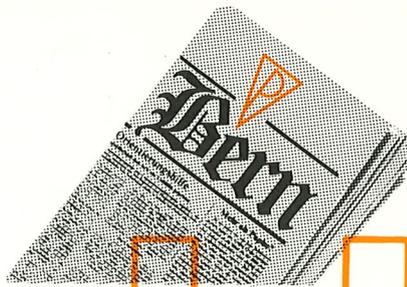


Nr. 1.
Juni 1990



Extrablatt

Hauszeitung der Publicitas Bern
Redaktionskontakte: H. Kropf, J. Tiete, Produktion: A. Rufenacht

Schirmherrschaft 1990?



Das Extrablatt wünscht Ihnen
einen schönen Sommer.
Sie haben ihn verdient.



PUBLICITAS - mit der Presse gross geworden

In knapp zwei Wochen feiern wir gemeinsam den 100. Geburtstag unserer Gesellschaft. Ein Ereignis, welches einlädt, Rückschau zu halten und einen Blick in die Zukunft zu tun.

Wo und wann wurde die P gegründet ?

Die Wurzeln der Publicitas SA reichen zurück bis ins Jahr 1855, sie sind eng verbunden mit der Entwicklung des Presse- und Publizitätswesens um die Mitte des letzten Jahrhunderts. In der damals dänischen Stadt Altona bei Hamburg wurde vom ideenreichen Volkswirtschaftler Haasenstein die erste Insertions-Agentur als Verbindung zwischen den Inserenten und den Zeitungen gegründet.

Dank blühendem Geschäftsgang konnte schon 1868 ein erstes Schweizer Büro in Basel eröffnet werden, wenige Jahre später entstand eine weitere Zweigstelle in Genf und aus dieser entwickelte sich schliesslich der Schweizer Hauptsitz. Die Gründung der Filiale Bern, verbunden mit der Pachtübernahme des BUND, erfolgte 1873.

Aus der schweizerischen Tochtergesellschaft entstand vor hundert Jahren, also im Jahre 1890, durch Trennung von der deutschen Muttergesellschaft eine selbständige Unternehmung mit ausschliesslich schweizerischem Kapital. Seit 1916 führt sie den Namen Publicitas, und seit 1929 befindet sich deren Hauptsitz in Lausanne, von wo aus sich sehr rasch die Geschäftstätigkeit auf die gesamte Schweiz ausweitete.

Die Krise der dreissiger Jahre mit Arbeitslosigkeit und Wirtschaftsdepression sowie die Zweit-Weltkriegs-Jahre waren für Publicitas wie für die gesamte Presse eine sehr schwierige Zeit. Ab den fünfziger Jahren aber begann eine Aera des Aufstiegs und des blühenden Wachstums, die bis heute praktisch keinen Unterbruch erfuhr.

Publicitas heute

Ein wichtiges Datum und einen neuen Zeitabschnitt markiert der 1. Januar 1989: Mit der Publicitas SA Schweizerische Werbegesellschaft wurde rechtlich ein selbständiges Profit Center als Tochtergesellschaft der Publicitas Holding SA geschaffen, die ihrerseits zahlreiche Beteiligungen an schweizerischen und ausländischen Gesellschaften hält. Das Aktienkapital der Publicitas SA von 30 Millionen Franken liegt gänzlich in den Händen der Holding.



Mit einem Jahresumsatz von mehr als einer Milliarde Franken und einem Mitarbeiterbestand von rund 1500 Personen ist Publicitas die führende Werbegesellschaft der Schweiz, sie gehört damit zu den vierzig grössten Unternehmen unseres Landes. Sie ist spezialisiert auf die Exklusivbetreuung des Inseratenteils von Zeitungen und auf die Vermittlung von Anzeigen für sämtliche Publikationsorgane. Seit ihrer Gründung ist sie führend in diesem Bereich und hält heute einen Marktanteil von mehr als 40 Prozent am Gesamtvolumen beziehungsweise von gut 60 Prozent innerhalb der Tagespresse.

Im Jahre 1989 erreichte der konsolidierte Umsatz 2,15 Milliarden Franken (+ 13,5 % gegenüber 1988). Die wichtigste Gruppengesellschaft, die Publicitas, Schweizerische Werbegesellschaft, steigerte ihren Umsatz um 4,6 % auf 1,114 Milliarden Franken. Das Geschäftsjahr war wiederum geprägt von einer markanten Ausweitung der Stelleninserate, deren Anteil am Umsatz 29 % erreichte.

Die stärksten Wachstumsraten verzeichneten die Publicitas Spanien (+ 33 %) sowie das Netz internationaler Vertretungen "GPI, Gruppe Publicitas International" (+ 27 %).

In der Beilage erhalten Sie ein Exemplar des Jahresberichtes 1989, mit dem Publicitas erstmals in ihrer 100-jährigen Geschichte ein konsolidiertes Ergebnis publiziert.

Herausforderungen der neunziger Jahre

In einer Zeit des allgemeinen Umbruchs, geprägt vor allem von Bemühungen um eine Neuordnung Europas, ist es heikel, heute beurteilen zu wollen, was morgen und übermorgen sein wird. Das gilt auch für die lange Zeit durch ausgesprochene Stabilität gekennzeichnete Werbewirtschaft. Gewiss ist indessen eines: Auch die Kommunikationsbranche wird dieser neuen Situation Rechnung tragen müssen.

Dazu gehören ganz gewiss die fortschreitende Wirtschaftsintegration in Europa, die Deregulierung vieler Märkte, das Entstehen eines gesamteuropäischen Kulturraums, das Erstarren der elektronischen Medien und die wachsende Konkurrenz anderweitiger Publizitätsformen sowie schliesslich zunehmende Konzentrations- und Fusionsvorgänge im Verlagsbereich. Aus diesen Entwicklungen ergeben sich für Publicitas und ihre Partner, die Verleger, einzigartige Chancen und Herausforderungen.

