

KAMPAGNE DER WOCHE

Mit Hammer – oder Schweiss – zum Idealbild

Die Tage werden länger, die Natur erwacht nach einem harten Winter, und hoffentlich erwacht auch die Lust auf Bewegung. Mit den wärmeren und sonnigeren Tagen kommt die Energie zurück, wir fühlen uns aktiver, freuen uns auf den kommenden Sommer. Doch ehrlich gesagt – wie schauts mit Ihrer Sommerfigur aus? Ist die so, wie Sie es sich vorgestellt haben oder sitzen da noch ein paar Kilos zu viel auf Taille oder Gesäss?

Antike Steinskulpturen wie der farnesische Herkules oder die Venus von Milo sind auch heute noch perfekte Vorbilder für Menschen, die ihren Körper modellieren wollen. Diesen Aspekt nutzt das Fitnessstudio David Gym, in dem der Körperkult mehr als in anderen

Fitnesscentern im Fokus steht. In der von Publicis entwickelten Kampagne wird auf eindrückliche Weise gezeigt, wo man sein eigenes Idealbild erschaffen kann. Zu sehen sind jeweils ein Mann und eine Frau, die sich selbst aus Stein schlagen und so zu einem makellosen, lebendigen Ebenbild der antiken Skulpturen werden.

Die Kampagne erscheint als Printanzeigen und als Poster. Verantwortlich bei David Gym: Kathi Fleig. Verantwortlich bei Publicis: Florian Beck (CD/AD), Denis Schwarz (AD), Thomas Berger (Grafik), Jonathan Heyer (Fotografie), Patrik Rohner (Bildbearbeitung), Fabio Clerici (Litho). (per)

www.persoenlich.com



Makellose Figur: Sie und er schlagen sich selbst aus Stein.



Persönlichkeiten für TV-Auftritte sind jeweils klug auszuwählen

Entscheidend für TV-Auftritte ist die kluge Wahl der Persönlichkeit, die als Gesicht des Unternehmens herhalten soll. Nur selten ist dies der Mediensprecher selber.

Fernsehen vermittelt Emotionen, womit bei den Zuschauern eine besonders hohe Aufmerksamkeit geweckt wird. Ein Unternehmen sollte sich daher gut überlegen, wen es in einem bestimmten Fall vor die Kamera treten lässt. Vorsehn mag man dazu sagen: «Dafür ist der Mediensprecher da.» Diese Ansicht greift jedoch zu kurz und könnte dem Ruf eines Unternehmens gar schaden.

Denn die TV-Zuschauer beurteilen nicht nur die Authentizität der Person, die Auskunft gibt, sondern auch den Mut und die Integrität der Geschäftsleitung, unangenehme Themen selber zu vertreten. Mit guten Nachrichten hingegen kann sich das Unternehmen über seine Fachexperten profilieren und ihnen so nicht nur Wertschätzung entgegenbringen, sondern auch deren Sinn für Medienarbeit schärfen.

Verantwortungsbewusste Mediensprecher sehen ihre Rolle eher im Hintergrund, im vorbereitenden Dialog mit den Medien-schaffenden und im Beraten der Geschäftsleitung vor dem Auftritt sowie als Fachstelle, die unternehmerische Entscheide auf deren Aussenwirkung hinterfragt. Gerade bei unbequemen Anfra-

gen müssen sie intern nicht selten zuerst Überzeugungsarbeit leisten, damit die Medien die verlangte Information erhalten.

Fatal sind Krisensituationen, in denen sich die Geschäftsleitung eines Unternehmens nicht selber äussert oder, noch schlimmer, in deren Verlauf ständig anderen Exponenten der schwarze Peter des Sprechers zugeschoben wird. Das Unverständnis der Öffent-



ANGELIKA GÄTZI-STAUB

«Der Gang vor die Kamera darf als erzieherische Massnahme verstanden werden.»

lichkeit bleibt in solchen Fällen selten aus. Ebenso darf die Ankündigung eines Stellenabbaus oder einer massiven Preiserhöhung nicht delegiert werden; die Entscheidungsinstanz muss dafür auch in der Öffentlichkeit geradestehen. Nur so wirkt ein derartiger Entscheid glaubwürdig und ist nachvollziehbar. Man sollte auch

daran denken, dass sich auch die Mitarbeitenden die TV-Übertragung anschauen und es als mutlos einstufen, wenn sich ihr Chef vor den Medien versteckt.

