oder „Verpfeifer“ haben es nicht leicht: Meistens misstraut man ihnen. Doch was, wenn ihre Aussagen stimmen? Hier einige bedenkenswerte Fragen und Argumente dazu?**

Halten die Streitkulturen in den Unternehmen die Mitarbeitenden in Schach? Ist deswegen Whistleblowing plötzlich gang und gäbe? Was wird in der Schweiz wirklich goutiert? Ist es tatsächlich der engagierte Mitarbeitende, der Prozesse hinterfragt und Missstände offen anspricht? Oder bevorzugen Vorgesetzte und Führungskräfte loyale, integere Persönlichkeiten, die ihnen nach dem Mund reden und so nicht unnötig zu lästigen Delinquenten werden? Wie viel Loyalität verdient (verträgt) ein System? Lohnt sich Zivilcourage überhaupt? Fragen über Fragen, die sich in diesem Artikel nicht abschliessend beantworten lassen. Vielleicht gelingt es, das kontroverse Thema „Whistleblowing“ von verschiedenen Blickwinkeln zu betrachten und zum Denken anzuregen.

**Was Whistleblower antreibt – zwischen Courage und Rache**

Sind Whistleblower einzig von hehren Motiven beseelt, wenn sie ihre Arbeitgeber an den Pranger stellen bzw. interne Vorgänge ins Licht der Öffentlichkeit rücken? Wieso wurden sie nicht angehört, nahm niemand ihre Anliegen ernst, schenkte ihnen keiner Aufmerksamkeit?

Der „Laden“ muss funktionieren – Tatsachen, die Gewinne schmälern oder jahrelange Prak-

tiken in Frage stellen, will mancher einfach nicht wahrhaben. Da rennen Mitarbeitende gegen Wände, kämpfen sich durch den Beziehungssumpf der Kader, verzweifeln oft an Arroganz und Ignoranz. So entschliessen sie sich eben andere Wege zu gehen. Wie beispielsweise Esther Wyler und Margrit Zopfi, zwei Mitarbeiterinnen des Zürcher Sozialamtes, die verwaltungsinterne Missstände vermuteten und publik machten. Oder jener Mitarbeitende der Bank Sarasin, der hinter einer Transaktion des damaligen Ex-Nationalbankpräsidenten Insidergeschäfte vermutete. Auch der Fleischskandal bei Coop kam dank Whistleblowern zutage. Natürlich ist es wichtig, solche Missstände in Unternehmen oder der öffentlichen Verwaltung aufzudecken. Aber steckt nicht auch der Rachegedanke dahinter, es denen da oben zeigen zu wollen?

**Schutz der Whistleblower: Ja, aber ...**

Whistleblower sollen künftig besser geschützt werden. Laut einer Medienmitteilung vom November letzten Jahres hat der Bundesrat das Eidgenössische Justiz- und Polizeidepartement beauftragt, eine Botschaft zur Teilrevision des Obligationenrechts zu erarbeiten. Ob der Kündigungsschutz dann definitiv verbessert wird, macht der Bundesrat von einer Studie über die Grundlagen des Kündigungsschutzes für Arbeitnehmervertreter abhängig. Will heissen, Whistleblower stehen recht alleine da und müssen um ihren Arbeitsplatz und ihr

Ansehen bangen. Denn die betroffenen Unternehmen oder Organisationen reagieren verständlicherweise nicht gerade erfreut auf die Preisgabe von Missständen. So eine „Petze“ im Betrieb zu haben stösst auf Unverständnis, gleichwohl wenn der Whistleblower durchaus im Sinne der Wahrheitsfindung handelte. Wer hinterfragt sich in so einem Fall wirklich kritisch? Da wird lieber gemobbt oder sofort entlassen. Aber, es wurden auch kantonale oder betriebliche Anlaufstellen geschaffen. Nur – wie anonym werden die Fälle behandelt? Wer verfolgt welche Interessen? Gibt es zu diesem Zeitpunkt überhaupt eine verlässliche Rechtsgrundlage?

**Recht haben und Recht bekommen – wer zahlt welchen Preis?**

Wie viel wäre Ihnen die Wahrheit wert? Sind couragierete Menschen nur naive Idealisten, die immer noch nicht begriffen haben, wie der Hase läuft? Den Preis, den Whistleblower für ihren Einsatz zahlen, ist hoch. Eine ernüchternde Bilanz: Wyler und Zopfi verloren ihre Stelle und wurden wegen Amtsgeheimnisverletzung in zweiter Instanz (Bundesgericht) verurteilt. UBS-Banker Bradley Birkenfeld landete im Gefängnis; ob ihn da die Millionen der US-Steuerbehörde tatsächlich trösten? Der Mut eines UN-Experten auf krumme Geschäfte aufmerksam zu machen brachte ihm die Entlassung ein. Er wurde verhaftet, seine Wohnung durchsucht – ohne Gerichtsbeschluss. Erst sechs Jahre später bekommt er eine lächerliche

Entschädigung; bis heute kann er beruflich nicht Fuss fassen, kämpft beim UN Ethics Office für seine Sache.

