

DAS BUCH DER WOCHE

Mit eigenen Emotionen intelligent umgehen

Das Konzept der emotionalen Intelligenz ist noch recht jung. Es war die hohe Aggressivität in der US-Gesellschaft, die den Autor Daniel Goleman, einen an der Harvard-Universität lehrenden Psychologen, zu den Recherchen für dieses Buch anregte. Das Resultat ist auch hierzulande bereits ein Klassiker der psychologischen Literatur – und das völlig zu Recht: Trotz seines wenig griffigen Themas ist das Buch sehr angenehm zu lesen, und die vielen Beispiele erhellen Golemans Theorie aufs Beste. Massenphänomene wie Depressionen oder Gewalt in Familien wurzeln häufig in Gefühlsdefiziten, die möglichst früh bekämpft und behandelt werden sollten. Der Autor weist diese Aufgabe vor allem den Schulen und dem Gesundheitssystem zu. Er liefert aber auch eine Fülle praktischer Hinweise, wie der Leser selbst seine emotionale Intelligenz trainieren kann, sei es zu Hause oder am Arbeitsplatz.



reiche Menschen mit niedrigem IQ, während andere, die einen hohen IQ besitzen, scheitern. Das liegt am Vorhandensein oder Fehlen gewisser Merkmale der emotionalen Intelligenz: Selbstbeherrschung, Eifer, Beharrlichkeit und die Fähigkeit zur Selbstmotivation. Wer seinen Kindern diese Eigenschaften vermittelt, erhöht ihre Chancen im Leben.

Ideal ist die Kombination von Selbstbeherrschung und Mitleid. Es ist erstrebenswert, die eigenen Impulse kontrollieren zu können, sich gleichzeitig aber die Fähigkeit zu erhalten, die Gefühle anderer Menschen wahrzunehmen. Das ist emotionale Intelligenz. Viele Manager sind der Meinung, am Arbeitsplatz komme es in erster Linie auf ihren Verstand an, nicht auf ihre emotionale Intelligenz. Das ist ein Irrtum. Wenn sie ihre Emotionen nicht im Griff haben, gehen ihnen wichtige Details und ihre Produktivität leidet. (getAbstract)

Daniel Goleman, Emotionale Intelligenz, Deutscher Taschenbuch Verlag, 2008, 423 Seiten. ISBN: 3423360208. 15.90 Fr. Zu bestellen bei buecher@handelszeitung.ch

«Good News»: Man kann nie alle Leute die ganze Zeit täuschen

Wenn Unternehmen und Organisationen in eine erklärungsbedürftige und damit oft kritische Situation geraten, heisst es rasch, das müsse mit der «richtigen» Kommunikation wieder hingebogen werden. Zu dieser Ansicht neigen vor allem kommunikationsunerfahrene Akteure, und allzu oft wird dann einfach um den heissen Brei herumgeredet.

Der Kommunikation kann aber nicht mehr zugemutet werden, als sie zu leisten vermag, und man kann sie auf die Länge auch nicht missbrauchen. Zwar ist es möglich, alle Leute eine gewisse Zeit einzunehmen, aber man kann nie alle Leute die ganze Zeit täuschen (Abraham Lincoln). Oder daraus abgeleitet: Eine positive Botschaft kann durchaus schlecht kommuniziert werden, aber eine negative auf Dauer nie positiv oder gar nicht. Denn zuletzt geht es immer um Inhalte.

Beispiel eins: Dem Bundesrat wurde in letzter Zeit vorgehalten, er kommuniziere schlecht, und mit einer besseren Kommunikation hätte einiger Ärger vermieden werden können. Stichworte sind Libyen, Fall UBS/USA, Auseinandersetzung über Steuerfragen mit Deutschland und der EU. Gewiss hat die stotternde und manchmal mehrstimmige Kommunikation der Landesregierung, kräftig unterstützt durch Parlamentarier, nicht geholfen, den Standpunkt

der Schweiz klarzumachen und ihren Verhandlungsspielraum zu vergrössern. Der Grundkonflikt, nämlich entgegengesetzte Auffassungen zu Steuerhinterziehung und rechtsstaatlichen Prinzipien, hätte sich aber auch bei professioneller PR nicht vermeiden lassen.