Beim Mediensprecher entsteht gerne der Eindruck, er lasse einfach das verlauten, was er sagen müsse. Der Gang vor die Kamera darf – und das ist keineswegs zynisch gemeint – als eine Art erzieherische Massnahme verstanden werden: Solange die Geschäftsleitung ihren Entscheid vor laufenden Kameras vertreten kann, ist davon auszugehen, dass dieser wohlüberlegt getroffen wurde.

Wer kommuniziert was? Der Verwaltungsrat: Bei Verfehlungen des CEO. Der CEO: Zur Geschäftsentwicklung im Allgemeinen, bei strategischen Entscheiden mit unangenehmen Folgen für Mitarbeitende oder Öffentlichkeit, bei Unglücken mit Verletzten und Toten, bei Verfehlungen im Management. Ein Mitglied der Geschäftsleitung: Bei strategischen Entscheiden, bei preispolitischen Fragen, bei Reaktionen auf Reklamationen. Der Fachexperte: Bei innovativen Projektideen aus einem Fachbereich, für Fachauskünfte. Der Mediensprecher: Stellungnahmen zu einem üblichen Geschäftsvorgang, Auskünfte zu Routinefragen und kommunizierte Fakten.

Angelika Gätzi-Staub, Senior Consultant, Dr. Peter P. Knobel AG, Zug.

KATAPULT

Das lernen Sie von den Machern

Immer feste druff – Je dünner die Argumente, desto grober das Gehabe. Steinbrück machts vor. Couchepin machts nach.

Führen Sie Abwrackprämien für MA ein – Pro entlassenen alten Mitarbeitenden gibts eine Gutschrift für einen frischen.

Legen Sie zusammen – Was Marchionne kann, können Sie auch: Wer aus drei Einheiten eine grosse macht, vervielfacht das Sparpotenzial. Kann bis zu 100% gehen.

Kaufen Sie zu – Wenn anderen der Schnauf ausgeht, so hagelt Schnäppchen. Eng verwandt mit Leichenfleddern, aber legitim. Denn:

Die Krise heiligt die Mittel.



Christoph Eisenhardt (41, Bild) hat als CEO und Delegierter des VR die Leitung der KVT-Gruppe, Diätikon, übernommen. Eisenhardt löst den bisherigen CEO **Ueli Hartmann** ab, welcher sich planmässig aus dem operativen Geschäft zurückzieht. Hartmann bleibt dem Unternehmen als Mitglied des VR weiterhin verbunden. Eisenhardt ist Schweizer und deutscher Staatsbürger und verantwortete zuletzt bei Continental Automotive das weltweite Nutzfahrzeug- und Ersatzteilgeschäft. Davor war er in leitenden Funktionen bei Siemens VDO Automotive und der Siemens Building Technologies in der Schweiz und in Deutschland tätig. Im September 2008 wurde die KVT-Gruppe im Rahmen eines Management Buyout aus der Debrunner Koenig Holding AG herausgelöst. Hauptaktionäre sind die Beteiligungsgesellschaften Capvis und HgCapital. KVT verfügt über Standorte in Diätikon, Deutschland, Österreich, Polen, Tschechien und den USA. Die 340 Mitarbeiter haben 2008 einen Umsatz von rund 200 Mio Fr. erwirtschaftet.

Alois Flatz ist neuer VR-Präsident der Forma Futura Invest AG, Zürich. Er hat Forma Futura seit seiner Gründung als VR begleitet. Flatz ist Managing Partner

von Zouk Ventures, London, einer Private-Equity-Beratungsgesellschaft von Cleantechology Funds. Er ist überdies Managing-Partner der schweizerisch-indischen Private-Equity-Beratungsgesellschaft BTS Investment Advisors sowie Gründer und Präsident der Zürcher Nonprofit-Organisation VantagePointGlobal. Flatz übernimmt das Präsidium von **Harry D. Korine**, der sich nach zwei Jahren Aufbauarbeit

entschieden hat, seine Aktivitäten auf Beratung und Lehre zu konzentrieren. Gegründet wurde Forma Futura Invest als unabhängiger Vermögensverwalter für nachhaltige Lebensqualität 2006 durch **Antoinette Hunziker-Ebner**, **Christian Kobler** und **Beatrice Zwicky**.

Nancy Falla ist neue Vice President Regulatory Affairs von Mymetics, Nyon. Die Fachkompe-

tenzen von Falla auf dem Gebiet der Gesetzgebungen und internationalen Bestimmungen im Bereich Medizin und Forschung würden die Kapazitäten von Mymetics bei der Entwicklung ihrer Impfstoffe gegen das HIV/Aids-Virus sowie gegen Malaria stärken, heisst es in der Westschweiz. Falla besitzt ein Master-Diplom in Parasitologie und arbeitete bisher bei Merck & Co., Brüssel, sowie Sero, Genf.

