

PubliBärn

Nr.1 / März 1999

 PUBLICITAS

publimag

publimedia

Werbung früher

Vor langer, langer Zeit... so beginnt unsere Geschichte, welche sich wie ein Leitfaden durch das Jahr 1999 ziehen wird. Das Jahr kurz vor dem Jahrtausendwechsel gibt uns die einmalige Gelegenheit, zurückzuschauen und viele Eindrücke mit in eine neue, spannende und auch unbekanntere Zukunft mitzunehmen. Unter diesem Aspekt werden wir in der Titelstory des PubliBärn-Magazins dieses Jahr jeweils das Thema "Werbung einst" beleuchten:



Bild: Maggi "Emailschild um 1920"

Werbung gab's schon immer!

Auch wenn nur die Männer um die Frauen geworben haben, in grauer Vorzeit, - vielleicht warben auch die Frauen um die Männer? - es gab schon immer die werbliche Kommunikation. Die Werbung heute beschreibt meist eine imaginäre bessere

Welt, in welcher wir uns wiederfinden und wohlfühlen sollen. Die emotionale und psychologische Ebene wird immer mehr in den Vordergrund gerückt.

Wie war dies früher? Am Beispiel der Emailschilder, welche ab den 80er Jahren des 19. Jahrhunderts bis ungefähr 1960 das markanteste Werbemittel waren, möchten wir in dieser ersten Ausgabe zeigen, wie Werbung früher aussah, wirkte und realisiert wurde.

Geschichte

Plakate und Anschläge mit langen erläuternden Texten und nur selten mit Illustrationen sind seit Beginn des 18. Jahrhunderts bekannt. Dieses Erscheinungsbild blieb bis Mitte des 19. Jahrhunderts eigentlich unverändert. Die Flut der Anschläge an jeder freien Hauswand muss sich gegen 1924 jedoch stark ausgeweitet haben. So entstanden geordnete Anschlagkästen und Plakatsäulen.

PubliBärn

Das EXTRABLATT heisst jetzt neu «PubliBärn»

Die Jury hat diesen Titel unter 11 Namen der engeren Auswahl gewählt. Zwei Vorschläge mit diesem Namen wurden eingesandt. Das Los unter Aufsicht der Jury hat entschieden:

Der Gewinner ist unser ehemaliger Redaktor des EXTRABLATT «Joachim Tiete».

Der Gutschein im Wert von Fr. 100.- der Berner Spezialgeschäfte wird ihm somit übergeben.

Herzliche Gratulation!

Dass die pensionierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unsere Hauszeitung auch erhalten, wussten viele. Dass Sie sich auch aktiv engagieren, zeigt uns, dass die Hauszeitschrift sowohl die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anspricht und bewegt, als auch die Pensionierten.

Helfen Sie uns mit, die Mitarbeiterzeitschrift weiterhin für alle Empfänger attraktiv zu halten und senden Sie uns Ihre Beiträge zu!

Für das Redaktionsteam

Rita Anderegg

Die besten Vorschläge:

Insgesamt wurden 62 Namensvorschläge eingereicht. Hier eine kleine Auswahl der «Besten»:

- Scheinwerfer
- Panorama
- Novum
- Publikum
- Bärner Poscht
- Inside
- Bärner Talk

Fortsetzung von der Titelseite.

1848 wurden Techniken entwickelt, zur Herstellung von grosszügigen farbigen Plakaten. Daneben entstanden unzählige Werbeformen wie zum Beispiel das Bemalen von ganzen Hauswänden oder Leuchtschriften auf Dächern. Das zweite Hauptwerbemittel, neben dem Plakat, waren im 19. Jahrhundert die Zeitungsinsertate. Der Ursprung der Insertate reichte auf die Entstehung der Zeitungen im 17. Jahrhundert zurück.

Auf der Suche nach qualitativ hochstehenden Werbemöglichkeiten, um die Qualität von Markenartikel zu demonstrieren, nutzten die Hersteller Werbeformen "Emailschilder". Der Ursprung der Emailschilder entstand aus den Anschriften der Geschäftshäuser, welche dauerhaft und über Jahre an einem Ort beständig sein mussten.

Die Emailschilder

Die frühen emaillierten Werbeschilder waren gegen Ende des 19. Jahrhunderts noch sehr bescheiden. Meist dienten Sie nur zur Kommunikation des Marken oder Firmennamen und glichen in Ihrer Ausgestaltung den Strassenschildern.

Bild:
Maggi
Suppen-
Artikel
"Email-
schild
um 1900"



Werbung fiel in dieser Zeit zweckmässig aus. Auffallen war nicht das Problem. Die werblichen Reizeinstromungen auf die Menschen waren mit der heutigen Zeit nie vergleichbar. Heute strömen in einer Ausgabe der "Sunday Times" mehr Informationen auf einen Menschen ein, als jemand im Mittelalter in seinem ganzen Leben verarbeiten mus-

ste! Die bunten Schriftzüge erreichten die gewünschten Effekte, einfache Informationen und Aussagen standen im Vordergrund.

Doch die Werte wandelten sich bereits Anfangs unseres Jahrhunderts stetig. Der Fortschritt liess sich nicht aufhalten. Nach dem ersten Weltkrieg kamen immer neue Produkte auf den Markt, für welche Kunden gewonnen werden mussten. Zwar eröffneten neue Werbeträger wie Kino einen erweiterten Markt, die Emailschilder behaupteten sich aber stark.

Das künstlerische Erscheinungsbild der Emailplakatwerbung begann sich zu ändern. Neue Typografie und schlichtes Design standen nach und nach im Vordergrund. Oberstes Ziel der Werbung in dieser Zeit war die Reichweite, also möglichst viele potentielle Käufer zu erreichen.

Ab den zwanziger Jahren konnten bereits Fotos direkt mit der Emailtechnik umgesetzt werden. Mit der zunehmenden Produktion von Automobilen erfolgte eine grosse Werbewelle, auch von Mineralölgesellschaften und Tankstellen - die Emailschilder standen in Ihrer vollen Blüte.

Lesen Sie in der nächsten Ausgabe die Fortsetzung "Der Niedergang in den fünfziger Jahren".

von Martin Bürki.

Quelle: "Das grosse Buch der Emailplakate" (F. Lavanchy)

Liebe Mitarbeiterinnen, liebe Mitarbeiter

PUBLIBÄRN - der neue Name unserer Hauszeitschrift (vorher EXTRABLATT) gefällt mir. Er signalisiert nämlich treffend, dass es sich um die MitarbeiterInnen-Zeitschrift aller drei auf den Plätzen Bern und Burgdorf beheimateten PubliPresse-Einheiten handelt: Publicitas Bern und Burgdorf, Publimedia Bern und Publimag Bern. So gesehen ist der neue Name ein optimaler Ausdruck der VISION 2000. Ich gratuliere dem Gewinner des Namenswettbewerbes herzlich und wünsche der Redaktion von PUBLIBÄRN weiterhin viele gute Ideen, aktive Mitarbeit der Kolleginnen und Kollegen aus allen Einheiten und Abteilungen sowie eine interessante, amüsante und manchmal auch spitze Feder.

Erlauben Sie mir nochmals einen Blick zurück auf das Jahr 1998: Ueber den voraussichtlichen Abschluss der PubliGroupe mit einer Umsatzzunahme von 7 % und einem Gewinn von rund 70 Mio Franken sind Sie am Anschlagbrett orientiert worden. Der Abschluss der Filiale Bern ist - wie nach der tollen Umsatzentwicklung nicht anders zu erwarten - sehr positiv ausgefallen. Der ausgewiesene Gewinn liegt weit über dem Vorjahr und immer noch 13 % über unserem ambitiösen Budget. Sie alle, liebe Mitarbeiterinnen, liebe Mitarbeiter, haben zu diesem glänzenden Resultat beigetragen. Dafür danke ich Ihnen - auch im Namen der Generaldirektion und des Regionaldirektors - ganz herzlich.

Das Projekt VISION 2000 ist vom Verwaltungsrat der PubliGroupe offiziell abgeschlossen und die grosse Arbeit aller Beteiligten bestens verdankt worden. Gerne gebe ich auch diesen Dank an alle weiter, die sich in irgend einer Form an der Projektarbeit

beteiligt haben. Für uns ist VISION 2000 aber nicht ad acta gelegt, im Gegenteil: Jetzt gilt es doch, die neu gebildeten Einheiten zu formen und mit Leben zu füllen, die neuen Aufgaben optimal anzupacken, die neue Kultur, die wir mit diesem Projekt anstreben, zu leben und zu verfeinern. Helfen Sie nach wie vor mit, VISION 2000 zum Erfolg zu führen. Ich zähle auf Sie!

Wie entwickeln sich die Umsätze 1999? Trotz schwierigem Budgetieren scheinen die Vorgaben zu stimmen: In den ersten zwei Monaten sind wir auf Budgetkurs! Dass dabei die Entwicklung der Stellenanzeigen mithilft, liegt auf der Hand. Etwas Sorge bereiten mir die Immobilieninserate, die gesamtschweizerisch und auch bei uns leicht rückläufig sind. Unsere Hauptanstrengungen müssen also weiterhin auf den lokalen Markt und auf die kommerziellen Anzeigen gerichtet sein. Ich danke allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an der Verkaufsfond für ihren grossen Einsatz. Ich denke, dass wir auf dem richtigen Weg sind.

Die Sidney-Grippe hat auch bei uns kräftig zugeschlagen: Zeitweise lagen bis zu 20 % aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der P Bern mit brummendem Schädel, Gliederschmerzen, Fieber und Erkältung im Bett. Das hat natürlich bei der ohnehin schon stark ausgelasteten Auftragserfassung empfindliche Kapazitäts-Probleme gebracht. An den schlimmsten Tagen haben sich die Verantwortlichen von Publimedia und Publimag spontan bereiterklärt, ihre Lehrlinge/Lehrtöchter als "Feuerwehr" zur Verfügung zu stellen. Dafür auch an dieser Stelle herzlichen Dank! Und ein grosses MERCI an alle, die dank Mehreinsatz und Überzeit dazu beigetragen haben, die Engpässe zu überbrücken.

Kürzlich hat die Geschäftsleitung der Publicitas Bern ein neues Informationskonzept verabschiedet und in Kraft gesetzt. Es entstand in einer Arbeitsgruppe als Folge der Resultate der seinerzeitigen Mitarbeiterbefragung. Das Infokonzept regelt die Informationsflüsse innerhalb der Publicitas Bern, nicht nur von oben nach unten, sondern genauso umgekehrt und horizontal. Alle KadermitarbeiterInnen sind im Besitz dieses Papiers und werden dieses in den einzelnen Departementen oder Abteilungen bekanntmachen und mit Ihnen besprechen. Ich bin überzeugt, dass das neue Informationskonzept dazu beitragen wird, dass wir alle besser, schneller, sicherer informiert unsere Aufgaben wahrnehmen können.

Wissen Sie, was PPMT heisst? Nein? Publicitas Print-Media Trophy. Und was ist das wohl? So heisst der grosse Kundenanlass, den wir von der ofa "geerbt" haben. Bis im letzten Jahr hiess der Anlass "ofa Media-Chuchi-Fescht". Wir werden diesen Event unter neuem Namen und unter Beibehaltung der besten Elemente weiterführen, allerdings auch mit einigen Veränderungen und Verbesserungen. Nach wie vor soll die Publicitas Print-Media-Trophy aber eine Begegnung von und mit Kunden, Verlegern, Werbern und Personen des öffentlichen Lebens sein. Die entsprechende Arbeitsgruppe ist schon intensiv an der Arbeit. Wir werden Sie auf dem laufenden halten.

Nun wünsche ich uns allen einen guten Vorfrühling, möglichst das Ende der Grippezeit, nicht allzu grossen Stress bei der Bewältigung der vielen, teils neuen Aufgaben und das gute Gedeihen der neuen Publicitas-Bern-Kultur, die wir gemeinsam im Rahmen von VISION 2000 formuliert und angestrebt haben.

Walter Althaus

Runde Geburtstage

Am vergangenen 20. Februar durfte **Frau Edith Weber** ihren 40. Geburtstag feiern. Ebenfalls einen runden Geburtstag feierte **Herr Andreas Szilagyí**, allerdings einen Tag später, am 21. Februar. Sein Geburtstag jährte sich zum 30igsten mal.

Auch im Postbüro durfte zum 30. Geburtstag angestossen werden. **Herr Jerry Lergier** feierte ihn am 24. März. Wir gratulieren den Dreien ganz herzlich und wünschen gute Gesundheit und viel Glück.

Dienstjubiläen

Zwei kleine und ein grosses Dienstjubiläum fielen oder fallen für diese Ausgabe unserer Mitarbeiterzeitung an. Zuerst die kleineren Jubiläen:

Am 13. Januar feierte **Frau Chantal Jufer** ihren 5. Publicitas Geburtstag. Alle die Frau Jufer kennen wissen, dass es sich beim 13. Januar um ein rein theoretisches Eintrittsdatum handeln muss. Nach ihrer Lehre in Biel verbrachte Frau Jufer nämlich einige Monate in England, ehe sie wieder in die Gruppe eintrat.

Waschecht ist dafür der 21. März für das Jubiläum von **Herrn Daniel Beyeler**. Er trat vor 5 Jahren hier in Bern unserer Unternehmung bei und ist seiner Stammfiliale bis heute ununterbrochen treu geblieben.

Ohne die beiden kleineren Dienstjubiläen schmälern zu wollen, aber was sind schon 2 x 5 Jahre verteilt auf 2 Mitarbeiter gegen die 30 Dienstjahre von **Frau Vreni Ruf**?

Es ist ein in der heutigen Zeit seltener gewordenes Jubiläum, umso mehr wissen wir es zu schätzen. Dreissig Jahre hat die Ostschweizerin der P-Bern die Treue gehalten und das fast die ganze Zeit als Direktionsassistentin. Stellt man sich vor, wer alles, weshalb und mit welchen Akten unter dem Arm in den vergangenen dreissig Jahren durch das Büro von Frau Ruf in das Direktionsbüro gelotst worden ist, hat man gegen einen Drittel der Geschichte der Publicitas

Bern vor Augen. Und man kann nur erahnen, wie oft Frau Ruf Zeugin von Freud oder Leid wurde, Hochs und Tiefs sowie Erfolge und Rückschläge an vorderster Front miterlebte.

Das Redaktionskomitee dankt an dieser Stelle allen Jubilaren für ihren Einsatz und ihre persönliche Leistung im Interesse unseres Unternehmens und gratuliert ganz herzlich.

Hochzeitsglocken

Für einmal dürfen wir hier einem nicht mehr ganz so jungen Paar zur Hochzeit gratulieren: **Frau Nelly Krebs** und **Herr Hans-Peter Begert** gaben sich am 10. Februar auf dem Standesamt das Ja-Wort. Wer die beiden kennt (und wer kennt sie nicht?) weiss, dass damit eigentlich nur etwas offiziellisiert wurde, was inoffiziell schon über ein Jahrzehnt Bestand gehabt hat.

Wir gratulieren den beiden ganz herzlich und wünschen ihnen weiterhin viel Glück auf dem gemeinsamen Lebensweg.

Eintritte

Vielen von uns keine Unbekannte ist **Frau Stana Rajic**. Sie unterstützt unser Team "Publicitas Direct" seit dem 25. Januar. Dank ihrer Vorkenntnisse aus einer früheren Anstellung bei uns leistete Sie nach einem kurzen Auffrischkurs schon bald wertvolle Arbeit.

Seit dem 1. März ist auch unser Bund-Team fast wieder vollständig. **Frau Ümran Öztok** und **Frau Monika Schmutz** engagieren sich seit Beginn des Monats für unseren wichtigsten Pachtitel, Frau Öztok als Promotorin und als Verantwortliche für die Berner BeWo und Frau Schmutz als Halbtagsangestellte im Telefonmarketing.

Am 15. März nahm **Frau Delphine Zermatten** ihre Tätigkeit bei der P-Bern auf. Als ehemalige Lehrtochter der Publicitas Lausanne wird sie sich rasch in Bern einleben und das Team um Werner Enderli verstärken.

Wir heissen alle Neueingetretenen herzlich willkommen und wünschen ihnen viel Befriedigung bei ihrer Arbeit und viel Freude im neuen Team.

Austritte

Leider gibt es in dieser Ausgabe auch Austritte zu beklagen: **Frau Edith Weber** hat sich entschlossen, ihrer beruflichen Laufbahn eine neue Richtung zu geben und verlässt uns deshalb per Ende März.

Ende April verlassen uns **Danielle Schneider** und **Rita Burri**. Während Frau Schneider ihr Glück im Ausland versuchen will, wird sich Frau Burri beruflich neu orientieren und nimmt eine neue Herausforderung etwas mehr im technischen Bereich an.

Wir danken Frau Weber, Frau Schneider und Frau Burri für ihren Einsatz und die wertvolle Arbeit, die sie in unserem Unter-

Pensionierung

Seine Zeit als aktiver P-ler neigt sich rasch dem Ende entgegen. Schon bald hat er seinen letzten Arbeitstag und kann sich seine Zeit selber einteilen, ohne Agenda. **Hans-Peter Begert** wir beneiden Dich. Keine verpassten Inserateschlüsse mehr, keine Sonderseiten, keine Beilagen, keine Reklamationen mehr. Aber auch keine erfolgreichen Abschlüsse, keine zwanglosen Gespräche mit Kunden und keine Spässe mit den Assistentinnen mehr. Hans-Peter Begert wir bedauern Dich.

Wir wissen aber, dass es Dir in der bevorstehenden Zeit als Rentner der Publicitas Bern nicht langweilig werden wird. Und solltest Du mal wirklich nicht wissen was Du machen sollst, schreibst Du einfach einen Artikel für unsere Hauszeitung.

Lieber Hanspi, ganz herzlichen Dank für Deine grosse Treue, Deinen beispielhaften Einsatz und für die vielen lustigen Stunden, die wir mit Dir verbringen durften. Wir gönnen Dir von Herzen Deinen Ruhestand und werden Dich vermissen.

Hanspeter Begert

Wie könnte es anders sein! Eine ganze Woche zu spät hast Du Deine Stelle als Propagandist der Publicitas angetreten. Das war am 8. April 1957. Die Firma Alfred Ramseyer AG, Fournituren und Maschinen für das graphische Gewerbe in Bern, konnte sich einfach nicht vertragsgemäss von ihrem ehemaligen Lehrling trennen.

Bereits 1960 warst Du, als bestqualifizierter Propagandist, weit über die Filialgrenzen von Bern hinaus bekannt! Die Filialen St. Gallen und Basel winkten dem Newcomer mit je einem interessanten Chefposten im Titelbereich. Korrespondenzmässig wurde damals seitens der Filiale Bern festgehalten: "Soweit wir Herrn Begert kennen, sollte er bei guter Unterstützung durch den Filialchef in St. Gallen reüssieren können. Auch in Basel wäre Herr Begert wahrscheinlich kein Versager". Und weiter: "...so darf sicher ohne grosse Bedenken auf Herrn Begert zugegriffen werden, auch wenn wir ihn gerne noch 1 bis 2 Jahre in Bern hätten ausreifen lassen". Hanspi entschied sich für den weiteren Reifungsprozess in Bern.

Man muss wissen, in der "guten alten Publicitas-Zeit" dauerte alles etwas länger, aber Hanspeter Begert arbeitete zielgerichtet an seiner Karriere. Und so fragt er 1962, ob er zu einem späteren Zeitpunkt eine Chance hätte in den Aussendienst überzutreten. Tatsächlich, Ende Februar 1967 tritt unser Hanspi die Nachfolge von Bruno Waeber im Aussendienst an.

Ja, lieber Hanspeter, wer ausser Dir kann sich noch über ein Personaldossier von 935 Gramm ausweisen?--Darin sind Seite für Seite, anfänglich noch auf leichten Durchschlagpapier, die Stationen Deiner umfangreichen Karriere bei Publicitas festgehalten. Auf die ausführliche Würdigung Deiner langjährigen Tätigkeit bei P werden wir bei passender Gelegenheit zurückkommen und ich wette, dass Verschiedenes, nicht schriftlich Festgehalte-



nes auch noch die Runde machen wird.

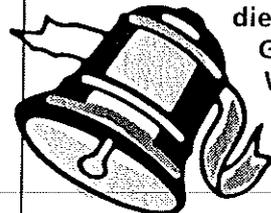
Nach einer Aktivzeit von sage und schreibe 42 Jahren bei Publicitas, wirst Du demnächst in Deinen wohlverdienten Ruhestand übertreten. Für Deine ausserordentlich kollegiale Wesensart, für Deine allgegenwärtige Hilfsbereitschaft gegenüber Kunden und MitarbeiterInnen, für Deinen Humor, die Spässe und Deinen Schalk ("Opfer" wären einige zu erwähnen), als willkommener Stimmungsmacher auch in hektischen Zeiten, dafür lieber Hanspi, danken wir Dir herzlich.

Zum neuen Lebensabschnitt wünsche ich Dir und Deiner eben angetrauten Gattin (herzliche Gratulation!!!) im Namen aller Publicitas-Kolleginnen und Kollegen, vorallem viel Gesundheit und Wohlergehen und (wie wir

Anfangs jahr
läuteten für
Herrn Hans-
peter Begert
und Frau Nelly
Krebs-Begert



die Hochzeits-
Glocken.
Wir gratulieren
herzlich!



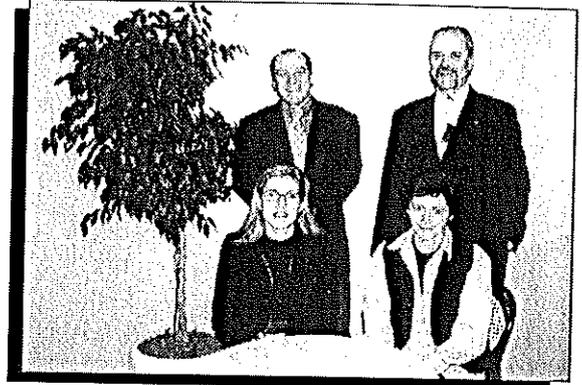
Dich kennen) einen sehr aktiven (Un)-Ruhestand.

Kurt Müller

Hanspi: Bundesrat Cotti tritt fast zum gleichen Zeitpunkt mit Dir in den Ruhestand und so scheint mir die nächste Einladung zu einer Wanderung an seiner Seite so gut wie sicher.

Publicitas Direktion

Sitzend v.l.: *Ursula Imhasly (Personalassistentin), Ruth Scherler (Personaladministration)*
Stehend v. l.: *Peter Moll (Personalleiter Region Mitte), Walter Althaus (Direktor)*



Publicitas Aussendienst

Die Verkaufsabteilung mit total 42 Kundenberatern, Assistentinnen und Lehrlingen sorgt, für täglich neue "Nahrung" in unserer Firma. Die kompetente Beratung unserer Kunden, damit diese einen maximalen Werbeerfolg erzielen, ist unser oberstes Ziel. Hat der Kunde Erfolg, verdient er Geld und kann uns wieder "Nahrung" geben.

Das Verkaufsgebiet reicht von den Freiburger- bis zu den Solothurnerkantonsgrenze und vom Schüpfen BE bis ins Haslital. Die ganze Print-Schweiz ist unser täglich Spielfeld und wir achten darauf, dass die erfolg- und gewinnversprechendsten Titel im Spiel sind.

Dabei benötigen wir ein tolles Umfeld - Produkte, Infrastruktur, Zusatzleistungen, Trainer, Betreuer, Kassier, Fanclub, Cheerleaders, Applaus und und und.....! Tore sind das Produkt eines ganzen Teams. Liebe Kolleginnen und Kollegen, wir danken Euch herzlich für die Pflege und Weiterentwicklung dieses erfolgreichen Umfeldes.

Eure Verkaufsmannschaft



Hintere Reihe von l. nach r: *Daniela Sieber, Franz Anliker, Otto Hadorn, Gertraud Wohletz, Andreas Szilagyi, Rita Andereg, Thomas Zürcher, Sonia Pio, Andreas Ulrich, Barbara Schmideder, Werner Enderli, David Wetli, Monika Niederhäuser, Michael Bürki, Reinhold Müllener, Ulrich P. Hänggi, Fred Struchen, Kurt Müller, Hans-Peter Begert*

Vordere Reihe von l. nach r: *René Morgenegg, Sonja Meierhans, Fränzi Schnegg, Carmen Reichenbach, Sabine Krebs, Sandra Ehrler, Sylvia Stucker, Chantel Jufer.*

Auf dem Bild fehlt: *Michael Sutter*

PubliBärn

Die Publicitas-Abteilungen



Departement: Der Bund Verlag AG

Wir sind die Spezialisten für Berns profilierte Tageszeitung «Der Bund» und der klaren Nummer 1 in Bern, dem «Stadtanzeiger Bern» Bern. Das Team vom 8. Stock steht Ihnen für Auskünfte, Reservationen und Präsentationen gerne zur Verfügung.

Von links nach rechts, sitzend: Anita Hofer, Raoul Wanger, Gabriela Hirsiger, Brigitta Reichenbach, Christian Wolf
Von links nach rechts, stehend: Fabian Meier, Willy Wipfli, Margaritha Zimmermann, André Fluri, Roland Eicher, Alex Miescher, Oliver Egloff, Daniel Beyeler, Christian Hofmann, Ueli Zwahlen
Auf dem Bild fehlt: Christine Tschannen



Rund um den Tisch das TEAM des Marketing/DTP-Services:
Rita Burri, Anja Fasler, Alex Rüfenacht,
Martin Bürki, Pit Althaus, Barbara Dick
(Es fehlt: Marc Aeschlimann, 2. Lehrjahr)

Publicitas Media Marketing/DTP-Services

Im Bereich Media-Marketing-Services erarbeiten Anja Fasler und Martin Bürki mit dem zugeteilte Lehrling verkaufsunterstützende Unterlagen. Insbesondere mit den Instrumenten Verbreitungsdaten (MediaPerformance), Leserschaftsdaten (MACH), Streugebietskarten (RegioGraph) und Daten aus etlichen Spezialstudien helfen wir bei Problemen der Mediaplanung weiter. Bei Martin Bürki, Leiter des Media-Marketing/DTP-Services, liegt zudem auch die Kommunikationsverantwortung für die Publicitas Filiale Bern.

Im Desktop-Publishing-Services, kurz DTP-Services, zaubern Pit Althaus, Barbara Dick, Rita Burri und Alex Rüfenacht gestaltete Inserate in unterschiedlichen Dimensionen und Farben für unsere Kunden. Kreativer Geist mischt sich mit typografischer Stilsicherheit und einer immer grösser werdenden Portion technischer Geräte. Die Gestaltung von Broschüren, Flyern etc. bietet Abwechslung in der alltäglichen Inserategestaltung.

PubliBam

Die Publicitas-Abteilungen



Hintere Reihe von l. nach r:

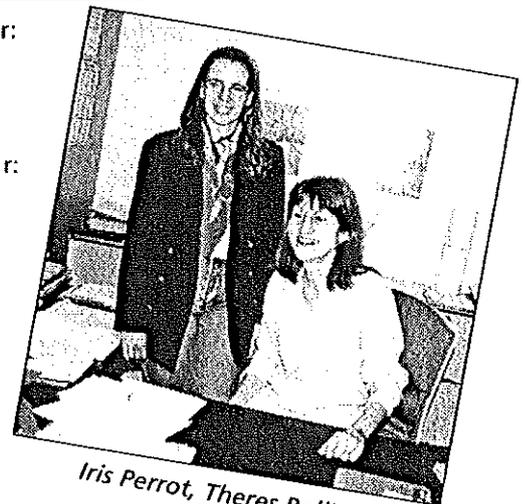
*Andrea Kuhnen,
Patrizia Kiener,
Sandro Gander*

Vordere Reihe von l. nach r:

*Danielle Schneider,
Daniela Grünig,
Florence Lavanchy,
Ursula Kienbrandt,*



*Stana Rajic
Nicole Seiler, Andrea Jost*



Iris Perrot, Theres Bolliger

Publicitas Direct

Mit neuem Namen und viel viel Elan
erstellen wir Auftrag und Erscheinungsplan
wir sind ne junge, aktive Gruppe
und gehören in die grosse Verkaufstruppe

Unsre Abteilung ist weit verstreut
viele Kunden werden bei uns betreut
ob in der Stadt oder im City-West
geben wir für unsre Kunden: our best!

Beginnen frühmorgens um sieben
sonst bleibt die unpersönliche Post liegen
Nach dem Sortieren geht's an's Werk
fast wie in nem grossen Bergwerk.

Riesige Massen gibt's da zu erfassen
damit alle Inserate in die Zeitung passen

da hacken wir wie Wilde auf die weissen Tasten
und schauen unentwegt in den schwarzen Kasten.

Uns zu stören morgens - vor 9 Uhr
gibt keinen Sinn - aber ne grosse Aufruhr
ist es doch der Inserateschluss
der da eingehalten werden muss.

Kaum gibt's ne Erfassungspause
können wir nicht gleich nach Hause
hat es doch nun wie automatisch
Manus - hunderte - auf dem Tisch

Behalten trotz Stress meist gute Laun'
zum lachen bleibt Zeit doch kaum
der Humor muss bleiben - es geht nicht ohne
wir schätzen unsere freundliche Zone



Publicitas Diverses Pacht

Wir sind die Abteilung Diverse Pacht und im 5. Stock zu finden. Die reibungslose Abwicklung der eintreffenden Aufträge und die Promotion unserer Regie-Titel gehören zu unseren täglichen Aufgaben. Wir stehen laufend im Kontakt mit den P Verkaufsabteilungen in der ganzen Schweiz, mit der Publimedia, mit Kunden, Werbeagenturen, Druckereien und unseren 21 Partner-Verlegern.

Von l. nach r:

Doris Bieri, Manfred Birbaum, Ursula Rytz, Adrian Aebi, Andreas Spycher

Unsere Titelpalette gehören verschiedenen Print-Kategorien an: Mehrere **Anzeiger** (Laupen, Schwarzenburg, Seftigen, Frutigen, Simmental, Interlaken, Saanen, Oberhasli und die Kombinationen "Anzeiger-Kombi Bern West", "Aare Sense Kombi", "Anzeiger Duo Bern Süd", Niesen Kombi"), **Verbandstitel** ("arbeit & verkehr", Bärner Channe"), **nationale Titel** (Schweizerisches Handelsamtsblatt), **lokale Gratis-Zeitungen** ("BümplizWoche", Anzeiger Nordquartier", "Bantiger Post", "Lokal Nachrichten Muri Gümligen", "Mitteilungsblatt Zollikofen" und die Kombination "Berne Vororts-Pool"), **kulturelle Publikationen** (Stadttheater Bern: Programmhefte, PROLOG, Saisonheft, Jahrespielplan, Kunst des Liedes, Kunstmuseum Bern: Berner Kunstmitteilungen), eine **Publikums-Zeitschrift** (Bärner Brattig) sowie eine **Parteizeitung** (Berne Freisinn), Kurz - wir haben für (fast) alle Inserate-kategorien das passende Angebot



Stehend von l. nach r:

Jérôme Lergier, Alex Baumgartner, Edith Weber, Vreni Ruf, Robert Herter, Anita Wölfli

Sitzend von l. nach r:

*Theresia Waber, Maria Schütz, Franziska Huber, Regula Feller, Heidi Deppeler, Nicole Wagner
es fehlt: Marc Heimann*

Publicitas Logistikabteilung

Wir sind die Logistikabteilung der neuen P-Bern
Wir sind verantwortlich für vieles z.B.

- dass die Post rechtzeitig am richtigen Ort ist
- dass wir ab 9.00 Uhr und 15.00 Uhr Kaffee trinken können
- dass die PUB-Applikationen und die PC's und Drucker funktionieren
- für den Support PUB-2000
- dass die Zahlungseingänge richtig verbucht werden und die säumigen Zähler gemahnt werde
- dass unsere Partnerverleger Ihr Geld bekommen etc.

Publicitas Buchhaltung

Seit dem 1.1.1998 befindet sich im 2. Stock eine neue Abteilung: Die Zentral-Buchhaltung der Publicitas AG. Nebst den Buchhaltungen der Publicitas AG (alle Filialen) werden die der Publimedia, Publimag, GrischAnnoncen, Stadtanzeiger Olten, Winterthurer Stadtanzeiger, Fundgrueb, S.I. Dos-Vie und der Generaldirektion ebenfalls in Bern geführt.

Alles was Kassen, Post, Bank, Lieferanten-Rechnungen und Verlegerabrechnungen betrifft wird in Bern erfasst, bezahlt und verbucht. Was die Debitoren betrifft wird weiterhin in den Filialen verarbeitet.

Durch die Zentralisierung kommen nicht nur verschiedene Buchhaltungen an einem Ort zusammen sondern auch verschiedene Sprachen und Mentalitäten. Wer also sein Französisch oder Italienisch aufbessern möchte ist im 2. Stock auch herzlich willkommen.



Stehend von l. nach r:
Marcel Remund, Roger Burtin, Rolf Krähenbühl, Jean-Claude Wachs
Sitzend von l. nach r:
Agnès Bur, Jacqueline Mauron, Tania Beltrami, Betty Charbonney,
Fränzi Moser, Katharina Müller.



P-Léman in Bern

Heinz Sommer, Key Account Manager

Publicitas Logistik-Abt. GD PubliLink

Thérèse Zürcher, Gérard Lechner



Team Burgdorf

Dass Burgdorf-Team wird in einer nächsten Ausgabe noch genauer vorgestellt.

Von l. nach r:
Aafke Christoffel, Hansruedi Hofer, Susi Egli, Marianne Kaufmann, Ruedi Gloor

PubliBärn

Publimedia und Publimag



Publimedia Bern

Am Montag, 7. Dezember des vergangenen Jahres haben ihre neuen Arbeitsplätze über den Dächern des Mattenhofquartiers in Besitz genommen. Dank dem Umstand, dass die Büros der Alcatel eine Renovation mehr als nur nötig hatten, konnten die frischgebackenen Publimedienanerin/innen in helle neu ausgerüstete Räume einziehen.

Hier posiert tatsächlich die ganze Publimedia Bern, niemand fehlt:

Sitzend von l. nach r: Erika Heimberg, Doris Müller, Marc Albrecht, Carole Donzé,
Stehend von l. nach r: Willy Stucki, Stefan Fankhauser, Jürg Steiner, Daniel Strobel, Mirjam Matti, Stefan Hofer,
Sandra Wohlhauser, Daniel Villard, Karin Fasel, Marika Teuscher, Hugo Kropf, Giovanni Trümpi



Publimag Bern

Hintere Reihe von l. nach r: A. Jäggi, Direktor; F. Harnisch, Verkaufsleiter; S. Streit, Verkaufsass; V. Iseli, Verkaufsass;
J. Kropf, Verkaufsass; A.D. Dummermuth, KAM Touring; B. Soltermann, Leiterin Innendienst; L. Jenni, Verkaufsleiter
Touring; K. Blaser, Sekretariat;

Vordere Reihe von l. nach r: E. Künzi, PM Campcar; G. Schöni, Verkaufsass; S. Galli, Verkaufsass;
M. Herzig, PM Fachzeitschriften; D. Stolina, Kundenberater; M. Stolina, Kundenberater;
M. Schwab, Anzeigenleiterin Wochenzeitungen

PubliBärn

Publimedia Eröffnung

Champagner floss im Wasserwerk an der Aare: Publimedia Bern feiert Eröffnung!

Die Eröffnungs-Party der Publimedia Bern: Eine rauschende Ballnacht? Falsch! Ein Besäufnis? Noch fälscher! Gediegenes Herumstehen? Kaum! Sondern: eine Superfete mit schönen, jungen und etwas weniger jungen, fröhlichen Leuten. Tolle WerberInnen von Bern bis Zürich, Lugano und...! Alle da! Medien-Gurus und dergleichen in rauhen Mengen. Aus den Gefilden der Top-Kunden, Agenturen, Medi-



en, Verlagen und natürlich der PubliPresse. Hohe Tiere? Sicher, und zu Hauf. Sound aus den Siebzigern und Achzigern?

Jawoll, von Di Loop aus Paris! Ober-Mega-Groove! Und dann Eiger, Mönch und Jungfrau: ein urkomisches Trio. Düster? Aber, aber, bei diesem Kerzen- und Walfischbar-Leuchten! Laut? Scho chly. Ausflippen, Glieder- verrenken und mitsingen bei VMCI, uff - schwitz - schnauf. Bier her, Bier her! Kein Problem. "Wünsche gut gespeist zu haben!" Jawoll, das darf man/ rau laut sagen. Wiederholung erwünscht! Ende der Durchsage.

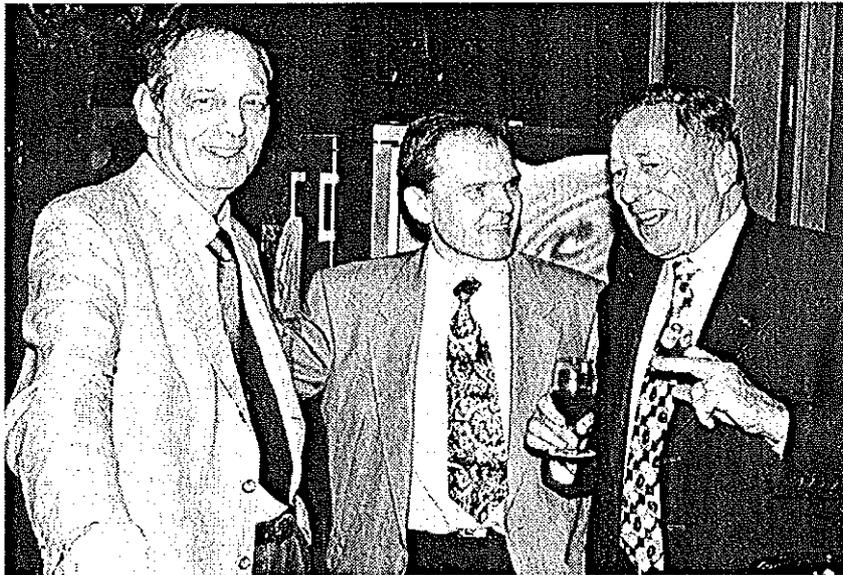
Für Publi Bärn hat berichtet Hukro.

Fotos:

Oben: Marc Albrecht, ?, Barbara und Res Spycher, Markus Ehrle (Publimedia Zürich), Barbara Schmideder, Ric Hänggi

Mitte: Mario Valenti (Dir. Publicitas Lugano), Fred Struchen, Hans Fahrni, Unten links: Giovanni Trümpi mit Brischitte von "Eiger-Mönch-Jungfrau"

Unten rechts: Anita Hofer, Remo Jenni (Swisscom)



Impressum

Herausgeber:

Von und für die Mitarbeiter
der Firmen der PubliPresse
von Bern und Burgdorf

Verantwortliche Redaktion:

in alphabetischer Folge

Rita Anderegg
Martin Bürki
Ursula Imhasli
Hugo Kropf (Vertretung
Publimedia)

Florence Lavanchy

Peter Moll

Carmen Reichenbach

Grafische Verantwortung:

Alex Rüfenacht

Layout:

DTP-Team der Publicitas Bern

Erscheinungsweise:

(6 x jährlich)

Ende Juni

Ende August

Ende Oktober

Mitte Dezember

Auflage: 200 Exemplare
für das Personal der Publipresse-
Firmen Bern und Burgdorf
und für Pensionierte

Das nächste "PubliBärn"
erscheint: Ende April

Redaktionsschluss: 12.04.1999

Ihre Beiträge:

Texte bitte immer digital anlie-
fern (Text im Amipro erfassen
und unter Dateiformat "Word
for Windows 6.0")abspeichern.
Besten Dank für Ihre Mithilfe.

Neue Serie

Die Consultas gehört in
den Bereich PUBLIOnline
oder doch in den Bereich
PUBLIService? Iware ist eine
Versicherung für Brillen
oder doch eine Firma der
PUBLIGroupe? AmiTel ist
eine Talkline der Swisscom
oder doch eine französische
Firma unserer Gruppe?

Unsicher!

Damit sich das ändert wer-
den in den folgenden Publ-
Bärn-Ausgaben die 5 Berei-
che der PubliGroupe vorge-
stellt. Im nächsten PublBärn:
PUBLIOnline

Was ist eigentlich... ? ...die Print Media-Dokumentation:

Die Print-Media-Dokumentation ist eine Dienstleistung der Publicitas, die zur Auswertung der Konkurrenz dient. Dokumentiert werden Print-Kampagnen von Warenproduzenten und Handelsmarken, die überregional in der Schweizer Presse inserieren. Im CAP in Freiburg werden die von Lehrlingen diverser VSW-Filialen eingeschickten Inserateseiten aus festgelegten Tages- und Wochenzeitungen und aus Publikumszeitschriften nach Branchen in über 400 Fächer abgelegt. Wenn ein Kunde eine visuelle Dokumentation von Print-Kampagnen bestellt, wird diese reproduziert und anschliessend direkt an den Kunden verschickt und verrechnet.

Die Ziele des CAP's:

- Qualität steht vor Quantität; Druck, Papier, Inhalte usw.
- Kleinformat steht vor Grossformat: Je grösser das Ausgangsformat desto grösser die Kosten für den Kunden.
- Jedem Kunde seine Sprache: Werbeslogans sind oft mehrdeutig. Dem Kunden werden bei mehrsprachigen Sujets, die Sujets seiner Muttersprache zugestellt.
- National - überregional - Regional: Nationale und überregionale Titel werden berücksichtigt, wenn sie Teil einer überregionalen/nationalen
- Vollständigkeit: Alle angebotenen (Haupt-)Branchen sind abgedeckt.

Wo erhalte ich eine Print-Media-Dokumentationsberatung oder wo kann ich eine bestellen?

**CAP Freiburg, Route du Petit-Moncor, 1752 Villars-sur-Glâne
Telefo 026 7 408 27 00, Fax. 026 / 408 25 55**



Theater-Information

Mephistos Liebesreigen

Unter diesem Titel hat Hugo Kropf mit der NVB (Neue Volksbühne Bern) eine heitere Theater-Collage produziert. Das Stück beginnt im Himmel, wo die Erzengel die Werke des Schöpfers preisen. Nur Mephisto mag nicht in den Lobegesang einstimmen, weil sich die Menschen derart schwer tun, dass er selber wenig Lust mehr hat, diese zu plagen. Unter seiner kundigen Führung erleben wir die wahre Geschichte des Gletschermannes Ötzi und von Romeo und Julia; erfahren Intimes aus dem Verhältnis von Cleopatra und Cäsar und die unmögliche Liebe der Prinzessin Salome zum Propheten Johannes. Gretchen am Spinnrad, ein Huhn, Erlkönig, Nonnen und andere mehr drehen sich ebenfalls in diesem Liebesreigen.

