

Extrablatt

Hauszeitung der Publicitas Bern

Nr. 3 / 26. Juni 1998

View of an angel

(Interview mit einem Angler)

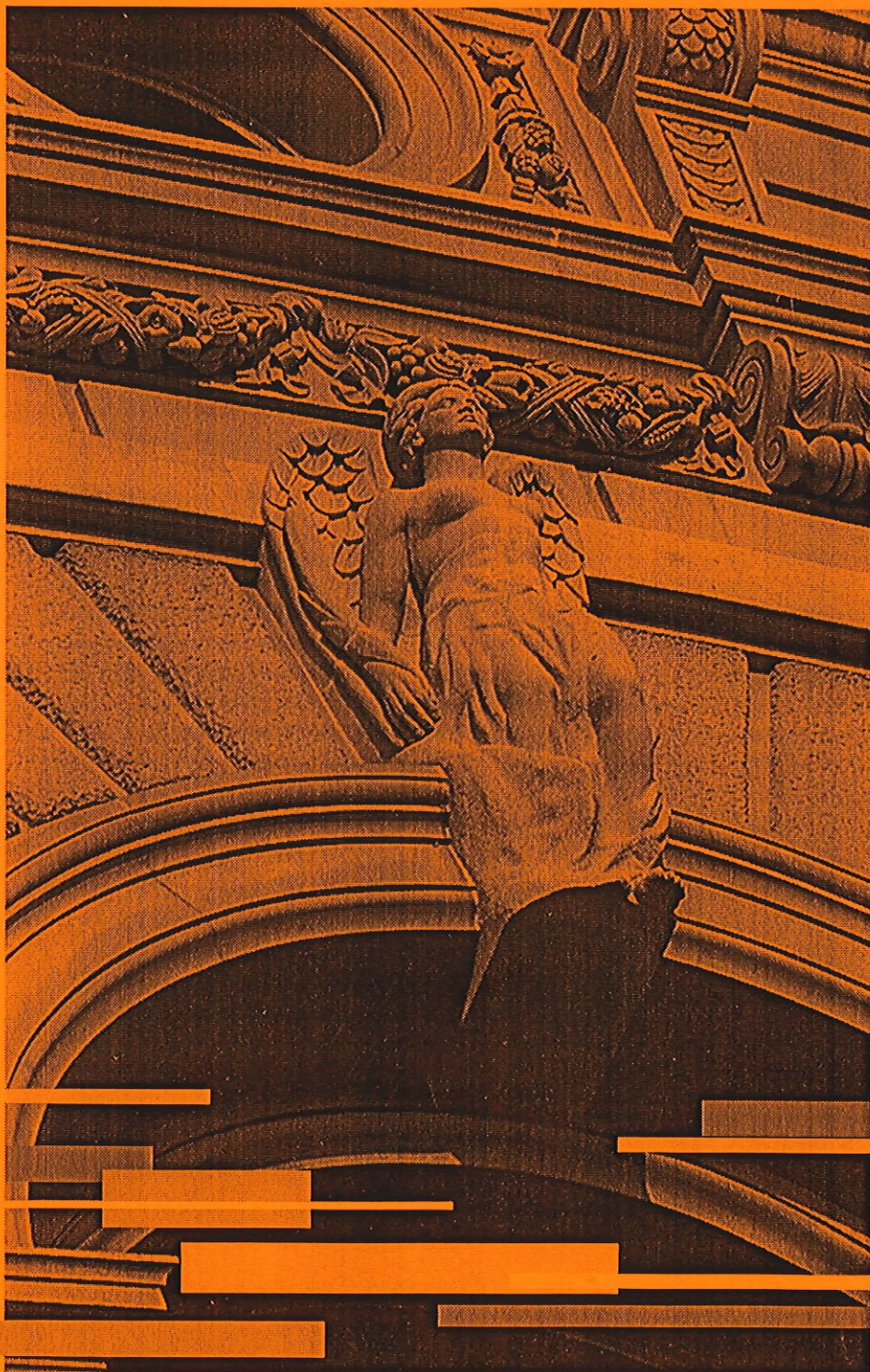
zu Füßen Aare und Marzilibad, fern der hehre Alpenkranz

Spaziere über die Bundesterrasse (das ist wieder möglich). Hebe den Blick empor zum Bundespalast. Aus der Froschperspektive erblicken wir sie, in Stein gehauen, geflügelt und in majestätischer Haltung: weibliche Engel (der Busen macht es klar). Lange bevor sich unten im Marzilibad das Bikini-Oberteil rar machte, haben sie nackt dem Wetter getrotzt. Der "Obenohrentrend" ist vorbei. Sie aber bleiben dabei. Weltliche Modetrends sind ihnen einerlei.

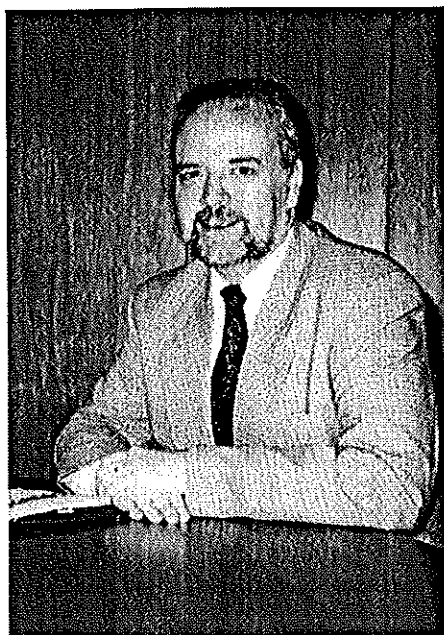
Trotzdem frage ich mich, ob sie zur Sommerszeit nicht auch von der unabwendbaren Lust gepackt werden, in dieses grüne, kühle Band der Aare einzutauchen. Spätestens jetzt wird uns klar, es kann kein "Glaceschlecken" sein, eine steinerne Bundes-Engelin zu sein.

Übrigens: Erzengel sind es nicht, die tragen männliche Namen (Raphael, Gabriel, Michael). Schluss mit dem Hitzestaugequassel: Einen schönen Sommer wünscht das Extrablatt-Team.

KR



Die Direktion



Liebe Mitarbeiterinnen, liebe Mitarbeiter

Wie Sie unten auf dieser Seite sehen können, hat sich meine Hoffnung auf eine Trendfortsetzung der sehr guten Umsatzentwicklung bewahrt: Der Mai war ein ganz toller Monat! Auch der Juni bringt Umsätze über Budget, was zu einem äusserst erfreulichen Halbjahres-Resultat führen wird. Ich danke Ihnen allen für den grosse Einsatz, der erforderlich war und ist, um diese grossen Volumen am Markt zu generieren und korrekt und termingerecht abzuwickeln.

Bei aller Freude über diese Geschäftsentwicklung wollen wir nicht vergessen, dass wir dies nebst der konjunkturellen Erholung in erster Linie unseren Kunden zu verdanken haben. Die Kunden müssen im Mittelpunkt all unserer Bemühungen stehen, die Kunden sind für uns **das** zentrale Element unseres Denkens und Handelns.

Damit wir dies nie vergessen, habe ich ein paar Gedanken zum Thema Kunde zusammengestellt. Ich bitte Sie diese immer wieder zur Hand zu nehmen, wenn es sich als nötig erweisen sollte.

Was ist ein Kunde?

- Ein Kunde ist die wichtigste Person in unserem Unternehmen, gleich ob er persönlich da ist, schreibt oder telefoniert.
- Ein Kunde hängt nicht von uns ab, sondern wir von ihm.
- Ein Kunde ist keine Unterbrechung unserer Arbeit, sondern ihr Sinn und Zweck.
- Ein Kunde ist kein Aussenstehender, sondern ein lebendiger Teil unseres Geschäftes. Wir tun ihm keinen Gefallen, indem wir ihn bedienen, sondern er tut uns einen Gefallen, wenn er uns Gelegenheit gibt, es zu tun.
- Ein Kunde ist keine Statistik, sondern ein Mensch aus Fleisch und Blut, mit Vorurteilen und Irrtümern behaftet.
- Ein Kunde ist nicht jemand, mit dem man ein Streitgespräch führt oder seinen Intellekt misst. Es gibt niemand, der je einen Streit mit einem Kunden gewonnen hat.
- Ein Kunde ist jemand, der uns seine Wünsche bringt. Unsere Aufgabe ist es diese Wünsche gewinnbringend für ihn und uns zu erfüllen.

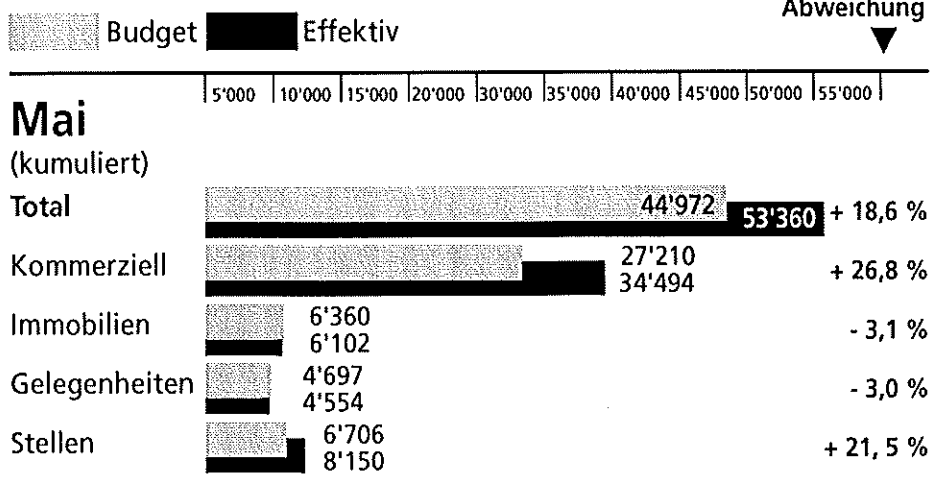
Falls Sie in den nächsten Wochen Ihre wohlverdienten Ferien beziehen, wünsche ich Ihnen viel Spass, strahlendes Wetter, wenig Leute, viel Strand und genau den Fun, den Sie sich für Ihren Sommerurlaub gewünscht haben. Ich freue mich, Sie nach den Ferien ausgeruht und gesund wieder in der guten alten "P" begrüßen zu dürfen.

Walter Althaus

Umsätze P-Bern

Mai 1998

(in 1'000.- Franken)



PUBLICITAS
Extrablatt

Verantwortliche Redaktion:

Redaktor/innen:

Hugo Kropf (KR)
Peter Moll (PM)
Florence Lavanchy (FI)
Carmen Reichenbach (Cr)
Ursula Imhasly (lu)

Gestaltung/Produktion:

Alex Rüfenacht (Rt)
Rita Bellwald (Br)

Erscheinungsweise: 6x jährlich

1998 20. Februar

Red.-Schluss: 9. Februar

8. Mai

Red.-Schluss: 24. April

26. Juni

Red.-Schluss: 19. Juni

28. August

Red.-Schluss: 17. Aug.

23. Oktober

Red.-Schluss: 12. Okt.

18. Dezember

Red.-Schluss: 7. Dez.

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

Auflage: 170 Exemplare für das Personal der Publicitas Bern, für die Pensionierten sowie für einen Kreis früherer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Das nächste EXTRABLATT 4/98 erscheint am 28. August 1998

Redaktionsschluss: 17. August

**Wettbewerbs-
Glück**

Wer begleitet wohl **Sonja Pio** nach New York? Im grossen Romandie Combi Wettbewerb hat sie mitgemacht und Glück gehabt. Eine Woche New York zu zweit hat sie gewonnen.

(Frau Pio teilt mit, dass die Vorstellungsgespräche zur Selektion der Begleitperson am 2. und 3. Juli im Sitzungszimmer des 7. Stockes stattfinden.)

Wir verabschieden

Schon seit einigen Wochen nicht mehr im Haus ist Frau **Regula Blatter**. Ihr eigentlicher Austritt wird aber erst per Ende Juli sein.

Ebenfalls verlassen - und zwar per 31. August - wird uns Frau **Simone Niederhauser**. Sie will sich beruflich anders orientieren und sucht eine neue Herausforderung.

Bereits gefunden hat diese neue Herausforderung Frau **Daniela Müller**. Sie wird uns ebenfalls per 31. August verlassen und die erworbenen Kenntnisse künftig einer Werbeagentur zur Verfügung stellen.

Vertragsgemäss verlassen uns Ende Juli auch unser Praktikant **Daniel Bürki**, der wieder zurück in die Schule gehen wird und im Verlaufe des Monats August Herr **Laurent Risi**, der zuerst mal ein Zwischenjahr einschalten will, bevor er seine berufliche Ausbildung weiter vorantreiben wird.

Wir danken allen fünf Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihren Einsatz und die wertvolle Arbeit, die sie in unserem Unternehmen geleistet haben und wünschen Ihnen viel Glück für die Zukunft.

**Herzlichen Glückwunsch
zur Hochzeit**

Am 19. Juni gaben sich Frau **Iris Aeschbacher** und Herr **Beat Perrot** auf dem Zivilstandsamt das Jawort. Die kirchliche Trauung findet erst im kommenden Jahr statt.

Wir wünschen dem jungen Paar alles Gute für den Weg zu zweit, viel Glück, Freude und persönliche Erfüllung in ihrer Ehe.

**Wir gratulieren
zur bestandenen
Prüfung**

Nachdem wir in der letzten Nummer von erfolgreich bestandenen Marketingplaner- und Verlagsfachmannprüfungen berichten konnten, sind nun auch die Resultate der Werbeassistentenprüfungen bekannt geworden. Und wieder haben wir Grund zum Gratulieren: Frau **Sonja Meierhans** hat diese eidgenössische Prüfung mit Bravour bestanden.

Auch unsere Lehrlinge waren erfolgreich. Alle haben die Lehrabschlussprüfung bestanden. **Isabelle Bilteryst**, **Sarah Ramseier** und **Michael Bürki** erhalten das Diplom als kaufmännische Angestellte und Herr **Laurent Risi** dasjenige der Bürolehre.

Wir feuen uns mit den erfolgreichen Prüfungsabsolventen, gratulieren ganz herzlich und wünschen ihnen viel Erfolg auf ihrem weiteren Berufsweg.

**Wir gratulieren...
...zum runden
Geburtstag**

Gleich zweimal dürfen wir zum zwanzigsten Geburtstag gratulieren.

Frau **Gabi Hirsiger** hat ihre grosse Party bereits hinter sich, sie feierte am 19. Juni ihr zwanzigstes Wiegenfest.

Noch vor sich hat diese Fete Herr **Michael Bürki**. Wer zu seiner Party noch nicht eingeladen worden ist, darf vorläufig noch hoffen, denn vor dem "Big Day", dem 21. Juli findet sie sicher nicht statt.

Wir gratulieren ganz herzlich und wünschen den beiden alles Gute.

Auflösung des Erkennungs- spieles aus den EXTRABLATT 2 / 98

Insgesamt 25 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben bei unserem Erkennungsspiel 2 / 98 mitgemacht.

Alle tippten richtig !!! auf

Ursula Imhasly

Mirjam Glauser zog unter Aufsicht von Carmen Eicher und Hugo Kropf die Gewinnerin der Fr. 50.- in Reka-Checks.

Daniela Müller

heisst die Glückliche.

Herzlichen Glückwunsch!

Pinwand-Notiz

Irrläufer ...

Einige meinen immer noch unser Schalter City West sei das Gleiche wie der Stadtschalter. Dokumente, Briefe, Probeabzüge, Aufträge kommen regelmässig zu mir. Sie werden in unser Fach gelegt oder mit der Rohrpost an uns geschickt. Oft geht so wertvolle Zeit verloren: Aufträge und Probeabzüge kommen zu spät und für Iris Aeschbacher und Theres Bolliger ist es nicht selten mühsam auf Ihre Bestellungen zu warten.

Zur Erinnerung: jegliche Post an Jerry Lergier geben. Er bringt sie dann bei seinem nächsten Gang zum Stadtschalter.

Dringende Probeabzüge direkt an Fax 312 23 63 schicken.

Daniela Grünig



Das etwas andere Interview!

mit Vreni Ruf

Floh's Frage-Egge



Erst kürzlich wurden uns die Ergebnisse der «Buttom up»-Befragung vorgestellt. Gibt es etwas, dass Dich besonders erstaunt hat?

Im Prinzip erstaunt mich das Ergebnis der Umfrag nicht. Ich habe mit diesen Ergebnissen gerechnet. Als positiv empfand ich die Tatsache, dass die Zufriedenheit mit der eigenen Arbeit so gut ausgefallen ist.

Was würdest Du als erstes für Massnahmen ergreifen, um die Problemsituationen, die hinter den weniger erfreulichen Ergebnissen liegen, zu verbessern?

Die Ausbildungsarbeit muss unbedingt forciert werden, und zwar nicht nur bei den neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Ein aktualisierter Wissenstand ermöglicht eine optimale Arbeitsweise, auch im Interesse der Firma.

Wie stellst Du Dir die Zukunft der PubliGroupe vor? Wohin bewegen wir uns?

Kurzfristig gesehen wird dieses Jahr wohl sehr hektisch und chaotisch. Längerfristig betrachtet wird die Zusammenlegung das Fortbestehen der Firma weiter sichern und somit auch die Arbeitsplätze. Ganz abgesehen von den verbesserten Renditeaussichten.

Gesamthaft gesehen werden die elektronischen Medien, speziell das Internet und die entsprechende Vermarktung sicherlich immer wichtiger für die Gruppe. Der Printanteil wird aber nie verschwinden. Das kann ich mir nun wirklich nicht vorstellen.

Du bist nun auch nicht erst seit gestern in der Publicitas Bern. Tag ein, Tag aus immer die gleichen Brötli, die gleichen feinen Gipfeli und den

unverwechselbaren Eistee in der Cafeteria. Mit was könnte man Dir in der Pause eine Freude machen?