Beispiel zwei: Die Schweizer Bishopskonferenz hat soeben eine Imagekampagne unter dem Titel «Mehr Good News» lanciert, und

alles nicht nur zu kommunizieren, sondern auch umzusetzen.

Sicher soll die Rolle der Kommunikation nicht unterschätzt werden. Gerade in kritischen Situationen vermag sie den Handlungsspielraum temporär zu wahren. Im Extremfall kann sie auch tatsächlich vorübergehend neue Fakten schaffen, etwa mit dem Aufbau eines Bedrohungsszenarios. Geschickt vorexerziert hat dies Deutschland, indem es Details zur gestohlenen CD mit Bankdaten bewusst über Wochen zurückgehalten hat mit dem Effekt, dass sich immer mehr Deutsche mit un versteuerten Geldern in der Schweiz beim Fiskus anzeigten. Aber das ist nur ein Spiel auf Zeit, und es funktioniert nur ein Mal.



PETER EBERHARD

«Glaubwürdigkeit und Vertrauen entstehen nur durch das tatsächliche Verhalten und Handeln.»

das im zeitlichen Umfeld der Vorwürfe zu sexuellen Übergriffen. Um Gottes willen. Die einzig richtige Strategie wäre gewesen, zu den Fehlern zu stehen, zu erläutern, wie man die Vergangenheit aufarbeiten will, und glaubwürdig aufzulisten, was man zu tun gedenkt, damit so etwas möglichst nicht wieder vorkommt – und das

Kommunikation ist dann dauerhaft wirksam, wenn vorher die inhaltlichen Positionen abgesteckt worden sind. Glaubwürdigkeit und Vertrauen entstehen ausschliesslich durch das tatsächliche Verhalten und Handeln. An der Kommunikation liegt es, die Botschaften auf handwerklich professionelle Weise zu den Zielgruppen zu transportieren und im Idealfall einen fruchtbaren Dialog auszulösen. So, dass die Wahrnehmung des Publikums nicht mehr durch irrige Meinungen bestimmt wird, sondern durch die Tatsachen und Fakten selbst.

Peter Eberhard, Geschäftsführer/Inhaber, PEPR Peter Eberhard Public Relations, Oetwil am See.

KATAPULT

Blicken Sie nie hinter sich

Halten Sie sich vor Augen:

Diese sind nicht zufällig vorne angebracht. Alle beide.

Orientieren Sie sich an Vorbildern

Blicken Velo- oder Motorradrennfahrer ständig nach hinten, wenn sie gewinnen wollen? Also. Negativbeispiel: Lots Weib.

Seien Sie grosszügig

Überlassen Sie anderen, aus Ihren Fehlern zu lernen.

Tragen Sie Sorge zu sich

Wer über Leichen geht, sollte sich deren Anblick eh ersparen.

Und überhaupt:

Nach Ihnen sowieso die Sintflut.

Ein Motto auf den Weg:

«Was interessiert mich mein dummes Geschwätz von gestern.» (Konrad Adenauer)

SESSELWECHSEL



Ulrich von der Brèlie (42) wurde vom Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen Deloitte, Zürich, zum neuen Leiter Post Merger Integration ernannt. Von der Brèlie hat für Deloitte europaweit einige der grössten Integrations- und Abspaltungsprojekte für Nestlé, Adecco, Shell, Lloyds Banking Group und andere Grossunternehmen geleitet. Vor seiner Zeit bei Deloitte in der Schweiz war von der Brèlie sieben Jahre im Bereich Post Merger Integration bei Deloitte in London tätig.

Dennis Vucina und **Peter Saxer** kommen zur Deutschen Bank nach Zürich und bauen den Bereich Global Markets weiter aus. Vucina, der in den vergangenen zehn Jahren für BNP Paribas tätig war, wird den Bereich Schweizer Franken Debt Capital Markets Syndicate der Deutschen Bank leiten. Mit über 20 Jahren Erfahrung in der Branche, zuletzt bei BNP Paribas, verstärkt Saxer den Bereich Schweizer Franken Bond Sales. Beide berichten an **Gregor Guggisberg**, Head of Global Markets, Zürich.