In diesem neuen Umfeld wird die Meinungspresse alle ihre Trümpfe behalten. Sie wird das bevorzugte Informationsmittel im regionalen und lokalen Bereich bleiben, dort also, wo die Entwicklungsschwerpunkte der Gesellschaft von morgen liegen.

Auch im Inserentenmarkt wird die Presse von morgen ihre Führungsfunktion bewahren. Die Werbeaufwendungen in der gedruckten Presse werden weiter ansteigen, und zwar leicht über das Niveau der mutmasslichen Entwicklung des Bruttoinlandprodukts von 1,5 bis 2 Prozent pro Jahr bis zum Ende dieses Jahrtausends.



Doch zur Zukunftsbeurteilung gehören aus der Sicht von Publicitas noch andere Vorgaben, und diese finden sich primär im eigenen Marktverhalten. Es wird auch weiterhin das oberste Bestreben bleiben, die Bedürfnisse der Inseratenkunden und Verleger optimal zu befriedigen. Publicitas hat sich zum Ziel gesetzt, in den bewährten Aktivitäten und aufbauend auf einem reichen Erfahrungsschatz, den Zusatznutzen aller Dienstleistungen in Richtung Rationalisierungseffekte zu steigern.

Als Beispiel mag das bereits seit 1988 laufende und ständig weiterentwickelte Projekt für die direkte immaterielle Uebermittlung von Inseratexten in die Satzsysteme der Verlage dienen. Ausserdem wird zusammen mit den Partnern des Verbandes Schweizerischer Werbegesellschaften (VSW) eine informatisierte Datenbank aufgebaut, welche durch raschen Zugriff eine komplette und ständig aktualisierte Uebersicht über die ganze Schweizer Presselandschaft ermöglicht. Konsequenterweise wird auch das Erstellen von Programmen zur Insertionsplanung und Medienauswahl mit Computerhilfe fortgesetzt.

Publicitas sieht in effizienten Managementmethoden und moderner Technik unabdingbare Voraussetzungen für die Weiterentwicklung der traditionsreichen Vermittlertätigkeit in der Pressewerbung. Dabei steht ebenso fest, dass der Erfolg einer so anspruchsvollen Dienstleistung entscheidend von der Qualität der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter abhängt. Deshalb liegt der wohl wichtigste strategische Ansatzpunkt in einer weiteren Steigerung der Motivation und Qualifikation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Publicitas.

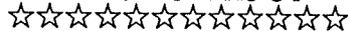
Hans Fahrni



"Weihnachten



im Dezember"



Eine frohe Kunde kommt von der Generaldirektion aus Lausanne:

"Da Weihnachten und Neujahr auf einen Dienstag fallen haben wir beschlossen, allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern

zwei zusätzliche freie Tage

zu gewähren. Die Büros werden somit am 24. und 31. Dezember geschlossen bleiben."

Wenn nötig, wird ein Pikettdienst organisiert. Natürlich mit Kompensationsrecht nach Uebereinkunft.

Doch zunächst freuen wir uns auf das Personalfest vom 29. Juni in Rolle.

Da es kaum Gründe für ein Fernbleiben gibt, sind Sie bitte pünktlich vor dem Haupteingang der City West. Abfahrt unwiderruflich um 9.10 Uhr! Herr Gloor wird Ihnen dankbar sein.

Viel Freude und erlebnisreiche Stunden wünscht Ihnen die EXTRABLATT Redaktion.

Übersicht über unsere Jubiläums-Veranstaltungen:

- 29.6.90 Jubiläumsfeier für das gesamte Personal der Publicitas Schweiz in Rolle.
- 7.9.90 "Fuer" mit der Berner Rock-Band PHON ROLL für die am Inserat-Gestaltungswettbewerb beteiligten KV-Klassen mit deren Rektoren, Lehrern und Paten sowie für unser Lehrpersonal.
Ort: "Schweizerbund" Länggassstrasse, Bern.

- 18.10.90 Grossanlass der Filiale Bern für geladene Gäste aus Politik und Wirtschaft, für Verleger, Grosskunden und Werbeagenturen im Kurssaal Bern.
- 9.11.90 Die Berner P-Familie feiert den 100. Geburtstag mit Angehörigen. (Beachten Sie den speziellen Beitrag)
- Nov./ Dez. Jubiläums-Veranstaltung im Rahmen des Werbeklubs Bern.



Freitag, 9. November 1990
Jubiläumsfest der Berner P-Familie

JT. Das gab's noch nie in Bern. In Direktion und Kader reifte die Idee heran, das "100-Jährige" nicht allein unter uns zu feiern. Vielmehr sollen unsere Ehepartner, Freund oder Freundin zu diesem festlichen Anlass unsere Gäste sein. Sie alle sollen erleben, dass wir bei der "P" neben der Arbeit auch etwas vom guten Essen und Trinken halten und es verstehen, stimmungsvolle und erinnerungswürdige Feste zu feiern. Mit der fröhlich-festlichen Umsetzung der Idee wurde ein Organisationskomitee beauftragt. Hätten Sie etwas Originelles beizusteuern? Joachim Tiete, Tel. 214, nimmt bereits jetzt Ihre Anregungen entgegen. Sie werden doch mit "Anhang" teilnehmen? Schön wär's auf jeden Fall. Doch noch wichtiger ist uns, dass wir von Ihnen keine Absage erhalten. Bedenken Sie: Wenn Sie auch noch so jung sind, bis zum nächsten "100sten" können auch Sie nicht warten!

Der Publicitas Jubiläums-Sportsack findet grossen Anklang bei der KV-Jugend.

Selbstverständlich werden auch Sie alle diesen poppigen Sportsack (übrigens eine Kreation von Peter Moll) erhalten. Wir erwarten in Kürze die Lieferung und hoffen, dass er auch bei Ihnen gut ankommen und rege Verwendung finden wird.





