

svikrelations1/14

Revue für interne und integrierte Unternehmenskommunikation
Revue de la communication interne et intégrale
Rivista per la comunicazione interna e integrale

ERIKA BACHMANN

Direktorin Support
Sozialdepartement der Stadt Zürich

Coming-up:

SVIK-KONFERENZ 2014

Führungskommunikation – Hörgerät oder Megaphon?

THEMA MINDESTLOHN

Prof. Dr. Roland A. Müller
Corrado Pardini





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
info@schneiderdruck.ch

Führungskommunikation – Aufgabe der Eliten?

Der zeitliche und leistungsmässige Abgleich ist wesentlicher Teil arbeitsteiliger Gesellschaften. Tun das nur Eliten und sprechen wir dabei alle vom Gleichen? Dies zu kommentieren, beansprucht Tausende von Zeitungs-, Buch und Internetseiten und beschäftigt zig Leute.

Wo herrscht nicht Einigkeit, wer zur Elite gehört und führen soll oder darf? Schon Stefan Zweig hat das in seiner Biografie „Marie Antoinette – Bildnis eines mittleren Charakters“ explizit dargestellt: Spätestens seit der französischen Revolution und dem Einzug von „one man, one vote“ muss anders geführt werden. Jeder führt jeden. Transparenz, Governance und Fairness spielen dabei eine Rolle. Alle Führungsebenen – nicht nur die der Eliten – unterliegen damit den gleichen Prinzipien: Sinnvolle, für die Betroffenen verständliche und umsetzbare Ziele müssen über transparente Prozesse in klare Zustände überführt werden. Widersprüche lassen sich dabei nur über Lernprozesse auflösen, Widerstände nur durch Überzeugungstransfer beseitigen. Einsatz von Macht ist gut zu begründen. Wer das nicht schafft, hat heute Mühe mit der „Ressource Mensch“. Er wirkt manipulativ und erzeugt Überforderung, denn jeder ist ja nun nicht mehr nur Stimmberechtigter sondern auch ein „Stimmungsgeber“.

Weil Leadership heute nicht mehr nur eine Angelegenheit der „Obere“ ist, muss sich diese Tätigkeit aus seiner exklusiven Erstarrung lösen. Weil Führen bereits ab einem Team von zwei Personen als wesentlicher

Effizienzpunkt erkannt wird, sind die Prozesse und Verhalten abzugleichen. Weil der Einsatz von Organisationseinheiten heute eine Frage der Effizienz und des Respekts ist, müssen wir auch dafür sorgen, dass die Modelle einheitlich und verständlich sind. Zudem müssen sie von den Zuständigen für Information und Kommunikation ebenso verständlich vermittelt werden. Je einfacher und je feedbackorientierter das alles geschieht, desto besser.

An der diesjährigen SVIK-Konferenz gehen wir auf moderne Führungskommunikation ein. Wir prüfen zusammen mit erfahrenen Experten in einem anregenden Umfeld, wie laut und sensibel zu informieren und zu kommunizieren ist. So werden wir erfahren, welche „Dosage“ bei Information und Kommunikation in der Führung notwendig ist, und wir können uns verbessern.

Daniel L. Ambühl, Präsident des SVIK

La communication d'entreprise est-elle uniquement une tâche dévolue aux élites? Dans nos sociétés qui pratiquent la division du travail, l'égalité des tâches est importante. Cette question, des milliers de journaux de livres, de pages internet, la commentent aujourd'hui et cela occupe beaucoup de gens.

Y a-t-il accord sur qui appartient à l'élite et sur qui doit ou peut diriger? Dans sa biographie sur Marie Antoinette, Stefan Zweig l'a explicitement évoqué: il s'agit de donner un sens à l'action par des objectifs précis, compréhensibles et réalisables qu'on peut atteindre par des processus transparents. Chacun dirige chacun. La transparence, la

gouvernance et l'éthique jouent un rôle important. Toutes les strates de la société, y compris les élites, sont soumises au même principe lorsqu'il s'agit de diriger: il s'agit de donner un sens à l'action par des objectifs précis, compréhensibles et réalisables, qui s'atteignent à travers des processus transparents. Les contradictions se résolvent par des processus d'apprentissage, les oppositions ne peuvent être levées que par la persuasion. Malgré tout, on justifie trop facilement le recours à la force. Celui qui ne le fait pas est souvent confronté à des difficultés dans le domaine des ressources humaines en outre il est tenté par la manipulation et se sent dépassé, car chacun n'est plus seulement l'émetteur d'un avis, mais aussi un faiseur d'opinion.

Le leadership n'étant plus la préoccupation des seuls „supérieurs“, cette activité doit sortir de son renoncement. Déjà dans une équipe de deux personnes, la gestion est reconue comme un facteur important de l'efficience. Les processus et les comportements doivent s'aligner. Puisque la mise en place d'organisations vise aujourd'hui l'efficience dans le respect, nous devons veiller à ce que les modèles soient cohérents et compréhensibles. Et que les responsables de l'information et de la communication les retransmettent également de façon compréhensible. Plus cela sera simple et orienté feed-back, mieux cela sera.

Cette communication managériale moderne est le sujet de la conférence ASCI de cette année. Soutenus par des experts confirmés, dans un environnement stimulant, nous allons tous ensemble évaluer comment communiquer de manière claire

et sensible, et trouver quel dosage est approprié dans un processus d'information et de communication, car nous pouvons tous nous améliorer.

Daniel L. Ambühl, Président de l'ASCI

La cosiddetta "leadership communication" è un compito delle élite? Adeguarsi ai tempi che corrono e agli standard delle prestazioni è un compito sostanziale delle società basate sulla suddivisione del lavoro. Devono farlo solo le élite? E siamo sicuri di parlare tutti della stessa cosa? Questo tema occupa costantemente migliaia di pagine su giornali, libri e Internet, assorbendo decine di persone.

Dove manca l'unanimità? Chi appartiene alle élite e potrebbe, o dovrebbe, comandare? Già negli anni Trenta del secolo scorso, Stefan Zweig nella sua biografia "Maria Antonietta – Una vita involontariamente eroica" l'aveva evidenziato in modo esplicito: a partire dalla Rivoluzione francese e dall'introduzione del principio "un uomo, un voto" si è dovuto dirigere i popoli in modo diverso. Oggi ognuno dirige qualcuno. Recitano un ruolo la trasparenza, le regole di governo e la lealtà. Tutti i livelli con mansioni dirigenziali – non solo le élite – sostanno dunque agli stessi principi: obiettivi che hanno un senso, comprensibili e realizzabili da parte di coloro che devono raggiungerli, devono

essere trasmessi attraverso processi trasparenti e a chiare condizioni.

Le incoerenze si possono risolvere solo attraverso i processi di apprendimento, le resistenze si possono eliminare solo tramite la persuasione. È un bene giustificare l'uso del potere. Chi non ci riesce incontra difficoltà con la "risorsa umana", agisce in modo manipolatorio e manifesta pretese eccessive, poiché oggi chiunque non è più solo un semplice "elettore" ma è anche un "animatore", ossia qualcuno che crea l'atmosfera.

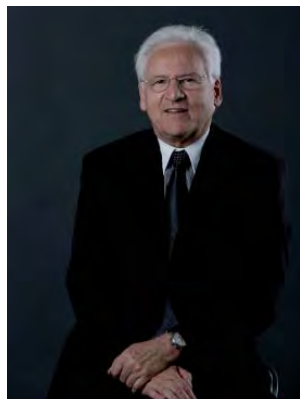
Dato che oggi la leadership non è più solo una questione di "superiore gerarchico", devo separare questa funzione dai suoi connotati esclusivi. Dato che già a partire da un gruppo di due persone la conduzione è riconosciuta come un elemento essenziale dell'efficienza, bisogna bilanciare processi e comportamenti. Dato che l'impiego di unità organizzative è oggi una questione di efficienza e di rispetto, dobbiamo fare anche attenzione che i modelli siano coerenti e comprensibili. Inoltre, essi devono essere trasmessi in modo altrettanto comprensibile dai responsabili dell'informazione e della comunicazione. Più tutto ciò avviene in modo semplice e orientato ai successivi riscontri, meglio è.

Durante la conferenza dell'ASCI di quest'anno ci soffermiamo sulla mo-

derna "leadership communication". Assieme a comprovati specialisti

esaminiamo, in un ambiente stimolante, quale grado di risonanza e di sensibilità si debba usare per informare e comunicare. Impareremo, quindi, quale "dose" di informazione e comunicazione sia necessaria a livello dirigenziale, e come possiamo migliorarci.

Daniel L. Ambühl, Presidente dell'ASCI



Inhalt

Leitartikel Editorial	03
Inhaltsverzeichnis Contenu	05
SVIK kommuniziert L'ASCI communique	06
Wirtschaft und Verwaltung Economie/administration et communication	14
Führung Management et communication	20
Sprache Langue	23
Schulung und Entwicklung Education et développement	25
Kultur Culture et communication	26
SVIK-Agenda Agenda de l'ASCI	40
Impressum Impressum	41

SVIK-Konferenz

Donnerstag, 15. Mai 2014

„Führungskommunikation: mit Hörgerät oder Megaphon?“
Welche internen Kanäle und Medien können was, wann und wie?

Daniel L. Ambühl

Zeitgenossen wünschen sich den Führungsalltag frisch, frech und ungewohnt. Flexible und reaktionsschnelle Handlungen dynamischer Leader gehören somit dazu. Wer so urteilt, hat Zeit. Diese hat die Führung oft nicht: Sie muss rasch und präzise handeln, besonders aber kommunizieren! Das setzt Systematik und Können voraus. An der SVIK-Konferenz behandeln wir die Systematik der Führungskommunikation und erhärten die Methodik und Didaktik anhand von Beispielen aus der internen Kommunikation.

A notre époque, qui ne souhaiterait pas être guidé par des dirigeants plein d'élan et de dynamisme ? Nos dirigeants se voient contraints d'agir de plus en plus vite et de façon flexible – tout en devant communiquant de façon adéquate – sans forcément avoir le temps nécessaire à une réflexion plus poussée ou approfondie. Cela demande du doigté et une systématique particulière. Cette conférence aborde la méthodique et la didactique de la communication interne avec des experts sur la base d'exemples tirés de la pratique.

Interne Information und Kommunikation

Mit der Führungskommunikation in der Praxis ist es so eine Sache. Da tauchen Fragen auf wie:

- Alle sprechen von Führung, Management und Leadership – Wo bleibt die Kommunikation?
- Fakten sind die Feinde der Wahrheit – Welche Fakten gelten?
- Leadership sucht Alignment – Was versteht der Mitarbeitende darunter?
- Alle sprechen miteinander – doch worüber?

Erika Bachmann, Direktorin Support Sozialdepartement der Stadt Zürich, hat dazu eine klare Meinung: „Echte Leader schauen nicht in Führungsbücher, sondern in die Augen ihrer Mitarbeiter. Als Führende legt man die Richtung fest, verteilt die Aufgaben und sorgt dafür, dass die Mitarbeitenden möglichst gute Arbeitsbedingungen haben. Kommunikation, z. B. mit „Management by Walkaround“, ist das tägliche Mittel, damit die zu führenden Mitarbeiter gut informiert arbeiten können und die Vorgesetzten auch wissen, was sie tun und was sie beschäftigt. Sozialkompetente Vorgesetzte mer-

ken dabei, ob die Stimmung gut ist und wo es allenfalls klemmt. Führende müssen nicht produzieren, sondern zuhören und aufmerksam sein.“

Im sogenannten Kommunikationszeitalter, wo der Umfang der Rechenschafts- und Geschäftsberichte mit Zusatzinformationen und die PR-Textmenge im Gleichschritt mit den Skandalen in den jeweiligen Branchen zunimmt, wird Führungskommunikation zu einem Prüfstein für das Management. Ohne verbesserte Feedback- und Fehlerkultur werden keine Verbesserungen mehr möglich sein.

SVIK-Konferenz 2014: Die Gelegenheit, die Stärken und Schwächen der Führungskommunikation im eigenen Betrieb zu erkennen und sich mit neuen Methoden auseinanderzusetzen.