Seit kurzer Zeit habe ich einen speziellen Liefersdienst für meine Brötli... Ich glaube, das sagt alles.

Ein Architekt einer Baufirma, die spezialisiert ist für den Bau von Geschäftshäusern bittet Dich, ihn in seiner Arbeit zu unterstützen. Er möchte von Dir wissen, was beim Bau eines neuen Bürohauses punkto Arbeitsplätze beachtet werden sollte. Was antwortest Du ihm?

Das ist eine schwierige Frage! Auf jeden Fall müsste man darauf achten, dass die Arbeitsplätze über genügend Platz verfügen, der Bewegungsfreiraum muss gewährleistet sein. Die Wärme-Kälte-Isolation sollte gut durchdacht sein. Automatische Rolläden, welche eine Feineinstellung ermöglicht; so dass man sich nicht jegliches Licht entzieht, wenn man sie senken muss, wären vorteilhaft.

Was wolltest Du schon immer gerne tun, aber bislang hat es Dir an Mut oder Kraft gefehlt?

Für Reisen in entfernte Länder hat mir der Mut immer gefehlt. Ich bin mir nicht sicher, ob es der Mut war der mir fehlte, vielleicht war es auch nur eine gewisse Träg- bzw. Faulheit. Und nun ist es aus gesundheitlichen Gründen wohl nicht mehr möglich.

In welchem Unternehmen hättest Du gerne noch gearbeitet und in welcher Funktion?

In einem Reisebüro als Sachbearbeiterin. Da muss man doch nur glückliche Kunden haben, oder? (Anmerkung der Redaktion: Da habe ich aber auch schon anderes gehört...)

Im sozialen Bereich als Betreuung von Kindern hätte ich sicherlich auch eine grosse berufliche Befriedigung erfahren.

Plateauschuhe, Blümchenmuster, 60er Jahre Look, alles erlebt ein Revival. Welchen Gegenstand oder welches Kleidungsstück würdest Du gerne wieder aufleben lassen?

Die Zeit der steifen Unterröcke, welche man in Zuckerwasser eingelegt hat. Das gab dann so tolle Rockformen, wie ein Ballon der bei der Taillie beginnt.

Welchen Titel würden Deine Memoiren habe, wenn Du morgen damit beginnen würdest, diese zu schreiben?

Da gibt es verschiedene Titel. In meiner beruflichen Laufbahn gäbe es so manche Geschichte zu erzählen. Wie wäre es also mit «30 Jahre Publicitas» als Titel.

Jeder Mensch hat so seine Laster. Welches ist Dein grösstes Laster?

Was denn wohl - das Rauchen natürlich.

Im Chinesischen Horoskop bist Du ein Hahn, welcher sich durch folgende Merkmale kennzeichnet: Glaubt stets korrekt zu handeln und fragt niemanden um Rat, voller Träume, etwas scheu, möchte auffallen, liebt harte Arbeit manchmal zuviel.

Kannst Du Dich darin wiederfinden?

Ja und nein - die Lösung sei jedem Leser überlassen.

Gibt es ein Tier, dass Deiner Ansicht nach besser Deinen Charakter erfassen würde?

Ja, der Skorpion - manchmal kann ich ganz schön «giftig» werden.

Was für ein Thema würdest Du im Extrablatt gerne mal lesen?

Beiträge über glückliche Erlebnisse der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der P-Bern.

Ich nenne Dir nun einige Stichworte und möchte wissen was Dir dazu einfällt.

Internet

Ist sicherlich spannend, aber ich kenne es zu wenig.

Fusion

Ein grosses Wort und viel Arbeit.

Schweiz und Europa

Die Schweiz gehört zu Europa und in den europäischen Wirtschaftsraum. Die Schweiz entwickelt sich aber leider immer mehr zur Insel. Eine

Entwicklung die uns in wirtschaftlicher Hinsicht den grössten Schaden bringen kann.

Euro

Gute Sache - speziell um die Wechselverluste beim Geldtauschen zu minimieren. Ich empfinde die ganze Währungsunion nur sinnvoll, wenn nicht die schwachen Länder Einbussen hinnehmen müssen.

Globalisierung

Schwieriger Begriff. Die Vereinheitlichung muss nicht immer nur positiv sein. Es gibt allerdings Situationen, wo es angebracht ist.

Soziale Kompetenz

Das gegenseitige Verständnis Mensch sein zu dürfen und der menschliche Umgang miteinander mit Würde und Verständnis empfinde ich als äusserst wichtig.

Weiterbildung

Weiterbildung ist auch für mich ein Thema, doch wohl eher im privateren Bereich. Seit über 30 Jahren ist mein Französisch mangelhaft, das ist für mich ein dringender Weiterbildungswunsch.

Monopol

Eine solche Marktsituation ist manchmal nicht zu vermeiden. Grundsätzlich besteht aber immer die Gefahr des Preisdiktates oder des Qualitätszerfalls der Produkte oder der Dienstleistungen.

Ich beginne einen Satz und Du führst ihn zu Ende.

Meinem Chef würde ich schon gerne mal sagen, dass...

...in der Publicitas Bern noch so mancher Wunsch offen ist.

Frauen sollten endlich lernen...

...selbständiger zu denken und auch entsprechend zu handeln.

Wenn Männer nur endlich...

...noch mehr Verständnis für uns Frauen aufbringen würden.

Wenn ich zaubern könnte...

...würde ich mich in die Pension «schliessen», anstatt auf den Mond.

Wenn es nach mir gehen würde, dann hätten wir in der Publicitas schon lange...

...mehr Kontakt zwischen den einzelnen Abteilungen.

Ich wäre überglücklich, wenn...

...die Sonne den Weg zu uns etwas öfters finden würde.

Ein Lebenstraum würde in Erfüllung gehen, wenn...

...ich meinen Lebensabend in der Lenk verbringen dürfte.

Herzlichen Dank für Deine Antworten, Vreni.

Florence Lavanchy



Der Euro im Anzug
Die neue Währung für Europa

Weiterbildung

PORTRAIT



Weiterbildungs-News

Marketingplaner / Marketingplanerin mit eidg. Fachausweis

Marketingplaner sind Mitarbeiter von Marketing- / Verkaufsleitern. Sie planen und koordinieren alle Marketingaktivitäten und sind in der Lage, wirkungsvolle Marketingkonzepte zu erarbeiten und die Marketinginstrumente sinnvoll und gewinnbringend einzusetzen. Sie kennen die Spielregeln des Marktes und die Praxis im Marketing oder einem seiner Teilgebiete wie Verkauf, Werbung, Marktforschung, Produkte-Management. Marketingplaner sind informiert über das Zusammenspiel der Marketinginstrumente und die Bedingungen eines Marketingkonzepts für die einzelnen Absatzbereiche, die sie festlegen und abstimmen. Partner der Marketingplaner sind Marktforscher, Entwicklungingenieure, Produktdesigner, Marketingleiter, Werbeleiter, Merchandiser, Verkaufsförderer, Gross- und Einzelhandel, Warenlogistiker usw.

Berufs- und Tätigkeitsbeschreibung

Folgende Tätigkeiten gehören unter anderem (je nach Einsatzgebiet oder Arbeitsbeschreibung verschieden) zu den täglichen Aufgaben eines Marketingplaners:

Planungsaufgaben

Neben der konzeptionellen Arbeit setzen Marketingplaner einzelne Marketingmassnahmen selbständig um. Sie übernehmen die Vorbereitung der Werbemassnahmen, erstellen Verkaufshilfen mit Argumenten, Unterlagen und Dokumentationen. Im weiteren erarbeiten sie die Kostenbudgets, die sie auch überwachen. Sie treffen ferner Verkaufsförderungsmassnahmen, indem sie Ausstellungen, Schaufenster und POS-Material planen.

Führungsaufgaben

Sie übernehmen Teilaufgaben der Marketingleiter oder sind in der Projektleitung tätig. Sie betreuen auch externe Mitarbeiter, die in der Marktforschung, bei Konzepten, Texten oder bei der Gestaltung ihren Betrag leisten.

Koordinationsaufgaben

Sie legen zusammen mit dem Arbeitgeber die Strategie fest. Sodann erfolgt die Koordination der Ausführung, d.h. die Zusammenarbeit von versch. Fachleuten wie z.B. Grafiker, Werbefachleute usw.

Die Kontrolle über den Erfolg oder Misserfolg der durchgeführten Massnahmen führt der Marketingplaner am Schluss ebenfalls durch. Aus der Erfolgskontrolle können wichtige Erkenntnisse für die weitere Strategie gewonnen werden.

Arbeits- und Berufsverhältnisse

Marketingplaner/innen arbeiten im Marketing, in der Werbung, Public Relations, im Verkauf oder auch im Aussendienst, z. B. als Assistent des Marketing-, Verkaufs- oder Werbeleiters, als Key-Account-Manager oder als PM je nach Branche. Die Anstellungsbedingungen entsprechen jenen für kaufmännische Führungskräfte.

Berufsanforderungen

- Kreativität (Grundideen und Konzepte)
- Gute Allgemeinbildung
- Eigeninitiative und Selbständigkeit
- Kontaktfreudigkeit und gute sprachliche Ausdrucksfähigkeit
- Flexibilität
- Belastbarkeit
- Durchsetzungsvermögen und Ausdauer
- Organisationstalent
- Gesamtheitliches / Vernetztes Denken

Weiterbildung

PORTRAIT



Weiterbildungs-News

Weitere Informationen

Zusätzliche Angaben erhält man bei den Ausbildungsinstituten, beim Schweizerischen Marketing-Club (SMC), Parkweg 2, 4665 Oftringen, Tel. 062 797 73 73 und beim BIZ Berufsinformationszentrum / Berufsberatung der Stadt Bern (Adresse und Tel. siehe EXTRA-BLATT Nr.1/98)

Diese Ausstellung erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Auf Grund der schnellen Veränderungen sind auch Angaben bezüglich Zulassungsbedingungen, Kosten usw. nur mit Gewähr zu geniessen.

Aus Gründen der Lesbarkeit wurde bei den Berufsbezeichnung auf die weibliche Form verzichtet.

Florence Lavanchy / Juni 1998

THEMA
im
EXTRABLATT 4/98:

Dipl. Verlagsfachmann
Dipl. Verlagsfachfrau

Voraussetzungen

Zulassungsbedingungen zur Berufsprüfung:

Eine der folgenden Vorbildungen und entsprechende Anzahl Jahre Praxis im Absatzbereich:

3 Jahre Praxis im Marketing/verkauf oder Werbung für Leute mit:

- Eidg. Fähigkeitszeugnis eines kaufmännischen Berufes (mind. dreijährige Lehre)
- Diplom einer eidg. anerkannten Handelsmittelschule oder Maturitätsausweis
- Abschluss einer vom Bund anerkannten höheren Fachschule (Art. 58-61 BBG)
- Diplom einer höheren kaufmännischen Fachprüfung
- Abschluss einer Hochschule

Ohne obrige Vorbildung sind 4 Jahre Berufspraxis im Verkauf/Marketing oder Werbung erforderlich

Ausbildung

Einige Ausbildungsmöglichkeiten für Marketingplaner im Kanton Bern:

ifks Institut für Kaderschulung

Kirchstrasse 8, 3097 Liebefeld-Bern
Telefon 031 / 971 04 00

Höhere Fachschule für Weiterbildung
der Kaufmännischen Berufsschule

Effingerstrasse 70, 3008 Bern
Telefon 031 / 381 26 42

Rischick Schulen

Effingerstrasse 16, 3008 Bern
Telefon 031 / 381 31 77

HFU - Höhere Fachschule
für Unternehmensführung

Parkterasse 14, 3012 Bern
Telefon 031 / 320 17 20

SAWI Schweiz. Ausbildungszentrum
für Marketing, Werbung und
Kommunikation

Zentralstrasse 115, 2500 Biel 7
Telefon 032 / 366 70 40

Geprüfte Fächer: Marketingkonzept/-strategie und Organisation
schriftlich Marketingforschung / -statistik

Verkauf
Verkaufsförderung
Werbung
Distribution
Finanzen, Rechnungswesen und Controlling

mündlich: Grundlagen des Marketings
Werbung und Verkaufsförderung
Public Relations

Ausbildungsdauer inkl. Prüfungen: berufsbegleitend 1 Jahr
Je nach Ausbildungsstätte unterschiedlicher Ausbildungsbeginn

Kosten: Berufsbegleitend: rund Fr. 8000.-- ohne Prüfungsgebühren

Abschluss: Die bestandene Berufsprüfung berechtigt, den Titel
"Marketingplaner/in mit eidg. Fachausweis" zu führen.

Weiterbildung: Eidg. dipl. Verkaufsleiter Eidg. dipl. Marketingleiter
Eidg. dipl. Importleiter Eidg. dipl. Exportleiter
Eidg. dipl. Werbeleiter Eidg. dipl. Key-Account-Manager

Weiterbildung

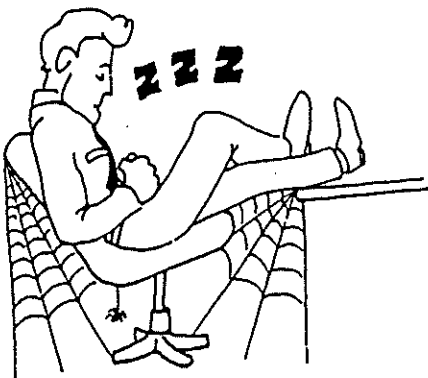
PORTRAIT

Weiterbildungs-News

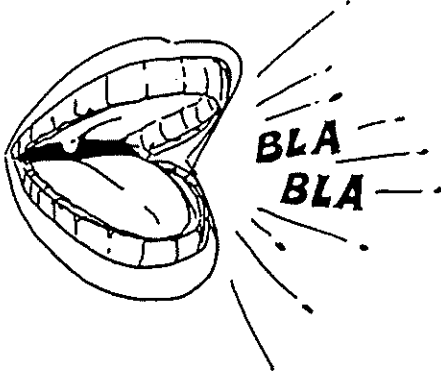
Der Marketingplaner aus der Sicht ...



... seiner Frau



... seines Chefs



... seiner Kunden

Marketingplaner mit eidg. Fachausweis in der Publicitas Bern...

Ueli Zwahlen
(Leiter Verkaufsförderung "BUND")

"Mein Wissensdurst und die Materie Marketing an und für sich liessen mich den Wunsch verwirklichen, die Marketingplaner-Ausbildung zu absolvieren. Mein Ziel war es mich persönlich und beruflich weiterzuentwickeln."

Der Marketingplaner als "spezialisierte Generalist" ist - in der richtigen bzw. klassischen Funktion - die Drehscheibe zwischen dem Unternehmen und dem Markt. Er hat Einblick in die meisten Unternehmensbereiche. Bei ihm laufen viele Fäden zusammen. Die meisten Marketingplaner mit eidg. Fachausweis sind jedoch im "falschen" Job und können ihr Wissen nicht optimal einsetzen.

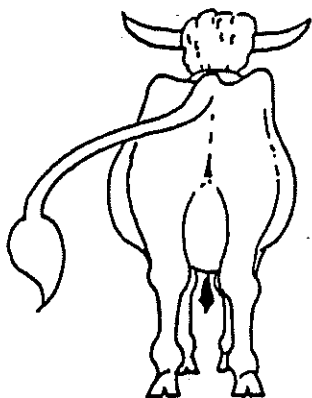
Zum Thema des nächsten Ausbildungsschrittes kann ich nur folgendes sagen: Wahrscheinlich nehme ich am nächsten Wickelkurs teil."

Florence Lavanchy
(Key Account Managerin TOURING)

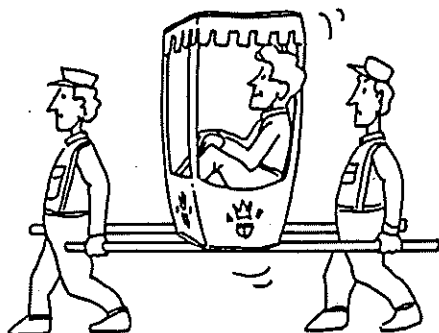
"Marketing lässt sich bildlich für mich am besten folgendermassen darstellen: Stellt Euch eine Astgabel vor - sie stellt den Markt dar, stellt Euch weiter eine Spinne vor - sie ist unserer Unternehmen und das Netz, welches die Spinne in diese Astgabel webt und welches Sie hält ist Marketing. Die Astgabel kommt blendend aus ohne ein Netz - die Spinne wohl kaum. Die Lebenswichtigkeit dieser vernetzten Angelegenheit macht die Materie Marketing zu einem ewig spannenden Betätigungsfeld. An dieser Stelle kommt der Marketingplaner ins Spiel. Als Helfer der Spinne hält er die Fäden zusammen in der Mitte, je nach Bedarf kann er aber auch Lücken in allen anderen Teilen des Netzes ausbessern. Die Vielseitigkeit ergibt sich aus der ganzheitlichen und alle Instrumente des Marketing umfassenden Ausbildung zum Marketingplaner. Dieses Wissen lässt es auch zu, dass der Marketingplaner Verständnis für die Probleme aller Bereiche aufbringen kann."

Aus- und Weiterbildung ist für mich nichts statisches; es ist ein rollender Prozess. In diesem Sinne werde ich wohl nicht das letzte Mal die Schulbank gedrückt haben. In welche Richtung es gehen wird, hängt massgeblich auch von meiner beruflichen Zukunft bei Publicitas oder allenfalls anderswo ab."

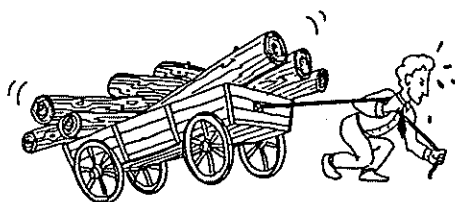




... seiner Konkurrenten



... seiner Kollegen



... von ihm selbst!