Sind Ihnen
unsere Jubiläums-Inserate
bereits aufgefallen ?

100 Jahre Publicitas

Jugendliche gestalten die Jubiläumskampagne

Mit einer von Jugendlichen gestalteten nationalen Inseratenkampagne legte Publicitas den Hauptakzent ihrer Jubiläumsaktivitäten auf die Tageszeitung als nach wie vor wichtigsten Werbeträger. Ab Ende Mai 1990 erschienen Hunderte von ganzseitigen farbigen Inseraten, die im Laufe der letzten Wochen und Monate von kaufmännischen Berufsschülern aus der ganzen Schweiz kreiert worden sind.

Mehr als 60 kaufmännische Berufsschulen sind dem Ruf von Publicitas gefolgt, das Thema "Werbung in der Zeitung" im Unterricht zu behandeln und auch in die Praxis umzusetzen. Die Idee stiess bei den Jugendlichen auf Begeisterung. Ueber 3'000 Lehrlinge beteiligten sich in 400 Klassen und Gruppen an der Aktion und reichten insgesamt 600 Inserate ein, von denen jetzt ein Drittel in den Pachtblättern von Publicitas und in einigen anderen Presseerzeugnissen veröffentlicht werden.

Die Themenwahl war den Jugendlichen freigestellt. Kritische Auseinandersetzung mit brennenden Problemen unserer Zeit wie beispielsweise Hunger und Elend in der Welt, Schutz der bedrohten Umwelt, Apartheid usw. sind vorherrschend. Die Inserate widerspiegeln die Sorge der jungen Generation über den Lauf der Welt. Daneben sind aber auch viele Sujets von Lebensfreude und Unbeschwertheit durchdrungen und mit den herkömmlichen Ausdrucksmitteln der Werbung umgesetzt worden. Erstaunlich, mit welchem Engagement, aber auch mit welcher Kreativität die Jugendlichen die anspruchsvolle Aufgabe gelöst haben.

In unserem Filialgebiet haben sich folgende Kaufmännischen Berufsschulen an der Jubiläums-Kampagne beteiligt:

| | | Schüler/innen |
|----------------------------|-----------|---------------|
| KV Bern | 3 Klassen | 57 |
| Berufsschule f. Verwaltung | 1 Klasse | 17 |

| | | |
|------------------|----------------------|-----------|
| KV Thun | 1 Klasse "Marketing" | 15 |
| KV Langnau | 1 Klasse | 17 |
| KV Interlaken | 2 Klassen | 35 |
| KV Saanen/Gstaad | 2 Klassen | 31 |
| KV Frutigen | 1 Klasse | 10 |
| KV Spiez | 2 Klassen | <u>25</u> |

207
===

Teilweise in Gruppen wurden von ihnen insgesamt 40 ganzseitige Inserate von ein- bis vierfarbig erarbeitet und nach einer schulinternen Jurierung eingereicht.

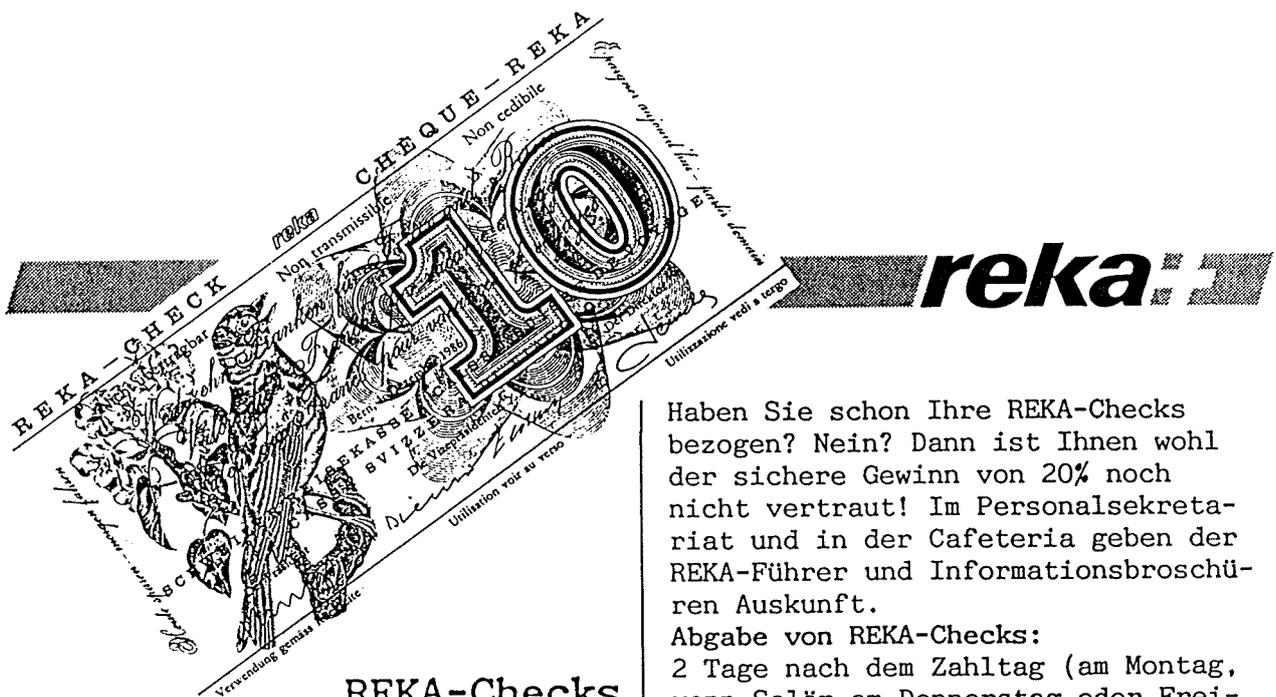
Im von Bern betreuten Filialgebiet der Publicitas Burgdorf haben sich folgende Kaufmännische Berufsschulen an der Jubiläums-Kampagne beteiligt:

| | | |
|--------------------|----------|---------------|
| | | Schüler/innen |
| KV Burgdorf | 1 Klasse | 14 |
| KV Herzogenbuchsee | 1 Klasse | 15 |
| KV Langenthal | 1 Klasse | 7 |
| KV Huttwil | 1 Klasse | <u>21</u> |

57
==

Das Ergebnis waren 8 ganzseitige Inserate, ein- bis vierfarbig, die nach einer schulinternen Jurierung eingereicht wurden.

