

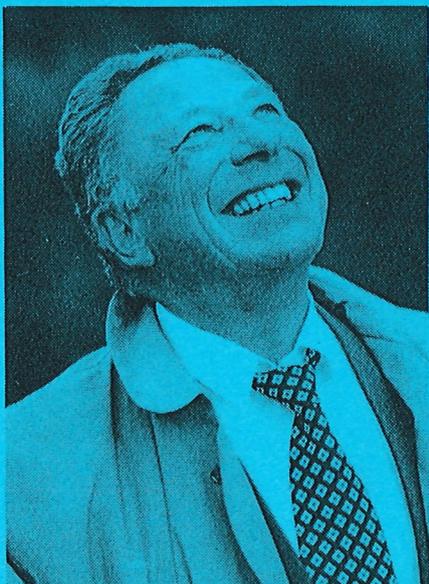
# Extrablatt

Hauszeitung der Publicitas Bern

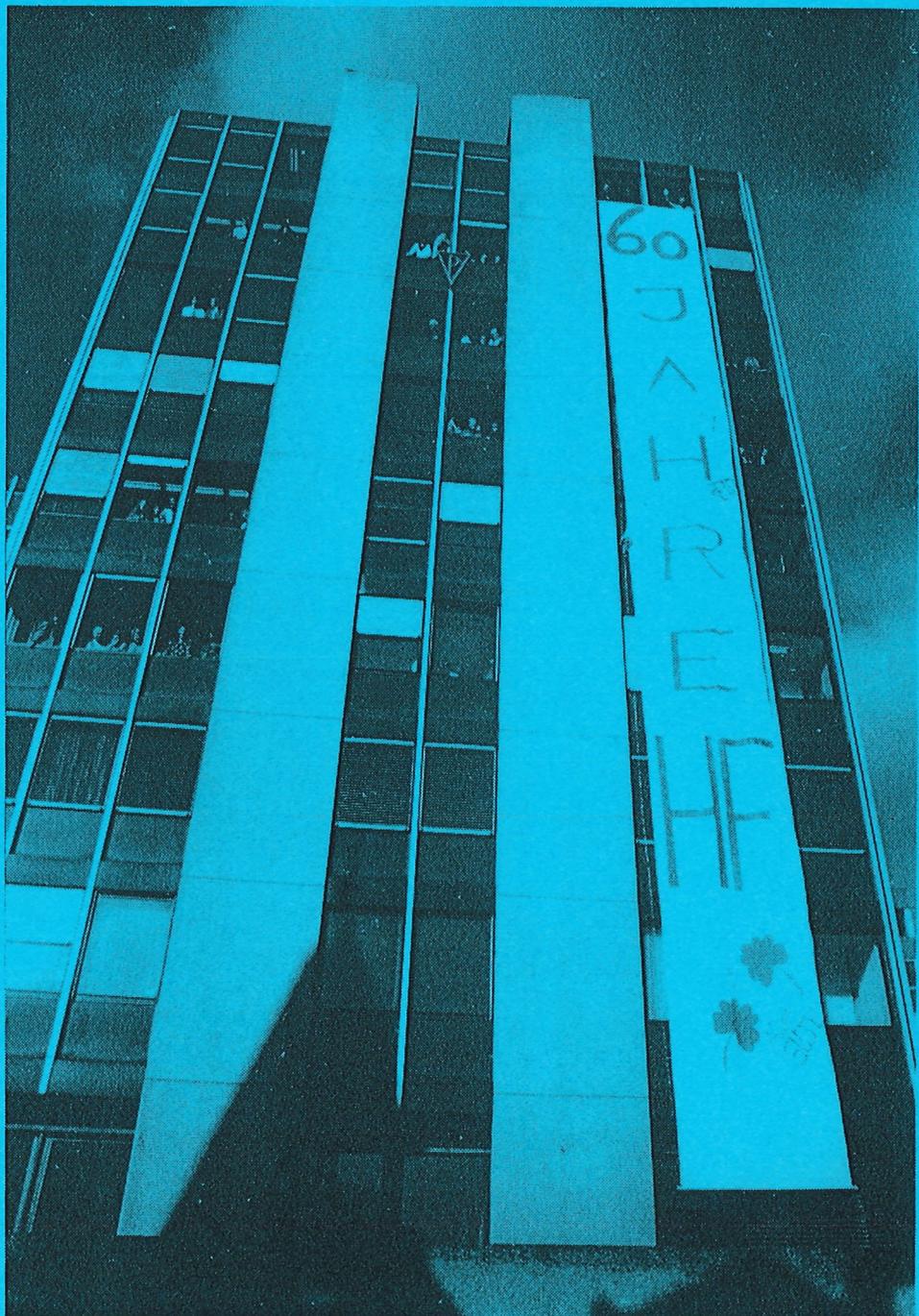
Nr. 1 / 19. Mai 95

Wie doch die Zeit vergeht. Da schrieben wir noch vor kurzem den 16. März. Und jetzt liebäugeln wir bereits mit der Blütenpracht des Wonnemonats Mai. Doch blicken wir zurück auf den 16. März. Ein Arbeits-Donnerstag wie jeder andere? Ja und nein. Er hatte etwas Besonderes an sich. Unser Direktor Hans Fahrni konnte einen runden Geburtstag feiern. Die "20" vollendete sich zum dritten Mal. Ein Grund also, zu feiern.

So liess sich für diesen Tag ein kleines Team etwas Aussergewöhnliches einfallen. Etwas Unübersehbares. Und das gesamte Personal machte mit. Zunächst mit einer persönlichen Unterschrift - sie konnte wahrlich nicht gross genug sein - auf einem Riesentransparent, das vom 9. Stock bis hinunter zum 1. Stock gespannt wurde. Über dessen Entstehung machte unser Redaktionsmitglied Adrian Dietrich (Ad) folgendes Interview mit den "Vätern der Super-Idee".



## Ein Geburtstags-Event im Rückspiegel



## Ein Geburtstags-Event im Rückspiegel

(Fortsetzung von der Titelseite)

Ad: Was für ein Ziel hatte das Transparent?

RW: Etwas Unvergessliches machen

Ad: Wo wurde das Material besorgt?

RW: Leintuch kauften wir in der Leinenweberei Bern, Karton für die Schablonen bekamen wir in der Kartonfabrik Deisswil.

Ad: Sind die genauen Masse des Transparents bekannt?

RW: Ja, das Transparent ist 2.40 m breit und 23 m lang. Das Ganze wiegt 25 kg.

Ad: Wo und wie wurde das Transparent gedruckt?

Je: Zuerst mussten wir einen Plan zeichnen, wie wir die Buchstaben verteilen wollten. Dann schnitten wir die Buchstaben aus den Schablonen. Anschliessend breiteten wir das Transparent teilweise im 3. UG aus. Genau nach Plan legten wir die Schablonen auf das Tuch und begannen zu sprayen. Das ganze Sprayen ging 3 Tage, da die Farbe sehr langsam trocknete und das Tuch immer wieder neu ausgebreitet werden musste.

Ad: Gab es Reaktionen von Personen beim Unterschreiben?

Je: Es gab durchwegs gute Reaktionen.

Ad: Gab es Probleme beim Aufhängen?

RW: Das Transparent musste auf jedem Stock angebunden werden, da sich das Tuch in ein gigantisches Segel verwandelte.

Ad: Was wäre bei Regen gewesen?

RW: Alles wäre normal gewesen; nur wie lange die Verankerungen gehalten hätten ist eine andere Frage. Denn das Leintuch war schon trocken sehr schwer und bei Regen hätte sich das Gewicht vervielfacht.

Ad: Gab es Reaktionen von extern?

RW: Ja, jemand liess Herrn Fahrni einen Gruss ausrichten und fand die Idee typisch für die Publicitas.

Je: Viele Leute blieben stehen und haben sich gewundert oder gelacht.

Ad: Was passierte weiter mit dem Transparent?

RW: Um 16.30 hängten wir es ab und rollten es auf. Im Verlaufe des Abends überreichten wir es als offizielles Geschenk der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen Herrn Fahrni.

Ad: Raoul Wanger und Lorenz Jenni, besten Dank für das Gespräch.



Für unseren Direktor begann der Geburtstag bei einem familiären Z'morge. Wie man hörte, musste er dort bereits einige schöne Überraschungen "verkräften". Anstatt sich in seinem AUDI auf den vertrauten Berufsweg zu begeben, wurde der Jubilar als Copilot auf einen Riesen-Traktor gebeten. Eine aufsehenerregende Fahrt begann in Richtung Bern. Dank moderner Kommunikation wurde das Gefährt in der letzten Phase so gelenkt, dass es direkt auf das Publicitas Gebäude zu-steuerte. In den Büros wurde das Personal mit vertrautem Glockenzeichen einmal nicht zur Pause sondern an die Fenster gerufen. So konnte das "Geburtstagskind"

mit Winken, Applaus und Zurufen herzlich empfangen werden. Dass die Überraschung zur Freude des Direktors gelungen war, davon zeugen eine Anzahl Fotos, die von Urs Lüthi und Ulrich P. Hänggi geschossen wurden. Wie es das Berufsleben so mit sich bringt, musste sich nach dem herzlichen Empfang Hans Fahrni von einer Sitzung in die andere stürzen. Doch auch der Jubilar hatte sich eine Überraschung für seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ausgedacht: In der Cafeteria stand für jeden ein Piccolo Champagner, gut gekühlt, und eine nahezu Original-Bord-Verpflegung bereit. Für Geburtstagsstimmung war somit gesorgt, und die aufrichtigen Wünsche für Gesundheit und Wohlergehen werden unseren Direktor auch in Abwesenheit erreicht haben. Ihm, dem grosszügigen Spender, sei auch an dieser Stelle nochmals herzlich gedankt. Die Geschäftsleitung, das Kader und langjährige Berufswegbegleiter von Hans Fahrni konnten in Gesellschaft von Frau Fahrni, Stippvisiten von Tochter und Sohn, den Geburtstag in gemütlicher Runde ausklingen lassen. Durch die persönlichen Glückwünsche unseres Generaldirektors, Herrn Dr. Ernst Grab und des Marketingdirektors der GD, Herrn Urs Donatsch, bekam dieser Abend noch eine besondere Note.

J. Tietze

## Klarer Kurs

Am 23. März hat die Publicitas-Gruppe die Öffentlichkeit über ihre Strategie für die Jahre 1995-2000 informiert, sowie das Leitbild vorgestellt.

Sie alle sind im Besitz dieser klar strukturierten und verständlich formulierten Dokumente. Im Hauptmarkt Schweiz konzentriert Publicitas ihre Aktivitäten auf den Printbereich. Diese strategische Zielsetzung ist ein klares Bekenntnis, unsere angestammte Tätigkeit im Dienst einer starken Pressewerbung mit Einsatz modernster Informatik und professionellen Dienstleistungen fortzusetzen. Zusammen mit dem gleichzeitig aktualisierten Leitbild verfügen wir nunmehr über transparente Grundsätze, die den Kurs unseres Handelns in den nächsten Jahren klar bestimmen.

## Gute Entwicklung im laufenden Jahr

Im Kundenmarkt sind wir sehr gut gestartet. Der Zuwachs umfasst praktisch alle Kategorien und Segmente. Einen starken Anteil am Wachstum verzeichnet nebst den Stellenangeboten die nationale Werbung mit dem Gewinn der Peugeot-Streuung und dem markanten Auftritt unseres Leaderkunden TELECOM/PTT. Im Titelbereich konzentrierten sich unsere Anstrengungen auf die Lancierung des attraktiven Marktangebotes NZZ plus, der neuen Anzeigekombination von NZZ und BUND. Die potentiellen Erfolgsfaktoren gründen auf kauf- und konsumkräftigen Lesern im Wirtschaftszentrum Zürich und dem BUNDES-BERN, welche mit einem sehr günstigen Preis-/Leistungsverhältnis erreicht werden. Ich danke Ihnen für Ihr persönliches Engagement, NZZ plus kurzfristig zum Erfolg zu führen.

## Dank in eigener Sache

Der Geburtstags-Empfang, den Sie mir, liebe Mitarbeiterinnen, liebe Mitarbeiter, am 16. März bereitet haben, war grandios. Ich habe es sehr bedauert, dass ich nicht Gelegenheit hatte, mit Ihnen allen einzeln anzustossen. Anzustossen, um zu danken. Für die vielen Jahre, welche ich mit Ihnen in verschiedenen Funktionen zusammenarbeiten durfte, danken für die vielen Zeichen der Sympathie und Verbundenheit. Und danken für den herzlichen und kreativen Geburtstagsempfang. Ihre guten Wünsche sind ein gutes Omen auf eine glückliche Zukunft. Herzlichen Dank.

HF.

Aus

ACTUEL 

LA LETTRE DES CADRES DE PUBLICITAS

No 28 / Mai 1995

### Lorbeeren für die PK

Im März dieses Jahres haben wir an einer Pensionskassen-Umfrage über das Thema "Wie wird die (Pensions) Kasse verwaltet" der Wochen-Zeitschrift CASH teilgenommen. Die untersuchten und verglichenen Informationen haben sich auf folgende Elemente bezogen:

- die Bilanzsumme
- die jährliche Rendite in den letzten 5 Jahren
- die Leistungsverbesserungen in den letzten 5 Jahren
- den prozentualen Anteil des Anlagevermögens in Aktien

Es freut uns besonders, festzustellen, dass unsere Pensionskasse im Vergleich mit den 38 anderen Pensionskassen nach jenen von Roche, SBG und ABB einen Spitzenrang einnimmt.



## Herzlich willkommen

**Komplettierung im 5. Stock**  
Für Frauen-Power bei den Diversen Pachtblättern sorgt Frau Gabriele Reckweg. Seit dem 6. Februar komplettiert sie dort das Team von Res Spycher und ihre Tätigkeit als Verkäuferin wurde bereits mit ersten Erfolgen belohnt.

**Verstärkung im 6. Stock**  
Ebenfalls Frauen-Power ist im 6. Stock angesagt. Frau Katja Unger verstärkt dort seit dem 13. Februar das Team der Grosskundenbetreuerinnen und hat sich bei der Bewältigung der grossen Volumen unserer Leaderkunden bereits als echte Hilfe etabliert.

**Komplettierung im 7. Stock**  
Herr Andreas Szilagyi vervollständigt seit dem 6. Februar unser Kundenberater-Team. Seine wertvollen Verkaufserfahrungen aus einer anderen Branche versteht er bestens in Insetatemillimeter umzusetzen.

**Nachfolgerin in der PKD**  
Am 1. Juni nimmt Frau Claudia Kuffermann ihre Tätigkeit in der Print-Kampagnen-Dokumentation auf. Sie übernimmt dort die Aufgaben von Frau Veronica Liechti, die uns per Ende Mai verlässt.

## Wir verabschieden

Wie schon erwähnt, verlässt uns per Ende Mai Frau Veronica Liechti. Als Mitarbeiterin für die Print-Kampagnen-Dokumentation hat sie uns während fast 5 Jahren wertvolle Dienste geleistet, für welche wir uns herzlich bedanken.

Bereits verlassen haben uns Frau Sandra Aebi und Frau Antoinette Aeschlimann. Während die eine, nämlich Frau Aebi, seit ihrer Lehrzeit in unserem Unternehmen tätig war und jetzt eine neue Herausforderung in einer anderen Branche angenommen hat, blieb die andere, Frau Aeschlimann, zwar nicht der Publicitas, aber immerhin der Branche treu und setzt ihr Wissen nun in der Anzeigenabteilung eines Verlags ein.

Auch Ihnen beiden danken wir für ihre wertvolle Mitarbeit und wünschen ihnen für die Zukunft viel Glück und Erfolg.

## Wir gratulieren... ...zum runden Geburtstag

Die Monate April, Mai und Juni brachten, beziehungsweise bringen uns drei runde Geburtstagsfeste:

Bereits am 2. April durfte im 7. Stock angestossen werden: Frau Barbara Schmideder lud zur Feier ihres 30. Geburtstags ein.

Der Monat Juni gehört geburtstagsmässig unserer Regionsbuchhaltung:

Am 3. Juni feiert Herr Marcel Remund seinen 20. und am 21. Juni Herr René Moser seinen 30. Geburtstag.

## ...zum Dienst- jubiläum

Für ihre Treue zum Unternehmen dürfen wir uns bei einer Mitarbeiterin und zwei Mitarbeitern bedanken. Frau Daniela Reinhard feiert am 16. April ihr 10-jähriges Dienstjubiläum.

Am 1. Juni 1985 trat Herr Otto Hadorn in unser Unternehmen ein und wir dürfen ihm am 1. Juni 1995 ebenfalls zum 10-jährigen Jubiläum gratulieren.

Am gleichen Tag, nur 5 Jahre später, hatt Herr Lorenz Jenni seinen ersten Arbeitstag bei der Publicitas. Ihm gratulieren wir zu seinen 5 Dienstjahren.

## Hochzeits- glocken bei der P

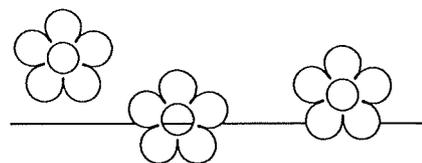
Die Zahl drei hat es in sich, drei runde Geburtstage, drei Dienstjubiläen und jetzt noch dreimal Hochzeitsglocken.

Die zivile Trauung bereits hinter sich hat Patrizio Pivrotto. Er vermählte sich am 3. Februar mit Anita Brunner. Die kirchliche Trauung findet am 12. August statt.

Am 13. April gaben sich Herr Jürg Steiner und Frau Jacqueline Bähler das Ja-Wort und schlossen so den Bund fürs Leben.

Unser neuer Kundenberater Andreas Szilagyi heiratet am 24. Juni seine langjährige Freundin, Frau Monika Burri.

Allen jungen Paaren wünschen wir viel Glück und Freude auf dem gemeinsamen Lebensweg.



## Lücke im Redaktionsteam

Bereits im Monat Januar hat Alex Baumgartner seine Mitarbeit in der Redaktion "gekündigt". Da er sich konsequent und frei von Zusatzaufgaben auf seine KV-Prüfung vorbereiten möchte, mussten wir seinen Rücktritt mit Bedauern aber auch mit vollem Verständnis akzeptieren. Für seine Einsatzfreude möchten wir ihm herzlich danken. In der Zeit der Prüfungsvorbereitung wünschen wir ihm einen klaren Kopf, Einsatzwillen und Lerneifer mit dem Ziel, die KV-Lehrzeit mit einem guten Abschluss zu krönen. Selbstverständlich schliessen wir seine Lehrlingskolleginnen und unsere Praktikantin in diese Wünsche mit ein.

Auch Sandra Hieke hat sich aus Weiterbildungsgründen zurückgezogen. Schade! Doch sei auch ihr für die engagierte Mitarbeit herzlich gedankt. Dass sie uns spontane Unterstützung zusagte, haben wir mit Freude vermerkt.

Da wir die freien Plätze in der Redaktion gern neu besetzen möchten, verweisen wir an dieser Stelle auf unser Stelleninserat "Redaktorin/Redaktor gesucht".

Für das Extrablatt-Team JT

## Bestandene Prüfungen

Knapp zwei Jahre harte Arbeit, Verzicht auf einen Teil der Freizeit und intensives Lernen. So heisst das Rezept, um Marketingplanerprüfungen zu bestehen.

Herr Lorenz Jenni und Herr Ulrich Zwahlen haben dieses Rezept befolgt und dürfen sich ab sofort "Marketingplaner mit eidgenössischem Fachausweis" nennen. Bei den internen Prüfungen des Schulungsinstitutes erzielten beide die zweit- beziehungsweise die drittbeste Prüfung. Die Resultate der eidgenössischen Prüfung sind noch nicht bekannt.

Wir gratulieren den beiden herzlich zu ihrem grossen Erfolg und freuen uns mit ihnen über das Resultat.

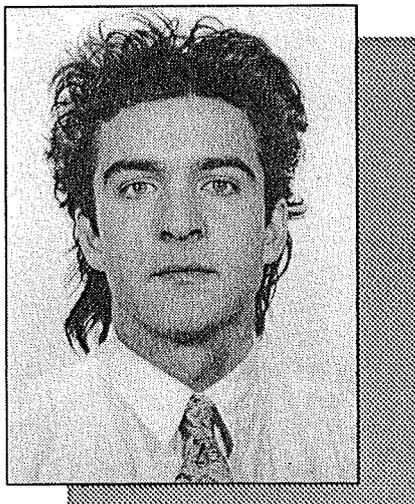
## Bevorstehende Prüfungen

Schon ist es wieder soweit unsere Lehrlinge des dritten (schon wieder die Drei!) stehen schon mitten im Prüfungsstress. Den Druck der Prüfung können wir ihnen nicht abnehmen, dafür haben wir sie vom Druck der Stellensuche bewahrt. Wir freuen uns mitzuteilen, dass alle unsere Kandidaten nach Lehrende und bestandener Prüfung bei uns fest angestellt werden.