Lorenz Jenni (Anzeigenleiter TOURING)

"Ich denke, es ist fast unmöglich ein Berufsbild eines Marketingplaners konkret zu umschreiben, zumal dies von Branche zu Branche variieren kann. Grundsätzlich jedoch sehe ich den "klassischen Marketingplaner" als ein "Fühler" zum Markt, dessen Aufgabe es ist, gemeinsam mit dem Marketingleiter die Bedürfnisse des Marktes zu erkennen, die Produkte und Dienstleistungen dementsprechend anzupassen sowie relevante Marketingaktivitäten zu planen, koordinieren und durchzuführen.

Das Marketing kann aufgrund der Komplexität des Marktes - der im Zentrum des Marketingdenkens steht - nie eine exakte Wissenschaft werden; d.h. die Marktbedürfnisse können sich schnell verändern - was heute "in" ist, kann morgen schon "out" sein... mit solchen Situationen umzugehen macht die Faszination eines Marketingberufes aus.

Der Wunsch mir ein Marketing Know-how anzueignen und mich beruflich und persönlich weiterzuentwickeln waren sicherlich die Hauptmotivationsgründe, welche mich die Marketingplanerausbildung machen liessen. "Jedes Stehenbleiben ist ein Rückschritt" und so sehe ich es auch mit der Weiterbildung.

Ich beabsichtige in den nächsten 2-3 Jahren eine weitere Ausbildung in Angriff zu nehmen, jedoch ist es noch unklar ob im Marketing- oder im Verlagsbereich."



Adrian Aebi (Beratung und Verkauf Div. Pacht)

"Der Marketingplaner ist aus meiner Sicht ein entscheidender Mitgestalter eines erfolgreichen Geschäftsergebnisses. Der Marketingplaner ist vielseitig einsetzbar und das in allen Branchen. Diese Vielseitigkeit hat mich dazu bewogen, diese Ausbildung zu absolvieren. Bevor ich weitere Ausbildungsziele anstrebe, möchte ich die erlernten Kenntnisse aus der Marketingplaner-Ausbildung in mein weiteres Berufsleben einfließen lassen."



...und solche,
die es noch werden wollen:

Daniel Beyeler (Assistent Anzeigenleiter "BUND")

Die Vielfältigkeit des Berufes und die Fähigkeit alle Marketing- und Kommunikationsmassnahmen für ein Produkt oder eine Dienstleistung konzipieren und durchführen zu können, liess mich die Motivation aufbringen, die Marketingplaner-Ausbildung in Angriff zu nehmen.

Im Marketing führen viele Wege ans Ziel, es gibt kein richtig oder falsch, keine Revisoren, denn nur das Resultat auf dem Markt zählt. Ein Umstand der Marketing für mich zu einer äusserst interessanten Materie macht. Punkto Weiterbildung ist der Marketingplaner eine erste Stufe, welche sich ausbauen lässt.

Vorerst konzentriere ich mich aber auf diese Ausbildung, bevor ich an die nächsten Schritte denke.



Dumme Verbrecher

AMERIKAS DÜMMSTE KRIMINELLE

Seattle: Als ein Mann versuchte, nachts an einer Tankstelle eines Motels Benzin zu stehlen, indem er einen Schlauch in den Moteltank steckte und diesen ansaugte, erhielt er viel mehr, als er erwartet hatte. Die ankommenden Polizisten trafen den Mann an, wie er buchstäblich Scheisse spuckte. Ein Sprecher der Polizei erklärte, der Mann habe versucht, Benzin zu stehlen, indem er es absaugte und habe seinen Schlauch dabei versehentlich nicht in den Benzin-, sondern in den Ausgang des Abwassertanks des Motels gesteckt. Der Besitzer verzichtete auf eine Anzeige mit der Erklärung, er hätte in seinem ganzen Leben noch nie so gelacht.

Ann Arbor:

Die «News Crime Column» von Ann Arbor berichtet, dass ein Mann um fünf Uhr morgens eine Filiale von Burger King betrat, eine Pistole zog und den Inhalt der Kasse verlangte. Der Angestellte erklärte die Kasse nicht öffnen zu können, ohne zuvor eine Bestellung eingegeben zu haben. Als der Mann daraufhin Zwiebelringe bestellte, antwortete ihm der Angestellte, diese seien zum Frühstück nicht erhältlich. Frustriert verliess der Mann das Lokal.

Kentucky: Zwei Männer versuchten, die Frontabdeckung eines Bankomaten zu entfernen, indem sie eine Kette daran befestigten und diese wiederum um die Stossstange ihres Autos schlangen. Doch beim Anfahren löste sich nicht etwa die Front des Bankomaten ab, sondern vielmehr ihre Stossstange vom Wagen. Aufgrund des Lärms, den die ganze Sache verursacht hatte, bekamen es die beiden mit der Angst zu tun, fuhren auf und davon und liessen die Kette befestigt am Bankomaten zurück. Mit der Stossstange immer noch am anderen Ende. Mit dem Nummernschild immer noch an der Stossstange.

Newark: Eine Frau meldete ihr Auto als gestohlen und erklärte, dass sich ein Autotelefon darin befände. Der die Meldung entgegennehmende Polizist rief unter der Nummer des Autotelefons an und sagte dem Typen, der dort abnahm, er habe die Anzeige in der Zeitung gelesen und würde den Wagen gern kaufen. Sie vereinbarten ein Treffen und der Dieb wurde festgenommen.



DEUTSCH- LANDS DÜMMSTE KRI- MINELLE

«In keiner anderen Branche tummeln sich mehr Schwachköpfe Pechvögel und Dilettanten als unter Kriminellen», schreibt der Stern, dem wir die folgende Liste verdanken (um diese Dilettanten nicht noch mehr zu strafen, sind die Namen pietätvoll weggelassen).

1. In Frankfurt verkeilt sich ein Einbrecher im Fenster einer Diskothek; die Feuerwehr musste ihn mit Schneidbrennern befreien, dann übergibt sie ihn der Polizei.

2. Noch einfacher macht es den Ordnungskräften ein gewisser Rudolf R.: Er klettert in einen Panzerwagen um Geldkoffer zu stehlen, einer der Sicherheitsmänner schlägt die Tür hinter ihm zu, sperrt ihn ein und fährt ihn geradewegs in eine Polizeikaserne.

3. Andere Einbrecher setzen mit einem gestohlenen Lastwagen rückwärts durch die Glastür einer Bank, schlingen ein dickes Tau um die Anhängerkupplung und den Geldautomaten, geben Gas und reißen das Gerät aus der Verankerung - es ist der Kontoauszugsdrucker.

4. Kollegen fotografieren sich bei einem Einbruch selbst; da auf den Polaroidbildern zunächst nichts zu sehen ist, lassen sie diese am Tatort im Papierkorb liegen.

5. Ein Bundeswehrsoldat beraubt maskiert, aber in Uniform eine Bank; auf der Brust prangt stolz sein Namensschild.

6. Ein anderer Bankräuber schiebt dem Kassierer einen Zettel mit der Aufschrift zu «Das ist ein Überfall». Der Kassierer dreht den Zettel um - es ist ein Briefbogen des Räubers selbst, mit Name, Telefonnummer, Adresse.

7. Nach einem anderen Bankraub verlässt die Täterin mit mehr als 40'000 Mark die Schalterhalle, vergisst aber, ihre Karnevalsmaske abzunehmen. Das fällt einigen Passanten auf, sie übergehen die Räuberin der Polizei.

8. Dito Mike Z., der in Chemnitz mit 5'000 geraubten Mark die Sparkasse verlässt - er findet sein  Fahrzeug nicht, gerät in Panik und wird völlig verstört von der Polizei kassiert.

9. Ein anderer Bankräuber, diesmal in Magdeburg, findet zwar sein Fahrzeug, aber das Auto startet nicht - kein Benzin im Tank.

10. Ebenfalls in Magdeburg: Zwei Anfänger erbeuten 5'000 Mark, verjubeln alles in Hamburg auf der Reeperbahn, lassen währenddessen ihre Maschinenpistolen offen auf dem Rücksitz ihres Fahrzeuges liegen. Dieses wird von der Polizei sichergestellt. Als das Gaunerduo, im Glauben, ihr Auto wäre nur wegen Falschparkens umgestellt worden, auf der Wache reklamiert, wird es auf der Stelle festgenommen.

Quelle: «Deutschlands dümmste Gauner», Stern 18/1996

Fortsetzung folgt!

EIN TAG IM LEBEN VON...

Assistent in der Abteilung Marketing- und Mediaservice der Publicitas Bern im 6. Stock

Eine halbe Stunde geht der Radiowecker schon - (6.15 h) bi bib, bi bib, bi bib.... Das Zeichen um endgültig aufzustehen. Kurzer Blick aus dem Fenster! Heute schönes Wetter draussen! Nach einer kurzen Dusche und den restlichen Tätigkeiten im Badezimmer, unter meiner Palme, gibt es ein 10minütiges Frühstück mit Brot und Yoghurt. Denn: «Ohni z'Morge, gang ich nid us em Huus!»

Nur noch Zähneputzen und dann nichts wie los. Mal sehen, ob das Peugeot Druckmaterial heute morgen eingetroffen ist.

Jeden Morgen geniesse ich den kurzen Spaziergang über den Altenbergsteg mit Blick in Richtung Osten, wo die Sonne aufgeht. Schon ein paar Mal, ging mir durch den Kopf - dies musst Du einmal fotografieren - wenigstens die 4 Jahreszeiten. Nochmals gut durchatmen, damit mir der Aufstieg zum Waisenhausplatz nicht zu schwer fällt und ich frisch und munter im Büro erscheinen kann.

Wie immer begrüsst mich Erika Heimberg gut gelaunt. Auch ein paar andere Frühaufsteher/innen vom 6. Stock sind bereits schon da. Bund, BZ und SHAB liegen auf dem Bürotisch. Jeden Tag werden diese 3 Zeitungen durchgeblättert, um die wichtigsten Presseinformationen herauszuschneiden.

Und wo ist das Peugeotdruckmaterial geblieben! Doch noch nicht eingetroffen? Nach einem Telefongespräch mit der Druckerei in Zürich wird mir mitgeteilt, dass nochmals eine Korrektur (die 6.) von dem Sujet vorgenommen werden musste und sie deshalb erst heute mit der Produktion dieses Druckmaterials beginnen können. Da wir nun endlich wissen, dass heute definitiv das Druckmaterial versandbereit sein wird, können wir die dringenden Aufträge so schnell wie



Marc Albrecht

möglich disponieren und faxen. Zudem werden die Lieferscheine an die Druckerei in Zürich gefaxt, damit Sie heute abend den Direktversand an die entsprechenden Verlage vornehmen können.

Nun mit der Agentur Kontakt aufnehmen, wie es denn mit den anderen Sujets aussieht, ob man dort auch noch Daten verschieben, Reservationen abbestellen oder sonstige Abklärungen zu erledigen sind. Das Telefon klingelt - jetzt ruft der Peugeot-Kunde an, wie weit wir mit den Kostenberechnungen, Erscheinungspläne sowie Dispositionen für die laufende Kampagne sind. Zudem erhalten wir einen Auftrag für eine Spezialausgabe «Journal officiel de la foire de l'est vaudois» in der La Presse Riviera/Chablais. Inserat reservieren und disponieren, da wir für einmal bereits im Besitze des Druckmaterials sind. Nein - schon wieder ist der Fax besetzt.

Erneut klingelt das Telefon. Jemand von P-Langenthal ruft an, ob wir Streugebietskarten von einigen Titeln machen könnten. Ja, sehr gerne. Jedoch müssen wir Sie um einen realisierbaren Abgabetermin von ein paar Tagen bitten. Zum Glück sind sie mit

meinem Vorschlag einverstanden. Denn heute komme ich nicht mehr dazu.

Weiter machen bei meinen Peugeot-Kostenberechnungen und Erscheinungsplänen. Denn die 25 Peugeot Pools sind nicht so schnell erledigt.

Schon wieder das Telefon. Nein lässt mich in Ruhe, keine Zeit - geht mir durch den Kopf. Jemand von P-Solothurn ruft an und möchte noch schnell einige MACH-Basic-Leserzahlen von der Neuen Mittelland Zeitung sowie Solothurner Zeitung haben. Gut dieser Lauf ist schnell gemacht und dann nichts wie los erneut zum Fax.

Weiter bei meinen Kostenberechnungen. Nein nicht schon wieder. Absturz! Kein Tag vergeht, ohne einen Absturz in dem neuen Media Dispo-Programm. Nicht aufregen, Warmstart machen und weiterfahren.

Dring, dring. Natürlich jemand von P-Biel ruft auch noch an, um eine Media-Focus-Auswertung (Werbeaufwendungen) zu erhalten. Auch diese Offertanfrage bei Media Focus in Hergiswil ist eine kurze Sache. Gut - der Offertpreis wird von P-Biel per E-Mail genehmigt. Auswertung kann ausgeführt und direkt an Kunden gesendet werden. Weiter an den Peugeot-Kostenberechnungen und Erscheinungsplänen.

Jemand vom Bund-Team kommt in meinem Büro vorbei und möchte eine Titel-Rangierung nach Affinitäten (MACH Consumer-Zahlen) von dem Bund und BZ.

Nun mache ich noch eine letzte Kostenberechnung und dann werden die ersten erstellten Kostenberechnungen sowie Erscheinungspläne bereits an den Kunden gesandt. Zum Schluss nochmals einen kurzen Blick auf alle Erscheinungspläne, ob wir auch wirklich kein Inserat vergessen

haben zu disponieren und ob alle Lieferscheine an die Druckerei in Zürich gesendet wurden. Zum Glück hat heute Karin Fasel praktisch alle Dispositionen vorgenommen, damit ich auch wirklich an meinen Kostenberechnungen einigermaßen gut vorwärts gekommen bin.

Computer abstellen und nach Hause, um etwas zu Essen und dann ab ins Training. Vielleicht verschwindet ja heute Dienstagabend im Badminton-Training mein Muskelkater vom letzten Badminton Interclub-Spiel. Dies wäre schön.

Positive Seiten von meinem Beruf?

- Tägliche Kontakt zu Mitarbeiter/innen, Kunden, P/O-fa-Filialen sowie zu den verschiedensten Verlagen
- Die abwechslungsreichen Arbeitstätigkeiten:
 - Beim Erstellen von kundenspezifischen Dienstleistungsdossiers
 - Bei der Umsetzung von Marktforschungsdaten zu verkaufsfördernden Argumentarien sowie
 - Bei der Abwicklung der Händlerwerbung eines unserer Grosskunden
- Selbständiges Arbeiten

- Benützung von verschiedenen Computerprogrammen

Negative Seiten von meinem Beruf?

- Zu häufige «Blitz»-Aktionen
- Zu viele Stunden vor dem Computer im Büro sitzen.

Voraussetzungen

- Kaufmännische oder ähnliche Ausbildung
- Freude am Kundenkontakt
- EDV-Kenntnisse
- Branchenerfahrung
- Sprachkenntnisse (französisch)
- Belastbarkeit
- Zahlenflair

Beispiel aus der Praxis

PUBLICITAS AG
Abt. Buchhaltung
Seilerstr. 8
Postfach 7621
CH 3001 Bern
23.3.98

Rechnung *Leopold H. Szilagyi s.p.a. s.p.a.*
Betreff: *Rechenbach SpA*
MWST-Nr. 358 028
Betreff: **REKLAMATION**

Nr.	Herkunftsland/Provinz	Grösse	Preis	Betrag
<i>Sehr geehrter Herr Szilagyi</i>				
<i>Siebt Februar haben wir einige Probleme</i>				
A)	<i>ANZ. KONZERN</i>	<i>betreffend Inserat</i>	<i>(2x belastet) = 1 x 33,50</i>	<i>67,00</i>
<i>Auftragbestätigung v. 29.7.98, Auftrags- (Rechnung) habe ich noch</i>				
<i>Tel. Reklamation erhalten aber erst am 10.2.98, Herr Tel. an Herr</i>				
<i>Szilagi, betreffend Inserat v. 6.2.98 Berni Shopping Box I und 4.2.98</i>				
<i>Berni Kombi war nicht bestellt. Sie setzen Sie die Rechnung nach</i>				
<i>Abzug von 144,- + 117,- = 261,- Rechnung</i>				
<i>Gleichzeitig liefen die Inserate in der Kundenausgaben laut Rechnung</i>				
<i>4.2.98, die ist richtig, KEIN ZERINUS BELEG ERHALTEN.</i>				
<i>B) Am 5.3.98 ist ein kulturelles Inserat erschienen in der "Freiheitszeitung".</i>				
<i>Bitte Gutachten Nr. 53.40 + HWS Auftrags- v. 27.2.98</i>				
<i>C) Auftragbestätigung für Shopping Box I, trotz Bestätigung in</i>				
<i>am 6. + 13 + 20.3.98 sind nicht erschienen, trotzdem dass ich</i>				
<i>2x Tel. gemeldet habe an Herr Szilagyi, und auch gleich gefaxt</i>				
<i>am 13.3.98 füllte. Sie haben zugewagt, dass Sie diese</i>				
<i>ersuchen per 27.3.98 i. d. d. Die übrigen 2 Inserate beider</i>				
<i>Härz Rechnung bitte in ABzug nehmen, was jetzt im April</i>				
<i>Total ein Anderes Inserat erscheint (ander Grösse),</i>				
<i>D) PLAZIERUNG WUNSCH: Ich bin mit der Plazierung im Rundum BERNI enttäuscht</i>				
<i>Konditionen: Die Ware bleibt Eigentum der Firma bis zur vollständigen Bezahlung.</i>				
<i>Z.B. SAMHELIUM Anstalt: Kinos/Verausstattung, oder eine der drei</i>				
<i>letzten oder ersten Seiten der Zeitung. Ich erwarte gerne Ihre neue Rechnung schriftl</i>				
<i>Belegpraktik sind immer zu jedem Inserat Termin + Zahlungsbeleg. Mit freundlichen Grüßen</i>				

Hier wollte ein Kunde auch ganz sicher gehen, dass seine Anliegen gemäss seinen Vorstellungen und ganz genau gemäss «Angaben» abgewickelt wird. Der abgebildete Brief wurde in je einem C4 Couvert (Brief war nicht gefalzt) als Original «Eingeschrieben» an die Buchhaltung, zusätzlich ging eine Kopie persönlich an Herr Szilagyi und eine Kopie persönlich an Frau Reichenbach, beide A-Post und auch in je einem C4 Couvert, versandt.