Sie werden noch während des Jahres Gelegenheit haben, auszugsweise die Inserate in Ausstellungen zu sehen. Vor Ablauf des Jubiläums-Jahres werden sämtliche Sujets in einer Broschüre zusammengefasst erscheinen. JT



REKA-Checks
- der "Zustupf" zum
Feriengeld

Haben Sie schon Ihre REKA-Checks bezogen? Nein? Dann ist Ihnen wohl der sichere Gewinn von 20% noch nicht vertraut! Im Personalsekretariat und in der Cafeteria geben der REKA-Führer und Informationsbroschüren Auskunft.

Abgabe von REKA-Checks:

2 Tage nach dem Zahltag (am Montag, wenn Salär am Donnerstag oder Freitag) 10.00-11.30 oder 16.00-17.30 Uhr im Personalsekretariat (M.Bühlmann)



Wir heissen Sie willkommen

Neu bei uns - seit Anfang Jahr

- 01.01.90 Frl. Sandra Cotting
EK Stadtanzeiger
- 01.03.90 Frl. Astrid Zaugg
EK unverp. Ztg.
Frau Marianne Aeschbacher
P + V Berner Woche
- 01.04.90 Frau Brigitte Süffert
Assistentin Kundenberater i.A.
- 16.04.90 Frl. Ines Fink
Schalter City West
- 01.05.90 Frl. Regina Pfäffli
EK Konkurrenz + BZ
Frl. Monika Roth
Auftragserstellung
- 15.05.90 Frl. Brigitte Krebs
Bund, Bürogehilfin
- 01.06.90 Herr Lorenz Jenni
P + V div. Vertretungsblätter
Frl. Sabine Portner
Product Managerin
diverse Vertretungsblätter



Wir gratulieren herzlich

Dienstjubiläen der vergangenen Monate

- 01.01.90 Frl. Verena Käser
20 Dienstjahre
- 16.04.90 Frl. Irene Landtwing
5 Dienstjahre
Frl. Daniela Reinhard
5 Dienstjahre
Herr Roland Wüthrich
10 Dienstjahre
- 01.06.90 Herr Otto Hadorn
5 Dienstjahre

...und in naher Zukunft

- 18.07.90 Frl. Margrit Bühlmann
30 Dienstjahre
- 01.08.90 Frau Esther von Känel
5 Dienstjahre



Wir gratulieren herzlich

Runde Geburtstage seit Anfang Jahr 20 Jahre

- 05.02.90 Herr José Frey
- 04.03.90 Frl. Sylvia Spahr
- 04.06.90 Herr Tiziano Rizzo
- 11.06.90 Herr Bernt Maulaz
- 11.06.90 Frl. Karin Zürcher
- 22.06.90 Frau Ivka Martinovic

40 Jahre

- 15.01.90 Frau Marion Gurtner
- 15.04.90 Herr Heinz Gander

60 Jahre

- 09.06.90 Frl. Emerita Bärswyl

Pensionierte

70 Jahre

- 04.06.90 Herr Karl Denecke



Wir verabschieden und wünschen alles Glück für die Zukunft

- 31.05.90 Frl. Sabine Morscher
Schalter City West
Frl. Annette Wälti
Assistentin Kundenberater i.A.
Frl. Susanne Wyss
P + V Bund
- 30.06.90 Frau Adelheid Bossi
Print-Media-Dokumentation
- 31.07.90 Frl. Esther Ingold
Diagonal



Wir gratulieren

Erfolgreich bestandene Prüfungen

- Eidg. dipl. Marketingplaner**
Herr Raoul D. Wanger
- Verlagskaufmann**
Herr Ueli Utiger



Wir heissen Sie willkommen



Frau Marianne Aeschbacher wurde nach Jahren wieder von der Sehnsucht nach der P. gepackt und setzt sich nun halbtags für den Inseratverkauf der BERNER WOCHE ein. (Erste Erfolge waren bereits zu sehen.) Südamerikanische Rhythmen (es muss nicht unbedingt Lambada sein) entsprechen ihrem Temperament. Daheim freuen sich der Ehemann, 2 Hunde und ein Papagei, wenn sie nicht täglich mit der Liebblingsspeise "Pommes" gefüttert werden. Der Garten, Wandern, Zeichnen und Nähen sind noch erwähnenswerte Hobbies.



Frau Astrid Zaugg ist Verstärkung im Team der Erscheinungskontrolle. Im Sommer (hoffentlich kommt er bald!) ist Schwimmen ihr Ausgleich zur Arbeit. Und im Winter ist sie SCB-Fan. Statt aufs Glatteis begibt sie sich trotz allem lieber auf die Skipisten. Träumt sie von Ferien und Musik, so sind die Malediven, Australien und Tina Turner bevorzugte Gedanken. Ob wohl beim Genuss der Liebblingsspeise "Fondue Chinoise" auch etwas für das Kätzchen abfällt?



Frau Sabine Portner ist die neue Product Managerin der "Diversen Vertretungsblätter". Zur Zeit ist sie noch für ihren Berufsweg bei uns in der "Aufwärmphase". Jazz und Klassik sind ihr beliebtes Umfeld, um von einer Insel in der Karibik zu träumen. Als "Fisch" liebt sie andere Meeresfrüchte und ital. Gerichte. Zeichen ihrer Sportlichkeit sind Curling, Skifahren, Wasserski und Segeln.