Frau Sonja Meierhans und Frau Daniela Müller übernehmen Aufgaben als Assistentinnen im Aussendienst, Frau Florence Lavanchy wird unsere neue Promotorin für den Touring in der Deutschschweiz, Frau Christina Raaflaub und Herr Alex Baumgartner sind zur Zeit noch nicht fest zugeteilt.

Wir wünschen dem Quintett erfolgreiche Prüfungen und viel Freude bei ihrer Tätigkeit für Publicitas.

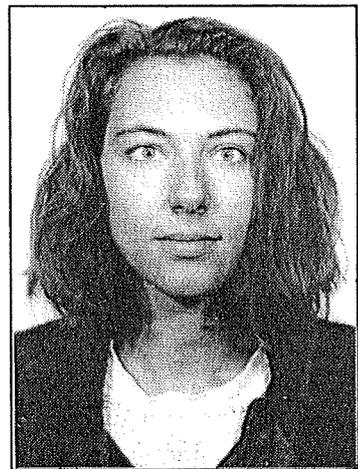
## Herzlich willkommen



Andreas Szilagyí rührt bereits seit Anfang Februar als Kundenberater im Aussendienst die Werbetrommel für uns und seine Kunden. Sein Hobby Schlagzeugspiel dürfte zum erfolgreichen Besuchsrhythmus beitragen. Seine Geburtsstunde schlug im Zeichen der Fische. Während er sich kulinarisch zur Italienischen Küche hingezogen fühlt, gehen Ferienträume eher in Richtung Asien. Wie steht es mit Sport und Musik? Billard und Fussball faszinieren ihn als sporliche Gegensätze, Hardrock ist Musik für seine Ohren.

Gabriele Reckeweg hat bereits am 6. Februar in der Abt. Diverse Regietitel ihre Aufgabe übernommen. Als "Schützin" wurde sie jetzt von Res Spycher speziell für die Oberländer Amtsanzeiger auf die Pirsch geschickt. Ueber erste Eindrücke berichtet sie in diesem EXTRABLATT. Ueber die Lieblings Speisen Sushi und Thai befragt man sie am besten selbst. Um sie auch musisch einzustufen, seien hier Lieblings-Musiker/ Musik genannt: Tom Waits / Blues, Funk.

Interessant wäre zu wissen, wie sich ihre beidern Katzen mit zwei Schildkröten vertragen. Ferienträume schwärmen von Uebersee. Am liebsten mit einer Yacht über die sieben Meere! Vielseitigkeit sind Hobbytrümpfe: umändern, renovieren, basteln (möglichst alles selber machen.) Wassersport wie Wasserski, Segeln oder einfach Schwimmen, im Winter Snowboard sind Zeichen eines gesunden Ausgleichs.



PUBLICITAS

Gesucht

**Redaktor  
Redaktorin**

für unsere Hauszeitung  
**EXTRABLATT**

Es erwartet Sie eine erfreuliche und interessante Kommunikationsaufgabe in unserem Unternehmen. Erfreuliche Reaktionen aus der Leserschaft sind wertvoller als jedes Honorar und sind eine wertvolle, ideelle Kapitalanlage. (Wie immer könnte es auch hier besser sein.) Da für Redaktionsleistungen wenig Zeit aufgewendet wird sind selbstständiges Recherchieren und Schreiben von Vorteil.

Nähere Auskunft erteilt gerne Joachim Tiete, Tel. 401, Ralfs 5.2.

## Newcomer in der Publicitas

### Seit 6. Februar unsere Mitarbeiterin

*Da ich im 5. Stock Frau Reckeweg immer wieder begegne, lag die Frage nach ihren ersten Kundenerfahrungen nahe. Meinen Wunsch, frisch von der Leber weg im EXTRABLATT darüber zu berichten, hat sie mit dem nachstehenden Artikel spontan erfüllt. Ich danke ihr herzlich dafür.* JT

Die "P"! Den meisten Leuten ein Rätsel. So fragte mich doch kürzlich ein Freund, was denn die Publicitas genau mache. "Ist es eine Werbeagentur oder ein Zusammenschluss verschiedener Verlage?"

Für die meisten Privatleute ist die P ein obskures Unternehmen. Der Name ist zwar relativ geläufig, doch bleibt ihre wahre Natur im Dunkeln verborgen.

Wenn nun die Freunde und Bekannten einen auf sein neues Betätigungsfeld ansprechen und man lässt nur lässig den Namen "Publicitas" fallen, fängt man in der Regel einen schrägen, versteckt fragenden Blick und ein langgezogenes "Aaahaa" ein. "Werbung" ist dann die unsichere Aussage und ich bin überzeugt, dass sich die meisten dabei etwas sehr künstlerisch-kreatives vorstellen. Selbstverständlich sehe ich es als meine Pflicht an, die Menschheit über den wahren Charakter der P und meines Arbeitsbereiches aufzuklären, was mir in der Regel keine weiteren ehrfürchtigen Blicke einbringt. Im Gegenteil. Dies hängt vor allem damit zusammen, dass es immer noch Leute gibt, die eine Abneigung gegen Inserate hegen. Zwar lesen sie Inserate, haben selber schon einmal ein Inserat aufgegeben, sind aber von der Flut publizierter "Marktschreiereien" völlig überfordert, denn als solche werden Inserate oft empfunden. Dass zum Beispiel Stellen- und Wohnungsausschreibungen auch zur Kategorie "Inserate" gehören, leuchtet Hansli Normalverbraucher nicht ein.

Mit dieser Einstellung haben wir auch im Kontakt zu unseren Kleinkunden zu kämpfen. Auf Reaktionen wie "Ich glaube nicht an Inserate" oder "Das bring ja eh nüt" können wir mit den ausgeklügeltsten Argumenten

kontern bis wir schwarz werden. "Was der Bauer nicht kennt isst er nicht". Bei solchen Kunden das Vertrauen zu erlangen, ist oft ein langweiliger Prozess. Das Prinzip "steter Tropfen höhlt den Stein" ist hier am besten anzuwenden. Allerdings muss man dabei sehr aufpassen, nicht plötzlich als Chinesische Folter empfunden zu werden. Ein Glück, dass sich das geflügelte Wort "Wer nicht wirbt, stirbt" schon etwas verbreitet hat.

Ganz so schlimm ist es natürlich auch wieder nicht. Nach drei Monaten beginnen die ersten Bäumchen Früchte zu tragen, was sehr motivationssteigernd ist. Wenn nach dem ständigen "Boren" der letzten Wochen, Kunden sich plötzlich von selber melden und einen als ihre Vertrauensperson in punkto Werbung betrachten, ist das schon ein Erfolgserlebnis. Selbstverständlich werden sie aufs bestmögliche beraten und ihre Inserate auf bestmögliche Weise disponiert. Vorwiegend in Regiezeiten, versteht sich. Selbstverständlich stehen uns schlagende Argumente zur Verfügung, die uns helfen, den Vorzug eines Inserates in einem unserer Regietitel herauszukristallisieren. Diese werden in praktischen, hausinternen Kursen "eingetrichtert". Eigentlich sollten für unsere Kleinkunden auch solche Kurse zur Verfügung stehen. Es würde mir die Arbeit sehr erleichtern. Ich müsste nicht soviel Zeit damit verbringen, "meinen" Oberländern den Sinn und Zweck eines Inserates vor Augen zu halten und versuchen, sie von ihrem Inseraten-Heidentum abzubringen. Ja, meine Arbeit ist beinahe missionarischer Natur.

Ach wäre es schön, wirklich nur noch beraten zu müssen und nicht auch noch zu predigen?

Abschliessend bemerkt macht die Arbeit wirklich Spass in der Abteilung für Diverse Regietitel. Schon nach wenigen Wochen können manche Kunden meinen Namen korrekt aussprechen, was ich als grosses Kompliment empfinde. Und wenn ich als Roulette-Glücksfee auftreten und die beglückten Gesichter sehe glaube ich, dass meine Arbeit auch nicht nur bilanzstrategischen Erfolg bringt.

Gabriele Reckeweg

## = LEUTE =

### Wer kennt ihn nicht?!

Viele von uns haben als gelehrige und wissensdurstige Publicitaner vor ihm die "Schulbank" gedrückt und seinen Ausführungen gelauscht. Und er ging Lernschritt für Lernschritt die von ihm gründlich erarbeiteten Dossiers durch, unterstützt von modernen Präsentationshilfsmitteln. Vom einfachen Flip-Flap bis zum Video. Und alle fuhren nach Seminarschluss papierbeladen wieder nach Hause.

Die Werbewoche berichtete am 21. 4. 95 in nachstehender Form über den "Stellenwechsel" von Rudolf Schwenkfelder. Mit Dank für die Vergangenheit wünscht ihm das EXTRABLATT alles Gute für die Zukunft.

J. Tietze

### Rudolf Schwenkfelder

*zuletzt Projektleiter bei der Publipresse,*



*neu Anzeigenleiter bei der Publimag.*

Per Anfang Mai übernimmt Rudolf Schwenkfelder (49) als Nachfolger von René Gehrig, heute Verlagsleiter von «Facts», innerhalb des Geschäftsbereiches der ofa Orell Füssli Werbe die Anzeigenleitung der Publimag. Er war seit 1983 als Projektleiter innerhalb der Publipresse (früher Publimedia) tätig und hat u. a. massgeblich an der Einführung des Swiss Pool mitgewirkt. Er verfügt über Erfahrungen im Leser- und Inseratenmarketing, als Werbeleiter auf Kundenseite sowie als AE und Konzepter bei Agenturen. Der neue Anzeigenleiter ist Vorsitzender der Rekurskommission und Mitglied der Prüfungskommission der Berufsprüfungen für Werbeleiter und Werbeassistenten.

## PKD in unserem 5. Stock: Eine Mini-Abteilung mit Maxi-Kundenkontakten.

Betritt man das kleine Büro, so fühlt man sich wie in ein Handwerker-Atelier versetzt. Hier wird noch mit Schere und Schreibstift gearbeitet, da wird nichts mit der Maus gesteuert und über den Bildschirm sichtbar gemacht. "Echte Handarbeit" könnte über jeder Lieferung stehen.

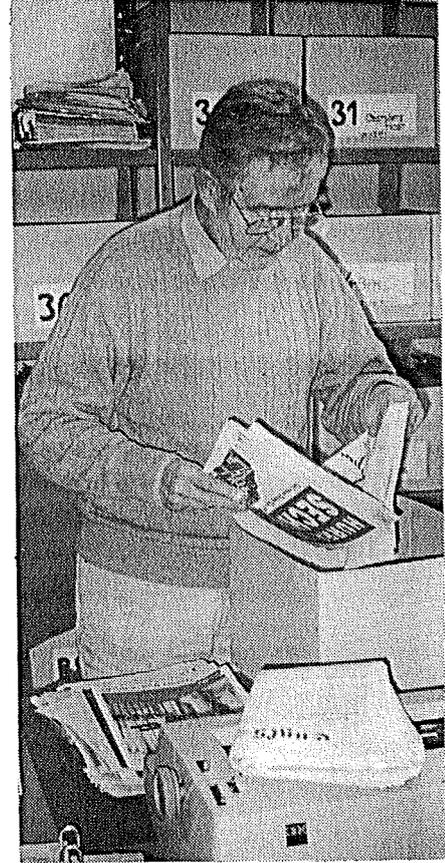
Was heisst eigentlich PKD? Die drei Buchstaben sind das Kürzel für PRINT-KAMPAGNEN-DOKUMENTATION. Folgen Sie mir bitte einzeln in diesen Raum, denn mehr Personen haben neben dem PKD-Team kaum Platz. Zwei Schreibpulte, beladen mit einer bereits Nostalgie-Schreibmaschine, Stapel von Zeitschriften, Zeitungen und Inseratausschnitten. Darumherum stehen Metallgestelle, die mit grossen Kartons bis zur letzten Lücke gefüllt sind. Jeder Karton trägt eine Code-Nr. und ist mit Branchennamen beschriftet. Doch halt, mit einem neuen Telefon hat auch hier die Moderne Einzug gehalten.

Der Empfang ist in der PKD-Zentrale ausserst freundlich. Jan Chejlava (sofern er anzutreffen ist. Doch darüber später.) und Veronica Liechti sind die menschlichen Mittelpunkte in dieser ganz speziellen Atmosphäre. (Veronica verlässt uns am 31. Mai und wird von Frau Claudia Kunfermann abgelöst)

Jetzt wird es Zeit, dass Sie einiges über die PKD-Dienstleistungen erfahren, die vor allem für die namhaften Werbeagenturen und Grosskunden erbracht werden. Steht eines dieser Unternehmen vor der Kreation einer neuen nationalen Werbekampagne, so kann es sich dank PKD auf Jahre zurück die Gestaltungskonzepte der Konkurrenz transparent machen.

In der PKD-Zentrale werden also seit Jahren die Print-Kampagnen gesammelt: d.h. ausgeschnitten, codiert, beschriftet und in den Branchenkartons abgelegt. Aeussert ein Kunde am Telefon oder in einem Briefing seine Wünsche, so werden die entsprechenden Inseratkampagnen zusammengestellt und in Originalgrösse, auch farbig, in enger Zusammenarbeit mit der Reprofirma Aerni-Leuch, fotokopiert. Die Auftraggeber bezahlen dafür die Kopien und eine Bearbeitungsgebühr. Wie mir Jan Chejlava sagte, laufen neben vielen Einzelaufträgen z. Zt. Daueraufträge für 4 Werbeagenturen im Bereich Autowerbung.

Die PKD-Zentrale hat aber auch in den P-Filialen St. Gallen, Zürich, Genf und Lausanne Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Es sind Lehrlinge, welche die nationalen Werbekampagnen aus den definierten Zeitungen und



Zeitschriften ausschneiden und nach Bern zur PKD senden. Alljährlich treffen sich im Herbst diese Lehrlinge an einer Instruktions- und Ablöse-Tagung. Z. Zt. verfügt das PKD über 98 Branchenkartons. Von Autowerbung bis zu Zahnpflege und Zigaretten ist alles vertreten.

Sie fragen sich, wer denn die Publicitas auf die Idee von PKD gebracht hat? Ich habe mich darüber mit Jan Chejlava, den "Vater des PKD-Gedankens" unterhalten. Da er diese Idee aus seinem Berufsweg heraus entwickelte, habe ich mit ihm diesen Weg einmal zurückverfolgt.

Da die meisten von uns Jan Chejlava nur von kurzen, seltenen Begegnungen in der Cafeteria kennen, möchte ich ihn etwas näher vorstellen.

Jan entstammt einer Sudetendeutschen Familie und ist in der ehemaligen Tschechoslowakei aufgewachsen. Geboren in Tepritz-Schönau lebte er danach in Dux und seit 1939 in Prag.



## PKD in unserem 5. Stock: Eine Mini-Abteilung mit Maxi-Kundenkontakten.

(Fortsetzung)

Journalismus ist sein erlernter Beruf. 1964 wurde er Redaktor und Moderator für Aussenpolitik beim tschechischen Fernsehen. 1968 ging er nach Genf als Korrespondent für die Schweiz, Deutschland und Italien. Nur kurz konnte er sich in der Atmosphäre des "Prager Frühlings" des freien Journalismus erfreuen.

Denn in der Nacht des 20./21. August 68 änderte sich das politische Klima drastisch. Sowjetische Truppen besetzten die Tschechoslowakei. Jan wurde als "westlicher Agent" bezeichnet und seiner Funktion enthoben. Doch innerhalb von 3. Wochen erhielt er mit Frau und Tochter politisches Asyl in der Schweiz und eine Arbeitsbewilligung.

Nennigkofen (SO) wurde der Familie erste neue Heimat. Als Hilfsgärtner, Redaktor beim "Schweizer Bauer" und bei Popularis-Tours verdiente Jan den ersten Lebensunterhalt. Die Familie zügelte nach Wahlendorf (BE) in ein Bauernhaus und Jan fand eine Position in der Werbeagentur Young + Rubicam in Bern als "Information-Officer." In dieser Info-Zentrale wurden erste Kontakte zur P-Bern geboren. Bei seiner Arbeit entdeckte Jan die Marktlücke, die er später, nach 10 Jahren Y + R-Tätigkeiten (die Agentur wechselte nach Zürich) durch die Entwicklung von PKD zu schliessen versuchte. Zunächst als selbständiger Kommunikationsberater tätig, bot Jan seine Idee der Publicitas an. Via Bern sagte die Marketing Direktion in Lausanne nach gründlicher Prüfung ja zu der neuen Dienstleistung. PKD (anfangs PMD = Print-Medien-Dokumentation) nahmen seinen Lauf. Jan Chejlava blieb freiberuflicher Berater mit der Sonderaufgabe bei uns. Bereits im Jahr 1982 wurde die Familie Chejlava in der Gemeinde Meikirch einstimmig eingebürgert. Erfreut berichtet Jan, dass er in der Schweiz stets gute Akzeptanz gefunden hat. Nach den Änderungen in den Oststaaten (1989) entschloss sich die Publicitas in dieser Richtung neue Märkte zu erschliessen. Jan Chejlava konnte beratend, speziell in Tschechien/Prag mitarbeiten.

Die Publicitas AS Prag wurde gegründet. Jan wurde in den Verwaltungsrat berufen. Gründliche Personalschulung

war dringend nötig. Heute arbeiten in Prag neben einem Direktor 23 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen.

Die intensive Reisetätigkeit zwischen Bern und Prag erklärt nun die oftmalige Abwesenheit von Jan Chejlava. Auf den stets 9stündigen Autofahrten erfreut sich Jan einer treuen und herzigen Begleiterin, namens Dascha. Es ist eine für ihn unersetzbare Promenadenmischung, die er in der Gegend von Prag für 4 Flaschen Bier erworben hat.



Dank Dascha hat Jan am Zoll nie Probleme. Sie bellt, er schimpft und entschuldigt sich beim Zöllner. Dascha zieht alle Aufmerksamkeit auf sich und "erbellt" ihnen die freie Weiterfahrt. Eines allerdings wurde schon mehrmals beanstandet: In Daschas Papieren ist keine Rasse angegeben. Doch das ist bei bestem Willen nicht möglich.

Seine Ferien verbringt Jan Chejlava schon seit vielen Jahren am gleichen Camping-Platz auf Korsika.

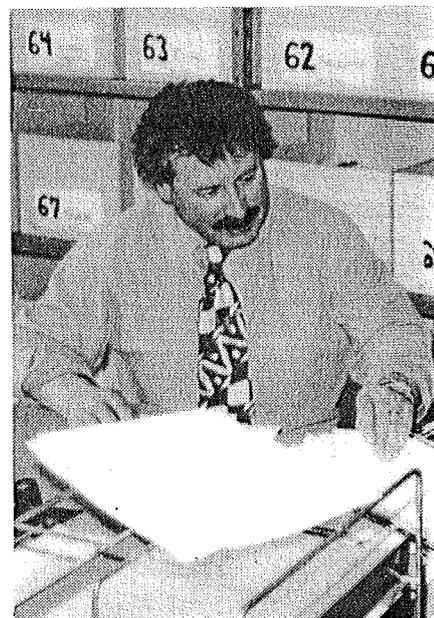
Mit 52 Jahren erlernte er noch das Surfen. Wenn es genug Schnee hat, liebt er in Wahlendorf den Langlauf quer über die Felder.

Nach einem Hobby befragt fällt der Name "Dascha".

Kann Jan Tschechien oder die Slowakei für Ferienaufenthalte empfehlen? Speziell Südböhmen / Mähren ist sehr schön. Karlsbad und Marienbad sind von früher her berühmte Badekurorte. Doch leider ist die Infrastruktur noch nicht nach unseren Vorstellungen und Ansprüchen entwickelt.

Ich danke Jan für das interessante und ausführliche Gespräch. Ich hoffe, er ist uns allen damit etwas näher gekommen

Joachim Tiete



Flexibilität kennt keine Grenzen wenn Not an Mann oder Frau ist. Der Extrablatt-Fotograf Rt überraschte Giovanni Trümpi in voller Aktion in der PKD-Zelle. Er suchte, fand, bestellte, lieferte und überzeugte die Kunden am Telefon mit sympathischer Freundlichkeit.

Es sei mal wieder daran erinnert.

## Umweltfreundliche Entsorgung des Abfalls

Abfälle müssen getrennt werden

- Zeitungen in Kartonbehälter auf den Etagen, NICHT in den Papierkorb!
- In den Papierkorb: NUR Papier, keine Schnüre, Essensreste etc ...
- In Anhänger an Papierkorb und Abfallbehälter auf der Toilette: Alles andere!

Wir und die Reinigungsfirma danken Ihnen für die Mithilfe!

Administration, R. Pensa

## Das Erkennungsspiel im EXTRABLATT 4/94

Obwohl die jeweilige Wettbewerbslösung stets auf unseren Informationstafeln bekanntgemacht wird, sind wir unseren "auswärtigen" Leserinnen und Lesern ebenfalls die Antwort schuldig. Es sei vorweggenommen: Alle, die auf dem Kinderfoto Joachim Tiete zu erkennen glaubten, lagen richtig. Unter den 14 Einsendungen waren 4 Frauen und 5 Männer, die richtig tippten. 5 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (2F/3M) stellten Ähnlichkeiten zu 5 anderen Kandidaten fest. "Ausser Konkurrenz" kam ein Feriengruss von zwei früheren Publicitanerinnen von der Engstligenalp. Sie hatten das Extrablatt gründlich gelesen und wussten, den, wie sie schreiben "kein Wässerchen trübenden Blick" richtig einzuordnen.