Geschieht diesen Whistleblowern nun Recht oder Unrecht? Die Diskussion liesse sich wohl lange führen. Das Thema darf aber nicht weiter unter den Teppich gekehrt werden. Es müssen entsprechende gesetzliche Grundlagen geschaffen werden. Der Bund und die Kantone tun sich dabei extrem schwer. Das wird noch Zeit brauchen, die die Betroffenen leider oft nicht haben. Es scheint, dass nur die Goliathe dieser Welt am längeren Hebel sitzen.

Einen kleinen Hoffnungsschimmer gibt es allerdings am Gerechtigkeitshorizont: Zurzeit springt in der Schweiz die Zeitschrift „Beobachter“ für Whistleblower in die Bresche. Vor einem Jahr schaltete das Magazin seine Whistleblower-Plattform [www.sichermelden.ch](http://www.sichermelden.ch) auf und richtete eine telefonische Beratung ein, um Whistleblower besser zu schützen. Anfänglich gingen täglich bis zu 15 Meldungen ein, heute sind es vier bis fünf pro Woche. Mehr als die Hälfte sind ernstzunehmende Hinweise – und meist nicht anonym, was der Redaktion Rückfragen und vertiefte Recherchen ermöglicht.

Vielleicht wären all die Anklagen und Verrate oder die erwähnte Online-Plattform gar nicht notwendig, wenn in den Unternehmen und Organisationen eine bessere Gesprächskultur herrschen würde. Einfach mal zuhören, wenn Mitarbeitende ihre Sorgen oder Ängste vorbringen – ja, das könnte Whistleblowing überflüssig machen.



Der SVIK widmet sich seit 60 Jahren der internen Kommunikation. Wann haben Sie sich zuletzt in Ihrem Betrieb darum gekümmert? Eine intakte Unternehmenskultur und eine transparente Kommunikationspolitik schaffen Vertrauen und fördern den konstruktiven Dialog zwischen Führungsebene und Mitarbeitenden. Whistleblowing würde auf diese Weise zum Auslaufmodell degradiert. Das wäre ganz im Sinne der Sache.

Quellen:

Süddeutsche Zeitung  
vom 23. März 2013

Beobachter online –  
Thema Whistleblowing

Schweizerische Eidgenossenschaft,  
Bundesamt für Justiz

Neue Zürcher Zeitung,  
Artikel zum Thema

Wikipedia,  
Thema Whistleblowing

# Museum für Kommunikation – der Name ist Programm

TEXT: JACQUELINE STRAUSS

**Das Museum für Kommunikation ist das einzige Museum in der Schweiz, das sich exklusiv der Kommunikation und ihrer Geschichte widmet. Dabei stellt es den Menschen und nicht die Technik in den Mittelpunkt: Ausprobieren und Tüfteln sind ausdrücklich erwünscht! 2012 verzeichnete das Museum insgesamt 79'030 Besucherinnen und Besucher – ein auch im mehrjährigen Vergleich sehr gutes Ergebnis.**

## **Vom PTT-Museum zum Museum für Kommunikation**

1907 als Postmuseum gegründet und 1949 zum PTT-Museum ernannt, wechselte das Museum in Bern oft seinen Standort, bis es 1990 endlich ein eigenes Gebäude an der Helvetiastrasse beziehen konnte. Mit der Liberalisierung des Fernmeldemarktes wurde das PTT-Museum 1997 in Museum für Kommunikation umbenannt und erhielt mit Post und Swisscom eine neue Trägerschaft.

## **Jacqueline Strauss**

ist seit 2010 Direktorin des Museums für Kommunikation. Davor leitete Strauss die Abteilung Kulturförderung beim Kanton Bern. 1998 – 2006 war sie Kulturbeauftragte der Stadt Thun und 1993 – 1998 Leiterin des Kulturzentrums Villa Bernau in Wabern bei Bern. Strauss studierte Geschichte und Politikwissenschaften und erwarb den Master of Advanced Studies in Kulturmanagement.



## **Kommunikation – ein Begriff, der verpflichtet**

Der Name ist gleichzeitig Programm: Das Museum entwickelte sich vom technikorientierten Firmenmuseum zum kulturhistorischen Museum, dessen Aktivitäten um das Thema Kommunikation kreisen und das sich selbst als Ort der Kommunikation versteht.

Ganzjährig zu sehen sind die drei Dauerausstellungen „nah und fern: Menschen und ihre Medien“, „As Time Goes Byte: Die Ausstellung zur Computergeschichte und digitalen Kultur“ und „Bilder die haften: Welt der Briefmarken“. Die jährlich grosse Wechselausstellung leuchtet jeweils ein Thema aus dem weiten Feld der Kommunikation aus. So präsentierte das Museum letztes Jahr die „Klinik für

Kommunikation“: Angesichts der täglichen Kommunikationsflut funktionierte diese Wechselausstellung als Wellness-Oase für eine ausgewogene Kommunikation.