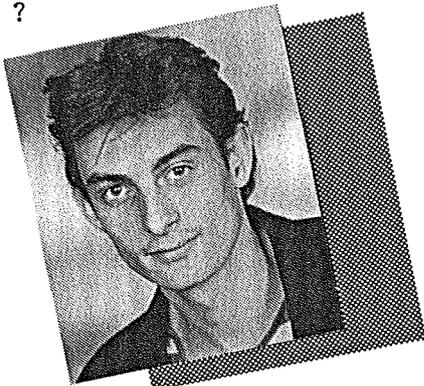


Suchbild! Wann haben Sie zum letzten Mal Peter Moll vom Markt- und Media-Forschungs-Service gesehen? Er stillt nicht etwa seine Ferienträume in Australien. Vielmehr löst er z. Zt. Spezialaufgaben in der P-Aarau. Big-Band, Jazz - speziell Lionell Hampton - und die Freude an seinen beiden Töchtern dienen nach dem beruflichen Alltag der Entspannung.

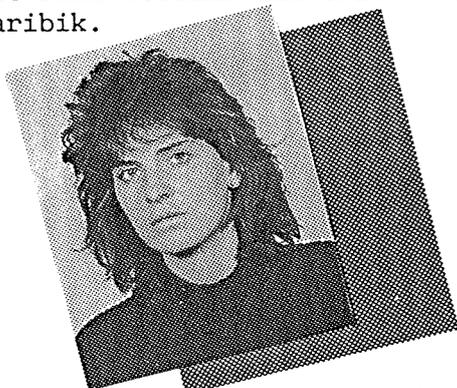


Frl. Ines Fink begegnen Sie am Schalter in der City West. Hier kann sie als ausgeglichener Waage-Typ den

unterschiedlichen Temperamenten der Schalterkunden begegnen. Ihre Feriengedanken fliehen in Richtung London, Kanada und Seychellen. Die Lieblingsspeise "Pizza" wird zum Glück rund um die City West serviert. Rock n' Roll, Tina Turner und Sinéad O'Conner sagen einiges über ihre musische Vitalität aus. Möchte es jemand mit ihr im Squash aufnehmen ?



Lorenz Jenni ist noch ganz frisch in der P-Familie. Für Promotion und Verkauf "diverser Pachttitel" sei ihm viel Erfolg gewünscht. Da er am Wochenende gerne ausschlafen möchte, vermuten wir während der Woche viel Einsatzfreude. Zur Fitness dient ihm Karate-Do. Und für Leib und Seele ? Er huldigt der chinesischen Küche, lauscht Phil Collins und träumt von der Karibik.



Frau Monika Roth, im Sternzeichen des Widders geboren, (dicht vom "Stier" bedrängt) ist eine neue tatkräftige Mitarbeiterin in der "Disposition". Sie liebt Gemüse, Pommes-frites mit Curry und würde sich in den Ferien gerne nach Australien oder auf die Malediven entführen lassen. Ob sie das Temperament der von ihr verehrten Tina Turner hat? (Fragen wir mal Herrn Sottaz!) "Sämi" heisst der von ihr geliebte Angora-Hamster. Hobbies hat sie viele. Lesen, Badminton, Billard gehören dazu.



Frau Brigitte Süffert zog es von der P-Basel nach Bern, wo sie ihre Berufserfahrung als Kundenberater-Assistentin für uns einsetzt. Neben ihrem Freund freuen sich auch Shirley und Mike, zwei Katzen, die gerne mit den Handarbeiten spielen, auf liebevolle Zuneigung. Wenn die Gedanken in die Ferienwelt entfliehen, dann suchen sie irgendwo in der Südsee Halt.


 Helfen Sie
 mit einer Ansichtskarte
 einem 7-jährigen
 Jungen. 

Von einem Kunden erhielten wir eine Bitte, die wir auszugsweise an Sie weiterleiten. Verhelfen Sie dem totkranken Jungen zur Erfüllung seines Wunsches.

Graig Shergold wohnt in England, ist 7 Jahre alt und leider unheilbar krank. Er wird nur noch kurze Zeit zu leben haben. Sein grösster Wunsch wäre es, in das "Guinness Book of Records" aufgenommen zu werden und zwar als Person, die die höchste Anzahl Ansichtskarten erhalten hat. Bitte senden Sie möglichst viele Karten an folgende Adresse:

Graig Shergold
 36, Shelby Road
 Carshalton
 SURREY SN 7 1 LD
 England

Herzlichen Dank für Ihre Bereitschaft.

Karl Denecke wird 70jährig

Ehemaliger «P»-Direktor



hf. Am Pfingstmontag feiert Karl Denecke, gewesener Direktor der Publicitas Bern, seinen 70. Geburtstag.

Seine berufliche Tätigkeit widmete der Jubilar von der Pike auf der Pressewerbung. Während dreier Jahrzehnte führte er mit Weitsicht und Geschick die Berner Niederlassung der Publicitas. Die Zeit seines verantwortlichen Wirkens war gekennzeichnet durch einige markante Medienereignisse. Das Aufkommen der elektronischen Medien veränderte die Massenkommunikation ebenso wie die zahlreichen Fusionen, Kooperationen und Neugründungen im Printbereich. Karl Denecke war praktisch zwei Verleger-Generationen ein kompetenter und weitsichtiger Gesprächspartner sowie Berater in allen Fragen des Anzeigenmarketings und der aufkommenden Medienforschung. Der Aufbau eines Informatiknetzwerkes trug ebenso die Handschrift von Karl Denecke wie der Bezug eines eigenen Bürohauses in der Berner City West.