Herzlichen Dank für den "blauen Himmel" von der Skiferienalp bei Adelboden.

Diesmal wurde Sonja Meierhans zur Glücksgöttin erkoren und machte mit sicherem Griff Hugo Kropf zum glücklichen Gewinner der Fr. 50.- in Reka-Checks. Vermutlich ein kleiner Beitrag um kulturelle Bedürfnisse zu stillen.

Bislang hatte der Schreibende eigentlich nicht geahnt wie schwer es ist, fragende Bemerkungen, die zur sicheren Lösung des Wettbewerbs führen sollen, geschickt abzuwehren. Einmal auf der Fährte, können sich Suchende als hartnäckige Verfolger entpuppen. Um den Talon jedoch einzusenden, braucht es wohl noch eine spezielle Überwindung.

Doch nun mögen sich alle wieder auf die neue Folge des Ratespiels konzentrieren. Vielleicht wird gerade Ihr Talon bei der nächsten Auslosung gezogen. Viel Glück wünscht Ihnen dazu  
JT.



Jede Anstrengung  
lohnt sich.  
Es geht auf-  
wärts.

MitarbeiterInnen stellen sich vor

## Raten Sie mal...

**Wettbewerb**  
**REKA-Cheques**  
**zu gewinnen!**

Wer ist SIE ?

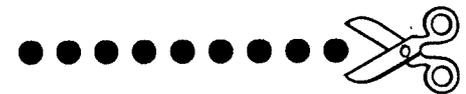
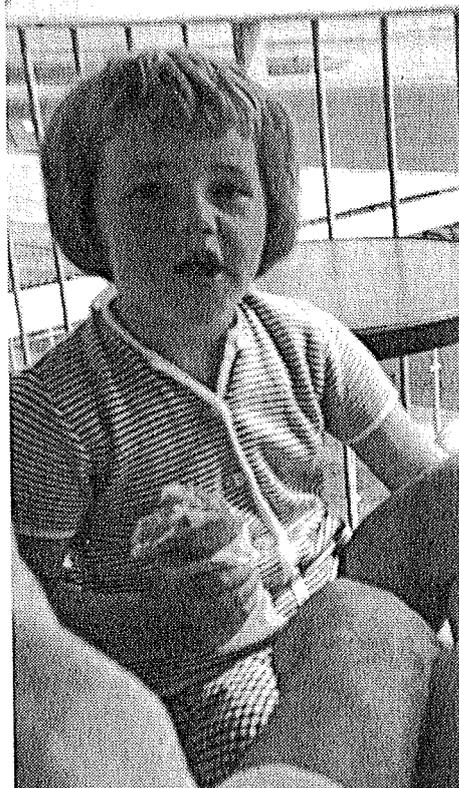
Sternzeichen: Löwe  
Heimatort: Le Locle

Was SIE mag:

Gemütlichkeit,  
ein gutes Glas Wein,  
Sonne und Wasser

Was SIE nicht mag:

Unpünktlichkeit,  
Unzuverlässigkeit,  
Untoleranz



Wer hat sich hier  
dem Fotografen für eine  
Porträtaufnahme gestellt?

Den ausgefüllten Talon  
senden Sie bitte  
bis 22. Mai 1995  
an Herrn Peter Moll, Personal-  
abteilung.

Ich tippe auf:

Der Preis:

Ein REKA-Check  
im Wert von Fr. 50.-.  
Die Auslosung erfolgt unter  
den richtigen Einsendungen.  
Der Rechtsweg ist ausge-  
schlossen.

Absender: \_\_\_\_\_

Name: \_\_\_\_\_

Vorname: \_\_\_\_\_

Abteilung: \_\_\_\_\_

## Ein alter Zopf? Wohl kaum!

Wenn auch dieser Beitrag "Gezieltes Kultursponsoring" bereits in der Ausgabe 10/94 im Domo, der Zeitschrift für alle Mitarbeiterinnen und Mitar-

beiter von Ringier Europa erschienen ist. Er sei allen zum Lesen empfohlen. Er ist ein Baustein, der uns die Strategie des BUND verständlicher macht. JT

Bund-Verlag

# Gezieltes Kultursponsoring

Rund zwei Drittel der Sponsoring-Aufwendungen (inklusive Medien-sponsoring) oder 2,2 Prozent des Umsatzes der Unternehmung der Bund-Verlags AG flossen 1994 in die Kultur. Ein Fünftel wird für Sport ausgegeben und der Rest für Diverses.

Text: Heidi Joos, Rolf Gebele  
Foto: Hansueli Trachsel

Gemäss der Leserschaftsforschung 1993 führen bei den Zeitungsthemen, welche die Leser am meisten interessieren, das kulturelle Geschehen und Veranstaltungen die Hitparade noch vor dem politischen Geschehen an. Die Sportthemen hingegen landeten auf dem letzten Platz. Bei der Beurteilung der kulturellen Berichterstattung wünschten sich die Leserinnen und Leser bei fast allen Kulturparten noch mehr redaktionelle Leistungen. Beim

Sport wiederum traf eher das Gegenteil zu.

### Engagement aufgrund der Leserschaftsbedürfnisse...

Die Öffentlichkeit erwartet zudem im Zeichen der gesellschaftlichen Veränderungen und des Wertewandels von den Unternehmungen nicht mehr nur die Lösung rein ökonomischer Probleme, sondern fordert gezielt gesamtgesellschaftliches Verantwortungs-bewusstsein. Somit ist klar: Im Gegensatz zum Sportsponsoring, mit welchem in erster Linie der Bekanntheitsgrad verstärkt werden kann, lässt sich mit Kultursponsoring und Socialsponsoring das Unternehmens-Image verbessern sowie die gesellschafts- und sozialpolitische Verantwortung des Unternehmens demonstrieren.

### ...und aus Tradition

Aufgrund dieser Erkenntnisse setzt der Bund seinen Sponsoring-Schwerpunkt bei der Kultur. Ausschlaggebend war

aber auch die lange Tradition der Feuilleton-Redaktion des Bunds. Seit deren Gründung im Jahre 1857 arbeiteten immer wieder namhafte Redaktoren und Literaten für den Bund: Carl Spitteler, Hugo Marty, Josef V. Widmann, Gian Bundi. Das 1869 vom Bund eingeführte *Sonntagsblatt* errang bald den Ruf der besten literarischen Zeitschrift der Schweiz. Auch heute noch geniessen die Leistungen der Feuilleton-Redaktion einen Beachtungsgrad weit über die Berner Grenzen hinaus. Diese Stärke unterstützt und nutzt der Verlag mit verschiedenen Kommunikations- und Sponsoringmassnahmen. Damit will man gezielt vor allem die Frauen und jungen Leserinnen und Leser ansprechen. Das Ziel der Sponsoringmassnahmen ist die Korrektur des konservativen Images, um den Bund wie folgt neu zu positionieren: *Der Bund ist die regionale Tageszeitung der jungen und junggebliebenen, gutausgebildeten, einkommensstarken Zukunftsge-*

*neration, die sich auszeichnet durch Pragmatismus, Individualismus, Nonkonformismus, hohe ethische Ansprüche, Sensibilität.*

### Sponsor-Anlässe 1994

Der Bogen der Anlässe ist denn auch entsprechend weit gespannt und reicht u. a. von den Bierhübeli-Konzerten, dem Berner Jugendfest, dem Unspunnen-Rock-Festival und den Berner Songtagen über Wochenende-Krimitage, das Forum der jungen Wirtschaft, Circus Knie und Dampftramfahrten bis hin zu Theatervorstellungen – aber auch zu Sportereignissen wie dem Swiss Open in Gstaad. Dass die Sponsoring-Anlässe im kulturellen Bereich auf grosses Interesse stossen, zeigte sich u. a. am 7. November 1994: Rund 500 engagierte Frauen fanden sich ein, als der Bund bereits zum zweiten Mal mit Unterstützung der Kantonalbank Bern im «Schweizerhof», Bern, seinen erfolgreichen Frauenanlass durchführte. ■



Bund-Abend im «Schweizerhof», Bern. Engagierte Frauen, volle Ränge und ein brillantes Referat: Christina Thürmer Rohr, Sozialwissenschaftlerin an der TU Berlin, sparte bei ihrem Auftritt vor 500 Frauen nicht an provokativer Kritik: An der Ebbe im Feminismus seien nicht etwa bloss zurückschlagende Männer schuld.

# „Sprachbeobachter Speak Deutsch“

Beat Gloor schreibt in der Werbe-woche: "Es gibt vier Gründe, weshalb immer mehr englische Ausdrücke ins Deutsche aufgenommen werden: Erstens ist das halbe Vokabular geschenkt. "Trink ein Glas Bier" heisst "drink a glass of beer". Zweitens hat es seit "Sport" und "Jeans" und "Striptease" Tradition. Drittens gilt es als modern. Viertens lässt sich das "Snowboard" als "Schneebrett" ebenso schlecht vermarkten wie das "Mountain Bike" als Bergvelo. (Und fünftens ist "Sex" einfach besser als der stockende deutsche "Geschlechtsverkehr".) Im Laufe der Zeit haben sich verschiedene anglodeutsche Mundarten entwickelt. "Sie mounten die Harddisk und transferieren das File gemäss Manual mit Direct Access auf den Host des Users" Das ist Computer-Output.

"United Colors of come to where the flavor is light and mild in our snack-corner". Das ist Werbe-Quack. "Der Super Mega Hold Magic Style Hairspray bildet mit dem Sensitive Cream Moisturizer die Revitalizing Beauty Firmer Line". Das ist Kosmetik-Schrott. "Chicks und Trucks sind cool, Dope sucks, und zwar heavy". Das ist Szenen-Slang. Gloors Überblick möchte ich noch ein Beispiel aus dem Printmedia-Business beifügen. "Für Key Account Manager informiert das Fact-Sheet des News-magazines FACTS über Namedrop-ping im Redaktionsteam, über die Trennung in die Hauptbereiche Advertising Business und Productselling über Eventmarketing und Telefon-marketer. Das ist der Spirit von FACTS. Let's go! Speak Deutsch.

Hugo Kropf

## Die KV-Lehre bei der Publicitas - eine Referenz im Stellenangebot.

In der "Weltwoche" vom 22. März entdeckte Peter Moll das nachstehende Inserat. Da aus Reproduktionsgründen der Text eher schlecht zu lesen ist, sei hier der entscheidende Satz speziell erwähnt: "Dafür tragen Sie ein gut gefülltes Rucksäckli mit fachspezifischen Erfahrungen mit sich herum. ( z.B. KV-Lehre bei der Publicitas oder andere Medien- und Verkaufserfahrung."

Das Redaktions-Duo unserer Bordzeitung  
«Crosstalk - the Magazine for European Business Flyers» sucht:

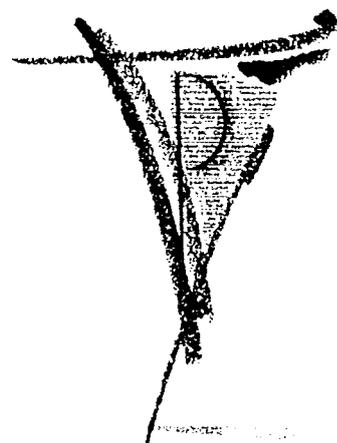
**einen Mitarbeiter mit Pioniergeist (25-35 Jahre)  
für die aktive Betreuung (80% Reisetätigkeit) und erfolgreiche  
Weiterentwicklung des internationalen Crosstalk Kundenstamms  
sowie die Führung des Back Offices.**

Sie sprechen und verstehen unsere Sprache. Und gerne noch ein paar andere dazu: F, E, evtl. I. Sie sind offen und haben keine Allüren. Dafür tragen Sie ein gut gefülltes Rucksäckli mit fachspezifischen Erfahrungen mit sich herum. (z. B. KV-Lehre bei der Publicitas oder andere Medien- und Verkaufserfahrung). Sie kennen zumindest die nationale Medienlandschaft und brennen darauf, den internationalen Markt kennenzulernen. Sie sind bereit zu reisen und Überdurchschnittliches zu leisten. Sie sind gewohnt, an der Front überzeugend aufzutreten und haben einen guten Sinn für Humor.

Haben Sie die Kraft und Flexibilität, in einer turbulenten Bordmagazin-Redaktion zu bestehen? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto. Arbeitsort ist der Euro Airport Basel Mulhouse Freiburg.

**crossair** 

Regina Maréchal, Crossair Aktiengesellschaft für europäischen Regionalluftverkehr, Crosstalk, Postfach, 4002 Basel, Telefon 061 325 45 77, Telefax 061 325 45 80.



Zusammenfassung  
der Strategie der Publicitas-Gruppe  
1995-2000  
Leitbild

Haben Sie bereits das Leitbild 1995 - 2000 gelesen? Oder haben Sie es noch beim guten Vorsatz bewenden lassen? Es sollte eigentlich zur Pflichtlektüre erhoben werden. Es ist das Leitbild der Unternehmenszukunft - und somit auf dem Berufsweg auch unsere Zukunft. Lassen Sie sich vom farbigen, energiegeladenen P der Titelseite packen. JT

## Zum Schmunzeln...

Der Gast beschwert sich "Herr Ober, dieses Schnitzel ist aber klein!"  
Der Ober: "Das tut mir sehr leid!"  
Der Gast: "Es ist auch noch sehr zäh!"  
Der Ober: "Dann seien Sie doch froh, dass es so klein ist!"

**AUCH DAS NOCH...**

## Dialogfreudige Linde

ap. Aber, aber: Eine Linde im Baselbiet hat am vergangenen 25. Januar für rund 100 Franken telefoniert. Während eines Sturms schlug einer ihrer Äste auf eine Freileitung und löste Anrufe aus, wie die «Basler Zeitung» von gestern berichtet. Entlarvt wurde der Baum, nachdem ein Rentner wegen seiner hohen Telefonrechnung reklamiert hatte. Der Rentner soll an diesem Tag 168mal die Nr. 111 gewählt haben.

**Dieler Tagblatt**

# Der Publicitas Kegelklub steht vor seinem 20jährigen Jubiläum

Am 17. Juni 1975 wurde der Kegelklub gegründet. So liegt es nahe, dass am gleichen Tag des Jahres 95 das Gründungsfest ausgiebig gefeiert werden soll. Ueber die Gründer und das Fest an sich soll im nächsten EXTRABLATT berichtet werden. Erwähnt sei jedoch, dass bereits vor 20 Jahren Jean Bernasconi zum Präsidenten gewählt wurde. Unterstützt von seiner Frau Marie-Luise hat er das Zepter all die Jahre hindurch mit äusserster Einsatzfreude geführt. Es ist durchaus verständlich, dass Jean am Jubiläumsfest aus gesundheitlichen Gründen sein Amt in neue Hände legen möchte. Die Kegler haben für ihr Fest eifrig gespart, und Jean hat mit Maie-Luisse in geheimnisvoller Zweisamkeit die organisatorischen Vorbereitungen getroffen. Lassen wir uns überraschen. Man kann jedoch sicher sein, dass das Bernasconi-Team "alle Neune" treffen wird.

## Die Meisterschaft 94/95 ist entschieden.

Ein Jahr lang wurde um die Spitzenplätze in der Gruppe A und B "gekämpft." Mit groben Geschoss wie auch mit sanfter Kurventechnik. Mit Anerkennung ist feststellbar, dass die "Jugend" nach vorne drängt. Lassen wir die Schlussranglisten sprechen:

Gruppe A	Holz
1. Andreas Spycher	1398
2. Edi Lanz	1380
3. Heinz Schneider	1370
4. René Morgenegg	1350
5. Bernard Michaud	1254
Gruppe B	Holz
1. Matthias Messerli	1341
2. Joachim Tiete	1310
3. Jürg Steiner	1234
4. Roger Lehnherr	1230
5. Reto Pensa	1120

Der Tabellenstand zeigt klar, dass in der Saison 95/96 Matthias Messerli A-Luft schnuppern wird. Bernard Michaud hingegen wird sich wieder in der Gruppe B mit "geballter Ladung" einschliessen müssen. Ein zweiter Blick auf die Tabellen zeigt jedoch auch, dass sich die bereits ergrauten Kegler bislang noch zu wehren wissen.

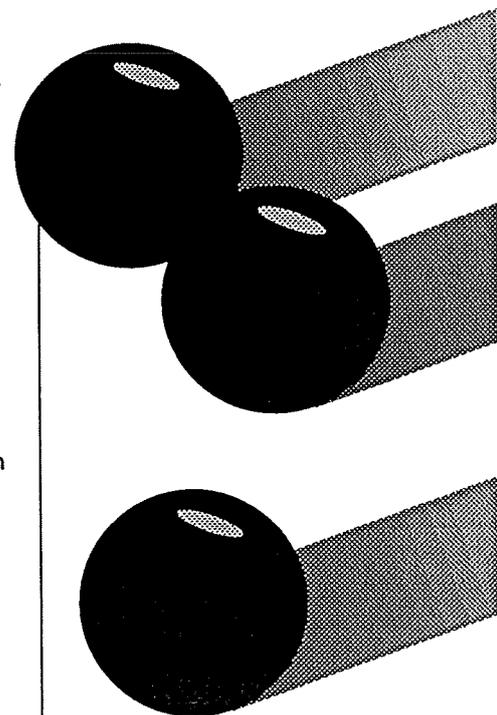
## Cup-Final 94/95

Am 24. April war es soweit. Eine überraschende Paarung stieg mit Herzklopfen in die spannende Endausscheidung: Bernard Michaud contra René Morgenegg. Pro Mann waren 40 Schuss durchzustehen. Wer kann sich da schon von Schwächeperioden freisprechen? Neue Konzentration war ständig gefordert. Der Walliser und der Fribourger schenkten sich nichts. Schliesslich gereichten die wenigstens äusserliche Ruhe und die gepflegteren Schüsse René Morgenegg zum Vorteil. Kraftvolles Aufbäumen halfen Bernard Michaud nichts mehr. Er musste sich mit 221 zu 204 Holz geschlagen geben. Dem CUP-Sieger wie auch dem "CAP-"Verlierer möchten wir an dieser Stelle nochmals herzlich gratulieren.

## Das traditionelle SIE + ER-Kegeln.

Es fand am 31. März erstmals im Restaurant Bären in Bümpliz statt. Jean Bernasconi konnte mit Freude alle Mitglieder mit angetrautem oder befreundetem Anhang begrüßen. Ein besonderer Gruss galt auch dem Ehepaar Fahrni. Trotz vieler Termine nimmt unser Direktor gern an diesem Anlass teil. Zur Freude aller, zeigte er sich einmal mehr von einer sehr spendablen Seite. Die anwesenden GL-Mitglieder brauchten nur noch zu nicken. Obwohl es auch Einzelwertungen gab, sei an dieser Stelle lediglich die Rangfolge der Paare erwähnt.

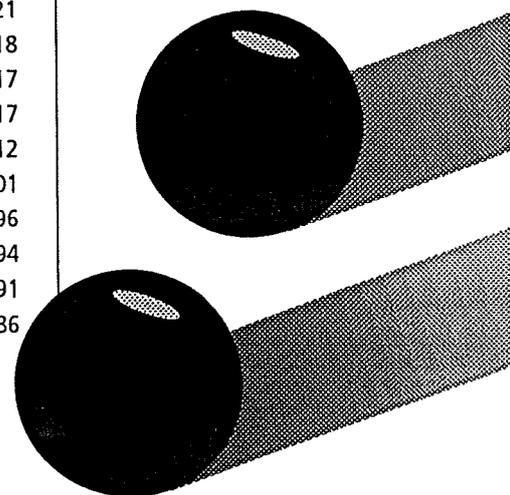
	Holz
1. A. + E. Lanz	360
2. B. Gehrig / A. Spycher	331
3. D. Müller / 6 Männer	321
4. S. Wohlhauser / R. Lehnherr	318
5. A. + J. Tiete (Babeli-Vorteil)	317
6. Ch. Jung / J. Steiner	317
7. A. + H. Schneider	312
8. ML. Bernasconi / B. Michaud	301
9. S. Beyeler / M. Messerli	296
10. V. + H. Fahrni	294
11. S. Pio / R. Morgenegg	291
12. N. Witschi / R. Pensa	286



Zum 3. Rang ist noch eine Erklärung nötig. Da aus Gesundheitsgründen Kurt Müller das Amt des Punktrichters der aktiven Teilnahme vorziehen musste, sprangen für ihn 6 Männer in die Bresche. Alle zeigten sich von ihrer besten Seite und wollten den guten Vorgaben von Doris nicht nachstehen. So wurde ihr 3. Rang von 6 Männern gefestigt.