Reserviert Euch doch einen Abend im **Zytglogge-Theater**, dem jüngsten Kellertheater Berns. Zusammen mit dem Besuch einer schönen Altstadtbeiz bringt das Farbe in den grauen Alltag.

Vorstellungen: 7., 9., 10., 14., 16., 17., 18., 21., 22. und 23. April.

Vorverkauf : Nicklés Uhren-Bijouterie, Telefon 311 35 49.

Auf Euren Besuch freut sich Hugo Kropf
(Meine Rollen: Gottvater, Ötzi-Vater, Johannes, Huhn, Alter im Park)



Persönliches Interview für: Ursula Kienbrandt

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

Ich glaube, dass sich die PubliGroupe weiter vergrössern wird und ihre Marktposition stärkt - speziell auch im Ausland.

Die PubliGroupe hat überall in der Welt Filialen. Könntest Du Dir vorstellen (ungeachtet von Alter, Familienverhältnissen) in einer zu arbeiten? Wenn ja, in welcher?

Das wäre durchaus ein Thema. Es würde mich wohl wegen dem "Wiener Charme" zu unseren Kollegen in die österreichische Hauptstadt ziehen. Das würde mir gefallen. Sprachliche Probleme kämen da wohl nicht auf, oder?

Wie siehst Du die Zukunft der Presse?

Zeitungen wird es sicherlich immer geben. Doch das Vorankommen der neuen Medien (z.B. Internet) wird die Position der Presse sicherlich schwächen. Für mich sind die Zeitungen immer noch ein attraktives Medium - das musste ich wohl sagen, oder? Nein im Ernst, Zeitungen werden Ihre Position in der Schweiz als Werbeträger nie ganz verlieren - davon bin ich überzeugt.

Was bringt Dich im Zusammenhang mit einem Kunden in Weissglut?

Je nach Tagesstimmung und Arbeitsdruck ist das ganz unterschiedlich. Es kommt schon mal vor, dass wir uns einige Beleidigungen gefallen lassen müssen. Wer das nie erlebt hat, kann das wohl kaum glauben. Mangelnder Anstand und fehlende Toleranz können meine Körpertemperatur schon mal ansteigen lassen.

Würdest Du von Dir sagen, dass Du ein guter Mensch bist?

Im Grossen und Ganzen: Ja.

Was heisst im Grossen und Ganzen?

Für mich ist ein guter Mensch ein hilfsbereiter, aufmerksamer Mitmensch, der es nicht nötig hat sich zu verstellen. Jemand, der bemüht ist, mit den Leuten auszukommen, vorurteilslos. Das ist nicht immer ganz einfach, deshalb die Einschränkung im Grossen und Ganzen.

Wie wichtig ist Geld für Dich?

Geld sollte uns einen gewissen Lebensstandard über dem Existenzminimum ermöglichen. Millionen müssen es nicht unbedingt sein. Ein Leben am Existenzminimum wünscht sich niemand - der tagtägliche Kampf ist zu zermürbend.

Hast Du schon mal was Schlimmes gemacht, das Du heute bereust?

Ich kann hinter all meinen Taten stehen. Das ist mir auch sehr wichtig.

Was würdest Du auf keinen Fall tun, auch nicht für viel Geld?

Meinen Körper verkaufen - das könnte ich mir nun wirklich nicht vorstellen. Meine eigenen Menschenwürde käme mir da in die Quere.

Was ist Dir heilig?

Die Wahrheit ist für mich ein unerschöpfliches Gut. Auch die Familie als Zentrum bedeutet mir sehr viel.

Glaubst Du es ist Dir gelungen, Deinem Leben einen besonderen Sinn zu geben?

Ich arbeite noch daran. Ich habe das Gefühl, dafür bin ich einfach noch etwas zu jung, um diese Frage abschliessend zu beantworten.

Was braucht es, damit Du die Kontrolle über Dich verlierst?

Ich kann mich nicht erinnern, dass sich so eine Situation bereits ergeben hat. Meine charakterlichen Eigenschaften lassen ein unüberlegtes "ausrasten" gar nicht zu. Ich überdenke eine Situation lieber einmal zu viel als einmal zu wenig.

Was wäre die absolute Katastrophe für Dich?

Einen geliebten Menschen zu verlieren oder wenn ich meine eigene Identität aufgeben müsste, das wären für mich Katastrophen.

Das absolute Glück?

Nachwuchs - aber es eilt ja nicht...

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

Fallschirmspringen - im Tandem natürlich. Aber es war weder die Kraft noch der Mut das Problem, mir fehlte schlichtweg die Gelegenheit. (Anmerkung der Redaktion: Das kann man ja ändern. Wir würden davon selbstverständlich in der Hauszeitung berichten).

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

Du stellst Fragen! Mir fällt nichts ein.

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

Sissi-Kleider - Einmal wie die Kaiserin von Österreich über eine grosse Treppe hinabschreiten. Da kommt man ja in's träumen. Meine Grossmutter hatte solch lange Kleider - zumindest ähnliche - schon damals wollte ich mich immer verkleiden und zur Monarchin werden.

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

Fusion

Die ofa-Publicitas Fusion ist nur ein Beispiel. Fusionieren - das scheint aber in Mode zu sein, nicht wahr?!

Glauben

Ich glaube an mich!

Fortsetzung: Flo's Frage Egge

Sicherheit

Wichtig. Die grösste Sicherheit gibt mir das Gefühl, wenn ich spüre, dass andere Menschen zu mir stehen.

Solidarität

Ausgesprochen wichtig! Lebenswichtig!

Ich beginne einen Satz und Du führst ihn zu Ende.

Meiner Chefin würde ich schon lange gerne mal sagen, dass...
... ich sie toll finde.

Wenn ich zaubern könnte....
... würde ich mich auf die Malediven zaubern.

(Anmerkung der Redaktion: Kunststück bei diesem Wetter in den letzten Wochen!)

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

... in der Cafeteria eine Mikrowelle.

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

Welches ist Deine grösste Schwäche?

Es mangelt mir oftmals etwas an Selbstbewusstsein.

Deine grösste Stärke?

Mein Sinn für Humor - mein Lachen.

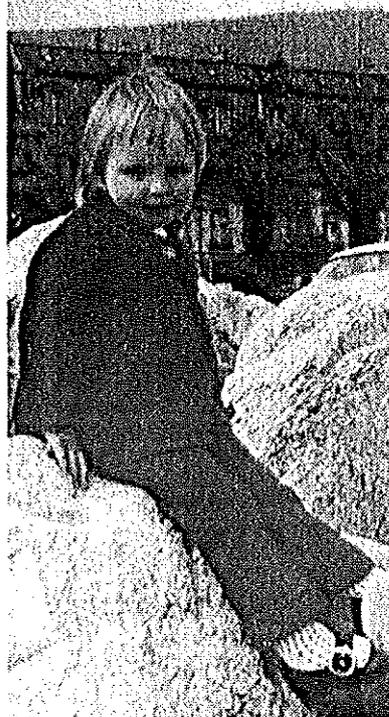
Ursula, herzlichen Dank für Deine Antworten.

Auflösung des Wettbewerbes aus dem EXTRABLATT 6 / 98

Leider haben nur 4 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei unserem Erkennungsspiel 6 / 98 mitgemacht. Die richtige Antwort lautete: **Thomas Tschui**.

Zwei Einsender glaubten Jürg Steiner zu erkennen, eine Einsenderin tippte auf Ueli Zwahlen, und nur **Edith Künzi** erkannte den fröhlichen Buben auf dem Wettbewerbsfoto richtig.

Herzlichen Glückwunschl



Wer ist SIE?

Sternzeichen: Schütze
Heimatort: Lyss

Was SIE mag:

Wandern in den Bergen

Was SIE nicht mag:

Krank sein



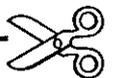
Raten Sie mal ...

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stellen sich vor.

**Wettbewerb
REKA-Check
zu gewinnen!**

**Der Preis:
Ein REKA-Check
im Wert von Fr. 50.-.**

Die Auslosung erfolgt unter den richtigen Einsendungen. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.



Den ausgefüllten Talon senden Sie bitte bis Dienstag, 6. April 1999 an Frau Ursula Imhasly, Personalabteilung, Rohrpost 9.1 senden.

Ich tippe auf:

Absender:

Name:

Vorname:

Abteilung:

PubliBärn

Tierisch menschlich ...



«Aha, jetzt hab ich's kappiert:
Ostern ist ein Fest. Dabei versteckt man Eier.
Die Eier sind bemalt. Was ich immer noch nicht
begreife, was hat ein Hase mit Eiern zu tun?»

Bei dieser Oster-
hysterie hilft nur eines
hat Klopfer gesagt:
«Augen zu und durch!»



«Um diese Jahreszeit krieg
ich immer Depressionen und
Alpträume, Herr Dr. Freud!»



«Na, ich weiss ja nicht wie es
Euch geht: Aber ich hab vom
Schnee die Nase voll!»

Publi Bärn

Nr.2 / Mai 1999

 PUBLICITAS

publimag

publimedia

Krieg

In den Kriegsjahren 1939 bis 1945 wurde die Produktion von Reklameartikeln erheblich eingeschränkt. Die Betriebe bekamen die Auflage, Kriegsgeräte und militärisches Zubehör zu produzieren. Während der Kriegsjahre kam in den europäischen Ländern die Plakatherstellung aus Eisen und Email fast völlig zum Erliegen. Die Zahl der produktionsfähigen Betriebe war danach gering. Mangel an Rohstoffen, Kohle und Eisenblechen verhinderte die Produktion. Um das Defizit an Küchen- und Haushaltsgeräten, wie Öfen, Herde, Badewannen und auch Schilder auszugleichen, mussten Ersatzstoffe gefunden werden.

Das Ende

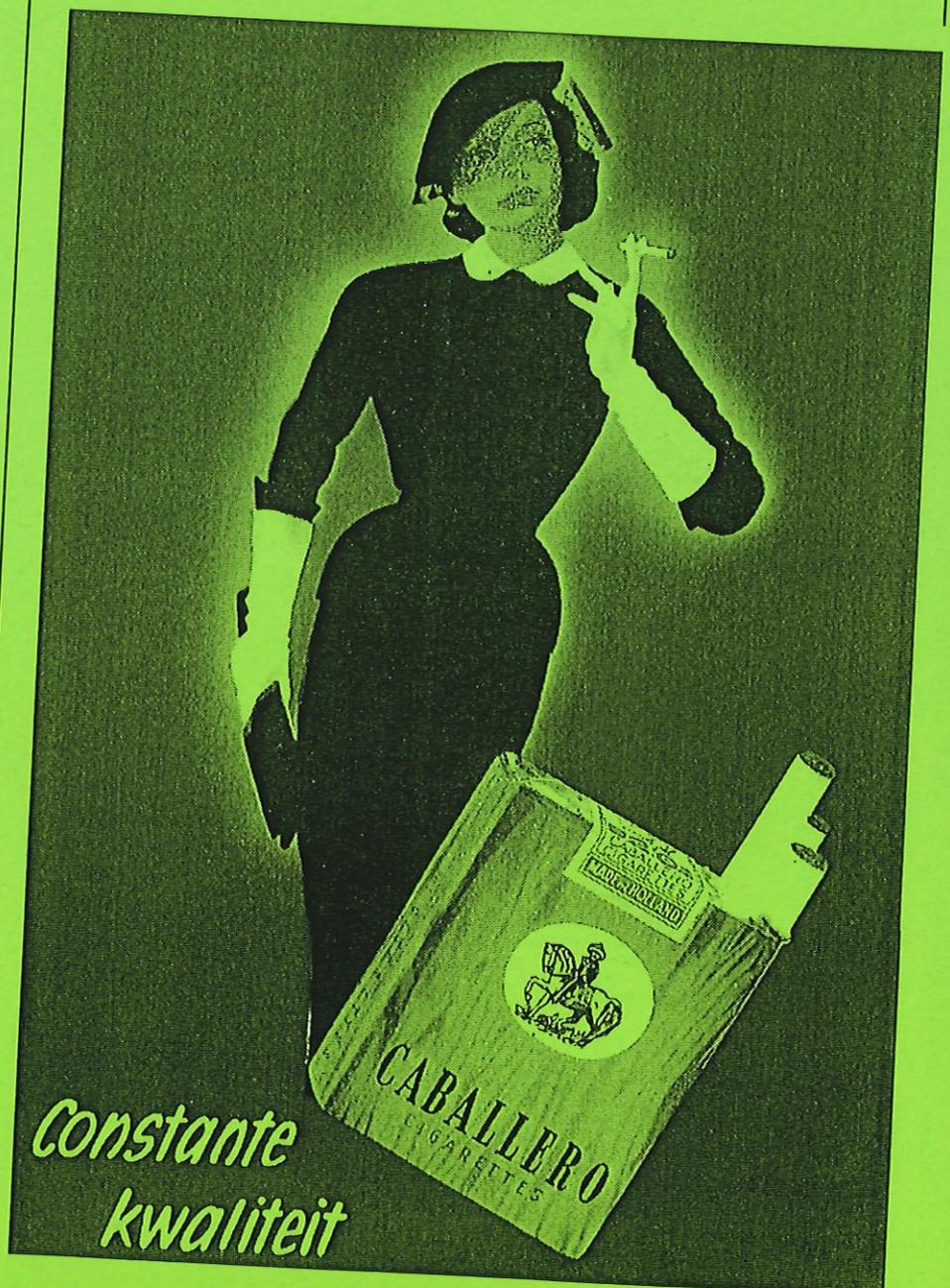
Nach dem Kriegsende begann in Westeuropa unter dem Einfluss und mit Hilfe des amerikanischen Marketings eine Wiederbelebung der Wirtschaft und damit der Werbung.

Es erschienen wieder Inserate in den Zeitungen und es wurden riesige Plakate geklebt. Es entstanden neue Medien, im wesentlichen Radio und Fernsehen neben Film, Plakat und Leuchtwerbung.

Bild: Emailschild "Caballero Cigarettes" aus der Zeit nach dem Zweiten Weltkrieg.

Werbung früher - das ENDE der Emailschilder-Ära

Erinnern wir uns... In der letzten Ausgabe von Publi-Bärn haben wir die Geschichte der Emailschilder von den Anfängen bis zu Ihrer Blüte zwischen 1920 und 1930 erfahren. Das Ende der Emailschilder ist nun in dieser Ausgabe beschrieben:



Impressum

Herausgeber:

Von und für die Mitarbeiter der Firmen der PubliPresse von Bern und Burgdorf

Verantwortliche Redaktion:

in alphabetischer Folge
Rita Anderegg, Martin Bürki
Ursula Imhasly, Edith Künzi
(Vertretung Publimag), Hugo
Kropf (Vertretung Publimedia),
Florence Lavanchy, Peter Moll
Carmen Reichenbach

Grafische Verantwortung:

Alex Rüfenacht

Layout:

DTP-Team der Publicitas Bern

Erscheinungsweise:

(6 x jährlich)

Auflage: 200 Exemplare
für das Personal der PubliPresse-
Firmen Bern und Burgdorf
und für Pensionierte

Das nächste "PubliBärn"
erscheint: Juli 1999

Ihre Beiträge:

Texte bitte immer digital anlie-
fern (Text im Amipro erfassen
und unter Dateiformat "Word
for Windows 6.0") abspeichern.
Besten Dank für Ihre Mithilfe.

(Fortsetzung von der Titelseite)

Bis 1960 lässt sich ein leichter Anstieg der Nachfrage nach dauerhafter Reklame feststellen. Die Emailwerke produzierten höhere Stückzahlen. Namen wie "Martini", "Cincano", "Dunlop", "Michelin" und "Philips" tauchen vermehrt auf.

Fotovorlagen für naturalistische Werbeschilder kamen nun verstärkt zum Einsatz, neben den in dieser Zeit sachlichen Werbeschilder.

Doch die meisten Markenartikelhersteller gingen in den Jahrzehnten nach dem Zweiten Weltkrieg andere Wege, sie suchten preiswertere Materialien für ihre Werbung. So konnten sie schneller auf Modetrends reagieren. Die Reklameschilder aus Email starben nun langsam aus.

Einige Emailerwerke versuchten in jüngster Vergangenheit für Sammler und Freunde der alten Email- und Blechschilder solche Werbeträger neu aufzulegen. Diese sind jedoch nicht mehr echte, sondern häufig nach-emaillierte Schilder. Ein echter Sammler unterscheidet ein altes Original sofort von diesen Nachproduktionen. Eine Blütezeit werden die emaillierten Tafeln wohl nie wieder erreichen. Die ehemaligen Vorzüge der Emailschilder, ihre Langlebigkeit und Dauerhaftigkeit, verkehrten sich in echte Nachteile. Die Werbung für Markenartikel wurde schnelllebiger und dynamisch den Markttrends angepasst. Prospekte, Anzeigen, Papierplakate, Radio und Fernsehen haben die Dauerwerbung abgelöst.

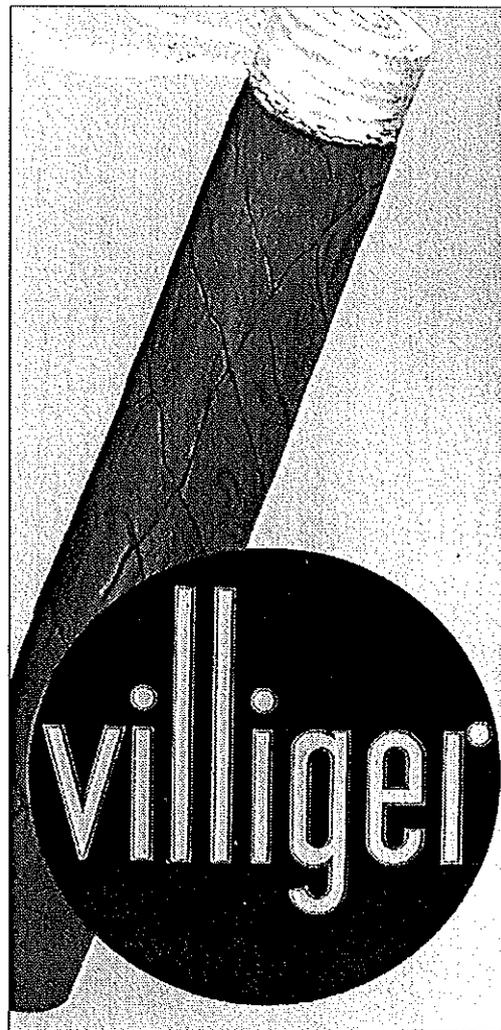
In der heutigen Werbeträgerumgebung sind noch mehr Werbeträger, zum Beispiel Internet, dazugekommen. Das Emailplakat wird wohl nicht mehr wiederkehren.

Martin Bürki

Bilder:

Emailschilder aus der Zeit
nach dem Zweiten Weltkrieg
(um 1950 - 1960).

(Aus: das Grosse Buch der
Emailplakate, Orbis Verlag,
zur Verfügung gestellt
von Flo Lavanchy)



Die ersten 100 Tage sind längst geschafft. Und wie!

"Publimedia Bern, Carole Donzé, guten Tag" ist vielen unter Ihnen als der erste herzliche Willkommensgruss bei der Publimedia Bern bereits bestens bekannt. Sei dies, wenn Sie uns über's Telefon erreichen, oder wenn Sie sich direkt zu uns an den Empfang im 9. Stock begeben.

Seit dem 4. Januar diesen Jahres ist die Publimedia also auch in der Bundesstadt offiziell vertreten. Und dies, wie die aktuellen Umsatzzahlen zeigen, sehr erfolgreich. Sie fragen sich: "Das ist ja gut und recht. Nur, hat sich denn so vieles gegenüber der früheren Situation geändert. Und wenn es denn so ist, was genau?"

Was sich fast nicht geändert hat, ist die in der PubliBärn bekannte Mannschaft der ehemaligen Grosskundenabteilung der P-Bern. Nebst dem bewährten Team unter der Leitung von Giovanni Trümpi kamen weitere versierte Grosskundenbetreuer der ofa Bern, Willy Stucki und Marika Teuscher, sowie der Publicitas Biel, Daniel Villard und Mirjam Matti, zur bestens eingespielten Mann- und Frauschaft an der Seilerstrasse im City-West.

Obwohl man sich ja bereits von früher her kannte, war es doch zu Beginn des Berner Publimedia-Lebens ein Beschnuppern und Kennenlernen, bis sich die Teams in ihrer neuen Umgebung eingelebt hatten. Eine neue Umgebung, die - so wird uns auch von unseren Gästen gerne bestätigt - in ihrer Ausgestaltung

doch als gelungen bezeichnet werden darf (den Architekten sei Dank und Gruss an Walter Althaus).

Offen und kommunikativ sollte sich der Geist der Publimedia in der Konzeption der Bürolandschaft widerspiegeln. Auch hier wagen wir zu sagen, dass sich die Umsetzung bewährt, wenn gleich auch ab und zu eine abgeschlossenerere Raumsituation vielleicht das eine oder andere Telefongespräch etwas vereinfachen würde.

Tools der MediaOnline auf der Webseite der Publimedia) und ebenfalls teilweise exklusiv für die Kunden der Publimedia eingesetzt werden. Allen Tools steht aber die gleiche Idee zu Grunde: das Inserieren so einfach wie möglich zu gestalten und mit interessanten Planungsinstrumenten das Inserat als nach wie vor attraktives Werbemittel im grossen Konzert der Media-Planung zu positionieren.



Publimedia, die Generalunternehmung für die Printplanung: vielleicht haben Sie auch schon ein Haus gebaut oder eine grössere Renovation vorgenommen. Da zeigt sich sehr schnell, wo und wie Geld eingespart, Nerven geschont und Zeit gewonnen werden kann. So ähnlich sehen wir unsere Aufgabe: komplexe Probleme in ihrer Gesamtheit, schnell, unkompliziert, professionell und - vor allem - kundengerecht zu lösen.

"Publimedia Bern, Carole Donzé, guten Tag" sollte Ihnen diese Begrüssung noch fremd sein, dann ist es höchste Zeit, dass Sie uns im 9. Stock im City-West besuchen. Wir freuen uns darauf.

Daniel Strobel
Publimedia Bern/Basel

Ist die personalisierte Beratungssituation sehr ähnlich wie früher, so sind doch bei den inhouse zur Verfügung stehenden Dienstleistungsangeboten einige Unterschiede feststellbar. Dienstleistungen, die zum Teil von der Publimedia entwickelt worden sind (wie z.B. der Print-Advertising-Monitor PAM oder einzelne

Runde Geburtstage

Ein ganzes Jahrhundert, aufgeteilt in 2 x 50 Jahre, gab es im April und Mai zu feiern. Noch im April, nämlich am 24., jubilierte **Frau Aafke Christoffel** in Burgdorf zu ihrem 50. Geburtstag. Eine Woche später, am 1. Mai, durften wir hier in Bern mit **Kurt Müller** auf das gleiche Ereignis anstossen. Im Juni dürfen wir zwei Mal zum 20. Geburtstag gratulieren. **Frau Monika Niederhäuser** lässt Ihre Party am 18. Juni steigen und bei **Herrn Laurent Risi** kann am 30. Juni gefeiert werden. Wir gratulieren den Geburtstagskindern ganz herzlich und wünschen gute Gesundheit und viel Glück.

Hochzeitglocken

Was wir schon lange erwartet und schon fast nicht mehr geglaubt haben, wurde schlussendlich doch noch wahr: Am 30. April gaben sich **Frau Bettina Mathys** und **Herrn Michael Sutter** auf dem Standesamt in Zollikofen das Jawort.

Wir wünschen der jungen Familie viel Glück auf Ihrem gemeinsamen Lebensweg.

Dienstjubiläen

Auf 5 Jahre Inserateschluss-Stress durfte am 1. Mai **Frau Sandra Ehrlé** zurückblicken. Unter dem Motto «keep cool» hat sie diese fünf Jahre bestens überstanden und freut sich nun auf die nächsten fünf.

Die zweiten fünf Jahre bereits schon hinter sich und somit das 10-Jahre-Jubiläum feierte am 1. Juni **Frau Ursula Rytz**. Sie hat sich stets im Pachtblatt-Bereich für unsere Anliegen eingesetzt.

Am 1. Juli feiert **Herr Thomas Zürcher** sein 10-jähriges Jubiläum. Seine 10 Jahre standen ganz im Zeichen von stetigem Dienst an unseren Kunden und unseren Partnerblättern.

Das Redaktionskomitee dankt an dieser Stelle allen Jubilaren für ihren Einsatz und ihre persönliche Leistung im Interesse unseres Unternehmens und gratuliert ganz herzlich.

Eintritte

Seit dem 1. April verstärkt **Herr André Niederhäuser** unser Bund-Team als Halbtagsangestellter im Telefonmarketing. Während er in seinem anderen Beruf (Herr Niederhäuser ist Profifussballer) eher in der Defensive wirkt, so widmet er sich im Bund-Team voll dem Angriff.

Seit dem 14. April ergänzt **Herr Daniel Alfonsetti** das DTP-Team und stellt uns sein grosses Fachwissen zur Verfügung.

Gleich drei Mitarbeiterinnen nahmen am 3. Mai ihre Tätigkeiten bei uns auf. **Frau Sonja Büschi** als Mitarbeiterin in unserer Abteilung Publicitas Direct, wo sie ihre reiche Erfahrung im Verlagswesen bestens einbringen wird, **Frau Regula Liniger** im lange verwaisten Direktionssekretariat und **Frau Brigitte Maurer** als Kundenberaterin in unserer Agentur Burgdorf.

Wir heissen alle Neueingetretenen herzlich willkommen und wünschen ihnen viel Befriedigung bei ihrer Arbeit und viel Freude im neuen Team.

Austritte

Bei so vielen Eintritten gibt es natürlich auch Austritte. Ende Mai verliessen uns **Frau Sonja Meierhans** und **Frau Sonja Pio**. Frau Pio hat sich entschlossen mit ihrer stets guten Laune den trüben Swiss-Pool zu erhellen und Frau Meierhans will mit ihrem Wissen und Können eine Agentur auf Trab bringen.

Ende Juni verlässt uns auch **Frau Andrea Jost**. Sie hat genug von der gedruckten Presse und will sich nun beim Radio und TV mit der Disposition von Spots befassen.

Wir danken den dreien für ihren Einsatz und die wertvolle Arbeit, die sie in unserem Unternehmen geleistet haben und wünschen ihnen viel Glück für die Zukunft.

Wir gratulieren zur bestandenen Prüfung

Nach langer und intensiver Lernphase und nach einer kurzen, aber umso anspruchsvolleren Prüfungszeit, dürfen **Frau Anja Fasler** und **Herr Daniel Beyeler** kurz zurücklehnen und zu Recht Stolz auf sich sein.

Beide haben eine eidgenössische Prüfung erfolgreich bestanden, Frau Fasler als Werbeassistentin und Herr Beyeler als Marketingplaner.

Wir gratulieren den beiden ganz herzlich und wünschen ihnen viel Erfolg.

Hochzeitglocken

Publimedia

Karin Fasel und Ingo Goldbaum freuen sich auf den 4. Juni. An diesem, hoffentlich sonnigen Tag, werden sie sich in Biel auf dem Standesamt das JA-Wort geben. Wir gratulieren dem Paar ganz herzlich und wünschen Karin und Ingo alles Gute und Schöne zum Zämeläbe!

Dienstjubiläen

Publimag

Am 16. Mai 1999 ist es 10 Jahre her, dass **Frau Gaby Schoeni** in unsere Stammfiliale eingetreten ist. Leider wird sie uns nach 9 Jahren Publicitas (Touring) und einem Jahr Publimag (Touring) auf Ende Juni 1999 verlassen.

Herr Frank Harnisch feiert am 11. Juli 1999 sein 5-jähriges Jubiläum. Herzlichen Glückwunsch.

Eintritte

Publimedia

Von Biel nach Bern

Fabienne Villard verkauft heute noch Sonderseiten fürs Bieler Tagblatt. In der P-Biel. Anfangs August wird sie im BID (Beratungs-Innendienst) bei der Publimedia Bern den Arbeitsplatz von Karin Fasel einnehmen. Mit Fabienne könnt ihr über heisse, schnelle Autos, Autorennsport und was damit zusammenhängt diskutieren, in diesem Gebiet ist sie ein grosser Freak. Wem das zu schnell ist, kann geruhsamer über Sehenswürdigkeiten und Lebensgefühl in den Hauptstädten Europas mit ihr plaudern (sie hat sich zum Ziel gesetzt, nach und nach alle europäischen Hauptstädte zu besuchen). Tanz und Musik ist ihr ebenfalls sehr wichtig, hat sie doch während vielen Jahren in einer Tanztruppe (HipHop) viele Auftritte miterlebt. Schon jetzt: herzlich willkommen in Bern, liebe Fabienne.

Publimedia

Von Genf nach Bern

Anfangs August wird **Beat Zimmermann** die Publimedia Genf mit der Publimedia Bern ver-

tauschen und als Nachfolger von Marika Teuscher wirken. Beat ist, trotz jungen Jahren, bereits ein «alter» Hase im Inseratenbusiness. Seine KV-Lehre hat er in der P-Solothurn gemacht und kennt das P-Haus in der City West bereits aus Branchenkunden-Gründen. Damals hatte er noch eine wallende Langhaar-Frisur, heute strahlt er mit kürzeren Haupthaar-Wellen.

Bei trockenem Wetter ist Beat mehrmals wöchentlich mit seinem Mountainbike unterwegs, bei schlechtem Wetter bringt ihn Bruce Springsteen in Stimmung. Herzlich willkommen in Bern, lieber Beat.

Austritte

Publimag

Frau Gaby Schoeni hat sich entschlossen nach 10 Jahren eine neue berufliche Richtung einzuschlagen und verlässt uns per Ende Juni 1999. Wir danken im

Namen unserer Direktion ganz herzlich für Ihren grossen Einsatz.

Ebenfalls bedauern wir den Austritt von **Frau Jeannine Kropf**. Sie sucht eine neue Herausforderung.

Wir wünschen Gaby und Jeannine viel Glück und Erfolg auf ihrem weiteren Lebensweg.

Publimedia

Von Bern nach Biel

Leider verlässt uns unsere Spezialistin für alle Efassungsprobleme (und was da alles zusammenhängt) **Marika Teuscher**. Der PubliGroupe bleibt sie aber erhalten: in der Publicitas Biel trifft sie als Verkaufsassistentin auf vertraute Gesichter. Uns nützt das leider wenig bis gar nichts. Immerhin können wir uns mal ein Grüessli mailen. Eine zfridnige und kompetente Kollegin lassen wir sehr ungern ziehen. Trotzdem: Alles Gute und viel Freude am neuen Arbeitsplatz, liebe Marika!

Aus dem Fremdwörterbuch

Snow|board [ˈsnou-bo:d] (engl.: „Schneebrett“) das; -s, -s: einem Brett ähnliches Sportgerät zum Gleiten auf Schnee. **snow|boarden**: Snowboarding betreiben. **snow|boarder** der; -s, -: jmd., der Snowboarding betreibt. **snow|boarding** das; -s: sportliche Betätigung auf einem Snowboard.

Hätte man das Snowboard in seiner Anfangszeit mit diesen Worten beworben, würde es heute wohl nicht viele Snowboarder geben. Welcher Jugendliche (und auch Erwachsene) möchte schon gerne auf einem brettähnlichen Sportgerät auf dem Schnee gleiten (das ausgediente Bügelbrett der Mutter lässt grüssen!). Diese Formulierung ist doch total uncool. Apropos cool. Unlängst erzählte mir ein Anglistikstudent,

dass sich die Universität Bern (English Departement) jetzt auch mit den trendigen (bzw. jugendlichen) Aussprachen beschäftigt. So heisst es denn heute auch nicht mehr cool sondern vielmehr coool (mit langgezogenem, langsamen o-Laut ausgesprochen).

Hier noch die Definition aus dem Fremdwörterbuch zu «cool»:

cool [ku:l] (engl.: „kühl“): (sallopp) 1. leidenschaftslos, nüchtern-sachlich u. kühl im Handeln od. Einschätzen einer Situation.

Der Autor ist leidenschaftlicher Skifahrer und möchte den Pistenkonflikt (wenn es ihn denn überhaupt gibt) zwischen Snowboardern und Skifahrern keinesfalls anheizen. Bleiben wir cool!
von Alex Baumgartner

Wir stellen vor

Obwohl in der letzten Ausgabe alle Teams vorgestellt wurden, wollen wir Ihnen hier unsere neuen Kolleginnen und Kollegen etwas näher bringen. Weil diese Rubrik in den letzten beiden Ausgaben leider vernachlässigt wurde, fällt sie nun etwas umfangreicher aus.



Unterdessen kennen sicher schon alle **Frau Gisela Dinkelmann**, welche in unserer Cafeteria Frau Wölfli ergänzt und im Notfall auch vertritt. Die im Sternzeichen Zwilling geborene liebt die italienische Küche, und möchte gerne mal nach Irland in die Ferien. Dass das leider nicht ganz so einfach ist, liegt vorallem an ihrem privaten Kleinzoo. Sie hält sich nämlich nebst Katzen auch noch Meerschweinchen und Ratten, die alle versorgt sein wollen. Nicht versorgt, aber abgestaubt werden wollen ihre unzähligen Schweinchen aus aller Art Materialien, welche Frau Dinkelmann sammelt. Bleibt dann noch Zeit, so erholt sich Frau Dinkelmann beim Hören von Oldies und bei einem guten Buch.



Auch schon eine Weile dabei, aber noch nie vorgestellt worden, ist **Frau Doris Bieri**. Als Mitarbeiterin im Telefonmarketing verstärkt sie seit einiger Zeit das Team von Res Spycher. Die Skorpion-Frau liebt die chinesische Küche und wer sie kennt, kann sich gut vorstellen, dass sie auch selber chinesisch kocht. Musikalisch steht sie auf James Last und Max Greger. Das passt dann auch zu ihrem Hobby, Frau Bieri ist nämlich eine leidenschaftliche Tänzerin. Damit sie fit bleibt, wird geturnt und die Kondition wird an Volksmärschen (am liebsten zweitägige) gestärkt. Zur Erholung bewundert Frau Bieri gerne ihre Zierfische im Aquarium und träumt dabei von ihrem Ferientraum, der Côte d'Azur.



Ebenfalls im Telefonmarketing, aber für den Bund, ist **Frau Monika Schmutz** tätig. Während sie kulinarisch eher auf den Süden steht (italienisch), so fährt sie touristisch eher auf den Norden ab. Der Ferientraum der Zwillingsfrau ist nämlich Skandinavien und dort vor allem Finnland und Norwegen. Frau Schmutz liebt klassische Musik, die Werke von Mozart stehen dabei ganz oben auf der Hitliste. Als Haustier hält sie sich eine Katze. In der Freizeit spielt sie gerne Tennis, unternimmt Wanderungen oder genießt eine Ausfahrt mit dem Velo. Im Winter ist gelegentlich auch Skifahren angesagt.



Unser Leibblatt «Der Bund» auf die Stirn geschrieben hat sich auch **Frau Uemran Oeztok**. Die im Zeichen des Skorpions geborene Liebhaberin der chinesischen Küche träumt von einer langen Weltreise. Wenn es dann endlich soweit sein wird, will Frau Oeztok vorbereitet sein und keinesfalls schon vorzeitig schlapp machen. Sie treibt deshalb schon jetzt viel Sport und hält sich mit Aerobics und Steptanz fit.



Gut eingelebt hat sich auch **Herr André Niederhäuser**. Im Telefonmarketing für den Bund hat der Löwe bereits die Sporen abverdient und erfolgreich die ersten Inserate verkauft. Auch er liebt die italienische Küche. Sein Hobby, das Fussball spielen, hat sich Herr Niederhäuser zum Beruf gemacht. Obwohl sein Team im Moment nicht gerade auf Rosen gebettet ist, lässt er sich dadurch nicht aus der Ruhe bringen und schaut zuversichtlich in die Zukunft. Die soll ihm auch einmal eine Weltreise bringen, welche ihn in andere Kontinente und ferne Länder bringen soll. Bei der Lieblingsmusik ist er nicht besonders wählerisch und hört sich fast alles an was gerade läuft, sofern ihn Hund und Katze dabei nicht stören.



Noch nicht so lange bei uns ist **Herr Daniel Alfonsetti**. Der neue Mitarbeiter im DTP-Team ist im Zeichen des Krebses geboren und liebt die Mittelmeerküche. Ferienziele hat er keine bestimmten, wichtig sind dabei nur Sonne, Sand und Meer und er lässt sich damit unendlich viele Optionen offen. Seine Lieblingsmusik richtet sich nach seiner Stimmung und er zeigt sich hier ebenfalls polyvalent, viele Stilrichtungen kommen in Frage. Über ein Haustier hat Herr Alfonsetti schon nachgedacht und seine Wahl würde wahrscheinlich auf eine Katze fallen. Er hält sich gerne im Freien auf, macht Ausflüge zu Fuss oder mit dem Velo und freut sich schon jetzt auf die Badesaison.



Persönliches Interview mit: André Fluri

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

Wenn alle, vom "kleinen" Mitarbeiter bis zum Geschäftsleitungsmittglied vollen Einsatz leisten, dann sehe ich sehr positiv in die Zukunft.

Stell Dir vor am 1.1.2000 erscheint eine Sonder-Briefmarke zum Thema Millenium. Man stellt Dir die Aufgabe die zu kreieren. Beschreib mir Deine Jahrtausend-Briefmarke!

Bis zur 4. Klasse habe ich "tonnenweise" Briefmarken gesammelt, die dann eines schönen Tages von meiner Mutter mühsam auf den Estrich deponiert wurden. An diesem Tag habe ich versprochen, nie mehr etwas mit Briefmarken anzufangen...

Welche 3 Dinge (alle Menschen wären bereits in Sicherheit) würdest Du bei einem Brand in Deiner Wohnung oder Deinem Haus (was wir natürlich niemandem wünschen) aus den Flammen retten?

Ungeachtet auf Verlust würde ich nur noch meinen Hund retten. Die materiellen Dinge sind eh (fast) alle ersetzbar!

In England gibt es sicherlich Tausende von Menschen, die gerne mal mit der Queen ein Plauderstündchen beim Tee abhalten würden. Mit welcher Berühmtheit möchtest Du mal beim Tee oder auch etwas Hochprozentigerem mit Fragen fordern?

Mit Zucchero würde ich gerne mal ein Bierchen trinken...

Die PubliGroupe hat überall in der Welt Filialen. Könntest Du Dir vorstellen (ungeachtet von Alter, Familienverhältnissen) in einer zu arbeiten? Wenn ja, in welcher?

In Paris wäre ja eine P-Filiale. Aber dort zu arbeiten, kann ich mir nicht vorstellen. Ein befristeten Sprachaufenthalt im wunderschönen Paris, das könnte ich mir eher vorstellen.

Der Geist aus der Wunderlampe offeriert Dir einen 14-tägigen Gratisurlaub. Wohin geht die Reise?

Da muss ich nicht lange überlegen: Fuerteventura

Du müsstest aus der Schweiz auswandern. Welches Land wird Deine neue Heimat?

Also wenn ich müsste, dann würde es mich wohl in sonnige Spanien ziehen.

Würdest Du von Dir sagen, dass Du ein guter Mensch bist?

Also meine Grossmutter hat dies immer behauptet.

PS: Grossmütter haben doch immer recht...

Wie wichtig ist Geld für Dich?

Sagen wir mal so - nicht unwichtig.

Hast Du schon mal was Schlimmes gemacht, das Du heute bereust?

Ja, ich habe das "obligatorische" seit 2 Jahren nicht mehr geschossen...

Was würdest Du auf keinen Fall tun, auch nicht für viel Geld?

Bei YB spielen....

Was braucht es, damit Du die Kontrolle über Dich verlierst?

Also die Kontrolle verliere ich grundsätzlich nie. Aber die Nerven werden manchmal schon etwas strapaziert. Und dann kann es vorkommen, dass es im 8. Stock halt etwas lauter wird...

Was wäre die absolute Katastrophe für Dich?

Wenn ich den Humor verlieren würde...

Das absolute Glück?

Mein gestecktes Ziel zur erreichen!

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

Eine Millenium-Briefmarke kreieren.

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

Die Heino-Brille

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

Fusion

Steigende P-Aktien!

Glauben

Schade, dass es wegen etwas immateriellem wie der Glaube Kriege gibt.

Sicherheit

Schweizer Banken

Solidarität

Besonders jetzt aktuell

Frieden

Wird wohl nie auf der ganzen Welt herrschen, da die Gier nach Macht des Menschen zu gross ist.

Nächstenliebe

Sollte eine Selbstverständlichkeit sein.

Toleranz

Nicht immer einfach.

Ich beginne einen Satz und Du führst ihn zu Ende.

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

...er ein wirklich toller Kumpel ist.

Fortsetzung: Flo's Frage Egge

Wenn ich zaubern könnte...

...hätten wir wohl die weltweit schönste Millenium-Briefmarke.

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

...Zauberstäbe.

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

Da bin ich wohl die Ausnahme, die die Regel bestätigt.

Was für ein Thema würdest Du im "PubliBärn" gerne mal lesen?

In der nächsten Ausgabe von "Flo's Frage Egge" würde ich gerne erfahren wie Fred Struchen Deine Fragen meistert...

*Lieber André, herzlichen Dank für Deine Antworten

Florence Lavanchy



Auflösung des Wettbewerbes aus dem PubliBärn 1 / 99

Leider haben nur 3 Mitarbeiterinnen bei unserem Erkennungsspiel 1 / 99 mitgemacht. Alle drei tippten richtig auf

Ursula Kienbrandt

Das Los musste entscheiden! Unter Aufsicht des gesamten Redaktionsteams wurde **Frau Sabine Krebs** als Gewinnerin der Fr. 50.- in REKA-Checks gezogen. Glückwunsch!



Wer ist SIE?

Sternzeichen: Stier

Heimatort: Radelfingen

Was SIE mag:

Lädele

Was SIE nicht mag:

Streit, Unzuverlässigkeit

Lebensmotto:

Jeden Tag so nehmen wie er kommt!



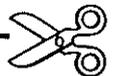
Raten Sie mal ...

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stellen sich vor.

Wettbewerb REKA-Check zu gewinnen!

Der Preis: Ein REKA-Check im Wert von Fr. 50.-.

Die Auslosung erfolgt unter den richtigen Einsendungen. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.



Den ausgefüllten Talon senden Sie bitte bis Freitag, 4. Juni 1999 an Frau Ursula Imhasly, Personalabteilung, Rohrpost 9.1 senden.

