

KAMPAGNE DER WOCHE



«Wir machen Sie sicherer» - lautet die Botschaft der Bâloise.

Aktiv werden, bevor der Schaden passiert

In einer Welt, in der die Risiken ständig steigen, reicht es als Versicherung nicht mehr aus, erst aktiv zu werden, wenn ein Schaden bereits passiert ist. Die Basler Versicherungen haben dies erkannt und engagieren sich deshalb bereits vorher. Wie sich die Kunden dank der proaktiven Haltung der Basler absolut sicher fühlen können, drückt die Basler in ihrer neuen Positionierung Basler-Sicherheitswelt klar aus.

Auf dieser Basis hat die Basler mit der Y&R-Gruppe den neuen Markenclaim «Wir machen Sie sicherer.» entwickelt. Umgesetzt wird dieses Markenversprechen mit einer zweisträngigen Kampagne. Die Dachebene spielt dort, wo die Sicherheit entsteht: Im Basler-

Sicherheitslabor erforschen und testen Mitarbeiter die technischen Errungenschaften, welche die Sicherheit der Kunden erhöhen. Vorerst wird es dazu drei TV-Spots, diverse Print-Sujets, Promo-Aktionen mit Radiospot, eine Online-Sicherheitswelt mit Tools sowie eine Online-Kampagne geben.

Die taktische Ebene nimmt den Claim wörtlich, indem sie umfeld- und situationsbezogen direkt die Sicherheit des Betrachters verbessert. Lanciert wurde die Kampagne am letzten Freitag, 13. Februar – einem Datum, vor dem Basler-Kunden keine Angst haben müssen. Die taktischen Umsetzungen folgen ab Frühling. (per)

www.persoelich.com

Mit guter Kommunikation das Beste aus schlechten Zahlen machen

Es ist die Saison der Jahresabschlüsse. Die Vorzeichen sind für die meisten Unternehmen ungünstig: Scharfer Nachfragerückgang im Schlussquartal 2008, trübe oder zumindest unsichere Aussichten. Und Tag für Tag neue schlechte Nachrichten aus der Wirtschafts- und Finanzwelt, die verunsichern. Wie werden diese Fakten beim anstehenden Jahresabschluss dem Kapitalmarkt kommuniziert? Wie kann mit guter Kommunikation das Beste aus schlechten Zahlen gemacht werden?

Am wenigsten Spielraum besteht beim Jahresrückblick. Die Zahlen sind, was sie sind. Freiheiten bieten sich allerdings bei deren Interpretation. Die Resultate für das Geschäftsjahr 2008 sollten dahingehend erläutert werden, dass daraus sinnvolle Erwartungen für die Ergebnisse in den kommenden, voraussichtlich schwierigen Jahren gebildet werden können. Zusätzlich zur regulären Finanzberichterstattung ist die transparente Darlegung von Sonderereignissen und von deren Entstehungsgründen zielführend.

Was den Ausblick betrifft, versteht jeder Investor, Analyst und Journalist, dass im aktuell volatilen Wirtschaftsumfeld punktgenaue Aussagen zur Umsatz-, Gewinn- und Cashflow-Entwicklung besonders schwierig sind. Um nicht mit hoher Wahrscheinlichkeit falsch zu liegen, kann statt der eigenen Zahlenschätzungen

deren Abhängigkeit von makroökonomischen Treibern und anderen wesentlichen Faktoren dargestellt werden – wie die Wetterkarte eines Hochseekreuzers. So vermittelt das Management dem Kapitalmarkt, wie es hart am Wind und zielgerichtet durch den Sturm navigiert.

Über das Tagesgeschäft hinaus interessiert, ob der drohende Konjunkturreinbruch substanzialle



MARTIN MEIER-PFISTER

«Je bestimmter und präziser die Antworten, desto überzeugender wirkt das Management.»

Auswirkungen auf Strategie und Geschäftsmodell zeitigt. Wie werden Akquisitions- oder Devestitionspläne verstärkt oder zurückgefahren? Mit welchem Schwung werden organische Wachstumsinitiativen verfolgt? Welche Projekte, die vielleicht noch in den Kinderschuhen stecken, werden auf Eis gelegt? Wo wird wie stark

gespart? Je bestimmter und präziser die Antworten, desto überzeugender und glaubwürdiger wirkt das Management. Wischiwaschi erhöht die Unsicherheit und drückt auf die Bewertung.