Anmerkung:

Alle seine Anliegen war zu diesem Zeitpunkt schon zu seiner Zufriedenheit erledigt!!!

PS: Aus Rücksichtnahme auf den Kunden wurden auf die Publikation sämtlicher Kunden und Auftrags-Nr. verzichtet.

Richtigstellung:

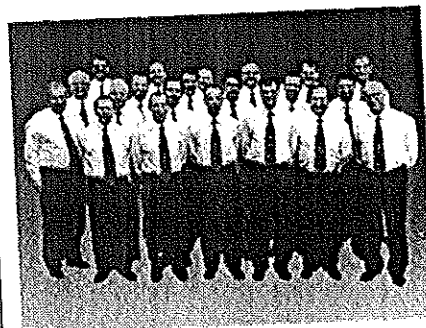
Ich möchte hier noch eine kleine Korrektur zu meinem letzten Bericht «Ein Tag im Leben von...» machen. Und zwar betrifft es Folgendes:

Unser René Morgenegg pfeift am Morgen früh nicht die neusten Lieder vom Jodlerchörli Düringen sondern vom TURNERCHÖRLI DÜDINGEN. Im Jahre 1995 hatte das Turnerchörli Düringen sein 50-Jahr-Jubiläum und aus diesem Anlass haben sie sogar eine CD/resp. Musikkassette produziert, welche erhältlich ist bei René Morgenegg/7. Stock. (Soviel zur Werbung!)

Entschuldigung René für meinen kleinen «Flüchtigkeitsfehler» im letzten Extrablatt!

Franziska Schnegg

Turnerchörli Düringen



50 Jahre

1945 - 1995

TSV

Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite

Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite

Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite

Vater zum Sohn: «Musst du eigentlich immer das letzte Wort haben?» - Da kritzelt der Sohn auf einen Zettel: «Soll ich dir darauf antworten oder nicht?»

«Ihr Puls geht aber langsam!» sagt der Arzt zum Patienten. «Macht nichts, ich habe Zeit!»

Make-up und Parfüm

Die chemische Kriegsführung der Frau zur Eroberung des Mannes

«Kannst du rechts und links unterscheiden?» - «Teilweise; ich weiss nur, wo rechts ist.»

Freundlich schlägt der General bei der Truppeninspektion dem Rekruten auf die Schulter: «Wie geht's uns denn, mein Sohn?» Der strahlt und freut sich: «Toll, Vati, dass du dich endlich meldest. Mutti sucht dich schon seit Jahren.»

Unterschiede der Geschlechter

Frauen möchten in der Liebe Romane erleben, Männer Kurzgeschichten.

«Warum ist es gut, aus den Fehlern anderer zu lernen?» - «Weil man nicht lange genug lebt, um alle Fehler selbst zu machen!»

Freie Wahl der Regierungsform

Jeder Mann hat die Möglichkeit, sich seine Regierungsform selbst zu wählen - blond, braun oder rothaarig.

Liebe ist...

... der angenehmste Zustand teilweiser Unzurechnungsfähigkeit

Wenn Ihr Lust habt könnt Ihr Eure Witze über cc-mail an F. Lavanchy senden!



TIERISCH-MENSCHLICH

Wenn ich gewusst hätte, dass die ganze Arbeit an mir hängenbleibt, hätte ich mich nicht vom Storch beissen lassen.

Hunger!!!

OK. Ihr dürft mitessen. Aber die grossen Brocken kriege ich!

Herr Ober, ich warte immer noch auf meine Bestellung...

Ach, schon wieder dieser Herr Brumm. Warum müssen die unangenehmen Gäste auch immer an meinem Tisch sitzen!

Ich komme sofort der Herr!

Fotos und Text: F. Lavanchy

Extrablatt

Hauszeitung der Publicitas Bern

Nr. 4 / 4. September 1998

Da ist er: der steinerne Berner Mann*

Endlich etwas «Anmächeliges» für Euch, liebe P-Frauen! Anmerkung für Nicht-Berner/innen: «Anmächelig» ist kein Unanständiges Wort und hat mit «Anmache» nur wenig zu tun.

Der Mann mit dem Waschbrett-Bauch (einige sagen «sixpack») hat einen Bruder und schaut von hoch oben hinab auf einen grossen Platz. Auf diesem Platz stehen Autos herum - ausser am Dienstag und am Samstag. Japanern, Amerikanern, Europäern wird sofort klar: dieses Volk liebt das Auto mehr als so einen Präsentier-Platz. «Ne-neii, das ischt es nicht! Es ischt einfach gäbig, zmitts in der Stadt zu parkieren» (so würde ich diese Situation einem Deutschen erklären).

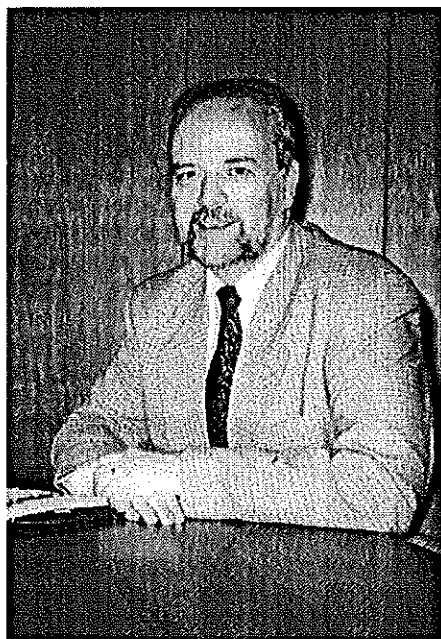
Der muskulöse Mann steht seit 86 Jahren auf seinem luftigen Platz und beweist damit, dass Bodybuilding schon längere Zeit en vogue sein muss.

Ein Bodytraining-Set gewinnt, wer als Erste/r mitteilt, auf welchem Gebäude das Mannsbild steht (384 12 81 - geschäftszeit). Der Rechtsweg bleibt - wie üblich - ausgeschlossen; mir wei kes G'kähr...).

KR



Die Direktion



Liebe Mitarbeiterinnen, liebe Mitarbeiter

Während ich diesen Beitrag für's EXTRABLATT schreibe, ist es in meinem Büro ungefähr 30 Grad heiss, während unten beim Winterthur-Gebäude die Pressluft-Hämmer dröhnen und unser Gebäude fast zum Zittern bringen.

Die Hochsommer-Hitze wird wohl beim Erscheinen unserer Hauszeitung vorüber und einem hoffentlich sonnigen, milden Herbst gewichen sein, während uns der Baulärm noch weiter begleiten wird: Das Bürogebäude der Eidgenossenschaft wird in den nächsten Monaten einer gründlichen Renovation unterzogen, was einige Immissionen nach sich ziehen dürfte. Die Bauherrschaft bittet uns alle um Verständnis und versucht natürlich, die Lärm- und Staubbelastigungen so klein wie möglich zu halten.

Erinnern Sie sich an die MitarbeiterInnen-Befragung, an den umfangreichen Fragebogen, den Sie vor etwa einem Jahr ausgefüllt haben? Dann sind Ihnen sicher auch die Resultate (Vergleich P Bern / P Schweiz) noch präsent, die Ihnen Peter Moll im Frühling detailliert präsentiert hat. Die Geschäftsleitung hat inzwischen zwei Arbeitsgruppen, bestehend aus MitarbeiterInnen aller Stufen, berufen, die zu den Themen

Arbeitsumfeld Information/Kommunikation

Verbesserungsvorschläge zuhanden der GL ausarbeiten werden. Es sind genau die Punkte, die in der Befragung aus Ihrer Sicht bei Publicitas Bern optimierungswürdig sind. Selbstverständlich werden Sie rechtzeitig über die Resultate aus diesen Arbeitsgruppen informiert.

Wenn Sie in Sachen VISION 2000 seit einiger Zeit nichts mehr vernommen haben, liegt das nicht an der Ferienzeit, sondern daran, dass die beauftragten Projektteams jetzt mit Hochdruck an den Detailaufgaben arbeiten: Definitive Organisation, Zuteilung der P- und ofa-Kunden in die neuen Portefeuilles, Raumaufteilung, Informatisierung usw. Es gilt, alle möglichen Punkte jetzt zu berücksichtigen, damit wir mit einer möglichst optimalen Organisation und mit klaren Strukturen in's Jahr 1999 und in die neue Publicitas Bern starten können.

Ich danke Ihnen für Ihre Geduld und für das Verständnis, wenn wir noch nicht über alle Auswirkungen der VISION 2000 informieren konnten. Und ich bitte Sie, mit Vertrauen und Optimismus in die Zukunft der neuen P Bern zu blicken, denn ich bin überzeugt, dass wir gestärkt und bestens gerüstet für die Herausforderungen der Zukunft aus dieser Fusion hervorgehen werden.

Die erfreuliche Umsatzentwicklung (s. Diagramm unten auf dieser Seite) setzt sich fort: Der Monat Juli war ausserordentlich gut und auch der August wird über Budget liegen. Entsprechend der Steigerung auf der Umsatzseite zeigte sich auch die Halbjahres-Budgetkontrolle mit einem Nettogewinn, der über unserem Budget lag.

Da bleibt mir eigentlich nur, das inzwischen äusserst populäre Begrüssungswort unseres Militär- und Sportministers Adolf Ogi an den Astronauten Claude Nicollier zu zitieren:

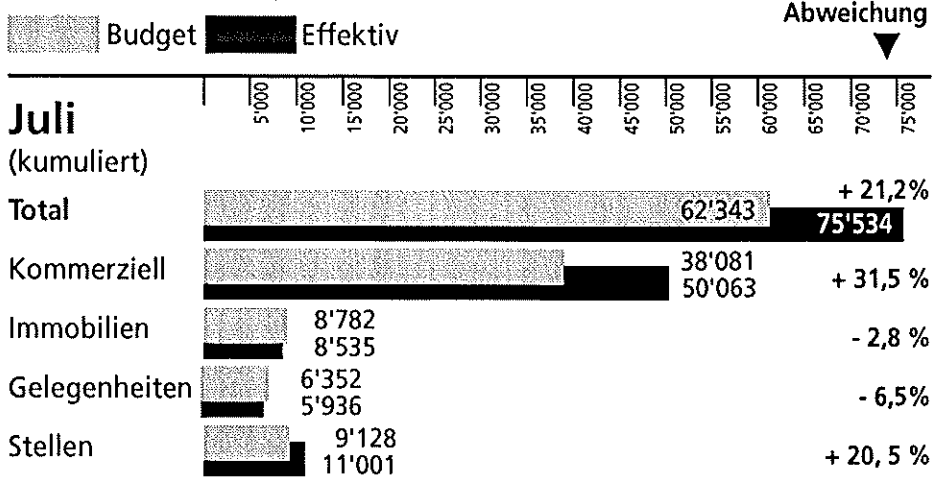
«Freude herrscht!»

Walter Althaus

Umsätze P-Bern

Juli 1998

(in 1'000.- Franken)



PUBLICITAS
Extrablatt

Verantwortliche Redaktion:

Redaktor/innen:

Hugo Kropf (KR)
Peter Moll (PM)
Florence Lavanchy (FI)
Carmen Reichenbach (Cr)
Ursula Imhasly (Iu)

Gestaltung/Produktion:

Alex Rüfenacht (Rt)
Rita Bellwald (Br)

Erscheinungsweise: 6x jährlich

1998 20. Februar

Red.-Schluss: 9. Februar

8. Mai

Red.-Schluss: 24. April

26. Juni

Red.-Schluss: 19. Juni

4. September

Red.-Schluss: 24. Aug.

23. Oktober

Red.-Schluss: 12. Okt.

18. Dezember

Red.-Schluss: 7. Dez.

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

Auflage: 170 Exemplare für das Personal der Publicitas Bern, für die Pensionierten sowie für einen Kreis früherer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Das nächste EXTRABLATT 5/98 erscheint am 23. Oktober 1998

Redaktionsschluss: 12. Oktober

Personelles

Herzlichen

Glückwunsch

zur Hochzeit

Heute, 4. September geben sich Frau **Jeannette Stalder** und Herr **Raoul Wanger** auf dem Zivilstandsamt das Jawort. Die kirchliche Trauung findet am 5. September statt.

Wir wünschen dem jungen Paar alles Gute für den Weg zu zweit, viel Glück, Freude und persönliche Erfüllung in ihrer Ehe.

Wir gratulieren...

...zum
Nachwuchs

Am 4. Juli erblickte **Oliver Steiner** das Licht der Welt. Der Sohn von Jacqueline und Jürg Steiner entwickelt sich dem Vernehmen nach prächtig und hält seine glücklichen Eltern ganz schön auf Trab.

Wir verabschieden

Schon seit einigen Wochen nicht mehr im Haus ist Frau **Sarah Ramseier**. Sie hat unser Angebot zur Weiterbeschäftigung nach der Lehre aus persönlichen Gründen kurzfristig ausgeschlagen.

Ebenfalls bereits verlassen - und zwar per 31. August - hat uns Frau **Carmen Eicher**. Sie will sich beruflich anders orientieren und sucht eine neue Herausforderung.

Ihr Praktikum abgeschlossen hat auch Frau **Sarah De Figueiredo**. Sie verlässt uns nach einem Jahr vertragsgemäss

am 31. August und nimmt am 1. September ihre Tätigkeit im CAP auf.

Per Ende September wird uns auch Frau **Eva Krismer** verlassen. Auch sie hat einen neuen Challenge gesucht und gefunden.

Wie bereits am Anschlagbrett zu lesen war, verlässt uns auch Herr **Roland Wüthrich**. Er nimmt im Rahmen einer Reorganisation im CAP neue Aufgaben in Angriff. Der genaue Zeitpunkt seines Wechsels nach Freiburg ist noch offen.

Wir danken diesen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für ihren Einsatz und die wertvolle Arbeit, die sie in unserer Filiale geleistet haben und wünschen Ihnen viel Glück für die Zukunft.

Korrigenda

In der letzten Ausgabe haben wir den vertragsmässigen Austritt von Herrn **Laurent Risi** angekündigt. Unterdessen hat sich Laurent entschlossen seine erfolgreich abgeschlossene Bürolehre mit dem KV zu ergänzen. Diese Chance bieten wir ihm gerne, er wird also zwei weitere Jahre unter uns sein.

Herzlich willkommen

Per 1. August haben gleich zwei neue Mitarbeiter ihre Tätigkeit bei uns aufgenommen.

In der zentralen Buchhaltung im 2. Stock hat Frau **Jacqueline Mauron** die Nachfolge von Herrn Jean-Michel Nançoz angetreten, welcher jetzt im Personaldepartement der GD die Einführung von SAP für die Personaladministration vorbereitet.

Herr **Roland Eicher** wagte als erster den Sprung von der Laupenstrasse an die Seilerstrasse. Als ofa-Lehrling kannte er mindestens unsere Sitzungszimmer und einige der Gesichter mussten ihm bekannt vorgekommen sein, als er Ende Juli seine vorläufige Tätigkeit in der Debitorenbuchhaltung aufnahm. Sein definitiver Arbeitsplatz

Wir gratulieren...

...zum runden

Geburtstag

Wir dürfen zu einem 30. Geburtstag gratulieren.

Unglaublich aber wahr, Frau **Ursula Imhasly** feierte am 25. August ihren 30. Geburtstag. Die Festivitäten dazu sollen mehrere Tage gedauert haben. Wir gratulieren ganz herzlich und wünschen ihr alles Gute.

Personelles

ist aber im Stadtanzeiger-Team, wo er als Verkäufer Sonderseiten und Beilagen realisieren wird.

Am zweiten September hatte Frau **Chantal Jufer** ihren ersten Arbeitstag in der Filiale Bern. Sie ersetzt Frau Daniela Müller im siebten Stock. Frau Jufer hat ihre Lehre bei der Publicitas Biel gemacht und ihre ersten beruflichen Erfahrungen dort und anschliessend bei Publi-Swiss-Press in Zürich gesammelt.

Am 15. September verbessert sich unsere Situation im PC-Support-Bereich erheblich. Herr **Marc Heimann** übernimmt an diesem Tag die verwaiste Stelle. Mit seiner Erfahrung aus dem CAP und seinen Kenntnissen im Bereich PUB-2000 wird er eine echte Stärkung unserer Logistik werden.

Per 1. Oktober verstärkt Herr **Manfred Birbaum** unsere Abteilung Diverse Pacht. Herr Birbaum hat einen Monat bei uns geschnuppert und sich nun entschlossen, den Schritt zu wagen, das «Back-Office» (CAP) zu verlassen und an die Front zu gehen.

Ab 12. Oktober verkauft Frau **Christine Tschannen** Inserate für den Stadtanzeiger. Sie wird zu 50% im Stadtanzeiger-Team arbeiten und in Zukunft dem neuen Telefon-Marketing-Team angehören.

Allen neuen wünschen wir einen guten Start und viel Erfolg in Bern.



Gleich zwei Personen geniessen in unserer Filiale Gastrecht.

Zum einen ist das Herr **Gerhard Lechner**, der sich provisorisch im Empfangszimmer im 9. Stock eingerichtet hat und in Kürze in den dritten Stock wech-

seln wird. Herr Lechner gehört zu unserer GD und arbeitet für das Department Marketing vor allem im Bereich DTP.

Zum andern ist das Herr **Heinz Sommer**, für einige von uns ein alter Bekannter, der für die Titel der Lamunière-Gruppe als KAM (Key Account Manager) aus dem ehemaligen Büro PKD im fünften Stock den Markt Mittelland bearbeitet.

Wir hoffen, dass sich unsere beiden Gäste bei uns wohl fühlen werden und heissen die beiden herzlich willkommen.