Ich tippe auf:

Absender:

Name:

Vorname:

Abteilung:

Publicitas Burgdorf - im Emmental ein Begriff

Die Publicitas Burgdorf hat Tradition, gibt es sie doch bereits seit über 100 Jahren. Bis 1991 war die P-Burgdorf eine eigenständige Filiale, dann bis 1994 eine Agentur der P-Bern. Aus vertraglichen Gründen (Verlag) wurde 1994 aus P-Burgdorf die ofa Orell Füssli Werbe AG. Nach 5 Jahren ofa, seit 1.1.1999, sind wir jedoch wieder im Schoss der P-Familie. Die Heimkehr wurde uns leicht gemacht, hat uns doch die P-Bern mit offenen Armen empfangen und uns herzlich willkommen geheissen.

Die Zeitungen unserer Region
Doch selbst wenn wir als Agentur der P-Bern für Umsatz und Rentabilität selber verantwortlich sind, geht das nicht ohne die tatkräftige Mithilfe und Unterstützung des Verkaufes und der Administration unserer Berner Kollegen. Zwar nehmen wir gerne Geschenke entgegen, aber wir haben auch etwas zu bieten:

Für den lokalen und regionalen Markt:

- das **Burgdorfer Tagblatt**
- die **Burgdorfer Woche** (Grossauflage des BT, jeden Mittwoch gratis in 25'000 Haushaltungen) und
- das **Burgdorfer Kombi** (Burgdorfer Woche und Anzeiger Burgdorf)

Für das Oberaargau:

- der **Oberaargau-Emme-Pool** (Burgdorfer Woche, Berner Rundschau und Langenthaler Tagblatt)

Und für das Emmental:

- das **Emme-Kombi** (Burgdorfer Woche und Wochenzeitung Langnau)

Auch das Burgdorfer Tagblatt hat Tradition. Mit 169 Jahren ist das "BT" die älteste Tageszeitung im Kanton Bern (Zuerst "Berner Volksfreund" und ab 1891 "Burgdorfer Tagblatt"). Doch Tradition verträgt sich

bestens mit Innovation, denn das neue, moderne Layout der Zeitung kommt gut an. 1996 starteten wir mit dem Projekt Wochenzeitung. Jeden Mittwoch erscheint mit einer Auflage von rund 25'000 Exemplaren die Grossauflage des BT, die "Burgdorfer Woche". Nicht nur äusserlich unterscheidet sich die Wochenzeitung von der normalen Tagesausgabe, auch inhaltlich wurden neue Akzente gesetzt. Der Erfolg gab uns Recht: Seit dem Start konnte das Inseratevolumen um 33 % gesteigert werden.

Lokalzeitung statt Dorfplatz

So lautet die redaktionelle Strategie, die mit dem "BT" verfolgt wird. Früher hatte man den Dorfplatz. Meist mit einem Brunnen mittendrauf, an welchem man Neuigkeiten auszutauschen pflegte. An die Stelle des Dorfplatzes ist die Zeitung getreten. Genauer: Die Lokalzeitung. Im unpersönlicher gewordenen Alltag vermittelt sie, was in der Stadt und in der Region läuft, wohin man geht, wo man günstig einkauft, wer welchen Standpunkt vertritt, welche Beratung man wo findet. All dies kann nur



eine Lokalzeitung vermitteln. Die Lokalzeitung als Sprachrohr und Forum zugleich.

Die MitarbeiterInnen der P-Burgdorf

Nichts geht ohne tüchtige MitarbeiterInnen! Gottlob sind in Burgdorf gleich alle Posten damit besetzt. 1998 wurden hier 22'000 Inserate verarbeitet, das macht pro Kopf 4'400 Inserate.

Empfangen werden unsere Kunden am Schalter von **Susi Egli**. In ihren Arbeitsbereich gehören die Abwicklung der Aufträge von unseren Gelegenheits- und Schalterkunden sowie die Aufträge, die per Fax und Telefon eingehen. Zudem ist sie zuständig für Korrespondenz, Statistiken, allgemeine Büroarbeiten und die Führung der Kasse. Susi Egli konnte letztes Jahr ihr 25-jähriges Dienstjubiläum feiern, und ist, von Publicitas Solothurn kommandiert, seit 1997 in Burgdorf.

Aafke Christoffel, 1995 von ofa Bern nach Burgdorf gekommen, ist sie mit ihrem Bündner-Akzent rasch zum unverkennbaren Markenzeichen geworden. Als Verantwortliche für die Telefonzentrale nimmt sie alle Anrufe entgegen. (Es soll Leute geben, die bei uns anrufen und Inserate bestellen, nur um ihre Stimme zu hören). Ausserdem betreut sie selbständig einige Grosskunden, von denen "Aebi Burgdorf" mit Abstand der grösste ist.

Marianne Kaufmann, seit 1997 bei der P-Burgdorf, ist Kundenberaterin im Aussendienst und betreut ihre Kunden in der Stadt. Ihr obliegt zudem das Beilagen-

programm für unsere Pachtblätter, d.h. sie plant, organisiert und verkauft die für uns sehr wichtigen Sonderseiten und Spezialbeilagen.

Brigitte Maurer ist seit dem 3. Mai 1999 bei uns im Aussendienst. Sie betreut ihren Kundestamm rund um Burgdorf und im ganzen übrigen Filialgebiet. Im Moment ist sie dabei, ihre

PubliBärn

Publicitas Burgdorf

Kunden in den unterschiedlichsten Branchen, vorallem aber auch im landwirtschaftlichen Sektor, kennenzulernen. An dieser Stelle wünsche ich ihr viel Glück, aber auch viel Spass und Befriedigung bei ihrem neuen Job hier in Burgdorf.

Als einziger männlicher Repräsentant der P-Burgdorf bin ich übrig geblieben, nachdem Hans-

ruedi Hofer, als langjähriger Aussendienstmitarbeiter uns Mitte März in Richtung Seeland verliess, um in der P-Biel eine neue Herausforderung in Angriff zu nehmen und eine weitere Stufe seiner Karriereleiter zu erklimmen. 1997 konnte ich mein 20-jähriges Dienstjubiläum feiern. Nach meinen Stationen in der P-Bern, P-Olten und wieder P-Bern, bin ich mittlerweile seit 9 Jahren

in der P-Burgdorf und führe ein zwar kleines, aber offenes und überaus seetüchtiges Schiff der P-Flotte.

Euer
Ruedi Gloor

MediaPerformance

Was ist eigentlich...

Media Performance???

MediaPerformance ist ein Programm zur Auswertung der vom VSW/WEMF erhobenen Verbreitungsdaten. In erster Linie wird pro geografische Einheit (Kanton, Bezirk, Gemeinde, Agglo usw.) die Anzahl der dort verbreiteten Exemplare pro Werbeträger, die prozentuale Abdeckung der Haushalte und der prozentuale Anteil der gestreuten Exemplare an der Auflage des Werbeträgers angegeben.

Die Verleger geben der WEMF (AG für Werbemedienforschung) mittels Fragebogen Auskunft wieviele Exemplare sie pro Postleitzahl streuen. Die Haushaltszahlen (brutto, ohne Berücksichtigung der Stop-Kleber) entsprechen den PTT-Verzeichnissen vom 1. August 97.

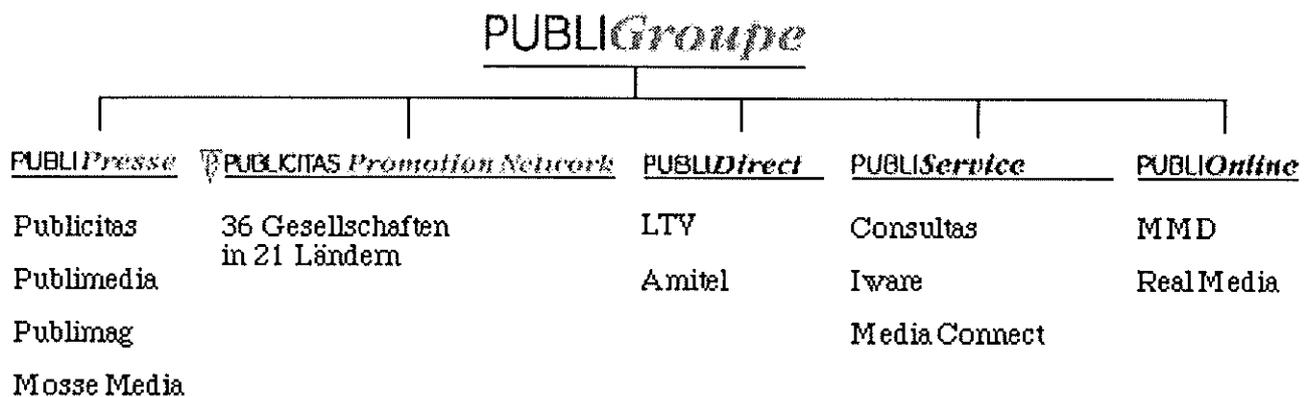
In der Erhebung einbezogen sind sämtliche Zeitungen, Anzeiger und Amtsblätter welche in der '97er Ausgabe des Katalogs der Schweizer Presse/Zeitungen aufgeführt und beglaubigt sind. Titel die mehrheitlich nur über Kioske abgegeben werden (Blick)

und Kundenzeitungen (Coop-Zeitung) werden nicht ausgewiesen.

Für diejenigen die MediaPerformance kennenlernen möchten, oder Daten brauchen lohnt sich ein Blick im Internet unter <http://www.mediaperformance.ch/>. Für die Mitarbeiter der Publicitas ist der Zugriff auf die Data-Version gratis. Kunden bezahlen Fr. 175.- plus MWST pro Jahr. Bei Fragen wenden Sie sich an den Media-Marketing-Services.

Marc Aeschlimann

Wenn man heute von neuen Medien spricht – dann beherrscht ein Wort jede Diskussion – Internet. Gefolgt wird dieser Begriff in jedem Gespräch von den Fachausdrücken "Webside", "Banner", "Link" und vielen mehr. Alle diese Begriffe füllen heute mehrere Seiten in jedem neu aufgelegten Lexikon. Diese neue Kommunikationsform nimmt einen entscheidenden Platz in unserer Unternehmensgruppe ein. Nicht zuletzt hat die Gruppe die letzte Strategieaussage unter dem Begriff "Print plus" gestellt.



PUBLIOnline

Der Bereich "PrintOnline" setzt diese Strategie ebenfalls um. Sie arbeiten aktiv an der Entwicklung neuer Werbekommunikationsformen, als Ergänzung und Weiterführung der Printwerbung, und konzentrieren sich voll auf interaktive Medien.

Firmen der PubliOnline



MMD entwickelt und gestaltet Internet Sites als Werbeträger, welche die traditionelle Printwerbung ergänzen.

Die Gesellschaft betreibt Online-Inseratedatenbanken. Im weiteren offeriert sie interaktive Netze, die auf verschiedene Tätigkeitsbereiche, zum Beispiel Immobilien- und Fahrzeugmarkt, spezialisiert sind.



Real Media ist einer der wichtigsten Anbieter von Dienstleistungen und Spitzentechnologien für die Bewirtschaftung und Streuung von Werbung auf Internet. Das Unternehmen verschafft Inserenten die Möglichkeiten, jederzeit über Anzahl Anwender und Wirkung der Kampagnen beim Zielpublikum Bescheid zu wissen.



Ein Tag im Leben von..

..Danielle Schneider stellvertretend für alle Publicitas Direct 6. Stock-Mitarbeiterinnen

Um 06.10 Uhr verselbständigt sich meine Stereoanlage, um mich zu wecken. Es ist wieder einmal Dienstag! Das bedeutet, der arbeitsreichste Tag der Woche beginnt.

Nach der Morgentoilette genehmige ich mir mein obligates Frühstück, das aus einem Kaffee und einem Joghurt besteht. Ohne einen Kaffee am Morgen bin ich nur ein halber Mensch. Um 6.40 verlasse ich das Haus, um den Ortsbus von Muri Richtung Ostring zu erwischen. Am Ostring steige ich auf's 5-Tram um. Um diese Zeit erwacht die Stadt erst langsam. Um 07.08 erreiche ich dann die P. Wie ich sehe sind Ursula und Florence schon da. Zu dritt öffnen und sortieren wir den Berg von Morgenpost.

Anschliessend kann der "Erfassungsmarathon" beginnen! Die meisten Kunden buchen die Grossauflage des Stadtanzeigers, was für uns harte Arbeit bedeutet. Kurz nach halb acht klingelt schon mein Telefon. Ein Kunde möchte ein Wohnungsinserat für den Stadtanzeiger vom Donnerstag aufgeben. Ich nehme das Inserat entgegen und "töggele" dann weiter. Kurz darauf folgt der nächste Anruf. Auf meinem Display sehe ich, dass es sich um

Frau Lehmann von der Berner Zeitung handelt. Sie erkundigt sich nach ein paar 99-er Tarifen. Glücklicherweise gibt es die Applikation 8A, die mir beim Nachschauen viel Zeit erspart.

Mittlerweile sind die Vermittleraufträge des "Berner Anzeigers" eingetroffen. Ich hole sie bei der Zentrale ab, und werfe einen Blick darauf, welche Aufträge tatsächlich "pressant" sind. Das Erfassen kann weiter gehen. Um 9 Uhr hat unser Drucker seine tägliche Pause, aber daran stört sich mittlerweile niemand mehr. So, alle Aufträge für den Donnerstag sind eingegeben, und ich gehe in die Pause. Der Kaffee gibt wieder etwas Auftrieb, so dass ich mich den Aufträgen widmen kann, die noch vor 12 Uhr erledigt sein müssen. Also faxe ich noch ein Stelleninserat an den Fraubrunner Anzeiger.

Wieder klingelt das Telefon. Kunde X reklamiert, weil sein Inserat teurer geworden ist, als auf dem Talon, den er ausgefüllt hat. Ich sage ihm, dass ich den Fall zuerst abklären muss. Meine Vermutung bestätigt sich: Der Kunde hat den Talon nicht normkonform ausgefüllt. (Nebenbei: 90% der Kunden, die einen Talon einschicken, füllen ihn nicht korrekt aus). Phantasieabkürzungen werden nicht akzeptiert und die Wörter ausgeschrieben. Das verursacht dann Differenzen bei den Insertionskosten. Auch dies ist ein Aspekt unserer Arbeit: Texte auf Orthographie- und Logikfehler zu überprüfen.

Mein Hungergefühl zeigt an, dass es bald 12 Uhr sein muss. Ich gehe zu meinen beliebtesten Ziel: Der "Leo Schanzenbeck". Nach etwa einer Stunde Mittagspause widme ich mich den "Bund"-Aufträgen. Erneut ruft Frau Lehmann von der BZ an. Sie hat noch einen "Schnellschuss": Ein Inserat für die Solothurner Zeitung vom Donnerstag, mit Voll-DM. Ich erfasse den Auftrag, und faxe den DM-

Lieferschein an sie zurück, damit sie das DM direkt schicken kann. Beim nächsten Anruf erkundigt sich ein Kunde für die Insertionspreise und Inseratenschlüsse.

Der Nachmittag ist wie im Fluge vergangen. Um 17.15 mache ich mich auf den Heimweg. Für mich heisst es aber noch nicht faulenz, denn als sportlichen Ausgleich gehe ich 1x wöchentlich ins Aerobic. Heute sind viele Frauen anwesend, was bedeutet, dass uns unsere Leiterin schlauchen wird. Nach 55 schweisstreibenden Minuten gehe ich nach Hause und gönne mir eine Dusche. Danach diskutiere ich noch ein bisschen mit meinen Eltern. Wie gewöhnlich ziehen sie mich auf, ob das "Turnen" denn anstrengend gewesen sei? Um 22 Uhr gehe ich zu Bett, denn ich bin zum Umfallen müde...

Positive Aspekte:

- Kundenkontakt, man lernt die verschiedenen Zeitungen der Schweiz kennen, Kontakt zu anderen Filialen, selbständiges Arbeiten

Negative Aspekte:

- Oft ist man am Telefon ein Blitzableiter, grosser Zeitdruck auf fixe Termine, Zeit ist schlecht einteilbar, da das Auftragsvolumen von Tag zu Tag stark variieren kann

Voraussetzungen:

- Kaufmännische od. ähnliche Ausbildung
- EDV-Kenntnisse
- Belastbarkeit
- Kontaktfreudigkeit

von: D. Schneider
und C. Reichenbach

PubliBärn

Publimag Ausflug 1999

PUBLIMAG- Ausflug 2. März 99: 10 Pin-Bowling und Nachtessen

Am Dienstag, 2. März 1999 ist schon am Nachmittag gelöste Stimmung. Etwas Spezielles haben wir heute vor. Wir wollen den Abend gemeinsam genießen. Seit der Fusion ist man sich teilweise nur zaghaft nähergekommen. Wir alle wollen es ändern.

Um 17 Uhr ist Aufbruch. Individuelle Fahrt nach Rubigen in die Freizeitanlage 1001. Dort ist schon fröhliches Geplauder. Einige stehen an der Bar und trinken etwas, andere fassen Bowling-Schuhe und weitere suchen das Gespräch. Jeder erhält einen Zettel für die Gruppeneinteilung:

- Schweizer Bauer
- Touring
- Schweizer Gemeinde.

An drei verschiedenen Bildschirmen erscheinen unsere Namen und es geht los. Die Kugeln sind ziemlich schwer und es gilt für sich eine «Handliche» zu finden.

Ein gesundes Wetteifern beginnt. Bald schon sind die Stars klar zu erkennen.

Jaeggi, Blaser, Dummermuth, Jenni, Harnisch und Sabine

Der Superstar bleibt Alfred Jaeggi. Er fliegt förmlich zur Bowling Bahn, strahlt, gibt ab und der Ball gleitet in die Rollphase. «Strike»- (alle getroffen). Hat er vielleicht ohne unser Wissen im Vorfeld eine Bowling Trainingswoche hinter sich gebracht?

Nach dem 2. Game machte sich der Hunger bemerkbar. Wir brechen auf und fahren ins nahegelegene Restaurant Rössli. Beim Eintreten sehen wir bekannte Gesichter von Publicitas und Bund. Das muss sicher ein gutes «Fressbeizli» sein. Richtig, alles ist sehr frisch und mit viel Liebe zubereitet.

Hier unser Menü:



Haussalat mit Wachtelei

Kalbsgeschnetzeltes an Champignon-sauce mit Nüdeli

Orangensalat mit Vanilleglace

Nach diesem Gaumenschmauss und gemütlichem Beisammensein kann ich nur noch sagen: Ein gelungener Abend.

«Mir rütsche zäme».

Herzlichen Dank

Edith Künzi
Publimag



SIE + ER ein Schützenfest des Kegelclubs der Publicitas Bern

Am 29. März fand die Meisterschaftssaison 98/99 des Kegelclubs ihr Ende. Es ist schon Tradition, dass der Ausgang der Meisterschaft und des Cup-Wettbewerbs bei einem geselligen Anlass gewürdigt wird und die Sieger entsprechend geehrt werden.

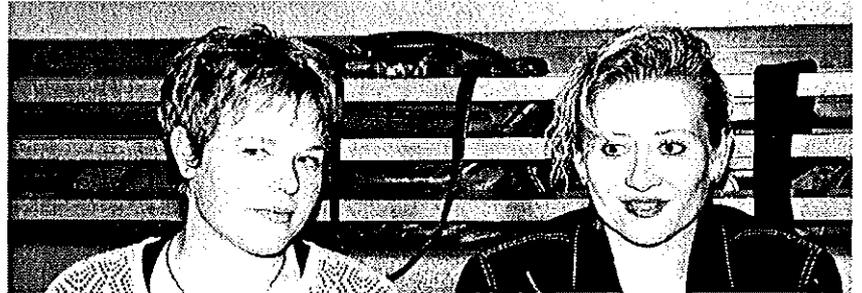
Am 16. April traf man sich zum SIE + ER-Kegeln im Restaurant Bären in Bümpliz zunächst zum Apéro und Nachtessen. Wie werden die SIE + ER Teams gebildet?



Kegler/innen können mit Ehepartner/innen, mit Freund/in oder auch mit Bürokolleg/innen ein Team bilden.

Unser Präsident Jürg Steiner hatte zu diesem gemütlichen Wettstreit und Vereinsrückblick geladen und konnte als Gäste Hans Fahrni und Frau Verena herzlich begrüßen. Auch Kurt Müller, als langjähriges Mitglied, lässt er sich mit Doris die Freundschaftsanlässe nicht nehmen. Mit Rücksicht auf seinen Rücken, musste er schweren Herzens auf die aktive Teilnahme verzichten. Entschuldigen liessen sich Res Spycher und Frau, Fränzi Schnegg und Roland Wüthrich. Die Organisation und Regie des Abends lag einmal mehr in den erfahrenen Händen von René Morgenegg. Er ergriff auch schnell das Zepter und überwachte das Servicepersonal, damit jede/r zum vorbestellten Menü kam. Mit der

Leistung der Küche waren alle sehr zufrieden. Zwei Mitteilungen führten zu einem besonderen Applaus: Die Publicitas übernahm via Kurt



Müller die Kosten vom "Flüssigen", das Essen konnte aus der Kegelkasse bezahlt werden. Es hat also einen guten Grund mit lohnenden Folgen, dass Edi Lanz seine "Daumen auf der Kasse hält". Der

jährliche wiederkehrende Frage eines Schätzspiels. Das Ergebnis sei hier bereits vorweggenommen: Es fielen insgesamt 3109 Kegel.

Dieser Zahl kam Hans Fahrni (3107) mit 2 Punkten von unten und Sonia Pio (3111) mit 2 Punkten von oben am nächsten. Sie waren somit die Schätzsieger! Anneliese Tiete lag bereits mit 24 Punkten (3133) Differenz abgeschlagen auf Platz 3. André Dummermuth (P-Biel) hatte die Kegler/innen weit überschätzt und bildete mit 229 Punkten (3338) Differenz das Schlusslicht.

Doch widmen wir uns nun dem Wettstreit des Abends. Auf 2 Bahnen wurde von 2 Gruppen den Kegeln das Zittern gelehrt. Es kam

Direktion der P sei hiermit von Herzen für die Spende gedankt. Kurt, behalte den Stein im Rollen! René Morgenegg stelle fest, dass der Kegelclub heute die Vielfalt der PUBLIGruppe repräsentiert: Schliesslich sind Publicitas, Publimedia, CAP, Kompetenz-



zentrum Basisdatenbank und die Pensionierten darin vertreten. War das ein Hinweis auf weitere Sponsor-Chancen?

Durch Speis und Trank gestärkt und ermutigt ging es ans Rechnen. "Wieviele Kegel werden am heutigen Abend fallen"? Das ist die all-



soweit, dass der Wirt als Monteur gerufen werden musste. Ein Kegel hatte sich wohl aus Angst vor der Wucht von seinen Fesseln befreit. Die eine Gruppe setzte sich mehrheitlich aus jungen Kegler/innen zusammen, wobei auch da bereits zwei ergraute Häupter vom Jubel der Jugend mitgerissen wurden. In der anderen Gruppe war das "gesetztere Alter" vertreten. Hier herrschte eher gemässigte Freude. Still und bescheiden näherten sich Annamarie und Edi Lanz in dieser Gruppe Schuss für Schuss dem Sieg des Abends.



Kurt Müller und Jürg Steiner sorgten am "Richterpult" für den korrekten Verlauf des Wettstreits. Da wurde kein gefallener Kegel übersehen! Hin und wieder kündigte ein "Ding-Dong" ein "Babeli" oder einen "Kranz" an und führte zu entsprechender Phonstärke.

Schnell genug war der Kampf vorbei und wir wurden zur Siegerehrung



nach oben ins gemütliche Sali gebeten. Jetzt näherte sich der besondere Moment des Präsidenten Jürg Steiner. Er nahm die Siegerehrung der Jahresmeisterschaft und des Cup-Wettbewerbs vor. Zum 1. Platz in der Gruppe A - und damit zum Meister - beglückwünschte er Edi Lanz (1341). Jürg musste sich trotz Verfolgungsjagd am 2. Platz erfreuen (1275). Es folgten René Morgenegg (1241),

Heinz Schneider (1206), Res Spycher (1206), Sandra Wohlhauser (1161). Der Wandpokal der Gruppe B - im Jahr 1990 vom leider verstorbenen Gründer und Ehrenmitglied Jean Bernasconi und Frau Marie-Louise gestiftet - erhielt zum 3. Mal Joachim Tiete (1218). Roland Wüthrich (1207), Bernard Michaud (1178), Barbara Schmideder (1136), Fränzi Schnegg (1088) und Sonia Pio (1085) waren die

Herzlichen Glückwunsch an alle Kegler/innen!

Doch nun zur Rangverkündigung des aktuellen SIE + ER Wettstreits. Überall prangte der Name Lanz an 1. Stelle. Die ersten 3 Plätze der Damen Einzelwertung belegten Annamarie Lanz, Barbara Schmideder und Marie-Louise Bernasconi, bei den Herren Edi Lanz, René Morgenegg und Heinz



Nächstplatzierten.

Nach diesen Ergebnissen steigen Joachim Tiete und Roland Wüthrich in die Gruppe A auf, Sandra Wohlhauser und Res Spycher müssen sich nun in der Gruppe B bewähren. Im Cup-Final "beschossen" sich Heinz Schneider und Edi Lanz. Mit 266 zu 237 Kegeln holte sich Edi Lanz zum Mastertitel auch den Cup-Sieg.

Schneider. Auf dieser Basis ergibt sich folgende Tabelle:

Team

Rang	Name	Punkte
01.	A. und E. Lanz	357
02.	C. Reichenbach/R. Morgenegg	332
03.	A. und H. Schneider	319
04.	M.L. Bernasconi/B. Michaud	317
05.	D. Müller/J. Steiner	316
06.	B. Schmideder/A. Dummermuth	313
07.	S. Pio/S. Fankhauser	312
08.	A. und J. Tiete	294
09.	S. Wohlhauser/M. Albrecht	289
10.	V. und H. Fahrni	260

So endete wieder ein geselliger, gemütlicher, aber auch spannender Anlass, der bestimmt auch zur Personalverbundenheit beitragen wird. Es hat allen gut gefallen. Den Organisatoren Jürg und René sei herzlich gedankt. Macht's weiter so! Mit Vorfreude blicken wir schon auf das nächste gemeinsame Fest im Herbst, auf den Raclette-Abend!

Bis dahin wünscht viel Spass und Erfolg während der am 26. April eröffneten neuen Meisterschaftssaison vom Pensionierten-Stuhl aus

Joachim Tiete

...heute mit Coco

Darf ich mich vorstellen, mein Name ist Coco, «Coco Müllener, Bahnhofstrass, Stettlä, guet» (das «guet» sagt er nur, weil er beim Lernen seines Namens und der Adresse immer gelobt wurde). Ich wohne in Stettlen, zusammen mit meinen Mitbewohnern Noldi und Helga. Ich bin ein stattlicher Graupapagei und habe erst 20 Jahre auf meinem Gefieder und kann meine «Eltern» um einige Jahre überleben (Lebenserwartung 80 bis 120 Jahre). Ich habe eine stattliche, schön grosse Wohnung (sprich Käfig), die ich mir putzen lasse, indem ich cool sage «Hinech Chefi putze». Ausserdem bin ich keineswegs auf meinen Schnabel gefallen.

Am Morgen begrüsse ich meine Familie mit «Guete Tag, hesch du guet gschlafa, Coco ou» dann frage ich, wie es sich für einen anständigen Papagei gehört «Wosch es Kafi?» und da ich mit Kaffee nichts anfangen kann, frage ich dann ganz nett «Coco wott es Öpfeli» und geniesse mein Essen lautstark mit «Mm isch das guet».

Wenn der Noldi zum Haus rausgeht und sich die Jacke schnappt füge ich kleinlaut dazu «Tschouuuuu, chume glii wieder, liebe Bueb sii» und stelle dazu mein Gefieder um Eindruck zu schinden «Coco isch es arms Vögi». In der Zwischenzeit vertriebe ich mir meine Zeit mit durchs Fenster schauen «Ggesch

Chatzebussi – miau, miau...» oder «Wie macht's Chueli – muh, muh» und am Mittag warne ich Helga kleinlaut vor «Wär chunnt, dr Noldi chunnt». Am Mittag wünsche ich allen am Tisch «e guete und proscht» und nach dem Essen melde ich mich mit «Coco wott no Bedi mache – isch das schön» mit der Bemerkung «Coco nasse Bueb». Am Abend, wenn die Familie wieder vereint ist und ich langsam müde werde, melde ich mich auch an mit «Coco isch fule, Helga ou, Noldi ou», «Coco wott Betti gha» und so fallen alle, nach einem «anstrengenden» Tag (vor allem für den armen Coco), müde ins Bett oder schlafen auf dem Stängeli ein «Schlaf wohl».

Alle Sprüche welche in «...» stehen, gehören zum Wortschatz von Mülleners Papagei «Coco». Er ist ein äusserst gesprächiger Mitbewohner und Noldi und Helga lieben Ihren Papagei sehr. Er fährt jede Woche mit in die Ferienwohnung in Diemtigen und teilt auch sonst Freuden und Leiden, er ist eben ein richtiges Familienmitglied.

Hier noch weiter «Wortschätze» von Coco

- Hesch no kes Suffe, hesch no kes Gudi
- Wo wosch de häre?
- Chum itz abe du Lumpevogu
- Fertig itz du Lump
- Du darfsch nid bisse, aua
- Itz isch fertig
- Pass doch uf
- Donnerwätters Lumpevogu
- Chum itz use
- Coco wott e chli use cho



PubliBärn

Tierisch menschlich ...

«Das ist doch nicht möglich! Kannst Du Deinem Freund nicht sagen, dass Knutschflecken nicht gesund sind?»



«Wie soll man da die Körperpflege richtig machen, wenn man sich immer in die Zunge pickst.»



«Ich weiss gar nicht was ihr habt, ... so volles Haar hat nicht jeder!»

«Hi, Hi!»



«Das soll die neue Hutmode aus Paris sein! Also ich weiss ja nicht?...»



Vor seinem ersten Flug mit einem Düsenjäger wird einem englischen Abgeordneten der Gebrauch des Schleudersitzes erklärt. «Und was geschieht, wenn der Sitz nicht funktioniert?» fragte er. «Eine Nachwahl in Ihrem Stimmkreis, Sir», antwortet der Pilot.

«In meiner Ehe ist einfach kein Schwung mehr», sagt Frank zu seinem Freund Georg. «Mach dein Leben doch wieder spannend, fang ein Verhältnis an.» – «Und wenn es meine Frau erfährt?» – «Mann, wir leben doch nicht mehr im Mittelalter, du erzählst es ihr natürlich selbst!» Frank geht nach Hause und sagt zu seiner Frau: «Liebes, ich denke, ein Verhältnis wird uns einander wieder näher bringen.» «Lass es», erwidert sie. «Ich hab's schon ausprobiert, es hilft nichts.»

«Manches vererbt sich», doziert der Professor vor seinen Medizinstudenten: «Wenn Ihr Grossvater beispielsweise kinderlos war und auch Ihr Vater keine Kinder hatte, ist es durchaus denkbar, dass auch Sie nicht zeugungsfähig sind».

Stürmt ein Mann in eine Apotheke. Der Mann schaut sich irritiert um und fragt den Apotheker: «Entschuldigung, haben Sie Blaupunkt?» Apotheker amüsiert: «Nein, aber Blau-Siegel.» Der Mann, neugierig geworden: «Kann man damit auch empfangen?» Darauf der Apotheker trocken: «Ja, wenn Sie die Spitze vorne abschneiden...»

Ein Pilot nachts beim Landeanflug auf den Flughafen: «Hu, hu, nun rate mal, wer hier kommt!» Da schaltet der Fluglotse die Landebahnbeleuchtung aus und sagt: «Hu, hu, nun rate mal wo wir sind...»

In einem kleinen Dorf hat ein junger Pfarrer sein Amt angetreten. Auf einem seiner allmorgentlichen Spaziergänge trifft er die Bäuerin Hinterwald. Sie kommen ins Gespräch. Nach einer Weile erkundigt sich der junge Pfarrer in seiner studierten Sprache, wie es denn ihren Hühnern ginge. Bäuerin Hinterwald, die sich in ihrer Sprachgewandtheit nicht lumpen lassen möchte, meint darauf: «Wissen Sie, Herr Pfarrer, mit der Legalität geht's ganz gut, nur bei der Brutalität happert's noch ein wenig!...»

«Das Geheimnis meiner Lebenskraft», verrät der alte Herr, «besteht darin, dass ich viel Knoblauch esse.» Ein Zuhörer wendet sich schauernd ab und stöhnt: «Ein Geheimnis ist das aber nicht!»

DIE NEUESTE
RECHNERGENERATION:
16 FARBEN, AUF FESTPLATTE
MONTIERT, INKLUSIVE MAUS...



IHR SOLLTET NOCH WARTEN—
IN SECHS MONATEN KOSTET ER
NUR NOCH DIE HÄLFTE...



Publi Bärn

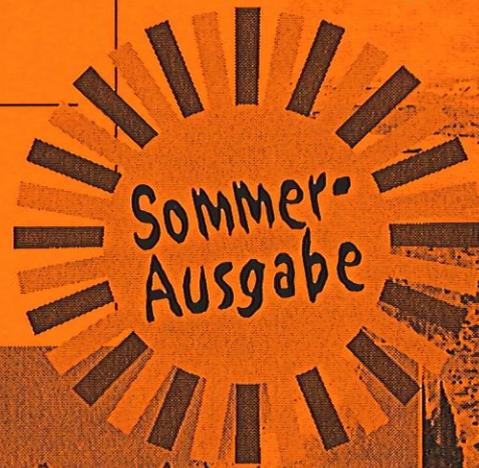
Nr.3 / Juli 1999

 PUBLICITAS

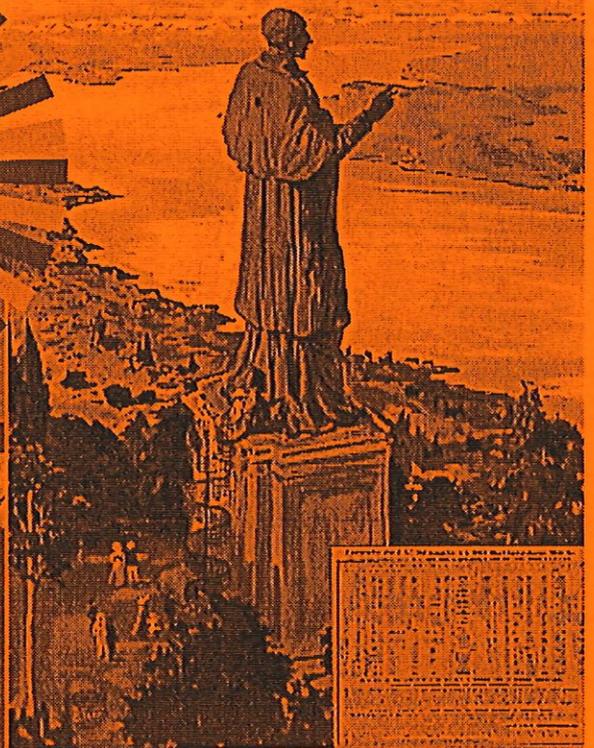
publimag

publimedia

Lago Maggiore



Plakat Vierwaldstättersee aus dem Jahre 1928



Plakat Lago Maggiore aus dem Jahre 1914

Werbung früher - Sommerzeit ist Ferienzeit

Hitzewellen waren schon immer ein Thema, auch wenn wir unserem heutigen Klima nachsagen, dass der Treibhauseffekt die Temperaturen stetig in die Höhe steigen lässt. Viele von uns planen einen ausgedehnten Sommerurlaub oder haben diesen schon genüsslich hinter sich gebracht.

Vielfältige Eindrücke und gute

(Fortsetzung von der Titelseite)

Stimmung haben sie davon mit nach Hause in den Alltag gebracht. Jedoch nicht alle können dem sommerlichen Treiben fröhnen und sitzen wie ich im Büro um Ihre Arbeit zu verrichten, die nächsten Ferien in weiter Ferne.

Plakate von früher rund um die Schweizer Seen

In dieser sommerlichen Ausgabe von PubliBärn präsentieren wir Ihnen Plakate aus vergangenen Zeiten, mit Tourismuswerbung rund um die Schweizer Seen. Lassen Sie sich verzaubern. Die malerischen Plakate von früher sind zwar moderneren Kompositionen gewichen, lassen jedoch die Ferienstimmungen erahnen, welche bereits die älteren Generationen ergriffen haben.

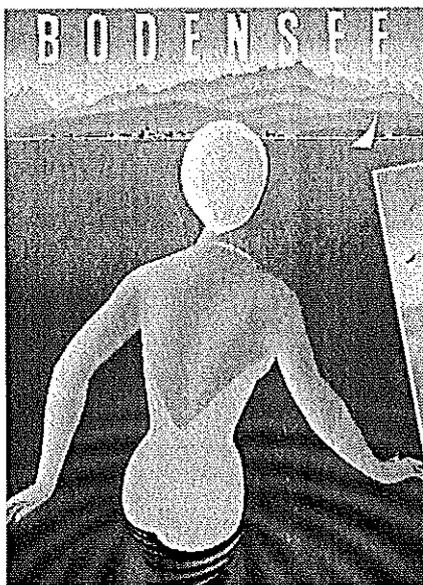
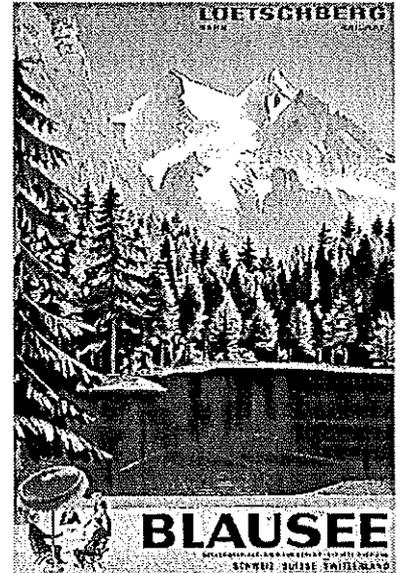
Viel Vergnügen mit diesen Plakaten aus (längst) vergangener Zeit wünscht Ihnen

Martin Bürki.

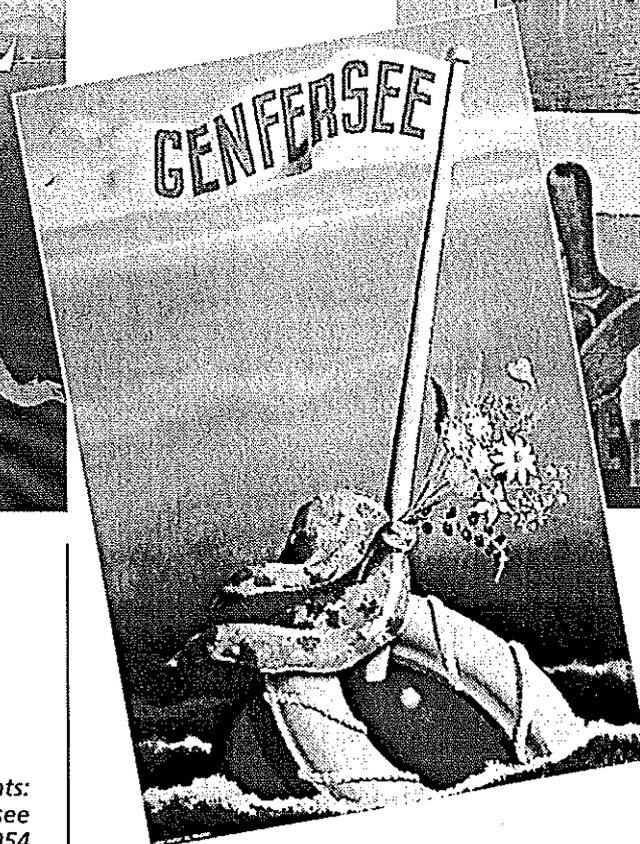


Oben links:
Plakat Thunersee
aus dem Jahre 1929

Oben rechts:
Plakat Blausee
aus dem Jahre 1934



Oben:
Plakat Bodensee
aus dem Jahre 1950



Rechts:
Plakat Genfersee
aus dem Jahre 1954



Oben:
Plakat Bielersee / Lac de
Bienne
aus dem Jahre 1940

PubliBärn

Impressum

Herausgeber:

Von und für die Mitarbeiter der Firmen der PubliPresse von Bern und Burgdorf

Verantwortliche Redaktion:

in alphabetischer Folge
Rita Anderegg, Martin Bürki
Ursula Imhasly, Edith Künzi
(Vertretung Publimag), Hugo
Kropf (Vertretung Publimedia),
Florence Lavanchy, Peter Moll
Carmen Reichenbach

Grafische Verantwortung:

Alex Rüfenacht

Layout:

DTP-Team der Publicitas Bern

Erscheinungsweise:

(6 x jährlich)

Auflage: 250 Exemplare
für das Personal der PubliPresse-
Firmen Bern und Burgdorf
und für Pensionierte

Das nächste "PubliBärn"
erscheint: August 1999

Ihre Beiträge:

Texte bitte immer digital anlie-
fern (Text im Amipro erfassen
und unter Dateiformat "Word
for Windows 6.0") abspeichern.
Besten Dank für Ihre Mithilfe.

In dieser Ausgabe

... neuer
Wettbewerb

... Florence Lavanchy
beantwortet
Leserfragen!!!

... Wie finden Sie
das neue PubliBärn?
(Fragebogen)

... und vieles mehr.

Meine lieben Kolleginnen und Kollegen,

Inzwischen ist ein gutes Jahr verstrichen, seit wir mit der Umsetzung von Vision 2000 begonnen haben. Der Platz Bern war, zumindest aus meiner Sicht, der Standort, wo am meisten neu zu organisieren und neue Strukturen zu schaffen waren. Bern war aber auch der Schauplatz, wo durch die Neuausrichtung mit Vision 2000 am meisten Synergien erhofft wurden.

In Bern gibt es nach Zürich am zweitmeisten Grosswerbeauftraggeber, sogenannte KEY's, die vorgängig durch Publicitas oder ofa betreut wurden. Jede Werbegesellschaft war diesen Kunden stark verpflichtet, und war besorgt, einen hohen Service-Standard aufrecht zu erhalten. Obwohl die Abwerbung dieser Kunden gemäss VSW-Richtlinien nicht gewünscht war, konzentrierten sich die Kundenberater und Ihre Vorgesetzten, den einen oder anderen dieser Grosskunden der sogenannten Konkurrenz abspenstig zu machen. Vor allem die Kadermitarbeiter verwendeten kostbare Zeit um diese Grabenkämpfe auszutragen. Wofür eigentlich? Schliesslich gehörte bereits seit 1993 auch die ofa neben der Publicitas zur Publi-Gruppe. Aber die, mit je einer Generaldirektion geführten Unternehmen wollten und mussten auch ihre Budgetvorgaben erfüllen und die Kundenberater und Kaderleute hatten auch ein persönliches Interesse, ihre Verkaufsziele zu übertreffen. Nur so war es möglich, die seit der Rezession eingefrorenen Gehälter zu verbessern.