Alle Ausstellungen binden das Publikum ein und laden ein zum Anfassen und Ausprobieren. Eine der Lieblingsstationen der kleinen Besucher ist der Briefmarkendrucker in der Philatelie-Ausstellung. Unglaubliche 36'000 Ausdrücke der selbst gestalteten Marken gab es im letzten Jahr.

## **Bin ich schön? – Eine Ausstellung hält den Spiegel vor**

Noch bis zum 7. Juli 2013 zu sehen ist die gemeinsame Ausstellung mit dem Naturhistorischen Museum der Burgergemeinde Bern: „Bin ich schön?“ ist nicht nur der Titel der Ausstellung, sondern auch eine Frage, die uns ein Leben lang auf Trab hält. Die Ausstellung zeigt sowohl Schönheitsnormen wie einen individuellen Zugang. Auch hier sind die interaktiven Stationen die Lieblinge des Publikums: Etwa der Stimmenmodulator, dank dem man sprechen kann wie der Samichlaus oder Janis Joplin.

**Museum für Kommunikation,  
Helvetiastrasse 16, 3005 Bern,  
[www.mfk.ch](http://www.mfk.ch)**

**Offen von Dienstag bis  
Sonntag, 10 bis 17 Uhr.**

# Der Kassiber

**Der Kassiber ist ein heimliches Schreiben oder eine unerlaubte schriftliche Mitteilung eines Häftlings an einen anderen oder an Aussenstehende. Die SVIK-Relations-Redaktion veröffentlicht solche Texte in Kenntnis des Autors, gibt jedoch dessen Namen nicht bekannt.**

Liebe ... (in Freiheit stehende X.): Was ist der Unterschied zwischen vorfabrizierten Fleisch-Fertiggerichten und vielen Social-Media-Plattformen? – Keiner. Bei beidem weisst du nicht, was genau drin ist. Doch von vorne.

Du kennst mein Flair für den Computer. Während der wenigen Zeit, die mir überhaupt zu steht, in unserem „Etablissement“ im Internet zu surfen, habe ich immer wieder versucht, mich auf Social-Media-Plattformen zu bewegen. Manchmal ist es mir auch gelungen. Da gibt es die Freundschaftsplattformen, die Berufsnetzwerke und natürlich die Partnerschaftsdienste. Einmal habe ich es auch geschafft, unbemerkt auf der „dark side of the internet“ zu surfen. – Und das in unserem Etablissement!

Mein lieber Schwan: Was auf diesen Plattformen alles abgeht! Wenn ich Lust hab' auf Rotlicht, geh' ich ins Netz – virtuell und aids-proof, sozusagen. Interessant: Das Milieu ist gerade daran, diese elektronischen schiefen Ebenen subtil zu durchdringen. Bei der praktischen Umsetzung – leider nur für Leute in der Freiheit oder auf Urlaub – brauchst du dann wieder Gummi.

Das Verrückteste, was ich aber herausgefunden habe, sind die Push-and-Pull-Methoden der Plattform-Betreiber. Wenn dich eine oder einer nett aus dem Screen anschaut, bist du nie sicher, ob es wirklich ein Mensch oder einfach das Foto einer Mieze oder eines Guys ist, das missbraucht wird, um Fliegen anzuziehen. Der Hinweis fehlt natürlich nie, dass du noch „mehr davon“ kriegst, wenn du noch einen „besseren Service“ abonnierst. Da sind monatlich immer mehr Kröten weg. Mit dem Lohn, den ich hier kriege, bin ich sofort am Limit. Die „Konsum-Animation“ liegt

aber auch den berufsnetzwerkorientierten Services. Schnell wird dir erklärt, dass du etwas noch besser machen könntest, vorerst musst du aber zahlen. Zahl-Fast sei gegrüsst, und zwar mit deiner Kreditkarte und im Belastungsverfahren. Dahinter steckt meist keine Schweizer Bank, die man für irgendetwas verdächtigen könnte. Dafür werden internationale, wirklich saubere und sichere Organisationen eingesetzt, so sicher wie der Fortbestand des Euros. Doch: Wenn dir etwas unberechtigter Weise belastet wird, dann musst du genau wissen, wie du dein Money wieder ins Trockene bringst. Es lebe der Internet-Mammon, natürlich mit der Sicherheit des Dollars!

Tja, vieles mehr gäbe es zu erzählen: Von Marketing, das dir die Internetbenutzung vergällt, der so lukrativen Internet-Werbung, falschen Freunden, Anbietierungen, Drohungen, Cyber-Angriffen und Ängsten von Dialog- und Bildaustauschpartnern aus aller Welt usw.