Anmeldung unter:
www.svik.ch/konferenz

Conférence de l'ASCI

16 janvier 2014

„Réseaux sociaux d'entreprises : expériences et nouvelles réalités“

Sakina Aubert Preiswerk

Alors que les réseaux sociaux sont au cœur de l'histoire de ce début de 21ème siècle, une révolution se déroule aussi au sein de nos entreprises par l'utilisation de réseaux sociaux internes pour créer l'entreprise de demain. Agent de culture, vecteur de collaboration, lieu de co-création, facilitateur de formation collaborative, catalyseur d'innovation, vecteur de communication interne, motivateur, gestionnaire des connaissances, dynamiseur de marque, canal de « distributed leadership », le réseau social d'entreprise, au sens large du terme, est un formidable agent de transformation. Reste à comprendre comment le mettre en place et le valoriser !

Die Social Medias gehören bereits zur Anfangsgeschichte der Informatik des 21. Jahrhundert. Nun zeichnet sich auch eine Revolution innerhalb der Unternehmen ab: Interne soziale Netzwerke. Sie werden zu Kulturträgern, Mitteln der Zusammenarbeit, Orte der gemeinsam ausgelebten Kreativität, Entwicklungsinstrumenten, Innovationskatalysatoren, Träger der internen Kommunikation, Motivationsplattformen, Wissensplattformen, Marken-Verstärker und Führungsinstrument. So werden diese Kanäle zu ausgezeichneten Dynamisierungs- und Veränderungsinstrumenten. Nun gilt es zu verstehen, wie diese Medien zu implementieren und einzusetzen.

Cinq retours d'expériences de RSE en Suisse-Romande et une présentation plus académique : voici en résumé le contenu de cette après-midi enrichissante pour laquelle le succès était au rendez-vous, avec plus de 70 participants venant de tous les cantons de Suisse-Romande (et même au-delà !) de haute qualité et de tous horizons (RH, communication, management, monde académique).

En introduction, Oliver Glassey, maître d'enseignement et de recherche à l'Observatoire Sciences, Politique et Société de l'Université de Lausanne a brillamment présenté, dans un temps record, l'histoire des média sociaux en entreprise. Alternant expériences, recherche et champs d'investigation encore ouverts, il a su démontrer les opportunités, les difficultés et la portée de l'implémentation de RSE en entreprise.



Sakina Aubert Preiswerk, conceptrice et organisatrice de la conférence, présente l'agenda



Oliver Glassey répondant aux questions de l'auditoire

Moreno Volpi, responsable de la communication du TCS, a mis en avant la place du RSE comme outil d'une stratégie de communication interne. A savoir que le TCS est une association nationale (donc multilingue) dont une partie des collaborateurs se trouvent en déplacement constant. Il a entre autre mis en avant la durée de mise en place d'un tel réseau, les règles à adopter dans la gestion du contenu et son utilité en connexion avec d'autres outils de communication d'entreprise.



Moreno Volpi expliquant le fonctionnement de Connect, le RSE du TCS



Valérie Bauwens décrivant une étape du projet.

Dorothee Zarjevski, secrétaire générale adjointe, responsable de la communication interne et institutionnelle du DETA, Etat de Genève, et Valérie Bauwens, Fondatrice et Directrice de Humancentricity, ont présenté la démarche „Mobilab”, dont l'objectif a été de permettre une co-création avec les usagers dans le cadre de Mobilité 2030. L'utilisation d'un blog a permis de faire émerger un certain nombre d'idées et de participer à une meilleure communication interne, au sein du département de la mobilité, et externe, avec les usagers.



Dorothee Zarjevski présente l'approche.



Sebastien Velus, IT Project Specialist, Contrinex SA

Sébastien Veluz, IT Project Specialist chez Contrinex SA, une société technologique de pointe, leader mondial dans le domaine des capteurs, a illustré l'utilité d'un RSE pour assurer l'essor international d'une société suisse et sa capacité à faire de manière dynamique, du service clientèle.

Enfin, Stéphane Mader, Directeur de la Communication de Bobst, a décrit comment cette entreprise, a pu implémenter, avec succès au niveau mondial, sa nouvelle marque en s'appuyant sur un RSE. Cette présentation a été suivie d'une visite passionnante du Compétence Center du site de Bobst Mex, durant laquelle le fonctionnement de deux machines a été présenté. Les parti-

cipants ont ensuite profité d'un excellent apéritif dînatoire offert par Bobst, qui s'est prolongé en activité de networking !

Alors que les réseaux sociaux sont au cœur de l'histoire de ce début de 21ème siècle, une autre révolution se déroule au sein de nos entreprises : l'utilisation de réseaux sociaux internes pour créer l'entreprise de demain. Cette conférence a pour objectif de vous donner, à travers différents exemples concrets, les moyens de participer à la transformation de votre entreprise.

SVIK-Generalversammlung vom 31. März 2014

70 Jahre für die interne und integrierte Kommunikation

Daniel L. Ambühl

Vor 70 Jahren wurde der SVIK gegründet. Die 69. Generalversammlung ist der Zeitpunkt der Standortbestimmung und der Ausrichtung der Organisation auf die Zukunft.

Il y a 70 ans, l'ASCI fût fondée. La 69 assemblée générale offre l'occasion pour une prise de position et d'aligner l'organisation pour le futur.

Ein Jubilar

Der Schweizerische Verband für interne und integrierte Kommunikation wurde 1944 gegründet und ist der älteste Verband, der sich in der Schweiz mit der Unternehmenskommunikation befasst. Seit 1944 hat der SVIK tausende Mitglieder mit Ideen, Wissen und Können versorgt und einige Male sogar mitgeholfen, Bildungsinstitutionen mit Konzepten zu versorgen oder das politische Parkett für deren Anerkennung vorzubereiten.

GV: Die Mitglieder sprechen mit dem Vorstand

Es gibt Zeitgenossen, die würden eine Generalversammlung als veraltetes Ritual und Zeitverschwendung bezeichnen. Der Schweizerische Verband für interne und integrierte Kommunikation lebt aber mit einer ordentlichen Generalversammlung die nötige Transparenz und Governance sowie Kommunikation in den Landessprachen vor.

Der SVIK wird von einem sichtbaren – und dadurch auch kritischer- oder sogar angreifbaren – Vorstand geleitet. Seine Tätigkeiten entstehen konzeptionell und organisatorisch durch freie Meinungsbildung. Mitglieder haben dabei auch ihre Stimme. Die Verbandsaktivitäten werden aber weitgehend durch freiwillige Arbeiten ausgeführt. Deshalb befasst sich die GV auch stets mit dem Mitteleinsatz. Der Verband orientiert sich dabei einerseits an den Bedürfnissen seiner Mitgliedschaft, die alle Berufe und Branchen der Unternehmenskommunikation beinhaltet. Andererseits werden neue Ideen und Konzepte durch Forschungs- und Entwicklungsarbeit und die Kooperation mit fachlich führenden Organisationen im In- und Ausland entwickelt und abgestimmt.

Ergebnisse

Die diesjährige Generalversammlung hat Folgendes ver-

abschiedet:

- Geschäftsleitung, Vorstand und Revisorat wurde die Décharge erteilt.
- Personelle Zusammensetzung des SVIK:
 - Der Vorstand ist vor einem Jahr neu für zwei Jahre gewählt worden und bleibt in dieser Zusammensetzung bis 2015 bestehen.
 - Stéphane Mader, zweites Leitungsmitglied der Westschweiz, tritt aus beruflichen Gründen mit dieser GV vorzeitig von seinem Amt zurück.
 - Nicole Berner, Verantwortliche für Marketing und Kommunikation der WKS, übernimmt ab dieser GV die Marketing und PR- sowie Medienkoordinationsarbeiten des Verbandes.
- Der SVIK wird künftig nach sprachlichen Regionen geleitet.
- Die einzelnen Angebote des SVIK (z. B. Konferenz, Rating usw.) werden künftig in die Hände je einer Projektleiterin oder eines Projektleiters gelegt. Sie oder er arbeiten jeweils aufgrund eines Konzeptes, eines Budgets in einer Arbeitsgruppe und rapportieren dem Vorstand.
- Die GV verabschiedet die neuen Statuten, die u. a. auch einen international anerkannten Antikorruptions- und Wettbewerbsrechtspassus enthalten.

Abschliessend skizzierte der Präsident die weiteren Aktivitäten des Verbandes, worin u. a. auch die neuen Angebote des internationalen Verbandes FEIEA und neue Kooperationen enthalten sind. Zum Schluss dankt er den Vorstandsmitgliedern für die im abgelaufenen Jahr geleistete grosse Arbeit.

FEIEA-Summit 2014 in Lissabon

Verband setzt sich seit 1955 für die Unternehmenskommunikation ein

Daniel L. Ambühl

FEIEA, der älteste europäische Verband, der sich mit der Unternehmenskommunikation befasst, führte seine diesjährige Konferenz der Präsidenten der nationalen Organisationen am 14. und 15. März in Lissabon durch. Die Ausrichtung des Verbandes und seine weiteren Aktivitäten sowie Zugehörigkeits- und Nachfolgefragen in den Verbänden waren Hauptpunkte der Verhandlungen.

La plus ancienne association européenne de la communication de l'entreprise a convoqué les présidents des associations nationales pour la conférence annuelle du 14 au 15 mars à Lisbonne. Le futur de la FEIEA et les activités à venir étaient parmi les points importants de ces négociations.

Unabhängig, transparent und mit vorbildlicher Corporate Governance

Die 1955 unter Mitwirkung des SVIK gegründete FEIEA gehört heute zu den nicht subventionierten und damit vollständig unabhängigen, transparenten und nach modernen Corporate Governance Prinzipien geführten Fachverbänden Europas. Das Sagen haben die Präsidenten der angeschlossenen nationalen Organisationen. Die Umsetzung der Beschlüsse liegt beim Exekutivsausschuss unter der Leitung des FEIEA-Präsidenten. Die Geschäftsstelle mit dem Präsidenten und dem Generalsekretär ist gegenwärtig in Lissabon angesiedelt. Die FEIEA beobachtet, analysiert und kommentiert das Fachgebiet der internen und integrierten Kommunikation weltweit und setzt sich für Ausbildungs- und Standardisierungsfragen in den europäischen Ländern ein. Mit dem jährlich durchgeführten FEIEA-Grand-Prix schafft der europäische Verband seit Jahrzehnten eine fachlich, branchenmässig und auch politisch unabhängige Plattform zum Vergleich der Medien. Dieser Anlass wird vor allem auch von Organisationen geschätzt, die sich heute nach unabhängigen Benchmarks umsehen, sich aus den engen lokalen und nationalen Kommunikationsnetzwerken lösen und Transparenz fördern wollen.

Starke FEIEA-Zukunftssignale

Mit den regelmässigen Veranstaltungen, wie der FEIEA-Academy, dem FEIEA-GP und den nationalen Veranstaltungen schafft die FEIEA bereits verschiedene Glanzpunkte in unserem Fachleben. Ab dem Jubiläum 60 Jahre FEIEA im 2015 wird sich eine neue Veranstaltungsform zu den bewährten Anlässen gesellen. Weitere Informationen zu diesem Projekt werden folgen.

Kontinuität

Kontinuitätsfragen bei der Besetzung der nationalen und der europäischen Gremien wurden am FEIEA Summit ebenfalls thematisiert. Verbands- und damit Freiwilligenarbeit ist heute vielerorts verpönt. Rosinenpickerei verschiedener Kreise in den Aktivitäten von Verbänden haben über die letzten Jahre u. a. dazu geführt, dass für die eigentliche Verbandsarbeit oft weder ausreichend Zeit noch Mittel zur Verfügung stehen. Diesem Trend gilt es eine starke Verbandsstruktur, die von gestandenen Persönlichkeiten geprägt wird, gegenüberzustellen. Die Nachfolgeregelungen in den Funktionen der einzelnen Verbände, aber auch in den FEIEA-Gremien ist dementsprechend wieder vermehrt Beachtung zu schenken.



Lissabon mit dem Tor zur Altstadt



Ihre Karriere beginnt bei uns

Nutzen Sie das Angebot und wählen Sie aus den Bereichen:

→ Management und Führung

→ Finanzen und Controlling

→ Personal und Sozialversicherungen

→ Marketing und Verkauf

Praxis- und prüfungsorientiert!

Die WKS KV Bildung bietet verschiedene Stufen der Weiterbildung an. Von der Sachbearbeitung bis hin zum NDS HF stehen Ihnen erfahrene Referentinnen und Referenten zur Verfügung, die praxisnahen Unterricht bieten und Sie gezielt auf Prüfungen vorbereiten.

Welche Stufe auch immer – die Treppe in Richtung Karriere ist für Sie bereit!