Die Verkaufsaktivitäten im Vermittlungsgeschäft - vor allem für Rubrikinserenten - wurden noch aggressiver geführt als diejenigen um die Grosskunden, denn hierfür gab es kaum VSW-Weisungen. Ich könnte x-Beispiele bzw. Aussagen von Inserenten auf-führen, die unser Buhlen um den Kunden nicht verstanden. Ihnen war ja auch klar, dass wir unter dem selben Holdingdach zusammengefasst waren.

Seit der Auflösung der "assa" bzw. der Einverleibung in die ofa

war es zumindest um den Verlegermarkt ruhig. In diesem Operationsbereich gab es nur im Pachtblatt-Verkauf eine harte Konkurrenz. Oft machten wir (ofa und Publicitas) uns Aufträge für bestimmte, sich konkurrenzierende Pachttitel eher abspenstig, als für die Konkurrenztitel mit Eigenregie. Man belegte vorzugsweise den Eigenregietitel, als den bösen Berner Bär bzw. Stadtanzeiger oder vis-versa.

Die neuen Strukturen:

Publimedia für regional- und nationalwerbende Unternehmen sowie deren Werbe- und Media-agenturen.

Die Publicitas für Verleger sowie lokale und regionale Inserenten und schliesslich die Publimag für nationale und sprachregionale Zeitschriften und Fachpublikationen schaffen Klarheit:

Jede Organisation kann sich jetzt auf die ihr zugewiesenen Aufgaben konzentrieren. Statt gegeneinander, können wir nun kooperieren. Wir können uns nun auf das Verkaufen von Werberaum in Printmedien und Print plus-Angebote konzentrieren. Unsere Konkurrenz ist nicht mehr die andere Werbegesellschaft, sondern die Nichtprint-Medien (TV, Radio, Kino) aber auch Direct-Mail und Plakatwerbung gelten als Substitut-Medien. Je länger, je mehr merken auch unsere Print-verleger, dass die PubliPresse-Gesellschaften ihre wirklicher Partner sind und dass sie mit diesen zusammenarbeiten müssen. Ich bin der festen Überzeugung, dass wir zukünftig bei unseren Regieverlegern wie auch bei den Eigenregieverlegern weniger kämpfen müssen, um eine vernünftige Honorierung, sprich Kommission für unsere Tätigkeit zu erhalten. Sie betrachten uns heute als Partner und werden auch wegen der fortschreitenden Digitalisierung, immer mehr mit uns kooperieren müssen.

Als Optimist glaube ich, dass unsere Zukunft gesichert ist, und dass Print-Werbung auch dank dem breiten Engagement der PubliPresse-Unternehmen in der Schweiz, immer einen hohen Stellenwert behalten wird.

Alfred Jaeggi,
Direktor Publimag AG Bern



Dienstjubiläen

Ein Vierteljahrhundert steht Frau **Therese Bolliger** im Dienste ihrer Kunden, der verschiedenen Zeitungen und somit der Publicitas. Sie feiert am 27. Juli dieses selten gewordene Jubiläum. Wenn Sie heute an der Spitalgass-Passage ihre treue Kundschaft bedient, so ist das praktisch Rücken an Rücken zum ehemaligen "Stadtbüro" am Ryffligässchen, wo ihre Karriere begann. Dazwischen liegen 25 Jahre voller Arbeit und Einsatz an verschiedenen "Fronten", so unter anderem auch in der Filiale Olten, dem Departement "Der Bund" und im Verkaufsinendienst der Filiale Bern.

Auf 5 Jahre Berufserfahrung dürfen Frau **Florence Lavanchy** und Herr **Christian Hofmann** stolz sein. Frau Lavanchy trat am 1. August 1994 als Praktikantin bei uns ein. Seither hat sie sich vorerst im Touring Lorbeeren verdient und leitet seit Beginn des Jahres erfolgreich die Abteilung PublicitasDirect. Herr Hofmann startete seine Lehre am 15. August 1994 und feiert deshalb auch zwei Wochen später als Frau Lavanchy. In der technischen Koordination für den Bund kennt er alle Tricks um die neuste Technik ein- und umzusetzen.

Das Redaktionsteam dankt an dieser Stelle allen Jubilaren für ihren Einsatz und ihre persönliche Leistung im Interesse unseres Unternehmens und gratuliert ganz herzlich.

Eintritte

Per ersten August (mit erstem Arbeitstag am zweiten) starten drei Lehtöchter, ein Lehrling und eine Praktikantin ihre berufliche Karriere in unserem Unternehmen. Frau **Sabrina Colombi**, Frau **Doris Fankhauser**, Frau **Sabine Streit**, Herr **Mathyas Kurmann** und Frau **Carina Tobler** freuen sich darauf, von uns herzlich willkommen geheissen zu werden.

Wir wollen sie auf ihren ersten Schritten im Arbeitsleben begleiten und dabei nie vergessen, dass wir alle auch einmal so oder ähnlich die erste Begegnung mit dem Berufsleben gemacht haben.

Auch per 2. August nehmen vier neue Mitarbeiterinnen ihre Tätigkeit bei uns auf: Frau **Claudia Bongiorno** löst Frau **Manuela Marti** an der Zentrale ab, welche ihrerseits die austretende **Daniela Grünig** am Schalter ersetzt.

Frau **Judith Ritter** komplettiert nach dem Austritt von Herrn **Fabian Meier** das Telefonmarketing-Team der Bund-Abteilung. Frau **Denise Flury** hat ihre Lehre in der P-Solothurn erfolgreich abgeschlossen und freut sich darauf, das Team Publicitas Direct zu ergänzen und Frau **Jeannette Vetter** nimmt ihre Tätigkeit als Assistentin im Verkaufsinendienst auf.

Wir heissen alle Neueintretenden herzlich willkommen und wünschen ihnen viel Befriedigung bei ihrer Arbeit und viel Freude im

Austritte

Leider müssen wir auch von Austritten Kenntnis nehmen. Mitte Juli haben uns Frau **Andrea Kuhnen**, Frau **Sabine Krebs**, Frau **Franziska Schnegg** und Frau **Daniela Grünig** verlassen, um ihrer beruflichen Laufbahn eine andere Richtung zu geben.

Frau **Nicole Wagner** hat sich entschlossen, ihre Lehre abzubrechen und sich neu zu orientieren.

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

Wir stellen vor

Seit dem 3. Mai ist am verwaischten Platz der Direktionsassistentin mit Frau **Regula Liniger** wieder Leben eingekehrt. Die Löwin geniesst nach einem ausgiebigen



Skitag ein gemütliches Käsefondue. Ein Carving Tag in den verschneiten Bergen lässt ihr Herz besonders hoch schlagen. Tennis und Sport allgemein zählen ebenfalls zu ihren Hobbies.

Zwischendurch geniesst sie es aber auch etwas ruhiger wie bei einem Schwatz mit Freunden und einem Gläschen Wein. Dazu hört sie gerne verträumte Lieder von **Céline Dion** und **Laura Pausini**. Vom Ayers Rock die Aussicht auf Australien zu geniessen, ist ihr grösster Ferientraum.



Ebenfalls seit dem 3. Mai verstärkt Frau **Brigitte Maurer** das Team in Burgdorf. Wenn die Schützin nicht gerade Inserate verkauft, steigt sie im Sommer gerne aufs Velo und im Winter fährt sie mit ihren Skiern die Piste hinunter. Zu ihrer Lieblingsspeise gehört auf jeden Fall ein gutes Stück Fleisch. Die Musikrichtung ist je nach Stimmung ganz individuell und ihr Ferientraumziel ist Alaska.



Ab dem 2. August ist Frau Claudia Bongiorno nebst Frau Guscelli die erste Visitenkarte der P-Bern. In ihrer Freizeit liest und zeichnet die Zwillingfrau oder geniesst "Il dolce far' niente!". Als Haustiere hält sie sich zwei Katzen. Sie träumt davon, rund um die Erde zu reisen. Da sie fast alle Speisen liebt, wird sie dabei die kulinarische Küche in jeder Ecke der Welt testen können. Ausser Country hat sie für jede Musikrichtung ein offenes Ohr. Zu ihren Favoriten zählen jedoch Celine Dion und Andrea Bocelli.

publimedia

Jubiläen

Daniel Villard hat vor zehn Jahren in der Publicitas Biel seine KV-Lehre begonnen und kann am 7. August das 10-Jahr-Jubiläum als Account Manager bei der Publimedia Bern feiern. Zu seinen Kunden zählen UBS, Opel, Smart, Marti Reisen, Sanitas Troesch, L'Oréal usw. Gegenwärtig büffelt er trotz Sommerhitze am umfangreichen Stoffpaket für die Werbeleiterprüfung.

Mirjam Matti. Fünf Jahre nach Daniel Villard hat Mirjam in der P-Biel ihre Lehre gestartet. Und da sie mit ihm zusammen in Biel die Grosskunden betreute, hat es auch sie nach Bern zur Publimedia "verschlagen". Wie viele P-Leute besucht sie die Bieber-Schule und bereitet sich für die Werbeassistentinnenprüfung vor.

publimag

Eintritte

Als neue Mitarbeiterin begrüßen wir Barbare Wüthrich. Sie hat am 28. Juni 1999 ihre Arbeit in der Publimag aufgenommen. Wir freuen uns auf eine kompetente Mitarbeiterin, die ihre Erfahrung bereits in der ofa-Dispool, ofa-Biel und Publicitas Biel machen konnte.

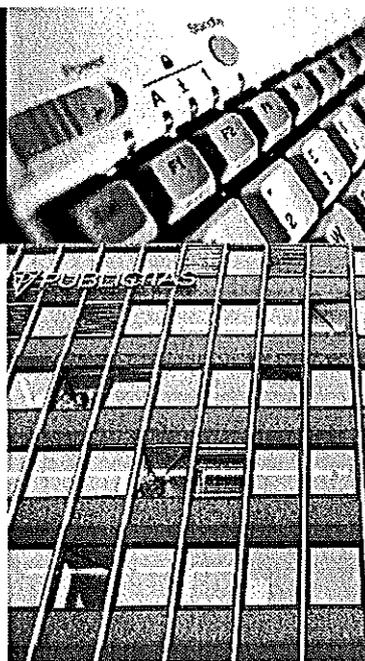
Toni Mola ist seit 1. Juli 1999 unser neuer Kundenberater Berner Bär und diverse Pacht.

Lehrabschluss

Sabine Wenger hat erfolgreich die Kaufmännische Lehre bei der Publimag abgeschlossen. Herzlichen Glückwunsch. Sie arbeitet bereits als "neue Mitarbeiterin" in der Abteilung Touring.

Wir danken unseren neuen Mitarbeitern schon heute für Ihren grossen Einsatz und freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit.

Wir gratulieren unseren Lehrlingen zur bestandenen KV-Lehrabschlussprüfung. Für die weiteren Schritte im Berufsleben wünschen wir Ihnen viel Erfolg.



Die angehenden Media-Profis:

Denis Fankhauser
Stefan Hofer
Brigitta Reichenbach
Sylvia Stucker
Sabine Wenger

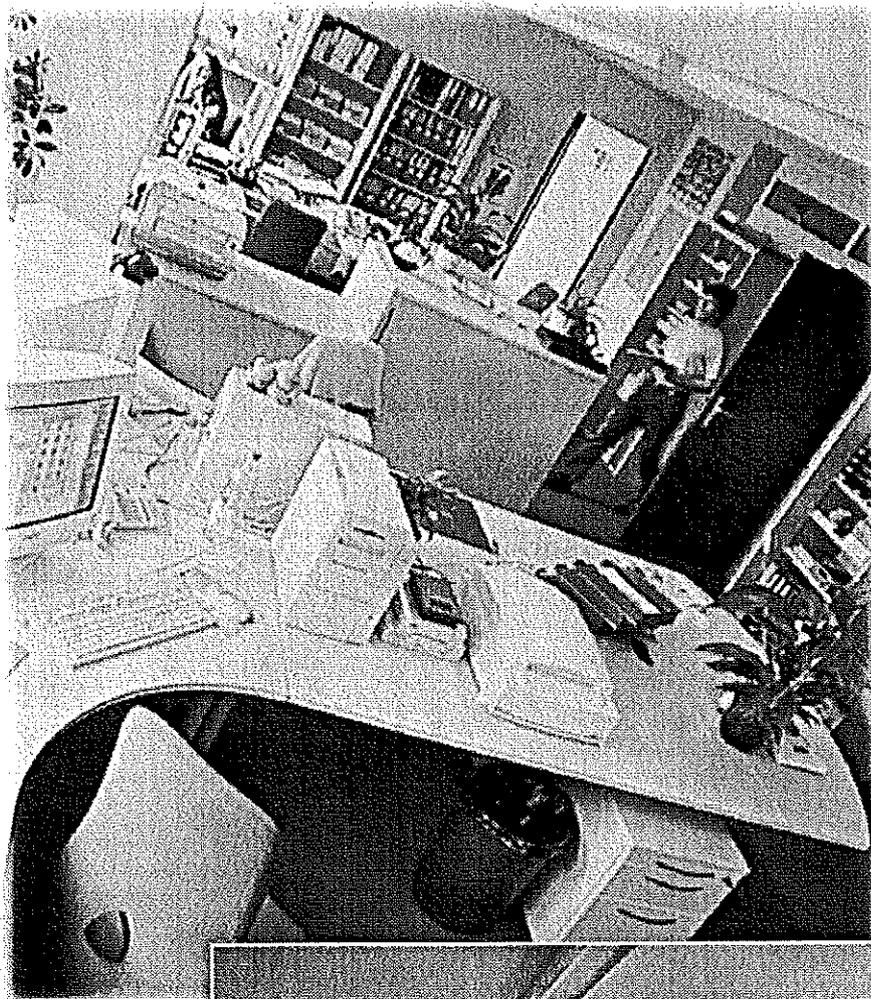
Den Lehrlingen, welche im August Ihre Lehre bei uns beginnen, wünschen wir bereits jetzt einen super Start!

Publicitas Bern

Wir freuen uns, unsere angehenden Media-Profis wie folgt einzusetzen:

Denis Fankhauser, Assistent Kundenberater
Stefan Hofer, Publicitas Direct 20%
Brigitta Reichenbach, Assistentin Kundenberater
Sylvia Stucker, Assistentin Kundenberater
Sabine Wenger, Touring Abteilung, Publimag

Stefan Hofer gratulieren wir zusätzlich zu seinem 5. Rang.



Wohnen im Büro?

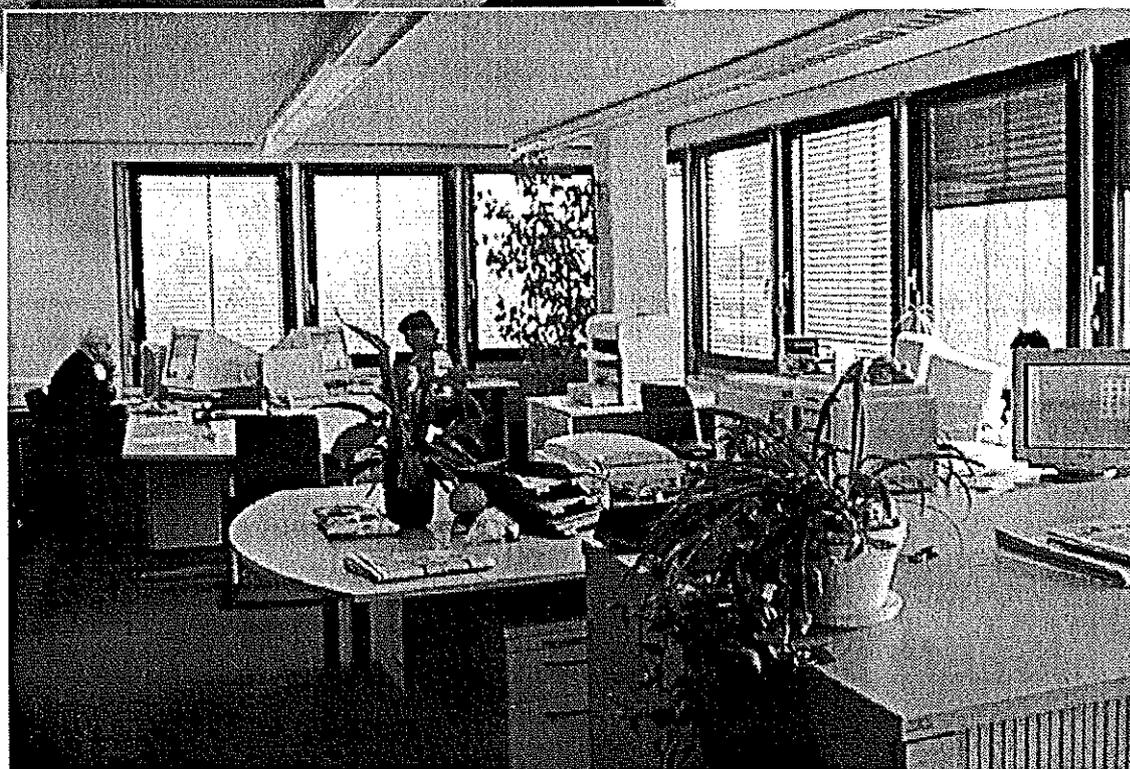
Anfangs Juli war es soweit, es kamen neue Möbel an: Reges Treiben, ausräumen, umräumen, wegräumen und neueinräumen hiess es für viele Mitarbeiter und das Zügel- und Installationsteam von Büro Keller.

Verschiedene Büros in verschiedenen Abteilungen strahlen nun in neuem Glanz und tragen zu einer völlig neuen Atmosphäre bei. Die Raumeinteilungen wurden überarbeitet, die Möbel entsprechend eingerichtet. Ein Wohlgefühl für Auge und Geist für eine angenehme Arbeitsumgebung.

Schlicht und funktional, aber optisch sehr ansprechend, sind die Möbel in einem hellen grau gehalten, die Accessoires wie Henkel und Stützen in einem leuchtenden blau.

Auch wenn noch nicht alle Möbel für alle Mitarbeiter erneuert wurden, können wir uns jedoch auf die Investitionen der weiteren Jahre vorfreuen, mit welchen wieder Schritt für Schritt und Stück für Stück modernisiert wird.

Die Bilder in diesem Artikel zeigen Impressionen der neuen Pulte im Media-Marketing/-DTP-Services.



Aus einer einmaligen neuen Bürowelt berichtet:

Martin Bürki.



Ein Tag im Leben von Denis Fankhauser während den Prüfungen

Einige Wochen sind schon vergangen, seit alle Lehrlinge im 3. Lehrjahr eine qualvolle und brutale Zeit durchmachen mussten, einen Alptraum genannt "Lehrabschlussprüfungen". Jetzt wurde ich gebeten, mich nochmals an diesen Horrortrip zurück zu erinnern, was mir eigentlich ziemlich schwer fällt, da ich mich psychisch (die physischen Qualen stecken mir immer noch in den Knochen) schon lange von diesem Abenteuer verabschiedet habe.

Aber stellvertretend für alle Leidtragenden versuche ich, diesen Ausnahmezustand "LAP", aus meiner Sicht zu schildern.

Montag, 6.30 Uhr, die Sonne brennt, im wahrsten Sinne des Wortes. Denn was viele Wochen zuvor niemand zu hoffen gewagt hätte, traf ein. Ausgerechnet während den Prüfungen musste uns das Schicksal mit Sonnenschein und hochsommerlichen Temperaturen strafen. An jedem anderen Montagmorgen wäre ich noch 5 Minuten länger liegengelieben, doch dieses Mal brauchte ich nicht einmal den Wecker zu stellen, ich war sowieso schon eine Stunde früher wach. Sozusagen als Alibi-Übung begann

der Wecker zu läuten und ich schnellte aus dem Bett. In einer Rekordzeit war ich mit allem fertig, wozu ich sonst immer etwa Stunden brauchte. Ueber Nacht hatte ich mich in einen anderen Menschen verwandelt, ja o.k., vielleicht war es auch der Fahrplanwechsel der SBB, natürlich exakt auf die Prüfungszeit angelegt, der mich zu einer schnelleren Erledigung der morgendlichen Routinearbeiten bewogen hatte. Jedenfalls erreichte ich rechtzeitig den Zug. Als er abfuhr verwandelten sich plötzlich Sekunden in Minuten und Minuten in Stunden. Immer wieder schaute ich auf den Prüfungsplan, Deutsch schriftlich und Betriebs-/Rechtskunde waren an diesem Montag an der Reihe. "Das Wichtigste ist die Zimmer-Nr.", dachte ich, die Zahl 23 tauchte immer wieder in meinen Gedanken auf. Wenn jetzt jemand etwas zu mir gesagt hätte, hätte er nur ein knappes "23" als Antwort bekommen. Als ich in Bern ankam, hoffte ich nur, das gute, alte "Füüfi Tram" rechtzeitig zu erreichen, denn aufgrund der Fahrplanänderung erwies sich dieses Unterfangen als sehr schwierig. Im letzten Moment konnte ich das Tram nach einem kurzen Schnellsport erreichen, denn was gibts schlimmeres als zu spät zu einer LAP zu erscheinen?

Vor dem KV bot sich das altbekannte Bild, nur mit dem Unterschied, dass heute anstatt dem sonstigen "Und, schönes Wuche-Änd gha?", das "...und, bisch ufgrägt?" oder "viu Glück" als Begrüssung abgelöst hatte. Jetzt nur noch das richtige Zimmer finden. Hmm, war das nicht 32, nein das kann nicht sein und schon hatte ich die Zimmer-Nr., die ich vorher wie im Schlaf beherrschte, vergessen. Ein kurzer Blick genügte und schon geisterte wieder die Nr. 23 in meinem Kopf herum. Im Zimmer befanden sich noch ein paar Klassenkameraden, was die ganze Sache doch ein bisschen erleichterte, denn geteiltes Leid ist halbes Leid.

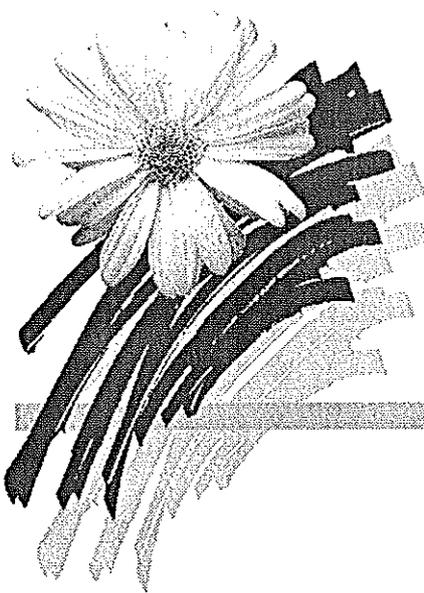
Dann kam der langerwartete Moment, die Deutschserien wurden verteilt und alles lief genau

gleich ab wie in all den Wochen, in denen die ganze Prozedur geübt wurde. Nur die ständig wiederkehrende Stimme im Hinterkopf, die einen ermahnte "jetzt bloss keinen Unsinn hinschreiben", bewies, dass keine Prüfungssimulation zu 100% authentisch ist. Die Zeit war knapp bemessen und doch war ich mir sicher, jede Antwort einigermaßen korrekt beantwortet zu haben. Nach einer Viertelstunde Pause erhielten wir die Aufsatzthemen, welche gar nicht so unlösbar waren wie sonst üblich, was einem die Auswahl nicht gerade erleichterte. Nach langem Zögern entschied ich mich für ein Thema und nach einer um so längeren Gedenkpause begann ich mir die Finger wund zu schreiben.

Die Zeit verging wie im Flug und schon standen wir vor der Härteprüfung schlechthin, "BRK" war angesagt. Kurz nach dem Verteilen trat eine gespenstische Stille ein. Unruhig blätterte ich die Seiten durch und dachte mir nur "DAS DARF DOCH NICHT WAHR SEIN!". Ich versuchte die Fragen, welche gelinde ausgedrückt ein bisschen unmenschlich waren, so gut wie möglich zu beantworten. Sehr schleppend kam ich voran, was auch mein Blick auf die Uhr bestätigte, die Hälfte der Zeit war um und ich befand mich immer noch ziemlich am Anfang. Plötzlich wurde die Stille durchbrochen, "Zeit zum Abgeben" signalisierte uns der Lehrer, mit einer bedrückten Miene, als ob er schon gewusst hätte, was ihn erwartete. Ich hatte ein sehr gemischtes Gefühl. Zwar hatte ich den ersten Prüfungstag überstanden, aber diese unmenschliche BRK-Prüfung beschäftigte mich schon ein bisschen. Im Tram erhielt ich dann wenigstens die Bestätigung, dass ich nicht alleine war. Man hörte die schlimmsten Kraftausdrücke (Ausrufe, die sogar Quentin Tarantino Movies-Begeisterte abschrecken würden) und die Stimmung sank bereits am ersten Tag auf den Tiefpunkt. Der Autor dieser Prüfung konnte von Glück sagen, dass er sich in diesem Moment nicht im Tram befand. Bei einem ausgedehnten

Mittagessen versuchte ich die Ereignisse zu vergessen. Am Nachmittag versuchte ich mich mit genügend Arbeit einzudecken, um mich abzulenken. Was angesichts der vielen "...und wie isch's glofe..?"-Fragen sehr schwierig war. Doch am Abend daheim angekommen, begannen die ganzen Strapazen wieder von vorne. Noch einmal einen Blick in alle Unterlagen geworfen, dass ja jede unmögliche oder unwahrscheinliche Antwort beantwortet werden könnte. Wenigstens mischte sich zum Gefühl von Dauerstress, Leistungsdruck und der Tatsache, dass erst der erste Tag geschafft war, noch das Trostpflaster, dass ich am nächsten Morgen länger schlafen konnte als sonst, da die nächste Prüfung erst um 10.15 Uhr begann.

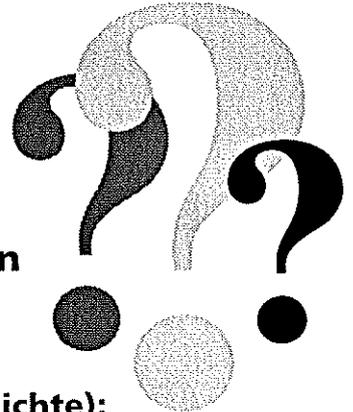
Denis Fankhauser



Publimedia ist das Medienunternehmen des Jahres!

Was ist eigentlich ...

der Unterschied zwischen Haushaltsabdeckung und Reichweite?



Haushaltsabdeckung (Streudichte):

Die Haushaltsabdeckung zeigt in wievielen Haushalten einer Ortschaft ein Titel verteilt wird. Die Streudichte wird als Verhältnis der verteilten Auflage zur Zahl der Haushaltungen in einem Gebiet berechnet.

Formel:
$$\frac{100 \times \text{Anzahl verbreitete Exemplare}}{\text{Anzahl Haushaltungen im Gebiet}}$$

Reichweite:

Bei der Reichweite reden wir von einem Prozentsatz der Bevölkerung, der durchschnittlich von einer Ausgabe einer Zeitung oder Zeitschrift erreicht wird. Die Reichweite der einzelnen Titel wird jährlich durch das MACH-Basic aktualisiert.

Formel:
$$\frac{100 \times \text{Anzahl Leser/innen}}{\text{Grundgesamtheit im Gebiet}}$$

Der Unterschied:

Bei der Haushaltsabdeckung gehen wir von den Haushaltungen im Gebiet aus. Bei der Reichweite von der Bevölkerung, die Bewohner der Haushalte.

Marc Aeschlimann

Das Media Trend Journal hat auch dieses Jahr die Prämierung des Medienunternehmens des Jahres durchgeführt. Die Mediaverantwortlichen von je 15 Media- und Werbeagenturen bewerteten folgende Leistungen:

- Serviceleistung
- Beratungskompetenz
- Preis-Leistungs-Verhältnis

Zu bewerten waren grössere Verlagshäuser, Werbegesellschaften, Plakat-, TV-, Radio- und Kinovermarkter.

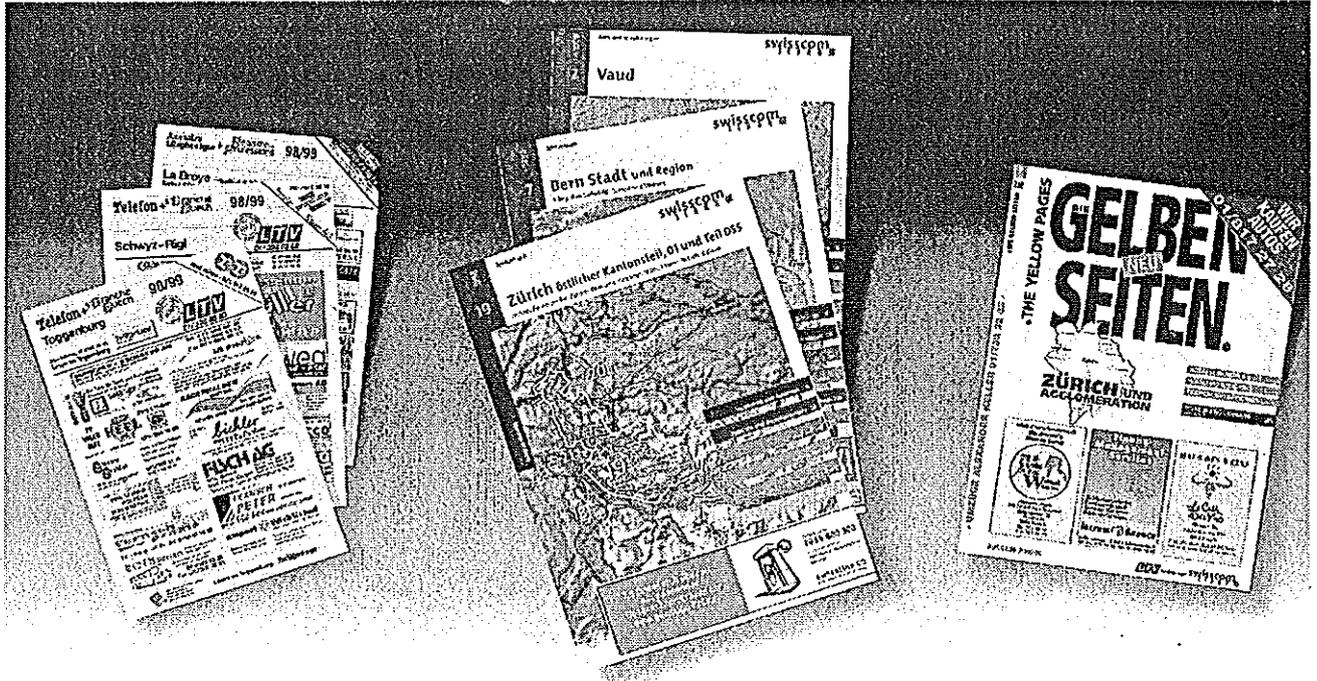
Letztes Jahr noch auf dem achten Rang, gewann die Publimedia knapp vor der TA-Media AG (Tages-Anzeiger-Gruppe Zürich) und Radiotele. Ich bin überzeugt, dass die Eröffnung der Publimedia Bern und Basel zu diesem tollen Ergebnis beigetragen hat. (Publimedia Bern arbeitet übrigens auch mit grossen Media-Agenturen in Zürich und Genf zusammen).

Publimag landete auf dem 16 Platz, Publicitas auf dem 18 (es ist zu berücksichtigen, dass die Befragten seit der Neustrukturierung der PubliGroupe weniger mit Publicitas zusammenarbeiten, was automatisch weniger Gelegenheit zum "Punkten" bringt)

Hugo Kropf

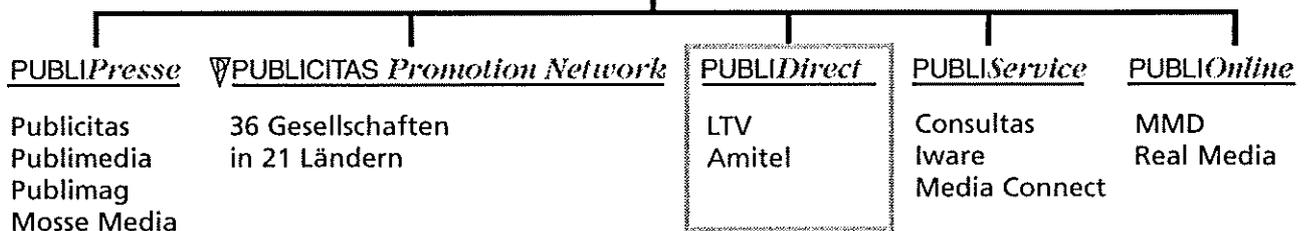
PubliBarn

Bereiche und Firmen
der PubliGroupe



Sie sind in jedem Haushalt präsent! Mit einer Vielfalt an Informationsquellen, Telefonbüchern und Branchenverzeichnissen ist die PubliGroupe auch in diesem Bereich der Leader.

PUBLIGroupe



PUBLIDirect

Telefonbücher und Branchenverzeichnisse sind eine Informationsquelle, welche die kommerzielle Kommunikation massgeblich erleichtert. Die Gesellschaften des Bereiches PubliDirect sind Herausgeber und Vermittler von Eintragungen und Anzeigen in 125 Telefonbüchern in der Schweiz und im grenznahen Gebiet (Ostfrankreich). Diese schaffen die direkte Verbindung zwischen Angebot und Nachfrage und gewährleisten den schnellen und effizienten Kontakt zwischen Handel, Gewerbe und Konsumenten.

Firmen der PubliDirect

Allein in der Schweiz werden die Erzeugnisse der LTV 11 Millionen mal in alle Briefkästen verteilt.

Die Telefonbücher der SWISSCOM, die Gelben Seiten und die lokalen Telefon- und Branchenbücher sind die Produkte der LTV AG.

Die PubliDirect ist auch im Osten von Frankreich vertreten wo die Gesellschaft Amitel S.A. 18 lokale Telefonbücher herausgibt.

Florence Lavanchy



**Florence
Lavanchy
beantwortet
Leserfragen
von ...**

... Vreni Ruf

Als prädestiniertes Redaktionsmitglied gibst du die Tätigkeit auf! Erkläre, warum Du eine Tätigkeit, die Dir auf den Leib geschrieben ist, einfach so aufgibst (zeitliche Gründe gelten nicht)?

Also die zeitlichen Gründe darf ich ja nicht erwähnen, auch wenn mein Entschluss sehr viel damit zu tun hat. Zudem glaube ich, dass man von Zeit zu Zeit die Zusammensetzung des Redaktionsteams und somit auch der Rubriken in der Hauszeitung etwas verändern muss. Nur dies ermöglicht einen Wandel, ansonsten "kocht man ja immer in derselben Suppe"...

... Ursula Imhasly und Regula Liniger

Gibt es einen besonderen Grund, dass Du immer Pumps trägst?

Ja - ich liebe Höhenluft. ODER Ja - ich lobe so die Unzulänglichkeiten der Natur etwas aus -

- mache mich also etwas grösser. Zumal die Körperhaltung entscheidend verbessert ist mit hohen Absätzen. Und es soll die Beine schöner machen. Ich bin immer noch auf der Suche nach den anderen Kleidungsstücken, die den Rest schöner machen... kleiner Scherz!

Wie sehen Deine Zukunftspläne aus?

Rosig - das hoffe ich doch zumindest. Wir leben in einer Zeit, welche uns auf Schritt und Tritt verplant, "beplant" und "umplant". So bin ich ganz froh, dass ich für mein Leben kleinen Plan sondern einen roten Faden brauche. Diesen habe ich zweifelsohne gefunden und er wird jeden Tag etwas länger.

Wenn Du einen einzigen Wunsch offen hättest, wie würde dieser lauten?

Das ist schwierig. Wünsche sind immer etwas unendliches und unzählbares - zumindest in meinem Fall. Aber ich glaube, da gibt es schon etwas, dass ich mir wünschen würde: Ich möchte die

Fähigkeit haben, die Zeit verlangsamen oder anhalten zu können. Es wäre mein Wunsch den Menschen einen Augenblick der Ruhe, der Besinnung und Zeit zum träumen zu geben. Träume und Sehnsüchte sind für mich ein entscheidender Lebensmotor.

... Christian Wolf

Was würdest Du tun, wenn am 1.1.2000 der Millenium-Bug tatsächlich eintreffen würde?

Ruhig bleiben! Ich würde meine Rauchzeichenkenntnisse auffrischen, mein Morsealphabet entstauben, meine Schiefertafel aus dem Keller holen, die Petrolampe startklar machen und in aller Ruhe warten, dass die ersten Inserateaufträge per Flaschenpost bei uns eintreffen.

Wieso hat es in Deiner Abteilung nur Frauen und keine Männer? Sind Frauen arbeitstüchtiger?

Lieber Christian, ich nehme an, dass Du Dich bei Sandro Gander noch entschuldigen wirst... Er hält zur Zeit zwar das Monopol in bezug auf das männliche Geschlecht in der P-Direct, dass sich das ändern wird, dafür bist Du ja eines der beiden "Beispiele". Stefan Hofer und Du tragen zur "männlichen" Eroberung der Publicitas Direct ab August 99 entscheidend bei. Ich würde mich freuen, wenn sich die "Männerquote" in der PD noch etwas erhöhen würde. Es ist wie im wahren Leben: Nur die richtige Mischung bringst. Das gilt auch für die "Chemie der Geschlechter" in einer Abteilung. Zumal bin davon überzeugt, dass die PD auch für Männer einen guten Einstieg in die Branche darstellt. Die ersten Gehversuche im Print-Media-Markt können ein optimales Fundament sein für die weitere berufliche Entwicklung im Verkauf, z.B. als Junior Kundenberater.

Was würdest Du machen, wenn Du entdecken würdest, dass die Wirklichkeit in der Du bislang gelebt hast, nur eine Illusion ist?

Weiterträumen...

Was würdest Du auf die berühmte Insel mitnehmen?

Die Realistin in mir würde Dir

antworten : Ein Feuerzeug, ein Swiss Army Taschenmesser, ein grosses Leinentuch, eine grosse Rolle Schnur und einen Kanister. Die Träumerin in mir würde Dir antworten: Eine Hängematte, ein gutes Buch und eine kühlen Drink. Irgendwie gefällt mir die zweite Antwort besser...

Was wäre Dein Traumjob?

Besitzerin und "Chef de Cuisine" eines kleinen aber feinen Gourmetrestaurants in den Waadtländer Rebbergen meines Heimatortes Lutry am Lac Léman.

Hast Du schon mal daran gedacht, alles liegen zu lassen und in der Wildnis oder in einem anderen Land neuen Frieden zu finden?

Ja, speziell wenn ich solche Fragen beantworten muss... Nein, ernsthaft: Ja, schon mehrmals. Immer dann, wenn mir hier alles zu eng oder besser gesagt zu engstirnig wird. Heimat ist für mich nicht an einen geografischen Ort gebunden. Dort wo ich mich wohl, verstanden und geliebt fühle, ist mein Zuhause. Da spielen auch Distanzen zum eigentlichen Ausgangspunkt und zum sozialen Umfeld keine grosse Rolle - Freundschaft kennt keinen Kilometerzähler.

Was ist Deine früheste Kindheits Erinnerung?

Meine Geburt natürlich - war das ein "Chrampf" - Ok, das kann es wohl nicht sein.

Ich kann von einer Kindheits Erinnerung erzählen, die zwar nicht die erste ist, an die ich mich erinnern kann, aber eine der ersten hier in Bern mit etwa 5 oder 6 Jahren. Ich habe die ersten paar Jahre meines Lebens in Frauenfeld - in Mostindien (Thurgau) - verlebt. Als ich dann in Bern das kleine Nachbarsmädchen nach dem Mittagessen zum spielen abholen wollte, sagte mir ihre Mutter an der Türe: "Nei, nei, s Sändi cha no nid cho spilä, äs isch no am löije". Mit bleicher Miene und Todesangst rannte ich das Treppenhaus runter zu meiner Mutter und sagte in meinem besten Ostschweizer Dialekt: "Mami, Mami, die haben einen Löwen dort oben..." : Das war

einer meiner ersten Kontakte mit dem "Bärndütsch" und wohl der angsteinflössenste...

... Oliver Egloff

Gibt's ein Leben für Dich nach PubliBärn und was machst Du in der neu gewonnenen Zeit eigentlich?

Die Arbeit in der Redaktion unserer Hauszeitung gehört oder gehörte zu den liebsten Nebenjobs, die ich habe oder hatte. Aber wie es der Name schon sagt, es sollte nebenher erledigt werden können, hat man aber einmal zu viele dieser "Nebenbeiaktivitäten", gerät das Ganze aus dem Gleichgewicht. Das war der Fall. Ich habe sehr viele Hobbys, wenn auch die meisten meiner Arbeitskollegen und -kolleginnen nicht die Hälfte meiner Freizeitaktivitäten kennen. So bin ich sicher, dass mir das was einfallen wird, wie ich Zeit zukünftig nutzen werde ...

Mit wem oder was würdest Du am liebsten in eine Badewanne steigen?

Also am liebsten mit warmen Wasser... Ich glaube, das war nicht die Antwort, die Du hören wolltest. Da meine gelbes Entchen an meinem 20. Geburtstag ausgezogen ist, würde ich mich über George Clooney in meiner bescheidenen Badewanne ausgesprochen freuen...

Hast Du ein Lebensmotto? Wenn ja, wie lautet dieses?

Lieber 20 Jahre mit 100 % Lebensfreude erleben und auch mal ein Risiko eingehen, als 100 Jahre mit 20 % Lebensfreude vergeuden.

Du bist in Deinen Ferien meistens auf Reisen. Wo hat es Dir bis jetzt am besten gefallen und warum?

In Island. Erde unter sich berühren zu dürfen, die jünger als man selber ist; Wasser in derartigen Massen in allen Formen zu erleben und die Natur echt fühlen zu können - eine Reise ins Land der Sinne - das war ein unbeschreibliches Erlebnis. Ganz zu schweigen von den schier unendlichen Fotosujets...

Was möchtest Du Deinem Chef schon immer mal sagen? (Zwar

geklaut, aber sehr interessant/ Anmerkungun des Fragestellers)

Dafür reicht der Platz hier gar nicht ... Nein, Spass beiseite. Ich bin mit meinem Chef eigentlich ganz zufrieden, wenn nur nicht immer diese Gezapple wäre. Fred Struchen kann einfach auf keinem Stuhl ruhig sitzen bleiben... Kurt Müller und ich - wir werden bald eine Gefahrenzulage beantragen für die gefährliche Lage unserer Büros. Bei diesen Vibrationen durch Fred Struchen muss man ständig mit dem Einbrechen der Decke rechnen... Sorry, Fred!