Dem gebürtigen Glarner war auch die Aus- und Weiterbildung des beruflichen Nachwuchses ein stetes Anliegen.

Heute geniesst Karl Denecke im Kreise seiner Familie den wohlverdienten Ruhestand, und er freut sich immer wieder an einem guten Gespräch im Freundeskreis.

Liebe P-Kolleginnen und Kollegen

Wie ein Teil von Ihnen bereits weiss, bin ich ein grosser Pferdefan. Aus diesem Grund gelange ich mit folgender Bitte an Sie. Vielleicht haben Sie gehört, dass der Bundesrat den Beschluss gefasst hat, die EMPFA nach Avenches zu verlegen und an deren Stelle Bürogebäude und Park-and-Ride-Anlagen zu bauen. Jeder der die EMPFA kennt weiss, dass sie mit ihren Stallungen und dem wunderbaren Springgarten ein Kulturgut für die Stadt Bern darstellt. Die Petition "Pro EMPFA" hat aus diesem Grund eine Unterschriftensammlung zur Erhaltung der EMPFA gestartet, an deren Sammlung sich auch Privatpersonen (so z.B. auch ich) beteiligen. Falls noch weitere unter Ihnen sich dazu entschliessen könnten, die Initiative mit ihrer Unterschrift zu unterstützen (auch Ehepartner, Freunde und Bekannte), melden Sie sich bitte bis zum 10. August 1990 bei mir im Büro. Ich bedanke mich bei allen, die bereits unterschrieben haben, für die Beteiligung.

Herzlichen Dank
Carmen Dubach

ÜBRIGENS: EMPFA heisst
Eidgenössische Militärpferde-
anstalt

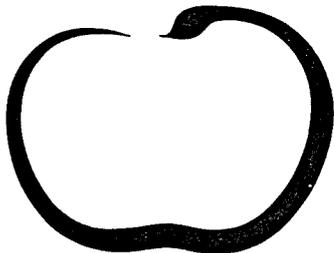


Der Unterschied zwischen Buch- und Offset-Druck – eine frivole Erklärung

In einem Seminar über Zeitungswissenschaft demonstrierte der Professor, ein Mann mit ebenso viel Witz wie Sachverstand seinen Studenten auf sehr einfache Weise den Unterschied zwischen den beiden wichtigsten Druckverfahren, Buchdruck und Offset. – Er bat eine hübsche Studentin, zu ihm nach vorne zu kommen. «Legen Sie bitte frischen Lippenstift auf», sagte er, «und geben Sie mir einen Kuss auf die Wange». «Das», sagte er, «ist Buchdruck», und wies auf die rot gezielte Wange. Dann zog er ein weisses Taschentuch aus der Brusttasche und drückte es auf den Lippenabdruck, den die Studentin hinterlassen hatte. Während er das Tuch so hielt, dass alle den sauberen Abdruck darauf sehen konnten, sagte er: «Das ist Offset. Das Ergebnis ist genau das gleiche wie beim Buchdruck, aber der Vorgang ist nicht annähernd so interessant.»



(Gesehen bei Buri Druck AG in Bern)



Bärner Umwält – Üsi Gsundheit

Die Direktion des Gesundheits- und des Fürsorgewesens des Kantons Bern empfiehlt uns, Sie zur Beteiligung an der Gesundheitsförderungs-Kampagne zu ermuntern. Diese läuft als Wettbewerb unter dem Motto "Bärner Umwält – Üsi Gsundheit". Dabei soll dem Menschen die Wechselwirkung zwischen einer intakten Umwelt und unserer Gesundheit bewusst gemacht werden. Ziel des Projekt- und Ideenwettbewerbs ist es, die Phantasie und das Verantwortungsgefühl aller Bernerinnen und Berner auf die Umwelt/Gesundheit-Problematik zu lenken. Machen Sie mit. Unterlagen kann Ihnen J. Tiete Tel. 214 beschaffen. Es ist noch nicht zu spät.

Die korrekte Adressierung von Postsendungen

Die PTT dankt Ihnen und uns für das Befolgen folgender Adressierungswünsche und macht sie verständlich mit nachstehenden Adressbeispielen:

Um die maschinelle Lesbarkeit zu erleichtern, bitte keine Leerzeile zwischen dem Domizil/Postfach und dem Bestimmungsort anbringen. Weder den Bestimmungsort noch die Postleitzahl gesperrt schreiben oder unterstreichen.

Postfachadresse
Herrn
Hans Schweizer
Postfach
3001 Bern

Wohnadresse
Herrn
Hans Schweizer
Bovetstrasse 4
3007 Bern

Postfachadresse, ergänzt durch
Wohnungsangabe

Herrn
Hans Schweizer
Bovetstrasse 4
Postfach
3001 Bern

Adresse «Postlagernd»
Herrn
Erich Müller
Postlagernd
8022 Zürich 22

Wohnadresse mit Wohnungs-
bzw. Stockwerknummer
«8» = 8. Stockwerk bzw. Wohnungs-Nr. 8
Herrn
Erich Müller
Bahnhofstrasse 4/8
8001 Zürich

Wohnadresse einer Untermieterin
oder Angestellten
Fräulein
Susi Frei
bei H. Schweizer
Bovetstrasse 4
3007 Bern

Militäradresse, Felddienst
Kpl Erich Müller
Füs Kp I/25
Militär

Militäradresse, Kasernendienst
Rekr Erich Müller
Kp II Zug 3
Pz Trp RS 22
Kaserne
3602 Thun



Wettbewerbsausschreibung

WETTBEWERBSAUFGABE

Gesucht sind gute, realisierbare Ideen zur Förderung der Gesundheit der Bernerinnen und Berner samt ihrer Umwelt.