Weitere Informationen:

T 031 380 30 30 | info@wksbern.ch

www.wksbern.ch > Weiterbildung

MITGLIED KV bildungsgruppe
schweiz
→ kvbildung.ch

Wirtschafts- und Kaderschule | KV Bern
WKS Akademos AG | KV Bern

Mehr wissen, Grosses bewegen.



WKS KV Bildung
Effingerstrasse 70
Postfach 6936
3001 Bern
T 031 380 30 30
F 031 380 30 35
info@wksbern.ch
www.wksbern.ch

SVIK kommuniziert

Berner HR- und Wirtschaftsforum vom 21. Januar 2014

Mitarbeiter gehirngerecht führen

Gundekar Giebel

Wenn der vordere Stirnlappen bei Managern entwickelt wird, dann ist die Chance gross, dass dadurch ihr Führungsstil empathischer wird. Dadurch fühlen die Mitarbeitenden die direkte Wertschätzung des Chefs und sich mit dem Unternehmen stärker verbunden.

Was unterscheidet grosse Unternehmen voneinander? Kaum etwas. Die Strukturen sind überall ähnlich starr und die Rolle der Mitarbeitenden ähnlich definiert. Hierarchie steht oft über den Bedürfnissen der Mitarbeitenden, obwohl diese die Triebfeder jedes Unternehmens sind. Aber sind Veränderungen möglich?

Führungscoach Sebastian Purps machte am HR- und Wirtschaftsforum vom 21. Januar in Bern Hoffnung, dass neue Wege möglich sind. Und diese auf ganz rationalem und neurologisch erforschtem Gebiet. Vor den rund 1100 geladenen Gästen zeigte Purps auf, dass Veränderungen bis ins hohe Alter möglich sind. Es seien

die neuronalen Netzwerke im präfrontalen Kortex, der Bereich hinter der Stirn des menschlichen Gehirns, die uns zu Aktivitäten anspornten. Hier entsteht Kreativität, hier suchen wir nach neuen Lösungen und hier startet unser Abenteuerdrang. Ganz ausgeprägt ist dies beim Kind, das viel und schnell lernt. Bei Erwachsenen ginge das biologisch gesehen immer noch, doch dazu müsste man die emotionalen Zentren im Gehirn wieder aktivieren, so Purps.

Denk mal!

Die Sehnsucht ist ein Erzeugnis mangelhafter Erkenntnis.

Thomas Mann (1875 – 1955)

Im Kommunikationszeitalter ersetzt Reden oft Denken

Zeitgenössischer Spruch



Die Mindestlohn-Initiative

Mindestlohn-Initiative ist ein klassisches Eigengoal

Prof. Dr. Roland A. Müller, Direktor Schweizerischer Arbeitgeberverband

Der Schweizerische Arbeitgeberverband lehnt die Mindestlohn-Initiative, über die am 18. Mai abgestimmt wird, entschieden ab. Denn die Initiative greift in die lohnpolitische Gestaltungsfreiheit der Sozialpartner ein und will einen faktischen GAV-Zwang einführen. Zudem gefährden einheitliche staatliche Mindestlöhne Arbeitsplätze und verstossen gegen die liberale Wirtschaftsordnung.

Die Festsetzung der Löhne ist Bestandteil der Vertragsfreiheit, welche das Verhältnis zwischen den Arbeitgebern und Arbeitnehmern bzw. ihren Organisationen prägt und eine wesentliche Voraussetzung für die Flexibilität des schweizerischen Arbeitsmarkts ist. Die dezentrale Lohnfindung führt zu einer Lohnstruktur, in der sich die Wertschöpfungsdifferenzen zwischen den einzelnen Branchen und Unternehmungen sehr gut abbilden. Auf dieser Basis beruht die Gesamt-Performance des schweizerischen Arbeitsmarkts mit einer hohen Erwerbsbeteiligung, einer tiefen Arbeitslosigkeit, einem hohen Lohnniveau und einem kleinen Niedriglohn-Sektor.

Diese Standortstärke wird durch die Mindestlohninitiative gefährdet, denn sie verlangt die Festsetzung eines allgemeinen, gesetzlichen Mindestlohns, der für alle Arbeitnehmenden gilt und so auch eine materielle Vorgabe für die Lohnregelungen in den GAV macht. Wie weit dieser Eingriff in die Freiheit der Sozialpartner geht, zeigt die Tatsache, dass zahlreiche geltende GAV-Mindestlöhne unter dem in der Initiative vorgesehenen Wert von 22 Franken pro Stunde respektive 4'000 Franken bei einer 42-Stundenwoche liegen.

Gegen die Gefährdung von Arbeitsplätzen

Der von der Initiative verlangte Mindestlohn ist viel höher angesetzt als die Mindestlöhne in vergleichbaren europäischen Ländern. Dementsprechend müssten nach Angaben der Initianten die Löhne von ca. 400'000 oder 10% aller Beschäftigten zum Teil deutlich angehoben werden. Ein solch tiefgreifender Eingriff in die schweizerischen Lohnstrukturen würde die betroffenen Ar-

beitsplätze zumindest teilweise in Frage stellen. Ein flächendeckender, starrer «Einheitstarif» führt überdies zu Verzerrungen sowohl der unternehmensinternen Lohnstrukturen als auch des Wettbewerbs unter den Unternehmungen. Leidtragende all dieser Negativeffekte sind gerade jene leistungs- bzw. qualifikationsschwächeren Personen, die angeblich mit gesetzlichen Mindestlöhnen geschützt werden sollen – ein klassisches Eigengoal!



Mindestlohn gibt Schutz

Corrado Pardini, Nationalrat, Mitglied GL, Unia

Die Mindestlohn-Initiative könnte ein Meilenstein für die Entwicklung der Schweiz sein. Am 18. Mai 2014 können wir uns für gerechte Löhne und eine gute wirtschaftliche Entwicklung entscheiden – und gegen die soziale Kälte.

Der bürgerliche Widerstand ist massiv. Ihr «Bewährtes erhalten» zielt auf den Bauch. Es ist keine Auseinandersetzung auf der Basis von Fakten. Es geht um die Frage, wer in der Schweiz das Sagen hat. Deshalb haben sich Bundesrat und Parlament auch nicht die Mühe gemacht, der Initiative einen Gegenvorschlag gegenüber zu stellen.

4'000 Franken Mindestlohn – das ist eine bescheidene Forderung. Sie ist längst auch in den Köpfen der Wirtschaft angelangt, wie das Beispiel eines deutschen Detailhändlers zeigt, der damit Personal anwerben will. Der Grundsatz «Wer arbeitet, soll davon leben können» ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen.

Die Lohnfrage ist eine zentrale gesellschaftliche Frage. In den letzten zwanzig Jahren ist eine Stagnation bei der Lohnentwicklung festzustellen. Die Produktivität wird nur noch unzureichend an die Beschäftigten weitergereicht. Die Kapitaleigner konnten ihre Profite erhöhen.

Allerdings stünde es ohne den engagierten Kampf der Gewerkschaften viel schlimmer. Seit den 1990er Jahren kämpfen wir vehement dafür, die unteren Löhne zu stabilisieren. Ich erinnere an die Kampagne «Keine Löhne unter 3'000 Franken», die zum ersten Mal eine nationale Mindestlohndebatte lancierte. Diese untere Schwelle wird heute – mindestens im offiziellen Sektor der Wirtschaft – weitgehend respektiert.

Aber diese untere Schwelle ist zu tief. Aufgrund der hohen Lebenshaltungskosten (vor allem für Wohnen und Krankenkasse) braucht es in der Schweiz für eine volle Stelle einen Mindestlohn von 4'000 Franken pro Monat. Mit einem tieferen Lohn ist das Risiko gross, von der Sozialhilfe abhängig zu werden. Das ist aus zwei Gründen stossend: Zum einen ist es ein unwürdiger Zustand, wenn das Erwerbseinkommen zum Leben nicht ausreicht. Zum anderen ist es eine Frechheit, wenn

Unternehmer so kalkulieren, dass sie die Löhne ihrer Beschäftigten von der Sozialhilfe – also vom Staat – subventionieren lassen.

Rund 330'000 Beschäftigte in der Schweiz verdienen weniger als 4'000 Franken (verteilt auf 12 Monate oder einen Stundenlohn von 22 Franken). Die Mehrheit davon sind Frauen. Die Mindestlohninitiative ist deshalb wichtig für die Durchsetzung der in der Verfassung verankerten Gleichstellung von Frau und Mann.

Der Mindestlohn ist nicht nur für die Betroffenen eine konkrete Verbesserung. Er ist auch ein Gewinn für die Volkswirtschaft. Es ist hinlänglich bekannt, dass Menschen mit kleinen Einkommen dieses schnell wieder ausgeben müssen. Damit beleben sie den Konsum und die Konjunktur. Das hilft der ganzen Wirtschaft und der Schweiz.

Die Unternehmen können das nicht bezahlen? Falsch. Tiefstlöhne werden vor allem in der Binnenwirtschaft bezahlt: Im Detailhandel, bei den persönlichen Dienstleistungen, oder bei den Bauern. Ein Mindestlohn würde alle Unternehmer gleich treffen. Die Exportindustrie, von der der Wohlstand der Schweiz in hohem Masse abhängig ist, ist kaum betroffen. Ihre Unternehmen zahlen heute schon höhere Löhne. 2013 konnten wir im Gesamtarbeitsvertrag der Maschinenindustrie Mindestlöhne durchsetzen, die in fünf von sechs Kategorien höher sind als von der Mindestlohninitiative gefordert.

Die Initiative hat nicht nur den gesetzlichen Mindestlohn zum Ziel. Sie verlangt generell eine bessere Abdeckung der Arbeitsverhältnisse mittels Gesamtarbeitsverträgen. In der Schweiz untersteht nur die Hälfte der Beschäftigten einem Gesamtarbeitsvertrag. Vor allem im Tertiärsektor widersetzen sich viele Unternehmen sozialpartnerschaftlichen Regelungen. Sie wollen über die Arbeitsbedingungen ihrer Angestellten allein bestimmen. Besonders stossend sind die Verhältnisse im

Detailhandel – insbesondere im Bereich Bekleidung und Schuhen. Internationale Multis und ihre Besitzer schneiteln mit ihren Shops an bester Lage Milliarden. Für die Angestellten aber fallen Hungerlöhne von knapp über 3'000 Franken ab. Es ist deshalb das erklärte Ziel der Initiative, die Unternehmen dazu zu bringen, sozialpartnerschaftliche Lösungen zu suchen und damit den Schutz der Beschäftigten zu verbessern. Nur wenn dies nicht gelingt, gilt der gesetzliche Mindestlohn.

Vergessen wir nicht, dass Mindestlöhne auch ein Instrument gegen Lohndumping sind. Die Personenfreizügigkeit (sie gilt auch nach der Abstimmung vom 9. Februar 2014) funktioniert nur, wenn die Unternehmen nicht auf günstige Arbeitskräfte im Ausland ausweichen können. Wenn klar ist, dass Schweizer Löhne mindestens 4'000 Franken bedeuten, wird es einfacher zu überprüfen, ob Lohndumping im Spiel ist oder nicht.

Schliesslich noch dies: Tiefelöhne sind vor allem ein Problem der Privatwirtschaft. In den Verwaltungen und in den Betrieben der öffentlichen Hand sind Löhne unter 4'000 Franken eher die Ausnahme. Das heisst aber nicht, dass die Initiative die Beschäftigten des Service Public nicht betrifft. Und zwar aus folgenden Gründen:

1. Die Initiative ist eine Absicherung gegen unten. Daran orientieren sich die Gehaltssysteme – auch die öffentlichen. Wenn die Mindestlöhne steigen, gerät die ganze Lohnskala in Bewegung – und zwar nach oben.
2. Immer wieder gibt es Diskussionen, ob man öffentliche Dienstleistungen auslagern soll. Zum Beispiel die Reinigung, die Stadtgärtnerei, die Zentralwäscherei. Dabei spielen vor allem Kostenüberlegungen eine Rolle. Private – so die Überzeugung – bieten diese Dienste günstiger an. Das ist aber nur möglich, weil sie die Lohnkosten drücken können. Für alle Kolleginnen, die von solchen Umstrukturierungen betroffen sein könnten, ist es sicher gut zu wissen, dass die Lohnskala nach unten nicht offen ist.