... Fred Struchen

Stell Dir vor Du gewinnst eine Weltreise für 2 Personen, nach welchen Kriterien suchst Du Deine/Deinen Reisebegleiterin/ Reisebegleiter aus?

Diese Frage musste ja vor Dir kommen, Fred... Es sollte eine kulturell und geschichtlich interessierte Person mit einem ähnlich grossem Wissensdurst bezüglich fremder Kulturen und Menschen wie ich sein. Bevorzugt männlich - ich bin ja auch nur ein Mensch, oder...

Nur so nebenbei Fred, diese Person gibt es schon...

Du kannst wählen zwischen dem Job als Filialeleiterin einer P-Filiale oder einem Auslandsaufenthalt (der Job ist danach weg!) nach Deinem Wunsch 6 Monate - alles bezahlt. Was wählst Du und warum?

Keine Frage - den Auslandsaufenthalt. Erstaunt? Der berufliche Werdegang ist keine Sprintstrecke oder eine Trophäensammlung an Titeln - auch wenn das einige so sehen und erst recht so handhaben. Gut Ding will Weile haben - das gilt auch hier ("Fürchte nicht langsam vorwärts zu kommen, nur Stillstand fürchte"). Karriere machen heisst für mich eine Entwicklung zu durchleben - nicht nur beruflich sondern auch menschlich. Die Stelle eines Direktors sollte sich nicht nur auf das Privileg beschränken sein Visitenkärtchen in Gold prägen zu dürfen. Man übernimmt als Direktor oder Direktorin eine berufliche Verantwortung und

eine menschliche Verpflichtung seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gegenüber. Auch wenn ich jetzt einigen ihr Bild der karriereorientierten Jungmanagerin F. Lavan-chy zerstöre, glaube ich nicht - bei allem beruflichen Ehrgeiz -, dass ich bereits die Lebens- und Berufserfahrung hätte, die eine Anwärterin oder ein Anwärter für ein solches Amt mitbringen sollte. Ich bin mir gegenüber äusserst kritisch und lass mir noch ein paar Jahre Zeit bevor ich am höchsten Stuhl säge... also lieber Herr Althaus, nur keine Panik...kleiner Scherz. Ich bin zudem davon überzeugt, dass ich meinen Rucksack an Lebenserfahrungen auf einer 6-monatigen Reise durch die Welt entscheidend vergrössern könnte, auch im Hinblick auf eine 2. gleichwertige Chance.

... Res Spycher und Barbara Schmideder

Stell Dir vor am 1.1.2000 erscheint eine Sonder-Briefmarke zum Thema "P-Erlebnisse aus dem vergangenen Jahrhundert". Auch Du musst ein Sujet liefern. Was würdest Du kreieren?

Briefmarken haben doch immer eine bescheidene Grösse, oder!? Ich glaube nicht, dass es möglich ist meine Erlebnisse in der P auf eine Fläche von 4 cm² zu bringen, speziell nicht jene aus dem vergangenen Jahr...

Gibt es gewisse Vorsichtsmassnahmen, welche Du triffst, wenn Du Leute aus der Publicitas bei Dir zu Hause einlädst?

Normalerweise war das nicht nötig. Es gibt jedoch ein Erlebnis, welches eine solche Frage durchaus berechtigt. Speziell dann, wenn man den Fehler macht die obengenannten Fragesteller und eine "äusserst vorwitzige" Walliser Personalassistentin zu sich einzuladen, unbeaufsichtigt im Wohnzimmer zurücklässt und das Risiko eingeht die Wohnung am nächsten Morgen neu dekoriert vorzufinden. Die einzig wirksame Vorsichtsmassnahme gegen solche Überraschungen ist, die entsprechenden Leute NIE mehr einzuladen...

Gibt es ein Auto, das Deiner Ansicht nach Deinem Charakter entspricht?

Ich glaube, ich bin eine Konstruktion aus vielen Marken: Ich kann "schurren" wie ein Ferrari.

Ich kann von 0 auf 100 beschleunigen wie ein Porsche.

Ich bin wendig (geistig) wie ein Smart.

Hab eine Herz wie der Laderaum eines Renault Espace.

Bin treu und beständig wie ein Volvo.

Lass mich so schnell nicht mehr aus der Ruhe / Kurve bringen wie ein Mercedes A Klasse

Und pass mich dem Gegenwind so stormlinienförmig an wie der neue Audi TT.

Wen würdest Du als Deinen Traummann bezeichnen?

Den Mann in meiner Badewanne...

... Raoul Wanger

Du hast in den vergangenen PubliBärn- bzw. Extrablatt-Ausgaben die meisten Weiterbildungen im Bereich Marketing und Verkauf vorgestellt. Was sind Deine Erkenntnisse aus Deiner Marketingplaner-Ausbildung in bezug auf die praktische Umsetzung in Deiner neuen Funktion als Abteilungsleiterin? Wo sind für Dich die Unterschiede zwischen "theoretischer Ausbildung" und Deiner Aktuellen Umsetzung in die Praxis?

Theorie und Praxis gehen oft auseinander, aber das ist ja nichts Neues. Es gibt gewisse Dinge, die kann man nicht theoretisch lernen, die muss man erleben. Fehlt die praktische Grundlage oder baut man sein Ausbildungsgerüst zu schnell ohne die praktische Anwendung, so besteht Einsturzgefahr. Theoretische Ausbildungen geben den Rahmen, was noch nicht heisst, dass das Bild gleich beim ersten Mal ein Picasso ist.

Was fällt Dir zu den folgenden Stichwörtern ein:

- Bibel:

Das meist gelesene Buch der Erde

- leider auch das missverstandenste...

- Natur:

Energie - Reinheit - Fundament

- Clinton:

Lügen haben kurze Beine...

- Sion 2006:

Wenn aus Träumen Alpträume werden... oder: Man darf sich seiner Sache nie zu sicher sein.

- Publicitas

eine meiner beruflichen Stationen

Wenn Du ein Insekt wärst, auf welcher Pflanze würdest Du gerne leben?

Ein Floh ist doch ein Insekt, oder?! Mein Zuhause wäre auf einer Sonnenblume. Sie ist für mich das Sinnbild für Energie, Vollkommenheit und Standvermögen.

Eine philosophische Frage: Wieviel Wert hat Geld?

Soviel wie wir ihm zumessen...leider oft zu viel.

Was ist das, was Du Deinem ärgsten Feind nie wünschen würdest?

Ich geb mir alle Mühe jenen Menschen, die mir etwas zu leide getan haben, nichts Böses zu wünschen. Ich glaube das Leben führt seine eigene Bilanz und unter den Strich erhält jeder das Schicksal, das er verdient.

... Daniela Grünig

Also nimm an Du hast Nachwuchs und Dein kleiner Sprössling plant eine Karriere in der Publicitas. Was für Ratschläge würdest Du ihm mit auf dem Weg geben?

Er oder sie soll sich doch noch überlegen, ob er oder sie nicht einen "anständigen" Beruf lernen möchte... Hoppla, das ist mir jetzt so rausgerutscht.

Ich würde meine Kinder grundsätzlich nach allen Kräften den beruflichen Weg erleichtern, den sie aus eigener Entscheidung (gutbegründet und realistisch) wählen.

Eine Arbeitsstelle bzw. die Qualität eines Job hat für mich verschiedene Einflussfaktoren. Die einen kann man selber nicht

Neuer Wettbewerb!

beeinflussen und die anderen kann man mitbestimmen und prägen. In diesem Sinne würde ich es meinem Nachwuchs ans Herz legen, die beeinflussbaren Faktoren aktiv mitzugestalten und mit diesem Prozess zu wachsen und sich zu entwickeln - egal wer der Arbeitgeber ist.

... Alex Baumgartner

Mit wem möchtest Du gerne in Urlaub fahren ?

- a) Homer Simpson
- b) Al Bundy
- c) Fredy Hinz
- d) Bill Gates
- e) Prinz Charles
- f) Mick Jagger
- g) Leslie Nielson
- h) Siegfried und Roy (ohne Tiger)

Ich bin kein grosser Segelfan, somit fällt Prinz Charles mit seinen Ohren schon mal weg - von Mick Jagger krieg ich Alpträume - ich habe kein portables WC, also wird Al Bundy nicht mitkommen wollen - mit Leslie Nielson ist's mir zu gefährlich - da gibt es nur eine Lösung: Ich gehe alleine in die Ferien - mit der Option mir diese von Bill Gates finanzieren zu lassen.

Welches ist Dein Traumreiseziel?

Neuseeland, Mittelamerika, Patagonien, die Osterinseln, Kuba, Singapur ... reicht das.

Liebe Kollegen und Kolleginnen! Herzlichen Dank für Eure Fragen. An alle anderen: So eine Chance kommt nie wieder...

Diese Ausgabe ist meine letzte als aktives Redaktionsmitglied. Nach über drei Jahren und 80 Seiten Text ist es an der Zeit anderen die Chance zu geben, sich als Redaktionsmitglied "auszutoben". Ich danke allen Redaktionsmitgliedern für die tolle Zusammenarbeit, den Lesern für die Treue und wünsche dem PubliBärn - Team für die Zukunft nur das Beste.

Eure Florence Lavanchy



Was / Wo ist das ?

Die Fragen lauten:
Wie heisst diese abgebildete Figurengruppe und wo in Bern befindet sie sich?

Der Preis für die richtige Antwort:
Ein REKA-Check im Wert von Fr. 50.-

Die Auslosung erfolgt unter den richtigen Einsendungen. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.



Der ausgefüllten Talon senden Sie bitte bis 6. August 99 an Frau Ursula Imhasly, Personalabteilung, Rohrpost 9.1

Die Antworten:
Die abgebildete Figurengruppe heisst.

und sie steht:

Absender:

Name: _____

Vorname: _____

Abteilung: _____

Auflösung Wettbewerb PubliBärn Nr 2 Mai 1999



5 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben bei unserem letzten Erkennungsspiel mitgemacht.

Die abgebildete

Erika Heimberg, Publimedia konnte leider niemand erkennen.

PubliBärn-Redaktion betrübt: Flo hört auf!

Weder säuselndes Lobpreisen, weder hohe Überredungskünste noch Wehgeschrei konnten sie umstimmen. Florence Lavanchy, das Rückgrat unseres Blattes, verlässt das Redaktionsteam.

Zerknirschung herrscht. Wer wird uns künftig Ausbildungsmöglichkeiten im Detail erklären und schmackhaft machen; Wer lockt im Frage-Egge streng gehütete Geheimnisse an den Tag? Wer legt putzigen Tieren witzige Sprüche in die Schnauze? Wird unser Leibblatt dünn wie Seidenpapier?

Keine Geiss schleckt es weg: Flo hat uns in den letzten Jahren mit fast beängstigender Frauenpower vorwärtsgetrieben und ist mit wehenden Fahnen vorangestürzt ohne sich zu schonen. Die Seiten zu zählen, die sie mit interessanten, unterhaltenden, augenzwinkernden (usw) Inhalten gefüllt hat, überlassen wir ihr (ist sie doch auch als Statistikerin bekannt, wenn nicht gar gefürchtet). Ganz zu schweigen von den Stunden, die sie von ihrer Freizeit für unsere Zeitschrift geopfert hat (vergessen wir nicht, dass dies vor allem in der Zeit ihrer Weiterbildung zur Marketingplanerin und dem 150%-igen Einsatz für den Touring geschehen ist).

Wir fühlen uns wie die Schafe ohne Hirtin. Zum Glück waltet immerhin ein "Hüter- und Wachhund" seines Amtes, so dass die LeserInnen insofern beruhigt sein dürfen, dass es irgendwie weitergeht. Wie die zarte Psyche der Redaktionsleute allerdings Flo's Ausscheiden verkraften wird, steht in den Sternen geschrieben.

Trotzdem: Liebe Flo, (achtung Metapher) wir lüften vor Dir in höchster Anerkennung für Deinen unermüdlichen Einsatz (usw) unsere Hüte und sprechen Dir den herzlichsten Dank aus. Wir nähren die Hoffnung, dass auch in Zukunft einige Zeilen aus Deiner Feder und Bilder aus Deiner Kamera den Weg ins PubliBärn finden werden. Im Auftrag und Willen des Redaktionsteams und in persönlicher Betroffenheit, Hugo Kropf

Unter dem Titel "Was man der Versicherung so alles schreibt" hat die Hauszeitung der Suva die folgenden Stilblüten veröffentlicht. Wir wünschen beim lesen viel Vergnügen.

Mein Dachschaten wurde wie vorgesehen am Freitagmorgen behoben.

Im hohen Tempo näherte sich mir die Telegrafentange. Ich schlug einen Zickzackkurs ein, aber dennoch traf mich die Stange am Kühler.

Ich fuhr mit meinem Wagen gegen die Leitschiene, überschlug mich und prallte über einen Baum. Dann verlor ich die Herrschaft über das Auto.

An der Kreuzung hatte ich einen unvorhergesehenen Anfall von Farbblindheit.

Im gesetzlich zulässigen Höchsttempo kollidierte ich mit einer unvorschriftsmässigen Frau in der entgegengesetzter Richtung.

Dummerweise stiess ich mit dem Fussgänger zusammen. Er wurde ins Krankenhaus eingeliefert und bedauerte dies sehr.

Ich bitte um Stundung der Kaskoprämie. Seit mein Mann gestorben ist, fällt es mir onehin schwer, mein kleines Milchgeschäft hochzuhalten.

Der Fussgänger hatte keine Ahnung, in welcher Richtung er gehen sollte, und so überfuhr ich ihn.

Ich fand ein grosses Schlagloch und blieb in demselben.

Ihr Versicherungsnehmer fuhr vorne in meinen Frisiersalon. Während

"Ein Fussgänger rannte in mich und verschwand wortlos unter meinem Wagen."

der Reparaturzeit war ich nur beschränkt tätig. Ich konnte meinen Kunden nur noch hinten rasieren und schneiden.

Ein Fussgänger rannte in mich und verschwand wortlos unter meinem Wagen.

Mein Onkel starb letztes Jahr. Es ist müssig, den Versicherungsbetrag einzutreiben, zumal das Grab von einem grossen Stein verdeckt ist.

Der andere Wagen war absolut unsichtbar, und dann verschwand er wieder.

Ich habe so viele Formulare ausfüllen müssen, dass es mir bald lieber wäre, mein geliebter Mann wäre überhaupt nicht gestorben.

Ich habe noch nie Fahrerflucht begangen. Im Gegenteil, ich musste immer weggetragen werden.

Sie haben meine Verhältnisse nur auf der einen Seite geprüft, ohne meine Kehrseite zu brücksichtigen.

Ich überfuhr einen Mann. Er gab seine Schuld zu, da ihm dies schon einmal passiert war.

Ich übersende Ihnen eine Duplikatsrechnung, die keine Duplikatsrechnung mehr ist, weil ich das Wort Duplikat gestrichen habe.

Der Brandschaden ist vermutlich durch achtloses Wegwerfen eines Strassenpassanten entstanden.

Der Mopedfahrer, der am Tatort alles miterlebte, hatte der FahrerIn meines Pkw aufrichtig erklärt, dass er seiner Zeugungspflicht nachkommen wird.

PubliBärn

Fragebogen PubliBärn



... mit toller Gewinnchance !!

Wie gefällt Ihnen die Mitarbeiterzeitschrift PubliBärn, welche von und für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Firmen der PubliPresse Bern und Burgdorf gemacht wird und sechsmal jährlich erscheint?

Ihre Meinungen, Anregungen und Wünsche interessieren uns. Senden Sie uns Ihre Meinung mit diesem Fragebogen zu und gewinnen Sie ein tolles Publicitas Badetuch (mit integriertem Spiel).

Wie gefällt Ihnen das Layout bzw. die Gestaltung von PubliBärn?

- Sehr ansprechend
 Weniger ansprechend

- Ansprechend
 Verbesserungswürdig

Was würden Sie an der Gestaltung ändern? (Verbesserungsvorschläge)

Wie beurteilen Sie den Inhalt / die Themen von PubliBärn?

- Sehr ansprechend
 Weniger ansprechend

- Ansprechend
 Verbesserungswürdig

Welche Themen mögen Sie besonders?

Welche Themen vermissen Sie? (Verbesserungsvorschläge)

Vermissen Sie mehr offizielle Informationen der Geschäftsleitung in PubliBärn?

- Ja

- Nein

Oder wünschen Sie offizielle Informationen lieber über einen anderen Weg als im PubliBärn?

- Ja, per CC-Mail
 Ja, in separatem Brief/Newsletter

- Ja, am schwarzen Brett
 Ja, andere Wege, nämlich

Wie oft lesen Sie PubliBärn?

- Jedesmal Jedes zweite Mal Nur ab und zu Nie

Wie intensiv lesen Sie PubliBärn durch?

- Alle Beiträge
 Weniger als die Hälfte der Beiträge

- Mehr als die Hälfte der Beiträge
 "Nur Überflugsmässig"

Nehmen Sie PubliBärn mit nach Hause?

- Ja

- Nein

Wenn ja, zeigen Sie PubliBärn auch Ihren Angehörigen?

- Ja

- Nein

Möchten Sie auch Artikel für PubliBärn schreiben?

- Ja

- Nein

Wenn ja, wie regelmässig?

- Ab und zu, ich melde mich selber
 Immer, ich möchte Mitglied der Redaktion werden.
 Regelmässig, ich melde mich selber
 Lieber nicht
Nehmt mit mir Kontakt auf.

Gesamturteil:

Ich finde PubliBärn:

Was ich dem Redaktionsteam von PubliBärn schon immer mal sagen wollte:

Diesen Fragebogen ausfüllen und einsenden an:

Publicitas AG, PubliBärn-Redaktion,
zhv. Martin Bürki,
Seilerstrasse 8, 3001 Bern

Absender:

Name:

Vorname:

Firma bzw. Abteilung:

PubliBärn

Nr.4 / September 1999

 PUBLICITAS

publimag

publimedia

Übertreibungen in der Werbung

In unserer Reihe «Werbung früher», welche uns in diesem Jahr in unserer Hauszeitschrift auf der Titelseite begleitet, finden Sie in dieser Ausgabe Übertreibungen in der Werbung.

Im Hinblick auf den Wechsel in das Jahr 2000 wird uns dieses Thema in der Werbung wohl öfters begegnen. Denn die Aussage «Das Produkt für eine neues Jahrtausend» wird wohl das eine oder andere Mal auftauchen und ist, dass können wir vermuten, wohl ein bisschen übertrieben.



Oben: «Welch Wunder!»
Plakat aus dem Jahr 1932
Links: «Ganz schön übertrieben?»
Inserat im Stadtanzeiger vom
20. März 1916

**Das grossartigste
Film-Kunstwerk
der Gegenwart!**



**Bis zur Stunde
von keinem andern
Filmwerk erreicht!**

Volkshausaal **Volkstheater** Zeughausgasse

Cabiria

Einstimmung

Die Werbung hat äusserst vielschichtige und vielfältige Ziele. Werbung soll Beweisen, Verkaufen, Wissen vermitteln, Image aufbauen, Erklären, Bestätigen, Hemmschwellen senken und vieles mehr. Kurz zusammengefasst soll die Werbung in jedem Fall etwas auslösen. Dies kann mit Witz und Charme oder mit Emotionen oder mit Unterhaltung oder Unterschwellig oder mit

PubliBärn

Impressum

Herausgeber:

Von und für die Mitarbeiter der Firmen der PubliPresse von Bern und Burgdorf

Verantwortliche Redaktion:

in alphabetischer Folge
Rita Anderegg, Martin Bürki
Ursula Imhasly, Edith Küenzi
(Vertretung Publimag), Hugo Kropf
(Vertretung Publimedia), Peter Moll,
Carmen Reichenbach

Grafische Verantwortung:

Alex Rüfenacht

Layout:

DTP-Team der Publicitas Bern

Erscheinungsweise:

(6 x jährlich)

Auflage: 250 Exemplare für das Personal der Publipresse-Firmen Bern und Burgdorf und für Pensionierte

Das nächste "PubliBärn" erscheint: November 1999

Ihre Beiträge:

Texte bitte immer digital anliefern (Text im Amipro erfassen und unter Dateiformat "Word for Windows 6.0") abspeichern. Besten Dank für Ihre Mithilfe.

In dieser Ausgabe

... ganz neuer Wettbewerb

... Print Media-Trophy Verleihung 1999

... Ein Tag im Leben von Kurt Müller

... Edith's Koch- Bach- und Schnousiege

... und vieles mehr.

Vergleichen oder, oder, oder geschehen. Darf Werbung auch Übertreiben? - Auf jeden Fall. Aber nicht in jedem Fall.

So kann eine Übertreibung den Witz der Werbung ausmachen oder einen technischen Sachverhalt einfach aufzeigen. Eine Übertreibung kann eines der Mittel sein, die Werbebotschaft zu vermitteln. Eine Übertreibung kann aber durchaus auch negativ aufgefasst werden. Die Konsumenten könnten sich als nicht ernstgenommen fühlen. Oder das Produkte-Image könnte falsch interpretiert werden. Es kann der Eindruck entstehen, dass der Absender der Werbebotschaft überheblich oder unseriös wirkt.

Übertreibung früher

Die Sujets mit Übertreibungen, welche wir in alten Werbesujets gefunden haben, zeugen oft nicht zuletzt von einer etwas hemdsärmeligen, selbstgeschusterten Werbebotschaft.

Aussagen wie «das Beste äussere Heilmittel der Welt» oder «Das grossartigste Kunstwerk der Gegenwart - bis zur Stunde von keinem andern Filmwerk erreicht» kommunizieren zwar den USP (Unique Selling Proposition = einzigartiger Verkaufs-/Produktvorteil, bzw. eindeutige Alleinstellung gegenüber der Konkurrenz), wirken aufgrund der übertriebenen und subjektiven Aussage aber nicht sehr glaubwürdig. Zwar mag es sein, dass es früher einfacher war, einen USP anpreisen zu können, da ein technologischer Vorteil von der Konkurrenz nicht so schnell eingeholt werden konnte wie heute, jedoch tönen die übertriebenen Solgans nicht sehr realistisch.

Aber es ist nicht nur ein Phänomen von früher, auch in den aktuellen Werbebotschaften finden wir Übertreibungen, wie zum Beispiel «Die wahrscheinlich längste Praline des Universums». Diese sind jedoch eingebettet in

eine Story, welche futuristisch anmutet und die Übertreibung in einen witzigen Context setzt.

Es ist also Vorsicht geboten, im Umgang mit Übertreibungen. Besser sollte man einen echten Nutzen kommunizieren, als eine übertriebene Aussage. Denn Werbung soll auch Beweisen und das wird bei einer Übertreibung echt schwierig.

Martin Bürki.

Gegründet 1847.

ALLCOCK'S Plaster

Das beste äussere Heilmittel der Welt.



Für Rückenschmerzen kommt kein Pflaster dem Allcock gleich. Stärkt schwache Rücken besser wie jedes andere Mittel.

Hüftenschmerzen werden schnell beseitigt und gleichzeitig die Muskeln gestärkt und die Energie gehoben.

Aufzulegen wo der Schmerz seinen Sitz hat.

Allcock's ist das erste und echte poröse Pflaster. Es ist das klassische Heilmittel das bei allen Apothekern der zivilisierten Welt erhältlich ist.

ALLCOCK MANUFACTURING CO., Birkenhead, ENGLAND.

Links:
Inserat in der «Schweizer Illustrierte Zeitung» vom 20. März 1916

Liebe Mitarbeiterinnen, liebe Mitarbeiter

Schon neigt sich das 3. Quartal des Jahres 1999 dem Ende zu und es geht mit Riesenschritten dem Jahres-, Jahrhundert- und Jahrtausendwechsel entgegen. Was hat uns das bisherige Jahr 1999 gebracht? Vorerst einmal viel Arbeit, allerdings auch verbunden mit guten Resultaten: Die budgetierten Umsätze der Publicitas Bern konnten praktisch in jedem Monat erreicht oder gar überschritten werden. Vor allem die Stelleninserate sind es, die uns insgesamt erfreuliche Resultate bescheren, während sich der kommerzielle Sektor und die Gelegenheitsanzeigen leider negativ entwickeln. Im Immobiliengeschäft ist - etwas entgegen dem schweizerischen rückläufigen Trend - eine Stagnation feststellbar. Die Stellenentwicklung hat neben der erfreulichen Seite auch einen Schatten: bereits ist der Anteil der Stellen am Gesamtumsatz der Publicitas Bern auf 40 % angewachsen, was bei dieser konjunkturabhängigen Sparte für die Zukunft eine gewisse Gefahr darstellt. Allerdings zeigen die Konjunkturaussichten keinerlei negative Indikatoren, einem weiterhin positiven Verlauf im Jahr 2000 steht also nichts im Weg! Was erwartet uns an Projekten und Neuerungen in den nächsten Wochen und Monaten?

ReviTar

Eine umfassende Revision der Tarife bei der Schweizer Presse steht uns auf den 1. 1. 2000 bevor: Die mm-Abschlüsse werden durch Frankenabschlüsse ersetzt. Neu also z.B. 3 % Rabatt ab Fr. 5'000.— Jahresumsatz statt 3 % Rabatt bei Abnahme von 4000 mm). Dabei werden alle Auftritte des Kunden in einem Titel frankenmässig aufgerechnet und rabattiert, also auch Prospektbeilagen, Zuschläge, Felder usw. Bei den Prospektbeilagen wird neu mit einem Einheitspreis operiert, also Werbewert + Porto + Einstecken = Fr. XX.

Mit diesen Massnahmen erhofft man sich für die Kunden der Presse eine Vereinfachung der Tarifstruktur, eine einfachere Erfassung der Prospektbeilagen und insgesamt eine verbesserte Konkurrenzfähigkeit der Presse.

Millennium-Übergang

Consultas hat mittlerweile alle PubliGroupe-Programme kontrolliert und wo nötig korrigiert. In der Testfiliale Sion wurden umfangreiche Tests zusammen mit dem Regiepartner «Nouveliste» durchgeführt. Mit den grossen Partner-Verlagen werden in den Monaten Oktober und November schweizweite Tests zeigen, dass wir millenniumtauglich sind. Auch unser eigene Informatik wird überprüft (PC-Drucker etc.). Für den 1. Januar 2000 wurde in jeder Filiale ein Testteam gebildet (bei der Publicitas Bern steht dieses unter der Leitung von Regula Feller), das an diesem denkwürdigen Tag zusammen mit Consultas alle Systeme testen wird. So dürfen wir alle zuversichtlich sein, dass wir am Montag, 3.1.00 problemlos unsere Arbeit wieder aufnehmen können.

Migration WINDOWS

In der Woche vom 4. - 8. Oktober wird in der Filiale Bern ein Team von Consultas-Spezialisten unter Mitwirkung unseres PC-Spezialisten die Erneuerung des Betriebssystems vornehmen: neu werden wir alle mit Windows 98 arbeiten, OS2 wird definitiv verschwinden. Das Programmpaket Office 97 (Word / Excel / Powerpoint) sowie eine neue cc:mail-Version werden installiert. Die Schulung für die Anwendung der neuen Programme erfolgt in den letzten Monaten dieses Jahres und anfangs 2000.

Dynamiser la vente

In den Filialen Biel und Lausanne läuft zur Zeit ein Pilotprojekt der GD unter dem Titel «dynamiser la vente». Es wird mittels Test mit je zwei Verkäufern geprüft, ob und wie eine Informatisierung unserer Kundenberater sinnvoll ist und welche Werkzeuge/Programme auf einem Laptop installiert werden müssen, damit eine optimale Kundenbetreuung sichergestellt ist. Die Resultate dieses interessanten Piloten werden im Frühjahr vorliegen, ein eventueller gesamtschweizerischer Einsatz ist für Herbst 2000 zu erwarten.

Guichet virtuel / Publicitas 2000 plus

Bei diesem Projekt handelt es sich um die Präsentation der Publicitas, der Schweizer Presse

sowie den Dienstleistungen rund um das Inserat im Internet. Ich habe kürzlich die erste Version des guichet virtuel gesehen. Es handelt sich dabei um ein tolles, faszinierendes und zukunftsorientiertes Projekt. Ich denke, dass es richtig und wichtig ist, dass sich Publicitas in diesem stark wachsenden Bereich des Internets engagiert und dabei bleibt. Wie sieht der ungefähre Inhalt des guichet virtuel aus? Site Publicitas, Filialsite (von uns selbst gestaltet, gepflegt und mutiert), das Inserat und die Zeitungen (mit der Möglichkeit, einfach und komfortabel Inserate aufzugeben und zu bezahlen), Agenda/Veranstaltungen/Archiv/Links. Das ganze wird aktiv von einem lustigen kleinen Assistenten mit Tipps und Erklärungen begleitet.

Die erste Version besteht, Korrekturen und Tests sowie die Programmierung der individuellen Filialsites erfolgen in den nächsten Wochen. Ab nächstem Jahr folgen dann die flächendeckende Einführung und die aktive Bewerbung.

Sie sehen: es gibt viel zu tun. Unser Unternehmen und unsere Arbeitsplätze verändern sich rasant. Alle genannten und viele weitere Projekte und Aufgaben sind sehr interessant, zukunftsgerichtet und innovativ. Und sie verlangen von uns Flexibilität, Umdenken und den Willen, Neues zu lernen. Sie fordern uns heraus! Wir müssen am Markt noch aktiver werden und wir müssen zielstrebig die innovativen Projekte mittragen und weiterverfolgen. Dabei dürfen wir aber unser Tagesgeschäft nicht vergessen: Ganz zuerst gilt es nach wie vor, unsere Kunden zufriedenzustellen, die Verlegerbeziehungen zu pflegen, Inserate zu verkaufen und die Beratungs- und Verarbeitungsqualität sicherzustellen und zu verbessern.

Ich danke Ihnen allen für Ihren täglichen Grosseinsatz zur Erreichung unserer gemeinsamen Ziele, für Ihr Vertrauen und Ihr Engagement. Jede/jeder an ihrem/seinem Arbeitsplatz ist es letztlich, die/der neue Projekte und Aufgaben erst zum Durchbruch und damit zum Funktionieren bringt.

Herzlich Ihr

Walter Althaus

PUBLICITAS

Wir stellen vor

In dieser Ausgabe dürfen wir Ihnen eine ganze Galerie von neuen Gesichtern präsentieren. Nicht nur 4 neue Lehrlinge und eine Praktikantin hatten kürzlich Ihren ersten Auftritt bei Publicitas, auch neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durften begrüsst werden.

Gleich zu Beginn des Monats August traten die neuen Lehrlinge an:



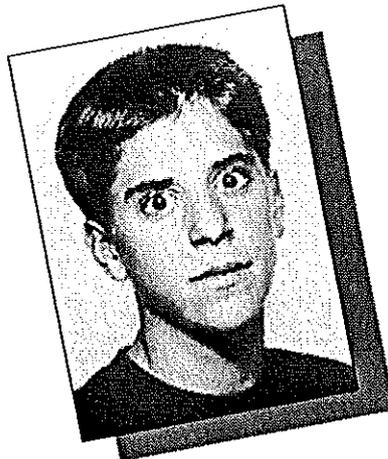
Carina Tobler begann ihr Praktikum in unserer Verkaufsabteilung. Italienische Küche liebt die Zwillingsfrau über alles. Ihr grösster Wunsch wäre, Australien und Neuseeland zu bereisen. Bei Funk, Acid-Jazz und House lässt sie das Tanzbein schwingen. Sie liebt Tiere: 2 Katzen, ein Hund, ein Pferd und ein Hamster lassen sich von ihr verwöhnen. Wenn sie nicht gerade mit ihren Freunden in den Ausgang geht, spielt sie Klavier oder reitet ihr Pferd aus.

Doris Fankhauser startete ihre Lehre in der Logistik-Abteilung. Sie hat am 12. Juli Geburtstag und hat mit Tieren gar nichts am Hut, weder als Haustier noch auf dem Teller. Sie liebt die einfache Küche, am besten vegetarisch und freut sich auf die Erfüllung ihres Ferientraumes, den Malediven. Die sportliche Krebsfrau spielt gerne Volleyball und kann



schon fast gar nicht mehr auf die nächste Snowboard-Saison warten. Beim «Lädele» und «Musig lose» entspannt sie sich, zur Abwechslung auch mal bei einem kleinen Flirt.

Mathyas Kurmann hat sich unterdessen bei den KB-Assis bestens eingelebt, als Skorpion weiss er sich unter den vielen Damen bestens zur Wehr zu setzen. Ob er seinen Hund zum Skaten mitnimmt, ist nicht sicher.



Sicher ist, dass er gerne Tennis spielt und sich im Unihockey bestens durchsetzen kann. Plagt ihn der Hunger, so ist «italienisch» angesagt. Wenn er dann einmal seinen Ferientraum erfüllt, wird er sich auf dem langen Flug nach Australien mit Rap, Jazz und Hip-Hop die Zeit verkürzen.

Entweder hält sich **Sabine Streit** mit ihren Angaben bedeckt oder ist tatsächlich in höchstem Masse unkompliziert. Die am 8. April Geborene hat keine kulinarischen

Präferenzen, hat keine spezifischen Ferienträume und schliesst in Sachen Musik einzig «Techno» aus. Ihre Sporen verdient sie in



der PublicitasDirect ab und wenn sie geschafft nach Hause kommt, erwartet sie dort ihre Katze «Nicki». Lesen und Schreiben gehören ebenso zu ihren Hobbys wie das Zusammensein mit Kolleginnen und Kollegen.



Sabrina Colombi feierte ihren Geburtstag am 15. September und gehört damit zu den Jungfrauen. Sie macht ihre ersten Erfahrungen im Berufsleben in der Abteilung Bund. Lädt man sie zum Essen ein, so trifft man mit italienisch sicher ihren Geschmack. Und als Gesprächsstoff eignen sich Ferientziele wie Griechenland, Spanien und eben Italien. Frau Colombi hat ähnlich wie Frau Streit etwas Mühe mit «Techno». Nebst Hund und Katze wohnt bei den Colombis eine Schildkröte, welche bereits 47 Jahre alt ist.

PUBLICITAS

Wir stellen vor

Ebenfalls zu Beginn des Monats August durften wir noch drei neue Mitarbeiterinnen willkommen heissen:



Denise Flury hat ihre Lehre bei der Publicitas Solothurn erfolgreich abgeschlossen und will nun das Gelernte in unserer Abteilung Publicitas Direct einsetzen. Die im Sternzeichen Widder Geborene liebt Partys und feiert diese am liebsten auf Ibiza. Snowboarden und Shopping zählen ebenfalls zu ihren Hobbys. Sie hat uns verraten, dass sie ein wenig kleidersüchtig ist. Hoffentlich gibt sie ihren ersten grossen Lohn nicht nur für Kleider aus, sonst kriegt ihr Hamster vielleicht nichts mehr zu essen. Beim Schlafen träumt sie von Ferien in Neuseeland, Alaska und auf Hawaii. Musik hört sie je nach Lust und Laune und auch beim Essen ist sie nicht allzu wählerisch. Sie hat viel zu viele Lieblingspeisen.

Das Team im Portefeuille Werner Enderli ist seit dem 2. August wieder komplett. **Jeannette Vetter** hilft schon tatkräftig mit. Die Löwin geniesst chinesisches Essen. Ihr Ferientraum ist jedoch nicht China sondern Australien. Frau Vetter ist ein Country-Fan und hört am liebsten Lieder von Tanja Tucker und Patricia Shawn. Auch sie liebt Tiere über alles.



Pferde, ein Pony, Enten und Kaninchen uvm. toben sich bei ihr zuhause auf dem Land aus. Sie reitet gerne ihre Pferde aus. Zur Entspannung spielt sie Klavier.



Für den Bund im Telefonmarketing ist **Frau Judith Ritter** tätig. Sie hat am 11. November Geburtstag, ist verheiratet und Mutter von 2 fast erwachsenen Kindern. Sehr zum Leidwesen dieser beiden, liebt Frau Ritter den volkstümlichen Schlager und hier vor allem «Die Mölltaler». (Notgedrungen hat sie sich aber auch an viele andere Musikrichtungen gewöhnt.) Zum Haushalt gehören noch zwei Katzen und zwei Sumpfschildkröten. Mit Tanzen, Squashen und Feste feiern füllt Frau Ritter ihre Freizeit.

Und nochmals neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die wir in diesem PubliBärn herzlich begrüssen können:

Frau Gabrielle Favre nahm am 6. September ihre Tätigkeit in der

IMMAT-Kontrolle auf. Die am 22. April Geborene liebt ebenfalls die italienische Küche. In den Ferien zieht es Frau Favre in südliche Länder. Im Mittelpunkt ihres Lebens steht die Musik, sei es als Hobby und Freizeitbeschäftigung oder in ihrem ersten



Beruf, als Musikerin und Lehrerin für Geige. Wer also seine musikalischen Fertigkeiten auffrischen möchte, setze sich mit Frau Favre in Verbindung.



Am 13. September hatte **Frau Regula Stettler** ihren ersten Arbeitstag bei uns. Die am 28. Juli Geborene komplettiert das Team von Publicitas Direct. Wenn Frau Stettler von den Ferien träumt, so stehen Sonne, Sand und Palmen im Mittelpunkt. Ihre Liebessängerin ist Celine Dion und ganz allgemein hört sie gerne Pop und Rockmusik. Wenn es die Zeit zulässt, tanzt sie gerne oder treibt Sport. Wenn keine körperlichen Aktivitäten angesagt sind, freut sich Frau Stettler über ein gutes Buch.

 PUBLICITAS

Wir stellen vor

Irgendwann zwischen Ende August und den ersten Septembertagen konnten wir **Herrn Patrick Egger** vom CAP nach Bern transferieren. Als ehemaligen ofa-Stift sind ihm Gebäulichkeiten und manches Gesicht hier in Bern nicht unbekannt, hat er doch bei uns den VSW-Branchenkundeunterricht besucht. Herr Egger hat erst kürzlich seine Liebe zum Saxophon und der Musik entdeckt und widmet einen rechten Teil seiner Freizeit dem fleissigen Üben und dem spontanen Musizieren.

Wir gratulieren zur bestandenen Prüfung

Nach langer und intensiver Lernphase und nach einer kurzen, aber umso anspruchsvolleren Prüfungszeit, darf **Frau Daniela Sieber** kurz zurücklehnen und zu Recht auf sich stolz sein.

Sie hat die Berufsmaturität erfolgreich bestanden.

Wir gratulieren ihr ganz herzlich und wünschen ihr viel Erfolg.



Dienstjubiläen

Seit 30 Jahren steht **Herr Ulrich P. Hänggi** im Dienste seiner Kunden und der Publicitas Bern. «Ric Hänggi» begann seine Laufbahn am 1. September 1969 und übernahm nach kurzer Einführungszeit das Portefeuille «Berner Oberland». Als «Schwarzbube» mit Zürcher Dialekt wurde er allen Unkenrufen zum Trotz bei den nicht immer ganz einfachen Kunden im Oberland rasch akzeptiert und geschätzt. Sein Fachwissen, gepaart mit seiner offenen und ehrlichen Art schafften rasch Vertrauen und das ist über die ganzen vergangenen 30 Jahren so geblieben. So wie die Kunden Ric die Treue hielten, so hielt und hält er ihnen noch heute die Treue.

Etwas weniger, aber immerhin auch schon 10 Dienstjahre, hat **Frau Franziska Huber** am 1. Oktober auf ihren jungen Schultern. Aber nicht nur in der Anzahl der Dienstjahre unterscheiden sich die beiden Jubiläen, nein es gibt noch einen weiteren bedeutenden Unterschied: Während nämlich Ric seine ganzen 30 Jahre bei der P verbrachte, so hat Frau Huber in ihren 10 Jahren bereits Erfahrungen in 3 VSW-Gesellschaften gesammelt. Vor erst als Lehrtochter bei der assa, dann bei der ofa und jetzt als Stellvertreterin der Logistikleiterin bei der P.

Wir gratulieren den beiden Jubilaren und wünschen Ihnen alles Gute und viel Erfolg für die Zukunft.

publimedia

Mit **Doris Müller** verlieren wir unsere Fust-Spezialistin. Die sehr aufwendigen Aufträge dieses Gross-Kunden hat Doris seit Jahren mit riesigem Einsatz, grosser Kompetenz und Präzision betreut (nebst anderen wichtigen Kunden). Das zum beruflichen Teil. Vor allem für die Publimedianer, die aus der Publicitas Bern kommen ist es aber auch nicht ein leichter Abschied von einer Kollegin, die durch ihre ruhige aber bestimmte Art unser Team geprägt hat. Doris Müller geht anfangs Oktober zurück in den sechsten Stock der Publicitas, wo sie schon bis Ende 1998 «heimisch» war. Mit ihrer riesigen Erfahrung und ihrer freundlichen Kompetenz wird sie dort für das Aussendienst-Team eine grosse Bereicherung darstellen. Doris, viel Erfolg! Wir sind froh, Dich immerhin in der Pause zu treffen.

Den Arbeitsplatz von Doris Müller wird **Sabine Trepte** aus der Publicitas Biel übernehmen und sich in die anspruchsvollen Aufgaben des Beratungs-Innendienstes einarbeiten. Sabine trifft hier auf andere Bieler, das wird ihr den Einstieg sicher erleichtern.

Herzlich willkommen in Bern.

Hugo Kropf

Auflösung Wettbewerb PubliBärn 3 /99



Was / Wo ist das ?

Die richtigen Antworten lauten:

Bei der abgebildeten Figurengruppe handelt es sich um das «Weltpostdenkmal» und es steht auf der «Kleinen Schanze» in Bern.

Leider nur 3 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben bei diesem Wettbewerb mitgemacht

Unter Aufsicht des Redaktionsteams wurde der Gewinner der Fr. 50.- in Reka-Checks gezogen.

Herzlichen Glückwunsch

Daniel Beyeler, Publicitas

 PUBLICITAS

Krankentaggeldversicherung

Der letzte Kassensturz machte die Krankentaggeldversicherung zum Thema. In der Schweiz garantiert das Gesetz bei Krankheit nicht genügend Sicherheit. Wenn ein Angestellter lange krank ist und nicht mehr arbeiten kann, muss der Arbeitgeber nur noch für kurze Zeit den vollen Lohn zahlen. Bei einer länger andauernden Krankheit fallen viele Versicherte in ein Versicherungsloch. Wie lange der Arbeitgeber den Lohn bei Krankheit zahlen muss, hängt von der Anzahl Dienstjahre und der angewandten Skala ab:

Berner Skala

Dienstjahre	Lohnfortzahlung
4.-12. Monat	3 Wochen
2. Dienstjahr	1 Monat
3. und 4. Dienstjahr	2 Monate
5.-9. Dienstjahr	3 Monate
10.-14. Dienstjahr	4 Monate
15.-19. Dienstjahr	5 Monate
20.-25. Dienstjahr	6 Monate

Knapp die Hälfte der schweizerischen Arbeitgeber schliesst für ihre Angestellten eine Krankentaggeldversicherung ab. Diese garantiert bei Krankheit über das gesetzliche Minimum hinaus während einer bestimmten Zeit eine beschränkte Lohnfortzahlung: In der Regel 80 % des Lohnes während 2 Jahren. Die Prämien werden hälftig geteilt. Wer länger krank ist, erhält Geld von der IV oder/und der PK. So ist die allgemeine Lage. Wie sieht es nun bei uns aus?