Alles in allem: Auch dieser Abend wird als schönes kontaktförderndes Erlebnis in die Geschichte unseres Kegelklubs eingehen. Auch die Küche des Restaurants Bären sei lobend erwähnt. Ein herzlicher Dank geht an alle, die zum guten Gelingen des Abends beigetragen haben.

Joachim Tiete



## Eine neue Rubrik im **Extrablatt.**

Adrian Dietrich hatte die sympathische Idee, den grünen Pflanzen in unserer eher nüchternen Bürowelt nachzugehen. Ist doch zu vermuten, dass zwischen Menschen und Pflanzen, über den eigentlichen Schmuckeffekt hinaus, eine besondere Beziehung besteht. Die ersten Recherchen von Ad brachten interessante Erlebnisse zutage:

### Pflanzen-Report

## — PUBLICITAS — **Extrablatt**

Verantwortliche Redaktion:

Redaktor /Innen:

Joachim Tiete (JT)  
Peter Moll (PM)  
Adrian Dietrich (Ad)

Gestaltung / Produktion:

Alex Rüfenacht (Rt)  
Manuela Marfl (mm)

Erscheinungsweise:

4x jährlich  
1995 19. Mai  
21. Juli  
6. Oktober  
21. Dezember

Die Redaktion behält sich das Recht vor, die Erscheinungsdaten um einige Tage zu verschieben.

Redaktionsschluss:

10 Tage vor Erscheinen

Auflage: 160 Exemplare für das Personal der Publicitas Bern, für die Pensionierten sowie für einen Kreis früherer MitarbeiterInnen und Mitarbeiter.

Das nächste EXTRABLATT erscheint am 21. Juli  
Redaktionsschluss: 11. Juli  
Das Redaktionsteam freut sich über jeden Beitrag aus dem Leserkreis und dankt für kreative Kontaktgespräche.

# Pflanzen-Report

Was verbindet Sie mit Ihren Pflanzen im Büro?  
Als Extrablatt-Reporter werde ich Ihren Erzählungen lauschen.  
Adrian Dietrich



Frühling, die Zeit des Wachstums. Unsere Büropflanzen werden wahrscheinlich neue Triebe bilden, oder haben die Pflanzen den Winter nicht überlebt? Der Extrablatt-Reporter hat eine Pflanze gefunden, die schon viele Winter überstanden hat, und kräftig spriesst. Eine richtige "Dino-Pflanze", soll sie doch seit dem Neubau schon in diesem Haus stehen, und wo sie früher stand ist nicht so klar.

Die Pflanze ist mittlerweile 2.5 m hoch und soll, wenn sie nicht geschnitten worden wäre, bis in den 9. Stock hinaufgewachsen sein. Doch um die Pflanze sei es nicht immer so gut gestanden, erzählt Regula Blatter, die, wie schon viele ihrer Vorgängerinnen die Pflanze pflegt. Vor nicht so langer Zeit, war der Wasserstandsanzeiger des Luwasa-Gewächses kaputt. Und R. Blatter goss und goss Wasser in den Topf, und überhörte grosszügig die Hilferufe der Pflanze. Wahrscheinlich aus Trotz, begann die grüne Pflanze ihre Blätter abzuwerfen.

Regula Blatter sammelte die Blätter ein, und gab der Pflanze Wasser. Mit der Zeit hatte die Pflanze fast alle Blätter verloren,

das Büro wirkte öde. Nun begann auch R. Blatter sich zu fragen, was wohl der Pflanze zugestossen sei. Und bald juckte es sie in ihrem "grünen Daumen", und sie untersuchte den Topf der Pflanze. Mit Schrecken stellte sie fest, dass sie bald das ganze Büro unter Wasser gesetzt und die Pflanze fast ertränkt hätte. Mit viel Elan, begann sie die Pflanze trockenzulegen. Das gestandene Wasser verbreitete einen furchtbaren Gestank im 4. Stock. Nach 3 Tagen "Trockendock" durfte die Pflanze zurück in ihren Topf, der mit neuen Luwasa-Kügelchen und einem neuen Wasserstandsanzeiger ausgestattet war. Heute pflegt R. Blatter die Pflanze mit Wasser, Blumendünger und Blattgrün aus der Migros. Und man glaubt es kaum, die Pflanze erstrahlt wieder in neuem Grün. Es ist kein Witz, aber R. Blatter hat immer einen Reserve-Wasserstandsanzeiger bei sich im Büro.

**Was verbindet Sie mit Ihren Pflanzen im Büro?**

Als Extrablatt-Reporter werde ich gespannt Ihren Erzählungen lauschen und darüber berichten.

Adrian Dietrich

# Extrablatt

Hauszeitung der Publicitas Bern

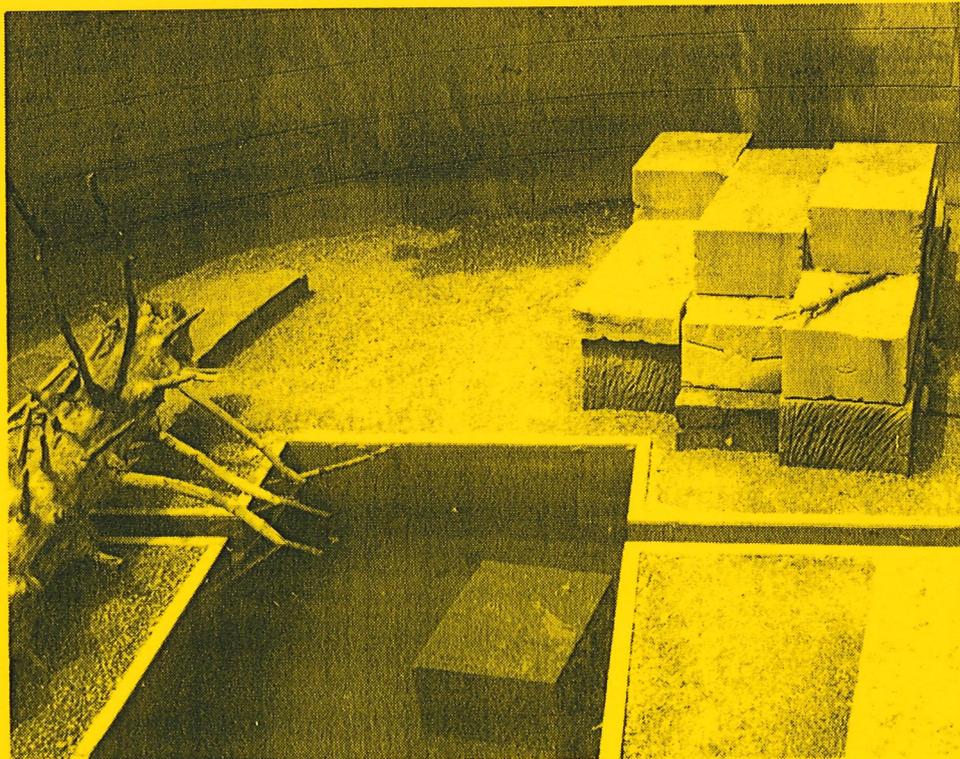
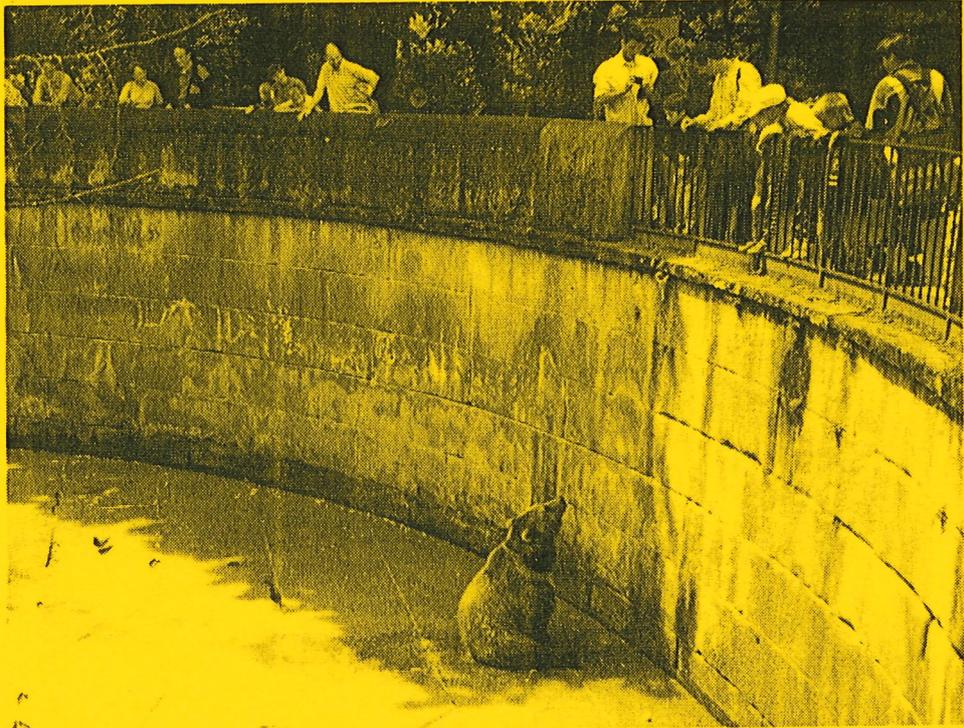
Nr. 2 / 8. August 95

Es tut sich was im und um den Berner Bärengraben. Unser Redaktionsmitglied Adrian Dietrich (Ad) ist den Anfängen der Veränderungen nachgegangen. Und da er niemandem "einen Bären aufbinden" möchte, sind Sie aufgefordert, mal wieder dieses Berner Wahrzeichen zu besuchen. Mischen Sie sich getrost unter die Touristen, lauschen Sie links und rechts den verschiedenen Meinungen und erfreuen Sie sich an den glücklichen Augen und Gesten der Kinder. Denken Sie mal darüber nach, wann Sie zum letzten Mal die Rüeblli zum Tanz der Bären in der Luft gedreht haben. Zum Teil wird es sehr lang her sein. Darum folgen Sie nun Ad durch die Titelstory. JT

## Der Bärengraben.

Was besucht ein Tourist in Bern? Eventuell das Münster, den Zytglogge oder die schönste Einkaufsstrasse der Welt, die Marktgasse. Aber ganz sicher den Bärengraben. Dort ist seit Jahren das stolze Wappentier der Stadt Bern zu sehen. Zeugt doch die Anwesenheit der Bären nicht zuletzt von der Unabhängigkeit der Stadt Bern. Nur Napoleon hat es gewagt, die Stadt zu erobern und die Bären aus der Stadt zu entfernen. Man vermutet, dass vor der Entstehung des ersten Bärengrabens die Bären am Rathaus angekettet waren.

Wann haben Sie das letzte Mal die berühmten Berner Bären gesehen? In letzter Zeit hat sich einiges geändert. Es ist nicht nur der Bestand an Bären geschrumpft, nein auch am Graben selber wurde umgestaltet, umgebaut und weiteres geplant.



## Der Bärengraben

(Fortsetzung von der Titelseite)

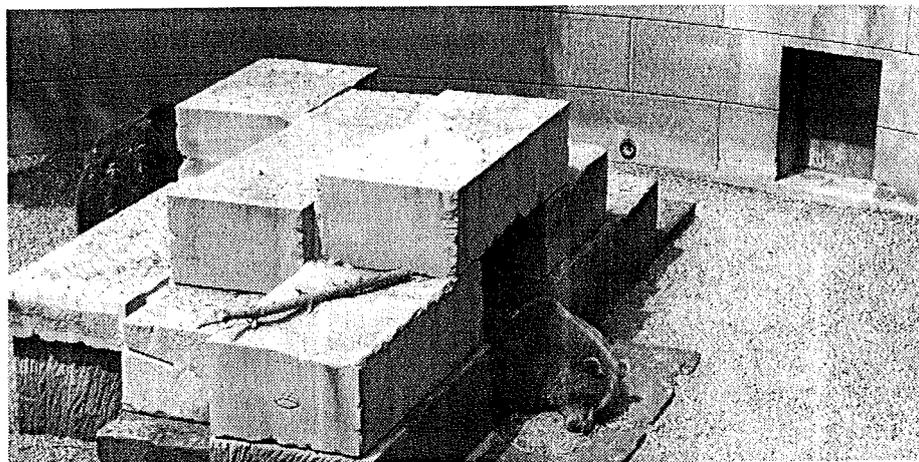
Letzten Winter und in diesem Frühling wurde am unteren, kleinen Graben schwer gearbeitet. Mit viel Geschick wurde der Graben ausgeräumt, um anschliessend den harten, für die Bären qualvollen Betonboden zu entfernen. Etwa zur gleichen Zeit, verschwand das alte Wasserbecken. Von dem Moment an begannen die Ideen und Pläne des Tierparkchefs, Max Müller, Gestalt anzunehmen. Zuerst wurde ein grosses Loch in der Mitte des Grabens ausgehoben. Hier entstand das neue, viel grössere



In einem feierlichen Moment durften die Bären ihre neue Umgebung begutachten und waren sicherlich sehr zufrieden.

Die erste Enttäuschung folgte ein paar Tage nachher. Das Lebendfutter, oder eben diese Forellen, praktizierten "Rückenschwimm". Den Fischen mangelte es einfach an Sauerstoff. Mit diesen Beobachtungen konnte festgestellt werden, dass die Bären ihre neuen Möglichkeiten nutzen und sicher schätzen.

Bei aller Freude über die Bären und ihre Anlage ist aber nicht zu über-



Wasserbecken, oder besser Schwimmbad. Dann wurden mit einem grossen Kran die Sandsteinquader in den Graben befördert und unter der strengen Anleitung von Herrn Max Müller aufeinandergeschichtet. Unter diesen Quadern entstand die neue Schlafgelegenheit für die Bären. Eine mit Stroh ausgelegte, für einen Bären Platz bietende Höhle.

Etwas später wurde mit Lastwagen ein Gemisch aus Sand, Kies und Erde herantransportiert. Mit diesem Gemisch wurde der Boden des Grabens bedeckt. Um das Werk zu vervollständigen legte man einen grossen Baumstamm quer in den Graben. Der Baumstamm konnte nicht aufgestellt werden, da die Mitte des Grabens nun durch ein Wasserbecken belegt ist, und die Bären sonst zu nahe am Rande sind. Um auch noch das Tüpfchen auf i zu setzen befahl M. Müller, das Wasserbecken sei mit Wasser zu füllen. Und grosszügig wie Herr Müller nun mal ist, spendete er noch einige Forellen aus dem Tierpark als Dekoration und Lebendfutterreserve.

sehen, und die Kritiker betonen es oft genug, dass eine artgerechte Haltung nicht erreicht ist. Aber den Platz und die Möglichkeiten, die die Bären dazu brauchen, stehen ihnen auch nur selten in einem Zoo zur Verfügung.

Im nächsten Halbjahr sollen die beiden vorderen Gräben umgestaltet werden. Geplant ist die gleiche Vorgehensweise wie beim hinteren Graben. Mit dem Unterschied, dass vorn alles viel grosszügiger geplant ist. Das soll vor allem durch den Abbruch der Trennwand erreicht werden. Sie wird durch eine Aufsichtung von Sandsteinquadern ersetzt. Diese trennt also die Gräben nicht mehr, und in der Mitte sind die Bären auf gleicher Höhe wie die Besucher.

Hoffen wir, dass alles gut abläuft, und die Bären ab nächsten Frühling ihre Jungen in eine "bärenfreundliche" Umgebung ausführen können.

Also wann besuchen Sie die Bären das nächste Mal in ihrer neuen Umgebung?

Adrian Dietrich

## PUBLICITAS Extrablatt

Verantwortliche Redaktion:

Redaktor /innen:

Joachim Tietze (JT)

Peter Moll (PM)

Adrian Dietrich (Ad)

Gestaltung / Produktion:

Alex Rüfenacht (Rt)

Manuela Marti (mm)

Erscheinungsweise:

4x jährlich

1995 19. Mai

8. August

6. Oktober

21. Dezember

Die Redaktion behält sich das Recht vor, die Erscheinungsdaten um einige Tage zu verschieben.

Redaktionsschluss:

10 Tage vor Erscheinen

Auflage: 160 Exemplare für das Personal der Publicitas Bern, für die Pensionierten sowie für einen Kreis früherer MitarbeiterInnen und Mitarbeiter.

Das nächste EXTRABLATT erscheint am 6. Oktober  
Redaktionsschluss: 26. Sept.  
Das Redaktionsteam freut sich über jeden Beitrag aus dem Leserkreis und dankt für kreative Kontaktgespräche.



## Anzeigenkampagne für die Zeitungen.

Die vierfarbigen, ganzseitigen Anzeigen des Schweiz. Verbandes der Zeitungs- und Zeitschriftenverleger SZV sind in den Zeitungen, auch im BUND, kaum zu übersehen.

Jedes der 8 Sujets trägt den gleichen, knappen Text: "Und 87,1% aller Schweizerinnen und Schweizer verbringen ihre Freizeit am liebsten mit dem Lesen von Zeitungen".

Die stereotype Botschaft dieser Image-Kampagne hat das Ziel, die Abwanderung des Werbefrankens in die elektronischen Medien, Direct Mail und Aussenwerbung einzudämmen.

Die Werbebotschaft ist zwar kurz und klar. Doch in Verbindung mit den Illustrationen sind durchaus Fragen erlaubt. Die folgenden Sätze aus der Handelszeitung vom 15. Juni 1995 von Werner Rüedi, können zur Klarheit beitragen: Der Illustrator Gerhard Haderer, bekannt vor allem durch seinen wöchentlichen Cartoon im "Stern", hat, obwohl er sich grundsätzlich weigert, für die Werbung zu arbeiten, das Konzept der Kampagne so gut gefunden, dass er zum ersten Mal eine Ausnahme machte.

Auf den SZV-Anzeigen zeigt Haderer die Menschen nicht von ihrer besonders sympathischen, dafür von ihrer wahren Seite. Und er zeigt, mit welchen Dingen sie sich die Freizeit vertreiben. Nicht alle allerdings, denn

wie erwähnt machen 87,1% aller Schweizerinnen und Schweizer in ihrer Freizeit nichts lieber als Zeitungen lesen (Spitzenwert für die Deutschschweiz gemäss Mach '94). Diese grosse Wichtigkeit der Zeitungen wird zur Kernaussage der Kampagne. Sie besagt, mit ziemlich viel Ironie, dass Zeitungsleser nicht zu

den karikierten 13% der Menschheit gehören, sondern eben ihre rund 87% erfreulicheren Prozente ausmachen. Mir scheint, dass dieser Hinweis einen wesentlichen Beitrag zum vollen Verständnis dieser Anzeigen-Kampagne leistet. Viel Spass beim vertieften und verständnisvolleren Hinsehen wünscht Ihnen  
J. Tietze

## NZZ FOLIO - ein Geschenk für die Bund-Leserinnen und Leser.

Da die Extrablatt-Leserschaft zu dem Kreis der Bund-Abonnenten gehört, werden auch wir ab 4. September 1995 an jedem ersten Montag des Monats dieses Geschenk per separater Post erhalten.

NZZ FOLIO ist ein exklusives Monatsmagazin der Neuen Zürcher Zeitung im Wert von Fr. 96.-. Mit ihm kommt anspruchsvoller Lesestoff auf uns zu. Die Voraussetzung für die Erweiterung auf die Bund Leserschaft sei die soziodemographische Übereinstimmung mit der NZZ-Leserschaft. Wir werden darum zum Kreis einer halben Million Leserinnen und Leser gehören. (Quellen: Persönlich aktuell vom 6. 7. 95 sowie Bund-Werbung). JT



## Herzlich willkommen

### Platzwechsel im 6. Stock.

Damit Patrizio Pivrotto keine klaffende Lücke hinterlässt, beginnt am 2. August **Marc Albrecht** im Marketing-Service. Herr Albrecht hat vor wenigen Jahren die kaufm. Lehre bei der P-Basel absolviert und ist zwischenzeitlich dem Printmedium treu geblieben.

### Neues Lehrpersonal im Anmarsch.

**Isabelle Bilteryst, Sarah Ramseier** und **Michael Bürki** werden am 14. August die Tore in das Berufsleben aufstossen. Bereits am 7. August beginnt **Simone Niederhauser** als Praktikantin ihren Berufsweg bei uns.

Die Extrablatt-Redaktion freut sich darauf, Ihnen alle in der nächsten Ausgabe steckbrieflich vorstellen zu können.

Im lautlosen Übergangsverfahren hat bereits am 29. Mai im Post- und Kurierdienst **Alexander Miescher** die Vertretung von Marc Baumgartner übernommen. Wer wird ihn nicht bereits persönlich kennengelernt haben?

## Wir verabschieden

Langjährige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verlassen uns, um neue Herausforderungen im Beruf anzunehmen. Am 31. Juli sind es **Silvia Beyeler** und **Barbara Gehrig**. Am 31. August folgen **Daniela Reinhard, Roger Lehnerr** und **Patrizio Pivrotto**. Mögen sich für alle die neuen Berufswünsche und Erwartungen erfüllen. Gedankt sei allen für die gute Kollegialität und den täglich neuen Einsatz am Arbeitsplatz. Wir wünschen Glück und Erfolg für die Zukunft.

