

KAMPAGNE DER WOCHE



Hier wird gegessen, nicht geplaudert: Werbung für tibits.

«tibits – wo Frauen essen statt reden»

tibits muss in der Schweiz nicht mehr vorgestellt werden. Die vegetarischen Restaurants mit Bar und Take-away erfreuen sich grosser Beliebtheit. Trotzdem hat man sich bei tibits für eine neue Werbekampagne entschieden. Denn man hat herausgefunden, dass eine Bevölkerungsgruppe in den Restaurants klar untervertreten ist: Die Männer.

Nur: Wie kriegt man die Männer dazu, ihre Freundinnen in ein vegetarisches Restaurant zu begleiten? Man muss ihnen einen speziellen Grund liefern. Den findet man, wenn man beobachtet, was Frauen im tibits machen: Sie essen. Sie sind tatsächlich mit vollen Tellern beschäftigt. Das bedeutet nicht nur ei-

ne gute Küche, sondern auch, dass man hier eine friedliche Zeit mit seiner Freundin verbringt. Denn wer isst, spricht nicht. Nörgelt nicht. Quengelt nicht. Und so heisst die neue Kampagne: tibits – wo Frauen essen statt reden.

Auftraggeber: tibits. Verantwortlich: Anna Di Maio, Reto Frei, Daniel Frei; Werbeagentur: Wirz Werbung AG, Zürich; AD: Barbara Hartmann, Texter: Tom Zürcher, CD: Matthias Freuler, Grafik: Iwan von Rickenbach, Beratung: Petra Dreyfus, Mikael Haak, Art Buying: Nicole Zehnder, Strategie: Gordon Nemitz, Fotografie: Jonathan Heyer. (per)

www.persoelich.com

Nie ist richtige Kommunikation zwingender als in der Krise

Wenn die Krise kommt, gerät mitunter auch die Kommunikation in die Krise. Sei es, dass man es in fahrlässiger Weise unterlassen hat, sich auf mögliche Krisenszenarien vorzubereiten, sei es, dass während der Krise praxiserprobte Spielregeln über Bord geworfen werden. Beides ist vermeidbar und deshalb nicht zu entschuldigen. Die Qualität eines Kommunikationsdispositivs zeigt sich erst in ausserordentlichen Lagen.

Die Krise demonstriert in aller Deutlichkeit, worum es letztlich immer geht: Um das Aktivum «Vertrauen». Dieses hat die unangenehme Eigenschaft, dass es literweise verloren geht, aber nur tropfenweise gewonnen werden kann. Dieser Asymmetrie sind sich anscheinend immer noch viele Akteure nicht bewusst, und das erstaunlicherweise auch auf obersten Führungsetagen.

Geradezu exemplarisch kommt dies in der Gegenüberstellung der «Methode Kurer» mit der «Methode Grübel» im Fall UBS zum Ausdruck. Im erstgenannten Fall hörte man in kritischen Phasen nichts, oder wenn, dann wurde zu lange versucht, die tatsächlich höchst ungemütliche Situation schönzureden, und die schlechten Nachrichten wurden nur häppchenweise verabreicht. Ausserdem traten verschiedene Exponenten nach aussen auf, und zeitweise wurden Mediensprecher vorgeschoben, wo klar der

Kapitän auf die Brücke gehört hätte. Diese Strategie hatte zur Folge, dass die Bank der Entwicklung meistens hinterherrannte. Zudem war über längere Zeit nichts zur künftigen Strategie zu vernehmen. Kein Wunder also, fiel die Reputation in den Keller, schwand das Vertrauen, flossen Kundengelder ab. Denn: Nie ist richtige Kommunikation zwingender als in kritischen Phasen. Ganz anders der Kommunika-

weil man es eben tatsächlich nicht wusste und es zum Teil auch ausserhalb des Einflussbereichs der Bank liegt.