3. Die Arbeitsverhältnisse im öffentlichen Dienst werden unter politischer Beteiligung ausgehandelt. Aufgrund des Kräfteverhältnisses zwischen links und rechts sind sie tendenziell besser als in der Privatwirtschaft. Das sollte nicht vergessen, wer am 18. Mai abstimmt. Ja sagen ist ein Akt der Solidarität mit den Kolleginnen in der Privatwirtschaft, die auf höhere Hürden stossen, wenn sie sich organisieren und durchsetzen wollen.



Corrado Pardini, Nationalrat, Mitglied GL, Unia

Kommentar zur Mindestlohn-Initiative

Argumente zur bevorstehenden Abstimmung

Daniel L. Ambühl

Trotz vieler Aussagen halten sich die Presse und die Wissenschaft eher zurück zu diesem Thema. Niemand will sich eine Blöße geben und polemisch wirken, vielleicht mit Ausnahme der Initianten. Meist sind die Aussagen moderat und gefiltert. Dabei übersehen viele Bürger, dass diese Aussagen wesentliche Fragen nicht beantworten. Die Redaktion hat in dieser SVIK-Relations-Ausgabe die Pro-Seite – vertreten durch den Nationalrat Corrado Pardini – und die Gegner-Seite – vertreten durch den Direktor des Schweizerischen Arbeitgeberverbandes, Prof. Dr. iur. Roland Müller – zu Wort kommen lassen. Im Folgenden noch einige Überlegungen, die Ihren Entscheid beeinflussen könnten. Les opinions au sujet de l'initiative sur les salaires minimaux sont divergentes. La rédaction ne souhaite pas trancher sur les arguments, mais incite les lecteurs et lectrices à se concentrer sur les points politiques et économiques ainsi que les aspects sociaux.

Gegner und Befürworter dieser Initiative lassen ihre Argumente recht laut vernehmen. Interessant ist aber – wie schon bei der umstrittenen Initiative gegen die Massenimmigration, die dann für viele überraschend angenommen wurde – das Schweigen prominenter Kreise aus Politik, Bildung und Kultur. Was könnte der Grund dafür sein? Ein gewisses Wissen, eher wohlstandbedingtes Unwissen, das Schonen der Gegner oder einfach Betretenheit, dass unsere Gesellschaft solche Themen überhaupt aufs Tapet bringt?

Und wieder könnte diese Abstimmung ein Überraschungsergebnis hervorbringen. Dabei entpuppt sich die sogenannte Wissensgesellschaft in diesen Fragen recht unwissenschaftlich. Auf der Seite der Initianten überwiegen populistische Argumente. Sogar ein prominenter Ökonom der Gewerkschaftsseite hat wahrscheinlich vergessen, was er einmal gelernt hat: Wie entsteht z. B. Inflation und was passiert mit fixen oder administrierten Preisen? Aber auch bei den Gegnern ist eine einseitige Selektion der Argumente erkennbar. Trotz der Denkfabrik Avenir Suisse und verschiedener Wirtschaftsredaktionsbeiträgen werden wesentliche Fragen auf beiden Seiten nicht gestellt und demnach auch nicht beantwortet. So wird beispielsweise nach dem Wem dient das? und Wer bezahlt? nur oberflächlich gefragt.

Kaum jemand weist darauf hin, wie Bedürftigkeit in unserer Gesellschaft schon heute bewältigt wird und mit welcher Leistung und Entwicklung diese beseitigt werden kann; Geldfluss allein reicht da nicht. Warum eine so üppige Bildungsfinanzierung, wenn sie nicht reicht, um das „schweizerische Prekariat“ zu vermeiden? Die Befürworter werfen gerne mit den abgenutzten Begriffen Gleichheit, Brüderlichkeit usw. um sich. Andererseits bleiben wichtige ökonomische und soziale Kapitel aus den Ökonomie- und Soziologiebüchern ausgeklammert. Warum zum Beispiel nicht auch gerade noch Working Poor oder Altersarmut eindämmen?

Solches Politisieren ist fragwürdig: Nach der Abstimmung zu schreien, die anderen hätten nichts verstanden, widerspricht der schweizerischen Besonnenheit. Ob wir ein Ja oder ein Nein in die Urne legen, müssen wir letztlich gemeinsam verantworten. Tun wir das doch im Wissen, dass es beidseitig Problem-Lösungen gibt und nicht einfach, weil wir Freude an der Basisdemokratie haben.

Die Kommunikation als Erfolgsfaktor für Hochschulen

Der Einfluss einer nach unternehmerischen Grundsätzen implementierten Kommunikation auf den Erfolg einer universitären Hochschule

Daniela Ambühl

Hochschulen sind komplexe Organisationen, bestehend aus einer Vielzahl von „Einheiten“ und zusammengehalten durch eine zentrale Verwaltung. Den Kommunikationsabteilungen kommt die Aufgabe zu, diese komplexe Organisation gegen aussen als Einheit abzubilden und nach innen die verschiedenen „Einheiten“ unter einem gemeinsamen Nenner zusammenzubringen. Im Rahmen einer Masterarbeit für den Studiengang „Communication Management“ an der Hochschule Luzern war der Einfluss der Kommunikation auf den Verbleib an einer universitären Hochschule der Untersuchungsgegenstand.

Eine konsistente und integrierte Kommunikationsarbeit gewinnt durch den intensivierten Wettbewerb unter den Hochschulen an Bedeutung. Sie sind gefordert, sich mit einer klaren Positionierung auf dem Markt von den Mitbewerbern zu differenzieren. Dabei rückt die Gesamthochschule in den Vordergrund. Dies bedeutet für die hochschulübergreifende Kommunikation, dass ein gesamtheitliches Konzept für die interne und externe Kommunikation nötig ist, um sich einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen. Durch die Einbindung der internen Anspruchsgruppen – mit Fokussierung auf die Studierenden und die administrativen sowie wissenschaftlichen Führungspersonen – kann eine klare Positionierung gegen aussen erreicht und damit auch eine hochschulweite Identifikation geschaffen werden.

Die Auswertung der gesammelten Daten hat gezeigt, dass ein klares Profil zu einer besseren Wahrnehmung führt und dass ein tatsächlich vorhandenes Element,

wie z.B. ein explizit vermarkteter Standort, die Wahrnehmung positiv beeinflusst. Zudem kann eine auf die Unternehmenskommunikation gestützte interne Kommunikation den Aufbau einer hochschulweiten Kultur unterstützen.

Weiter hat sich gezeigt, dass die Studierenden von verschiedenen Stellen mit unterschiedlichen Zielen angesprochen werden. Dieser Umstand spricht für eine gemeinsame Abstimmung der Kommunikation der betreffenden Stellen und eine Befähigung der betroffenen Personen – administratives sowie wissenschaftliches Personal.

Die optimale Organisation der Online-Redaktion

Gundekar Giebel

In einem Unternehmen fallen Unmengen von Daten und Informationen an. Teilweise bereits zur Publikation aufbereitet und von den Fachleuten „abgesegnet“, teilweise als Rohdaten und in Form von z.B. Protokollauszügen und teilweise lediglich als mündliche Information. Die Kommunikationsabteilung ist gefordert, aus diesen und weiteren Quellen die externe und interne Kommunikation sicherzustellen.

Welcher Kommunikator kennt das nicht? Die Geschäftsleitungssitzung ist gerade zu Ende, die Traktandenliste abgehakt, die ersten Rohinformationen sind bekannt, das Protokoll noch nicht fertig, und dennoch soll so schnell wie möglich informiert werden. Gut, dass der Kommunikationschef auch in der Geschäftsleitung sitzt, denn somit ist ein direkter Zugang zu den Informationen sichergestellt.

Wenigstens teilweise, denn der Kommunikationschef übergibt den Task einem seiner Redaktoren, der nun versucht, aus den Notizen und den Vorausunterlagen die Texte für die Mitarbeitenden und auch für die Presse zu verfassen. Eine schwierige Aufgabe, denn die Zeit drängt. Die Geschäftsleitungsmitglieder sind bereits wieder abgereist, und es bleibt wenig Zeit für die nötigen Absprachen mit dem Vorsitzenden sowie dem Kommunikationschef, der die abschliessende Verantwortung trägt.

Online first!

Was jetzt zählt, ist die Organisation. Und im speziellen die Organisation der Online-Redaktion, denn diese steht zuvorderst an der Kommunikationsfront. Online first! Das Internet und das Intranet sind in vielen Unternehmen bereits die Hauptinformationskanäle und müssen schneller sein als das Flugblatt oder der Anschlag am Schwarzen Brett. Sowie so schneller als die Mitarbeiterzeitung oder der Mitarbeiterbrief. Und dann kommen noch die Sozialen Medien dazu. Was passiert, wenn Anfragen online, via öffentliche Plattformen wie etwas Facebook, kommen und intern ist man mit der Aufbereitung der Information noch nicht bereit? Das stellt viele Unternehmen vor neue Herausforderungen. Die Rolle des Inhouse-Redaktors (und in kleineren und mittelgrossen Firmen der Kommunikationsverantwortliche) wird neu definiert. Er ist jetzt nicht nur der „Schreiber“, nein, er ist auch der Informationsjongleur, der Kenner der Materie und der Macher. Er nimmt Einfluss in die Aufbereitung der Information. Er kennt die

Ansprüche der verschiedenen Medienkanäle. Er kann für die Onlinemedien genauso gut texten wie für die Zeitung oder das Pressecommuniqué. Er weiss, wie man einen Offline-Text für ein Video schreibt und wie mit Facebook und Twitter umgegangen wird. Er ist ein Allrounder, der sich in der Fülle der Kommunikationswelt wohl fühlt, wie ein Fisch im Wasser. Toll wäre zudem, wenn er auch noch etwas von Fotografie, Multimedia und Video verstehen würde.

Wo sind die Kommunikations-Allrounder?

Die Entwicklung der (elektronischen) Medien in den vergangenen 20 Jahren macht es den Inhouse-Redaktoren nicht leicht. Sie haben sich an viele neue Aufgaben gewöhnen müssen und viele neue Pflichten zu erfüllen. Noch ist fast keiner der Fachleute ein „Digital Native“, denn diese verlassen die Universitäten und Fachhochschulen gerade. Mit wenig, ja teilweise fast keiner Praxiserfahrung. Was bleibt, ist das „Learning-by-doing-Prinzip“. Dies klappt meistens sehr gut, doch oftmals fehlt die Basis, auf welche diese Leute aufbauen können, um die neuen Herausforderungen noch besser zu meistern.

Die Online-Redaktion

Die Online-Redaktion ist die Schaltzentrale der Unternehmenskommunikation. Hier werden die Prioritäten für die weiteren Kommunikationsarbeiten gelegt. Die Online-Redaktion besteht aus:

- 1 Kanalverantwortlichen Internet (evtl. kombiniert mit Intranet)
- 1 Kanalverantwortlichen Intranet (evtl. kombiniert mit Internet)
- pro Kanal 1 – 2 Online-Redaktoren (evtl. Personalunion mit Kanalverantwortung)
- mind. 1 Online-Publisher / Social-Media-Redaktor
- mind. 1 Mediamatiker oder Multimedia-Spezialist
- mind. 1 technischen Fachmann (CMS-Spezialist, evtl. Personalunion mit Mediamatiker)

Wichtig auch, dass die Themen Barrierefreiheit, Suchmaschinen-Marketing, Suchmaschinen-Optimierung, Social-Media-Monitoring, Online-Texting, Web-Design, Navigation, Einsatz von Bild, Video und Ton konsequent mit einbezogen werden. Erst dann entsteht ein Online-Auftritt, der mit Durchgängigkeit und damit durch logisches und leichtes Auffinden der Informationen überzeugt.

Die Anforderungen an den Online-Redaktor sind vielfältig: Gutsausgebildete Medien-Allrounder mit textlichem, bildlichem, grafischem, technischem und organisatorischem Flair werden gebraucht.

Foto: Fotolia.com



Ausgezeichnete Direktionsassistentin

Erwin-Blaser-Stiftung vergibt Preis an ausgezeichnete Absolventin

Giusep Bass und Erwin Blaser

An der Abschlussfeier der Direktionsassistenten und -assistentinnen vom 17. Januar 2014 in Bern zeichnete die Erwin-Blaser-Stiftung die Absolventin mit den besten Noten in den Sprachfächern aus.

Lors de la remise des diplômes des assistantes de direction le 17 janvier 2014 à Berne, la fondation Erwin Blaser décernait son prix à la diplômée avec les meilleures notes en langues orale et écrit.