## Wir gratulieren...

...zur

## bestandenen

### KV-Prüfung

**Florence Lavanchy, Sonja Meierhans, Daniela Müller, Christina Raaflaub** und **Alex Baumgartner** konnten befreit aufatmen. Die mit guten Resultaten bestandene Prüfung wird zum wichtigen Schlüssel für den weiteren Berufsweg. Alle bleiben bei uns und werden neue Ziele ins Auge fassen. Herzlichen Glückwunsch und alles Gute.

## ...zum Dienst-

### Jubiläum

Bereits am 18. Juli konnte **Margrit Bühlmann** auf 35 Jahre bei der Publicitas zurückblicken. Den Bürogratulantinnen hätte sie manches "Müschterli" erzählen können.

Am 1. August können **Urs Lüthi** und **Esther von Känel** mit einem Feuerwerk ihre 10-jährige Publicitas-Zugehörigkeit festlich begehen.

Bereits am 13. August ist mit **5 Jahren P** das erste Jubiläum von **Daniela Grünig** erreicht.

Herzlichen Glückwunsch und alles Gute, jedem auf der persönlichen Bahn.

## Wir gratulieren...

...zum runden

## Geburtstag

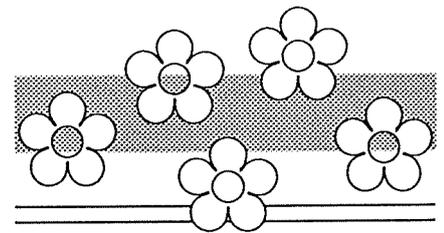
Wenn wir hier bereits die Daten bis Ende September publizieren, so haben Sie die Chance, Ihren persönlichen Glückwunsch an den Geburtstagen auszusprechen.

Am 19. August wird unser Grafiker und Desktop-Spezialist **Alexander Rüfenacht** seinen 50. Geburtstag feiern. Herzlichen Glückwunsch und alles Gute zum halben Jahrhundert.

Im September wird es ganz "rund" hergehen. Feiern doch **Daniela Müller** (6. September) und **Iris Aeschbacher** (29. September) ihren 20ten Geburtstag.

Zehn Jahre hinzu zählen kann **Raoul Wanger** (7. September) und **Carmen Reichenbach** (20. September).

Diese Zahl verdoppelt am 14. September **Edi Lanz**. Zu diesen 60 Leuten und der vorgenannten Jugend gratulieren wir herzlich. Unsere besten Wünsche begleiten alle.



Was wir jedem Inserenten empfehlen: Bei mangelndem Inseraterfolg, nochmals wiederholen! So hoffen wir, das Schweigen zu brechen.

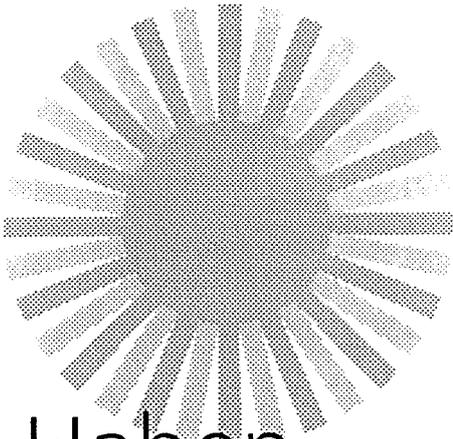
Gesucht

**Redaktor  
Redaktorin**  
für unsere Hauszeitung

PUBLICITAS  
**EXTRABLATT**

Es erwartet Sie eine erfreuliche und interessante Kommunikationsaufgabe in unserem Unternehmen. Erfreuliche Reaktionen aus der Leserschaft sind wichtiger als jedes Honorar und sind eine wertvolle, ideelle Kapitalanlage. (Wie immer könnte es auch hier besser sein.) Da für Redaktionssitzungen wenig Zeit aufgewendet wird, sind selbständiges Recherchieren und Schreiben von Vorteil.

Nähere Auskunft erteilt gerne Joachim Tiete, Tel. 401, Ralfs 5.2.

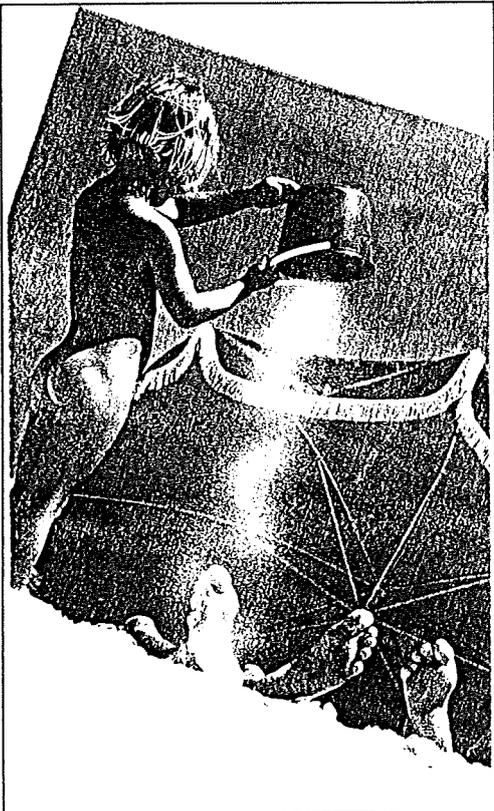


# Haben Sie noch die Ferien vor sich?

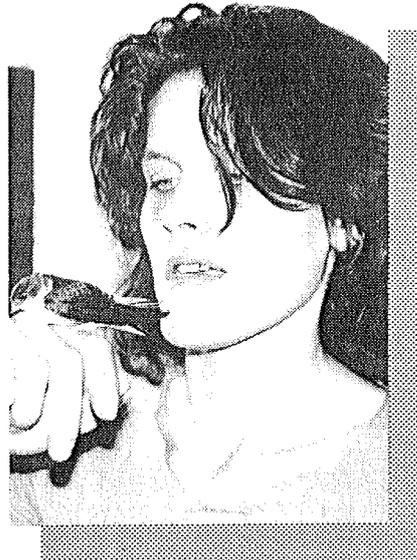
Das EXTRABLATT wünscht Ihnen ungestörte, weiterhin sonnenreiche und erholsame Ferien.

Vielleicht melden Sie sich mit einem besonderen Ferienerlebnis zurück.

Wir machen Ihnen gerne Platz.

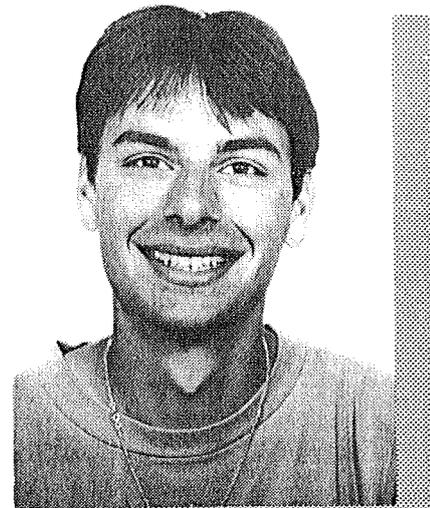


## Herzlich willkommen



In der Nummer 1/95 des Extrablattes konnten wir sie kurz begrüßen. Heute sei sie Ihnen "Steckbrieflich" vorgestellt. Die Rede ist von **Claudia Kunfermann**, seit dem 1. Juni in der PKD (Print-Kampagnen-Dokumentation) tätig. Sie wurde im Zeichen des Skorpions geboren und nennt Fisch als ihr Lieblingsessen. Ferienträume handeln von der Karibik und von Cuba. (Da müssen doch attraktive Angebote von Reisebüros in der PKD zu finden sein!?) Im musischen Bereich lässt sie sich nicht in die Karten blicken, erwähnt hingegen Hund und Katze als ihre Haustiere. Zu den sportlichen Betätigungen zählen Reiten und Schwimmen, in den Mussestunden steht der Griff zum Buch im Vordergrund. Wer unsere Mitarbeiterin noch nicht kennenlernen konnte, sollte sie mal in ihrer "Abgeschiedenheit" im 5. Stock besuchen.

JT



Hier ist er bereits im Bild: **Marc Albrecht**, der neue Mitarbeiter im Media-Marketing Service. Nehmen wir einmal an, dass sich der "Widder" bereits bei der P-Basel die Hörner abgestossen hat. Wer ihn zu einem Einstandsessen einladen möchte, dem sei die Liebesspeise Saltimbocca verraten. "Insider" wissen, dass er sich den Ferientraum Alaska bereits erfüllen konnte und seither zum leidenschaftlichen Anhänger geworden ist. Elton John und Joshua Kadison zählen zu den von ihm bevorzugten Musikern. Und wie ist es um sportliche Hobbies bestellt? Badminton dient seiner Fitness, die ihn auf Skitouren oder beim Trekking nicht ausser Atem bringt.

JT

## Das Erkennungsspiel im EXTRABLATT 1/95

Wenn im täglichen Termindruck auch bei Dingen, die eigentlich der Entspannung dienen sollen, zu kurze Fristen gesetzt werden, so scheint die Motivation zur Beteiligung zu leiden. Diesen Schluss kann die Redaktion aus dem eher mageren Ergebnis des Erkennungsspiels ziehen. Oder war die Aufgabe derart schwer, dass "die Flinte voreilig ins Korn geworfen" wurde?

Auf jeden Fall lief die Spielbeteiligung konträr zum Bekanntheits- und Beliebtheitsgrad von Christa Jung, die mir im letzten Moment ihr Kinderfoto zur Verfügung gestellt hatte. Eigentlich hatte ich mit einem neuen Beteiligungsrekord gerechnet. Das war jedoch ein frommer Wunsch.

7 Mitarbeiterinnen und 1 Mitarbeiter griffen mutig nach dem ausgesetzten Preis. Davon tippten 2 Mitarbeiterinnen auf Margaritha Zimmermann und 2 auf Florence Lavanchy und griffen somit ins Leere.

Die vier anderen, darunter sogar ein Mann, setzten auf Christa Jung und wählten somit richtig.

Frau Anita Wölfli stellte sich als Glücksfee zur Verfügung und machte Barbara Gehrig, TOURING, zur Gewinnerin der Fr. 50.- in REKA-Checks. Sie kann bestätigen, dass sich das Mitmachen lohnt. Hat sie doch bereits zum 2. Mal den "grossen Preis" überreicht bekommen. Nochmals herzlichen Glückwunsch und einen aufrichtigen Dank an alle Ratefreunde.

Bereits in diesem EXTRABLATT winkt eine neue Gewinnchance. Mitmachen steht über dem Gewinn!

J. Tiete

**Eingegandtes**

Diese kuriose Adresse konnte unserem aufmerksamen Chiffre-Dienst nicht entgehen.



MitarbeiterInnen stellen sich vor

## Raten Sie mal...

**Wettbewerb**  
**REKA-Cheques**  
**zu gewinnen!**

Wer ist SIE ?

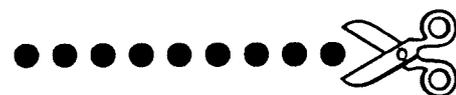
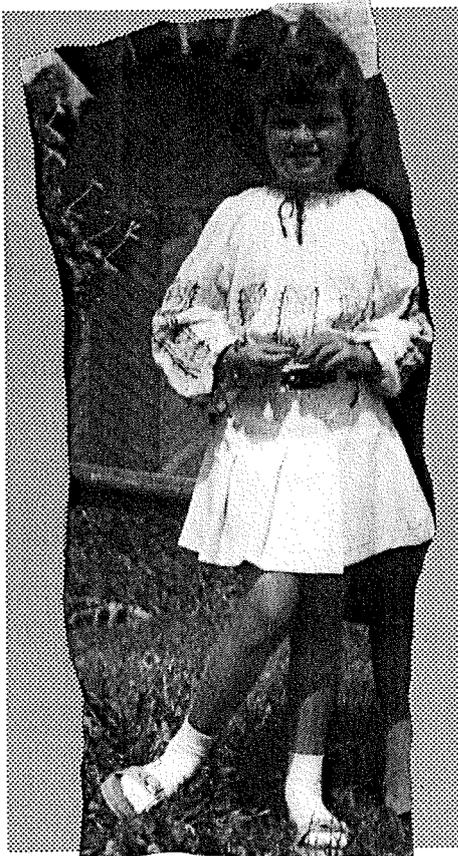
Sternzeichen: Zwilling  
Heimatort: Altdorf

Was SIE mag:

- Italienische Küche
- Nette Menschen
- E Glaserl Wein ...

Was SIE nicht mag:

Unpünktlichkeit,  
Unehrliche Menschen  
Kutteln



Wer gibt uns hier auf einem "gerissenen" Foto ein Rätsel auf?

Den ausgefüllten Talon senden Sie bitte bis 15. August 1995 an Herrn Peter Moll, Personalabteilung.

Ich tippe auf:

Der Preis:

Ein REKA-Check im Wert von Fr. 50.-.  
Die Auslosung erfolgt unter den richtigen Einsendungen.  
Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Absender:

Name:

Vorname:

Abteilung:

# Ralfs-

## ein ehrwürdiger Langläufer oder empfindlicher Spitzensportler?

Unsere Geschäftsleitung einigte sich darauf, unseren sportlichen Mitarbeiter nach längerer Verletzungspause zu reanimieren und ihn erneut ins Rennen zu schicken. Die Gelenke wurden geschmiert, die Sehnenbänder neu gespannt und die Herzklappen bei jeder Station funktionstüchtig gemacht. Die Behandlungskosten sollen nicht unerheblich gewesen sein. Mit kurzfristigen Atempausen ist unser Ralfs seit dem 15. Juni wieder mit Aufträgen, Druckmaterial, Post und Zeitungen unterwegs. Horizontal und vertikal, so wie es seit dem Bau des Bürogebäudes von ihm verlangt wird. Ja, damals, da hatte er noch Aufsehen erregt. Er wurde bewundert und viele Besucher aus allen Filialen zollten ihm Respekt. Dass er als technischer Star sich manche Kinderkrankheit leistete, wurde ihm immer wieder verziehen. Wenn sich unser Ralfs auch nicht gerade leise fortbewegt und

speziell den Richtungswechsel geräuschvoll markiert, so ist sein Dauerlauf doch ein Segen für uns alle. Wie mühsam ist es doch, bei seinem Ausfall auf den Liftanschluss, intern wie extern, zu warten. In der Hand lediglich ein wichtiges Blatt Papier!

Zwar wäre das Treppenhaus eine vortreffliche Fitnessstrecke, doch wer überwindet schon die oft langjährig eingesessene Trägheit? Lasst uns also unserem Ralfs aus Dankbarkeit den Status eines Spitzensportlers geben. Wie wir immer wieder lesen und hören, sind auch diese sehr empfindlich und verletzungsgefährdet.

Gönnen wir unserem Ralfs eine gute Pflege und behandeln wir ihn mit aller Sorgfalt. Seine Therapeuten legen uns zur Gesunderhaltung einige Rezeptpunkte besonders ans Herz:

- Überladen wir ihn nicht. Die Transportmappen auf keinen Fall dicker als 3 cm füllen

- Den Mappinhalt möglichst gleichmässig verteilen.
- Den Abstand von Mappe zu Mappe mindestens 3m einhalten. (Jeder Überholversuch führt unweigerlich zum Verkehrschaos!)
- Defekte Mappen nicht mehr verwenden. Sie machen u. U. im Nonstop die Runde.
- Achtung, der Ralfs ist wasserscheu. Regen- oder Pflanzwasser sind Gift für ihn.

Wenn wir diesen Hinweisen unser spezielles Augenmerk schenken, so leisten wir einen bedeutenden Beitrag an reibungslose Betriebsabläufe, helfen grosse Behandlungskosten sparen und tun obendrein noch einiges zur Förderung unserer eigenen Bequemlichkeit.

Ich persönlich wünsche unserem Altersjubilaren Ralfs noch viele Jahre gute Gesundheit und viel Freude am Laufen. Die Zeit wird kommen, wo auch er von moderner Technik überholt und in den Ruhestand versetzt wird. Wenn dann seine Glieder, Bänder und Gelenke dem Pilz und Rost preisgegeben sind, so wird manch Freud und Leid im Hause Seilerstrasse 8 in der Vergangenheit entschwinden.

J. Tiete

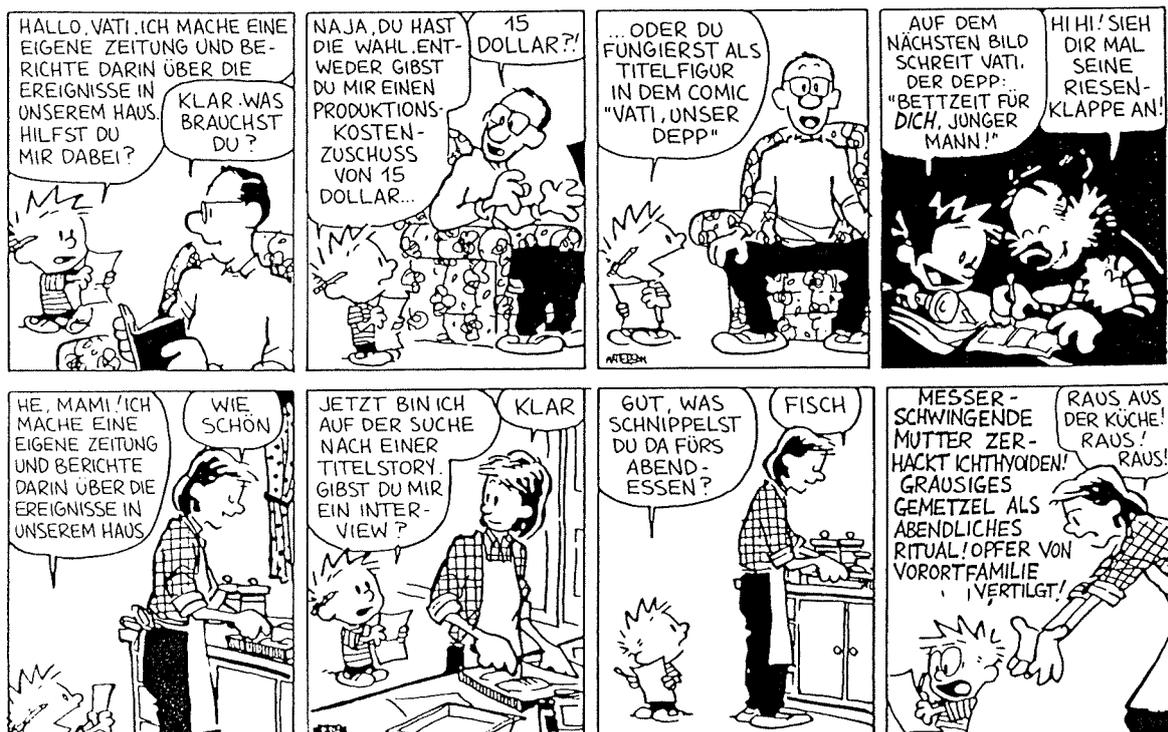
PS. Und falls er inzwischen nicht schon wieder in einer Agonie verharret, so läuft er heute noch.

Aus unserer BUND-Abteilung wurden uns diese Comics zugestellt.

Der kleine Zeitungsmacher ging an die Grenzen familiärer Pressefreiheit.

Möchten Sie eine Idee für das EXTRABLATT loswerden? Unsere Redaktoren sind schnell mit Papier und Schreibstift zur Stelle.

Sie kennen die Redaktoren nicht? Informieren Sie sich schnell im Impressum.



# Ni-Hau...Langnase

(Guten Tag... "Weissgesicht")

Reisegedanken von Florence Lavanchy

Die Erwartungen waren gross, als ich Ende April - entgegen den Reisegewohnheiten von Marco Polo - die Luftreise ins Reich der Mitte in Angriff nahm. Nach 10 Stunden verliess ich das Flugzeug wenig ausgeschlafen, aber dafür mit einem praktisch uneingeschränkten Entdeckergeist.

**Auf mich wartete "Beijing"- einst der Mittelpunkt einer Weltkultur und heute das politische und kulturelle Zentrum für ein Fünftel der Menschheit.**

Die Metropole liegt am Nordrand der Nordchinesischen Tiefebene. Den Stadtkern bewohnen ca. 7,5 Millionen Menschen. Grossbeijing, das eine Fläche von 16800 Quadratkilometern bedeckt, beherbergt rund 11 Millionen Einwohner. Das heutige Zentrum des Landes blickt auf eine 3000jährige wechselvolle Geschichte zurück, in der die letzten Dynastien Yuan, Ming und Qing die wesentlichsten Beiträge zum Kulturerbe geleistet haben.

Gerade dieses Kulturerbe war die Hauptmotivation meiner Reise. Fasziniert von der Farbenvielfalt und architektonischen Fremdheit dieser Kultur machte ich mich auf den Weg.