Warum hab' ich aber aufgehört mit diesen Plattformen? Weil ich nicht mehr sicher bin, ob ich im Netz meinem Wärter, der Polizei oder sogar dem Nachrichtendienst gegenüber stehe und welche Funktion sie dabei wahrnehmen. Wie sich das mit der Aussage der Plattformbetreiber verhält, die Anonymität sei gesichert und sie hätten alles im Griff, ist mir schleierhaft. Doch Gesetze gegen Cyber Crime werden wahrscheinlich von Pocker-Cracks geschrieben, die noch nicht auf elektronischen Plattformen spielen. So beende ich denn meine SM-Karriere, weil ich zu den Handschellen nicht noch einen „elektronischen Maulkorb“ tragen will. Es lebe die E-Mail, womit ich beweise, dass ich – wenn ich die E-Mail nicht „an alle“ sende – Freundschaften nicht nur elektronisch manage, sondern noch echte Kontakte persönlich pflege und dafür die Sprache und nicht nur einen „I-like-Button“ drücken kann. Zudem: Es gibt noch den alten Briefkasten, auch in unserem Etablissement!

Gruss aus der Sonderabteilung ...  
(Name des Häftlings)

# Mit dem Rovos Rail durch Südafrika

TEXT UND FOTOS: PETER WIDMER

**Ruhe und Erholung garantiert: Wer mit dem Nostalgiezug Rovos Rail mit 60 km/h von Kapstadt nach Pretoria zuckelt, erlebt die Langsamkeit des Reisens in luxuriösen Wagons aus den 30er-Jahren und lässt sich verwöhnen.**

Bei der Ankunft mit Edelweiss Air-Flug Nr. WK 84 in Kapstadt ist es bereits dunkel. Vom Zimmer des Hotels Taj Cape Town sind bloss die Umriss eines Hügelzuges zu erkennen; es könnte der Tafelberg sein. Am anderen Morgen bestätigt sich die Vermutung: Bei strahlendem Sonnenschein gibt das grosse Panoramafenster den Blick frei auf die beiden Wahrzeichen von Kapstadt, den Tafelberg und den Löwenkopf.

## Schüsse vom Signal Hill

Der erste Tag in Kapstadt führt uns auf den 350 Meter hohen Signalberg (Signal Hill), wo täglich Schüsse fallen. Jeden Tag um Punkt 12 Uhr mittags hört man in Kapstadt einen lauten Knall, der einen nicht informierten Touristen ganz ordentlich erschrecken kann. Keine Bange, es handelt sich dabei um eine friedfertige Ballerei! Der als „Noon Gun“ bezeichnete Kanonenknall wird seit 1902 aus historischen Kanonen abgefeuert und basiert auf einem geschichtlichen Hintergrund: Im 17. Jahrhundert wurde die Bevölkerung Kapstadts mit einem lauten Knall und einer gehissenen Flagge auf sich nähernde Schiffe aufmerksam gemacht. Dabei handelte es sich meist um harmlose Handelsschiffe; ein bedrohlicher Ernstfall trat nie ein. Der tägliche Kanonen-



Kapstadts Tafelberg

schuss, der zu den ältesten Traditionen der Stadt gehört, wird vom Astronomischen Observatorium automatisch abgefeuert. Es sind heute die ältesten Kanonen weltweit, die noch täglich genutzt werden.

Wer Kapstadt sagt, denkt automatisch auch an den „Hausberg“ der Stadt, den 1087 Meter hohen Tafelberg. Er prägt die Silhouette Kapstadts. Bei klarem Wetter schweift der Blick des Besuchers bis zum Kap der Guten Hoffnung. Klares Wetter ist jedoch Glückssache und immer ein Balanceakt, denn oft ist der Tafelberg mit einem „Tischtuch“, dem so genannten „Tablecloth“, bedeckt. Feuchte Luftmassen sind die Ursache, die vom offenen Meer her Wolken bilden. Seit 1929 führt eine Seilbahn auf den Tafelberg. Die heute für 64 Personen ausgestattete Kabine ist mit einer Plattform ausgerüstet, die sich während der Fahrt dreht.

Ein weiteres Muss in Kapstadt ist der Besuch der Victoria and Alfred Waterfront, die mit Boutiquen, Restaurants, Museen, dem Nobel Square oder dem Two Oceans Aquarium den Touristen viel Abwechslung bietet. Nicht selten schwimmen abends Seehunde vom offenen Meer her in den Hafen und besetzen die Schiffsstege. Bei unserem Besuch ist es bloss ein vorsichtiger Geselle, der neugierig den Kopf aus dem Wasser streckt und die Umgebung erkundet.