Ungeachtet seines mitunter etwas knorrig wirkenden Stils stiess Oswald Grübel damit – als klarer Hauptkommunikator – weitherum auf Zustimmung, obwohl er in dieser ersten Phase nur Blut, Schweiß und Tränen ankündigte. Aber er hat dank einer raschen und dezidierten Kommunikation, die der aktuellen Lage und der Erwartungshaltung der Anspruchsgruppen gerecht wurde, wieder ein Stück Glaubwürdigkeit hergestellt und damit einen ersten Schritt zum Wiederaufbau des Vertrauens getan.

Dabei befolgte er bloss bewährte Spielregeln, die für die Kommunikation in ausserordentlichen Lagen immer gelten (sollten) und viel mit gesundem Menschenverstand zu tun haben. Letztlich geht es um gezieltes Erwartungsmanagement mit den drei obersten Maximen Transparenz (Offenheit, Klarheit, Ehrlichkeit), Berechenbarkeit (Kontinuität) und Nachvollziehbarkeit (Verständlichkeit). Damit ist der Erfolg zwar noch nicht gesichert, aber mindestens von der Kommunikationsseite her die Voraussetzung gegeben, um besser über stürmische Zeiten hinwegzukommen.



PETER EBERHARD

«Ungeachtet seines mitunter etwas knorrig wirkenden Stils stiess Grübel weitherum auf Zustimmung.»

stils des neuen UBS-Chefs: Vom ersten Tag an schnörkellose Offenlegung der Probleme, verbunden mit der Ankündigung und sofort darauf auch Initiierung von harten, aber nachvollziehbaren Massnahmen. Dazu das ehrliche Eingeständnis, dass man zurzeit nicht sagen könne, wann das Schiff wieder auf Kurs sei –



**Max R. Hungerbühler** (64, Bild) tritt beim St. Galler Stickereiunternehmen Bischoff Textil AG Ende Jahr nach 17 Jahren an der Spitze als Vorsitzender der Geschäftsleitung zurück. Die operative Führung übernehmen gemeinsam **Markus Hungerbühler** (VR-Delegierter/Geschäftsführer Produktion/Organisation) und **Thomas Meyer** (Geschäftsführer Marketing); beide gehören bereits heute der Geschäftsleitung an. Max R. Hungerbühler bleibt VR-Präsident. Das Stickereiunternehmen beschäftigt (inklusive Beteiligungen) weltweit rund 1000 Angestellte. Max R. Hungerbühler ist zudem Präsident des Textilverbands Schweiz.



**Marco Gredig** (41) übernimmt bei Cargologic, Zürich-Flughafen, den neu geschaffenen Bereich Sales, Marketing und Business Development. Gredig gilt als ausgewiesener Branchenexperte im Aircargo-Bereich und hat über 20 Jahre Logistik-Berufserfahrung.

**Sascha Dreier** (38) wird bei Steria Schweiz neuer Leiter der Business Intelligence Unit mit zehn ausgewiesenen BI-Fachexperten. Er berichtet an **Willy Messmer**, Mitglied der Geschäftsleitung und Leiter Business Consulting.



**Walter Althaus** (60) ist neu selbstständiger Berater sowie Trainer und gründet die Althaus Consulting & Training GmbH in Zofingen. Zur Jahresmitte trat Althaus als Aus- und Weiterbildungsleiter der Publicitas-Gruppe zurück. Er steht nun neu für Projekt- und Konzeptaufgaben zur Verfügung, organisiert Trainings und Coaching sowie Projekte in den Bereichen Kaderentwicklung und

Assessment. Die Erfahrung hat sich Althaus in je fast 20 Jahren bei Ringier und Publicitas geholt, davon 14 Jahre in geschäftsleitender Funktion. Althaus ist zudem Dozent und Kursleiter beim Medieninstitut des Verbandes Schweizer Presse und am Sawi.



**Yannick Chevaller**, der seit bald zwei Jahren die Agentur in Genf führt, wurde bei McCann Erickson mit sofortiger Wirkung zum Mitglied der Schweizer Direktion befördert.