Am 10. August starteten auch drei neue Lehrtöchter, ein Lehrling und eine Praktikantin ihre berufliche Karriere. Sie alle stellen sich anschliessend kurz vor.

Wir stellen

vor....

...neue Lehrlinge,

Praktikantin und Mitarbeiter

Unsere neuen Lehrlinge hatten kürzlich ihren ersten Arbeitstag und wer sie noch nicht kennengelernt hat, dem ist jetzt die Gelegenheit geboten alle wesentlichen Details in Erfahrung zu bringen:

Nicole Wagner finden Sie zur Zeit in der Abteilung Touring. Die am 6. Mai im Sternzeichen der Stiere geborene, liebt alle Reisgerichte und bereitet sich so kulinarisch auf die Erfüllung ihres Ferientraums vor. Sie möchte dereinst nämlich Nepal bereisen und wer dort Reis nicht mag, der ist aufgeschmissen. Ihre Hobbys sind vielfältig, nebst Zeichnen und Malen töpft sie auch gerne, und wenn dann noch Zeit bleibt, wird auch mal gelesen oder gesungen. Nicole Wagner schwört auf Pop/Rock und wer ihr eine Freude machen will, schenkt ihr eine CD von Simply Red.



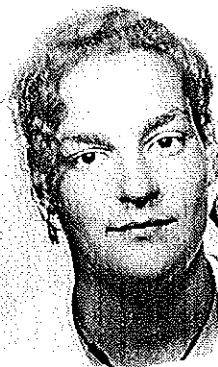
Daniela Peter hat am 24. Juni Geburtstag und ist somit ein Krebs. Auch sie arbeitet in der Abteilung Touring. Auf dem Weg zu ihrem Traumreiseziel Australien, hat sie sicher genügend Zeit mit ihrem Walkman Hip Hop und



Reggae-Musik zu hören. Vielleicht findet sie dabei auch noch jene Gruppe, die ihr am besten gefällt. Ihre Freizeit ist gefüllt mit sportlichen Aktivitäten, im Winter wird gesnowboardet, im Sommer spielt sie gerne Fussball.



Daniel Wetli ist Hahn im Korb unter den neuen Lehrlingen. Als einziger Junge wird sich aber der am 22. Dezember geborene Steinbock gegen die weibliche Übermacht zu wehren wissen. Die erste Station seiner Lehre ist die Presseberatung. In seiner Freizeit spielt er gerne Basketball, sieht sich auch gerne mal einen Film an, schwimmt in der Aare oder liest einen Abenteuerroman. Seine Lieblingspeisen sind Pizza und Pasta, seine Lieblingsmusik ist Hip Hop und ganz speziell ist er Fan der Gruppe Delinquent Habits. Ob seine Katze seine musikalischen Vorlieben wohl teilt?



Nicole Seiler ist am 5. Februar geboren und somit ein Wassermann. Sie ist zur Zeit in der Abteilung Bund anzutreffen. Mit David Wetli teilt sie ihre Vorliebe für Pizza, mit Daniela Peter diejenige für Australien, mit vielen andern diejenige für snowboarden. Pudelwohl fühlt sie sich im Wasser, sie ist nämlich eine leidenschaftliche Schwimmerin. Wenn dann die Energie noch reicht, tritt sie auch gerne mal in die Pedalen ihres Velos, wenn die Energie nicht mehr reicht entspannt sie sich im Kino oder geht einfach schlafen, selbstverständlich nie, ohne ihren Katzen und Chinchilas gute Nacht zu wünschen.



Roland Eicher heisst der neue Mitarbeiter im Stadtanzeiger-Team. Der am 15. Mai geborene Stier bezeichnet sich als Nachtschwärmer. Von diesen Strapazen erholt er sich mindestens im Sommer vorzugsweise mit einem erfrischenden «Aareschwumm» und tankt dabei wieder Kraft für sein zweites Hobby, dem Fussball. Seinen Ferientraum hat er sich schon dreimal erfüllt und zählt somit zu den profunden Kennern der USA. Kulinarisch zieht es Roland Eicher eher gegen Süden, la cucina italiana hat es ihm ausgesprochen angetan.



Sylvia Stucker ist am 9. April geboren. Sie ist als Praktikantin in der Abteilung Diverse Pacht anzutreffen. Die Lieblingspeisen des am 9. April geborenen Widders sind Salate aller Art. Ihr Ferientraumziel ist das ferne Kanada. Wer mehr über ihre Haustiere wissen möchte, muss sie schon persönlich fragen. In ihrer Freizeit treibt sie gerne Sport und trifft sich mit Freunden.



Auflösung des Erkennungs- spieles aus den EXTRABLATT 3 / 98

Insgesamt 19 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben bei unserem Erkennungsspiel 3/98 mitgemacht. 18 tipp-ten richtig; 1 mal wurde Karin Fasel erkannt. Die richtige Antwort heisst:

Sandra Hieke

Gabriela Hirsiger zog unter Aufsicht von Sandra Hieke und Hugo Kropf die Gewinnerin der Fr. 50.- in Reka-Checks.

Edith Künzi

heisst die Glückliche.

Herzlichen Glückwunsch!



X Pinwand-Notiz

Visitenkarten

Eine Idee, die wir behandeln wollen, als sei sie möglich: Kostengünstiger, rationellere Produktion der Visitenkarten!

Stellt euch die Druckkosten vor, wenn «allpot» jemand notfallmässig mehrfarbige Visitenkärtli nötig hat. Was das für Zeit braucht für die Vorlage, die Bestellung usw. Das müssen wir rationalisieren. Darum werden Visitenkarten nur noch vierteljährlich produziert.

Schlusstermine für die Bestellungen:

31. März, 30. Juni, 30. September, 30. Dezember

Wartet also mit der Bestellung der Neuauflage nicht bis nur noch ein Dutzend Kärtli in der Besuchsmappe sind!

Wir danken für euer Verständnis und Mitmachen.
Rita Burri, Alex Rüfenacht, Hugo Kropf



MitarbeiterInnen stellen sich vor
Raten Sie mal...

Wettbewerb
REKA-Cheques
zu gewinnen!

Wer ist ER ?

Sternzeichen: Krebs

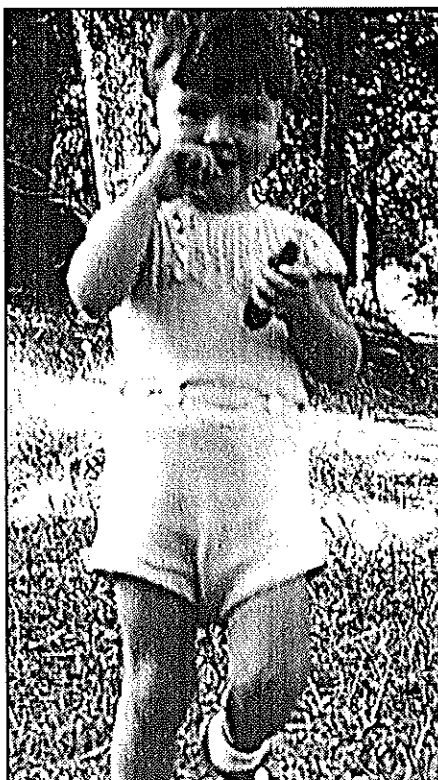
Heimatort: Irgendwo im Emmental

Was ER mag:

Menschen, Ehrlichkeit, Teamarbeit,
Harmonie, Erfolg

Was ER nicht mag:

Chaotismus, Intrigen, Drücken-
berger, Kutteln



Den ausgefüllten Talon senden
Sie bitte bis 14. September 1998
an Frau Ursula Imhasly, 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 ausgeschlossen.

Absender:

Name:

Vorname:

Abteilung:

MEDIA NEWS

Dienstleistungsangebot im Bereich Grosskunden

Die Swisscom AG zählt in der Schweiz zu den grössten Printauftraggebern. Erfreulich für uns ist, dass das gesamte Volumen welches in die gedruckte Presse fliesst, von der Publicitas Bern' betreut und abgewickelt wird. Ein speziell auf den Kunden abgestimmtes Dienstleistungspaket, gute Kundenbeziehungen und ein grosses Know-how aller beteiligten Personen haben diese enge Zusammenarbeit ermöglicht.



Die Swisscom AG arbeitet mit verschiedenen Agenturen zusammen. Diese haben bis Ende des letzten Jahres nebst dem kreativen Teil auch die eigentliche Mediaplanung Inhouse erstellt. Einige dieser Agenturen haben aber keine eigene und mit der nötigen Infrastruktur dotierte Mediaabteilung zur Verfügung. Diese Agenturen haben die Zusammenarbeit mit den Spezialisten aller Mediengattungen gesucht, so auch mit uns. Die eigentliche Mediagrob- und feinplanung wurde für den Bereich Printwerbung für einen Teil der Agenturen von der P-Bern erstellt, grafisch umgesetzt und erläutert. Die Swisscom hat nun ab diesem Jahr den gesamten Planungsteil einer Mediaagentur, der Optimedia AG in Zürich, anvertraut. Einer Beratungsgruppenleiterin stehen vier Mediaplanerinnen zur Seite. Diese sind je für einen Bereich der Swisscom zuständig und planen Kampagnen für alle Werbeträger. Während der Planungsphase werden wir für Berechnungen, Abklärungen über Machbarkeit, spezielle Platzierungswünsche ect. eingesetzt.

Einkauf, Reporting

Ist eine Kampagne vom Kunden abgesegnet und OK gegeben worden, erfolgt die Auftragserteilung an die entsprechenden Stellen. Nun folgen die Verhandlungen mit den Anzeigenabteilungen der betroffenen Verlage über Platzierungen und das Erstellen von fixen Berechnungen und Druckmateriallisten. Die definitive Auftragserteilung erfolgt erst, nachdem eine schriftliche Platzierungszusicherung bei uns eingetroffen ist.

Nach der Auftragserfassung gilt es, eine Platzierungs- und Qualitätskontrolle vorzubereiten. Auf diesem Papier werden Kampagnendauer, Sujets, Anzeigengrösse, Erscheinungsdaten und die Platzierung eingetragen. Einen Tag nach Erscheinen einer Anzeige wird anhand eines Sofortbeleges das Inserat auf seine Richtigkeit hin überprüft. Wird eine Abweichung festgestellt, sei dies eine schlechte Druckqualität, falsche Platzierung oder ähnliches, wird beim entsprechenden Verlag interveniert. Das Ergebnis der Verhandlungen wird der Agentur mitgeteilt und auf diesem Formular eingetragen. Nach Ablauf der Kampagne wird dieses Controlling zusammen mit der Rechnung an die Mediaagentur geschickt.

Kampagnen-Koordination

Verantwortlich ist die P-Bern auch für die Koordination der Inseratenkampagnen. Es gilt, nicht mehr als eine Anzeige pro Tag in der Tagespresse und maximal zwei Anzeigen in den Wochen- und Monatstiteln erscheinen zu lassen. Dies ist eine äusserst aufwendige aber wichtige Arbeit. Sämtliche Kampagnen werden zu diesem Zweck auf einem Kampagnencontrolling eingetragen. Es ist wichtig, dass diese Übersicht stets auf dem aktuellsten Stand gehalten wird und neue Kampagnen, aber auch Korrekturen und Annullationen laufend eingetragen werden.

MIS - Eine Internetlösung für die Koordination

Die Swisscom hat der Mediaagentur den Auftrag erteilt, eine Erscheinungskontrolle analog unseres Controllings zu entwerfen, auf welchem sämtliche Werbeträger ersichtlich sind. Es wurde eine fünfköpfige Projektgruppe zusammengestellt, welche eine Internetlösung entwickelt hat. Zur Zeit ist eine Tochterunternehmung der Publicitas daran, dieses "Marketing- und Informationssystem MIS" zu programmieren.

Dieses Programm steht heute bereits zur Verfügung. Es sind zwar noch nicht alle vorgesehenen Funktionen möglich, aber das Grobgerüst steht. Die gebuchten Kampagnen werden automatisch von der DBMedia in das MIS eingespielen und zugeteilt. Ebenfalls automatisch werden die Daten der publisuisse übermittelt. Die Daten für die Radio- und Plakatwerbung sowie die Spots in den Privatfernsehsationen werden von der Mediaagentur zur Zeit noch manuell erfasst.

Diese Arbeitsschritte sehen auf dem Papier eigentlich unkompliziert aus. In der Praxis jedoch geht sehr oft alles drunter und drüber. Der Arbeitsaufwand ist dermassen stark angewachsen, dass eine Umorganisation und Verteilung der Zuständigkeiten gemacht werden muss. Stefan Fankhauser wird unser Team verstärken und Sandra Wohlhauser entlasten.

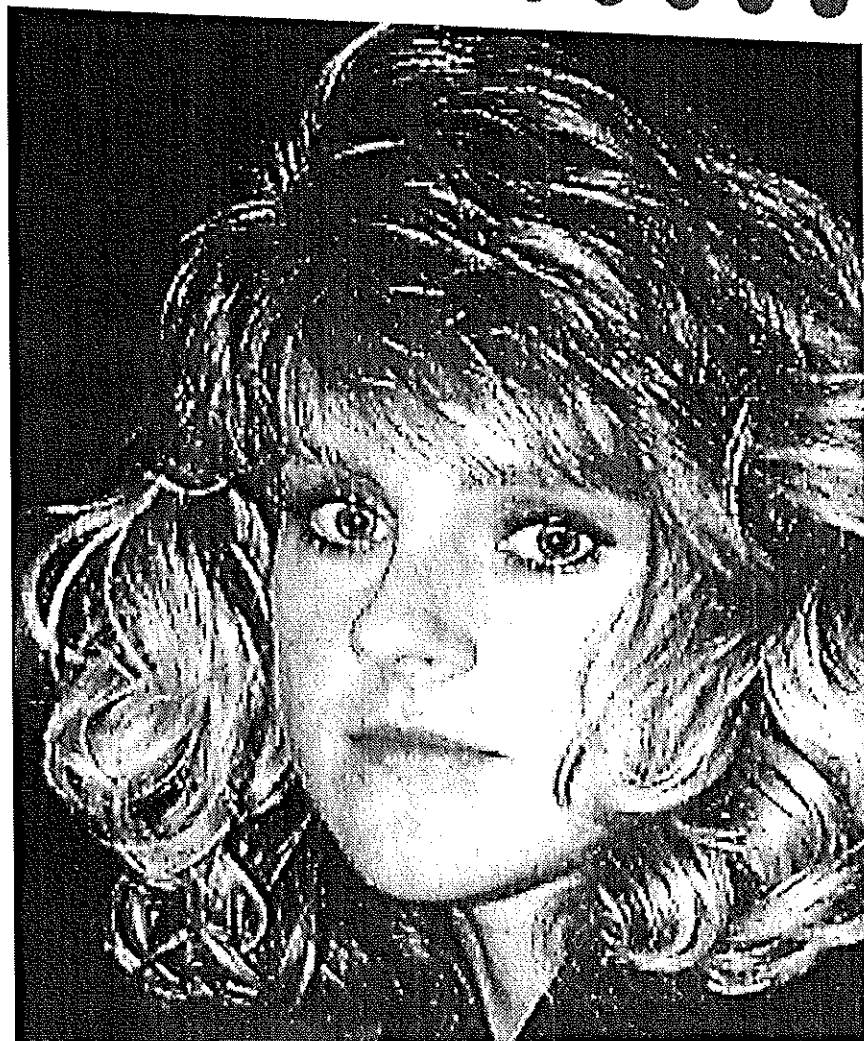
Zusammen werden wir auch in Zukunft diesen anspruchsvollen Job weiterhin auf diesem qualitativ wie auch quantitativ hohem Standart erledigen können.

Jürg Steiner

Das etwas andere Interview!

mit Gabriela Mauerhofer

Floh's Frage-Egge



Im Frühling wurden uns die Ergebnisse der «Buttom up»-Befragung vorgestellt. Gibt es etwas, dass Dich besonders erstaunt hat?

Nein, die Probleme und wo die Mitarbeiter unzufrieden sind, dass kannten wir ja bereits vor der Auswertung.

Was würdest Du als erstes für Massnahmen ergreifen, um die Problemsituationen, die hinter den weniger erfreulichen Ergebnissen liegen, zu verbessern?

Bessere Infrastruktur. Aus- und Weiterbildung den Bedürfnissen und der

Notwendigkeit angepasst. Den Mitarbeiter fördern. Guter Informationsfluss.

Wie stellst Du Dir die Zukunft der PubliGroupe vor? Wohin bewegen wir uns?

Die PubliGroupe ist zukunftsorientiert. Der Zusammenschluss wirkt sich in vielen Gebieten sicher kostensenkend aus. Man hätte noch mehr Kosten einsparen können, wenn alle 3 Departemente im gleichen Haus untergebracht wären. Ich hoffe, dass die vielen Abstufungen das Ganze nicht «träge» machen.

Du bist nun auch nicht erst seit gestern in der Publicitas Bern. Tag ein, Tag aus immer die gleichen Brötli, die gleichen feinen Gipfeli und den unverwechselbaren Eistee in der Cafeteria. Mit was könnte man Dir in der Pause eine Freude machen?

Mit gutem Kaffee!!! Grössere Auswahl bei den kalten Getränken.

Ein Architekt einer Baufirma, die spezialisiert ist für den Bau von Geschäftshäusern bittet Dich, ihn in seiner Arbeit zu unterstützen. Er möchte von Dir wissen, was beim Bau eines neuen Bürohauses punkto Arbeitsplätze beachtet werden sollte. Was antwortest Du ihm?

Viel Tageslicht, aber so, dass man auch im Hochsommer nicht hinter verschlossenen Rolladen arbeiten muss. Gute Isolation. Großzügige Raumaufteilung und viel Farbe, es gibt nicht nur grau und weiss. Wichtig ist auch, dass man auch in den WC's keine «Platzangst» kriegt.

Was wolltest Du schon immer gerne tun, aber bislang hat es Dir an Mut oder Kraft gefehlt?