Beijing verfügt über eine Unmenge von Sehenswürdigkeiten. Bei Peking liegt das grösste Bauwerk der Erde - die Grosse Mauer, der am besten erhaltene antike Palast der Welt - der Kaiserpalast (die verbotene Stadt), der grösste Opferaltar unseres Planeten - der Himmelstempel, die farbenprächtige kaiserliche Parkanlage - der Sommerpalast, die ehrwürdigen, kaiserlichen Grabanlagen - die Minggräber und der 1989 in die Schlagzeilen geratene Platz (Platz des Himmlischen Friedens).

Diese unvergleichlichen Bauwerke werden seit langer Zeit von Touristen (bis anhin vor allem Chinesen) besucht. Diese Besuche liess ich mir natürlich auch nicht entgehen. Doch schon bald liess ich meine Foto-



**Schattenboxen - nicht nur ein Klischee, sondern Alltag in den Stadtpärken bei Sonnenaufgang.**

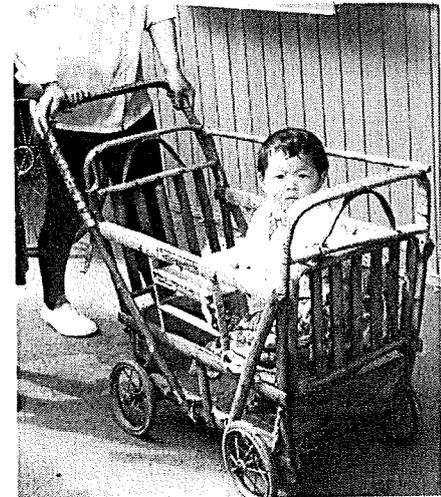
linse auch mal dort hin schweifen, wo sich das Touristenaugen nur durch Versehen verirrt. Doch gerade hinter den Kulissen entdeckt man Schauspiele, welche man in Reiseführern vergebens sucht. Im Banne des sich mir bietenden Alltagsgeschehens, vergass ich oft sogar meine "Fotografiersucht".

**Vergessen - nein vergessen werde ich diese Bilder nie.**

Seien es die unzähligen "Strassencoiffeursalons", die originellen Babyhosen mit Schlitz (unter Insidern als "Schnellfeuerhosen" bekannt), welche den Windelverbrauch drastisch senken oder die Velokarren und ihre Fahrer, welche unter ihrer Last beinahe zusammenzubrechen scheinen.

Anlass zum Smunzeln gab auch die ungewöhnliche "Hockstellung" der

Chinesen, in welcher der Geübte halbstundenweise verharren kann, um den Kontakt mit dem verschmutzten Boden zu vermeiden.



△ Traditioneller Kinderwagen  
▽ Chinesische Hockstellung



## Ni-Hau... Langnase

(Fortsetzung)

Weit mehr gab mir jedoch folgende Tatsache zu denken:

Da gibt es Menschen, welche trotz tiefer Einschränkungen in ihrer persönlichen Freiheit ihrem Gegenüber immer ein "10-vor-2-Gesicht" (die Zeiger der Uhr symbolisieren das Lächeln) entgegensetzen. Mit meist unverständlichem Gehorsam - zumindest so der äussere Eindruck - akzeptieren die jungen Chinesen die Familienpolitik der chinesischen Führung. Ein wirksames Mittel, so muss man zumindest glauben, denn durch diese Art der Familienplanung wurde die Geburt des 1,2 Milliardensten Chinesen um mehrere Jahre hinausgezogen.

Die Einzelkinder werden zudem unverhältnismässig verwöhnt, eine Tatsache, welche den zukünftigen Chinesen nicht mehr als den bekannten



duldsamen Untertan aufwachsen lässt. Und so wächst ein enormes Potential an charakterlich anders geprägten Menschen heran. Ein Potential, das es erst einmal zu kontrollieren gilt...

Die Einflüsse auf die Familienstruktur

### Strassenarbeiten à la chinoise

scheint jedoch nicht beachtet worden zu sein. Bald wird eine ganze Generation keine Geschwister haben und deren Nachkommen werden zudem keine Tanten und Onkels mehr haben...

## Pflanzen-Report

### Die wandernde Büro-Oase

Dass man von wandernden Dünen spricht, dürfte allseits bekannt sein. Doch wandernde Oasen? Nun, es gibt sie. In einem Gespräch mit Joachim Tiete wurde mir schnell klar, dass er seinen Pflanzenkübel als Oase im glas- und metallumschlossenen Büro bezeichnet. Eine Palme und ein stets blühender Christudorn streben aus dem kugeligen Luwasa-Boden in die Höhe. Ein Efeu vegetiert am Boden dahin und wird von Zeit zu Zeit daran gehindert, den Palmenstamm als Klettergerüst zu benutzen. Das soll für die Palme schädlich sein, glaubt JT zu wissen.

Es gab Jahre, so erzählt JT da war der Werbedienst im 9. Stock beheimatet. Aus seinem pflanzenlosen Büro gingen hin und wieder neidvolle Blicke in die Grünzone des Direktionssekretariats. Frau V. Ruf und damals Frau M. Bühlmann konnten diesen Blicken auf Dauer nicht widerstehen und erbarmten sich eines Tages. Sie vererbten einen Pflanzenkübel dem darüber sehr erfreuten JT.

So verging die Zeit; und für die "Oase" begann die Wanderung. Vom 9. in den 1. Stock, von da weiter in den 5. Stock. Der Wechsel von der Nord- zur Südseite und wieder umgekehrt musste von den

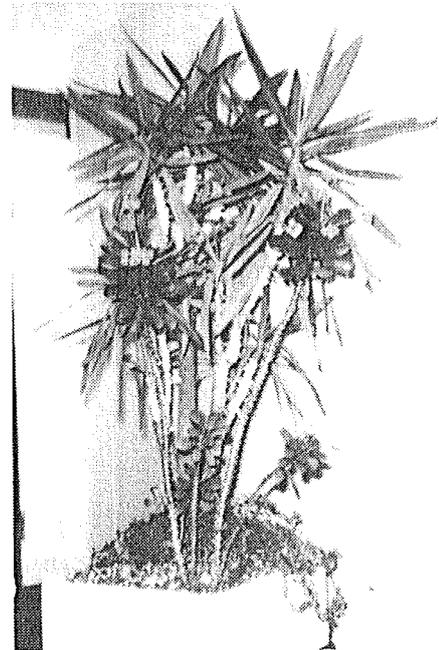
Pflanzen verkräftet werden.

Trockenzeiten wechselten mit spontanen Kannengüssen. Nicht jede Lehrtochter im Werbedienst erhörte das Lechzen nach regelmässigem Nass. Obwohl der Christudorn wächst, blüht und gedeiht (er weiss sich mit seinen Stacheln gegen vorwitzige Finger zu wehren), sieht die Palme z. Zt. sehr leidend aus. Blätter, die eher nach getrocknetem Tabak aussehen, fallen gelegentlich JTs Schere zum Opfer. Noch sind alle Pflanzen am Leben, doch JT sucht Tips und Beratung für seine "Patienten". Funktioniert der Wasserstandsmesser nicht mehr? Wird zu wenig oder gar zuviel gegossen? Hat sich unter den Luwasa-Kugeln bereits ein Sumpf gebildet?

Fragen über Fragen, die JT gerne von Pflanzenspezialisten beantwortet haben möchte.

Wer hört die Hilferufe? Falls die Grün-Therapeuten einer Gärtnerei mal wieder im 9. Stock nach dem Rechten sehen, so wäre JT für einen Abstecher ins Büro Nr. 52 im 5. Stock sehr dankbar. Er selbst möchte die Verantwortung eines "Kahlschlags" nicht übernehmen.

Ad



### Wo steht Ihre Oase?

Welches ist Ihr Geheimrezept zur "Retung von schlampenden Pflanzen"? Welches ist Ihre Lieblingspflanze? Hat Ihre Pflanze eine interessante Geschichte? Welchen Dünger brauchen Sie?

Der Extrablatt-Redaktor (Ad) freut sich über jede Bemerkung zu Ihren oder fremden Pflanzen. Ihre Geheimschlüssel flüstern Sie bitte Tel. 423 (Ad) oder schreiben Sie der Extrablatt-Mailbox (Disoss) P005Ad. Besten Dank für Ihre Tips. Ad

# Das Jubiläumsfest: 20 Jahre Kegelclub Publicitas

Es gehört bereits der Vergangenheit an. Am 17. Juni, genau am Gründungstag vor 20 Jahren, wurde gefeiert. Der scheidende Präsident Jean Bernasconi hatte es sich nicht nehmen lassen, mit seiner Frau Marie-Luise, das Fest bis ins Detail zu planen und durchzuführen. Es sei vorweggenommen, die Überraschung ist den beiden mehrmals gelungen.

Man traf sich am Nachmittag beim Bahnhof Thörishaus, um dann als kleine Autokolonne an die Sense zum Restaurant Hollywood zum Apéro zu fahren. Es war durstiges Wetter und die Imbissplatten lockten verführerisch zum Zugreifen. Leider war die Kegelcrew nicht ganz vollständig. Ferien standen in Konkurrenz zum Jubiläum. Um so reichhaltiger fiel der Apéro für die Jubilierenden aus.

Dann setzten sich die "Enthaltsamen" ans Steuer und die Fahrt ging zum Gasthof Sternen in Thörishaus. Küche und Keller waren mit guter Qualität auf uns eingestellt. In der heimeligen Stube genossen wir Speiss und Trank bei gemütlicher Unterhaltung.

Jean Bernasconi warf einen Rückblick auf den Gründungstag und rief manche schöne Begebenheit der 20 Jahre in Erinnerung. Er bedauerte, dass das Ehepaar Fahrni nicht zu Gast sein konnte.

Der Protokollchef Kurt Müller, übernahm es, Jean Bernasconi den Dank der Kegler auszusprechen. Eine mit Widmung versehene Walliser-Zinnkanne war genau das, was dem Jean noch in seinem Trophäenschrank fehlte. Mit einem herrlichen Blumenstrauss wurde auch Marie-Luise Bernasconi in den reichlich verdienten Dank mit einbezogen. Freude und Überraschung waren den beiden anzusehen.

Mit grossem Applaus wurde auch das Jubiläums-

geschenk der Direktion, eine Finanzspritze für den Klub, entgegengenommen.

Noch stand uns eine Überraschung bevor. Jean hatte seinen früheren Musikerfreund, den Exträmmler "Ferdinand vom Gurten" eingeladen. Wer erinnert sich nicht an den Entertainer früherer Jahre, der Kinder- und Familienfeste auf dem Gurten zu grossem Erfolg führte? Heute würde man "Open-Air" sagen. Ferdinand unterhielt uns im Nonstop während einer Stunde mit Witz, Musik und Gesang. Es war Gemütlichkeit nach alter Schule.

Sogar die jüngere Generation unter uns liess sich von der beachtlichen Leistung des betagten Ferdinands mitreissen. So eilten die Stunden bis zum Abschiednehmen schnell dahin. Jean und Marie-Luise hatten nochmals ein Zeichen für Kameradschaftspflege innerhalb unseres Unternehmens gesetzt.

Meinem herzlichen Dank für den gelungenen Anlass werden sich bestimmt alle Klubmitglieder anschliessen. Und nun Bahn frei für die nächsten fünf Jahre. Das silberne Jubiläum ist doch wieder ein markantes Ziel.

## Nachtrag:

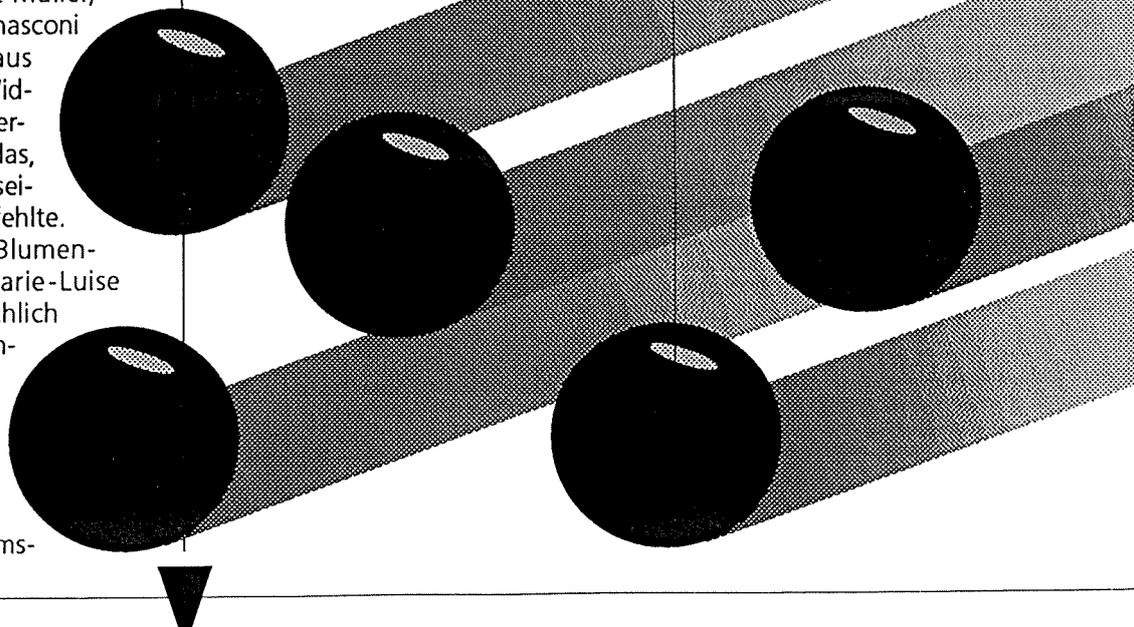
An der Jahresversammlung vom 11. Juli 95 fiel eine wichtige Entscheidung. Unter der Voraussetzung klar umrissener Aufgaben stellte sich Jürg Steiner als neuer Präsident zur Verfügung. Edi Lanz wurde als Kassier und Kurt Müller als Protokollführer bestätigt. Auch unsere nächsten traditionellen Jahresanlässe sind gesichert: Reto Pensa übernimmt die Organisation des Racletteabends am 3. November 95 und René Morgengegg übernimmt die Verantwortung für das SIE+ER-Kegeln im Frühjahr 1996.

## Und noch etwas:

Behutsam soll die Tür zur Mitgliedschaft für P-Mitarbeiterinnen geöffnet werden. Die absolut oberste Mitgliederzahl liegt jedoch bei 12 Personen, da sonst das Meisterschaftsprogramm, auf nur einer Bahn, während 2 Stunden nicht bewältigt werden kann. Für diese Limitierung bitten die Kegler um Verständnis.

J. Tiete

\*\*\*20\*\*\*  
**Jahre**  
Mit Schwung geht's weiter



**Das Jubiläumsfest  
in Bildern.  
Kegelclub Publicitas**

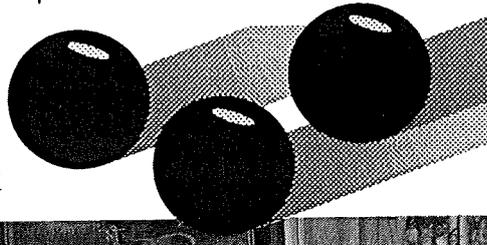


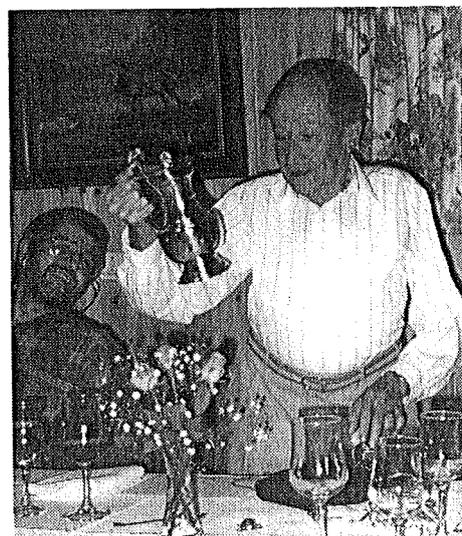
Foto oben:  
Dieses Triumvirat war schon bei der  
Gründung des Kegelclubs dabei: Jean  
Bernasconi, pensioniert, Heinz Schneider  
und Bernard Michaud, heute CAP.



Foto links:  
"Hochspannung" bei der Übergabe  
des Dankgeschenks der Kegelfreunde.

Foto links unten:  
"Entladung". Aus der Walliser Zinnkan-  
ne möge Jean noch manche "Trinkkur"  
schöpfen.

Foto unten:  
Es muss nicht immer "Open-Air" sein,  
um dem Stimmungsmacher im Rhyth-  
mus zu folgen.



Die Seele unserer Kegelfeste. Marie-  
Luise Bernasconi war gerührt über den  
herzlichen Dank "durch die Blume".



Ferdinand in "Hochform(at)". Auswen-  
dig singt und spielt er Evergreens zur  
Freude aller.



# Rollenspiel?

## Spiel auf Rollen: Rollhockey

Für viele, ja wenn nicht gleich für alle eine unbekanntere Sportart! Diese Gelegenheit wollte ich nützen, um die "hoffentlich" interessierte Leserschaft des Extrablattes zu informieren.

Rollhockey ist eine sehr junge Sportart, die ihren Ursprung im schweizerischen Montreux hat. Vor einigen Jahren entwickelte sich Rollhockey zu einer Boomsportart, doch das war so schnell vorbei wie es gekommen war. Im Moment besteht der schweizerische Rollhockeyverband aus 35 Vereinen. Gespielt wird auf einem ca. 20 x 40 m Hartplatz. In der westlichen Schweiz bestehen schon seit langem Rollhockeyhallen. Ein Team besteht aus 8-10 Spielern. Die Hälfte, also 4 Feldspieler und ein Torhüter, sind immer im Einsatz.

Rollhockey ist für "Aussenstehende" eine komische Sportart. Die Gelenkschütze kann man in keinem Sportgeschäft kaufen und sind sehr teuer. Geschützt ist man nur bis zu den Knien und als Zugabe kann man die Hände auch noch schützen. Das Hauptspielgerät ist ein Stock (wie üblich). Er ist aus Holz und scheint viel zu kurz, wie es die Amateure immer behaupten! Jetzt fehlt nur noch der Ball, der aus Hartgummi ist. Der Kern dieses Balles besteht aus Kork.

Auch die Regeln im Rollhockey sind sehr unbekannt: Zum Beispiel darf



man nicht mit dem Fuss / Rollschuhen den Ball berühren, Anti-Jeux ist ein Spielverzögerungs-Foul. Auch die Kartenvielfalt für die "Sünder" reicht nicht nur von gelb bis rot, es gibt auch blaue oder gelb-blaue Karten, die soviel bedeuten wie 2-5 Minuten Spielverbot.

Wieso ich gerade diese Sportart mache, weiss ich manchmal selber

nicht. Vielleicht ist es das schnelle Spiel, die packenden Zweikämpfe, der Teamgeist und die relativ hohen Ansprüche an den Körper.

... und wenn Sie doch mal die Möglichkeit haben, selbst auf Rollschuhen zu stehen, versuchen Sie es ruhig, Sie werden sehen, es macht Spass. Und noch etwas: Es ist noch kein Meister vom Himmel gefallen. Stefan Fankhauser

## Schmunzel- Ecke

Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte. Doch hier genügte **1 Wort**, um eine Lachsalm auszulösen. Ein sympathischer "Schusswechsel" des Fehler-teufels aus der BZ vom 25. 7. 95. Eingesandt von A. Muheim

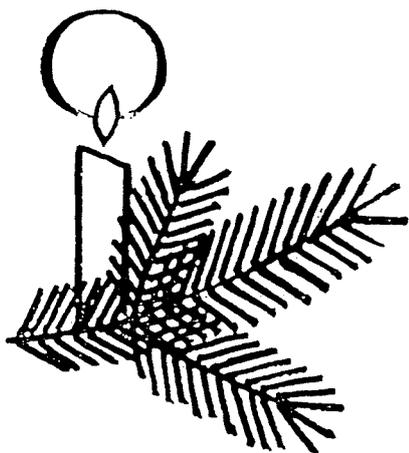
Die zentrale Schiessanlage auf dem Bramberg ob Neuenegg ist mehr oder weniger fertig, und bereits ist auch geschossen worden. In die alten Schützenhäuser werden wohl Gewerbebetriebe ziehen.



Fast fertig: Die zentrale Schiessanlage auf dem Bramberg.



# Ist die Zukunft der Printmedien gesichert?



Liebe Mitarbeiterinnen  
liebe Mitarbeiter

Für Euer grosses und erfolgreiches Engagement im auslaufenden Jahr und die auch vom Markt mit überdurchschnittlichem Umsatzzuwachs honorierten Leistungen der gesamten Publicitas Bern, danke ich allen herzlich. Meine allerbesten Wünsche begleiten Sie, ihre Familien und Angehörigen, durch sinnliche und frohe Festtage in ein glückliches 1996.