## Reisen in der ersten Klasse

Nach zwei Tagen Aufenthalt in Kapstadt starten wir zum Abenteuer mit dem Rovos Rail nach Pretoria, gemäss Werbebroschüre „der luxuriöseste Zug der Welt“. Dieser Nostalgiezug wird in den nächsten drei Tagen auf der 1600 km langen Strecke zu unserem rollenden Zuhause. Schon allein das Warten in der eigenen Lounge in Kapstadt

ist ein Erlebnis und steigert die Spannung: Dezente (Live-)Musik, dazu werden Schaumwein und Häppchen gereicht. Dann erscheint „er“ auf der Bildfläche, greift zum Mikrofon: Rohan Vos, der 65-jährige Inhaber, der den Rovos Rail 1989 gegründet hat, begrüßt die Gäste und gibt Hinweise zum Leben im Zug. Obwohl Südafrikaner, wirkt Vos „very british“, Gentleman vom Scheitel bis zur Sohle, stets im dunklen Anzug, charmant zu den Damen, mit sarkastischem Humor zu den Herren. Rohan Vos, bekennender Biertrinker und Weinabstinenzler, erzählt von den Anfängen. „Die ersten fünf Jahre waren hart, ich dachte ans Aufgeben“, blickt er zurück. In dieser Anfangszeit schrieb er rote Zahlen. Zum Glück hielt er durch. Vos kauft laufend Lokomotiven und Bahnwagons aus den 30er-Jahren und lässt sie in seiner grossen Werkstatt im eigenen Capital Park-Bahnhof in Pretoria restaurieren. Heute beschäftigt das Vos-Imperium über 300 Mitarbeitende.

Tischlein deck dich!



Kimberly

Die Reise im Rovos Rail gehört zum Bahnerlebnis der besonderen und edelsten Art. Die Deluxe-Suiten sind geräumig und komfortabel, die Qualität der Mahlzeiten ist sternewürdig (abends ist Dresscode angesagt!), der Service und die Herzlichkeit des Personals lassen keine Wünsche offen. Zu den Höhepunkten unterwegs zählt der Besuch des historischen Dorfes Matjiesfontein. Dieses authentische, perfekt erhaltene viktorianische Dorf rühmt sich mit einem beeindruckenden Museum auf dem Bahnsteig. Ein Zwischenstopp in Kimberly beinhaltet eine Stadtrundfahrt, eine Besichtigung des Minenmuseums und des weltweit grössten von Menschen geschaffenen Aushubs, dem „Big Hole“. Es ist dies ein riesiger Krater, der aus Zeiten des Edelsteinrauschs um die Jahrhundertwende stammt. Heute werden aus Namibia 10 bis 15 000 Kategorien der Steine

nach Kimberly verfrachtet, um von Weltunternehmen klassifiziert zu werden.

### **Abstecher Sabi Sabi**

Nach der Bahnfahrt geht es für zwei Tage in das private Sabi Sabi Wildreservat, welches unmittelbar südwestlich an den Krüger-Nationalpark angrenzt. Uns erwarten traumhaft gelegene, luftige Lounges und luxuriös eingerichtete Bungalows in der Sabi Sabi Bush Lodge und im Selati Camp. Abends nach dem Freiluft-Nachtessen das erste „Game“, wie die Pirschfahrten heissen, und zwar bei kühlen Temperaturen – in Südafrika ist Herbst – und in völliger Dunkelheit. Ausser einem Chamäleon auf einem Ast, welches den Sperberaugen unseres Rangers nicht entgeht, ist während fast einer Stunde weit und breit kein Wildtier zu erspähen. Dann, nach einer Kurve auf einem schmalen, bewaldeten Feldweg,



Im Sabisabi Park

stoppt der Fahrer abrupt: Vor uns steht keine fünf Meter entfernt ein riesiger Elefantenbulle mit ebenso riesigen Stosszähnen und tut sich an einem Strauch gütlich. Wir starren den Giganten, der im Scheinwerferlicht unseres offenen Geländewagens noch grösser erscheint, stumm und mit pochendem Herzen an. Er blickt kurz zu uns, hebt den Rüssel, fächelt mit den Ohren, seine kleinen Augen blinzeln, wir halten den Atem an. Zu unserer grossen Erleichterung stuft uns der graue Riese offensichtlich als gefahrlos ein und setzt sein vegetarisches Dinner seelenruhig fort. Trotzdem: An ein Vorbeifahren ist nicht zu denken; der Ranger legt langsam den Rückwärtsgang ein und fährt im Schritttempo zurück auf die etwa 50 Meter hinter uns liegende Kreuzung. Noch einmal gut gegangen, der erste Adrenalinstoss sitzt! Spätestens jetzt begreifen wir die Umkehr des Zooprinzips ...

Die Bilanz der Tierbegegnungen nach vier spannenden Tages- und Nachtsafaris sowie einem (von einem bewaffneten Ranger begleiteten) Fussmarsch lässt sich sehen: 4 Büffel, 13 Nashörner, 8 Löwen, ca. 60 Elefanten mit Babys, 10 Giraffen, aber kein Leopard (nur dessen Spuren!).