**Michaela Schäfer** (42) wurde von der Lamprecht AG in Regensdorf zur neuen Bereichsleiterin Marketing ernannt; sie nimmt Einsitz in die Geschäftsleitung des Unternehmens für Konsumgüter und Hygiene-Produkte im Gesundheitsmarkt. Schäfer war drei Jahre bei der IVF Hartmann-Gruppe in Neuhausen tätig, wo sie die Unternehmens- und Marketingkommunikation aufbaute und leitete. Weitere Stationen ihrer beruflichen Laufbahn waren unter

anderem der französische Kosmetikkonzern Yves Rocher, die Marktführerin im Bereich Naturkosmetik, Annemarie Börlind, sowie der Schweizer Energiekonzern Axpo.



**Marlies Keck** (32, Bild) ist ab 1. Oktober 2009 für Ticketcorner, Rümliang, als PR-Managerin im Einsatz und in dieser Funktion auch als Mediensprecherin sowie als Chefredaktorin des Freizeitmagazins «More» tätig. Keck absolvierte ihre Ausbildungen beim Schweizerischen PR-Institut und an der Hochschule für Wirtschaft (HWZ). Beruflich war sie unter anderem bei der Migros Bank tätig. Seit 2005 und bis Ende September betreut sie als PR-Beraterin der Agentur Publicum pmi diverse Gross-Events im Kultur- und Unterhaltungsbereich. Keck folgt auf **Christoph Soltmannowski**, der Ticketcorner Ende Juli verlässt, um sich einer neuen Herausforderung als Leiter der Internen Kommunikation bei Swiss International Air Lines

zu stellen. Ad interim wird bei Ticketcorner **Stefan Epli** als Mediensprecher und PR-Manager im Einsatz sein.

**Alexandra Reich** übernimmt per 1. August 2009 die Leitung der eigenen Vertriebskanäle wie Shops und Help Points im Bereich Privatkunden von Swisscom Schweiz. Sie tritt damit die Nachfolge von **Jean-Louis Mathez** an, der den neu geschaffenen Bereich Drittmarken-Angebote leiten wird. Reich verfügt über langjährige Erfahrung im Telekommunikationsbereich auf internationaler Ebene. Nach ihrem Einstieg 1998 ins Telekommunikationsgeschäft bei VIAG Interkom in Deutschland folgten weitere Karriereschritte bei T-Online (Deutsche Telekom) in Wien, United Telecommunications Austria und Sunrise.



**Stefan Flückiger** (49, Bild) wird neuer Geschäftsführer der Bio Suisse; er wird seine Stelle in Basel Mitte Au-

gust 2009 antreten. Der promovierte Agrarökonom ist in der Landwirtschaft und in der Wirtschaft bestens vernetzt. Vor seiner einjährigen Weiterbildung in Public Affairs und Lobbying in Brüssel war er während sieben Jahren beim Migros-Genossenschaftsbund als stellvertretender Leiter Direktion Wirtschaftspolitik tätig. Eine weitere berufliche Station war das Volkswirtschaftsdepartement des Kantons St. Gallen, wo Flückiger verschiedene Reformprojekte der Absatzförderung und Regionalentwicklung leitete. Davor war er am Institut für Agrarwirtschaft der ETH Zürich und dissertierte über die Auswirkungen von Klimaänderungen auf die Agrarmärkte. Flückiger tritt die Nachfolge von **Markus Arbenz** an, der auf Anfang August nach dreijähriger Tätigkeit bei Bio Suisse die Direktion des Bio-Weltverbandes IFOAM in Bonn übernimmt.

**Bruno W. Claus**, Chur, wurde als Präsident des Schweizerischen Carrosserieverbandes (VSCI) durch den bisherigen VSCI-Vizepräsidenten **Hans-Peter Schneider**



(Bild), Inhaber der Carrosserie Schneider AG, Zwingen BL, abgelöst. Neuer Vizepräsident ist **Marco Flückiger**, Carrozzeria Moderna SA, Locarno.