Ihr Hans Fahrni

Liebe Mitarbeiterinnen  
liebe Mitarbeiter

In seiner Rede vor den Zeitungs- und Zeitschriftenverlegern der Schweiz, am 15. September 1995 in Interlaken, wandte sich Bundespräsident Villiger mit folgenden Worten an die Print-Exponenten:

"Es hat Tradition, die Zeitung totzusagen. Als das Radio aufkam, wurde das sofortige Ableben der Printmedien vorausgesagt. Beim Eroberungszug des Fernsehens wurde der Untergang sowohl von Zeitungen als auch Radio prophezeit, und je raffinierter sich die neuen Medien entwickelten, desto unerbittlicher hörten sich die Untergangsszenarien an.

Offenbar sind die technischen Möglichkeiten eines, die Bereitschaft, sich ihnen ganz und gar auszuliefern hingegen ein ganz anderes. Jedenfalls leben trotz Internet, Radio und Fernsehen die Zeitungen noch. Die Auflagezahlen beweisen es.

Die Überlebenschance der Presse liegt nicht nur in der Unentbehrlichkeit, in der Vertrautheit, in der Glaubwürdigkeit. Solche Werte sind zwar wichtig. "Meiner" Zeitung glaube ich eher als einem anonymen Datenstrom. Aber entscheidend wird sein, dass sich die Zeitungen Bedürfnissen neben den anderen Medien offenhält. Die Radionachrichten haben ihren Leadcharakter gewahrt, im übrigen ist das Radio aber auch zum Komplementärmedium geworden, vielfach zur Sekundärbeschäftigung. Es hat seine Position neu definiert. Diese Entwicklung begünstigt die Printmedien. Einohriges Hören ist möglich, einäugiges Lesen nicht. Mehr noch: Was man beiläufig aufgeschnappt hat, weckt ein Interesse, das die Zeitung tags darauf abdecken kann."

Und wenn wir das bundesrätliche Statement mit der Feststellung ergänzen, die uns die von Publicitas 1995 durchgeführte Media-User-Studie MUST offenbart, wonach 55% unserer Jugend täglich eine Zeitung respektive eine Zeitschrift liest, darf man die eingangs gestellte Frage mit einem überzeugenden Ja beantworten.

Auch Publicitas teilt diese Auffassung. Unsere Unternehmung bekennt sich auf dem Schweizer Markt weiterhin mit Überzeugung zum Kerngeschäft: der Regie und Vermittlung von Print-Werbung. Dabei wird die Entwicklung der elektronischen Medien, insbesondere der interaktiven Angebote, aufmerksam verfolgt. Die MMD-Spezialisten stehen unseren Verlegern in allen diesbezüglichen Zukunftsfragen beratend zur Seite.

Eine kürzliche Studienreise, organisiert von P mit Schweizer Verlegerpartnern in den USA, hat bestätigt, dass Online-Dienste auch bei uns vermehrt Einzug halten werden. Mit ihrer Beteiligung an der Swiss-Online AG, der ehemaligen Videotex, ist Publicitas am Ball.

Wir wollen auch 1996 am Ball bleiben. Wir tragen die Regieverantwortung für zwei Produkte, die sich beide in einem ausgesprochenen Konkurrenzmarkt behaupten müssen: BUND und Stadtanzeiger. Wenn wir beim BUND mit der Verbindung zur NZZ vorallem nationales Marktpotential bearbeiten, ist es beim Stadtanzeiger das Lokalgeschäft. Beide Aufgaben erfordern von uns Einsatz, Kreativität, Überzeugungskraft und Durchhaltevermögen. Wir wollen diese Herausforderung annehmen und Publicitas Bern mit diesen Pachtangeboten nach innen wie nach aussen profilieren.

Die Schwelle zum letzten Zwanzigstel unseres Jahrhunderts verheisst uns indessen keine Wunder: Der laufende Strukturwandel der Schweizer Wirtschaft ist nicht abgeschlossen. Auch der Ruf nach Privatisierung, Liberalisierung und weiteren Deregulierungen wird die anstehenden Probleme unseres Landes nicht kurzfristig zu lösen vermögen. Probleme, welche die wirtschaftliche Blüte vergangener Jahrzehnte überdeckt hat und deren Lösung uns, der sie mitzuverantwortenden Generation, aufgetragen ist.

Trotz allem: Unsere Perspektiven für 1996 sind ermutigend. Bei einer Anpassung der Inseratarife um rund 3%, rechnen wir mit einer Umsatzzunahme von 5%, d.h. mit einem realen Wachstum von 2%. Zusammen mit der Produktivität der vergangenen Jahre und respektierter Kostendisziplin, dürfen wir auf ein gutes Ergebnis hoffen.

## In letzter Minute

Der Verwaltungsrat der Publicitas hat an seiner Sitzung vom 19. Dezember die beantragten Beförderungen zu bewilligen.

Wir freuen uns, Ihnen mitzuteilen, dass folgende Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Filiale Bern zu den Beförderten gehören:

Frau Erika Heimberg IV  
 Frau Barbara Schmideder IV  
 Herr Fred Struchen Prokura

Wir freuen und mit den Beförderten und gratulieren ihnen ganz herzlich.

— PUBLICITAS —  
**Extrablatt**

Verantwortliche Redaktion:

Redaktor/Innen:

Joachim Tiete (JT)  
 Peter Moll (PM)  
 Adrian Dietrich (Ad)

Gestaltung/Produktion:

Alex Rüfenacht (Rt)  
 Andrea Jost (aj)

Erscheinungsweise:

4x jährlich

1996 4. April

12. Juli

4. Oktober

20. Dezember

Die Redaktion behält sich das Recht vor, die Erscheinungsdaten um einige Tage zu verschieben.

Redaktionsschluss:

10 Tage vor Erscheinen

Auflage: 160 Exemplare für das Personal der Publicitas Bern, für die Pensionierten sowie für einen Kreis früherer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Das nächste EXTRABLATT erscheint am 4. April 1996  
 Redaktionsschluss: 22. März  
 Das Redaktionsteam freut sich über jeden Beitrag aus dem Leserkreis und dankt für kreative Kontaktgespräche.

## Extrablatt 1995

### "Da waren's nur noch drei..."

Aller guten Dinge sind drei, so könnte man entschuldigend sagen. Doch müssen wir eingestehen, dass die Redaktion das Ziel von vier Ausgaben im Jahr 1995 nicht erreicht hat.

Es gäbe eine ganze Anzahl Gründe aufzuzählen, doch was soll's. Wir stehen dazu, denn der gute Wille war da.

Fassen wir also für das Jahr 1996 neue Vorsätze und packen die Kommunikations-Aufgabe erneut mit Einsatzfreude an. Je mehr Unterstützung wir dabei von der Geschäftsleitung und von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erfahren, umso besser kann das Ziel im neuen Jahr erreicht werden.

Blicken wir nochmals kurz zurück, so darf der Dank an alle, die sich für unsere Hauszeitung eingesetzt haben nicht vergessen werden. In alphabetischer Reihenfolge waren das Adrian Dietrich, Hans Fahrni, Stephan Fankhauser, Hugo Kropf, Florence Lavanchy, Peter Moll, Gabriele Reckeweg, Danielle Schneider und Joachim Tiete.

Auch spezielle Zeitungsausschnitte mit Setzfehlern oder eigenartige Anzeigentexte usw. haben uns Freude gemacht und uns sehr geholfen. Zu dieser Gruppe zählen Adrian Aebi, Alex Baumgartner, Daniel Beyeler, Anne Muheim, Jeanette Stalder, Margaritha Zimmermann.

In der Extrablatt-Produktion haben sich Alex Rüfenacht und die jeweilige Lehrtochter im Werbedienst, Manuela Marti und Andrea Jost, verdient gemacht.

In der Hoffnung, niemanden vergessen zu haben, danke ich allen herzlich für den Einsatz und für das im Sinne unserer Gemeinschaft wertvolle Zeitopfer.

Selbst der kleinste Ausschnitt oder Beitrag kann ein bedeutendes Mosaiksteinchen sein und auch die Redaktion zu neuen Ideen anregen. Greift also auch im kommenden Jahr in die PC-Tasten oder zur Schere. Jede und jeder! Die Redaktion hat selten zuviel Material. Freuen wir uns also auf den vermehrten Kommunikationsfluss im Jahr 1996.

Joachim Tiete

### Talon zu "Kennen Sie Bern?"

Meine Antwort auf die Preisfrage der Titelseite:

Der Blick des Fotografen fällt

von \_\_\_\_\_

auf \_\_\_\_\_

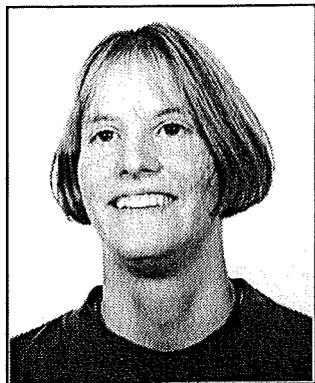
Name / Vorname \_\_\_\_\_

Abteilung \_\_\_\_\_

Bis 28. Dezember 1995 einsenden an J. Tiete.



## Kennen Sie unsere neuen Mitarbeiter?



**Andrea Kuhnen** noch vorzustellen ist gleichsam "Wasser in die Aare tragen". Sie wurde im Zeichen der "Zwillinge" geboren. Jetzt ist sie schon seit einigen Monaten tatkräftige Mitarbeiterin in der Presseberatung. Ob sich der Ferientraum "Griechenland" bereits erfüllt hat, entzieht sich der Kenntniss des Schreibers.

Mit der Italienischen Küche oder Riz Casimir trifft man ihre Gaumenfreuden, dazu Musik von The Doors oder die Stimme von Céline Dion - was wäre noch mehr zu wünschen? Lesen, speziell französische Literatur, wie auch Kinobesuche gehören zu ihren Liebhabereien.

Sportlich stehen Skifahren und Mountain-Biking im Vordergrund. Vorsicht, es könnten P-Wanderer unterwegs sein!



**Mathias Morgenthaler** hat im Zeichen der Waage das Licht der Welt erblickt. Sie treffen ihn im Verkaufsteam des BUND. Beim kurzfristigen Einsatz für den Stadtanzeiger

hat er sich bereits erste Sporen verdient. "Blond" nennt er als sein besonderes Kennzeichen, "Vitello alla Bolognese mit Morchelreis" gehört zu seinen Liebesspeisen.

Die Freude an klassischer Musik deckt sich mit seinen Ferienträumen, nämlich Wien und Griechenland. Er hört nicht nur, sondern produziert auch Musik mit dem Waldhorn.

Die Sportinteressen sind vielseitig: Fussball, Tennis, Ski, Krafttraining. In Stunden der Musse greift er gerne zu guter Literatur.



**Michel Olivier** hat die KV-Lehre bei der P-Biel gemacht und ist viele Male von Biel nach Bern zur VSW-Schulung gereist. Jetzt hat er sich ganz für Bern entschieden und ist z. Zt. im "offiziellen Stadtanzeiger" der rechte Arm von Fred Struchen. Mit "Widderstärke" wird er sich für die Belange unseres wichtigen, wiedererworbenen Regietitels einsetzen. Er scheint "verpflegungsleicht" zu sein; isst alles, ausser Fleisch!

Ferienhalber gehen seine Sehnsüchte nach Australien / Sydney. Vielleicht wird er eines Tages seine Hauskatze mit einem Känguruh austauschen? Ist ihm nach Musik zumute, so ist House / Techno der von ihm bevorzugte Stil. Nach weiteren Liebhabereien befragt, gehören Ausgang, lesen und einfach Faulenzen zur Antwort.

PS. Im letzten Moment erfährt die Redaktion, dass Michel Olivier am 12. 1. 96 nach Australien startet. So schnell geht ein Ferientraum in Erfüllung. Wir wünschen gute Reise und alles Gute.

## PK GESCHÄFTSBERICHT

Am Montag, den 8. Januar informieren wir Sie über den Geschäftsbericht unserer Pensionskasse.

Die Veranstaltung findet in 3 Gruppen statt, und dauert ca. 45 Min.

Die erste Gruppe trifft sich um 11.00 Uhr, die zweite um 13.00 Uhr und die 3. Gruppe um 14.00 Uhr im Konferenzzimmer des neunten Stockes.

In der ersten Januarwoche werden noch spezielle Einladungen an den Anschlagbrettern der einzelnen Stockwerke angebracht.

## PK DELEGIERTENWAHL

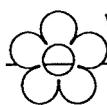
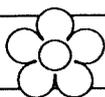
An der kürzlich durchgeführten Wahl der PK-Delegierten haben Sie den Kandidaten Ihr Vertrauen ausgesprochen. Somit gelten für die Amtsperiode 1996 - 2000 als gewählt:

Frau Doris Müller  
Frau Margaritha Zimmermann  
Herr René Morgenegg  
Herr Peter Moll

Als Ersatzleute wurden bestimmt:  
Frau Christa Jung  
Herr Hugo Kropf

Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme an der Wahl.

Herzlich



willkommen

Seit der letzten Ausgabe des Extrablattes hat sich einiges getan in unserer Filiale. So liegt seit dem 28. November die Verantwortung für den Verkauf der Inserate für den Stadtanzeiger Bern wieder in unseren Händen. So ist es nicht verwunderlich, dass wir an dieser Stelle eine ganze Reihe von neuen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen willkommen heissen dürfen:

Der Mann der ersten Stunde, **Herr Michel Olivier**, verlässt und leider schon bald wieder. Als erster Mitarbeiter des Teamchefs war Herr Olivier, von unserer Filiale Biel kommend, in der heissen Phase der Uebernahme linke und rechte Hand von Fred Struchen und gleichzeitig der ruhende Pol im manchmal doch sehr hektischen Betrieb. Wir danken Herrn Olivier für den Einsatz und wünschen ihm viel Erfolg im fernen Australien.

**Herr André Fluri** hat seine Lehre in unserer Filiale in Olten absolviert. Wie Herr Olivier nahm Herr Fluri seine Tätigkeit im Verkaufsteam des Stadtanzeigers am ersten November auf. Wie zu hören ist, hat er sich in der Filiale Bern bereits bestens eingelebt.

Dritte im Bunde des Stadtanzeiger-Teams war **Frau Patricia Flückiger**. Sie ist seit dem 16. November im administrativen Bereich für den Stadtanzeiger tätig.

Eine alte Bekannte, **Frau Andrea Flogerzi**, kehrte aus dem CAP zu uns zurück. Sie begann am 20. November ihre Arbeit für den Stadtanzeiger und vervollständigt zusammen mit Frau Flückiger und Herrn Alexander Miescher, welcher nun definitiv bei uns bleibt, das Administrationsteam.

**Frau Eva Krismer** nahm ihre Tätigkeit als Verkäuferin am 4. Dezember auf. Zusammen mit Herrn Fluri ist sie für den Verkauf von Sonderseiten zuständig.

Zur Komplettierung des Teams und als Assistentin des Anzeigenleiters konnte **Frau Myriam Glauser** engagiert werden. Sie hatte ihren ersten Arbeitstag am 18. Dezember.

Wir wünschen dem Stadtanzeiger-Team viel Erfolg für das kommende Jahr.

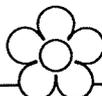
Etwas "normaler" ging es zum Glück in den anderen Abteilungen zu. Dort gibt es im Moment nur einen bereits erfolgten Zuzug zu vermelden, nämlich derjenige von **Frau Andrea Kuhnen**. Sie verstärkt seit dem 4. September mit viel Engagement unsere Presseberatung und hat sich dort bereits gut integriert.

Am 28. 11. nahm **Herr Mathias Morgenthaler** seine Tätigkeit bei uns auf. Er verstärkt das Verkaufsteam für den Bund im 8. Stock.

Nach dem Jahreswechsel dürfen wir dann **Frau Barbara Hebeisen** bei uns begrüssen. Sie wird ab dem 3. Januar die von Frau Reinhard im 6. Stock hinterlassene Vakanz ausfüllen.

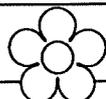
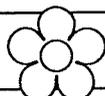
Auch am 3. Januar beginnt bei uns **Frau Rita Bellwald**. Sie wird als DTP-Spezialistin unseren Werbedienst ergänzen und wieder komplettieren.

Wir wünschen allen einen guten Start und viel Erfolg mit den neuen Aufgaben.



Wir gratulieren

zum Dienst-



Jubiläum

Das letzte grosse Jubiläum 1995 durften wir mit **Frau Erika Heimberg** feiern. Am 16. Oktober war der grosse Tag, Frau Heimberg durfte voller Stolz auf 25 Dienstjahre zurückblicken. Wir gratulieren ihr nochmals ganz herzlich zu diesem speziellen Ereignis.

Ein etwas bescheideneres Jubiläum, nämlich 5 Dienstjahre, feierte **Frau Franziska Schnegg** am 15. November. Auch ihr ganz herzliche Gratulation.

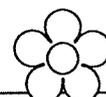
Mit einem Paukenschlag von Jubiläen beginnt das neue Jahr.

Auf 35 Dienstjahre darf am 1. Januar **Herr Joachim Tiete** zurückblicken. Ganz sicher ein sehr aussergewöhnliches Jubiläum, bedeutet es doch,

dass praktisch die ganze Schaffenskraft eines Menschen einer einzigen Unternehmung zu Gute kam. In diesem Falle glücklicherweise der Publicitas. Die Würdigung der grossen Leistungen von Joachim Tiete würde den Rahmen dieser kleinen Rubrik hier sprengen. Deshalb für den Moment nur soviel: Herzlichen Dank und ebenso herzliche Gratulation.

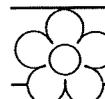
Herr Tiete muss sein Jubiläum nicht allein feiern, ihm zur Seite steht eine weitere würdige Jubilarin und ein ebenso würdiger Jubilar. Nämlich **Frau Agnes Bur** und **Herr René Morgenegg** mit je 25 Dienstjahren, ebenfalls am ersten Januar. Auch diesen beiden gratulieren wir von ganzem Herzen.

Das letzte Jubiläum für diese Ausgabe vom Extrablatt fällt ebenfalls auf den 1. Januar. Es ist **Frau Anita Wölfli**, welche auf 5 Dienstjahre zurückblicken kann. Sie, die uns alle schon an unzähligen Apéros bedient hat und anschliessend ohne zu Murren unsere Cafeteria wieder auf Vordermann gebracht hat, darf sich davon überraschen lassen, wer ihr wohl an ihrem Jubiläum ein Glas Wein einschenken wird.



Wir gratulieren...

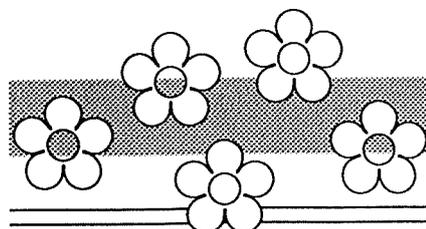
...zum runden



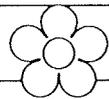
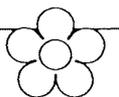
Geburtstag

Noch im alten Jahr durften zwei runde Geburtstage gefeiert werden.

**Frau Sonja Meierhans** wurde am 21. Oktober 20 Jahre alt und am 27. Oktober feierte **Frau Heidi Duppeler** ihren 50. Geburtstag. Wir gratulieren nochmals ganz herzlich.



Wir verab-

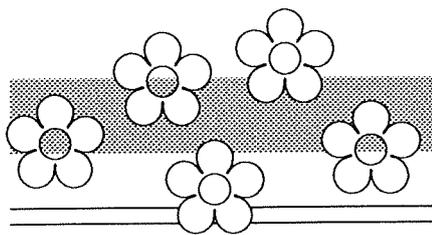


schieden

Nach etwas mehr als einem halben Jahr verlässt uns leider **Frau Claudia Kunfermann** bereits wieder. Sie betreute bei uns die Printkampagnen-Dokumentation. Im kommenden Jahr will sie sich voll und ganz einer neuen Ausbildung widmen.

Etwas länger bei uns war **Herr Urs Lüthi**. Seit gut 5 Jahren leitete er die Geschicke unserer Partnerzeitung "Der Bund". Massgebend war UL an der Entwicklung der verschiedenen Partnerschaften des "Bund" beteiligt und hinterlässt so in Bern bleibende Spuren. Per 1. Januar übernimmt nun Urs Lüthi als Direktor die Verantwortung für die Filiale Solothurn. Wir freuen uns mit ihm über diese Beförderung und wünschen ihm viel Glück und Erfolg mit einer anspruchsvollen Aufgabe in seiner engeren Heimat.

Per Ende Januar verlässt uns auch **Herr Kaspar Benz**. Als Kundenberater vertrat er mehrere Jahre die Interessen der Publicitas erfolgreich in der Stadt und der Agglomeration Bern. Jetzt zieht es ihn ins Ausland, wir wünschen ihm eine gute Zeit und danken für die geleisteten Dienste.



Liebe Kolleginnen,  
liebe Kollegen

Mit einem lachenden und einem weinenden Auge schreibe ich diese Abschiedszeilen.

Zuerst zum lachenden Auge:

Ich freue mich natürlich sehr, dass ich ab Neujahr meine "Heimatfiliale" führen darf. Ich bin stolz auf das Vertrauen, welches mir meine Vorgesetzten geschenkt haben und werde alles unternehmen, die in mich gesteckten Erwartungen zu erfüllen.