Den Tepuy des Salto Angel besteigen. (Anmerkung der Redaktion: Der Tepuy ist in Venezuela.)

In welchem Unternehmen hättest Du gerne noch gearbeitet und in welcher Funktion?

Modeberaterin von Gildo Horn? Nein, Produktmanager bei NILE würde mir besser gefallen.

Plateauschuhe, Blümchenmuster, 60er Jahre Look, alles erlebt ein Revival. Welchen Gegenstand oder welches Kleidungsstück würdest Du gerne wieder aufleben lassen?

Nichts speziell aus unserer Zeit. Viel lieber würde ich 100-150 Jahre zurückreisen um zu schauen und erleben, wie meine Vorfahren damals in Krauchthal gelebt haben. Natürlich bräuchte ich die Gewissheit, dass ich ins Jahr 1998 zurückkehren kann.

Welchen Titel würden Deine Memoiren habe, wenn Du morgen damit beginnen würdest, diese zu schreiben?

Ab Montag wird alles anders...

Jeder Mensch hat so seine Laster.
Welches ist Dein grösstes Laster?

Unpünktlichkeit.

Im Chinesischen Horoskop bist Du ein Affe, welcher sich durch folgende Merkmale kennzeichnet:
Bewundert sich selbst, misstrauisch, guter Schauspieler, versteckt seine wahren Gefühle, brillantes Gedächtnis, vermag mit einem Problem umzugehen, charmant und populär.

Kannst Du Dich darin wiederfinden?

Da hat sich in meiner Geburtsurkunde ein Fehler eingeschlichen.

Gibt es ein Tier, dass Deiner Ansicht nach besser Deinen Charakter erfassen würde?

Katze

Was für ein Thema würdest Du im Extrablatt gerne mal lesen?

Ausgesteuert, was nun?

Ich nenne Dir nun einige Stichworte und möchte wissen was Dir dazu einfällt.

Internet

Zukunft... ich bin gespannt was mir die Zukunft bringt, aber für's Internet kann ich mich absolut nicht begeistern.

Fusion

Scheint im Moment im Trend zu liegen.

Schweiz und Europa

Da kann ich mich nur der Meinung von Vreni Ruf anschliessen.

Euro

Eine gute Sache, auch wenn ich mir nicht vorstellen kann, einmal kein «CH-Fränkli» mehr im Portemonnaie zu haben.

Globalisierung

Modewort der 90-er Jahre, bleibt «leider» ein Modewort.

Soziale Kompetenz

Sollten nicht wir alle ein wenig mehr soziale Kompetenz haben?

Weiterbildung

Hält jung und aktiv, kann nur nützlich sein. In meinen Träumereien würde ich noch gerne Floristin oder Hebamme lernen. Wer weiss manche Träume werden wahr.

Monopol

Geld – Unehrllichkeit – Ungerechtigkeit... Erinnert Ihr euch – «Monopoli» spiele auch ich gerne !

Ich beginne einen Satz und Du führst ihn zu Ende.

Meinem Chef würde ich schon gerne mal sagen, dass...

...er mehr auf die beruflichen Bedürfnisse seiner Mitarbeiter eingehen und sich einsetzen sollte.

Frauen sollten endlich lernen...

...ihre psychische Überlegenheit gegenüber den Männern besser zu nutzen.

Wenn Männer nur endlich...

...so wären, wie wir sie gerne hätten.

Wenn ich zaubern könnte...

...so sässe ich jetzt ganz sicher nicht vor diesem Fragebogen, sondern irgendwo in Venezuela an einem weissen Palmenstrand.

Wenn es nach mir gehen würde, dann hätten wir in der Publicitas schon lange...

...5 Wochen Ferien und 40 Std. Wochen

Ich wäre überglücklich, wenn...

...ich einmal mit dem Bike den Titicacasee umfahren könnte.

Ein Lebenstraum würde in Erfüllung gehen, wenn...

...ich einmal ein Rustico im Tessin mit einem riesigen Palmengarten besitzen könnte (ich nähme auch den Parco Scherrer!) und ich in diesem Garten sitzen und sagen könnte, ich habe die Welt gesehen.

Herzlichen Dank
für Deine Antworten,
Gabi

Florence Lavanchy



Euro im Anzug
Eine Währung für Europa

Weiterbildung

PORTRAIT ●



Weiterbildungs-News

Dipl. Verlagsfachmann / Dipl. Verlagsfachfrau

Dipl. Verlagsfachleute sind für ein spezielles Gebiet innerhalb eines Zeitungs-, Fachzeitschriften- oder Zeitschriftenverlages tätig. Je nach Grösse eines Verlages werden sie als Verlagsleiter, als Anzeigenleiter oder als Produktmanager eingesetzt. Dipl. Verlagsfachleute verfügen über eine Generallistenausbildung, die es Ihnen erlaubt, verschiedene Aufgaben wahrzunehmen.

Berufs- und Tätigkeitsbeschreibung

Folgende Tätigkeiten gehören unter anderem zu den möglichen Einsatzgebieten und Aufgaben eines Verlagsfachmannes:

Lesermarketing:

In diesem Teilbereich gilt es, die Wünsche der Leserschaft abzuklären, die Konkurrenz zu beobachten und entsprechende Massnahmen einzuleiten. Beim Verkauf der Zeitschriften und Zeitungen wird der Absatz geplant, durchgeführt und kontrolliert. Dies beinhaltet auch den Kontakt zum bestehenden und neuen Abonnementkreis.

Anzeigenmarketing:

(Dieses Geschäft brauche ich hier wohl nicht zu erklären.)

Produktegestaltung:

Bei dieser Arbeit kennen die dipl. Verlagsleute die Grundsätze und Möglichkeiten der Zeitungs- und Zeitschriftengestaltung (Layout), wissen über Arbeitsabläufe beim Druck Bescheid und vergleichen Druckofferten, wobei sie auch die redaktionellen Leistungen und Kosten berücksichtigen. Sie kennen auch die Strukturen von Redaktionen.

Weitere Aufgaben bieten sich in der Organisation und Logistik, wo sie Aufgaben der innerbetrieblichen Organisation (Betriebsablauf), der Auslieferung und des Vertriebs bewältigen. In Rechnungswesen verfügen sie über die notwendigen betriebswirtschaftlichen Kenntnisse und sind in den Buchungstechniken vertraut. Bei allen Arbeiten der Verlagsfachleute steht das konzeptionelle und strategische Denken im Vordergrund. Fragen der Medienpolitik und des Medien- und Werberechts verstehen sie gezielt zu beantworten. Gesamthaft gesehen befähigt sie ihr Wissen, die entsprechenden Projekte zu koordinieren und zu überwachen. Da sie in Führungspositionen tätig sind, übernehmen sie auch Personalaufgaben, indem sie Mitarbeiter/innen führen, instruieren und sachgemäss einsetzen.

Arbeits- und Berufsverhältnisse

Dipl. Verlagsfachleute sind gesuchte Fachleute im Zeitungen- und Zeitschriftenverlag. Die Herausforderungen einer ständig wachsenden Konkurrenz der elektronischen Medien verlangt von diesen Kaderleuten sehr viel Flexibilität und grossen persönlichen Einsatz.

Berufsanforderungen

- Kreativität und Ideenreichtum
- Interesse an wirtschaftlichen, politischen und betriebswirtschaftlichen Fragen
- Ausgeprägte Kommunikationsfähigkeiten
- Führungsfähigkeiten
- Flexibilität
- Belastbarkeit
- Organisationstalent
- Vernetztes Denkvermögen

Weiterbildung

Portrait



Weiterbildungs-News

Weitere Informationen

Zusätzliche Angaben erhält man beim Medieninstitut des Verbandes Schweizer Presse, Telefon 01 / 318 64 66.

Diese Ausstellung erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Auf Grund der schnellen Veränderungen sind auch Angaben bezüglich Zulassungsbedingungen, Kosten usw. nur mit Gewähr zu geniessen.

Aus Gründen der Lesbarkeit wurde bei den Berufsbezeichnung auf die weibliche Form verzichtet.

Florence Lavanchy

August 1998

**THEMA
im
EXTRABLATT 5/98:**

**Eidg. dipl. Werbeleiter
Eidg. dipl. Werbeleiterin**

Voraussetzungen

Prüfungs-Zulassungsbedingungen

3 Jahre Praxis im adm. Bereich eines Verlages oder verlagsähnlichen Unternehmen - davon mind. 2 Jahre mit Führungserfahrung - für Leute mit:

- Diplom einer eidg. anerkannten Handelsmittelschule
- Fachausweis einer kaufmännisch orientierten Berufsprüfung
- Eidg. Fähigkeitszeugnis eines kaufmännischen Berufes (mind. dreijährige Lehre)
- Maturitätszeugnis (alle Typus)
- Abschluss einer Journalistenschule

7 Jahre Praxis im adm. Bereich eines Verlages oder verlagsähnlichen Unternehmen - davon mind. 2 Jahre mit Führungserfahrung - für Leute mit:

- gleichwertiger Ausbildung wie obengenannte Ausbildungen

Ausbildung

Ausbildungsinstitut:

Medieninstitut des Verbandes Schweizer Presse
Baumackerstrasse 42, Postfach, 8050 Zürich
Telefon 01 / 318 64 66, Fax 01 / 381 64 62

Methodik:

Die Ausbildung wird in 14 Kursblöcken (wie z.B.: Medien und Märkte, Lesermarketing, Anzeigenmarketing, RW/Objektbewirtschaftung, Verlagsmanagement) durchgeführt, die durch Hausaufgaben ergänzt werden.

Geprüfte Fächer: schriftlich:

- Produktionsgestaltung und technische Herstellung
- Lesermarketing
- Anzeigenmarketing
- Objektbewirtschaftung / RW
- Verlagsmanagement

mündlich:

- Medienmarkt Schweiz
- Medienforschung
- Rechtsfragen im Verlag
- Verlagsmarketing

Ausbildungsdauer
inkl. Prüfungen:

1 1/1 Jahre berufsbegleitend

Kosten:

Fr. 13'300.-

Abschluss:

Die bestandene Berufsprüfung berechtigt den Titel "Dipl. Verlagsfachmann / Verlagsfachfrau" zu führen.

Weiterbildung

Kurse und Seminare auf einem Fachgebiet des Medienmarktes. Vorlesungen, Kongresse und Top-Seminare zu Themen wie Betriebswirtschaft, Medienrecht, Finanzpolitik, Personalmanagement etc.

Der Verlagsfachmann

Weiterbildung



Walter Althaus

Was charakterisiert einen Verlagsfachmann aus meiner Sicht?

Ein Verlagsfachmann / eine Verlagsfachfrau ist nach der Diplombildung in der Lage, ein Verlagsprodukt selbständig zu führen und zwar mit allem, was dazugehört: Planung, Objektrechnung, Anzeigen- und Lesermarketing, Herstellung, Redaktion und und und. Er/sie spielt virtuos auf der ganzen Klaviatur des Verlagsbusiness mit allen zur Verfügung stehenden Instrumenten.

Was reizte mich an der Ausbildung zum Verlagsfachmann?

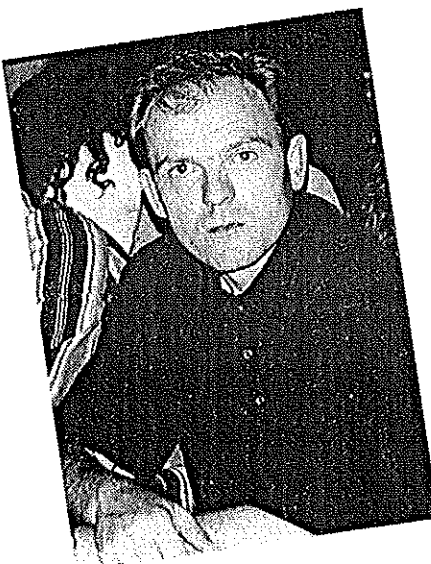
Die Ausbildung zum Verlagskaufmann, wie es damals noch hiess, wurde erstmals im Jahre 1986 angeboten. Sie war vom Beginn an BIGA-angelernt mit Berufsdiplom. Dieses war denn auch einer der Reize für mich, diese neue Berufsausbildung in Angriff zu nehmen. Das ganze Schulprogramm war damals exakt auf den Job zugeschnitten, den ich bei Ringier frisch übernommen hatte. Obwohl der erste Ausbildungsgang noch recht chaotisch war - wir waren fast so etwas wie die Versuchskaninchen! - habe ich sehr viel gelernt und für meine berufliche Laufbahn sehr profitiert. Und: ich lernte viele interessante Leute (Mitschülerinnen und Dozenten) kennen, mit denen ich zum Teil heute noch regen Kontakt pflege.

Was fasziniert mich an diesem Beruf?

Die eigentliche Faszination am Beruf des Verlagsfachmannes ist einerseits die Vielfältigkeit des Gebietes: Man hat mit Produkten zu tun, die in zwei verschiedenen und doch voneinander anhängigen Märkten positioniert sind, die marketingmässig einzeln bearbeitet werden müssen: Lesermarkt und Anzeigenmarkt. Andererseits ist man verantwortlich für Produkte, die - im Falle einer Tageszeitung - jeden Tag ein anderes Gesicht und andere Inhalte haben.

Welche Bedeutung hat der Beruf des Verlagsfachmannes in der Zukunft der Medienwelt?

Kaderleute mit einer breiten Ausbildung in allen Bereichen des Verlagswesens werden auch in Zukunft sehr gesucht sein. Dass neben den reinen Print-Belangen auch vermehrt elektronische Medien in der Ausbildung miteinbezogen werden müssen, ist von den Verantwortlichen des Medieninstitutes des Verbandes Schweizer Presse erkannt worden. Auch Führungsaspekte gehören in den bis anhin eher fachbezogenen Kurs. So wurde das Kurskonzept für den Herbst 1998 beginnenden Diplomkurs Verlagsfachleute den heutigen Erfordernissen und Gegebenheiten angepasst. Als Verlagsdirektor würde ich zur Führung einzelner Verlagsprodukte auch in Zukunft immer nur diplomierte Verlagsfachleute einstellen.



Fred Struchen

Was charakterisiert einen Verlagsfachmann aus meiner Sicht?

Der Verlagsfachmann oder die Verlagsfachfrau ist ein Generalist im Verlagswesen. Er/Sie zeichnet sich durch ein breites Fachwissen aus, das es ihm/ihr ermöglicht, in allen Bereichen des Verlagswesens mit den Spezialisten zusammenzuarbeiten und diese erfolgreich zu einem wohlklingenden, harmonischen Orchester zusammenzufügen.

Was reizte mich an der Ausbildung zum Verlagsfachmann?

Wie in vielen anderen Branchen, benötigt auch ein Verlag zahlreiche Spezialisten, welche ihren Bereich besonders gut beherrschen. Diese Ausbildung vermittelt ein gutes Grundwissen über alle Verlagsbereiche und fördert das gesamtheitliche Denken, welches zwingend notwendig ist um ein Verlagsprodukt erfolgreich vermarkten zu können. Dieses breite Fachwissen reizte mich ganz besonders.

Was fasziniert mich an diesem Beruf?

Ein Verlagsprodukt (Zeitschrift / Zeitung) hat die Eigenschaft, mit jeder Ausgabe neu gestaltet und mit neuen Inhalten seine Konsumenten zu erfreuen. Es gibt wohl kaum ein zweites Konsumprodukt, das mit seiner sich wöchentlichen/täglichen Veränderung seine Fangemeinde von neuem überzeugen muss.

Die damit verbundene Lebendigkeit des gesamten Marktes (Lesermarkt / Anzeigenmarkt) und die unterschiedlichen Interessen, welche täglich neu unter einen Hut gebracht werden müssen, machen den Beruf des Verlagsfachmannes oder der Verlagsfachfrau ganz besonders reizvoll.

Welche Bedeutung hat der Beruf des Verlagsfachmannes in der Zukunft der Medienwelt?

Solange es Medien gibt, werden sich Verlagsfachleute mit unterschiedlichen Märkten und Kunden auseinandersetzen dürfen. Allen Marktpartnern ihre Bedürfnisse bestmöglich erfüllen zu können und am Spieltisch nur Gewinner zu generieren und keine Verlierer zu haben, erhält diesem Spiel auch in der Zukunft die Spannung. Noch schnellere Technologien, kürzere Informationswege, neue Produktionsmethoden, neue Mitbewerber mit neuen Angeboten werden effiziente, zielorientierte und sich stets weiterbildende Fachkräfte in allen Bereichen der Verlagsbranche erfordern. In diesem Sinne darf der Verlagsfachmann oder die Verlagsfachfrau nicht stehen bleiben und kann sich auf eine weiterhin spannende und sich wandelnde Zukunft freuen. Und gute Spielleiterinnen und -leiter werden auch in Zukunft ihren Spieltisch erhalten.

EIN TAG IM LEBEN VON...

Key Account Managerin in der Abteilung Touring der P-Bern im 8. Stock

Nachdem die Strapazen vom dreistufigen Weckdienst (um mich am Morgen aus den Federn zu hieven braucht es im 5 Minuten Abstand zuerst den Wecker, dann das Telefon und als Höhepunkt die Stereoanlage) überstanden sind, geht es mehr oder weniger wach und nach den üblichen morgentlichen Ritualen Richtung Hauptbahnhof.

Normalerweise muss man ein paar Minuten bevor der Zug fährt auf dem Perron sein, nicht aber so für die Morgenverbindung nach Zürich. Die Erfahrung bringt es mich sich, das man es vorzieht bereits bei der Einfahrt des Zuges an einer präzisen Stelle (dort wo hoffentlich die Türe zum Stillstand kommt) bereitzustehen. Die 1. Klasse Kapazität entspricht in keinerlei Weise dem Bedürfnis der Berner, sich in die Stadt an der Limmat zu bewegen. Beim Einsteigen wird der Laptop zum Schutzschild, der Schirm zum Degen und das Natel zur Geheimwaffe. Sitzwünsche betreffend der Fahrtrichtung oder nicht, können bei diesem Andrang nicht berücksichtigt werden.