Simon Messner (41) wurde von Swissport International, Zürich, auf den 1. Juli 2010 zum Vice President und

Leiter Operations ernannt. In dieser neu geschaffenen Funktion wird er einerseits (gemeinsam mit den lokalen Organisationen) beim globalen Leader im Bodenabfertigungsgeschäft für die operativen Belange der Märkte verantwortlich sein und andererseits den Hauptsitzbereichen mit Operations-Support, Quality/Health/Safety, e-Services und SwisSPORT Formula vorstehen. Messner wird nach neunjähriger Tätigkeit als Associate Principal bei McKinsey & Company in Frankfurt die neu geschaffene Stelle antreten.

Hans Lerch präsidiert als Vice Chairman & CEO die neu formierte Hotelplan Group, Wallisellen. Weitere Mitglieder der GL sind **Thomas Stürnimann** (CEO Hotelplan Suisse und Stellvertreter des CEO Hotelplan Group) und **Markus Glesti** (CFO Hotelplan Group). Mitglieder der erweiterten Geschäftsleitung sind **Guido Kaufmann** (CIO Hotelplan Group), **Lukas Zurkinden** (Leiter HR Hotelplan Group), **Marco Cisini** (CEO Hotelplan Italien), **Litsa Constantinou** (CEO Ing-hams), **Boris Burykin** (CEO Ascent Travel), **Simon Lehmann** (CEO Interhome) und **Roland Zeller** (CEO travel.ch). Ab dieser Woche gilt die neue Strukturierung der Geschäftstätigkeiten mit den drei Bereichen Full Service Travel Operations, Specialised Tour Operating sowie Travel Related & Online Services. Zudem

werden Corporate Communications und Corporate Development neu im Konzern-Organigramm aufgeführt. Neu wird die Schweizer Ländergesellschaft nicht mehr als M-Travel Switzerland, sondern mit dem Firmennamen Hotelplan Suisse auftreten.



Andreas Dietrich (47), der ehemalige Chief Information Officer (CIO) der SBB, verstärkt neu den VR von Online Travel, Koblenz/Zürich. Dietrich begann seine Karriere 1990 bei Kuoni als Leiter Software-Entwicklung, wo er insgesamt zehn Jahre tätig und sich zuletzt als CIO für die IT des gesamten Konzerns verantwortlich zeichnete. Es folgten weitere wichtige Stationen in der Touristik- und IT-Branche, unter anderem bei IBM, bei der SAirGroup bzw. deren Tochtergesellschaft Fluggesellschaft LTU in Düsseldorf. Als CIO von Thomas Cook (Oberursel, Frankfurt) war er für die IT

des zweitgrössten Touristikkonzerns Europas verantwortlich.



Rainer Flaig (47) wird ab 1. Oktober 2010 die operative Führung der Saas-Fee Bergbahnen AG übernehmen. Flaig ist zurzeit CEO der Lenzerheide Bergbahnen AG und ist hier für die Geschäftsbereiche Technik, Marketing, Beschneidung, Facility Management, Personal, Finanzen und Gastronomie verantwortlich. Flaig verfügt über einen Fachhochschul-Abschluss als Dipl.-Masch.-Ing. FH und Dipl.-Wirtsch.-Ing. FH. Im Jahre 2004 hat er im Weiteren an der Hochschule St. Gallen das Zusatzstudium Executive MBA HSG abgeschlossen. Als CEO führte er ab 1997 während fünf Jahren die Pilatus Bahnen in Luzern und fusionierte hier die Kriensereggbahn mit der Pilatusbahn. 2002 übernahm er die Geschäftsführung der Bergbahnen Danis Stätz AG auf der Lenzerheide und führte

das Unternehmen zur rentabelsten Bergbahn der Schweiz.