Der Phantasie sind grundsätzlich keine Grenzen gesetzt; es ist aber anzustreben, möglichst im eigenen Umfeld anzusetzen: beim eigenen Lebensstil, der eigenen Familie, am eigenen Arbeitsplatz, in der eigenen Gemeinde. Weiter sollte der Wettbewerbsteilnehmer im Rahmen seiner Möglichkeiten Anstrengungen unternehmen, um seine Ideen zu verwirklichen (z.B. indem er Nachbarn, Freunde, Arbeitgeber, Sponsoren, Stiftungen, Medien, die öffentliche Hand zur Unterstützung seines Projektes auffordert).

EINGABE-MODALITÄTEN

Wettbewerbsbeginn ist der 7. April 1990
Letzter Eingabetermin ist der 30. September 1990

Während dieser ganzen Zeitspanne können Projekt-Konzepte (Text, Bild, Film etc.) beim Wettbewerbs-Sekretariat (Adresse siehe unten), mit dem Vermerk «Bärner Umwält – Üsi Gsundheit» und der Angabe der Ebene (1 bis 4) eingereicht werden.

Die Teilnehmer erhalten eine Bestätigung und eine Projektnummer. Ergänzende Informationen (z.B. über den Stand der Realisierung) können laufend, unter Angabe der Projektnummer, nachgeliefert werden.

JURIERPERIODE

Die Jurierperiode läuft von Ende September bis Mitte November. Es werden die 7 bis 10 besten Projekte pro Wettbewerbsebene selektiert und für die Präsentation vorbereitet.

Keinen Fax



mit Telefax !

Da Phantasie bekanntlich keine Grenzen kennt, wurde das ideale Kommunikationsmittel "Telefax" schnell für die Uebermittlung von Witzen, Gratulationen, Rendezvous am Waldesrand, für Schulaufgaben und deren Lösungen, kurz, auch für vielen "Blödsinn" entdeckt.

Bei uns trifft das nicht zu ? Weit gefehlt. Die Besatzung unserer Empfangsstation im 7. Stock könnte ein Lied davon singen. Und stellen Sie sich vor, alles müsste im Haus noch verteilt werden. Per Lift, per Ralfs, per pedes, usw. Eine Zumutung, meinen Sie nicht auch ? Die Moral von der Geschichte: Lassen Sie sich von Bekannten, Freunden, Freundinnen usw. keine privaten Nachrichten übermitteln. (Dringende Fälle sind die Ausnahme !) Unser Fax-Gerät soll nur geschäftliche Mitteilungen entgegennehmen müssen. Der Kanal ist damit schon fast voll.

Uebrigens: Wenn Ihnen ein FAX per Ralfs zugestellt wird, so senden Sie bitte die leere Mappe umgehend zurück. Die Station 7.2 ist Ihnen dankbar dafür.

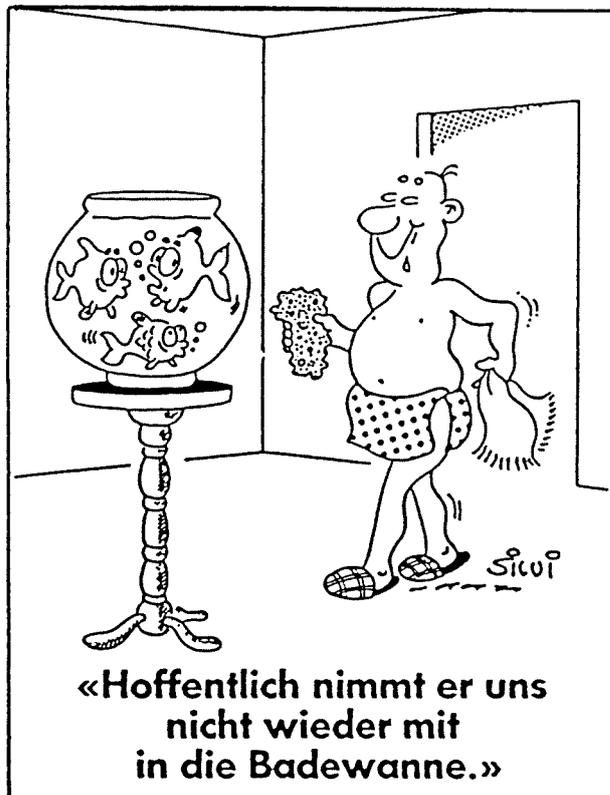
JT



Fahndungsmeldung

Wer fühlt sich für das Fischsterben im 6. Stock verantwortlich ? Die Wassertropfen-Spuren verliefen leider im Trockenen. Der Kummer des Tierliebhabers ist noch nicht versiegt. Wer sich vom schlechten Gewissen belastet fühlt, könnte mit Hilfe der Redaktion Wiedergutmachung anbieten.

Der Ehemann kommt am Abend mit tropfnassem Kopf ins Bett. Sagt die Frau zu ihm "Weshalb duschst Du dir nur den Kopf und nicht den ganzen Körper?". Darauf der Ehemann "Ich dusche gar nicht, ich gebe nur ab heute jeden Abend auch dem Goldfisch einen Gutnachtuss".



«Hoffentlich nimmt er uns nicht wieder mit in die Badewanne.»

SCHWEIZER WOCHEN

In den Mund
gelegt:



Die Inseratkombination mit den treffsicheren Argumenten:

- * TRIAGGLO ist dort stark, wo's zählt: in den 3 grössten Agglomerationen des Kantons Bern, Bern, Biel und Thun mit einer RW von 52% (BZ 41%)
- * TRIAGGLO bietet auch in den Zielgruppen Kader und KKK I + II deutliche Vorteile gegenüber nächstfolgenden Tageszeitungen im Kanton Bern;
- * TRIAGGLO hat 270'000 Leser und liegt damit an fünfter Stelle der Deutschschweiz;

- * der Rabatt gegenüber der Einzelbelegung beträgt 14%;
- * grundsätzlich wird nur 1 Druckvorlage benötigt;
- * und last but not least: jeder Mediaplan für das Streugebiet Kanton Bern ist in Frage zu stellen, wenn TRIAGGLO darin fehlt.