Nun das weinende Auge:

Ich muss von der P-Bern, vom BUND und von Euch allen Abschied nehmen. Das ist gar nicht so einfach, habe ich doch in den fünf Jahren unzählige tolle Stunden mit Euch verbringen dürfen. (Die schwierigen Phasen habe ich schon vergessen.) Auch die Stadt Bern habe ich in den letzten Jahren richtig gern bekommen. Und das will für einen Solothurner etwas heissen.

Aber alles halb so schlimm! Ich bin überzeugt, dass Raoul Wanger für den BUND ganze Arbeit leisten wird und dass Der BUND den vollen Durchbruch bald schaffen wird. Die Weichen sind gestellt. Und zwar richtig. PUBLICITAS Bern hat mit dem Stadtanzeiger-Start gezeigt, welche Kräfte sie über Nacht mobilisieren kann.

Und so abgelegt werde ich auch nicht sein. Gerne werde ich hie und da nach Bern kommen. Und sei es auch nur, um beim einen oder anderen wegen eines Beilagen-Inserates anzuklopfen. Ganz besonders würde ich es aber schätzen, wenn auch Ihr



Hier gelang es dem Fotografen, das "wein"ende Auge von Urs Lüthi zu erhaschen ( Die Red.).

Euch mal melden würdet oder auf einen Sprung vorbeikommen könnt. Ich freue mich.

Nun bleibt mir nur noch zu danken. Zuerst meinem BUND-Team. Mit grosser Ausdauer und manchmal auch recht viel Mut sind meine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter voller Stolz zu unserem BUND gestanden. Und das auch in schwierigen und unsicheren Zeiten. Ich fühle mich stets aufs neue motiviert durch Euren Einsatz und vor allem durch den ausgezeichneten Teamgeist.

Aber auch allen anderen Kolleginnen und Kollegen möchte ich herzlich danken. Sei es für die berufliche Unterstützung, die ich immer wieder erfahren durfte oder sei es für die tolle Kollegialität.

Ein ganz besonderer Dank gehört aber meinem alten und neuen Chef. Lieber Hans, Du warst für mich ein grossartiger Vorgesetzter. Ein Vorbild. Selbst in hektischen Zeiten strahlst Du stets Optimismus und Zuversicht aus. Und so freue ich mich natürlich sehr, auch weiterhin mit Dir zusammenarbeiten zu dürfen.

Ich wünsche allen ein paar ruhige und erholsame Feiertage und alles Gute - privat und geschäftlich - für 1996. Auf bald!

Urs Lüthi

Gesucht

**Redaktor**  
**Redaktorin**

für unsere Hauszeitung

 PUBLICITAS  
**EXTRABLATT**

Es erwartet Sie eine erfreuliche und interessante Kommunikationsaufgabe in unserem Unternehmen. Erfreuliche Reaktionen aus der Leserschaft sind wichtiger als jedes Honorar und sind eine wertvolle, ideelle Kapitalanlage. (Wie immer könnte es auch hier besser sein.) Da für Redaktionssitzungen wenig Zeit aufgewendet wird, sind selbständiges Recherchieren und Schreiben von Vorteil.

Nähere Auskunft erteilt gerne Joachim Tiete, Tel. 401, Ralfs 5.2.

Was wir jedem Inserenten empfehlen: Bei mangelndem Inseraterfolg, nochmals wiederholen! So hoffen wir, das Schweigen zu brechen.



### Simone Niederhauser

Simone Niederhauser begann ihr Praktikum in der Abteilung Diverse Regietitel. Das "Krebse" auch einen Vorwärtsgang haben, konnte sie hier unter Beweis stellen. Vielleicht führen ihre Weltreiseträume auch durch Länder, in denen ihre mongolischen Lieblingspeisen kredenzt werden. Ob ihr Kater an einer solchen Reise gleiche Freude hätte? Doch zunächst steht Snowboarden auf dem sportlichen Programm.

Alles in allem: Sie ist ein sympathisches Wesen, welches das Leben genießen möchte.



### Isabelle Bilteryst

Isabelle Bilteryst macht als "Fisch" im BUND-Lehrschwimmbecken die ersten Berufserfahrungen. Mir ihren Musikinteressen legt sie sich nicht fest. Als Lieblingspeisen hingegen nennt sie spontan Spaghetti, Salate und alles aus Kartoffeln. Die Ferien-

## X Eine jugendliche Bildergalerie.

Bereits seit dem Monat August ist unser Lehrpersonal auf dem Weg der beruflichen Zukunft.

träume sind vielseitig: Karibik, Bahamas, Sardinien, Kalifornien.

Mit Sparsamkeit sind solche Ziele hoffentlich bald erreichbar. Sie liebt ihre nahezu lautlosen Haustiere, einen Hasen und Fische. Für das Skifahren hofft sie auf eine gute Saison. Zeichnen und Gestalten sind eher häusliche Liebhabereien. Und wenn nach dem Ausgang genügend Zeit zum Ausschlafen ist, scheint die Welt in Ordnung zu sein.



### Sarah Ramseier

Sarah Ramseier hat seit Lehrzeitbeginn in der Touring-Abteilung wichtige Erfahrungen gesammelt. Im Sternzeichen "Widder" geboren, wir ihr wohl genügend Durchsetzungskraft in die Wiege gelegt worden sein. Curry-Reis zählt zu ihren Lieblingspeisen. Die Ferienträume sind grenzenlos, Hauptsache sind Wärme und Meer. Eingeweihte wissen, was sich hinter ihren Musikinteressen verbirgt: Techno, Jungle, Breakbeats.

Ihre Tierliebe drückt ich mit fol-

genden Lebewesen aus: Hund, 2 Katzen, 2 Schildkröten, Ratte. Da scheint für ein Pferd kein Platz mehr zu sein, um der Liebhaberei Reiten zu frönen.



### Michael Bürki

Wer kennt nicht unseren Lehrling im 1. Lehrjahr? Stets freundlich und aufgestellt ist er zur Zeit im Logistik-Bereich tätig. Er ist ein Computer-Fan. Somit steht ihm auf dem Fundament der Lehrjahre bei uns die Zukunft offen. Er ist sicherlich ein "Krebs" mit Vorwärtsgang! Träumt er von Ferien, so spielen Gran Canaria und die USA eine dominierende Rolle.

Auf Lasagne und Hamburger würde er dort kaum verzichten müssen. Seine Musikinteressen sind breit gefächert: von Klassik bis Techno, ganz nach Laune. Das "Herz für Tiere" schlägt für eine Katze. Schlussendlich schätzt Michael seinen männlichen und weiblichen Freundeskreis, geht gern auf Parties und ins Kino.



# Der Stadtanzeiger

Ein Beitrag von Adrian Dietrich

Am 28. November präsentierte die jüngste Abteilung der P-Bern zum ersten Mal der gesamten Stadt Bern ihr Produkt. Denn an diesem Tag erschien der erste vom Bund herausgegebene Stadtanzeiger. Innert weniger Tage wurde der 2. Stock aus seiner Ruhe geweckt und belebt. Mit viel Engagement und Elan begann das neue Team die Arbeit im anfangs fast leeren Stock. Das Resultat ist ein etwas modernerer Stadtanzeiger. Die genaueren Einzelheiten, wer und was an diesem Produkt beteiligt sind, lesen Sie im folgenden Bericht.

## 5. Stock und 2. Stock

Die Stadtanzeiger-Abteilung hat bereits einen Ableger im 5. Stock gebildet. Dort sind Frau Flogerzi, unsere CAP-Rückkehrerin; Frau Flückiger, das unbekannte Gesicht in diesem Trio und Herr Miescher, unser ehemaliger Kurier beheimatet. Sie haben sich ihre Aufgaben so aufgeteilt:

- Herr Miescher ist dafür verantwortlich, dass die amtlichen Mitteilungen und die Predigtordnung korrekt erscheinen.
- Frau Flogerzi und Frau Flückiger haben sich bereits mit der Inseratenerfassung und Akquisition vertraut gemacht.

Anzumerken ist, dass Herr Olivier mir anvertraut hat, dass er im Notfall auch aushelfen könne, die technischen Möglichkeiten habe er zumindest. Soviel zum 5. Stock. Der 2. Stock ist nach folgendem Schema eingerichtet und aufgeteilt:

Setzerei	Lift	Toiletten	Eingang	Frau Krismer Herr Fluri
	Herr Struchen		Herr Olivier	

Wer den Plan genau studiert, stellt fest, dass die Setzerei des Stadtanzeigers bei uns untergebracht ist. Über die Setzerei und ihre Mitarbeiter wird in einem späteren Extrablatt berichtet, denn bis zum Redaktionsschluss war die Setzerei noch nicht vollständig eingerichtet.

## Das Team

Der Anzeigenleiter des Stadtanzeigers ist Herr Struchen. Er ist verantwortlich für die Erscheinung. Sein Terminkalender ist bekannterweise meistens gefüllt, daher habe ich mich an Herrn Olivier, sein Assistent und Sekretär, gewendet. Nachdem die Berührungsängste abgebaut waren, bekam ich einen guten Einblick in das noch junge Team. Ganz vorne haben Frau Krismer und Herr Fluri ihr Büro. Sie sind vorerst für die Kundengewinnung zuständig. Später sollen sie die Spezialseiten und Beilagen verkaufen. Ab 1. Januar sollen in diesem Büro noch zwei weitere Personen arbeiten.

Als nächster hat Herr Olivier sein Büro. Er ist der Assistent und die rechte Hand von Herrn Struchen. Er bearbeitet vor allem Reklamationen und probiert alle anstehenden Probleme zusammen mit Herrn Struchen zu lösen. Herr Olivier will uns jedoch schon wieder verlassen. Er plant, im Frühling bereits in Australien zu sein. An seine Stelle tritt eine Sekretärin. Neben Herrn Olivier hat Herr Struchen sein Büro. Bei ihm stauen und stapeln sich alle Sorgen und Probleme, die ein Anzeigenleiter so hat.

## Besten Dank

Ein grosses Anliegen des Stadtanzeiger-Teams ist es, den unzähligen Helfern zu danken. Besonders danken möchte das Team:

- dem gesamten Schalterpersonal
- der Presseberatung
- Frau Jung und Frau Unger
- Frau Schmideder und den Kundenberatern

Sie erledigen jeden Tag einen riesigen Berg zusätzlicher Arbeit. Besten Dank an sie alle. Wenn wir alle so weiter zusammenarbeiten, werden wir unschlagbar im grossen Match.

## Das Interview

Zur Vergangenheit und Zukunft des Stadtanzeigers hat mir Herr Olivier folgende Fragen beantwortet:

**Extrablatt:** Wie haben Sie sich im 2. Stock eingelebt?

**M. Olivier:** Den Umständen entsprechend gut.

**Extrablatt:** Kennen Sie bereits alle P-Mitarbeiter/innen?

**M. Olivier:** Gut kenne ich die Bund-Mitarbeiter und unsere zahlreichen Helfer, sonst aber ist der Kontakt noch nicht sehr intensiv.

**Extrablatt:** Wie geht es weiter mit dem Stadtanzeiger?

**M. Olivier:** Im Moment soll alles so bleiben wie es ist, aber sicher wird der Stadtanzeiger noch etwas dicker.

**Extrablatt:** Welche Zukunftsvorstellungen haben Sie persönlich für den Stadtanzeiger?

**M. Olivier:** Er wird noch dicker. Sehr gerne würde ich mit Spezialseiten und Beilagen den Erfolg vertiefen.

**Extrablatt:** Wie läuft die Zusammenarbeit mit dem Rest der P?

**M. Olivier:** Sehr gut, alle geben sich Mühe, uns die Arbeit möglichst zu erleichtern.

Gut, das Stadtanzeiger-Team ist optimistisch. Aber ist dies wirklich angebracht? Ja, selbstverständlich meint das Schalterpersonal.

Dazu folgenden Bericht:

## Die Stimme von der Verkaufsfrent

Der Stadtschalter erlebt seinen zweiten Frühling. Fast immer ist das Büro belagert von Leuten die etwas über den Stadtanzeiger wissen wollen oder auch nur vom vermeintlichen "Gratiscaffee" profitieren wollen. Diesen gibt's aber nur bei Insertion im Stadtanzeiger. Nebst dem Abwimmeln von durstigen Bernern, muss unser Schalterpersonal viel erklären und begründen. Immer wieder werden "Stoppkleber" und "Stadtanzeiger" verlangt. Die meisten Leute finden die aufgelockerte Gestaltung sehr praktisch und lesefreundlich, aber auch im allgemeinen wird der Stadtanzeiger nach wie vor voll akzeptiert und erwartet. Besonders erfreulich ist, dass Frau Bolliger immer wieder "altbekannte" Kunden begrüssen kann.



## Immer nur lächeln und immer vergnügt.

Nur wenige haben bislang gesehen, wofür sie am 4. Juli 1995 gelächelt und stillgestanden haben. U.P. Hänggi gelang es, das Personal der P-Bern für ein Filialportrait auf den Film zu bannen. Beim näheren Betrachten werden Sie verschiedene Kolleginnen und Kollegen vermissen. Alle zu erfassen ist ein Ding der Unmöglichkeit.

Unsere Kundinnen und Kunden können sich glücklich schätzen, ein solch strahlendes Team "auf ihrer Seite" zu wissen. Übrigens, die Originalfotos und Negative hat Ric Hänggi freundlicherweise dem Werbedienst und damit der P zur Verfügung gestellt. Haben Sie Interesse an einem Original, so wenden Sie sich bitte an Joachim Tiete, Werbedienst.

## PUBLICITAS **PTT**

### Zusammenarbeit zwischen der PTT und Publicitas im Verkauf von Kleinanzeigen

Am 31. Oktober d.J. machte folgende Presse-Mitteilung der Publicitas die Runde: "Die PTT und Publicitas, grösste Werbegesellschaft der Schweiz, legen ihre Kräfte zusammen, um das Entwicklungs-Potential der Kleinanzeigen von Privaten besser ausschöpfen zu können.

Ab 6. November 1995 werden ca. 250 Postbüros in Biel, Chur, Lausanne und Lugano während einer Versuchsdauer von einem Jahr ein neues Verkaufskonzept für Kleinanzeigen testen. In einer ersten Phase werden folgende Titel daran beteiligt sein: "Bieler Tagblatt", "Journal du Jura", Bündner Zeitung", "Bündner Woche", "Amtsblatt der Stadt Chur", "24 heures", "Corriere del Ticino", "Giornale del Popolo" und "La Regione Ticino".

Diese Aktion hat zum Ziel, das Leistungsangebot der PTT an den Schaltern zu vergrössern und die Anzahl der Verkaufsstellen von Publicitas zu erhöhen, indem den Inserenten ein zusätzlicher Verteilerkanal zur Verfügung gestellt wird. Sollte der Versuch erfolgreich sein, könnte das Projekt auf das gesamte PTT-Netz ausgedehnt werden."

Sicherlich wird der Tag kommen, an welchem uns über die gemachten Erfahrungen etwas mitgeteilt wird. JT

**Aller Anfang ist schwer...**

Es war nicht einfach für Adrian Dietrich (Ad) über den Lehrlingsausflug "Day Trip '95" eine Berichtserstatterin zu finden. Die Zeit verstrich, doch dann erklärte sich einmal mehr Danielle Schneider dazu bereit, zur Feder zu greifen. Doch welch ein Pech. Das für Oktober angekündigte EXTRABLATT musste wegen Personal- und Terminnot im Werbedienst bzw. in der Desktop-Zelle ausfallen. Doch der nun endlich folgende Bericht hat auch jetzt noch seine Gültigkeit. Es ist der Berichtserstatterin zu verdanken, dass die schönen Erinnerungen nochmals wachgerufen werden. JT

## Meeting der besonderen Art:

**Day Trip '95**

Am 27. Juni war es soweit: Die P-Schweiz lud alle Lehrlinge zum "journée sans frontières" ein. Gemeinsamer Treffpunkt war der Bahnhof Olten, wo sich alle Lehrlinge bei einem Apéro ein bisschen näher kennenlernen konnten. Es folgte eine Begrüssung von Herrn Keller (P-Basel), in der er uns die Aktivitäten des Tages etwas erläuterte. So fuhren wir etwas später im Car zum Wasserkraftwerk Ruppoldingen in der Nähe von Aarburg.

Eine Filmvorführung und Besichtigung der Turbinen standen auf dem Programm. Dieses Kraftwerk wird aber bald abgerissen und ein neues erstellt, weil es den heutigen Anforderungen nicht mehr entspricht.

Nach dieser Führung fuhren wir nach Rothrist ins Restaurant "Zum scharfen Ecken" wo sich die hungrige und durstig gewordene Gemeinschaft bei einem Apéro stärkte. Leider liess sich am "Day Trip '95" ein leichter Röstigraben feststellen, was uns Berner aber nicht davon abhielt, uns an den Tisch der Lausanner zu setzen. Herr Axel Barca liess es sich aber nicht nehmen, eine Ansprache in drei Sprachen zu halten.

Kulinarisch wurde uns sehr viel geboten; man hatte am grossen Buffet mit mehreren Gängen die Qual der Wahl. In dieser feuchtfrohlichen Runde sangen die Romands ein paar Lieder, die zu allgemeiner Belustigung führten. Langer Rede kurzer Sinn: Der "Day Trip '95" war ein voller Erfolg! Es darf gehofft werden, dass Anlässe dieser Art auch in Zukunft stattfinden werden.

Danielle Schneider



In den Deutschen Bundesbahnen entdeckt und für das Extrablatt von JT "gestohlen". Dass die Schweiz fehlt hat hoffentlich nichts mit der EU zu tun.

## Weihnachten in Europa

*Ein Fest mit vielen Bräuchen und Traditionen: Weihnachten in Europa. per SALDO hat sich umgehört: Wie wird wo gefeiert?*

In Deutschland kommt das Christkind am 24. Dezember, um die Geschenke zu bringen und um den bunten Teller mit Nüssen, Marzipan und Plätzchen zu füllen.

In Frankreich steckt Papa Noël währenddessen die Geschenke in die Schuhe der Kinder. In den Niederlanden und in Belgien überrascht der Sankt Nikolaus – auf einem Schimmel aus Spanien kommend – die Kinder schon am 5. und 6. Dezember mit seinen Gaben.

Die Kinder in Spanien müssen am längsten auf die Bescherung warten – hier bringen die Heiligen Drei Könige erst am 6. Januar die Geschenke.



Der finnische Weihnachtsmann hört besonders gut, was sich die Kleinen wünschen, weil er in Ohrberg wohnt – selbstverständlich mit seinen Zugrentieren.

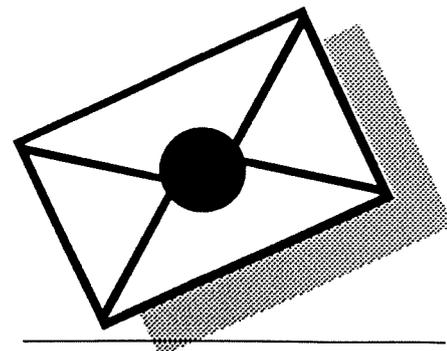
In Luxemburg wird er von einem Esel begleitet, dem man Haselnüsse hinlegt.

In Großbritannien findet Father Christmas durch den Schornstein Zugang zu jedem Haus, wo er die Socken der Bewohner mit Leckereien füllt.

In Dänemark heißt der Weihnachtsmann Jule Mand und lebt auf Grönland, wenn er nicht gerade am 24. Dezember von der dänischen Familie mit einer Schüssel Reisbrei mit Zimt und Zucker verwöhnt wird.

Der typische Weihnachtsmann mit weißem Bart und rotem Mantel, wie wir ihn heute kennen, ist allerdings

keine europäische, sondern eine amerikanische Erfindung. Erst nach dem Ersten Weltkrieg haben ihn die Europäer in ihre Kultur aufgenommen.



## Eingesandtes

"Schenken macht Freude".

Beschenkt werden macht glücklich. Das dürften wohl die Gedanken des Inserenten sein, der den folgenden Inserattext bei Danielle Schneider am Stadtschalter erfassen liess:

„ Sie möchten gerne jemandem ein Weihnachtsgeschenk machen, wissen aber nicht wem? Bei mir sind Sie an der richtigen Adresse!

### Hier meine Weihnachtswunschliste:

Mini-Disc Walkman von Sony, zum Aufnehmen,  
Solaranlage 12 V  
Braune Lederhose, Grösse 44,  
Braunes Lederchilet,  
Schafwollkopfkissen (Katalog Greenpeace),  
Apenzellergurt,  
Silberketteli, Schlangenart, gepresst

Meine Adresse für die Päckli:

Eine Dankeskarte kriegen Sie bestimmt“



Es wäre interessant, zu wissen, wie das Echo auf das Inserat ausfällt. Sind es die ersehnten Päckli - oder sind es Briefe, mit denen sich die Leserinnen und Leser auf positive oder negative Art Luft machen?