Laudatio

„Ich begriff, dass es keine grössere Illusion gibt als die Meinung, Sprache sei ein Mittel der Kommunikation zwischen den Menschen“, sagte Elias Canetti, der von 1905 bis 1994 u. a. auch in Zürich lebende bulgarischer Schriftsteller und Verfasser von beachtenswerten Texten (Aphoristiker).

Die letzten Jahrzehnte wurden von einem Ökonomismus und Legalismus geprägt, denen sich sogar die Sprache zu unterziehen hatte. Die zunehmend „medialen Wortgewebe“ wurden zur Erwärmung der eigenen Seele bis unters Kinn gezogen, jeweils gefolgt von der wortgewaltigen Feststellung, dass diese Decke eben nicht wärmt, geschweige denn die Scham deckt. Ernüchert müssen wir heute feststellen, dass Kommunikation nicht nur zur Unterhaltung, Benennung und Diskussion dient, sondern dass die professionelle Anwendung der Mutter- und – in einer entwickelten Volkswirtschaft wie die Schweiz –

der Zweit- oder sogar Drittsprache wirtschaftlich bedeutungsvoll für das zwischenmenschliche, und nicht nur ökonomische oder rechtliche Verständnis ist.

Bitte Kopf also schräg halten: Hirn braucht Gefälle, damit das zusammenläuft, was vielleicht etwas Vernünftiges schafft. Deshalb einmal wieder ein Korkenknall zu Gunsten ausgezeichnete Sprachleistung.

Die Erwin-Blaser-Stiftung fördert den Wirtschaftsstandort Schweiz. Sie unterstützt seit 2013 die Sprachforschung und Entwicklung, vergibt Preise und Stipendien für professionelle Studien und Leistungen auf dem Gebiete der für die Schweiz wichtigen Wirtschaftssprachen. Am 17. Januar vergab sie den Erwin-Blaser-Stiftungspreis an

Frau Isabelle Raper

für die besten schriftlichen und mündlichen Prüfungen in der Muttersprache Deutsch und in der Fremdsprache Englisch an der eid-

genössischen Berufsprüfung für Direktionsassistentinnen und Assistenten.

Die Erwin-Blaser-Stiftung gratuliert der Ausgezeichneten für die Top-Leistung, die u. a. zeigt, dass die Examinee dort die besten Ergebnisse erzielte, wo sie sich von der Theorie lösen und die Praxis selber gestalten konnte.

Herzliche Gratulationen!



Isabelle Raper

Sprachleistung in der Legiferierung

Wenn die Legislative mutwillig unklar formuliert

Sikander von Bhicknapahari

Der Gesetzgebungsprozess ist eigentlich klar: Vorentwurf, Vernehmlassung, Botschaft, Vorbesprechung in den Kommissionen des National- und Ständerates, Beratung im Parlament, Abstimmung. Einige Parlamentarier halten sich aber nicht an diesen Ablauf. Die leidtragenden sind schliesslich die Anwender, im Nachfolgenden Beispiel die Verantwortlichen im Rechnungswesen.

Im bisherigen Rechnungslegungsrecht war die Frage, ob eine Einzel- oder eine Gruppenbewertung vorgenommen werden darf, nicht explizit geregelt. Der Entwurf zum neuen Rechnungslegungsrecht wollte dies 2005 mit einer klaren Formulierung regeln: „Aktiven und Verbindlichkeiten müssen einzeln bewertet werden“. Nach den Einwänden im Rahmen der Vernehmlassung, wurde die Formulierung leicht abgeschwächt und geändert in „...müssen einzeln bewertet werden, sofern sie wesentlich sind und aufgrund ihrer Gleichartigkeit für die Bewertung nicht üblicherweise als Gruppe zusammengefasst werden.“ In dieser Form sollte nach Ansicht der Kommission auch das Parlament diesem Artikel zustimmen. Als dieser Artikel 2009 im Ständerat beraten wurde, beantragte ein Ratsmitglied eine Änderung: Es solle anstelle von „... **müssen einzeln** bewertet werden, sofern...“ statt dessen im Gesetz stehen „... **sollen in der Regel einzeln** bewertet werden, sofern ...“. Der Kommissionpräsident hielt fest, dass dieser Vorschlag der Kommission nicht vorgelegt wurde und diese deshalb nicht darüber diskutieren konnte. Er halte jedoch eine Formulierung „sollen in der Regel“ für sehr unbestimmt. Auch die Justizministerin hielt fest, dass eine solche Formulierung einiges an Rechtsunsicherheit zur Folge haben werde. Der Ständerat stimmte der neuen Formulierung trotzdem zu, der Nationalrat ebenso. Es fragt sich, weshalb nicht bereits im Rahmen der Vernehmlassung eine solch schwammige Formulierung vorgeschlagen oder weshalb nicht spätestens der beratenden Kommission nach Vorliegen der Botschaft ein solcher Vorschlag unterbreitet wurde. Die Antwort ist wohl klar: Man hätte genügend Zeit gehabt, fundiert darzulegen, dass dies kein guter Vorschlag sei.

Aber genau dies sollte wohl mit der späten Thematisierung erreicht werden: Eine anything-goes Formulierung um eine intransparente Rechnungslegung zu ermöglichen. Da nur wenige Parlamentarier über fundierte Rechnungslegungskennnisse verfügen, sind sie sich der Folgen dieser Formulierung nicht bewusst.

Natürlich findet sich im Internet nun ein Vorschlag der Treuhandkammer, wie mit dieser Formulierung umgegangen werden muss. Nachdem jedoch das Bundesgericht in einem Entscheid zum Thema Umrechnungsdifferenzen festhielt, das Handbuch der Wirtschaftsprüfung habe keinen normativen Charakter, bleibt beim Gesetzesanwender trotzdem eine Unsicherheit. Für die Beratungsindustrie sind solche Gesetzesartikel erfreuliche Umsatzgeneratoren, für die Juristen jedoch ein Graus. Welche Lobby hat wohl so geschickt im Hintergrund agiert und bis zur letzten Sekunde mit dem Vorschlag zugewartet, damit das Parlament diesem Gesetz zustimmt? In diesem Fall entgegnete die Justizministerin den Parlamentariern, es werde damit eine Rechtsunsicherheit geschaffen. Im Zusammenhang mit dem Buchhaltungsbegriff „beobachtbaren Marktwert“ wurde sogar in Kauf genommen, dass dieser Ausdruck nicht justiziabel ist. Vergeblich! Der einfache Anwender bezahlt dies mit Unsicherheit und Beratungskosten.

Fachwort: Juxtaposition

Juxtaposition ist ein Fachbegriff, der selektiv verwendet wird. Wo dieses Wort aber schlechtes Verhalten aufdeckt, wird es bewusst ausgeblendet. So geschieht das z. B. im Marketing, in der PR, in der Werbung und in der Wissenschaft, wo die Juxtaposition verbreitet ist und ein Plagiat oder eine Copy-Paste-Situation schlechthin darstellt.

Daniel L. Ambühl

Der Begriff „Juxtaposition“ stammt ab vom lateinischen „iuxta“ für „nebanan“ und „positio“ für „Stellung“. In der Mathematik (z.B. das Binom: $a \times b = ab$) und Linguistik (z.B. die Wortkombination: Kontroll-Station) taucht es gelegentlich auf. Dagegen verwenden Anatomie und Psychologie gerne dieses Wort. Es weist dann meist auf eine Nachbarschaft z. B. zweier anatomischer Teile oder zweier Eindrücke oder Gefühle hin. In Wissenschaft, Werbung, PR und Marketing ist es dagegen ein oft gesehenes, aber ungenanntes Phänomen.

Eindrucksfälschung

Wenn Sie ein Auto sehen und glauben, es sei genau das Modell XY, tatsächlich ist es aber ein zum Verwechseln ähnliches Auto, dann sind Sie einem Eindruck auf Grund der Form erlegen. Der Hersteller will aber, dass sich der gute Eindruck eines andern Gutes (z. B. eines Premiumproduktes) auf sein Produkt überträgt. Auch Menschen bedienen sich dieses Effektes gerne. Wenn sich ein Mann neben einen andern mit guter Reputation stellt, dann will ersterer meist auch vom guten Ruf des andern profitieren: Der logische Schluss soll entstehen, dass der eine so gut sei wie der andere!

Charaktersache

Tatsächlich lässt eine Juxtaposition keinen Schluss auf eine Beziehung oder Abhängigkeit zu. Marketing-, PR- und Werbeleute müssen sich daran gewöhnen, dass aufgeklärte Menschen die Juxtaposition als abtossend empfinden und so sich aufdrängende Produkte ablehnen: Denn das ähnliche Produkt ist mit aller Wahrscheinlichkeit schlechter als das Premiumprodukt. Der sich neben den Menschen mit gutem Ruf Stellende betreibt diesen Aufwand auch nur, um einen eigenen Mangel zu überdecken.

Recht und billig

Legalistisch und ökonomisch denkende Leute werden jetzt einwenden, dass es – erstens – Rechtssätze gebe,

die das verhindern, und – zweitens – der Markt für eine Bereinerung Sorge. Wie aber der Alltag zeigt, findet Juxtaposition ständig statt. Mag sein, dass sich keine Kläger finden, weil juristische Spitzfindigkeiten oder fremde Rechtssysteme einen aufwändigen Prozess erwarten lassen. Der globale Markt schafft aber auch Grenzen, die sogar Juxtaposition schützen. Die Verallgemeinerung ist ebenfalls geläufig: Konkurrenz ist gut für den Markt. Was das für die bedeutet, die eine aufwändige Entwicklung durchlaufen haben und sich schliesslich – nein: nicht mit einer blanken Kopie – nur mit einer simplen Juxtaposition konfrontiert sehen, davon können vor allem Klein- und Mittelbetriebe ein Lied singen. Aber auch Grossunternehmen mühen sich zunehmend mit diesem Phänomen ab.

Ethik und Moral

Innovative und kreative Leute gehen heute diesen „Juxtapositions-Situationen“ aus dem Weg. Sie sind schlecht für den Ruf und den Lebenslauf. Auf dem Internet schauen sie oft nicht einmal mehr hin. Juxtaposition wirft stets ein schlechtes Licht auf das sich „herandrängende Produkt“ oder den sich „aufdrängenden Menschen“. Schnäppchenjäger sehen das natürlich anders.

Krieg und Frieden an der Wolga

Reise auf „Mütterchen Wolga“: 3'026 Kilometer lang ist die Flussfahrt auf der Wolga – von Moskau nach Astrachan in Südrussland. Da bleibt genügend Zeit, sich auf dem komfortablen Schiff mit der Geografie zu befassen und sich verwöhnen zu lassen.

Peter Widmer



„Russen lächeln selten bei der Arbeit“, erzählt die Moskauer Reiseleiterin Julia Onichtchenko, „aber das ist nicht negativ zu werten, sondern bedeutet, dass sie ihre Arbeit ernst nehmen.“ Sagt's und strahlt übers ganze Gesicht. Während der kompletten zweiwöchigen Russlandreise begegnen uns vorwiegend lächelnde Gesichter. Überhaupt: Zwischen meinem letzten Besuch von 1990 in der damaligen Sowjetunion und 2013 liegen Welten.

Bei den touristischen Leistungen wurde mächtig zugelegt: An der fachlichen und sprachlichen Qualität der Reiseleiterinnen – allesamt Frauen! – und an allen Destinationen gibt es nichts zu rütteln, ebenfalls nicht am gastronomischen Angebot. Musste man vor 24 Jahren bei der Programmgestaltung und -durchführung eine gewisse Arroganz hinnehmen, ist von alledem heute nichts mehr zu spüren. Professionalität und Herzlichkeit haben die Unbeweglichkeit von damals verdrängt.