Die PubliGroupe hat für sämtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine Krankentaggeldversicherung abgeschlossen. Die Prämie wird vollumfänglich vom Unternehmen bezahlt. Vom 1. bis zum 730. Tag zahlt das Unternehmen der Mitarbeiterin oder dem Mitarbeiter den vollen Lohn.

Es lohnt sich also unbedingt die privaten Versicherungen zu kontrollieren und eine allfällige zusätzliche private Krankentaggeldversicherung zu kündigen, sie ist nämlich nicht nötig und mehr als 100 % kommen nie zur Auszahlung.

Peter Moll

So gefällt Ihnen PubliBärn!

In der letzten Ausgabe des PubliBärn haben wir einen Fragebogen abgedruckt, um Ihre Meinungen und Anregungen zu PubliBärn «der Hauszeitschrift von und für die MitarbeiterInnen der PubliPresse Bern und Burgdorf» zu erhalten. Leider, so mussten wir feststellen, war die Teilnahmebereitschaft an unserer Umfrage nur mässig. Der Rücklauf betrug 5,1 % der verteilten Exemplare. Wir werten diesen mageren Rücklauf als positiv, denn die schweigende Mehrheit scheint zufrieden zu sein. Aber, «wer nicht mitbestimmt - über den wird bestimmt»: So werden wir die eingegangenen Antworten als repräsentativ werten und die Hauszeitschrift auf diejenigen ausrichten, welche sich aktiv zu Wort gemeldet haben.

The winner is.....

Unter den eingesandten Fragebogen wurde ein Publicitas Badetuch mit integriertem Spiel verlost.

Die glückliche Gewinnerin ist Florence Lavanchy!

Hier ein paar Auszüge aus den Rückmeldungen:

Gestaltung

Die Gestaltung fanden 2/3 ansprechend, 1/3 sehr ansprechend.

Themen

Zur Themenwahl: Durchwegs wurde vor allem angegeben, dass personenbezogene Meldungen und Interviews, wie zum Beispiel Mitarbeiter-Portraits, Menschen und Ihre Aufgaben (ein Tag im Leben von) und so weiter, am liebsten gelesen werden. Auch Personalinformationen sowie Infos von Publimag und Publimedia sind unter den Lieblings-Themen.

Offizieller Charakter

Über die Hälfte der Antworten sagten, dass Sie zwar gerne mehr offizielle Infos der GL erhalten würden, dass sie dies aber nicht via PubliBärn wünschen. (Lieber per CC-Mail oder Newsletter)

Leseverhalten

PubliBärn wird sehr regelmässig und intensiv gelesen. 60 % der PubliBärn-Leser zeigen PubliBärn auch ihren Angehörigen.

Höchst erfreut war die PubliBärn-Redaktion von den durchwegs sehr positiven Anmerkungen und Echos, welche aufgrund dieser Fragebogen-Aktion retour kamen. Dieses positive Feedback wird uns dazu anregen, uns auch weiterhin für unsere Hauszeitschrift einzusetzen. Dabei werden wir Menschen und ihre Aufgaben in den Vordergrund stellen, da dies einem echten Bedürfnis der PubliBärn-Leser entspricht.

Martin Bürki.

Wettbewerb

**Fr. 50.-
zu gewinnen
in Reka-Checks**

Raten Sie?

Im Gebäude der Publicitas Bern wurden alle neun Stockwerke neu verkabelt. Drei Mann haben alle EDV-Kabel neu verlegt.

Kleiner Tip: Es wurden mehr als 300 Meter Kabel aber weniger als 30'000 Meter Kabel verlegt.

**Was schätzen Sie?
Wieviele Meter
Kabel wurden
verlegt?**



Der ausgefüllten Talon senden Sie bitte bis 8. Oktober an Frau Ursula Imhasly, Personalabteilung, Rohrpost 9.1

Die Antworten:

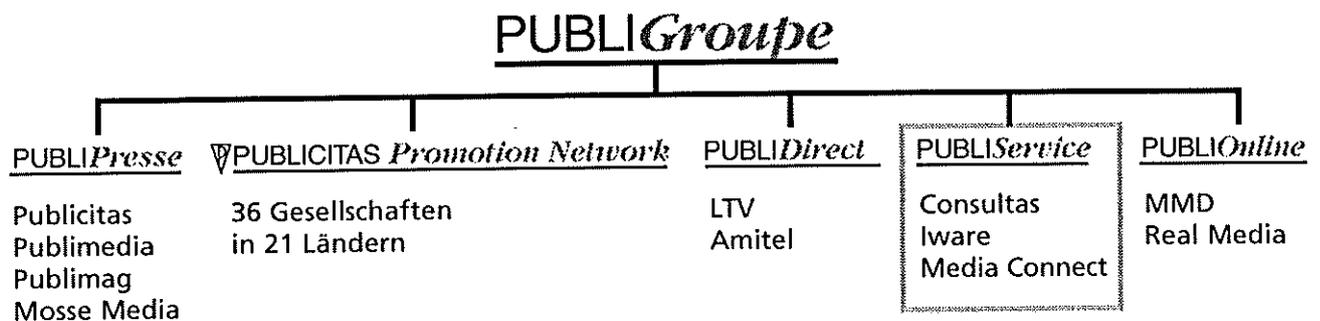
**Die gesamte Kabel-
länge beträgt:**

Absender:

Name:

Vorname:

Abteilung:



Der Bereich

PUBLIService

ist innerhalb der PubliGroupe für die Informatik zuständig.

Nachfolgend ein Auszug aus dem Portrait des Bereiches PubliServices:

Die Gesellschaften des Bereichs PubliServices sind für die technologische Forschung und Entwicklung zuständig. Sie garantieren jedem Unternehmen der PubliGroupe, dass es über moderne, zuverlässige, wirtschaftlich adäquate und marktkonforme Informatikinstrumente verfügt.

Consultas

iware

MediaConnect

Der Bereich PubliService hat seine Aktivitäten in folgenden Bereichen:

- Konzeption und Betrieb technischer Infrastrukturen für optimalen Informationsaustausch und grössenbedingte Kosteneinsparung;
- Entwicklung und Unterhalt von Instrumenten, welche die kommerzielle und Marketing-Strategie der Betriebsgesellschaften unterstützen;
- Konzeption und Betrieb von Datenbanken, die eine optimale Nutzung der Informationen ermöglichen,

Die Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten basieren auf Informations- und Kommunikationstechnologien, inklusive Multimedia und Internet, um technische Entwicklungen zu erkennen, die für die PubliGroupe Gelegenheiten bieten und ihr in nützlicher Frist neue Märkte öffnen.

129 Mitarbeiter

Affinität

Der Affinitätswert zeigt dem Mediaplaner auf ob ein Medium für eine bestimmte Leserschaft geeignet ist oder nicht. Wenn ein Affinitätswert 100 aufweist, so ist es ein durchschnittlich geeigneter Titel, ein über 100 liegender Affinitätswert weist einen gut geeigneten Titel auf, sobald der Wert jedoch unter 100 liegt, so ist es ein für diese Zielgruppe schlecht geeigneter Titel.

An folgendem Beispiel können wir erkennen ob die "Annabelle" oder die "NZZ" besser für Angestellte/Beamte mit Vorgesetztenfunktion geeignet ist.

Reichweite "Annabelle" bei Angestellten/Beamten mit Vorgesetztenfunktion
 Reichweite "Annabelle" bei der Grundgesamtheit

$$\frac{7.1\%}{7.7\%} = 0,992 \times 100 = \text{Affinitätsindex } 99,2$$

Reichweite "NZZ" bei Angestellten/Beamten mit Vorgesetztenfunktion
 Reichweite "NZZ" bei der Grundgesamtheit

$$\frac{18.0\%}{11,2\%} = 1,61 \times 100 = \text{Affinitätsindex } 160,7$$

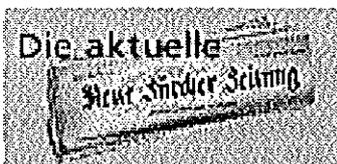
Wie Sie erwartet haben ist bei diesem Vergleich die "NZZ" klar als besser geeigneter Titel herausgekommen - und damit sollten Sie auch gleich die Funktion der Affinität erkannt haben.

Solche Vergleiche lassen sich mit jedem X-beliebigen Titeln und jedem X-beliebigen Thema anstellen. Die dazugehörigen Zahlen finden Sie in der neuen Auflage der MACH Basic '99 oder im MACH Consumer '99.



+

=



Patrizia Kiener

Die Publicitas Print-Media-Trophy

Am 8. September 1999 ging er über die Bühne, der grosse Kundenanlass der Publicitas Bern, die Publicitas «Print-Media-Trophy». Berner Werbekunden und Berner Werber trafen sich diesem An-lass, an welchem der Werbepreis «URS'99» für die besten Berner Inserate, in drei Kategorien verliehen wurde.

Grosse Vorbereitungsarbeiten gingen dem diesjährigen Printwerbe-Event voraus. Das vierköpfige Organisationsteam (Walter Althaus, Kurt Müller, Fred Struchen und Martin Bürki) steckte grosse Mühen und grossen Enthusiasmus in den neuen Kundenanlass, welchen die Publicitas AG Bern von der ofa Orell Füssli Werbe AG «geerbt» hat. Das ehemalige ofa-Media-Chuchi-Fest, welches in der Berner Werbeszene gut etabliert war, galt es, in die Publicitas zu überführen.

So wurde dem ehemaligen Anlass die wichtigen Elemente beibehalten, jedoch auch aufgefrischt und neue Teile hinzugefügt. Der neue Anlass präsentiert sich mit dem Namen Publicitas «Print-Media-Trophy» in einer klaren neuen Positionierung, aber mit ehrwürdigem Hintergrund. Eine Hauptzielsetzung war es, den Verleihungsakt für die besten Berner Inserate auszubauen. So wurden neu, anstatt nur drei Sieger zu bestimmen, pro Kategorie jeweils drei Sujets nominiert. Erst am Abend des 8. September 1999 lüftete sich der Schleier, welches Inserat den URS'99 gewonnen hat. Es standen die drei Kategorien «Bestes Berner Kleininserat», «Bestes Berner Lokalinserat» und «Bestes nationales Berner Inserat» zur Eingabe zur Verfügung.

Nach alter Chuchi-Fest-Tradition referierte erst eine bekannte Persönlichkeit zum Themenkreis Kommunikation. «Regieren die Medien die Schweiz?», so das Thema von Prof. Dr. Roger Blum, vom Institut für Medienwissenschaften der Universität Bern. Die rund 250 geladenen Gäste folgten gespannt dem aktuellen Thema. Nach 20.00 Uhr galt das



ganze Interesse der URS'99-Verleihung, durch welchen der Jury-Präsident Karl Gorsatt (Loeb AG) führte.

Die neue einmalige URS'99-Trophäe

Von diesem Jahr an wird der Werbepreis URS jedes Jahr neu von einem Künstler gestaltet. Somit handelt es sich bei jeder Trophäe um ein Unikat mit echtem Wert. Die alte, «haarige» URS-Trophäe gehört damit definitiv der Vergangenheit an. Den URS'99 schuf der bekannte Berner Künstler Peter von Wattenwyl in seiner eigenen, unverkennbaren und liebenswürdigen Art. Der Pokal wurde von den Werbern mit Freude und einem Schmunzeln aufgenommen. Die verantwortlichen Organisatoren fieberten bei der Verleihung mit, es galt sicherzustellen, dass alles reibungslos abläuft und keine Pannen auftraten.

Sichtlich erleichtert, konnte am anschliessenden Cocktail-Bufferet das Gespräch mit den Kunden gesucht werden. Wir freuen uns bereits, auch im Werbejahr 2000 die Print-Media-Trophy durchzuführen und wir hoffen, dass der zu erwartende URS'00 unsere Kunden bereits jetzt dazu anregt, kreative und witzige Inserate herzustellen.

Folgende Kunden gehören zu den Gewinner oder wurden Nominert für den URS'99:

Bestes Berner Kleininserat:

Einen Gutschein für ein Gratisinserat im Wert von Fr. 1'000.— im Stadtanzeiger Bern und eine

URS'99 Trophäe gewann das Sujet «Das Kino ohne Popcorn» der Cinématte AG.

Nominiert waren zudem die Sujets «Oskar (Kino, Kasperli)» des Werbeauftraggebers BVD Bund Verlag Dienstleistungen AG, sowie «Verknallrot» der Rudolf Lehmann AG.

Kategorie Bestes Berner Lokalinserat:

Die Berner Zeitung BZ sponserte den Preis im Rahmen einer ganzseitigen Gratisanzeige schwarz/ weiss, dazu erhielt auch der Gewinner dieser Kategorie einen URS'99. Hier machte das Sujet «Sechs Banken, ein Netz» der Valiant Banken das Rennen. In dieser Kategorie wurden zusätzlich die folgenden Sujets nominiert: «Unbekanntes Objekt identifiziert» (Migros Genossenschaft Aare), sowie «Wo zappen wir noch hin?» des Werbeauftraggebers Der Bund Verlag AG.

Kategorie Bestes nationales Berner Inserat:

In dieser Kategorie galt als Bedingung, dass die Kreation ihren Sitz im Kanton Bern hat, der Auftraggeber den seinen in der Schweiz. Eine ganzseitige zweifarbige Gratisanzeige in der Tageszeitung Der Bund gewann die Kampagne der EKAS mit dem Sujet «Schön schwer diese Kiste» des Werbeauftraggebers EKAS. Zu den weiteren Nominerten gehören «Sei wie Du bist» Valser Mineralquellen AG und das Sujet «Der Kurier der Post - Flughafen» der Post/Expresspost.

Martin Bürki

PubliBärn

Adrian Frauchiger vs. Ugur Oezkan

Die bei der Publicitas Bern stationierten Consultas IC-Berater stellen sich dem PubliBärn-Vorstellungskampf. Die neuen Gesichter im Büro Nr. 57 im Gesprächszweikampf über Ihre Arbeit und Ihre Interessen.



Name, Vorname: Frauchiger, Adrian
Beruf: Informatiker
Alter: 30 Bit
Wohnort: Bern
«Kampfgewicht»: 90 Gigabyte
Grösse: 191 Megahertz
Sternzeichen: Skorpion
Funktion: IC-Systemspezialist Macintosh
Dafür bin ich bei der Publicitas zuständig: DTP-Zellen (Deutsch-Schweiz und Tessin)
Hobby's: Cabriolet, Hi-Fi
Lieblingsspeise und Getränk: zartes Filet und gehaltvoller Rotwein
Sport: Handball
Wo ich immer schon mal hinwollte: Wolke 7
Meine letzte gute Tat: diese neugierigen Fragen beantworten
Danach bin ich süchtig: grossvolumige Motoren und Netzteile
Mein grösster Tick: Perfektionismus
Warum ich den MAC so liebe: konsequenter in der Umsetzung, weniger Kompromisse



Name, Vorname: Oezkan Ugur
Beruf: IC-Berater Bern
Alter: 32
Wohnort: Schönbühl-Urtenen
«Kampfgewicht»: 76 Kg
Grösse: 172
Sternzeichen: Stier
Funktion: Die Betreuung der PubliGroupe-Filialen und -Agenturen für die Region Bern, im IC als 2ND Level Support
Dafür bin ich bei der Publicitas zuständig: Verantwortlich für das PC-LAN/WAN-Netzwerk und der NT-Server, Administration der PC-User in Zusammenarbeit mit dem PCK, Unterstützung der Logistikverantwortlichen und PCK in Informatikfragen im Rahmen der Strategie und der Marktentwicklung, Beratung bei der Materialbeschaffung, Installation von PC-Systemen in Hard- und Software, Unterhalt der Kommunikationssysteme in Zusammenarbeit mit MediaConnect
Hobby's: Falls es Zeit und Kondition zulassen sind meine Hobby's nicht schwer zu erraten Computer, Velofahren, Schwimmen
Lieblingsspeise und Getränk: Fischgericht Eglifilet «Dezaley» und sehr trockener Weissweine z.B. Crémant
Sport: Fussball und Formel 1-Rennen aber nur als Zuschauer
Wo ich immer schon mal hinwollte: Kanada, weil ich die Wälder und das Grüne so Liebe
Meine letzte gute Tat: Befreiung eines MAC-Users von seiner Apfelsucht und Einführung in die Fensterwelt von Microsoft, und die Erklärung das er nicht der einzige Computer-Anwender auf der Welt ist
Danach bin ich süchtig: Das Universum und unser Sternensystem, die Kommunikation mit meinen Berufskollegen über das WWW, auf alle Schönheiten auf dieser Erde
Mein grösster Tick: Nun, dass kann ich selber nicht beurteilen, aber vermutlich das ich microsoftsüchtig bin
Warum ich den PC so liebe: Bin ungern alleine. In Richtung Computer möchte ich nicht die Nadel im Heuhaufen suchen, wenn ich nach neuer Software Ausschau halte

PubliBärm

Adrian Frauchiger vs. Ugur Oezkan



Darum wünsche ich mir nie einen PC: habe bis jetzt immer etwas Passenderes gefunden

Die häufigste Frage/Problem welches ich im Arbeitsalltag lösen muss: kann man das mit einem MAC auch?

Mein grösster Wunsch an alle meine MAC-User (Benützer): Unmögliches wird sofort erledigt, Wunder dauern etwas länger

Mein Lieblings-Fachausdruck in der MAC-Welt: FireWire (neue serielle Hochgeschwindigkeits-Schnittstelle mit echtem «plug and play» nach IEEE 1394 Norm)

Mein grösster Sieg (Erfolg): steht mir hoffentlich noch bevor

Meine grösste Niederlage (Misserfolg): habe ich hoffentlich schon hinter mir

Am 1.1.2000 (Millenium-Bug) werde ich mich ruhig zurücklehnen und zur PC-Welt rüberschauen

Was ich Bill Gates schon immer mal sagen wollte: Wenn er sich um die Entwicklung und Qualitätssicherung ebenso gut kümmert, wie ums Marketing, kann es nur noch besser werden!



Darum wünsche ich mir nie einen MAC: Ich habe mich nie mit Nischen-Produkten abgegeben und bevorzugte meistens Standard-Produkte

Die häufigste Frage/Problem welches ich im Arbeitsalltag lösen muss: Passwort und Netzwerk-Login-Probleme, Hard- und Software bezogene Instabilitäten

Mein grösster Wunsch an alle meine PC-User (Benützer): Wenn Sie Ihre Dateien nicht lokal sondern immer auf dem Server (Home-drive L:\) speichern würden, die Hardware bezogenen E/A IRQ und I/O Adressen nicht zu verändern, und bei Problemen so schnell wie möglich Ihren zuständigen PCK darüber informieren könnten, keine Programme von zu Hause oder Fremd-Software auf Ihrem Arbeitsplatzrechner zu installieren, die Ursache des Problems wenn bekannt genau und wahrheitsgetreu zu beantworten, das Mail-system nur für geschäftliche Zwecke zu nutzen (Computerviren vermehren sich hauptsächlich über Mail-Files), mit der zur Verfügung gestellten Hardware sorgfältig umzugehen – das wünsche ich mir von meinen PC-Usern

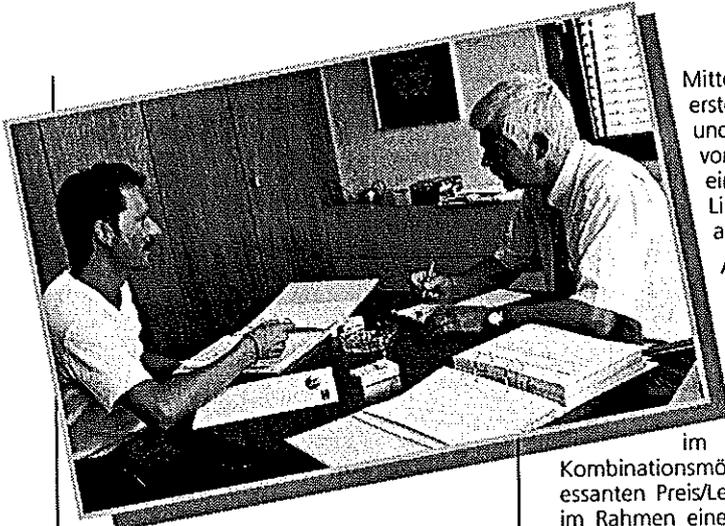
Mein Lieblings-Fachausdruck in der PC-Welt: FILE NOT FOUND bedeutet: trotz intensivster Suche in Handtasche, Badezimmer, Küchenschrank wurde die entsprechende Datei nicht gefunden

Mein grösster Sieg (Erfolg): Meine drei MCP Prüfungen die ich durch Selbststudium mit Erfolg abgelegt habe und nach Abschluss meines Studiums MCSE-certifiziert sein werde

Meine grösste Niederlage (Misserfolg): hatte bis heute noch keine Niederlage

Am 1.1.2000 (Millenium-Bug) werde ich vermutlich nicht gross feiern können, da wir vom IC den Wechsel ins Jahr 2000 der EDV-Anlagen unter Kontrolle halten müssen, wobei die verwendete Hard- und Software dies theoretisch ohne Komplikationen überstehen wird

Was ich Bill-Gates schon immer mal sagen wollte: Vater Microsoft der Du bist auf der Festplatte, geheiligt sei Dein Windows, Dein Update komme, Dein Bugfix geschehe wie in Windows als auch in Office, unser täglich MSN gib uns heute und vergib uns unsere Raubkopie so wie wir vergeben uns'rer Telekom, und führe uns nicht zu IBM sondern erlöse uns von OS2, denn Dein ist das DOS und das Windows und NT in Ewigkeit



Ein Tag im Leben von Kurt Müller

Freitag, 10. September 1999

Das Teewasser brodeln, frische Minze von der «Balkonplantage» liegt bereit. Aufguss und wirklich, der intensiv aufsteigende Duft wirkt belebend. Vier erwartungsvolle Katzenaugen, zwei auf dem Tisch (!) und zwei am Boden, verlangen nach Futter. Rasieren und ab unter die Dusche, warm-kalt-warm und auch das Lokaljournal von Radio DRS rieselt an mir herunter.

Die Kravatte sitzt, der Tee tut wirklich gut und die Katzen verlangen intensiv nach ihren Brekkies, die unumgängliche Abschiedsszene vor der Fahrt ins Geschäft.

Frau Lavanchy ist ausnahmsweise noch nicht anwesend. Um 08.30 Uhr ist mein Termin bei der BKW. Also, sofort Laptop aktivieren, ich bin gespannt auf die neuen MIS-Tagesresultate der Filiale Bern und der Agentur Burgdorf. Super, gegenüber Donnerstag sind wir unserer Zielsetzung per 30.9.99 um 4.99% nähergekommen. Noch etwas früh im Laufmonat schätze ich trotzdem, dass wir unsere Budgetvorgaben für September erreichen oder sogar leicht übertreffen werden. Die angekündigten Budgets zu den NR-Wahlen vom Oktober werden ihren zusätzlichen Beitrag leisten. Rasch sind die Outputs für WA, ST und RG erstellt und gehen in den Verteiler.

07.50 Uhr: Morgenpost erledigt, cc:mail konsultiert. Und nun zu meinem Kundenbesuch bei den «BKW Energie AG». Den Geschäftsbericht habe ich am Vortag vorbereitend überflogen. Eine letzte Kontrolle meines Verkaufshandbuchs; die Präsentationsunterlagen «Stelleninserate im Espace

Mittelland», professionell erstellt durch Martin Bürki und sein MMS-Team, sind vorhanden. Rasch noch eine Tramkarte bei Frau Liniger organisieren und ab geht's.

Auf dem Weg zum Kunden vergegenwärtige ich mir nochmals das Ziel des Kundenbesuches: ...bedeutender Stellenkunde ...«Der Bund» bietet im «Espace Mittelland»

Kombinationsmöglichkeiten mit interessanten Preis/Leistungsverhältnissen... im Rahmen einer Marktabklärung bei einem wichtigen Stellenkunden erfahren, inwiefern seine Bedürfnisse durch das vorliegende Angebote abgedeckt werden. Mir geht durch den Kopf: «Krauthammer; aktives Schweigen».

Der Empfang beim Kunden ist sehr freundlich. Meine Gesprächspartner sind Herr Niklaus Meier, Frau Salome Ramseier und Herr Pfister, alles Personalbereichsleiter bei der BKW Energie AG. Herr Meier eröffnet das Gespräch mit dem Hinweis auf die gute, langjährige und professionelle Zusammenarbeit mit Herrn Morgenegg. Meine Gedankenblase: «Wenn das kein guter Türöffner ist ...».

Nach meiner kurzen Präsentation «Stelleninserate im Espace Mittelland» folgt eine interessante und lebendige Diskussion, welche die prägnante Konkurrenzsituation in unserem lokalen/regionalen Zeitungsmarkt deutlich widerspiegelt. Noch einigen Zusatzfragen und nach etwas mehr als einer halben Stunde habe ich ein klares Bild über die offen dargelegten Bedürfnisse der drei Personalbereichsleiter.

Mit Res Spycher, Leiter diverse Vertretungsblätter, ist für 10.00 Uhr der Termin für unser gemeinsames Monatsgespräch definiert. Res informiert mich über die kumulierten Umsatzresultate der 30, durch seine Abteilung betreuten Verleger, die Zielabweichungen und die Aussichten per 31.12.99. Im Gegenzug informiere ich ihn über die, für seinen Bereich wichtigen Informationen und Beschlüsse aus der letzten Geschäftsleitungssitzung vom 6. September.

Ein weiteres Thema gilt der Vorbereitung für die Jahresgespräche mit den Pachtverlegern im Berner Oberland. Wie gewohnt ist Res Spycher bereits bestens vorbereitet. Die Struktur der vorgeschlagenen Präsentationen wird gemeinsam besprochen und verabschiedet. Ein wichtiger Punkt

im Rahmen der Verlegergespräche bildet die, per 1.1.2000 vorgesehene Umstellung der Millimeter- auf Frankenabschlüsse. Nach einer bereits erfolgten Verlegerinformation geht es an den kommenden Gesprächen darum, die mittels Simulationsprogramm ermittelten Abschlussstufen auf Frankenbasis zu verabschieden. Wichtig ist hier, eine im Rahmen der Umstellung angestrebte Kostenneutralität für Kunden und Verleger zu erreichen.

Die regionale Basisfachausbildung für das zweite Halbjahr 1999 ist unser letztes Sitzungsthema. Hier wird Res Spycher mit seinen MitarbeiterInnen definieren, wer in welchem Bereich noch Ausbildungsbedarf hat.

Bis um 12.00 Uhr, dem angesagten Zahnarzttermin, reicht es gerade noch einige kleinere Aufgaben aus dem Tagesgeschäft zu erledigen. Mit Barzahlung erledigt, ist die Stunde auf der Liege des Dr. med. dent. rasch und nachhaltig vergessen. Mittlerweilen knurrt der Magen und es gilt die Arbeit des Zahnarztes umgehend zu testen.

Nicht vorgesehen -aber unheimlich positiv- mein Gratis-Mittagessen in der Locanda Ticinese. Spontan eingeladen von Stephan von Arx (Verkaufsleiter P-Solothurn), in Begleitung einiger MitarbeiterInnen und Frau Rosmarie Ritz (Verlagsleiterin Bauern-Zeitung), verlief die Mittagspause sehr angeregt und kurzweilig. Auch Urs Lüthi sei an dieser Stelle herzlich gedankt!

Hier der Ablauf des Nachmittags in kurzer Reihenfolge: Verkaufssitzung, Überblick des Programms der nächsten Woche und Vorbereitungsarbeiten zu den vereinbarten internen und externen Terminen. Ueberprüfung Stand der laufenden Dossiers und Termination. Zu guter Letzt, die Pflanzen lechzen auch noch nach Wasser.

Auf der Heimfahrt, mein Ausblick auf das bevorstehenden Wochenende: weiterhin hervorragendes Spätsommerwetter, noch heute Abend Wocheneinkauf mit meiner Frau, abschliessend «Paragraf 6» im Rahmen des 50-Jahr-Jubiläums der Pfadfinder Falkenstein in Köniz. Fortsetzung am Samstag mit gemütlichen Treff der Ehemaligen unter dem unvermeidlichen Motto «Weisch no?». Sonntag, überraschender Blitzbesuch der in den Ferien weilenden Eltern im Tessin. Strecke Grimsel-Nufenen, ein «Muss» bei diesem Wetter!

Ein ereignisreicher Tag geht nahtlos in ein ebensolches Wochenende über.

Kurt Müller

Fussballturnier in Winterthur

Donnerstag, Freitag, endlich Samstag! Fussball total! Schon um sieben Uhr morgens trafen wir uns beim Bahnhof. Wer kam bloss auf diese Idee, sich um sieben Uhr zu treffen? Unser Team bestand aus Thomas Tschui, Marc Aeschlimann, Mathyas Kurmann, Denis Fankhauser, Pitt Althaus, Matthias Morgenthaler vom Bund, Sabrina Colombi und Doris Fankhauser.

Mit Gipfeli und Kaffee stärkten und verpflegten wir uns, damit wir einigermaßen geweckt antraten. Trotz nahrhafter Verstärkung traten wir etwas müde auf das Spielfeld. Mit dem Motto « Der Spass zählt und nicht der Sieg » gewannen wir 3:0 ! Kein schlechter Start! Wird es so weiter gehen? Mal sehen! Für etwas Abwechslung sorgte Sabrina, indem sie einen bühnenreifen Sturz lieferte.

Die zwei nächsten Spiele verliefen leider nicht zu unseren Gunsten. Die Positionen waren

«etwas» unklar, und die Spielstrategie funktionierte nicht erfolgreich. Oder war die Strategie der Gegner einfach besser? Zwei Niederlagen in Folge, dies baute nicht gerade auf. Was nun Pit? Em..., em..., em..., öööö.....! Einfach das tolle Wetter geniessen und (Sonnen-)energie tanken. Der vierte Match. Jetzt stellte sich heraus, ob das Sonnen tanken was brachte. Es sah nicht so aus. Nach zwei Minuten waren wir 1:0 im Rückstand. Keine Sorgen, einfach weiter spielen, wenn möglich vor das gegnerische Tor vorrücken.. Plötzlich zeigte sich unsere Sonnenenergie, und es kam zum Ausgleich. Es klappte gut, das Abspielen, das Zusammenspiel, einfach alles. Am Ende gewannen wir sogar 4:1 ! Dieser Sieg tat uns gut.

Der nächsten Match artete ein wenig aus. Es war das aggressivste Spiel des Tages. Man musste die Gegner nur touchieren und schon lagen sie am Boden. Und im Eifer der Gefechts kam es zu einer Auseinandersetzung, in der sich DTP-Pit verletzte.

Mittagspause

Nach der längeren Mittagspause, wo wir leckere Spaghettis verzehrten, traten wir das letzte Qualifikationsspiel an. Wir hatten das Spiel ziemlich unter Kontrolle. Und dann doch das 0:1 für Winterthur. Nicht daran denken, sondern Tore schiessen, lautete die Devise. Juhui, der Ausgleich folgte. Wir hatten eine Torchance nach der anderen, doch der Ball wollte und wollte nicht ins Tor. Deshalb blieb der Endstand 1:1.

Anschliessend bestritten wir den Match gegen P-Biel. Da sie fast unsere Nachbarn sind, hatten wir die Güte sie gewinnen zu lassen. Ein netter Zug nicht wahr?

Die Spiele waren fair, doch ein Team bestätigte die Ausnahme. Nämlich die LTV Mannschaft. Die

Wir werden uns noch lange an diesen Tag erinnern und hoffentlich wird das nächste Turnier auch so amüsant!

Doris Fankhauser
und Sabrina Colombi



Das «Team Publicitas Bern» (von links nach rechts): Denis Fankhauser, Marc Aeschlimann, Mathyas Kurmann, Pitt Althaus, Sabrina Colombi, Thomas Tschui. Es fehlen: Mathias Morgenthaler und Doris Fankhauser.

Sommerplausch Publimag Bern, 10. September 1999

Der Zeitpunkt für den Start des Sommerplausches 1999 war um 10.45, was mindestens einem Teilnehmer sehr gelegen kam. Sobald alle Leute auf 5 Autos verteilt waren, ging die Fahrt nach Thun los.

Am Thunerseeufer stand bereits ein Apéritiv-Boot für uns zur Verfügung. Unter der Führung unseres Kapitäns (er wäre vermutlich lieber Pilot gewesen als ein Bootskapitän) stachen wir kurz darauf in See um miteinander auf den Sommerplausch anzustossen. Bei schönstem Spätsommerwetter auf einem kleinen Boot auf dem See anzustossen; was gibt's denn noch Schöneres?

Nach der sehr angenehmen Fahrt über den Thunersee «ankerten» wir bei den St. Beatushöhlen. Jetzt kam noch der Teil wo wir unser Mittagessen verdienen mussten. Ein kleiner, aber steiler Aufstieg, den so mancher zum Schwitzen brachte, entfernte uns noch vom 2. Apéro dieses Tages. Einzige Glückliche, welche sich den harten Aufstieg ersparen konnte war Manuela Schwab. Da

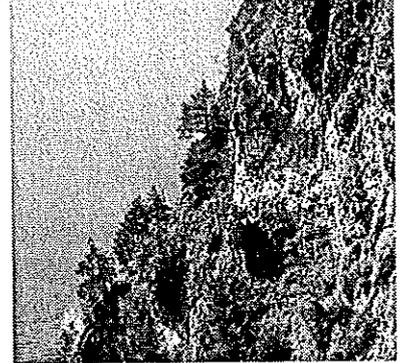


Fotos: Michael Herzig



sie noch an Gehhilfen (Krücken) gebunden war, hatte sie die Ehre das Versorgungsbähnli zu benutzen. Während unserer wohlverdienten Verschnaufpause war das Restaurantpersonal darauf konzentriert die Gastwirtschaft für unseren Aufenthalt so angenehm wie möglich zu gestalten. Nach einem weiteren Apéro schlug nun die Stunde des Gaumens. Wem das Wildmenu (Fleischpastete, Nüsslisalat, Wild mit Beilagen) nicht mundete konnte ein anderes köstliches Menu geniessen.

Als freiwilliger Punkt auf dem Tagesprogramm stand der Besuch der St. Beatushöhlen. Da aber alle mit der Mahlzeit derart beschäftigt waren, nutzte niemand die Gelegenheit die Schweizer Berge einmal von innen zu bestaunen. Ein weiteres Spektakel (vor allem für die Papparazis M. Herzig und M. Aeschlimann) war die Talfahrt mit dem Versorgungsbähnli von Manuela Schwab. Nun folgte



noch eine kleinere Busreise (mit älteren Damen welche sehr interessante Liebesromane lasen) nach Hünibach. Nun kam noch einmal der Bootskapitän zum Einsatz. Er ersparte uns nasse Füsse indem er uns im Boot über den Kanal setzte. Zur Enttäuschung für alle gab es leider keine freiwilligen Schwimmmeilagen.

Fazit dieses Tages: die Publimag-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind allesamt Natelsüchtig. Es gab wohl keinen Moment wo die Natels verstummen. Swisscom und DiAx werden sich freuen. Es wird auch schon gemunkelt, dass nächstes Jahr etwas oranges den Sommerplausch gerne sponsoren möchte. Trotz den folgenschweren Schäden die durch die Natelantennen verursacht wurden, kann man von einem wunderschönen Ausflug ins Berner Oberland sprechen. Das Wetter spielte mit, alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erfreuten sich guter Laune und das Essen schmeckte mit Ausnahme des zähen Hauptganges sehr Gut.

Marc Aeschlimann



Mein liebstes Haustier...

Ich war eigentlich immer der Meinung, dass der Hund in der Familie das Leben nur unnötig kompliziert. Ganz im Gegensatz zu meinen Lieblingen, den Katzen - das sind schliesslich selbständige Wesen, die kommen und gehen wenn es ihnen passt, die holen sich ihre Streicheleinheiten wenn sie Lust dazu haben und wenn die Familie in die Ferien geht, kann man sie ruhig zu hause lassen, wenn ein gutmütiger Nachbar gefunden ist, der dem Büsi täglich sein Futter an der gewohnten Stelle hinstellt.

Ganz anders der Hund! Täglich mindestens zweimal Gassi gehen, davon mindestens einmal ausgiebig, das heisst so 2 Stunden dürfen es dann schon sein. Und wer von den Familienmitgliedern übernimmt diese Pflicht, wenn er regnet, stürmt schneit oder sonst saukalt ist? Fellpflege macht er auch nur bedingt selber, also Fellbürsten. Ferien werden zum Problem: kann man den Hund mitnehmen? Wenn nein was macht man mit ihm? Und dann kläffen die immer zu Unzeiten, wenn man schlafen oder sonst mal die Stille geniessen möchte!

Das waren meine Argumente gegen die Anschaffung eines Hundes, als meine Frau und mein jüngster Sohn Christoph sich ziemlich vehement für die Erweiterung unseres Familienclans um einen solchen Vierbeiner einsetzten. Das Objekt ihrer Begierde war auch schon klar definiert: ein LABRADOR RETRIEVER müsse es sein, die seien ganz lieb und ausserordentlich klug, würde sie doch mit Vorliebe als Rettungs- und Blindenhunde ausgebildet und eingesetzt.

Nachdem die Aufgabenteilung, wie Gassi gehen bei jedem Sauwetter usw. klar war (an erster Stelle Christoph, an zweiter Stelle meine Frau und ich nur

in äussersten Notfällen, wenn beide mindestens ein Bein gebrochen oder ähnlich hätten), stimmte ich schweren Herzens dem

Ansinnen zu.

Auf den Hund gekommen...

Es war gar nicht so leicht eine Züchter zu finden, der nicht nur seinen Gewinn im Sinn hatte und das Tier nicht nur als nützliches Objekt zum Geldverdienen betrachtete. Schöne Worte macht jeder, aber wenn man sie dass aufsucht und Zwingerhaltung und völlig überforderte Weibchen mit stumpfem Fell, halb apathisch vorfindet (alles im Rahmen des Tierschutzgesetzes), verabschiedet man sich dann schnell.

Nun, wir wurden fündig. Bei Lützelflüh, eine nette Familie mit Kindern und Katzen und ein paar Schafe. Ein prächtiges, gesundes Zuchtweibchen als Familienhund und nur alle zwei Jahre ein Wurf - und die Welpen, 8 Stück, vier gelbe und vier schwarze, gerade zwei Wochen alt und sowas von süss!!! - Da war auch ich völlig hinüber! Aber gleich der Dämpfer: die seien schon alle versprochen. Aber zum Glück werden Menschenweibchen auch hie und da schwanger und eine der zukünftigen Hundehalterinnen trat genau aus diesem Grund vom Kauf zurück. So kamen wir doch noch zu unserem Labi. Es ist



ein er, kohlrabenschwarz und heisst «Tyrase», auch genannt «Ty» oder «Büebu» oder scherzeshalber «Waldi», er hört auf alles.

Er hat immer einen unwahrscheinlichen Appetit und frisst schlicht und einfach alles, was einigermassen nach Food aussieht, so dass man aufpassen muss, dass er nicht kugelrund wird. Wasser ist ein wahrer Magnet für Tyrase. Bei jeder Gelegenheit wird gebadet, im Sommer, im Winter auch bei Minustemperaturen, in jedem Bach, in der Aare. Es darf auch eine Pfütze vom letzten Regen sein, am liebsten im Wald in eine soo schön morastige Traktorspur. So hat man doch immer Abwechslung - mal ist der Hund schwarz, dann wieder braun oder gelb, je nach Verschmutzungsgrad. Aber das Abduschen mit dem Gartenschlauch genießt er dann in vollen Zügen!

Was man mir bei der Überzeugungsarbeit durch meine Leute alles gute über diese Hunderasse gesagt hatte - es stimmt alles! Ty ist immer guter Laune und begrüßt einen, wenn man nach Hause kommt oder am Morgen aufsteht, immer mit der gleichen überschwenglichen Begeisterung. Er ist kein Kläffer - klar stimmt er etwa mit ein, wenn alle

Bauernhunde im Dorf einander die neuesten Nachrichten zubellen, aber sonst hört man ihn selten. Wenn er offensichtlich sehr intensiv träumt, bellt er manchmal mit geschlossener Schnauze. Das tönt dann wie ein Hund mit Schalldämpfer.

Tyrase hat natürlich auch seine Macken. Aber nie böseartig oder gehässig. Kinder können mit ihm nun wirklich alles anstellen ohne dass es ihm verleidet. Eines seiner Rituale ist, jeden Morgen dem Christoph die Socken klauen und zumindest in den Wintergarten hinaus tragen. Wenn die Tür nach draussen offen ist, vergräbt er sie auch etwa im Garten, so ist aber auch sichergestellt, dass unser Sohn jeden Tag frische Socken anzieht!

Hat man es schon gemerkt? Ich bin mittlerweile zu einem überzeugten Hundefreund geworden und würde Ty nicht für alles Geld mehr missen wollen. Ich liebe es, bei jedem Wetter mit ihm durch die Gegend zu streifen. Wussten sie, dass die Natur auch bei den misslichsten Wetterbedingungen ihre schönen und interessanten Seiten hat? Es kommt nur darauf an, dass man sich zweckmässig anzieht. So verschafft mir unser Büebu Bewegung auch an Tagen, wo ich früher in der Stube gehockt und höchstens über das

Wetter geschumpfen habe. Auch Ferienreisen sind kein Problem. Zum Glück gibt es ha andere Hundehalter, die mit dem gleichen Problem konfrontiert sind und so findet man im Bekanntenkreis immer jemanden, der für zwei oder drei Wochen einen «Pensionär» aufnimmt. Natürlich hält man dass bei Bedarf Gegenrecht. Einen Hund besitzen ist übrigens eine ausserordentlich kommunikative Angelegenheit. Man lernt stetig neue Leute kennen, wobei man lustigerweise am Anfang einer solchen Bekanntschaft oft den Namen des Hundes vor dem des dazu gehörenden Menschen kennt.