**Markus Staub** (Bild), bisheriger Vize-Präsident, wurde an der GV des Verbandes der Schweizer Druckindustrie (VSD) zum neuen Präsidenten gewählt. Staub ist Geschäftsführer der Rondo AG, einer im Verpackungsdruck tätigen Unternehmensgruppe, die in der Schweiz 240 Personen beschäftigt und mit Niederlassungen in Tschechien und den USA vertreten ist. Er löst **Christophe Muth**, Professor an der Fachhochschule heig-vd, ab.



**Markus Wyss**, Brütten, wurde in den VR der Concordia Schweizerische Kranken- und Unfallversicherung, Luzern, gewählt. Wyss ist Leiter Global Markets und Mitglied der Geschäftsleitung der Osec in Zürich. Zuvor war er mehrere Jahre für die Axa Winterthur tätig. Wyss ersetzt **Bernard Ziegler**, welcher nach 15 Jahren als VR in den Ruhestand tritt. Zudem wurde bekannt, dass **Niklaus Küchler**, VR-Präsident der Concordia, nach zwölf Jahren als VR sowie vier Jahren als VR-Präsident per Mitte 2010 in den Ruhestand treten wird. Als neuer VR-Präsident werde der nächsten DV **Andreas Lauterburg** (Bild) vorgeschlagen, heisst es in Luzern. Lauterburg ist VR-Präsident der EuropTec und seit 2006 Mitglied des VR der Concordia. Als ehemaliges Direktionsmitglied der Concordia kenne er die Krankenversicherungsbranche bestens. Die Concordia zählt 682'000 Versicherte und ist mit einem jährlichen Prämienvolumen von 1,8 Mrd Fr. einer der grössten Krankenversicherer der Schweiz.

CHEFSSEL

**Marion Klein** (Bild links) hat neu allein die operative Leitung von Pack Easy, einem typischen Familienunternehmen, inne. Als VR-Präsidentin wird sie bei der bedeutenden Schweizer Reisegepäck-Marke zudem auf strategischer Ebene von ihrem Bruder **Rainer Klein** als VR unterstützt. **Claus Klein**, der Pionier von Pack Easy, ist per Ende April 2009 aus dem VR ausgetreten, nachdem er die operative Leitung bereits 2006 an Marion und Rainer Klein übergeben hatte. Claus Klein wird aber weiterhin einzelne Kundensegmente betreuen. Rainer Klein hingegen hat sich entschieden, nach zwölf Jahren als Mitglied der Ge-

schäftsleitung per Ende Juli 2009 aus der operativen Leitung auszutreten; er will mit 44 Jahren noch einmal eine grundsätzlich neue berufliche Herausforderung annehmen. Er verbleibt jedoch im VR und wirkt weiterhin auf strategischer Ebene. **Heinz Rutishauser** (Bild rechts) ist zudem neu Mitglied der Geschäftsleitung und für Marketing & Verkauf zuständig. Rutishauser bringe mehr als 20 Jahre Management- und Vertriebserfahrung aus der Luxus- und Konsumgüterindustrie in

Setzen bei der Reisegepäck-Marke Pack Easy neue Akzente: Marion Klein und Heinz Rutishauser.



AUFSTEIGER



**Andreas Pfeiffer** (50, Bild) wurde vom VR der Kernkraftwerk Leibstadt AG (KKL) zum neuen Kraftwerksleiter gewählt. Der Deutsche tritt per Ende Jahr die Nachfolge von **Mario Schönenberger** an, der in den Ruhestand tritt. Das eidgenössische Nuklearsicherheitsinspektorat (ENSI) hat Pfeiffers Wahl geprüft und bestätigt, wie das KKL mitteilte. Pfeiffer arbeitet seit Januar 2006 für das Kernkraftwerk Leibstadt und führte die Abteilung Maschinentechnik. Seit anderthalb Jahren ist er Vizedirektor des KKL. Pfeiffer promovierte an der Universität in Karlsruhe (D) in Maschinenbau und arbeitete vor seinem Eintritt ins KKL in verschiedenen leitenden Positionen der Alstom Power AG.