Der Wolga-Traum

Zugegeben, ein bisschen Skepsis kam schon auf, als wir das Baujahr des Flussfahrtschiffes „Wolga Dream“ lasen: 1959! Dann aber die Entwarnung: Der Wolga-Traum wurde 2007 vollständig restauriert, die Kabinenzahl halbiert. Das nostalgische, mit viel Holzdekor ausgestattete Schiff ist denn auch mit modernstem Komfort versehen, die 56 Kabinen für höchstens 109 Passagiere sind geräumig, hell und wohnlich, ein TV-Flachbildschirm fehlt ebenso wenig wie eine Internet-Station in der Bibliothek. Die rund 60-köpfige Crew liest den Passagieren beinahe jeden Wunsch von den Augen ab. So auch die omnipräsente Kreuzfahrt-Direktorin Kira Alekseeva: Sie gibt an der Rezeption Auskunft, moderiert Folklore-Aufführungen im gediegenen Newa-Salon, kommentiert Küchen- und Kommando-Brückenführungen, organisiert die Landausflüge, leitet den Ad-hoc-Chor der Passagiere. Oder Oksana, die „Perle“ im Service: Ihren aufmerksamen Augen entgeht nichts; diskret, immer lächelnd bedient sie die Gäste. Und was der junge Küchenchef Andrew mittags und abends in der kleinen Bordküche mit viel Liebe zum Detail auf dem Buffet oder auf den Tellern anrichtet, grenzt an Zauberei. Mittags steht ein farbenprächtiges Buffet zur Auswahl, abends gibt's ein Viergang-Menü; der Tischwein sowie Wasser und Kaffee sind im Pauschalpreis

inbegriffen. Anders als auf grossen Kreuzfahrtschiffen, ist die Atmosphäre persönlich und unkompliziert: Das Schiff ist überblickbar, und die Besatzung wird bald zur vertrauten Familie. So ist es beispielsweise kein Problem, die Kommando-Brücke zu besuchen. Kapitän Vladimir Naumov heisst den neugierigen Besucher herzlich willkommen und gibt bereitwillig Auskunft, auf Russisch zwar, aber immer lächelnd...

Das Leben auf der „Wolga Dream“ ist alles andere als eintönig. Abwechslung ist denn auch wichtig, verbringt man doch die meiste Zeit der Flussreise auf dem Schiff. Nicht verwunderlich: Die Strecke von Moskau nach Astrachan beträgt 3'026 Kilometer, und das schwimmende Hotel gleitet mit 20 Kilometern pro Stunde durch die ruhige Wolga.

Ein Blick in den Veranstaltungskalender zeigt, dass eine Flussfahrt ganz schön stressig sein kann – im positiven Sinne; das Tagesprogramm wird den Passagieren in der passenden Sprache am Vorabend in die Kabine gelegt: Vortragsreihe über die Geschichte und Kultur Russlands mit dem ehemaligen britischen Botschafter in Moskau, Sir Tony Brenton; kleiner Einstiegskurs in die russische Sprache; russische Filmklassiker; Folklore-Darbietungen; russische Tee-Zeremonie; „Nachtküchenparty“; Workshop zum Bemalen einer Matroschka; russischer Kochkurs; Besichtigung der Kommando-Brücke. Überdies gibt Natalia Blatowa, die ständige Reiseleiterin auf der „Wolga Dream“, vor jedem Landausflug einen Überblick zur bevorstehenden Destination.

Modernes Moskau

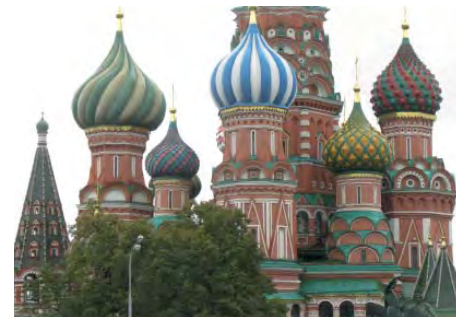
Wird die Reise südwärts von Moskau nach Astrachan gewählt, ist augenfällig, dass die Ortschaften, je weiter man sich von Moskau entfernt, in ihrer Entwicklung in den 60er- und 70er-Jahren stecken geblieben sind. Der Baustil der Häuser, die Einrichtung in den Restaurants und das Angebot in den Läden – der Besucher fühlt sich oft um 40 bis 50 Jahre zurückversetzt. Nicht so beispielsweise in Moskau. Wir erinnern uns an den letzten Besuch 1990 im GUM, dem „staatlichen Universalgeschäft“ am Roten Platz. Das architektonische Kuriosum aus dem 19. Jahrhundert mit seinen Galerien und Brücken ist allein schon sehenswert. Prägen vor 24 Jahren in den fast leeren Regalen einige Seifen- oder

Zahnpastataben-Pyramiden das Bild, beherrschen heute im privatisierten Kaufhaus Luxusgüter sämtlicher Nobelmarken die Szene.



Kaufhaus in Moskau

Neben den absolut lohnenswerten „Pflichtbesuchen“ im weitläufigen Kreml von Moskau mit seinen zahlreichen Kathedralen, der Rüstkammer, der Zarenglocke und der Zarenkanone bleibt die Christ-Erlöserkathedrale im Gedächtnis haften. Die riesige weisse Kirche mit ihren golden leuchtenden Kuppeln wirkt alt und neu zugleich. Das kommt daher, dass der Bau aus dem 19. Jahrhundert auf Befehl Stalins 1931 gesprengt wurde. Die gelungene Rekonstruktion aus dem Jahr 1997 zum 850. Geburtstag der Stadt Moskau steht nun wieder am ursprünglichen Platz.



Der moskauer Kreml

Bei unserem Besuch am Sonntagvormittag während des Gottesdienstes singt ein grosser russischer Männerchor. Die gewaltigen Stimmen und die Akustik im reich ausgestatteten Inneren der Kirche gehen unter die Haut. Aber auch eine Fahrt mit der legendären Metro, der zweifellos weltweit schönsten U-Bahn, darf nicht ausgelassen werden. Manche Stationen gleichen Palästen oder Museen, einige sind mit Statuen geschmückt, andere mit Gemälden, Mosaiken oder Reliefs. Dabei ist Revolutionsführer Lenin auch heute noch allgegenwärtig.

Landausflüge: Einige Leckerbissen

Die insgesamt 13-tägige Flussfahrt auf der Wolga ist reich an Highlights bei den Landgängen. In Nischni Nowgorod beispielsweise, der fünftgrössten Stadt am Zusammenfluss von Oka und Wolga, sticht die reich verzierte Kathedrale der Heiligen Jungfrau besonders ins Auge. In Kasan ist es die riesige moderne Kul-Scharif-Moschee mit ihren türkisfarbenen Minaretten oder der schiefe Sjujumbeki-Turm im Kreml. Ein Bummel durch die lange Fussgängerzone der Bauman-Strasse wirkt beruhigend. In Samara besuchen wir ein Warenhaus. Ein reiches Angebot ist zwar vorhanden, doch fehlen weitgehend die Kunden! Die lapidare Antwort des uniformierten Pförtners auf unsere Frage: „Es ist halt schlechtes Wetter.“ Es ist Samstagnachmittag...

Eindrücklich ist die Anfahrt nach Wolgograd, ehemals Stalingrad. Schon von weitem ist die gigantische, 85 Meter hohe Monumentalstatue der „Mutter Heimat“ auf dem Mamajew-Hügel zu erkennen. Traurigen Ruhm brachte der Stadt die Schlacht von Stalingrad im Zweiten Weltkrieg. Die Kämpfe dauerten 200 Tage, 150'000 deutsche und über eine Million russische Soldaten kamen um. Martialische Soldatenlieder ertönen, wenn der Besucher die lange Treppe hinauf zur Ruhmeshalle auf dem Mamajew-Hügel steigt. Bedrückend aber beeindruckend die Schlachtszenen im Panorama-Museum. Auf dem Fischmarkt in Astrachan deckt sich die Reisegruppe mit Kaviar ein, gilt doch die Stadt am Wolga-Delta als Hauptstadt der Stör-Eier. 55 Gramm des „schwarzen Goldes“ kosten rund 70 Schweizer Franken; in Moskau müsste fast das Doppelte hingebältert werden!



PaperIdentity®

einfach · durchgängig · konsequent



Die Monumentalstatue der „Mutter Heimat“

Fazit der Wolga-Flussfahrt: Eine beschauliche, aber spannende Reise durch einen Teil Russlands. Ein Land, das verwirrt und betört zugleich. Der bekannte russische Schriftsteller Nikolai Gogol schrieb 1845 in einem Briefwechsel mit Freunden treffend: „Sie sollten einmal eine Reise durch Russland machen. Sie kennen das Land, wie es vor zehn Jahren war, aber das genügt jetzt nicht mehr. In zehn Jahren ereignet sich in Russland mehr als in einem anderen Land während eines halben Jahrhunderts.“

Gut zu Wissen

Steckbrief Russland:

Seit 1991 Russische Föderation mit 21 autonomen Republiken
143,3 Mio. Einwohner (8 Einw. pro km²)

Staatsoberhaupt:

Präsident Wladimir Putin (seit 2012)

Premierminister:

Dmitri Medwedew

Hauptstadt:

Moskau

Währung:

Rubel (RUB), 100 RUB = 2.75 CHF

Zeitzone:

9 Zeitzonen in Russland; Moskau, Astrachan: MEZ + 3 Std. (+ 2 Std. in der europäischen Sommerzeit)

Einreise:

Reisepass noch mind. 6 Monate nach dem Rückreisepass gültig + Visum (kann durch den Reiseveranstalter besorgt werden)

Souvenirs:

Bernstein-Schmuck, Lackarbeiten, Matrijoschka-Puppen

Leserreise:

Der „Touring“, die Mobilitätszeitung des Touring Club Schweiz (TCS), führt vom 7. bis 19. Oktober 2014 eine Flusskreuzfahrt auf der „Wolga Dream“ durch, allerdings in umgekehrter Richtung von Astrachan nach Moskau. Organisation, Programmfragen, Buchung und ausführliche Informationen: Kira Reisen, Badstrasse 31, 5400 Baden, Telefon 056 200 19 00, www.tcs-reisen.ch/wolga

Bemerkenswertes aus der Welt der Kommunikation

Zusammengestellt von Daniel L. Ambühl und Gundekar Giebel

Die folgenden Kurzartikel stammen aus verschiedenen Medien. Sie vermitteln dem Leser bedenkenswerte Informationen aus Wissenschaft, Praxis und Politik der integrierten Unternehmens- und Verwaltungskommunikation.

Les articles suivants proviennent de divers médias. Le but est d'attirer l'attention des lecteurs au sujet d'informations scientifiques, pratiques et politiques de la communication d'entreprise intégrale.

Whistleblower-Gesetzgebung

Context 12-2013, ajm, Kritik – Whistleblower und Gesetz: Der Präsident des KV Schweiz und Nationalrat äussert sich kritisch zur Vorlage des Whistleblower-Gesetzes. Er bemängelt, dass keine konkreten Massnahmen wie Kündigungsschutz für Informanten und die Möglichkeit, sich an externe Stellen zu wenden, bestehen. Nur wenn der Arbeitgeber kein internes Meldesystem vorsieht und auf die interne Meldung nicht reagiert oder die Reaktion ungenügend ist, darf der Sachverhalt gegen aussen offengelegt werden.

Bundesverwaltung prescht vor mit E-Voting

NZZ Nr. 291, 14.12.13, S. 13, Martin Senti: Daumen hoch, Daumen runter – Fragwürdig offensives E-Voting: Senti frag sich, wie es tatsächlich um die von Bund und Kantonen ständig postulierte „breite Akzeptanz“ für ihr Prestigeprojekt „Vote électronique“ und die flächendeckende Digitalisierung der politischen Rechte stehe. Trotz Internetaffinität sprechen sich zum jetzigen Zeitpunkt politische und fachliche Autoritäten gegen diese Abstimmemethodik aus. Mit dem raschen Vorgehen wird die Devise „Sicherheit vor Tempo“ unterlaufen. Zudem sichern zertifizierte Systeme uns nicht vor Hacker-Angriffen, „Malware“-Infizierungen, Lockvogel-Websites, „Denial-of-Service-Attacken“, die beim E-Voting nicht vorkommen dürfen. Mit dem Schlagwort „Verifizierbarkeit“ lassen sich die Bedenken nicht beseitigen. Die schlechten Beispiele aus dem Dossier der US-amerikanischen National Security Agency (NSA) sowie das Knackn des Genfer E-Voting-Systems durch einen Hacker. Der gesunde Menschenverstand gebietet uns offensichtlich auch hier die Frage zu stellen „Qui bono?“ („Wem dient es?“).

Ist Deutschland dem Cyber-Krieg gewachsen?