Der Vollständigkeit halber muss ich noch sagen, dass Christoph sich sehr viel mit Tyrase abgibt. Die zwei sind fast unzertrennlich. In diesen Sommerferien war es offenbar ein Hit, mit Schlafsack und Ty ausgedehnte Wanderungen zu machen und dann im Wald oder unter freiem Himmel zu übernachten. Wir konnten beruhigt sein, denn die zwei haben ja aufeinander aufgepasst.

So - genug Zeit am PC verbracht - Tyrase wartet bereits auf mich mit der Leine in der Schnauze. Da weiss man, was angesagt ist!

Otto Hadorn

Die verrücktesten Scheidungsgründe

X Ein Rentner aus Oklahoma war so geizig, dass er seiner Frau ein neues Gebiss verweigerte. Begründung: Sie könne ja seines benutzen. Scheidung nach 50 Jahren.

X Eine Frau aus Berlin liess sich nach drei Jahren scheiden, weil ihr Angetrauter die Gewohnheit hatte, mit Freunden das Badezimmer zu «stürmen». Und zwar immer dann, wenn sie gerade in der Wanne sass.

X Ein Mann aus Tennessee bekam von seiner Frau oft Steaks mit gebratenen Zwiebeln vorgesetzt. Seine Vorstellung vom Teilen : Er ass das ganze Fleisch und liess sie mit den Zwiebeln sitzen. Scheidung nach 4 Jahren.

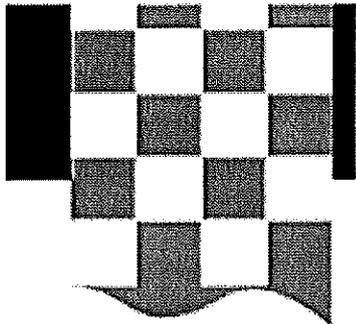
X In München wurde eine Ehefrau täglich benotet. Wie gut war das Essen, wie sauber die Wohnung, wie prickelnd der Sex, wie adrett ihre Kleidung? Am Ende der Woche zog der «Göttergatte» Bilanz - bei überwiegend schlechten Noten gab's weniger Haushaltsgeld. Scheidung nach 2 Jahren.

X In Stuttgart zerbrach eine Ehe im siebten Jahr, weil sich die Frau im Auto ihres Mannes immer bücken musste, wenn eine seiner Freundinnen vorbeifuhr.

X Ein Mann aus Montana markierte täglich die Sohlen seiner Frau mit Kreide. So wusste er, ob sie das Haus verlassen hatte. Scheidung nach 2 Jahren.

X Ein Amerikaner aus Vermont hatte seinem Papagei einen Weckruf beigebracht: «Aufstehen, verdammt noch mal, aufstehen!» Nach 3 Jahren zog die Ehefrau aus.

Edith's Koch-, Back- und Schnousiege



Camembert Plätzli

Schweins- oder Kalbsplätzli vom Nierstück

mit Aromat, Pfeffer, Paprika sowie indiv. Gewürzen würzen, mehlen und kurz anbraten. Camembert in kleine Dreiecke zerschneiden und in ca. 1dl Weisswein während ca. 1/2 Std. einweichen.

Fleisch anschliessend in feuerfeste Form geben und mit den Camembertstückchen bedecken. Mit dem Weisswein den Bratenfond auflösen, Bratensauce und ca 1/4 l Rahm begeben, nachschmecken und ca. 1/2 Std. im Ofen garen.

Dazu schmecken am besten Teigwaren oder Reis.

Die Rezepte wurden ausgesucht und ausprobiert von Edith Küenzi, Publimag

Apfeltorte della Vecchia

Mürbeteig:

180 g Mehl
75 g Butter
1/2 TL Backpulver
75 g Zucker
2 Eigelb
1/2 EL Wasser oder Zitronensaft

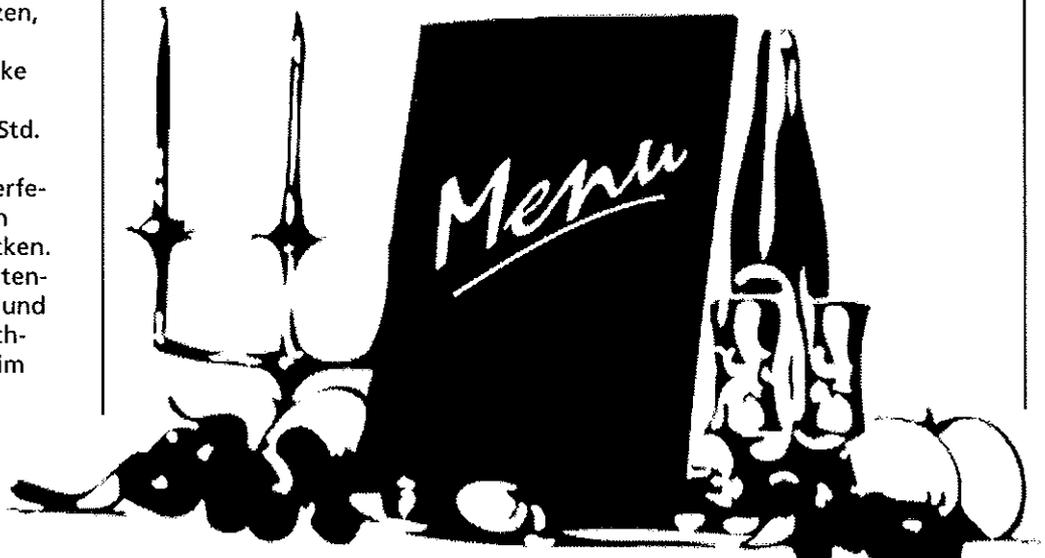
Springformboden mit dem Teig auskleiden. Kleiner Rand.

Füllung:

3 gehäufte EL geriebene Haselnüsse auf den Boden verteilen
3 gehäufte EL Weinbeeren mit ca. 5 geraffelten Äpfeln und 2-3 EL Zucker, 1 geriebenen Zitrone mit Saft, mischen und über die Haselnüsse verteilen. Im Ofen ca. 1/2 Std. backen. Wenn fast fertig gebacken, 2-3 Eiweiss mit Zucker steif schlagen, über die Äpfel geben und noch kurz hellbraun überbacken.

Mit geschlagenem Rahm servieren

E Guete



PubliBärn

Nr.5/6 / Dezember 1999

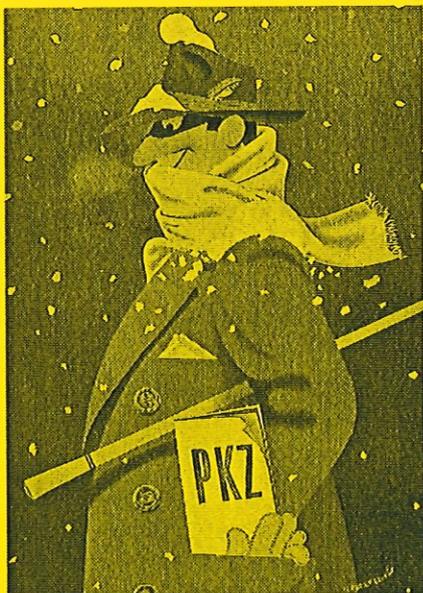
 PUBLICITAS

publimag

publimedia

Werbung früher - Mode in der Werbung

Mit diesem Artikel findet die Serie in unserer Hauszeitschrift «Werbung früher» Ihr Ende. Vorschläge für die Themenreihe der Titelstorys von PubliBärn für das neue Jahrtausend nehme ich gerne auf. (mabuerki@publicitas.ch) Mit diesem Aufruf werde ich auch merken, wie stark die Titelgeschichten beachtet wurden. Also, her mit Ihren Ideen, wer würde den schon behaupten, dass er PubliBärn nur flüchtig liest?! Niemand.



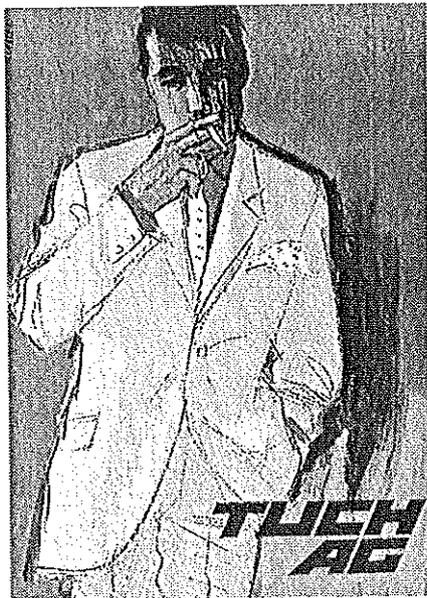
Zyklen

Obschon ich momentan im indischen Ozean weile, lesen Sie richtig. Es geht um Zyklen und nicht um Zykclone. Letztere treten von Dezember bis ca. März im indischen Ozean oftmals auf. Wünschen Sie mir Glück, dass mein Strohdach hält. Denn schon Robinson wusste, dass ein gutes Strohdach das A und O des Hüttenbaus auf einer einsamen Insel ist.

Nein, für das «Abendteuer Robinson» von TV3 bin ich weder an-

gemeldet noch am trainieren. Denn mein Alltag ist Herausforderung genug. Deshalb benötige ich meine Ferien für die Rehabilitation von allen Anstrengungen des Überlebenskampfes «Abendteuer Alltag».

Somit haben Sie viel Erfahrung, aber nichts zur Modewerbung aus alten Zeiten. Nun, bin ich möglicherweise die absolut ungeeignetste Person um über



(Fortsetzung von der Titelseite)

Mode zu schreiben. Obschon ich mir alle Mühe gebe, mich angepasst und einigermaßen korrekt zu kleiden, bin ich nun mal kein Modenarr. Einkaufen, einfach zum anziehen und natürlich einfach zum Ausziehen. Aber das ist ein anderes Thema - das Ausziehen. Möglicherweise bin ich auch die absolut ungeeignetste Person um über früher zu schreiben. Denn noch zeichnet sich meine Person durch eine gewisse Jugendlichkeit aus. (Doch die ist vergänglich.)

Und trotzdem, vielleicht gerade deshalb, bin ich versucht, mir einzubilden etwas über «Werbung früher» schreiben zu können. Denn von Werbung verstehe ich möglicherweise doch was.

Zurück zu den Zyklen

Da waren wir stehen geblieben. Die Zyklen. Immer wieder höre ich zum Thema Kleider und Mode «Das hatten wir schonmal». Sei es die Schlaghosen, die grossen Hemdkragen. Die langen Mäntel, die kurzen Jupes (welche wirklich immer kürzer wurden). Alles schon mal da. Und wirklich. Hätte doch nur mein Grossvater seinen alten Ledermantel 1941 nicht fortgeworfen. In jedem

Trendlokal wäre ich heute «in» damit.

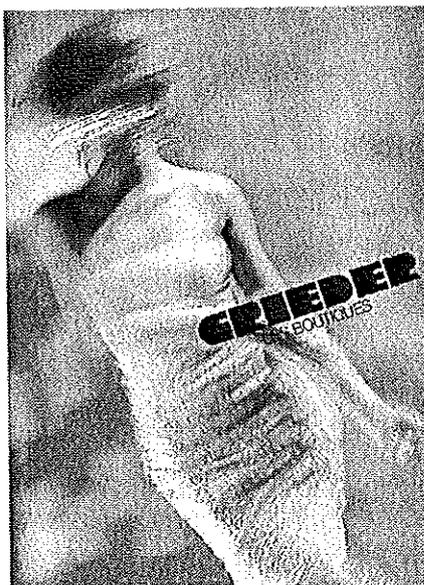
Aber ist es auch mit der Modewerbung so? Kehrt auch in der Werbung alles wieder? Zyklisch? Nein? - Ja? Jein? Doch nicht? Oder gilt hier der Satz «Die einzige Konstante ist die stetige Veränderung»? Plakate von früher säumen diesen Artikel. Sie stammen aus den verschiedensten Epochen.

Bilden Sie sich Ihre Meinung

Zum Ausklang des alten Jahrtausends lasse ich diese Frage unbeantwortet. Denn zum Thema Werbung macht sich jeder seine Meinung selber. Mehr oder weniger fachlich und mehr oder weniger sachlich.

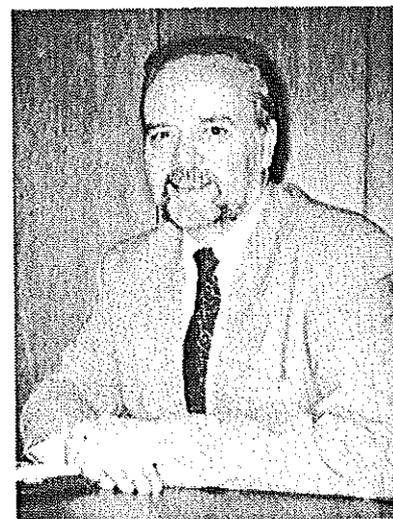
Bei der Lektüre dieser Doppelseite Nr. 5/6 1999 des PubliBärns wünsche ich Ihnen viel Lesevergnügen und viel Spass. Ihnen und Ihren Angehörigen ein gutes neues Jahrtausend und ein spannendes Jahr 2000.

Ihr
Martin Bürki.



Plakat oben links: Tuch AG, aus dem Jahre 1963
Plakat oben rechts: Grieder, aus dem Jahre 1985

PUBLICITAS



Liebe Mitarbeiterinnen, liebe Mitarbeiter

Das Jahr 1999 geht klar als das «Jahr 1» nach Vision 2000 in die Geschichte der Publicitas Bern ein: neu gebildete Einheiten mussten sich finden, die neue Organisation stand auf dem Prüfstand, Menschen mussten sich kennen- und schätzenlernen, mit dem damals fast «blind» erarbeiteten Budget hingen wir lange in der Luft, die Grippe am Anfang des Jahres setzte vielen von uns - und damit den geordneten Arbeitsabläufen - enorm zu, der stark wachsende Stellenmarkt sorgte oft für Engpässe in der Auftragserfassung und im Desktop-Bereich, die eidgenössischen Wahlen im Herbst belebten das Gelegenheitssegment ungemein. Und das Fazit: ich denke, dass wir die Ziele der Vision 2000 grösstenteils erfüllt haben: es ist tatsächlich im City West eine neue Einheit, eine neue Publicitas entstanden, die Menschen haben sich zu einer neuen Einheit gefunden, es gibt heute kaum mehr Unterschiede zwischen den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der früheren Firmen, die Umsatzbudgets wurden Monat für Monat erreicht und zum Teil sogar überschritten,

die Jahresziele dürften sowohl im Umsatz wie in der Rendite erfüllt werden. Für all dies gebührt Ihnen, liebe Mitarbeiterin, lieber Mitarbeiter, Dank und Anerkennung: Sie haben dafür gesorgt, dass das menschliche Umfeld in Ihren Abteilungen und Departementen stimmt, Sie haben die personellen Engpässe mit viel Engagement und Einsatz überbrückt, Sie haben die Kundenbeziehungen aufgebaut und gepflegt, Sie haben Hand angelegt, wenn Not am Mann (und an der Frau) war, Sie haben den neuen Kollegin-nen und Kollegen geholfen, sich schnell und problemlos einzuleben, Sie haben sich loyal und engagiert hinter die Ziele der P Bern gestellt. Ich danke Ihnen dafür ganz herzlich.

Und mein Ausblick auf das Jahr 2000? Wenn wir alle in diesem Sinn und Geist weitermachen, wenn wir die gleiche loyale Haltung an den Tag legen, wenn wir zusammen den eingeschlagenen Weg weitergehen, so bin ich überzeugt, dass wir gemeinsam auch die Ziele des kommenden Jahres erfüllen und die an uns gestellten Anforderungen meistern werden. Ich freue mich darauf, mit Ihnen zusammen in der Publicitas Bern das Jahr 2000 in Angriff zu nehmen.

Walter Althaus
Publicitas AG Bern

publimedia



Werden wir die Umsatzerwartung erreichen? Gelingt es uns, die transferierten Kunden der ofa und Publicitas Bern und Biel zu halten, neue Kunden zu gewinnen? Können wir bei den Agenturen unsere Beratungskompetenz unter Beweis stellen, ja ausbauen? Werden wir die Quote der Integralität erhöhen. Schaffen wir es, in Bern bei Kunden, Agenturen und Verlegern die Publimedia als eigenständige Unit zu positionieren?

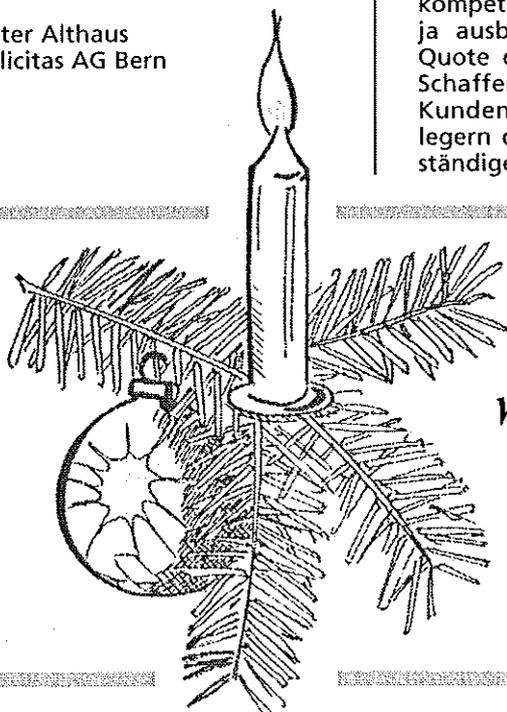
Diese Fragen - und viele mehr - stellten wir uns vor etwas mehr als einem Jahr. Und seit fast einem Jahr arbeiten wir daran, zu all den obengestellten Fragen positive Antworten und ermunternde Bestätigung zu finden.

Und heute? Nach beinahe 12 Monaten Publimedia Bern? Nun, Sie erahnen es. Und wir sind auch ein wenig stolz darauf. Zu recht, wie ich meine. Die Fragen können wir alle positiv beantworten (einige sogar sehr positiv und mit einem Ausrufezeichen versehen). Unsere Publimedia Bern hat ihren Platz im Mediakonzert der Agglo-Bern - und darüber hinaus - gefunden. Nicht immer spielen wir in diesem Konzert die erste Geige. Aber wenn man schon den Takt angibt...

Dass dies nur dank dem unermüdlichen Einsatz aller Mitarbeiterinnen und aller Mitarbeiter (die zuweilen sehr viel Verständnis aufbringen mussten) möglich wurde, ist leicht verständlich aber noch lange nicht selbstverständlich. Als dann, was kann man da noch mehr hinzufügen als einfach ganz herzlichen Dank Beat, Carole, Carmen, Daniel, Erika, Fabienne, Giovanni, Hugo, Jürg, Marc, Mirjam, Sabine, Sandra, Stefan und Willy (und natürlich auch noch Doris).

Wobei, da kommt mir doch noch eine Frage in den Sinn: schaffen wir es wohl, im ersten Jahr des nächsten Jahrhunderts....

Daniel Strobel
Publimedia Basel/Bern



*Die Redaktion des PubliBärn
wünscht allen Leserinnen und Lesern
eine frohe Weihnachten
und alles Gute
im neuen Jahrtausend!*

publimag

Bald haben wir ein erstes Jahr in den neuen Organisationsstrukturen hinter uns gebracht. Haben sich unsere Ziele und Prognosen verwirklicht? Im Allgemeinen darf man diese Frage für alle drei PubliPresse-Einheiten sicher mit «ja» beantworten. Im Detail kann ich eine umfassende Antwort nur für Publimag geben.

Unsere Geschäftsleitungssitzungen haben in der Regel folgende, wiederkehrende Traktandenpunkte:

- Geschäftsgang
- Verlegermarkt
- Kundenmarkt
- Infrastruktur / Logistik / Organisation
- Personalwesen (heute viel schöner und gepflegter mit «Human resources» ausgedrückt)
- Aussichten/Ziele

Für die Beantwortung der gestellten Frage, halte ich mich auch an diese Traktandenliste.

1. Geschäftsgang

Der anvisierte Jahresumsatz für die Publimag Bern werden wir übertreffen. Obwohl beim «Berner Bär» nach der Ankündigung des Besitzerwechsels die Kunden unsicher wurden, und wir schliesslich wegen der Preisreduktion um 25% ab September 1999 den daraus resultierenden Umsatzrückgang hinnehmen mussten. Ferner konnten sich zwei neue Regietitel «Sicher/sür» und «Fair Play» weder im Leser- noch im Inserentenmarkt durchsetzen. Dafür wurden die gesteckten Umsatzziele beim «Touring» und beim Agrartitel «Schweizer Bauer» bei weitem übertroffen.

2. Verlegermarkt

Die Publimag Bern kann nur mit neuen Regietiteln grössere Umsatzsprünge realisieren. Vom boomenden Stellenmarkt können wir für keinen unserer Pachttitel profitieren. Andererseits werden wir auch nie in eine Abhängigkeit dieser Inseratekategorie gelangen.

Der Fachzeitschriften- und Special Interest Titelmarkt ist im Gegensatz zu den Tages-, Wo-



chenzeitungen und Anzeiger noch praktisch unverpachtet. Es gibt in diesem Verlegermarkt ein grosses Potential für Publimag. Die Hauptaktivität unseres Kadern besteht demnach immer in der Akquisition neuer Pachttitel. In diesem Bereich waren wir eigentlich recht erfolgreich. Aus firmenpolitischen Überlegungen, durften wir aber einen Pachtvertrag mit einer Umsatzerwartung von ca. 3 Mio nicht abschliessen und andererseits sind nun die Zusagen für die Expo 01-Programme auch aus politischen Gründen sehr in Frage oder zumindest zurückgestellt worden. Die Neuakquisition im 1999 reduzierte sich schliesslich auf zwei neue Regietitel «Wald + Holz» und «La Forêt».

3. Kundenmarkt

Publimag betreibt kein Vermittlungsgeschäft. Somit beschränken wir uns auf die Akquisition von Aufträgen für unsere Pachttitel. Der «Touring» wird wieder zu einer Autofachzeitschrift. Neben vielen anderen, neuen Inserenten ist es uns gelungen vermehrt Autoimporteure als Inserenten für diesen Titel zu gewinnen. Im Agrarmarkt zeichnet sich Publimag als alleiniger, kompetenter Mediapartner ab. Immer mehr Inserenten verlangen unsere direkte Betreuung.

4. Infrastruktur

Nachdem im City-West keine Büroräume für Publimag zu mieten sind, werden wir voraussichtlich im Frühjahr 2000 unseres Quartier verlassen. Ein paar gute

Bürolokalitäten wurden uns zu weit besseren Konditionen als bisher angeboten.

Die für Publimag Bern gewählte Organisation hat sich weitgehend bewährt und eine Korrektur drängt sich nicht auf.

5. Personalwesen

Nachdem neben Jeannine Kropf und Gabriela Schöni nun auch Lorenz Jenni seine Zukunft ausserhalb der PubliGroupe sucht, wird allein Edith Künzi als ehemalige Publicitas-Mitarbeiterin in der Publimag verbleiben. Beim «Berner Bär» sind wir seit September nur noch für die ausserlokale Regie verantwortlich, deshalb haben wir die austretende Anzeigenleiterin Frau Manuela Schwab personalmässig nicht mehr ersetzt. In die Funktion als Product Manager «Berner Bär» wurde Daniel Stolina berufen. Als Nachfolger von Lorenz Jenni als Anzeigenleiter «Touring», wird sein heutiger Stellvertreter Alfred Blaser folgen. Silvia Streit wird nach der Rückkehr von Sabine Wenger (Sprachaufenthalt in Frankreich), ab 1. Januar Junior PM für kleinere Publimag-Regietitel werden und gleichzeitig auch verkaufsadministrative und -fördernde Aufgaben für den «Touring» erfüllen.

6. Aussichten/Ziele

Wie bereits erwähnt hat die Publimag Zukunft. Ein grosses Regietitel-Potential ist vorhanden. Die heutigen prominentesten Publimag-Titel liegen im Trend und sind als Werbeträger gefragt. Das Aufgabengebiet für unsere MitarbeiterInnen ist interessant und abwechslungsreich. Publimag wächst mit neuen Mandaten und verhilft damit unseren Vermittlungsorganisationen PubliMedia und Publicitas zu neuen Regieaufträgen mit besseren Konditionen. Wenn Publimag einen neuen Inserenten für sein Regieblatt gewinnt, so erntet in der Regel die vermittelnde Publicitas oder PubliMedia als Budgetberaterin eine bessere Vermittlerkommission. So gesehen arbeitet Publimag nicht allein für sich selbst. Eine gute Kooperation innerhalb der PubliPresse bringt somit gute Resultate für alle Beteiligten.

Für die Publimag Bern
Alfred Jaeggi, Direktor

PubliBärn

Impressum

Herausgeber:

Von und für die Mitarbeiter der Firmen der PubliPresse von Bern und Burgdorf

Verantwortliche Redaktion:

in alphabetischer Folge
Rita Anderegg, Martin Bürki
Ursula Imhasly, Edith Küenzi
(Vertretung Publimag), Hugo
Kropf (Vertretung Publimedia),
Peter Moll, Carmen Reichenbach

Grafische Verantwortung:

Alex Rüfenacht

Layout:

DTP-Team der Publicitas Bern

Erscheinungsweise:

(6 x jährlich)

Auflage: 250 Exemplare
für das Personal der Publipresse-
Firmen Bern und Burgdorf
und für Pensionierte

Das nächste "PubliBärn"
erscheint: Februar 2000

Ihre Beiträge:

Texte bitte immer digital anlie-
fern (Text im Amipro erfassen
und unter Dateiformat "Word
for Windows 6.0") abspeichern.
Besten Dank für Ihre Mithilfe.

In dieser Ausgabe

... **Doppel-
Wettbewerb**

... **Ei ei ei-Aktion**

... **Ein Tag im Leben
von Ruedi Gloor**

... **«Under Crossfire»
Alfred Struchen**

... **und vieles mehr.**

PUBLICITAS

Austritte

Bereits Ende Oktober hat uns **Frau Anita Hofer** verlassen. Sie geniesst nun den Sommer in Australien. **Herr Jérôme Lergier** hat sich entschlossen, seiner beruflichen Laufbahn eine neue Richtung zu geben und hat uns deshalb Ende November verlassen.

Wir danken Frau Hofer und Herrn Lergier für ihren Einsatz und die wertvolle Arbeit, die sie in unserem Unternehmen geleistet haben und wünschen ihnen viel Glück für die Zukunft.

Nach mehr als zehnjähriger Tätigkeit bei der Publicitas Bern hat sich **Frau Carmen Reichenbach** entschlossen, eine neue Herausforderung zu suchen. Sie hat diese bei der Publimedia Bern gefunden und verliess uns per 19. November. Liebe Carmen, wir danken Dir für die langjährige Treue. Dein Engagement und die wertvolle Arbeit, die Du für die Publicitas Bern geleistet hast. Wir wünschen Dir viel Erfolg in Deiner neuen Funktion und freuen uns, Dich auch in Zukunft in der Pause treffen zu können. Wir hoffen, dass wir im Redaktionsteam weiterhin auf Deine schreibkräftige Unterstützung zählen dürfen.

Pensionierungen

Nach langjähriger Tätigkeit bei der ofa und anschliessend bei der Publicitas trat **Frau Theresia Waber** in den wohlverdienten Ruhestand. Liebe Frau Waber, wir danken Ihnen für die langjährige Treue, Ihren stetigen Einsatz und die wertvolle Arbeit, die Sie in unserem Unternehmen geleistet haben. Wir freuen uns mit Ihnen und wünschen Ihnen viel Glück für die Zukunft und vor allem gute Gesundheit. Wir vermissen Sie.

Dienstjubiläen

Herr Andreas Spycher hat vor 15 Jahren seine Karriere bei der Publicitas Bern begonnen und konnte am 1. Dezember 1999 das 10-Jahre-Jubiläum als Leiter der Abteilung Diverse Vertretungsblätter feiern.

Das Redaktionsteam dankt an dieser Stelle dem Jubilar für seinen vorbildlichen Einsatz und seine persönliche Leistung im Interesse unseres Unternehmens und gratuliert ganz herzlich.

Geburtstage

Am 15. Dezember darf **Herr Thomas Tschui** seinen 20. Geburtstag feiern. Wo er seine Party steigen lässt, ist uns noch nicht bekannt. Wir gratulieren dem Geburtstagskind und wünschen ihm bereits heute viel Erfolg für die Lehrabschlussprüfung.

Feiertage

Da der erste August in diesem Jahr auf einen Sonntag fiel, offeriert uns die GD zwei zusätzliche freie Tage, nämlich Freitag, den **24. Dezember** und Freitag, den **31. Dezember**. An diesen Tagen bleiben unsere Büros geschlossen. Ein kleiner Pikettdienst hält den Betrieb an diesen Tagen bis um 12.00 Uhr aufrecht.

An den beiden Vorabenden gilt die normale Arbeitszeit, also kein vorzeitiger Büroschluss.

Feste

Das **Jahresschluss-Essen** der Publicitas Bern findet diesmal erst im Neuen Jahr statt, nämlich am **Freitag, 7. Januar 2000**. Wir bitten Sie, dieses Datum zu reservieren. Weitere Infos erhalten Sie zu einem späteren Zeitpunkt. Wir freuen uns schon heute, Sie an diesem Abend verwöhnen zu dürfen und hoffen auf ein zahlreiches Erscheinen.

Die Direktion

publimedia

Austritte

Per 30. November 1999 hat **Frau Manuela Schwab** die Publimag Bern verlassen um eine neue Herausforderung anzunehmen. Publimag dankt der engagierten Mitarbeiterin für ihren Einsatz, welchen sie vor allem für den Berner Bär geleistet hat.

PUBLICITAS

Eintritte

Auch in dieser Ausgabe können wir eine ganze Galerie von neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern begrüßen, nämlich **Herr Bruno Zürcher** und **Frau Françoise Schädeli** als Lokal-Promotoren im Departement Bund-Verlag, **Frau Silke Eichwald** als Mitarbeiterin technische Koordination, **Frau Gabriela Bolz** als Verkaufs-assistentin, **Herr Sandro Di Giosia** als Mitarbeiter Postbüro / Kurrierdienst. Wir freuen uns **Frau Doris Müller** seit dem 12. Oktober wieder zum Publicitas-Team zählen zu dürfen.

Last but not least begrüßen wir **Frau Ute Klemm**. Im Rahmen der Umwandlung des Teilpachtvertrages mit dem Amtsanzeiger Laupen in eine Vollpacht per 1. Januar 2000 tritt auch die langjährige Schalterangestellte des Amtsanzeigers Laupen, Frau Ute Klemm, zu Publicitas über. Frau Klemm bleibt aber am Schalter Laupen, gehört aber künftig zum Team «Diverse Pacht».

Wir heissen alle Neueingetretenen und Neueintretenden herzlich willkommen und wünschen ihnen viel Befriedigung bei der Arbeit und viel Freude im neuen Team.

Wir stellen vor

Am 18. Oktober startete **Herr Bruno Zürcher** als Lokal-Promotor im Departement Bund Verlag. Der sportbegeisterte Skorpion träumt davon, mit seinen Roller-Blades die Strände von Florida unsicher zu machen. Seine Lieblingspeise sind Meeresfrüchte. Daheim hält er sich einige ungebetene Haustiere. Man trifft Herrn Zürcher viel bei Konzerten.



Musik liebt er über alles vor allem Songs von Kuno Lauener.

Frau Françoise Schädeli verstärkt seit dem 1. November ebenfalls das Departement Bund Verlag. Die im Sternzeichen Widder Geborene isst gerne italienisch und träumt von Ferien im südlichen Teil von Südamerika,



Patagonien. Wenn sie in ihrer Freizeit nicht gerade auf dem Swoboard steht, findet man sie auf dem Tennisplatz oder in einer Aerobic-Stunde. Sie liebt das Reisen in andere Länder, um deren Kulturen zu erforschen. Ihre Lieblingsmusik beginnt beim französischen Hip Hop, geht über Soul und Blues und hört bei Funk auf.

Seit dem 15. November ist **Frau Silke Eichwald** in der Technischen Koordination tätig. Die im Sternzeichen Fische Geborene geniesst mit Vorliebe die italieni-



sche Küche. Mit dem Eisbrecher nach Grönland zu reisen ist ihr sehnlichster Wunsch. Wer hat schon mal etwas von der Musikgruppe Querbeet gehört? Wer mehr darüber wissen möchte, sollte sich mit Frau Eichwald in Verbindung setzen. Zu ihren Hobbys zählt sie fotografieren, kochen und reisen.



Frau Gabriela Bolz arbeitete längere Zeit bei der ofa und anschliessend bei der Publicitas in Luzern. Seit dem 15. November unterstützt sie den Verkaufsinendienst mit ihren Fachkenntnissen. Wer die Stier-Frau kulinarisch verwöhnen möchte, trifft mit Thon-Spaghetti ins Schwarze. In der Natur mit ihrem Hund zu spielen gehört zu ihren Lieblingsbeschäftigungen sowie Sport allgemein, lesen und das Leben geniessen. Welche Musik sie mag, hat sie uns nicht verraten.



Ein Tag im Leben von Ruedi Gloor

Heimatliche Klänge wecken mich um 9 Uhr. Ich stelle den Radiowecker ab und versuche einen klaren Gedanken zu fassen. In der Wohnung ist es noch still, nur Bobby, unser vier Monate junger Hund, ist zu allem bereit. Während der Rasur nehmen meine Lebensgeister langsam ihren gewohnten Platz ein. Meine Frau erscheint im Badezimmer und eröffnet mir, dass heute der 31. Oktober sei. Schön. Aber von Samstag auf Sonntag seien die Uhren eine Stunde zurückgestellt worden, es sei noch zu früh.

Beim Kaffee ärgere ich mich über meine vergeblichen Bemühungen, noch eine Stunde zu schlafen. Schliesslich ziehe ich meine Reitkleider an und mache mich auf den Weg zum Stall. Nach dem ausmisten der Boxe und dem gründlichen Putzen des Pferdes schwingen sich mein Kollege und ich in den Sattel.

Unser Sonntagmorgenritt führt uns über Felder, Wiesen und Wälder. Es ist kalt, aber schön und ruhig. Unter dem Föneinfluss haben wir eine prächtige Sicht auf den Jura, der Weissenstein ist zum Greifen nahe. Beim wohlverdienten Pausenhalt genehmigen wir uns einen Kafi Luz zum Aufwärmen.

Nachdem die Pferde meines Kollegen eingestellt, versorgt und gefüttert sind, treffe ich mich mit meiner Familie. Gemeinsam wollen wir uns die Ausstellung von Bernhard Luginbühl in Mötschwil ansehen. Sie ist heute zum letzten Mal in diesem Jahr offen. Wir wandern staunend durch die Parkanlage der Stiftung Luginbühl. Die riesigen Eisenplastiken sind äusserst beeindruckend. Aus der ganzen Schweiz und zum Teil aus dem Ausland sind kunstbegeisterte Menschen angereist. Wirklich, diese Ausstellung ist empfehlenswert.

Am frühen Nachmittag, nach einem Apéro in «unserer» Landbeiz, genehmigen wir uns einen kleinen Lunch im Kreis unserer Bekannten und Kollegen. Bald geht es hoch zu und her. Wir schaffen den rechtzeitigen Abgang und kehren nach Hause zurück. Nach dem Duschen und Umziehen treffe ich in der Küche die Vorbereitungen für das Nachtessen. Unser Besuch trifft um 17 Uhr ein. Fast zu pünktlich. Es klappt aber alles wie am Schnürchen und wir geniessen einen gemütlichen Sonnabend.

Den restlichen Abend verbringe ich mit meiner Familie. Die Buben vor dem PC, meine Frau Heidi vor dem TV und ich mit der Nase in meinem Buch.

Bald ist es Zeit zum Schlafen gehen. Es ist wieder still in der Wohnung. Nur kurz denke ich an den Montagmorgen, aber der kommt noch früh genug.

Ruedi Gloor

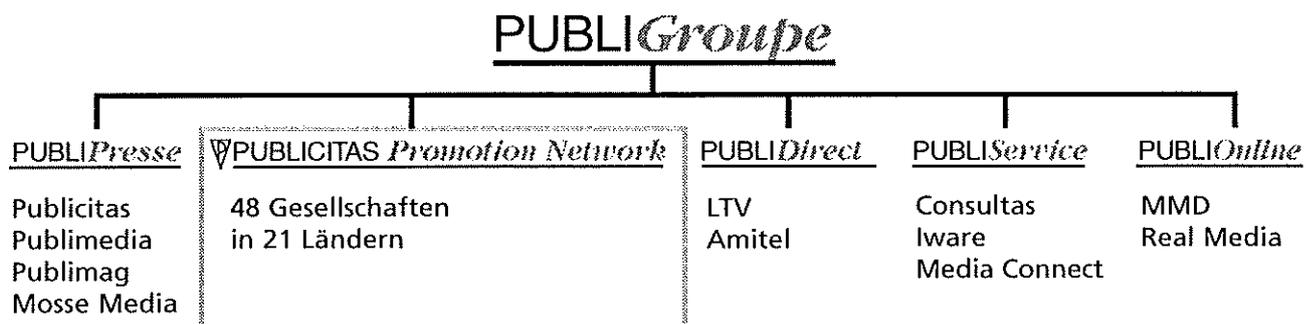
Publicitas Burgdorf

Unsere Global-Players

In dieser Ausgabe des PubliBärns findet die Serie «Bereiche und Firmen» der PubliGroupe ihren Abschluss.

Während den letzten vier Ausgaben haben wir Ihnen die Bereiche « PubliDirect, PubliService und PubliOnline» vorgestellt.

Mit dem Bereich Publicitas Promotion Network kommen wir zum letzten Bereich ausserhalb unseres Bereiches PubliPresse, welchen wir nicht vorstellen müssen, da wir in diesem Unternehmenszweig selber tätig sind und die Firmen «Publicitas, Publimag und Publimedia» kennen.



Das Publicitas Promotion Network besteht aus 48 Gesellschaften, beschäftigt 416 Mitarbeiter und vertritt in 21 Ländern auf vier Kontinenten 2'000 Zeitungen und Zeitschriften.

Das Netz verfügt über umfassende Kenntnisse in der Kommunikations-, Werbe- und Verlagsbranche und über eine Datenbank mit über 15'000 Titeln. Es kommuniziert die Leistungen der Medien, für die es Promotions- und Verkaufsaufgaben wahrnimmt, und unterstützt Inserenten und Werbeagenturen bei der optimalen Plazierung ihrer internationalen Werbekampagnen.

Publicitas Promotion Network ist in Europa (72% des Umsatzes), Amerika (20%) und Asien (8%) tätig.

Die kommerzielle Strategie von Publicitas Promotion Network ist für alle Gesellschaften des Netzes gültig. Sie unterstützen sich gegenseitig und sind dadurch in der Lage, ihren Verleger- und Inserentenkunden globale Lösungen für die Verbreitung internationaler Kampagnen anzubieten.

- 416 Mitarbeiter
- CHF 389 Mio. Umsatz (+ 9%)
- Übermittlung von 150'000 Aufträgen pro Jahr
- Weltweite Datenbank mit 15'000 Titeln

Was mache ich jetzt...?

...frage sich ein offensichtlich sehr engagierter Mitarbeiter unserer Reinigungsfirma Honnegger, als er meine Aufforderung zum Wechseln einer Glühbirne bzw. Lampe an der Toilettentür gelesen hatte.

In seiner Verzweiflung, da er doch nicht zum Wechseln einer Birne angestellt ist und ausserdem sowieso keine Ersatzbirne zur Hand hatte, gab er mir dass freundlicherweise in seiner Art zu verstehen.

Als ich dann meinen Fehler eingesehen hatte, wendete ich mich wie angewiesen an unseren Hauswart um mein Problem zu lösen.

Bite Lampe
im Wc links
wechseln
Danke

TU SAGG
VAN VEKSLA
LAMPE
HAUSVART
VEKSLA
IH NUMA
PUZEN

Eingereicht von
Carmen Reichenbach

Ein ganz kleines Telecom-Lexikon

Analog: Die Analogtechnik, die im Prinzip seit der Erfindung des Telefons angewandt worden ist, hat im Fernmeldewesen wenig Zukunft, da ihre Möglichkeiten begrenzt sind. Neue Systeme arbeiten mit digitaler Technik, der konventionelle Hausanschluss (Telefonsteckdose, Telefonapparat) ist heute aber noch analog, für den Datenverkehr müssen deshalb Zusatzgeräte verwendet werden (Modem). Radio und Fernsehen arbeiten (auf Empfängerseite) noch weitgehend analog, die Einführung von Digitalradio und -fernsehen ist aber zumindest beschlossene Sache.

Call Center: Im Call Center läuft der telefonische Verkehr einer Firma mit ihren Kunden zusammen, z. B. Bestellungen, Störungsmeldungen, Reklamationen, Werbeaktionen. Der Einsatz eines Computers kann die Abläufe ganz oder zum Teil automatisieren, sodass die Kunden z. B. gezielt zum richtigen Sachbearbeiter geleitet werden oder aber direkt mit dem Computer sprechen können. Call Center können auch mehreren Firmen dienen, was der anrufende Kunde gar nicht bemerkt. Spezialisierte Call Center bedienen bisweilen Kunden aus mehreren Ländern.

Digital: Die Digitaltechnik arbeitet grundsätzlich mit Zahlen. D. h., auch ein Telefongespräch wird nicht in Form von Wellen übertragen, sondern verarbeitet werden Messwerte, welche diese Schallwellen darstellen. Im Empfänger können die Originalsignale aus den Zahlen wieder rekonstruiert werden. Dank Digitaltechnik können mit dem gleichen Zentralen und Leitungen gleichzeitig Daten aller Art verarbeitet werden. Ob die Daten im Endgerät zum Telefongespräch, zu PC-Text, Onlinebildern oder Musik werden, hat wenig Bedeutung. Mit mathematischen Methoden lassen sich Daten verdichten (komprimieren), womit die Leitungen besser ausgelastet werden können.

E-Commerce: Elektronischer Handel spielt sich im Internet, aber auch auf speziellen Fernsehkanälen ab. Waren und Dienstleistungen werden am Bildschirm angeboten und können per Telefon bestellt werden. Bei voll ausgebauten Systemen stehen elektronische Kataloge mit Suchfunktionen oder virtuelle Ladengeschäfte zum Durchstöbern zur Verfügung. Die Bestellung erfolgt direkt vom Terminal aus, die Bezahlung automatisch rein elektronisch. Als Terminals kommen PCs, TV-Geräte mit entsprechender Fernbedienung, Handys oder andere Telefone mit Bildschirm in Frage.