Einmal installiert, beginne ich meine Notizen betreffend der Vorbereitung der heutigen Kundenbesuche durchzulesen. Dabei spielt sich in meinem Kopf jedes Szenarium möglicher Kundenreaktionen bezüglich meiner Präsentation ab. Die Bandbreite der möglichen Drehbücher reicht von Hitchcock über Stephen King bis hin zur Love Story.... Es kann schon vorkommen, dass man inmitten dieser kreativen Kopfarbeit «gelegentlich» von eifrigen Natel-Benützerinnen unterbrochen wird.

Aufgefordert durch die stereotype Stimme via Lautsprecher «Meine Damen und Herren, wir treffen in Zürich ein», erhält man den Startschuss, seine 7 Sachen einzupacken.



Florence Lavanchy

Hat man sich einmal an das etwas schnellere Schrittttempo in Zürich gewöhnt, so schwimmt man «sanft» zur Tramhaltestelle oder allenfalls zur S-Bahn. Je nach Laune erfasst mich der unbeschreibliche Wunsch, zurück auf das Gleis 13 zu flüchten (für unregelmässige Zugreisende: auf Gleis 13 fährt der Intercity nach Bern). Aber jetzt heisst es durchhalten und sich auf den Weg zum Agenturbesuch machen.

Auch wenn man sich ganz sicher ist, die richtige Adresse gefunden zu haben, so befallen einem beim Betreten der Eingangshalle doch gewisse Zweifel. Man weiss nicht, befindet man sich nun in einem Museum, einem Einrichtungshaus der oberen 10'000 oder tatsächlich in der Eingangshalle einer Werbeagentur! Jetzt heisst es Nerven behalten. Mit der, der Umgebung angepassten Distanz, erkundigt sich die Empfangsdame nach meinem Vorhaben. Im infrastruktur-mässig top-eingerichteten Sitzungszimmer, werde ich vom Medialeiter empfangen. Nach den eisbrecherischen ersten Minuten und Höflichkeiten heisst es, das richtige Drehbuch zu inszenieren. Nach 1 1/2 Stunden, 2 Kaffee und hundert Kontraargumen-

ten, verlassen beide Partner sichtlich erleichtert das Sitzungszimmer.

Durch den immensen Wunsch nach frischer Luft und normalen Menschen (sofern man diese in Zürich überhaupt findet (ja ich weiss, ich war schon freundlicher, aber ich darf das, ich bin schliesslich eine halbe Zürcherin), begebe ich mich auf den Weg zum nächsten Kunden. Dieser Kunde verfügt weder über eine imposante Eingangshalle noch über ein freies Sitzungszimmer oder eine funktionierende Kaffeemaschine.

Zwischen Reisekatalogen, Offerten und anderen Papierbergen gelingt es mir mit akrobatischen Finessen, mich und mein Präsentationsmaterial zu positionieren. Wissensdurstig werden die Facts vom Kunden feinsäuberlich notiert (hoffentlich landet dieses Papier nicht auf dem Stapel vor meiner Nase und wandert dann langsam aber sicher nach unten). Das Interesse des Kunden scheint sich nicht nur auf seine Notizen zu beschränken, eine umfangreiche Offerten kann erstellt werden.

Der 1. kleine Erfolg heute!
Es ist nicht einfach, in der nationalen Promotion motiviert zu bleiben. Echte Verkaufserfolge direkt beim Kunden sind eher selten und unrealistisch. Die Arbeit geht oft über Monate und vier Ecken, bis sich der Erfolg einstellt. Durchhaltewille ist angesagt!!

Nun aber ab in die verdiente Mittagspause. Bepackt mit Laptop, Mappe und Handtasche, geht es auf Nahrungssuche. Gott sei Dank ist das Take Away Angebot rund um die Bahnhofstrasse ausgezeichnet. Das lässt schon mal zu, die ewigen Schinkensandwiches und den immer wiederkehrenden Hörnlisalat zu vergessen.

Gestärkt, jedoch etwas schläfrig vom Essen, geht es zum nächsten Kunden, ausserhalb vom Zürich. Nun zeichnet sich eine gute Planung aus. Mit dem Fahrplanausdruck und dem Ortsplan geht's via Hauptbahnhof, S-Bahn und zu guter letzt mit dem Postauto zu dieser Firma. Da drängt sich doch die Frage auf, wie kann man seine Firma in einem so entlegenen Ort bauen.

Mit dem Ziel, eine ebenso qualitative Präsentation wie heute morgen zu machen, laufe ich mit Trompeten und Fanfaren beim Kunden ein. Was für ein Empfang! Ein freundliches Wort, ein ehrlich gemeintes Lächeln, einen italienischer Kaffee und ich lege eine Präsentation hin, bei der sogar ich an die vorgelegten Argumente glaube. Sich selber zu überzeugen, ist wohl das höchste der Gefühle...

Sichtlich beeindruckt, entlässt mich der Kunde in meinen wohlverdienten Feierabend, was der Kunde nicht weiss, mein Arbeitstag ist noch lange nicht zu Ende. Mit dem übernächsten Postauto (das nächste fuhr mir vor der Nase weg), geht's zurück zum Hauptbahnhof. Der nächste Zug fährt in 20 Minuten, genügend Zeit einem natürlichen Bedürfnis und meinem ungebändigten Durst nachzugeben. Endlich stehe ich auf dem Perron 13 (siehe Bemerkung am Anfang dieses Textes).

Im mehr oder weniger bequemen Bahnsessel, laufen meine Hirnwindungen auf Volltours, mit der zentralen Frage «Wie sag ich's meinem Chef?» oder «Was schreibe ich auf meine Besuchsrapporte?» Nach 4-5 Stunden intensiver Kundengespräche, 4 Stunden Transportweg und schwülen 30°, erreiche ich den heimatischen Hafen im Bewusstsein, morgen geht's nach Genf und übermorgen nach Basel.

Positive Seiten meines Berufes:

- Kontakte mit nationalen Kunden, die weit über das «Inserateausreisen» hinaus gehen. Interessante Gespräche mit Marketing- und Werbeleuten
- Einblicke in verschiedene Branchen
- Persönlichkeitsbildende Arbeit wie Selbstmotivation und Durchhalte-wille. Man lernt mit jeden Tag und jedem Kundenkontakt etwas Neues über sich, über Präsentation-, Verkaufstechnik und Rhetorik
- Selbständiges arbeiten

Die Position des Key Account Managers wird auf dem Markt immer wichtiger, als kompetenter Ansprechpartner für den Kunden und für die Akzeptanz und Glaubwürdigkeit eines Titels.

Negative Seiten meines Berufes

- Man ist auf sich gestellt und beim Kunden oftmals äusserst exponiert.
- Das Reisen braucht Energie und ein Arbeitstag kann aufgrund der Distanzen manchmal ganz schön lang werden.
- Die regen Wechsel der Ansprechpartner, lässt es nur erschwert zu, langhaltende Kundenbeziehungen aufzubauen.

Anforderungen:

- Abgeschlossene kaufmännische Lehre oder gleichwertige Ausbildung
- Gute Branchenkenntnisse
- Fremdsprachen von Vorteil (je nach Feldgrösse notwendig)
- Stilgerechtes und sicheres Auftreten und sprachliche Ausdrucksweise
- Freude am Kundenkontakt, keine Schwellenangst am Telefon oder im direkten Kundenkontakt
- Verkäuferisches sowie diplomatisches Flair
- Zäh, ausdauernd, engagiert und motiviert
- Organisationstalent
- Bereitschaft zur Weiterbildung und zur flexiblen Arbeitszeit
- Mobilität
- Konfliktfähigkeit
- Unternehmerisches Denken

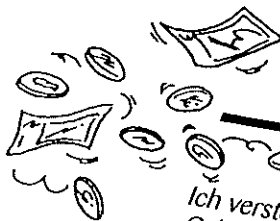


Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite

Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite

Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite Witzseite

Der Soldat zum Küchenbullen: «Drei Tage hintereinander denselben Frass. Nun lass uns doch wenigstens etwas Zeit, Abwehrstoffe dagegen zu bilden.»



Geld

Ich verstehe nicht, warum die Frauen soviel Geld brauchen. Sie essen wenig, trinken wenig, spielen nicht, rauchen mässig und haben auch keine Freundin, die sie aushalten müssen.

Liebessprache

Die Liebe hat ihre eigene Sprache, die Ehe kehrt zur Landessprache zurück.

Herr Wunderli faucht den Bettler an: «Vor drei Wochen behaupteten Sie, ein Blinder zu sein, und jetzt wollen Sie mir angeben, Sie seien stumm! Das ist Betrug!» - «Mein Herr, wenn Sie blind wären und plötzlich wieder sehen könnten, würde es Ihnen auch die Sprache verschlagen.»

Freundinnen

Ehemänner finden es unlogisch, dass ihre Frau mehrere Freundinnen hat, während sie selbst keine einzige haben sollen.

«Was kosten diese beiden Flaschen zusammen?», fragt ein Kunde in der Weinhandlung. «10 Franken.» - «Und eine allein?» - «Sechs Franken.» - «Gut, dann geben Sie mir bitte die andere.»

Telefonieren

Wenn eine Frau beim Telefonieren «Also bis bald» sagt, beginnt die letzte Viertelstunde des Gesprächs.

Flüchtiger Blick

Nichts auf dieser Welt ist so aufmerksam, so konzentriert und so allumfassend wie der flüchtige Blick einer Frau auf ihre Rivalin.

Aus dem Leben der P-Mitarbeiter gegriffen!

Dammweg: Tagblatt Bern, Muster

City-West: Grüessech, hie isch X vor P-Bern. Chönntet Dir mir d'Uflag vom Tagblatt agäh?



D: Ä Momänt, i muess im Ordner gah nache-luege. (Emsiges Suchen.) Ig muess schnäll dr Hörer ablege. I has gfunde, i gloube äs si 75'000.

C: Merci, und chönntet Dir mir no d'Anzahl Läser säge?

D: Ja, d'Uflag?

C: Nei, d'Läser.

D: Ja, das isch d'Uflag.

C: Nei, i meine wieviel Lüt läse di Ziitig.

D: Aha, ähm, das hei mir nid.

C: Und d'Streuwiiti?

D: Eifach ir Stadt, u usserhalb het's Chäschte.

C: Chönntet Dir mir no dr Millimeterpris agäh?

D: Für was?

C: Für ds Tagblatt.

D: Für Inserat?

C: Ja, für Annonce.

D: I gloube Fr. 0.92.

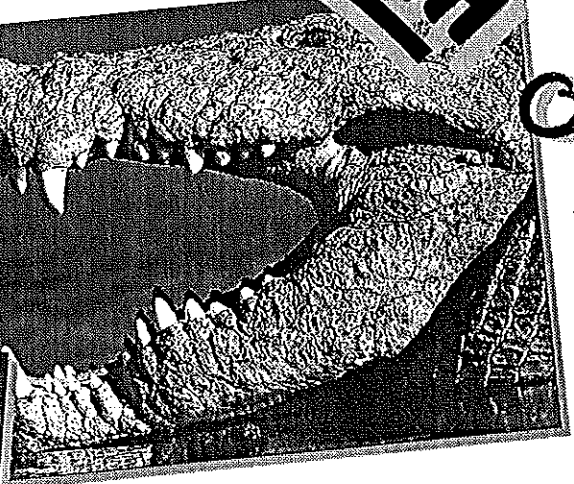
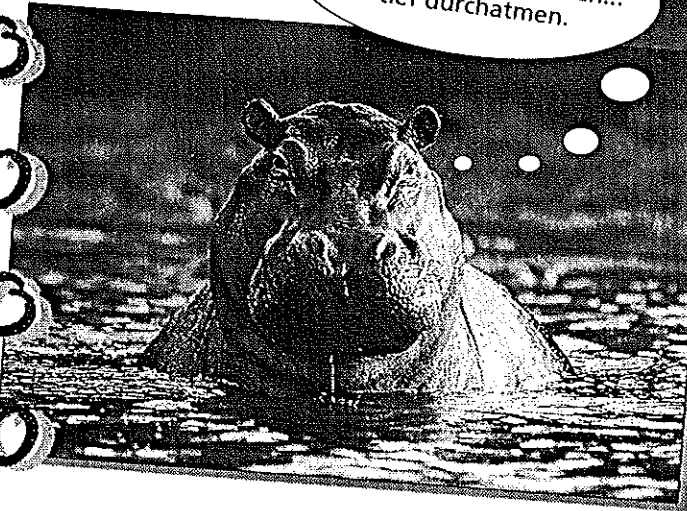
C: OK, merci für di gnau Uskunft.

Beitrag von Anita Hofer / Christian Aeschlimann. Herzlichen Dank FL

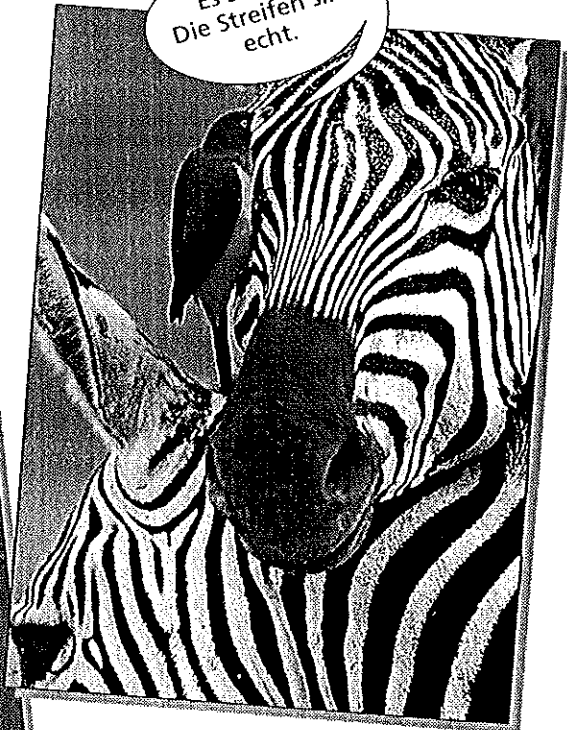
TIERISCH-MENSCHLICH

Na, Hippo.
Deine Diät scheint ja
nicht gerade einge-
schlagen zu haben.

Ganz ruhig...
nicht provozieren lassen...
tief durchatmen.



Es stimmt.
Die Streifen sind
echt.



Seid die neue Haus-
ordnung in Kraft ist,
muss immer einer von
uns Schmiere stehen.



Text: F. Lavanchy, Fotos: Animan

Extrablatt

SONDERNUMMER

Hauszeitung der Publicitas Bern

PIRATEN-NIGHT

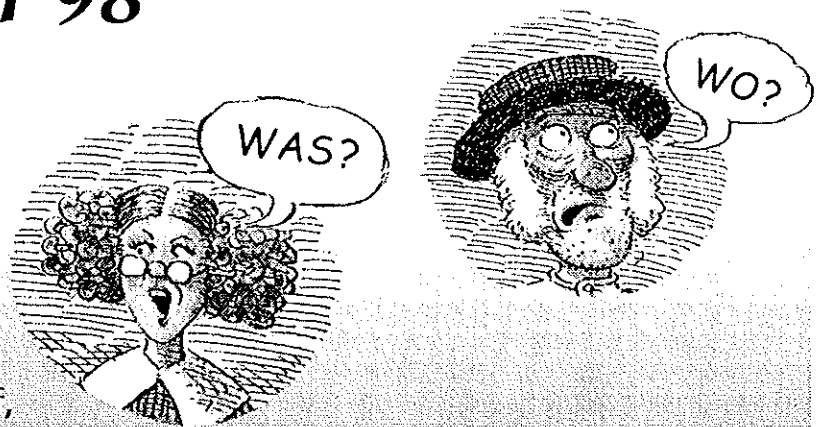
11. September 98

Den Anschlag mit den Piraten brachte so einige zum raten. Fragen, Fragen, nichts als Fragen, die die Leute der P-Bern plagten.

Flaschenpost brachte es ans Licht, in der P-Bern ist ein Fest in Sicht; und dass es Grund zum feiern gibt, bevor es neu in Bern drei Firmen gibt.

Die Spekulationen nahmen ihren Lauf, schon machten erste Wettbüros auf.

Doch schon bald kam der Lösung erster Schritt, mit der Bestätigung kam ein Tuch - ein weisses - mit.



Nun galt es dies zu verzieren
und den Prämierungspreis zu visieren.
Mit Schere, Nadel und Farbe bestückt
entstehn Kunstwerke - je näher der 11. rückt.



Die Neugier quält einen jeden im Haus,
doch das OK rückt keine Antwort raus.
Tag und Nacht erreichen uns Fragen,
doch wir wollen jetzt noch nichts sagen.