---

**Staatsform:** Parlamentarische Republik;

**Staatsoberhaupt:** Präsident Jacob Zuma.

**Hauptstadt:** Pretoria.

**Einwohner:** 51,8 Mio.

**Sprachen:** 11 amtliche Landessprachen; Afrikaans und Englisch sind die häufigsten.

**Währung:** Rand (R 100 = CHF 10.30, Stand März 2013)

**Einreisebestimmungen:** Reisepass, mind. 6 Monate über das Rückreisedatum gültig, kein Visum erforderlich.

**Anreise:** Von Oktober bis Ende April wöchentlicher Direktflug Zürich-Kapstadt mit Edelweiss Air, ab ca. CHF 1400, Flugplan und Preisbeispiele: [www.edelweissair.ch](http://www.edelweissair.ch)

**Hotel in Kapstadt:** Taj Cape Town, ab CHF 270, [www.tajhotels.com](http://www.tajhotels.com)

**Sabi Sabi Bush Lodge und Selati Camp:** Ab ca. CHF 700/Person (inkl. Vollpension, Tages- und Nachtsafaris), [www.sabisabi.com](http://www.sabisabi.com)

**Rovos Rail:** Kapstadt-Pretoria oder umgekehrt, 2 Nächte, Vollpension, ab CHF 1690, [www.rovos.com](http://www.rovos.com)

---



# Kunst und Kommunikation

TEXT: DANIEL L. AMBÜHL

Helga Schuhr, geboren 1944 in Heilbronn (D) und ausgebildet an der Akademie der Künste, Sektion Malerei in Newport (GB), lebt heute in Neuenburg. Ihre Ausstellungsliste nennen u. a. die Künstlerin mit internationalem Hintergrund und Lebensstationen in New York, Paris sowie Berlin und befasst sich immer wieder mit Information und Kommunikation. So hat Helga Schuhr 2001 eine Collagen-Serie „l'oeuvre avec l'oeil et l'oreille“ geschaffen. Hören, Sehen, Sprechen, Fühlen ist das Thema. Sie arbeitet mit verschiedenen Techniken wie Acryl, Oel, Aquarell, Plastic, Stein, Metall uvm. Was sie hervorbringt, ist stets sehens- und bedenkenswert so wie z. B. die beiden Bilderbeispiele aus der obgenannten Serie. Wenn sie nicht gerade in einer Ausstellung engagiert ist, lässt Helga Schuhr sich gerne auch in ein Gespräch im eigenen Atelier ob Neuenburg einspannen.

Helga Schuhr, Artiste plasticienne, lebt als freischaffende Künstlerin in Foulaz 23, 2025 Chez-le Bart, [www.helga@schuhr.ch](mailto:www.helga@schuhr.ch)



„Making sense IV“ l'oreille, 2001



„Making sense III“ le nez, 2001

# Print – für eine ‹neue› Zukunft

**Markus Schär, Geschäftsleiter Druck,  
W. Gassmann AG, Biel**

Wie Balsam wirkte die kürzlich erschienene Meldung für die ziemlich gebeutelte Druckbranche: Selbst der Internet-Riese Google setzt zur Ankurbelung seiner Geschäfte neu auch auf Print. Aber nicht nur Google wurde erwähnt, nein, auch ein paar andere namhafte Grossunternehmen entdecken offenbar, dass Print nicht unbedingt ein sterbender Schwan sein muss. Wieso plötzlich diese interessante Entwicklung?



## **Mit Print Emotionen wecken**

Vielleicht sind die Überlegungen, im Kommunikationsmix auch auf Print zu setzen, so neu gar nicht: Print darf nach wie vor für sich beanspruchen, Qualität und Vertrauenswürdigkeit zu verkörpern. Print bedeutet Beständigkeit, nicht Flüchtigkeit. Print ermöglicht, sich (als Firma und Marke) zu differenzieren und zu profilieren. Print schafft Identität. Print allein kann – zumindest bis jetzt – verschiedene Sinne gleichzeitig ansprechen. Print steht für Emotionen.

In der Welt der Vermassung ist der Wunsch nach Differenzierung die logische Reaktion. In der Kommunikation bedeutet dies den geschickten Einbezug der Sinne. Hier haben Printerzeugnisse einen entscheidenden Vorteil: Sie sind im wahrsten Sinne des Wortes der Berührungspunkt vom Absender zum Empfänger.

### **Optimaler Einsatz des Kommunikations-Mix**

Somit setzt sich einmal mehr eine Erkenntnis durch, die bereits früher bei der Entstehung neuer Kommunikationskanäle Gültigkeit erlangte: Die bestehenden Kommunikationsmittel haben immer überlebt. Nicht „entweder oder“, sondern „sowohl als auch“ heisst die Lösung. Wer die Stärken der einzelnen Kommunikationsmittel im Mix gezielt einsetzt, erreicht den optimalen Nutzen.