Heinz Karrer (Bild), CEO der Axpo Holding AG, wurde an der GV von Swisselectric zum neuen Präsidenten gewählt. Er wird Nachfolger von **Hans Schweickardt**, VR-Präsident der Alpiq Holding AG, der nach zwei Amtszeiten zurückertritt. Laut einer Medienmitteilung bleibt Schweickardt im Vorstand und übernimmt das Amt des Vizepräsidenten. Swisselectric wurde 2002 gegründet und besteht aus den Mitgliedern Alpiq, Axpo, BKW, CKW und EGL. Die Mitgliederunternehmen produzieren jährlich über 50000 Gigawattstunden Strom (Produktion Schweiz 6000 GWh). Sie haben zusammen einen Jahresumsatz von gegen 25 Mrd. Fr. und mehr als 14000 Beschäftigte.

Ramon Schwarz hat bei Serranetga, Zürich, seine neue Position als CFO und Mitglied der Geschäfts-



leitung angetreten. Schwarz hat einen Master der Universität Zürich in Management and Economics und ist diplomierter Wirtschaftsprüfer. Die letzten fünf Jahre hat er in der Wirtschaftsprüfung von Deloitte AG Kunden betreut.



Ghislain de Kerviller ist neuer Chef der Schweizer Niederlassung von International SOS, dem weltgrössten Healthcare- und Krisenmanagement-Dienstleister. Allein im Rahmen des schweren Erdbebens auf Haiti vom 12. Januar 2010 hat International SOS über 100 Unternehmen, Regierungsorganisationen, NGO und weitere Kunden in der Notfallintervention und im Krisenmanagement unterstützt.

Den «Sesselwechsel des Tages» finden Sie unter: www.handelszeitung.ch

CHEFSSEL

Urs Jäckli (33) wird per 1. August 2010 die Leitung des TTW in Montreux übernehmen. Jäckli absolvierte eine kaufmännische Reisebürolehre bei Hotelplan und wechselte 2000 als Sachbearbeiter Sales & Operations Fernflug Ost ins Touroperating seines Lehrbetriebes. Ab August 2001 absolvierte er in den USA einen Arbeitseinsatz mit anschliessender Reise durch die USA; er sammelte in San Francisco Airline- und Airport-Erfahrungen bei Swissport, wo er für Lufthansa und Singapore Airlines als Customer Service Agent wirkte. Von Mitte 2002 war er wieder bei Hotelplan am

Hauptsitz in verschiedenen Funktionen tätig. Er wurde als Sachbearbeiter Helpdesk, Product Manager Wheels Nord-/Lateinamerika und Fly & Drive, Assistant Market Manager Hotelplan, Product Manager Wheels (Mitglied des Kaders) und Planer Marketing Touroperating eingesetzt. Im Mai 2009 trat er bei Hotelplan aus und wechselte zu Holiday Autos (Schweiz) GmbH in Merenschwand, um die Position eines Director Sales & Marketing zu übernehmen. Im Oktober 2009 schloss er sein berufsbegleitendes Studium an der HWZ (Hochschule für Wirtschaft Zürich) mit dem Ba-

achelor of Science ZFH in Betriebsökonomie mit Vertiefung in General Management ab. Der nächste TTW findet in Montreux am 3. und 4. November 2010 statt.



Leitet neu die Tourismusfachmesse TTW in Montreux: Urs Jäckli.

AUFSTEIGER



Charles Neuhaus (Bild) ist bei Ricoh Schweiz, Wallisellen, neuer Director Human Resources. Unter der Leitung von Neuhaus soll das Konzept «Lernende» umgesetzt sowie die Arbeitgebermarke Ricoh gestärkt werden, teilt der Lösungsanbieter für moderne Bürokommunikation und unternehmensweites Druck- und Dokumenten-Management mit. Die beruflichen Stationen von Neuhaus: 1990-1997 Human Resources Manager bei Metro International Services AG; 1997-2003 Head of Human Resources bei Coca-Cola Beverages AG; 2003-2009 Human Resources Director bei SAP Schweiz AG.

ANZEIGE

«Die Leistung ist noch besser als versprochen!»

Marco Roszkamp, Glametek GmbH

Adress- & Kontaktverwaltung • Dokumentenablage • Fibu • Lohn • Einkauf • Lager • Auftrag Faktura • Debitoren • Kreditoren

Gratis Fibu & Infos: www.buspro.ch

BusPro
Das Business-Programm