PS. RW = Reichweite
KKK = Kaufkraftklasse



Neben der voluminösen Sonntagsausgabe der «New York Times» nimmt sich ein nur 50 Gramm schweres Exemplar des «Oberländischen Volksblattes» sehr bescheiden aus – über das Berner Oberland steht dafür aber wesentlich mehr drin... (Peter Schmid)

Die alte graue Lady in Farbe

«New York Times» viel dicker als das «Oberländische Volksblatt»

Die Sonntagsausgabe der «New York Times» kann ab Anfang 1991 in Farbe gedruckt werden – damit wird die «alte graue Lady», die grösste Tageszeitung in den Vereinigten Staaten von Amerika, mit ihrer Konkurrenz gleichziehen können.

Mit einem auch für Amerika riesigen Aufwand wird zurzeit in New Jersey eine neue Produktionsstätte erstellt: Eine 380 Meter lange und 260 Meter breite Halle für die neue Druckerei – sie steht bereits im Endausbau – bringt es auf eine Grundfläche von 100 000 Quadratmeter. Imposante Zahlen sprechen von der Grösse des

Von Gebhard Mauchle

Projekts: Das Papier soll mit der Eisenbahn auf einem Doppel-Geleise angeliefert werden, das heisst, zwei Zugkompositionen mit je zehn Wagen werden künftig in die Halle einfahren. Auch die Lagerkapazität ist gewaltig, sollen doch nicht weniger als 18 000 Rollen Papier, jede 600 Kilogramm schwer, gestapelt werden können. Die «New York Times Sunday» mit einer Auflage von 1,7 Millionen Exemplaren wird auf sechs Maschinen mit je zehn Druckwerken produziert werden können. Auch Schweizer Firmen sind an der Neueinrichtung massgebend beteiligt: Die Maschinenfabrik CRAFA-Müller-Martini in Zofingen und ihr Zürcher Tochterunternehmen Daverio installieren die Print-Roll-Anlage – eine Konstruktion, die in diesem Ausmass erstmalig ist. Diese Print-Roll-Anlage dient zur Zwischenlagerung der vorgedruckten Zeitungsteile. Die Vorproduktion wird im Laufe einer Woche auf 900 Rollen aufgezogen. Jede gefüllte Rolle erreicht damit einen Durchmesser von drei Meter. Zur Zeit der Herausgabe, in der Nacht auf Sonntag, wird dann diese Vorproduktion wieder abgerufen. Die Oehler Wyler AG, Aarau, zeichnet für die Lagertechnik

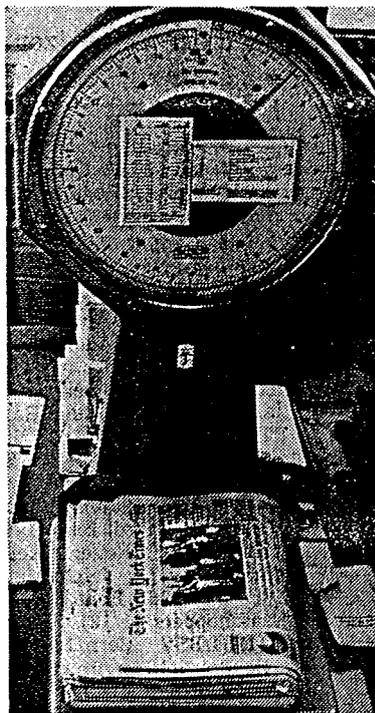
verantwortlich. Alle Arbeitsvorgänge – Druck, Lagerung, Zusammenstecken und Spedition – werden, dem Stand der heutigen Technik entsprechend, voll vom Computer gesteuert.

Damit die «New York Times Sunday» pünktlich am Sonntagmorgen verpackt vor der Haustüre liegt – im Briefkasten hätte die Zeitung, die mit allen Beilagen bis zu fünf Kilogramm wiegt, keinen Platz –, ist eine peinlich genaue Planung nötig. Die Hauszustellung wird unter anderem durch viele tausend Verträger besorgt, und dahinter arbeitet eine

Heerschar von Redaktoren, von ständigen und freien Mitarbeitern sowie von technischen Fachleuten. Ein weiteres Detail: Eine Inseraten-seite in der «New York Times Sunday» kostet 35 000 Dollar oder umgerechnet 52 000 Franken.

Auf der neuen Anlage in New Jersey wird nur die Sonntagsausgabe der «New York Times» hergestellt werden können: Die Wochentagsausgaben werden nach wie vor in New York gedruckt. Mit der Arbeit an der voluminösen Sonntagsausgabe wird man bereits am Dienstag beginnen, im Laufe der Woche den Umfang laufend ergänzen und dann in der Nacht auf Sonntag die Zeitung mit den letzten Aktualitätäten abschliessen. So werden dann Woche für Woche 4450 Rollen Zeitungspapier im Gesamtgewicht von 2,67 Millionen Kilogramm vergrbeitet.

Viel bescheidener – aber auch wesentlich überschaubarer – nimmt sich demgegenüber unser «Oberländisches Volksblatt» aus: Des Berner Oberländers Leibblatt liest sich dafür kräfteschonend ohne Stemmen und vergleichsweise mit einem Minimum an mühsamem Blättern und Suchen...



Die «New York Times» vom Sonntag, 28. Januar 1990 (links), bringt volle 2,15 Kilogramm Papier auf die Waage.

Im Vergleich:

Der BUND 180 gr.
TOURING 45 gr.

Der BUND 180 gr.
Bieler Tagblatt 150 gr.
Thuner Tagblatt 70 gr.
TRIAGGLO 400 gr.

Oberländisches Volksblatt
8. Februar '90 / RB