Wir als Firma W. Gassmann AG setzen seit längerem auf den Medienverbund. Aus unserer örtlich begünstigten Stärke der Zweisprachigkeit, wissen wir um den Wert und die Wichtigkeit, die Kommunikation in unterschiedlichen Kulturkreisen hat. Daher setzen wir bei unseren Angeboten auf Kommunikationslösungen im Medienverbund, sprich: Druck, Radio, Fernsehen, Internet und portable Devices. Mit einem Team von Fachspezialisten verfügen wir in allen Bereichen über

das nötige Know-how und die Erfahrung, Kunden in ihren Kommunikationsbedürfnissen umfassend zu beraten und zu unterstützen.

# Technische Kommunikation

TEXT: DANIEL L. AMBÜHL

## Kommunikationsflöhe

Während wir die neusten technischen Errungenschaften nutzen, werden diese bereits weiterentwickelt und bringen neuen Nutzen. So geht es auch der LED-Lampe. Die Abkürzung steht in Englisch für light-emitting diode. Auf Deutsch wird sie Lumineszenz-Diode genannt. Fliesst durch die Diode elektrischer Strom in der Durchlassrichtung, so strahlt sie Licht ab. Was lässt sich damit nun Neues tun?

Wer schon einmal in einer Kaverne, Gebäude oder im Lift eingeschlossen war, weiss, welche Ängste auftreten können: Wer findet mich? – LED-Lampen können helfen. Sie agieren in lokalen Netzwerken als Relais und erfassen von Betroffenen das Mobiltelefon oder andere elek-

tronische Geräte, die sie gerade auf sich tragen. Eine europäische Forschergruppe propagiert deshalb das LED als Datenrelais. Solche „Kommunikationsflöhe“ sind dann nicht nur Lichtquellen, sondern können auch den Standort von Personen „verraten“. Die gleiche Technologie lässt sich aber auch als elektronischer Wegweiser einsetzen. WLAN, Bluetooth usw. können das zwar auch, allerdings sind diese komplexer in der Anwendung und somit auch teurer.

Quelle:

NZZ 37, 14. 2.2013, S. 54, Betschon Stefan: Scheinwerfer als Datenschleudern – LED-Lampen bewähren sich als Sender im Mittelpunkt eines lokalen Netzwerks

Wir finden  
den guten  
Ton!  
tonträger  der klassiker

Schweizerhofpassage / Spitalgasse 38 3011 Bern  
031 312 43 43 mail@ton-traeger.ch www.ton-träger.ch

# Personalien

TEXT: DANIEL L. AMBÜHL



## **Zum Hinschied von Nicole Hurni, Verantwortliche für das Rechnungswesen des SVIK**

Am 12. Januar 2013 ist Nicole Hurni im 36. Altersjahr verstorben. Zusammen mit ihren Angehörigen trauert der Vorstand des SVIK um sie.

Im Sommer 2012 wurde Nicole Hurni zur Verantwortlichen des Rechnungswesens des SVIK gewählt. Sie nahm diese Wahl strahlend an und wurde in aufgeräumter Stimmung im Kreis des SVIK aufgenommen. Das sind nun nur noch Erinnerungen.

Der Verband kondoliert den Angehörigen von Nicole Hurni zu diesem schweren Verlust und bittet alle SVIK-Mitglieder, ihr ein ehrendes Andenken zu wahren.



## **Zum Rücktritt von Norbert Jenal, Leiter der Regionalgruppe Zürich – Aargau**

Norbert Jenal wurde an der Generalversammlung 2011 zum Leiter der Regionalgruppe Zürich – Aargau gewählt. Mit grossem Engagement nahm er sich der neuen Aufgabe an. Gleichzeitig wuchs aber auch sein Einsatzkreis in der Unternehmenskommunikation der Walter Meier Klima Schweiz AG. Anfangs 2013 gab er deshalb seinen Rücktritt bekannt.

Der Verband dankt Norbert Jenal für den grossen Einsatz und wünscht ihm für die berufliche Zukunft alles Gute.



## **Zum Rücktritt von Bianca Richle, Vizeleiterin der Regionalgruppe Ostschweiz – Bodensee**

Bianca Richle stiess 2011 zur Regionalgruppe Ostschweiz – Bodensee. Nebst der Mitgliederbetreuung befasste sie sich mit konzeptionellen Arbeiten um die SVIK-Relations. Als erfahrene Magazin-Redaktorin des Personalmagazins „Mosaic“ der Bühler Management AG in Uzwil brachte sie sich aktiv in die Ausgaben der SVIK-Relations ein. Im letzten Herbst verkündete sie dem Vorstand, dass sie Mutterfreuden entgegen sehe und damit ihr Engagement für den SVIK zurückstellen möchte.

Der Verband hat grosses Verständnis für die Rücktrittsgründe von Bianca Richle, dankt ihr für den Einsatz und wünscht ihr und ihrer Familie alles Gute.