E-Mail: Elektronische Post ist der Austausch von Texten und allenfalls Bildern und weiteren Daten über das Internet ohne direkten Dialog. Als Geräte kommen PCs in Frage, aber auch Fax, spezielle Telefone oder Fernseher. Eine reduzierte Form von E-Mail ist SMS (Short Message Service), der sich insbesondere für Handys eignet.

Internet: Das Internet ist im Grunde ein Verbund von Computern. Es hat, ohne dafür gebaut zu sein, inzwischen auch Aufgaben des Fernmeldesystems übernommen. Via Internet kann beispielsweise auch telefoniert werden, allerdings mit Einschränkungen. Im Hintergrund des Internets stehen Telekommunikationsverbindungen. Allerdings gibt es im Gegensatz zum Telefonnetz keine Vermittlungszentralen und keine zentrale Verwaltungen von Anschlüssen, Teilnehmernummern usw. Das World Wide Web (WWW) ist kein Synonym für das Internet, das Web ist die Konstruktion (Software), die es den Millionen am Internet angeschlossenen Computern erlaubt, beliebig ihre Daten auszutauschen. Internetfunktionen können ausser von PCs auch von geeigneten Fernsehern benützt werden. Immer häufiger werden auch Telefonapparate eingesetzt. Mit dem Verfahren WAP (Wireless Application Protocol) können Internetfunktionen in einem gewissen Rahmen auch auf Handys genutzt werden.

ISDN: Das Integrated Services Digital Network ist ein separates Fernmeldenetzt in Digitaltechnik. Es gestattet dem Kunden den gleichzeitigen Anschluss mehrerer digitaler Endgeräte (Telefon, PC, Fax, usw.) und spezielle Komfortdienste. ISDN eignet sich auch als Internetzugang ist jedoch kein Breitbandnetz für TV-Zwecke.

Patrizia Kiener

Kunstobjekt Osterei

Einmaliger Einfall: Einfach einmal ein Ei einfärben!

Der Künstler Pablo Picasso sagte einmal: «Als Kind ist jeder ein Künstler. Die Schwierigkeit liegt darin, als Erwachsener einer zu bleiben». Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Publicitas Bern können bei der Kunstobjekt-Osterei-Aktion Ihr Talent unter Beweis stellen. Ob sie Künstler geblieben sind?

Die Publicitas Bern hat alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Oktober aufgerufen, Ihre künstlerische und kreative Seite für die Aktion «Kunstobjekt Osterei» auszuleben.

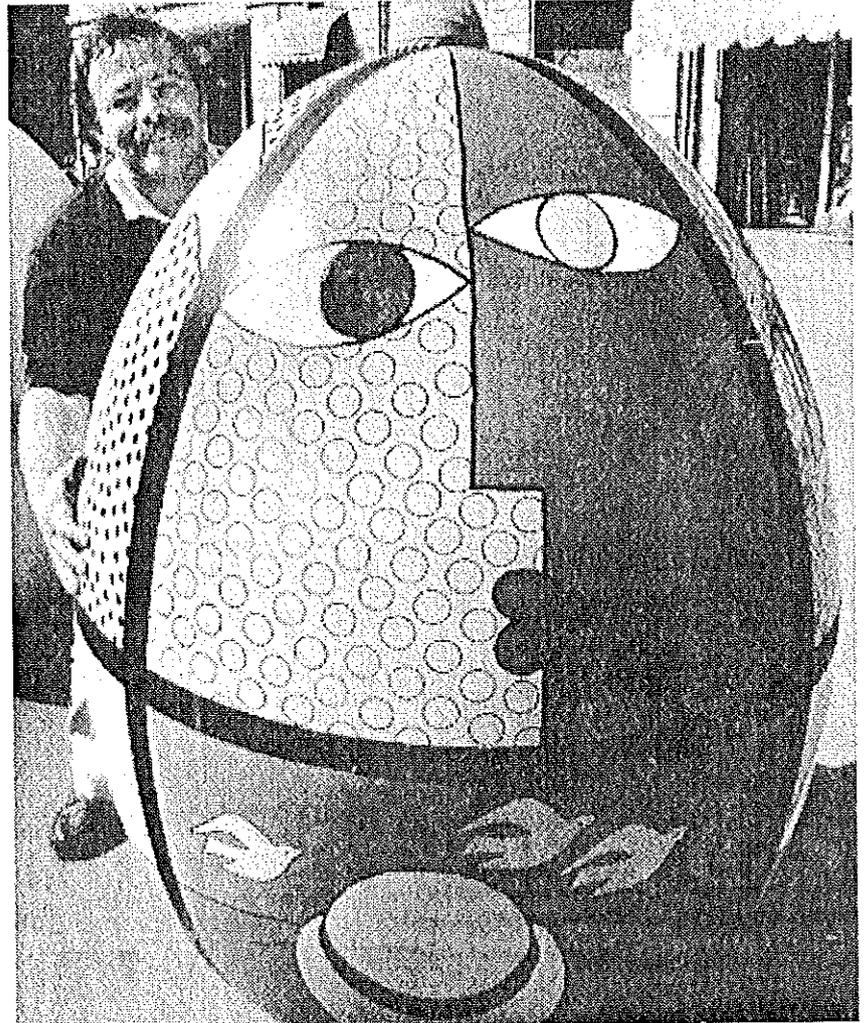
Was ist die Aktion «Kunstobjekt Osterei»? Diese Aktion des Künstlers Pierre Mettraux wird unter dem Patronat des City-Verbandes Bern realisiert. In der Osterzeit 2000 werden während sieben Wochen an die 50 bemalte Riesenostereier aus PVC in der Stadt Bern ausgestellt. (Ähnlich der Kuh-Aktion in Zürich). Die Eier können von den Geschäften der Stadt Bern gekauft und danach selbst bemalt werden.

Dabei gelten keine Grenzen: als Madeleine, als Eiger, Mönch und Jungfrau, als Kleiderschrank, als Reissverschluss oder als Riesenschwein, nur Werbung ist auf den Eiern nicht gestattet!

Auch die Publicitas Bern hat sich einen Ei-Rohling gekauft und hat ihn mit einem Mitarbeiter-Wettbewerb zum Bemalen zur Verfügung gestellt. Alleine oder in Gruppen können die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf einem Mini-Ei zeigen, wie sie sich das grosse Kunstobjekt vorstellen könnten.

Der beste Vorschlag gewinnt. Die beste Kreation, welche durch eine kompetente Jury ermittelt wird, gewinnt einen attraktiven Preis und das Winnerteam darf das Riesenei bemalen. Das Resultat werden Sie in einem der nächsten PubliBärn Ausgaben bewundern können.

Martin Bürki



The Guardian of the Blue Window:

Bilder von Publimedia-Kollegen im Internet

Unter der Adresse www.publicitas.ch/expo_les_symboles_du_temps/ oder auf der Intranet-Site der Publicitas Schweiz könnt Ihr jetzt sehen, wie der «Affenschwanz», volkstümlicher Ausdruck für das Zeichen «@» wirklich aussieht. Dies auf dem ebenso schönen, wie lustigen Ölbild von Giovanni Trümpi. Zu sehen ist auch eine Ölbild/Collage zum Thema «Millennium» und eines, das feststellt, dass das Medium Zeitung auch im zweiten Jahrtausend leben wird.

Bei dieser Ausstellung, die von der Generaldirektion organisiert wurde, ist als zweiter Berner Hugo Kropf vertreten: «@-one» eine Frau strebt vor dem Hintergrund von Runen und Hieroglyphen dem Zeichen «@» zu, bei der Kreidezeichnung «@-two» steht dieses Symbol als Sonne über einem knienden Frauenakt. In der dritten Zeichnung, einem Cartoon, steigt eine Blondine aus dem Monitor. Erschreckt weicht ein Internetsüchtiger zurück. War er am Chatten mit dieser Frau? Oder hat er eine «exotische»*) Site besucht? Schaut mal rein. Ein Kommentar würde die Hobby-Künstler freuen. KH

*)Definition auf dem Merkblatt zur Internet-Nutzung der GD

«Under Crossfire»

Alfred Struchen

Name: Alfred Struchen

Alter: 39 Jahre (in der mittleren Schönheit)

Wohnort: Lyss

Funktion in der Publicitas: Verkaufsleiter

Wie würdest Du diese Funktion einem 6 Jährigen Kind erklären: Es ist wie in einem grossen Kindergarten, ich bin der Kindergärtner und versuche zusammen mit den Kindern möglichst viele Leute zu finden die ihre Produkte in einem Heftli zeigen wollen.

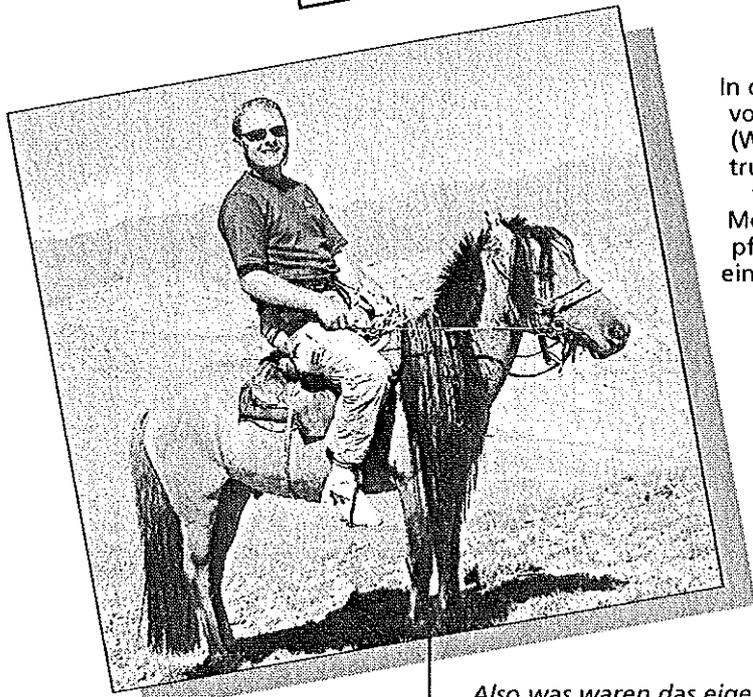
Was machst Du wenn Du nicht im «Kindergarten» bist: Tennis, Lesen, Gut essen und diskutieren, Reisen

Was sind Deine Vorlieben: Ich habe eine Vorliebe für offene ehrliche Leute und trinke gerne einen guten Bordeaux

Wie lautet Deine Lebensphilosophie: «Unmögliches ist oft das unversucht gebliebene»

Hast Du einen «Tick»: Ich vergesse die Welt um mich herum beim Zeitung lesen.

Warum sollte wohl jemand auf die Idee kommen mit Dir zusammenzuleben oder -arbeiten: (Lange Pause) Eigenlob war eigentlich noch nie meine Stärke, aber ich würde meine Ausgeglichenheit und



In der Nähe von Delum (Westaltai) trugen uns trittfeste Mongolenpferde auf einen Berg Rücken.

meine Fähigkeit die Stärke und das Gute in anderen Menschen zu erkennen, als Argument nennen.

Bei einer abenteuerlichen Überlebens-Tour mit dem Jeep durch den Westen der Mongolei, stellte sich Fred Struchen allen möglichen Gefahren und Überraschungen, die so eine Reise im Altai Gebirge mit sich bringen unter anderem z.B. gefährliche Ausritte mit Wildpferden. Was er für Entdeckungen und Erfahrungen gemacht hat, erzählt er nun im exklusiv Interview.

Also was waren das eigentlich für Ferien in der Mongolei, kannst Du diese kurz beschreiben: Die ganze Reise wurde auf eigene Faust organisiert, von unserer Reisegruppe. Quasi eine Non-Profit Reiseorganisation. Es war eine 3 Wöchige Tour mit dem Jeep durch den Westen der Mongolei, dem Altai Gebirge. Wobei man die ganze Kultur und Eigenart dieses Nomadenvolkes kennenlernte. Während 4-5 Tagen hatten wir ausserdem die Gelegenheit mit Pferden auszureiten.

Wie kam die Idee: Ursprünglich wäre es ein Traum von mir gewesen, eine Reise durch Asien zu machen, mit Start in Indien, dann quer durch China, mit krönendem Abschluss in der Mongolei. Aber da das alles auf einmal nicht ging, nahm ich das Angebot einer Kollegin an und so machten wir uns auf, zuerst den Schlusspunkt unserer eigentlichen Traumreise zu besuchen. Ausserdem zieht es mich eher in Länder die Touristisch noch nicht erschlossen sind. Sie üben eine spezielle Faszination auf mich aus.

Was für Ferien machst Du normalerweise: Also angefangen hat alles mit Sri Lanka 1987, dann kam Nepal, Vietnam und letztendlich die Mongolei. Mir ist es lieber einen Spaziergang durch Ho-Chi-Minh Stadt zu machen, wo ich das pulsierende



Zum Fototermin stürzten sich unsere Gastgeber bei 30° sofort in Ihre Kleidertracht.

Was für Ferien machst Du normalerweise: Also angefangen hat alles mit Sri Lanka 1987, dann kam Nepal, Vietnam und letztendlich die Mongolei. Mir ist es lieber einen Spaziergang durch Ho-Chi-Minh Stadt zu machen, wo ich das pulsierende Leben spüre, als Highlife mit möglichst vielen Diskotheken und einem unerträglichen Massentourismus.

Was war für Dich der stärkste Eindruck: Der Gegensatz unserer High-Tech Welt zu dem 3. Welt Land Mongolei. Die Umstände unter denen diese Menschen leben sind für uns kaum vorstellbar. Es ist ein total anderes Leben. Sie sind Nomaden, welche nur das nötigste, was sie zum Leben brauchen, mitschleppen. Sie leben auf engstem Raum und die Yak-, Schaf- und Kamel-Herden sind ihr ganzer Reichtum. Sie müssen jeden Tag damit rechnen weiterzuziehen. Etwas was für uns unvorstellbar ist, wir wären aufgeschmissen, wenn wir nicht die Sicherheit eines festen Wohnsitzes hätten. Die Menschen sind trotzdem oder gerade deswegen sehr gastfreundlich und herzlich. Vor allem sind auch noch die Familien-Strukturen intakt. Es ist z.B. ohne weiteres möglich dass eine Grossfamilie mit den Grosseltern im gleichen Zelt wohnt.

Wie war eigentlich der Umgang mit dem Wildpferd: Ich bin auf einem Bauernhof aufgewachsen

und darum schon mit Pferden vertraut. Ich habe aber trotzdem noch ein paar Reitstunden genommen um keine Überraschungen zu erleben. Nicht so wie ein Reisekollege von mir, der auch dabei war. Er hatte die Vorstellung, das es gleich beim Aufstieg mit dem Reiten klappen würde, was mit einem 30 Sekunden Ritt bestraft wurde. Die Wildpferde machen ihrem Namen aber keine Ehre. Sie sind zahm und an Menschen gewöhnt. Sie sind die Besten Freunde der Menschen in der Mongolei. Ein 5-Jähriger in Europa unterscheidet sich in dem Punkt von einem 5-jährigen Westeuropäer, dass der Mongole ohne Sattel auf einem Wildpferd reitet, während der Europäer gerade mal weiss wie man einen Computer bedient.

Was war die grösste Schwierigkeit für Dich: Die Tatsache das Raum und Zeit keine Rolle mehr spielen. Die Mongolei ist 4 Mal so gross wie Deutschland. Man ist der Natur sehr nahe, da die Bevölkerungsdichte sehr klein ist. Der Mongole ist eigentlich ein Improvisationskünstler, für ihn spielt Zeit wirklich keine Rolle. Wenn etwas klappen soll, dann klappt es auch, aber man kann nie sagen wann.

Nach den Ferien - Wie hat sich Dein Leben verändert: (ganz lange Denkpause) Ich habe erkannt,



dass ein anderes Leben ohne Stress und Hektik möglich ist, ohne Wohlstandsmüll. Ich habe auch versucht ein bisschen gelassener zu werden.

Und ? Ja gut, ausserdem hat mich die Tatsache überrascht eine in Prag lebende Solothurnerin, in der Mongolei kennen zu lernen.

Was sind die Empfehlungen für jemanden der auch solche Ferien machen möchte: Sich über das Land zu informieren, das Land, die Leute und ihre Lebensweise zu respektieren. Aber vor allem sich bewusst zu sein, dass man die Mongolei mit nichts was für uns gewöhnlich oder normal ist, vergleichen kann.

Zu guter letzt, zu diesen Sätzen habe ich keinen Schluss gefunden; kannst Du diese vollenden ?

Wenn ich Christoph Blocher wäre.....würde ich mir nicht mehr alles glauben, was ich dem schweizer Volk erzähle.

Das schlimmste was mir am Millenniumwechsel passieren könnte ist....das rein gar nichts passiert

Wenn ich Regisseur wäre, wäre mein nächster Film....das Parfüm von Patrick Süßkind (Anmerk. der Redaktion: Patrick Süßkind wird niemals die Rechte am Drehbuch für «Das Parfüm» verkaufen)

Ein interview ist für mich....eine unterhaltsame Sache

Mein grösster Fehler war....dass ich in jüngeren Jahren zu ernst durchs Leben ging.

Interview: Denis Fankhauser

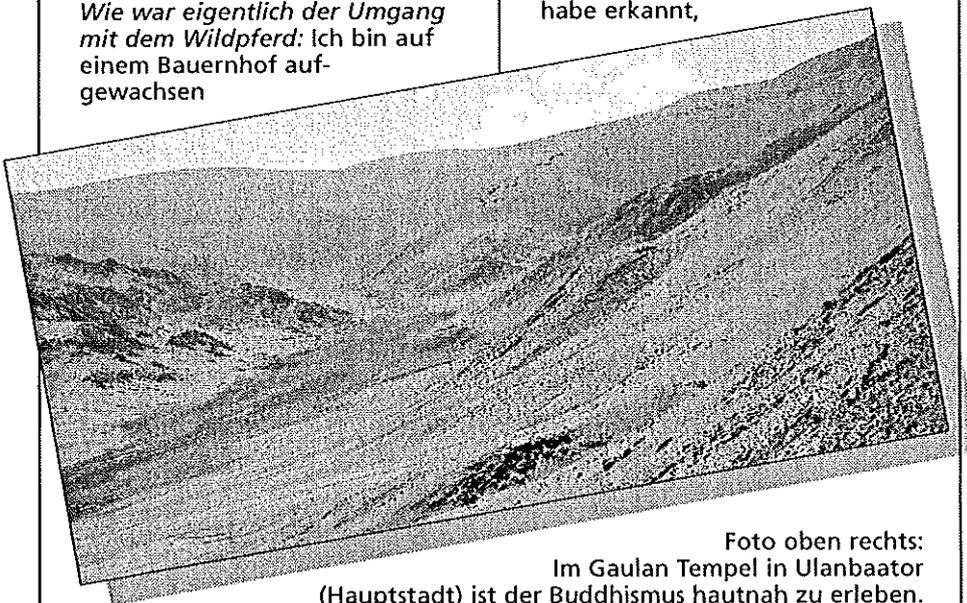
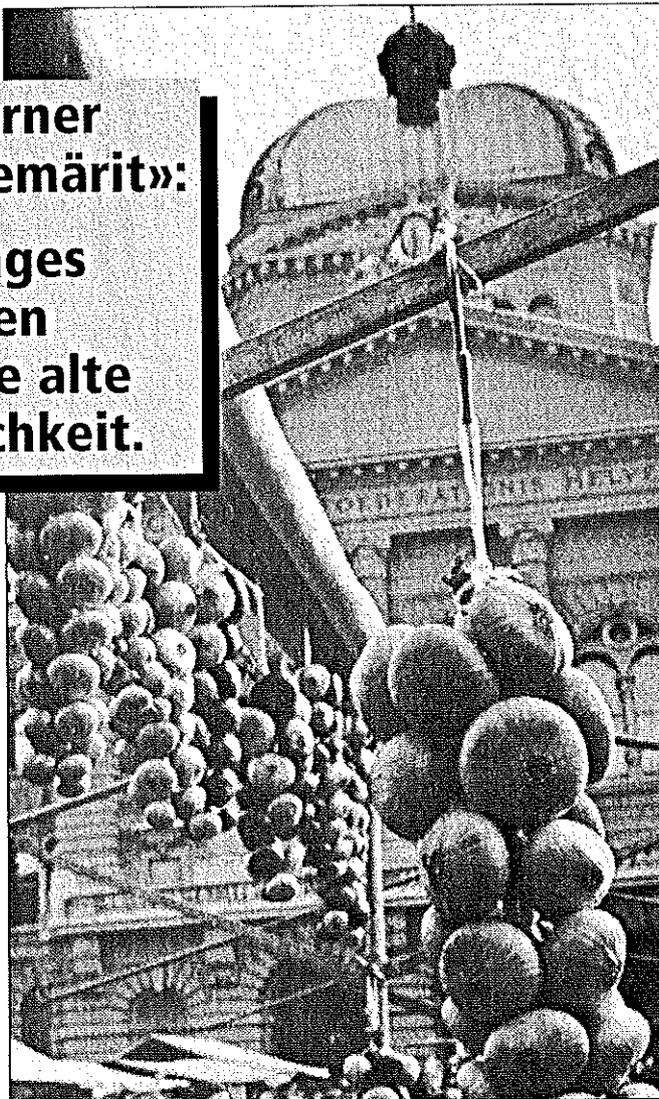


Foto oben rechts:
Im Gaulan Tempel in Ulanbaator
(Hauptstadt) ist der Buddhismus hautnah zu erleben.
Foto oben links: Weite unbesiedelte Landschaften laden ein,
die Seele baumeln zu lassen.

Der Berner «Zibelemärit»:

Ein junges Märchen und die alte Wirklichkeit.

Quellen-
nachweis:
Rudolf J.
Ramseyer
«Zibelemärit»
Martinimesse
Langnau
1990



Am 14. Mai 1405 bricht an der Brunnengasse in Bern kurz vor fünf Uhr nachmittags Feuer aus. Ein kräftiger Nordwind weht die Flammen in wenigen Minuten bis an das gegenüberliegende Aareufer. 650 Holzhäuser verbrennen und 100 Menschen finden den Tod. Alle umliegenden Städte sammeln Geld und senden Helfer. Bewundernswert ist die Hilfe der Freiburger: zwei Monate lang räumen sie unter der Leitung ihres Ratsherrn N. Gamburg den Brandschutt weg und geben alle gefundenen Wertgegenstände getreulich ab.

Nun behauptet ein kühnes Märchen, welches vor 60 Jahren in einer Stadtberner Schulstube geboren worden ist, die Berner hätten den Freiburgern erlaubt, sie

dürfen zum Dank fortan jeden Herbst ihre Zwiebeln in Bern verkaufen. Und so habe 1406 der erste «Zibelemärit» stattgefunden. Doch in der Stadtchronik von Conrad Justinger, der den Brand miterlebt hat, steht nichts von einem Zwiebeldank. Es wäre auch ein schlechter Dank! Woher hätten die hundert Freiburger Helfer, lauter Städter, Zwiebeln für den Jahrmarkt hernehmen sollen? Monokulturen bestehen um diese Zeit noch nicht im Seeland. Zudem pflanzten die Bernerinnen damals selbst Gemüse hinter den Häusern. Und wenn der Ertrag nicht reicht, kaufen sie Zwiebeln am Wochenmarkt im Zibelegässli.

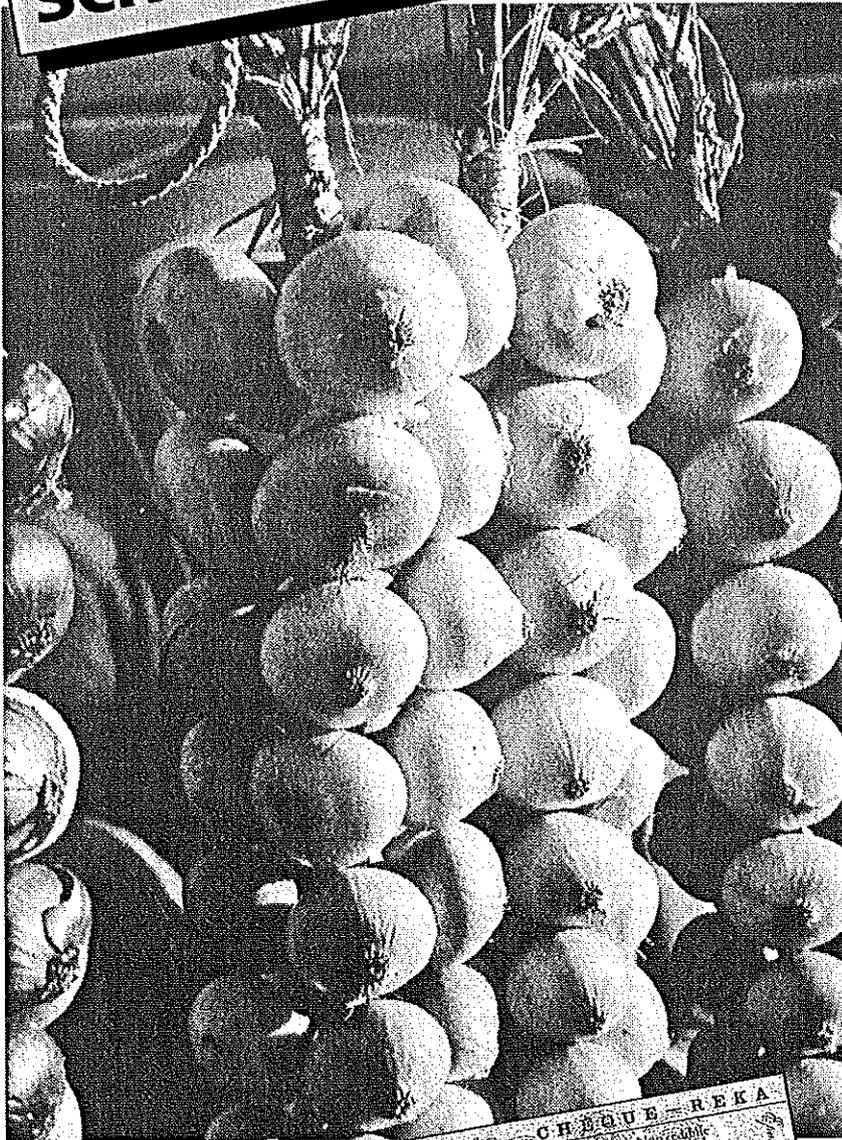
Der «Zibelemärit» beginnt viel später. Im 18. Jahrhundert brin-

gen Bäuerinnen ihr, oberhalb des Murtensees am Mont Vully kultiviertes, Gemüse auf die Märkte in Freiburg, Murten und Neuenburg. In der Zeit um 1850 tauchen diese «Marmettes, vorerst fast unbemerkt, am ersten Tag der uralten, vierzehntägigen Berner Martinimesse nun auch in Bern auf und verkaufen vor allem Zwiebeln, aber auch «Sunnewirbel» (Endivien), Lauch und Sellerie. «Artefüfi» (Schwarzwurzeln), Nüsse, Kastanien, Stein- und Kernobst. Dank der vorzüglichen Qualität der Produkte und der freundlich frohen Verkäuferinnen blüht der neue Gemüsemarkt rasch auf. Schon 1860 rühmen die Zeitungen, die Messe beginne nun mit einem «Zwiebelmarkt».

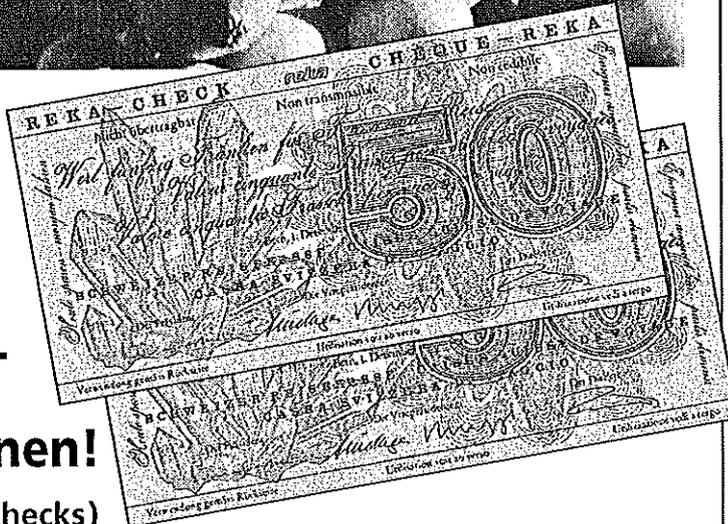
Der «Zibelemärit» hat sich also bei der viel älteren Martinimesse richtig eingependelt. Wie die Messe selbst entstanden ist? Seit dem Spätmittelalter – lange vor dem Stadtbrand von 1405 – feiern die Berner wie die übrigen Bewohner des süddeutschen Raumes jeweils um Martini den Übergang vom Sommer- zum Winterhalbjahr mit festlichen Mahlzeiten, Umzügen und Lichtbräuchen, an denen sich die Jugend mit viel Lärm ausgiebig beteiligt. Ein gut besuchter Wochenmarkt begleitet das Fest, bietet alles für den Winterbedarf, lockt mit Vergnügungen, dehnt sich immer mehr aus und wird deshalb 1439 von der Obrigkeit zur zollfreien mehrtägigen Martini-Warenmesse erhoben. Ebenfalls 1439 erhält Bern auch eine Ostermesse.

In unserem Jahrhundert blasen grosse Warenhäuser den Messen langsam das Licht aus. Die Ostermesse verschwindet nach dem zweiten Weltkrieg, und von der Martinimesse ist nur noch der erste Tag (immer der vierte Montag im November) mit dem «Zibelemärit» übriggeblieben. Erhalten hat sich aber an diesem Tag mittelalterliches Martini-Brauchtum: das Festessen mit Käse- und Zwiebelkuchen und der wilden Korso der Jugend in der Innenstadt. Nur die Lichtbräuche sind verschwunden. Kräftig am Leben geblieben ist dafür der immer noch zweiwöchige Jahrmarkt zu Ostern und zu Martini. E. Künzi

Schätzen Sie?



**2 x
Fr. 50.-
zu
gewinnen!**
(in Reka-Checks)



**Zwei Fragen
zum Berner Zibele-
Märit:**

Schätzfrage Nr. 1

Was schätzen Sie?
Wieviele Kilo
Zwiebeln wurden in
diesem Jahr am
Berner Zibele-Märit
angeboten?

Mein Tip:

Schätzfrage Nr. 2

Wieviele Kilo
Zwiebeln wurden
anno 1958 in Bern
feilgeboten?

Mein Tip:

Kleiner Tip: Beide Ant-
worten liegen irgendwo
zwischen 30'000 Kilo und
120'000 Kilo.

Na dann viel Spass!

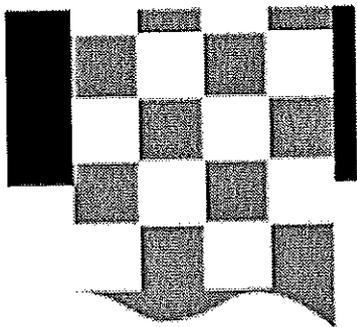
Absender:

Name:

Vorname:

Abteilung:

Edith's Koch-, Bach- und Schnousiege



Zwiebelkuchen

1 Portion Blätter- oder Kuchenteig

100 g Speckwürfeli glasig braten. 750 g Zwiebeln in kleine Streifen schneiden, zugeben und auf kleiner Stufe unter gelegentlichem Rühren 20 - 30 Min. dünsten. 2 EL Mehl beifügen, mitdünsten. Erkalten lassen und dann auf Teigboden geben.

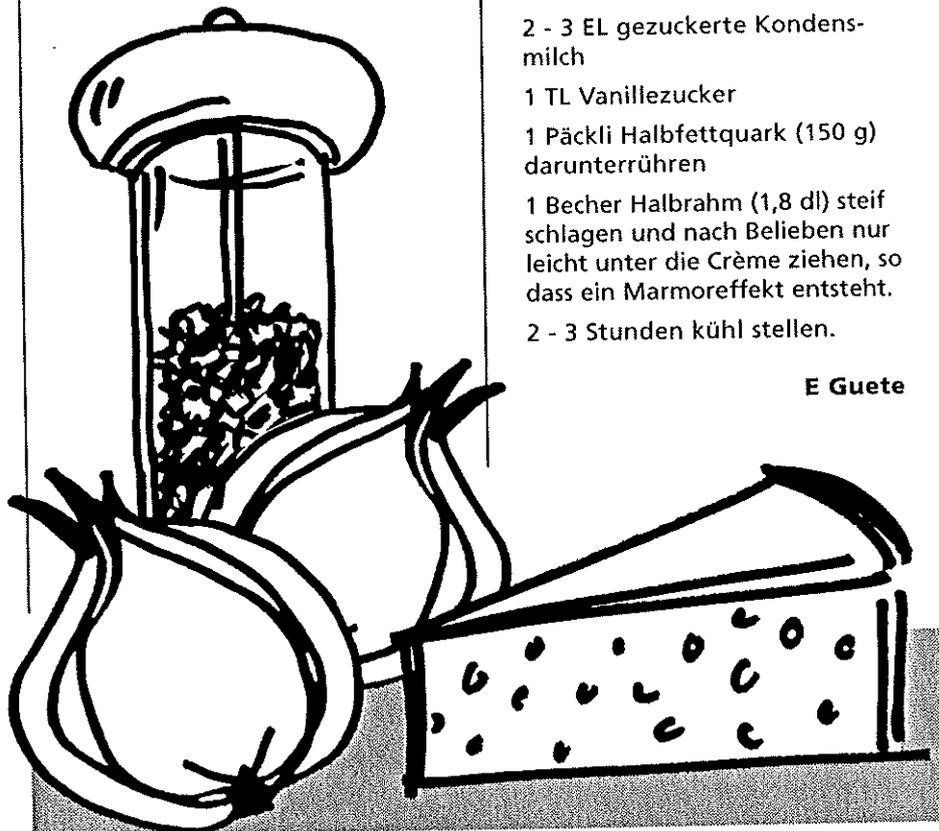
Flüssigkeit

1 dl Milch
1 dl Rahm
1 Ei
1 - 2 KL Salz oder Streuwürze, wenig Pfeffer, Muskat.

Kurz vor dem Backen über die Zwiebelmasse geben.

Backen untere Ofenhälfte 250° C 25-30 Min.

Die Rezepte wurden ausgesucht und ausprobiert von Edith Küenzi, Publimag



Käsekuchen

1 Portion Blätter- oder Kuchenteig

300 g Käse (Emmentaler und Greyerzer)

Flüssigkeit

3 Eier, mit wenig Salz schlagen
7 dl Milch
Schnittlauch

Teig mit Mehl bestäuben, Käse darauf reiben, Flüssigkeit darübergiessen.

Zuerst grosse Hitze; dann kleiner stellen

ca. 40 Min. backen

Bananecreme

3 reife Bananen schälen und in Stücke schneiden

1 Zitrone, abgeriebene Schale und Saft

2 Zitronenjoghurt (je 180 g) sofort mit den Bananen pürieren
2 - 3 EL gezuckerte Kondensmilch

1 TL Vanillezucker

1 Päckli Halbfettquark (150 g) darunterrühren

1 Becher Halbrahm (1,8 dl) steif schlagen und nach Belieben nur leicht unter die Crème ziehen, so dass ein Marmoreffekt entsteht.

2 - 3 Stunden kühl stellen.

E Guete

Mein liebstes Haustier...



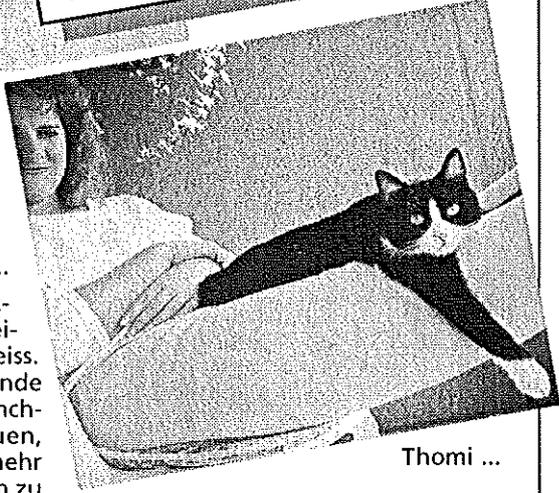
... heute mit Nicki und Tommi von Sandra Ehrler

Ein paar Anekdoten aus dem Leben von Tommy und Nicki... Miaau.... Wir sind die glücklichen zwei Vierbeiner die bei Sandra leben dürfen ...

Tommy ist ein stolzer schwarz-weisser Kater und Nicki ein feines Kätzchen auch schwarzweiss. Beide haben grosse leuchtende grüne Augen, die mich manchmal so treuherzig anschauen, dass man sich fast nicht mehr traut ein böses Wort mit Ihnen zu sprechen.

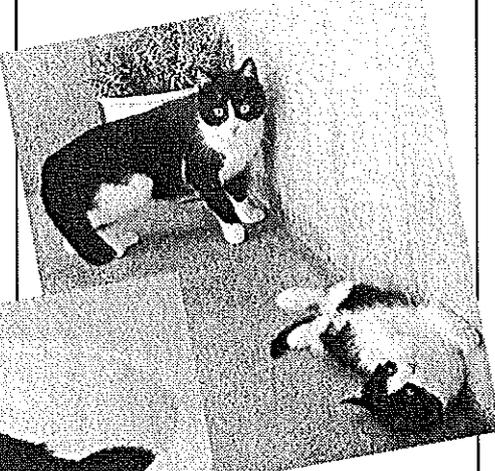
Hier ein paar Miaaus von Nicki und Tommy...

Nicki - Nachts kann ich mich ziemlich still halten ohne grosses Bedürfnis, ständig auf die Jagd zu gehen, im Vergleich zu meinem Bruder. Meine innere Uhr weckt mich um fünf Uhr morgens. Zuerst schaue ich ob Frauchen sich bereits gerührt hat, wenn ja begrüsse ich sie indem ich sie mit meinem Schwanz im Gesicht kitzle oder meine feuchte Nase an ihrer reibe, dass mag sie zwar nicht besonders, aber was solls, dass ist nun mal meine Art von Begrüssung. Wenn Frauchen sich noch nicht gerührt hat, gehe ich auf die Toilette und mache möglichst viel Lärm sodass sie wach wird und mir meine Milch gibt. Jeden morgen läuft die gleiche Zeremonie ab.

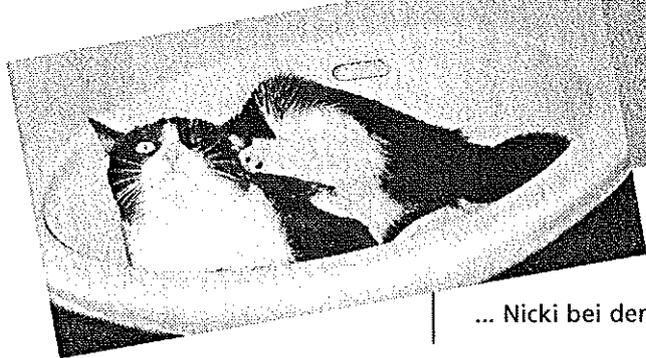


Thomi ...

Ich schaue zu wie Frauchen sich für den Tag vorbereitet, hin und wieder streichelt sie mir mein Kopf, sagt was liebes oder schimpft auch mal wenn ich im Badezimmer den Eimer kippe - da hat es schon ein paar mal Ärger gegeben - aber ich mache das einfach gerne. Bevor Frauchen geht, gibt es ein Küssli und die Worte «Benimm dich heute so wie immer und stelle keinen Blödsinn an».



... mit Nicki beim spielen



... Nicki bei der Morgentoilette

Ich stelle doch nie Blödsinn an, ich bin ja die Liebste. Plötzlich geht das Licht aus... Tschüss sagt sie... ich schaue zu wie die Tür zu geht, höre denn Schlüssel drehen und nun geht es los ...

Tommy - Im Vergleich zu meiner Schwester habe ich natürlich das Bedürfnis nach draussen zu gehen. Da gibt es immer das eine oder andere scharfe Kätzchen. Jetzt wo wir umgezogen sind muss ich noch ein bisschen die Gegend auskundschaften. Nachts spaziere ich besonders gern durch die Gegend. Abends wenn die Haustür aufgeht freue ich mich sehr den ich weiss, jetzt geht gleich die Balkontür auf und ich kann nach draussen. In letzter Zeit sobald ich meine Pfoten raus setze kommt mir immer dieser gestreifte Kater mit einem Glöcklein um den Hals entgegen. Ich mag ihn nicht besonders, den er probiert mit seinen guten Manieren bei Frauchen anzukommen. Letzte Sonntag hatte er die Frechheit ihr um die Beine zu flattern und dann wollte er auch noch in mein Haus kommen! Das habe ich natürlich nicht zugelassen, denn hier herrsche immer noch ich! Wenn ich so richtig müde bin, dann genieße ich es, abends vor dem Fernseher neben Frauchen zu liegen. Da gibt es natürlich auch die eine oder andere Streicheleinheit. Was ich aber nicht mag ist, wenn man mich am Bauch streichelt, da kann ich sehr bissig werden.

So, jetzt wird es Zeit meine Schwester durch die Wohnung zu jagen, da kann ich mal so richtig meine Macht ausüben. Die Rennstrecke geht vom Wohnzimmer ins Schlafzimmer über Frauchens Bett, retour ins Wohnzimmer über den Couch und wenn Nicki nicht schnell genug ist, was immer seltener vorkommt, schaffe ich es manchmal, sie mit einem Satz von hinten anzugreifen. Dann wird heftig geschlagen, gerollt, geschrien, einmal tief Atem holen und los geht's wieder! Nach einem Weilchen sind wir totmüde, kuscheln zusammen auf dem Katzenbaum und träumen was süßes ...

Das war ein kleiner Blick in unser Leben

Bericht von Sandra Ehrler



Beim Roten Kreuz widmen sich Männer und Frauen der Liebe, einige tun es umsonst, andere werden bezahlt.

Als der Jäger Rotkäppchens Grossmutter mit dickem Bauch sah, wusste er sofort was geschehen war.

Dort wo jetzt Ruinen ragen, standen einst stolze Burgfräuleins und warteten auf die ausgezogenen Ritter.

Nachdem die Männer 100 m gekrault hatten, wickelten die Frauen ihre 200 m Brust ab.

Streichhölzer müssen gut versteckt werden damit sie keine Kinder bekommen.

Marco Polo war der erste der nach verschiedenen Richtungen schiffte.

Die Alm liegt hoch im Gebirge. Dort wohnen der Senner und die Sennerin. Im Frühjahr wird aufgetrieben und im Herbst wird abgetrieben.

Neben Prunksälen hatten die Ritter auch heizbare Frauenzimmer.

Der Landwirtschaftsminister liess die Bauern zusammenkommen, denn die Schweine frassen zuviel.