Fokus Nr. 49/2013, S. 74, wed, Deutschland für Cyber-Krieg kaum gerüstet: Wie Michael George, Spezialist für Wirtschaftsspionage beim Bayerischen Verfassungsschutz festhält, sei Deutschland bei einem erfolgreichen Hackerangriff auf die Stromnetze oder ein Kernkraftwerk innert 48 Stunden am Rande eines Chaos. Täglich werde das Regierungsnetz fünfmal angegriffen. Angreifer kämen oft unkompliziert zum Erfolg. In seinem Buch „Geh@ckt - Wie Angriffe aus dem Netz uns alle bedrohen“ im Rowohlt-Verlag, fordert er die Wirtschaft auf, sich besser zu schützen.

Umfragen zu Praktikumlöhnen

NZZ Nr. 292, 16.12.13, Anna Miller, Etwas Licht ins Dunkel – Eine Umfrage unter Architekturstudierenden gibt Aufschluss über effektiv bezahlte Praktikumlöhne: Miller weist auf Grund einer Umfrage des Fachvereins der ETH-Architekten darauf hin, dass die Höhe der Abgeltung für Praktikantenarbeit immer noch ein Tabu sei. In diesem Artikel wird einmal mehr aufgezeigt, wozu die Ergebnisse von Umfragen dienen: 1. Die Unzufriedenheit einer Gruppe darstellen, 2. Mit Abweichungen auf Bessergestellte (im vorliegenden Fall die Bauingenieure) und 3. Ansprüche für die Zukunft zu stellen. Allerdings werden in diesem Artikel zahlreiche Elemente übergangen, die bei einer Lohnumfrage für eine echte Übersicht eben nötig sind, so u. a. die Stundenzahl, fachliche Belastung und Verantwortung, Einbringen des bereits vorhandenen Wissens und Könnens, Regelmässigkeit des Engagements usw. Kann es da verwundern, wenn die Journalistin zum Schluss kommt, dass die Realität mit den vom Bund empfohlenen Richtwerten für die Abgeltung von Arbeiten der Studenten mit Bache-

lor- (CHF 2 600) und mit Masterabschluss (CHF 4 000) nicht dieser Realität entsprechen?

Scandale NSA: l'Israéli Connection

AfriqueAsie, Octobre 2013, P. 60, Gilles Munier : Unité israélienne 8200 : un état dans la NSA
Le lanceur d'alerte Edward Snowden a remis au journal The Guardian un document classifié prouvant, à ceux qui en doutaient encore, que la NSA transmet des interceptions de communications « brutes » à l'Unité israélienne 8200! Elle viole ainsi non seulement la vie privée de millions de gens dans le monde, mais également les lois protégeant celle des citoyens américains ou des étrangers vivant aux États-Unis. L'accord (memorandum of understanding) entre les deux services de renseignement daterait de mars 2009.

Eurojargon

In der Sendung «Eurojargon» auf Euronews vom 12.01.14, 16.45 Uhr, wurden verschiedene Kandidaten für das europäische Parlament gefragt, wie sie mit dem Eurojargon und der damit für den Bürger zusammenhängenden Unverständlichkeit umgehen würden. Ein Kandidat wies auf die „perfekte Mehrsprachigkeit“ hin und dem damit zusammenhängenden Bewusstsein für das Verständnis der Bürger. Ein weiterer Interviewter verwies darauf, dass er gewisse Wörter aus dem Eurojargon nicht anwenden werde. Ein Dritter wollte insgesamt die Verständlichkeit fördern. Nach dieser Sendung ist die Frage berechtigt, ob die Schweizer vielleicht gerade wegen des „Sprachverständnisses“ der Europolitiker nicht unbedingt Fans einer solchen Bürokratie sind.

Online-Prüfung mit Hindernissen

Die Tagespresse vom 14./15.01.14 berichtet über Pannen bei der ersten Online-Prüfung der Rechtswissenschaftlichen Abteilung der Uni Zürich. Ein Server-Absturz soll dafür verantwortlich sein. Verdienstvoll ist, dass darüber berichtet wird. Beängstigend ist aber, dass das in Wirtschaft und Verwaltung nicht Einzelfälle sind. Nur wird darüber nicht berichtet. Zeit- und Budgetdruck veranlassen Projektleiter zu übereilter Einführung von Softwarelösungen. Vor allem werden die Lösungen zu

wenig getestet und oft mit zu wenig erfahrenen Leuten erarbeitet. Stets ist aber der Kunde oder Anwender der Geprellte. Im Falle der Uni Zürich mussten die Studenten das Testprozedere nochmals durchführen. Die schweizerische IT-Szene täte gut daran, solche Vorfälle aufzunehmen, zu verfolgen und zu besprechen. Nur so wird der IT-Standort Schweiz auch wirklich seinem von IT-Managern gepriesenen Zuverlässigkeitsanspruch gerecht.

Öffentlichkeitsarbeit der Justiz

Markus Felder, der Bundesgerichtskorrespondent der NZZ, der eigentlich für seine züchtige Berichterstattung bekannt ist, weist in seiner Kolumne „Alles, was Recht ist“ in der NZZ am Sonntag vom 26.01.14 auf Manki in der PR-Arbeit der Justiz hin. Dabei schliesst er „Trotzdem oder gerade deswegen ist zusätzlich zu solider Arbeit eine gute Öffentlichkeitsarbeit wichtig – auch für die Justiz.“ Dem geeigneten Leser fehlt hier aber nun das Kriterium für eine gute PR-Arbeit. Sollte es nämlich so sein, dass die beste PR-Arbeit nicht allein in der Richterarbeit selber liegt, sondern im häufigen Berichten in der Öffentlichkeit und im Kontakt mit der Presse, so haben wir hier vielleicht auch gerade die Begründung dafür, weshalb die Bevölkerung die Richter zusammen mit den Journalisten in der Schweiz nicht an die Spitze der Glaubwürdigkeitsliste setzen. Wenn Felder aber damit sagen will, er komme nicht immer zu den gewünschten Informationen, dann kann die Einsicht helfen, dass Richter eigentlich nur das Urteil professionell neutral abgeben und dieses veröffentlichen müssen. Eine weitere Sprech- oder Schreibpflicht besteht dagegen – zum Glück – nicht. Es reicht schon, wenn Journalisten eingepfercht in ihren News-Rooms zu PR-Berichterstattern werden.

Börse für Studienplätze

Studenten des Instituts für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Uni Zürich haben gemäss „Blick online“ vom 29.01.14 Kurse überbucht und auf Facebook angeboten. Wenige Stunden nach Buchungsbeginn seien alle Kurse bereits ausgebucht gewesen. Wie Werner Wirth in einer E-Mail an die Studierenden festhält, seien aber ausreichend Plätze für alle Studierende vorhanden. Die Verknappung sei durch das unkollegiale

Verhalten der Kommilitonen entstanden. Das Gute an der Geschichte: Dadurch erhält die Öffentlichkeit einmal Einblick, wie Märkte dreist manipuliert werden und wie Ökonomismus funktioniert. Frech wäre es aber gewesen, wenn diese Schnellbucker auch noch gerade Jobs nach dem Studium angeboten hätten. Doch da könnte es für Kommunikationsleute doch etwas schwieriger werden. In jedem Fall zeigt aber dieses „Überbuchungsphänomen“, dass es sich um eine „Soft-Ausbildung“ handelt, sonst würden nicht so viele diese Kurse besuchen wollen.

Markt der Temporärarbeit

In einem Interview mit den Vertretern der fünf grössten Temporärfirmen der Schweiz vermittelt Simon Bühler im HR Today 12/2013 ein Bild von dieser Branche. Seit dem 1.1.12 untersteht sie dem GAV. Gegenwärtig stehen Anpassungsarbeiten am Vertrag an. Die Branchenleiter kämpfen gegen in- und ausländische Job-Vermittler, die sich nicht an die Regeln halten. Sie möchten aber auch sonst das Image dieser Industrie (oder ist es ein Trade?) verbessern. Welche Bedeutung sie haben, belegen 300'000 Arbeitnehmer. Damit gehören die Temporär-Vermittler in der Schweiz auch zu den grossen Jobanbietern. Talente mit den Unternehmen zusammenbringen, wird von ihnen als wichtigste Aufgabe betrachtet. Die fünf Arbeitsvermittler betrachten sich als das Öl in der Wirtschaftsmaschine.

Selbständigkeit: Wenn doch nur nicht...

Kurier Nr. 36, 6.02.14: 2013 haben sich in Österreich 36'947 Menschen in die Selbständigkeit bewegt. Die Meisten firmieren als Einzelunternehmungen, die sämtliches Risiko auf sich nehmen und sich durch die Bürokratie und die Vorschriften kämpfen müssen. Sicherheitsnetze gibt es wenige. Finanzielle Unterstützung ist sowieso rar. Wie die Kolumnistin Sandra Baierl resümiert, liege der österreichischen Regierung das Bewahren alter Strukturen eher. Moderne Unternehmen zu gründen, sei nach der teilweise zurückgenommenen GmbH-Reform und die Neuregelung des Gewinnfreibe-

trages wieder ein schwierigeres Unterfangen.

Evolution des langues

Le numéro 82 Janvier-Mars 2014 du Dossier pour la Science traite le sujet « l'évolution des langues. Quel avenir ? » Alain Rey qui a dirigé la rédaction des principaux dictionnaires Le Robert dit : « Pour traiter correctement du langage et des langues, il est nécessaire d'envisager tous les aspects, avec leurs variations d'usage. » En outre ce dossier répond aussi à la question si »La langue française menacée par les SMS ? »

Sollen audiovisuelle Medien in den Topf Telekommunikation fallen?

Joachim Güntner meldet in der NZZ Nr. 43 vom 21.01.14, S. 51, dass Bestrebungen im Gange seien, die Warenklassifikation der Uno (CTC) zu überarbeiten und die audiovisuellen Medien der Telekommunikation und nicht mehr der Kultur zuzuordnen. Damit wäre ein in vielen Ländern (z. B., Frankreich) von kulturellen Kreisen protegierter Bereich nicht mehr mit „exception culturelle“ zu schützen.

Beschimpfung: rassistisch oder nicht?

Wer unterscheiden will oder muss, ob ein Schimpfwort rassistisch ist, sollte die BGE-Publikation 6B_715/2012, 6.2.14 lesen. Man kann zwar z. B. mit „Sauschwabe“ (Nationalität oder Ethnie) den falschen Ton anschlagen, aber um eine Verurteilung herumkommen. Sobald aber Hautfarbe oder Religion ins Spiel kommen, gibt es kein Pardon: Dann handelt es sich um einen rassistischen Angriff.

Deutsch- und Französischsprachige auf der gleichen Schulbank

Wie die sda berichtet, soll in Biel dieses Projekt bis 2018 verlängert werden. Angeblich sind die Erfahrungen gut, und die Nachfrage etwa viermal höher als das Angebot.

Die sprachlich gemischten Kindergarten- und Schulklassen wollen den Kindern ungezwungenen Zugang zu Sprache und Kultur verschaffen.

Saarland: die erste offizielle zweisprachige Region Deutschlands

Gerd Kolbe, Saarbrücken, berichtet in der NZZaS vom 9.03.14, S. 6, dass das Bundesland Saarland die Bürger ab dem Kindergarten auf Französisch einzuweihen will. In den Strassen dieser Stadt hört man zu gleichen Teilen Französisch und Deutsch. Auch die Hinweistafeln sind zweisprachig. Französisch ist mit 55 Prozent an Gymnasien immer noch die bevorzugte Sprache vor Englisch. Allerdings fehlt es an Französisch-Lehrkräften. Das be-

nachbarte französische Metz stellt deshalb für das Saarland geeignete LehrerInnen zur Verfügung.

Interne Kommunikation in Zeitungs- und Verlagshäusern

Marc Zitzmann hält in der NZZ Nr. 64 vom 18.03.14, S. 54, fest: „In fast jeder Zeitung gibt es einen toten Winkel: die Berichterstattung über das eigene Unternehmen“. Wobei er Ausnahmen beim französischen Linksblick „Libération“ erkennt und das „fast“ in seinem Satz eigentlich nur eine Abschwächung ist, um nicht von der „Journalie gefressen“ zu werden.

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.

Le message clandestin d'un prisonnier s'appelle en allemand « Kassiber ». Les SVIK Relations publient ces textes en sachant le nom des auteurs mais ne publient pas leurs noms.

Lieber Fritz (Red. ein Kunsthändler)

Jahrelang habe ich dir „wunderschöne Originale“ geliefert, und nun soll das alles fertig sein. Weshalb lässt du mich jetzt hängen und sagst, du seist überrascht, dass es sich beim letzten Gemälde, das ich dir verkauft habe, um eine Kopie handle? Wie oft habe ich dich und andere Händler aus dem „Lieferungsnotstand“ gerettet und das gewünschte Bild so zu sagen über Nacht geliefert? Meine paar Tausend, die ich dann jeweils dafür erhalten habe, standen jeweils in keinem Verhältnis zu den Summen, die zwischen euch Händlern und euren Kunden über den Tisch geschoben wurden.