Hans-Rudolf Schurter, Präsident und Delegierter des VR der Schurter Holding AG, Luzern, sowie **Bruno R. Waser**, seit Herbst 2002 Geschäftsführer der MCCS AG und Professor an der Hochschule Luzern – Wirtschaft, sind die beiden neuen VR der Micro Center Central-Schweiz AG (MCCS). Sie ersetzen die zurückgetretenen **Werner Steinegger** und **Stephan Bieri**. Als neuer VR-Präsident wurde der bisherige

Vizepräsident **Jürg Strub** sowie als neuer Vizepräsident Schurter gewählt. Waser wird als Delegierter des VR weiterhin die Geschäftsführung wahrnehmen.

Jean Etienne Aebi trat als Präsident des Art Directors Club Schweiz (ADC) zurück und übergab die Führung an ein Ko-Präsidium aus vier Mitgliedern. Die gemeinsame Leitung der Vereinigung der führenden Werbekreativen übernahmen **Markus Gut**, **Alexander Jaggy**, **Markus Ruf** und **Martin Spillmann**. Vorstandsmitglieder mit Ressortverantwortung sind **Gerit Aebi**, **Valentina Herrmann**, **Daniel Krieg**, **Andreas Prokesh** und **Urs Schrepfer**. Die Geschäftsführung verbleibt bei **Helen Müller**, **David Allemann**, **Michael Conrad**, **Marion Marxer** und **Hanspeter Schweizer** traten aus dem Vorstand aus – zusammen mit dem Präsidenten Aebi.

Erich Reithaar (39) ist neu im Team der G. Weinmann AG in Neuenhof bei Zürich, wo er Vertrieb und Marketing übernommen hat. Reithaar arbeitete zuvor bereits im Bereich Medizintechnik (Medtronic) und mehrere Jahre als Verkaufsleiter für die pharmazeutische Industrie (Abbott Nutrition, Sandoz Pharmaceuticals).

CHEFSSEL



Martin Regli (Bild) verstärkt bei redIT, Zug, ab 1. August 2009 als Chief Operating Officer (COO) die Geschäftsleitung. In der neu geschaffenen Funktion werde Regli die Leitung und den Aufbau des Tagesgeschäfts übernehmen, heisst es beim IT-Unternehmen. CEO **Alex Rosenzweig** könne sich damit vollumfänglich auf die planmässig laufende Restrukturierung, auf die Organisation, auf die Weiterentwicklung der Strategie sowie auf die Kommunikation zu den Kunden und Mitarbeitern fokussieren. Durch diese Aufgabenteilung werde die Transformation von redIT zu einem führenden

Übernimmt bei redIT in Zug die Leitung des Tagesgeschäftes: Martin Regli.

Gesamtlösungsanbieter mit umfassenden Branchen- und Infrastrukturösungen verstärkt und beschleunigt, so die Firmenmitteilung weiter. Regli bringe profunde Kenntnisse im IT-Markt mit. In den letzten zwölf Jahren war er bei HP Schweiz und bei HP EMEA tätig. In seiner letzten Position als Director Enterprise Storage & Servers verantwortete er bei HP Schweiz das gesamte Hardware-Geschäft für Unternehmenskunden. Dabei gelang es ihm, in diesem Geschäftsbereich die Umsätze signifikant zu steigern und die Marktführerschaft in wichtigen Produktkategorien wie Storage und Industriestandard Server zu erreichen.

AUFSTEIGER



André Wall (44, Bild) ist zum Chief Operations Officer (COO) von SR Technics, Zürich, ernannt worden. Er übernimmt diese neu geschaffene Funktion per 15. Mai 2009 und wird damit Mitglied der Konzernleitung bei der SR Technics-Gruppe. Im Operations-Bereich werden sämtliche operativen Einheiten zusammengefasst. In den vergangenen zwei Jahren war der Deutsche Chief Operating Officer bei Jet Aviation in Zürich und verantwortlich für das operative Management in den Regionen Europa, Mittlerer Osten, Afrika und Asien. Zuvor war Wall während dreier Jahre CEO & President von MTU Maintenance in Berlin-Brandenburg.

ANZEIGE

Award-Night 2009 des Dialogmarketing-Preises:

Ja, ich will dabei sein, wenn die Besten der Besten Ihre Awards entgegen nehmen!



Datum: Freitag, 29. Mai 2009
Ort: Kongresshaus Zürich
Zeit: 17.30 – 23.00 Uhr

Reservieren Sie sich jetzt eines der begehrten Tickets. Weitere Informationen unter www.dm-preis.ch