# Agenda 2013

## **SVIK-Konferenz**

SVIK-Konferenz 2013,  
Donnerstag, 25.04.13,  
TECHNOPARK Zürich:  
„1. Hilfe-Kit für die iK“

## **ASCI-Conférence**

ASCI-Conférence 2013,  
Octobre 2013, Lausanne:  
Le défi de la communication  
interne: Social Media

## **Fach-Meeting**

19. Berner HR und Wirtschafts-  
forum im Kursaal Bern, 20.01.14

## **Grundausbildung in Zusammen- arbeit mit dem KV Bern**

SVIK-Standard-Kurs 1:  
Interne Kommunikation - Stra-  
tegie und Umsetzung in der  
Praxis, Donnerstag und Freitag,  
16./17.05.13 in Bern

SVIK-Standard-Kurs 2: Interne  
Kommunikation – digital (Web  
2.0 und Social Media), Mittwoch  
und Donnerstag, 29./30.05.13 in  
Bern

Protokolle – das Rückgrat der  
internen Kommunikation,  
Dienstag, 26./27.08.13 in Bern

## **SVIK-Rating**

Eingaben Juni und Juli 2013

SVIK-Rating Jury-Days:  
August 2013

SVIK-Rating-  
Award-Verleihung 2013:  
Dienstag, 12.11.13 in Zürich

SVIK-Rating-Hearings:  
Donnerstag, 12. Dezember 2013

## **Das internationale Programm der FEIEA 2013**

FEIEA-GP: Ausschreibung im Mai  
und Juni 2013

FEIEA-Executive und Council  
Meeting; Datum und Ort noch  
nicht bestimmt

## **SVIK-Vorstandssitzungen**

Donnerstag, 26.06.13

Dienstag, 3.09.13

Donnerstag, 12.12.13

## **SVIK professionell**

SVIK-Erfahrungsgruppen wer-  
den regional und überregional je  
nach Bedarf organisiert. Als Lei-  
tende kommen nur Berufsleute  
aus der iK-Praxis zum Einsatz.  
Studenten und Agenturen sind  
nur zugelassen, wenn sie den  
Bezug zum Fachgebiet der inter-  
nen Information und Kommuni-  
kation nachweisen können.

So kommen Sie zu den SVIK-  
Informationen:  
Mitglieder und Interessenten  
werden schriftlich zu den Anläs-  
sen eingeladen.  
Achten Sie aber auch auf  
[www.svik.ch](http://www.svik.ch),  
wo die Informationen über den  
Verband stets aktualisiert publi-  
ziert sind.

**Impressum ISSN 2235-5251  
(alt ISSN-859X)**

**Herausgeber**

SVIK, Postfach 576, 3000 Bern 7  
Tel. +41 (0)31 301 24 24  
info@svik.ch

**Redaktion:**

**Chefredaktion:**

Daniel L. Ambühl,  
Praxis für Unternehmens- und  
Verwaltungskommunikation,  
Amthausgasse 22, 3011 Bern  
+41 (0)31 311 44 47,  
daniel.ambuehl@bluewin.ch

Redaktorin: Aline Anliker  
Plan A Communication,  
Minnesota, USA

Mitarbeitende dieser Ausgabe:

Daniel L. Ambühl  
Aline Anliker  
Sakina Aubert Preiswerk  
Sarah Grimmelikhuijsen  
Carola Minder  
Susanna Kaiser  
Maxence Giebel  
Markus Schär  
Peter Widmer

Französischübersetzung:  
Christian Fessard  
Sakina Aubert

Abonnemente:  
SVIK-Office, +41 (0)31 301 24 24,  
Einzelpreis Fr. 9.–

**Fotos und Scans**

Editorial: Michael Stahl  
Artikel Südafrika:  
Peter Widmer  
Artikel Helga Schuhr: Diverse  
Artikel Personelles: Diverse  
Daniel L. Ambühl

**Grafik, Layout und Gestaltung:**  
Sepp Steibli, Education Design

**Lektorat:**

Sarah Grimmelikhuijsen,  
Medienverantwortliche des SVIK

**Leserservice:**

SVIK-Office +41(0)31 301 24 24

**Anzeigen:**

SVIK-Office +41 (0)31 301 24 24

**Erscheinungsweise:**

3 Ausgaben je Jahr,  
Sonderausgaben  
Nächste Ausgabe: Juni 2013

**Druck:**

Schneider AG, Bern

**Auflage:**

1300

**Inserate:**

Controller Akademie  
Schneider AG  
tonträger  
svik

*Dank grossem Engagement unserer  
Sponsoren ist der SVIK in der Lage,  
auch im nächsten Jahr ein attrak-  
tives Programm an Veranstaltun-  
gen und Weiterbildungsangeboten  
zu realisieren.*



**internetgalerie**  
internet business solutions

**HR Today**  
Know-how for tomorrow

**WKS**  
KV Bildung



**SVIK/ASCI**

Schweizerischer Verband  
für interne Kommunikation

SVIK-/ASCI-office

Postfach 576, 3000 Bern 7

Telefon: 031 301 24 24

E-Mail: [svik@bluewin.ch](mailto:svik@bluewin.ch)

Internet: [www.svik.ch](http://www.svik.ch)