Seit ich nun im Knast sitze, kommt mir das alles so Spanisch vor: Da müssen sich wirklich Leute im Kunstmarkt bewegen, die von einem systematischen Fälschungssystem leben. Dazu kommt noch eine Vielzahl von Potentaten und Zockern, die über diesen Markt ihr korruptes Geld reinwaschen. Sogar Kenner, die Echtes von Unechtem unterscheiden können, verdienen gut an diesem System.

Zeichnen und Malen sind grundsätzlich brotlose Tätigkeiten. Erst ein „sich selber aufeilender Markt“ mit Experten und Auktionatoren schafft es zusammen mit der sogenannten Kulturpresse, solche Kunst auf extreme Preisebenen zu hissen. Ich kenne Zeichenlehrer, die haben mehr auf dem Dach als manch bekannter Maler. Ihr Name wird aber nicht an den Medienhimmel gezeichnet. Warum also nicht auch weniger bekannte Künstler fördern?

Mein Verteidiger hat mir empfohlen, die Verfehlung zuzugeben. Ich denke, dass ich diesem Rat folgen werde, weil die Sache ja eigentlich gelaufen ist. Bei dir bin ich aber gespannt, wie du im kommenden Prozess belegen willst, dass du als Kunstexperte von mir reingelegt worden seist.

Gruss aus dem grauen Knast
F...

Musik für Kosmopoliten

Umdenken – auch in der Musik; oder was Radiohören auch noch zeigen kann

Daniel L. Ambühl

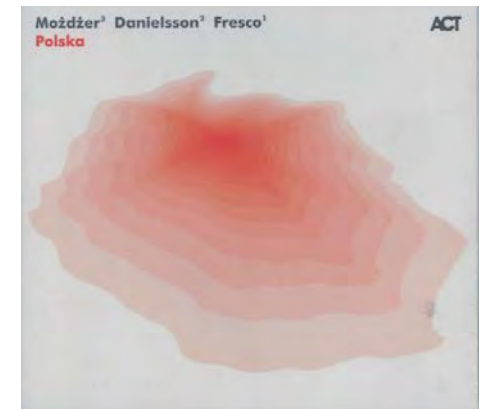
Wer sich lösen will aus den traditionellen Sphären der klassischen Musik findet oft Unverständnis bei Zeitgenossen. Dennoch müssen wir uns damit befassen, dass auch die Musik sich weiterentwickelt. Diese CD ist ein Beispiel dafür. *Ceux qui aimeraient se libérer des sphères traditionnelles de la musique se heurtent souvent à l'incompréhension des contemporains. Malgré cela nous devons nous acquiescer à l'idée que la musique se développe comme les autres domaines. Ce CD en est un exemple concret.*

Welchen Musikstil lieben Sie? Mit dieser Frage beginnen oft wundersame Diskussionen über Zeitabschnitte, Komponisten, Musiker, Stile, ja Musikinstrumente und Rhythmen. Musikliebhaber müssen sich nun daran gewöhnen, dass auch bei der Musik die Grenzen zu fließen beginnen. Ein Begabter für klassische Musik kann sehr wohl seine Entwicklung plötzlich in einem anderen Genre fortsetzen. Und plötzlich sind da Musiker, die mehrere Kulturkreise auf einmal abdecken. Das geschieht beispielsweise auf der CD „Polska“ von Mozdzer, Danielsson und Fresco.

Diese „Grenzen-Sprenger“ schaffen es mit ihrer Musik, die Ohren der Zuhörer aufzudrücken, auf neue Klang- und Rhythmebenen zu verschieben und neue Gefühlsfarben zu schaffen. Plötzlich – nur kurz oder nur ansatzweise – lässt sich Bach, Haiden, Mozart, ja Chopin vernehmen. Dann drückt wieder ein Chorus des Franzosen Jaques Louissier durch. Es handelt sich aber gar nicht um Kopien. Deshalb: Die Überraschungen folgen sich.

Dass dieses Werk in Polen entstanden ist, mag auch etwas mit der Geschichte dieses Landes zu tun haben: Ständig unter westlichem und östlichem Druck, geteilt, verteilt und verbraten in der politischen Küche, da müs-

sen ja mindestens bei Musikern neue Gefühle und Ideen entstehen. Wer nun denkt, na ja, New Wave, der muss dazulernen. Diese Musiker sind wesentlich weiter und könnten – z. B. mit den Fusionsmusikern aus dem Osten – eine neue Klangphase einleiten. Jedenfalls weist diese CD in diese Richtung.



WIR DENKEN BILDUNG WEITER

www.kvseminare.ch

**Berufsbildung und Lernende • Führung • Arbeits-
und Lerntechnik • Marketing und Kommunikation •
Persönlichkeitsbildung • Recht, Finanzen und
Personal • Informatik**

Schweizer Geschichte vor Ort

Avenches, die Römer, die Helvetier und die Schweiz

Daniel L. Ambühl

Was war vor uns und was wird nach uns sein? Mindestens den ersten Teil dieser Frage lässt sich in Avenches und im „Le Musée Romain de Vallon“ beantworten. Zwei kleine, aber feine Museen zeigen, wie die Römer dort lebten und wie die Helvetier arbeiteten.

Qu'est-ce qui était avant nous et qu'est-ce qui va être après nous ? Au moins une partie de la première question trouve sa réponse au « Musée romain » à Avenches. Un petit musée qui démontre avec brio comment les Romains vivaient dans cette région.

Ob mit Zug oder Auto: Wenn Sie von der Deutsch- in die Welschschweiz nicht gerade über Freiburg oder den Jura entlang fahren, so kommen Sie unweigerlich an Avenches vorbei. Wahrscheinlich wird Ihnen dabei die Nespresso-Fabrik eher auffallen als das mittelalterliche Städtchen. Vielleicht haben Sie aber auch bereits eine der Oper-Veranstaltungen im Amphitheater im selben Ort besucht. Doch wer weiss, dass im Turmgebäude des Amphitheaters ein kleines, aber feines Museum untergebracht ist? Wer kennt die römischen Fundstellen mit Mosaiken, Wandmalereien und dem Modell im Musée Romain de Vallon?



Das Museum beim Amphitheater/
Musée romain et amphithéâtre

58 vor Christus, nachdem die Helvetier ausgezogen und dann von der verlorenen Schlacht bei Bibracte wieder ins Seeland zurückgekehrt waren, begannen auch die Römer sich in Aventicum niederzulassen. Nach der römischen Annexion weiter Teile der Gebiete, die heute die Schweiz ausmachen, wurde Aventicum die Hauptstadt der Helvetier. Vieles, was das Warum und Wie der Besiedlung durch die Römer beantwortet, ist in diesen Museen dargestellt und ausgestellt.

Ob es für die eigenen kulturellen Gelüste oder zur Veranschaulichung der Geschichtsstunden der Schulkinder sei, der Besuch dieses Städtchen Avenches und des kleinen Museums beim Amphitheater sowie des sich in der Nähe befindenden „Musée de Vallon“ ist instruktiv.

Musée romain

Case postale
1580 Avenches
026 676 99 22
www.avenches.ch
info@avenches.ch

Musée Romain Vallon

Carignan, 1565 Vallon
926 667 97 97
www.nuseevallon.ch
contact@nuseevallon.ch

Avenches tourisme

Place Eglise 3, 1580 Avenches
26 676 99 22
www.avenches.ch
info@avenches.ch

Agenda

SVIK-Konferenz

Donnerstag, 15. Mai 2014 in Zürich, Thema: „Führungskommunikation – mit Hörgerät oder Megaphon?“

SVIK-/ASCI Professional Life

Meetings auf Deutsch, Französisch und Italienisch unter der Leitung der Regionalvorstände
Nach besonderer Ansage

SVIK-Aus- und Weiterbildung

Donnerstag/Freitag, 22./23. Mai 2014:
SVIK-Standardkurs 4: Office Management und IK
Dienstag/Mittwoch, 26./27. August 2014:
SVIK-Standardkurs 1: Strategien und Konzepte der IK

SVIK-Rating

Montag, 2. Juni 2014: Ausschreibung
Mittwoch, 20. August 2014: 1. Jury-Day
Donnerstag, 21. August 2014: 2. Jury-Day
Dienstag, 2. September 2014: 3. Jury-Day und Jury-Head-Sitzung
Donnerstag, 6. November 2014: Award-Verleihung

FEIEA-GP

14. November 2014: FEIEA-Awards, London

SVIK-/Erwin-Blaser-Akademie

Thema: Wirtschaftssprache im Kreuzverhör (Arbeitstitel)
Termin folgt

SVIK-Hearings

Dienstag, 3. Dezember 2014 in Bern
Bitte beachten Sie auch die Veranstaltungsdetails auf www.svik.ch

ASCI-Conférence

Dienstag, 20. Januar 2015 in Genf

20. Berner HR-Wirtschaftsforum

Mittwoch, 21. Januar 2015 im Kursaal-Casino Bern
„Potential-Entwicklung“

SVIK-Vorstand

Donnerstag, 26. Juni 2014:
SVIK-Vorstandssitzung 14-4
Montag, 29. September 2014:
SVIK-Vorstandssitzung 14-5
Mittwoch, 3. Dezember 2014:
SVIK-Vorstandssitzung 14-6

SVIK-Relations

Montag, 1. Juli 2014:
SVIK-Relations 14-2 Ausgabetag
Montag, 8. Dezember 2014:
SVIK-Relations 14-3 Ausgabetag

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

Mitarbeitende dieser Ausgabe:

Daniel L. Ambühl
Daniela Ambühl
Sakina Aubert Preiswerk
Gundekar Giebel
Prof. Dr. Roland A. Müller
Corrado Pardini
P. Sikander

Französischübersetzung:

Sakina Aubert-Preiswerk
Corinne Conti
Christian Fessard

Herstellung

Grafik, Layout und Gestaltung
Mathias Kober, Internetgalerie AG

Fotos und Scans

Daniel L. Ambühl
Peter Widmer
Fotalia

Lektorat

Sarah Grimmelikhuijsen
Internetgalerie AG

Leserservice

SVIK-Office, Postfach 576
3000 Bern 7

Anzeigen/Inserate

KV Seminare
Schneiderdruck
Papyrus
WKS

Erscheinungsweise

3 x jährlich und Sonderausgaben
Nächste Ausgabe:
14-2 am 01.07.2014

Druck und Auflage

Schneider AG, Bern
1300 Ex. (1150 mit Postversand,
150 mit E-Mail)

Anzeigen-Dienst

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

Hinweise

Papier: Gedruckt auf säurefreiem,
umweltschonenden Papier.

Die Angaben beruhen alle auf sorgfältiger Recherche, dennoch kann die Redaktion nicht für jedes Detail Gewähr geben. Eine Wiedergabe der Texte und Bilder, auch auszugsweise, ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung der Redaktion erlaubt. Für unverlangt eingereichte Texte und Bilder übernimmt die Redaktion keine Verantwortung.

Sponsorenhinweis

Dank unseren Sponsoren ist der SVIK in der Lage, auch im nächsten Jahr ein attraktives Programm (SVIK-Konferenz, ASCI-Conférence, SVIK-Rating, SVIK-Awards, SVIK-Hearings, SVIK-Standardkurse und SVIK-Aus- und Weiterbildung (Forschung und Entwicklung) zu realisieren.



stahl
photographie



**DIE MEIST VERSTANDENE SPRACHE DER WELT
IST DIE BILDSPRACHE.** Almut Adler

STAHL PHOTOGRAPHIE GMBH
STAHL@STAHLPHOTO.CH, STAHLPHOTO.CH

«Bei uns beginnt jede Zusammenarbeit mit einem Gespräch. Darum laden wir Sie in unsere Agentur ein. Wollen Sie ein Anliegen zur Sprache bringen, das Ihnen unter den Nägeln brennt, unsere Meinung einholen oder uns ganz einfach kennenlernen? Wir freuen uns auf Sie!»

PRIME

PR, WERBUNG, BRANDING.

Prime, Staffelstrasse 12, 8045 Zürich, Telefon +41 44 287 36 36, info@prime.ch, www.prime.ch