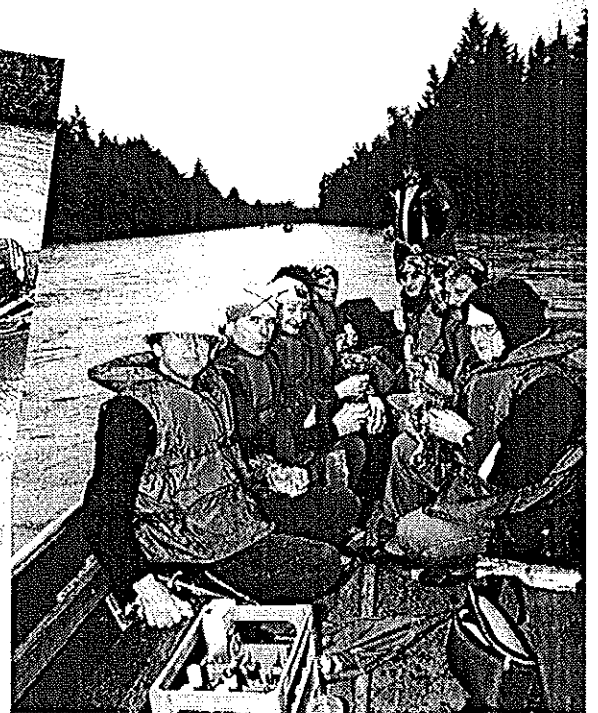
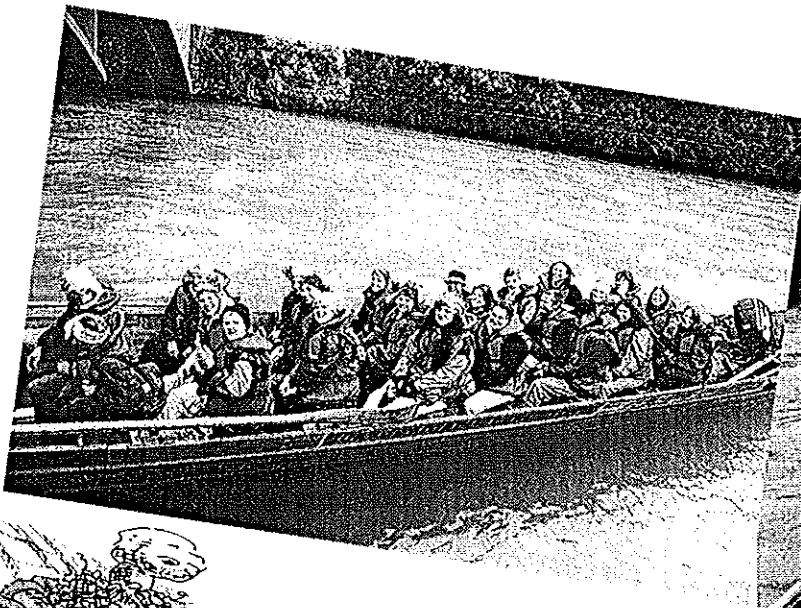
Nun war er da der grosse Tag,
kaum einer der noch warten mag.
Meistens verkleidet und guter Dinge
geht's los - dass das Fest wohl gelinge.



Mit stolzem Gang und ganz verwegen
 machten wir uns auf den Weg - trotz Regen.
 Zum Hauptbahnhof gingen wir geschlossen
 haben unseren Auftritt sichtlich genossen.

Selten kommt es vor in unserer Stadt
 dass man dieses Bild so vor sich hat.
 Eine Schiffsladung von kleinen und grossen Piraten
 gab bei Passanten doch Anlass zum raten.

Nach kurzer Zugreise nach Kiesen
 ging's dann über Stock, Stein und Wiesen;
 zum Ablegeplatz am grossen Fluss
 wo ein jeder n'Schwimmweste fassen muss.



Mit grosser Kraft und grossem Geschick
 stossen wir ab vom Ufer mit einem Kick.
 Wir fahren dem Abend entgegen,
 fast wie echte Piraten - so verwegen.

Gestärkt durch Essen und Trank,
 werden wir sicher gefahren - Gott sei Dank.
 Die vielen Wasserfahrer der Freiheit
 tragen bei zur unserer Zufriedenheit.

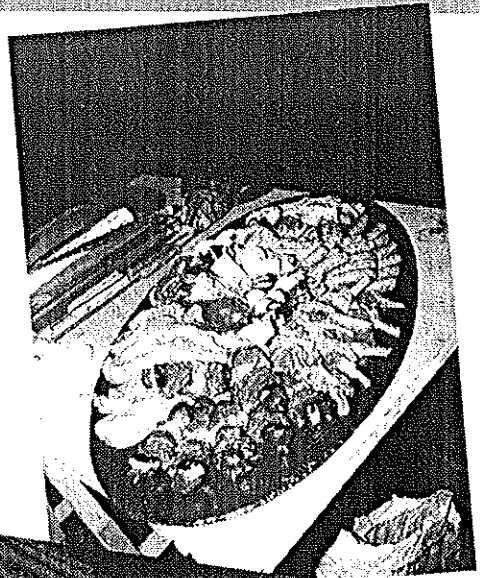
Schon bald hört man uns von weit her,
 den bei uns auf den Booten geht's hoch her.
 Singend, lachend und in voller Fahrt
 erreichen wir das Eichholz - das Ziel der Fahrt.



Weiter geht's in unser neues Heim
in einer Piratenhöhle sind wir daheim;
dort erwarten uns karibische Klänge
und ein feines Buffet in Überlänge.

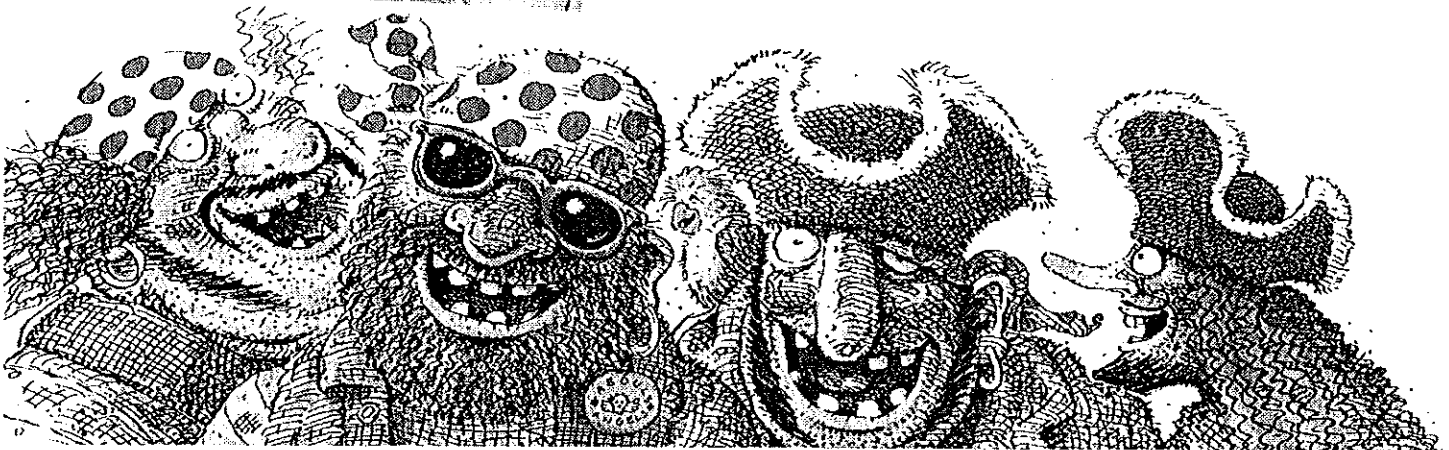
Mit Spielen und guter Musik wir erwarten
das Fleisch vom Grill gut gebraten.
Salate, Karoffeln runden ab unser Mahl
kein Wunder schmeckt's - bei dieser Auswahl.

Weiter geht's mit Feiern und Lachen
für alle die, die noch weiter machen;
bis zur Prämierung der Kopfpracht
wird an allen Tischen kräftig gelacht.



Schon bald sind die Besten gekürt,
was zu schönen Preisen führt.
Allen ist es wieder einmal klar -
Kreativität regiert in Bern - sonnenklar.

Weiter geht's mit grossen Worten
bevor es noch gibt Kuchen und Torten.
Unser Kapitän spricht vor der ganzen «Meute»
das heisst für alle anwesenden P-Leute.



Ahoi Zäme!

Liebe Piratinnen, Piraten, Matrosen, Bootsleute, Maate, Schiffsköche!

Nach der grossen Fahrt auf unseren Yollen, Kähnen und Booten, nach dem hohen Wellengang der sturmgepeitschten See, nach dem sicheren Anlegen im Heimathafen, nach den ersten Verpflegungsgängen aus der Kombüse ist es bekanntlich an der Zeit, dass der Kapitän (oder heisst es Ober-Pirat?) zu seiner Mannschaft spricht:

Der Grund, dass wir uns heute die gute Augenbinde umbanden, die Holzbeine anschnallten, die Kopftücher (übrigens Komplimente für die vielen kreativen Ideen) hissten, die Segel setzten und zusammen in See stachen, ist eigentlich ein ganz einfacher: Bald verändert sich unsere Schiffsmannschaft, schon bald gehen Piraten unseres Schiffes über Luv oder Lee auf andere Kähne und neue blaue Piratinnen und Piraten heuern bei uns an. Da wollten wir doch nochmals kräftig die Schiffs-Sirenen erklingen lassen, die Rumfässer kapern, die Bordkanonen laden und trotz Sturm und Regen nochmals in alter, bewährter Besatzung in See stechen und auf Enterfahrt gehen!

Und es hat ja bestens geklappt, nicht so, wie's schon in der Bibel hiess über die Piraten: «Und sie ruderten 3 Tage und 3 Nächte - und siehe da, das Boot war immer noch angebunden!»

Nein, wir haben nochmals wie Magellan oder Kolumbus dem Sturm getrotzt, die rollende See bezwungen, sind in den Wind gestanden, ob am Ruder, im Mastkorb, an den Segeln oder einfach auf Deck und haben die Fahrt ohne kentern in vollen Zügen genossen!

Also: die heutige Schiffsfahrt der Piraten der P-Bern (jetzt wissen wir's: P steht für Piraten!) ist als Dank für alle Mitglieder dieser Besatzung gedacht: für den grossen Einsatz während dieses sicher nicht immer leichten Jahres:

- Unser Umsatz wirft hohe Wellen
- Die Wachmannschaft (ich meine den Verkauf, ist voll gefordert in den heutigen schwierigen Märkten). Allerdings nicht nach dem alten Seemannsspruch: «Es war einmal ein Seeräuber, aber es kam niemand!»
- Der Sturm mit Namen Vision2000 hat uns im März voll erfasst und bis heute hat er keineswegs nachgelassen
- Die Mannschaften in Kombüse und Kajüten (ich meine den Innendienst) mussten kräftig Segel setzen, um den Stürmen der Umsätze gewappnet zu sein
- Die Maaten, Rudergänger und Schiffsoffiziere (ich meine natürlich die Kader) standen oft kräftig im Wind

Als Käpt'n danke ich Euch allen für Euren Einsatz auf unserem P (wie Piraten-)Schiff. Und dass mein Dank nicht nur mit Worten erfolgt, habe ich heute Rhum auffahren lassen und aus der Kombüse die leckeren Sachen auftragen lassen, die Ihr schon genossen habt oder noch geniessen werdet. Langt zu, genießt den Abend, feiert, bis die Wanten krachen, esst, bis sich Eure Bäuche wölben, trinkt, bis die ganze Welt sich dreht!

Übrigens: Ihr habt sicher bemerkt, dass wir noch fremde Piraten angeheuert haben: die Piraten des Wasserfahrer-Vereins «WFV Freiheit» Bern-Wabern haben uns durch die rauhe See sicher hierher in ihr sympatisches Lokal gelotst. Sie bilden gleichzeitig auch die Kombüsen-Mann- resp. Frauschaft. Herzlichen Dank! Wir fühlen uns wohl hier unter den Profi-Piraten!



Wenn wir schon beim Dank sind:

Dem tüchtigen und kreativen Organisationskomitee (Frau Imhasly, Frau Lavanchy, Frau Schmideder, Herr Moll und Herr Spycher) haben tolle Arbeit geleistet und zwar in der Vorbereitung wie auch in der Durchführung dieser Piraten-Night. Sie verdienen sicher einen dicken Piraten-Applaus! Herzlichen Dank dem OK!

Und was erwartet diese Mannschaft in der Zukunft?

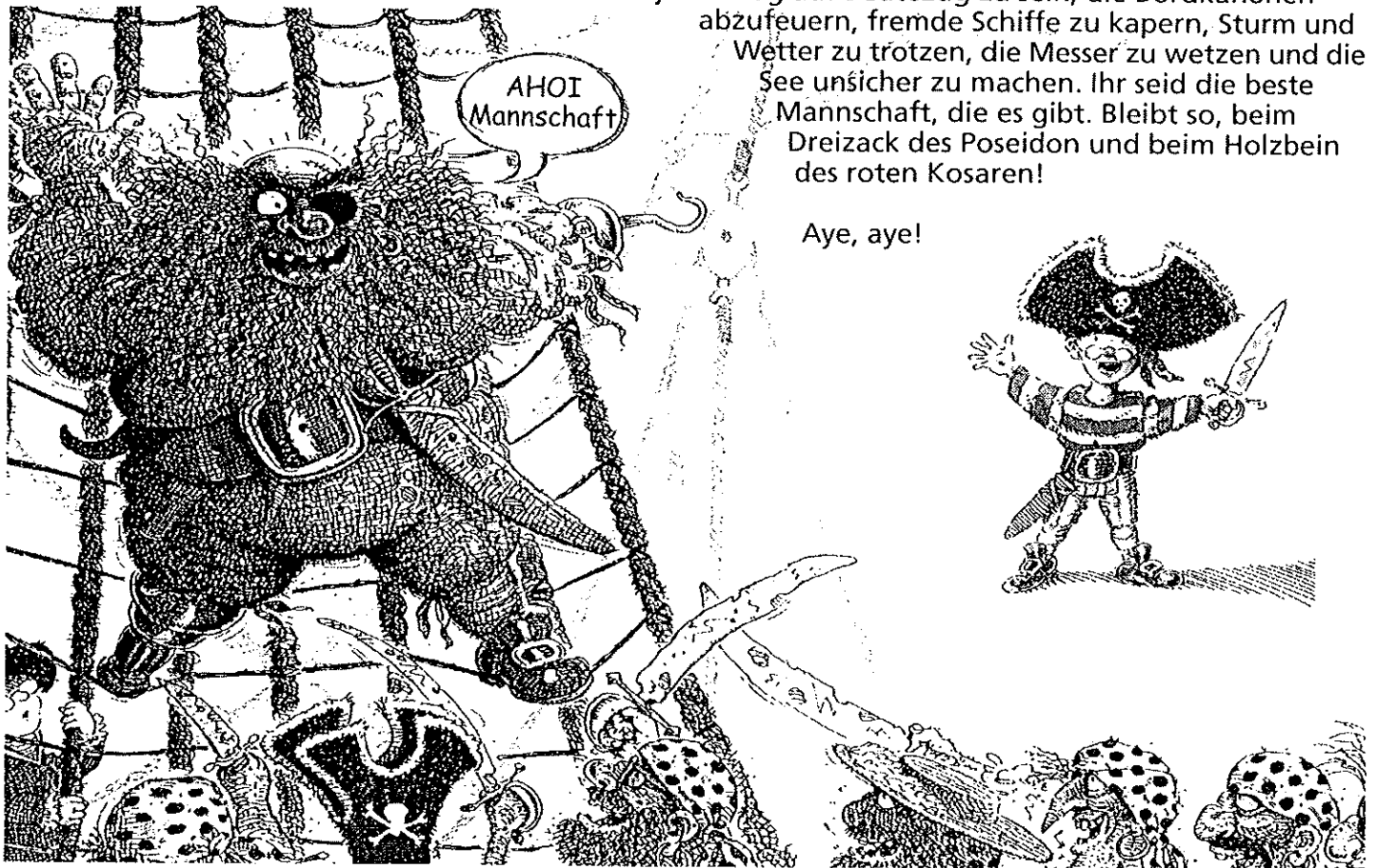
Alles wird anders, wir brechen zusammen auf zu neuen Ufern, wir setzen die Segel für ein neues P(iraten)-Schiff ab 1999. Ich bin aber sicher, dass unser Kahn die drohenden Klippen sicher umfahren wird und bald schon in etwas ruhigeren Gewässern sicher, zielgerichtet und stolz dahinssegeln wird. Bis dahin gibt es natürlich noch viele Arbeiten an Bord zu erledigen: die neuen Kajüten müssen hergerichtet und bezogen werden, die neuen Piraten wollen wir herzlich empfangen und in unsere Mannschaft integrieren: die abziehenden Piratinnen und Piraten wollen wir mit einem lachenden und einem weinenden Auge ziehen lassen (weil sie nicht mehr auf unserem Kahn sind, aber sich auf eine neue Heuer freuen können), unsere neuen Beutezüge wollen gut vorbereitet sein, die Massnahmen gegen hohen Wellengang sind einzuleiten, die Arbeiten sind neu zu verteilen usw. usw.

Und dann wollen wir so schnell als möglich Fahrt aufnehmen, unseren Zielen entgegen, immer hart im Wind und als neue Mannschaft Sturm und Wellen trotzen, wie wir es mit dieser Mannschaft immer gemacht haben.

Ich als Euer Käpt'n freue mich jedenfalls auf diese neue Herausforderung. Und ich freue mich darauf, bald über die neue Mannschaft das sagen zu dürfen, was ich zu dieser heutigen Piraten-Besatzung sagen kann:

Ich bin stolz auf Euch, es ist toll, mit dieser Piraten-Crew jeden Tag auf Beutezug zu sein, die Bordkanonen abzufeuern, fremde Schiffe zu kapern, Sturm und Wetter zu trotzen, die Messer zu wetzen und die See unsicher zu machen. Ihr seid die beste Mannschaft, die es gibt. Bleibt so, beim Dreizack des Poseidon und beim Holzbein des roten Kosaren!

Aye, aye!



Das Fest findet doch mal ein Ende,
geholfen haben viele liebe Hände.
Freuen uns auf's nächste Fest,
denn im feiern: We are the best!

THE END



Es war uns eine Freude die Piraten-Night
zu organisieren. Das OK der PN dankt!

Grossen Dank
an die WFV Freiheit!

Herzlichen Dank
allen Publicitas-Filialen
die unserem Preistisch
gespiesen haben.

Das OK war überwältigt
über die Kreativität, welche
beim Kopftuch-Verzieren an
den Tag gelegt wurde.
Es war bedauerlich, dass
durch den Regen nicht alle
Kreationen zur Geltung
kamen.

Lieben Dank an Laurent
Risi für die Beschriftung
des Cap'n Buffets und der
Ahoi-Bar.

Impressum:

Konzept und
Redaktion:

Florence Lavanchy
(stellvertretend für das OK)

Bilder/Zeichnungen:

Colin Mc Naughton
«Jolly Roger»

Fotos:

Jürg Steiner

Layout/Produktion:

Rita Burri/Alex Rüfenacht