Es gibt auch Unternehmen, deren Geschäft vom widrigen Umfeld kaum in Mitleidenschaft gezogen wird. Diese Firmen – vor allem die kleineren und mittelgrossen, denen es an medialer Verdrängungsmacht fehlt – dürfen nicht darauf vertrauen, dass ihre intakte Wachstumsstory von Finanzmarkt und Medien als wohlthuender Kontrapunkt aufgenommen wird. Statt Freude herrscht derzeit vor allem Misstrauen. Nur mit einer offensiven, mit klaren Fakten und Beispielen untermauerten Kommunikation besteht eine Chance, gegen den Strom schlechter Nachrichten anzukommen.

Für die nächste Hausse sei vorge- merkt: Es erntet in diesen schwierigen Zeiten, wer in den vorhergehenden Monaten und Jahren Vertrauen gesät hat. Gewinner sind die Chefs, die mit den wichtigen Investoren, Analysten und Journalisten einen persönlichen Kontakt gepflegt und mit regelmässigen Kommunikationsplattformen den eigenen Puls dem Markt vermittelt haben. Die wichtigen Akteure wissen es ihnen mit besserer Kenntnis der Faktenlage und Nuancen zu danken.

Martin Meier-Pfister, Partner, IRF Communications AG, Zürich.

KATAPULT

So sparen Sie Steuern

Machen Sie sich selbstständig – Wer nichts als einen Lohnausweis vorweisen kann, hat wenig Abzugsmöglichkeiten.

Gehen Sie stiften – Es muss nicht gleich eine eigene Stiftung sein. Aber reichlich Spenden hilft auch Ihnen.

Freuen Sie sich über Ihren Mini-Bonus – weil der zumindest in dieser Hinsicht positiv auffällt.

Investieren Sie wie wild – und schreiben Sie grosszügig ab.

Kriegen Sie Kinder – das gibt sowohl Kinder- als auch Betreuungsabzüge. Und Erbschaftsteuer wird später auch kaum fällig.

Falls alles zu wenig nützt: Machen Sie Verluste. Die Zeiten sind günstig und Sie befinden sich in guter Gesellschaft.



Christoph Beckmann, bisher als Chief Marketing and Strategy Officer Mitglied der Geschäftsleitung, wird Unter-

nehmer und verlässt die Fluggesellschaft Swiss per Ende März 2009. **Harry Hohmeister** (Bild), bei Swiss Chief Network and Distribution Officer, wird die Funktionen von Beckmann vorerst übernehmen. Bereits vor seiner Tätigkeit bei Swiss war Beckmann über mehrere Jahre als geschäftsführender Partner im Bereich neue Medien und e-Commerce tätig. Im Herbst 2004 übernahm der promovierte Wirtschaftsingenieur bei Swiss den Bereich Unternehmensentwicklung und wurde im April 2005 Mitglied der Geschäftsleitung, verantwortlich für Strategie, Marketing und Produkt.



Alessandro Berzolla (44, Bild) wurde von der international tätigen IonBond AG, Olten, der Spezialistin für

hochwertige PVD-, PA-CVD- und CV-Oberflächenbeschichtungs-Technologien, zum neuen CFO der IonBond-Gruppe bestimmt. Berzolla setzt die Geschäfte von **Cameron Savage** fort, der als Vorsitzender des VR interimsmässig die Position des CFO belegt hatte. Savage bleibt Vorsitzender des VR. Berzolla ist Wirtschaftsprüfer und verfügt über einen akademischen Abschluss in Finanz- und Betriebsökonomie der Universität von Parma. Er ist kanadischer und italienischer Staatsbürger. Seine Karriere begann er bei ABB, wo er zwölf Jahre lang in verschiedenen Bereichen tätig war. Sieben Jahre lang arbeitete er als interner Audit-Manager von ABB am Standort Zürich. Danach leitete er als CFO die finanziellen Geschicke unter anderem bei Dresser Wayne Pignone und EDF Fenice in Italien und Fiat Auto in Ägypten. Berzolla hat bereits vertiefte Kenntnisse der IonBond-Gruppe, welche er in den Jahren 2007 und 2008 als

CHEFSSEL

Reto Furrer (Bild links) wird neuer VR-Präsident der Vökl (Schweiz) AG, Baar. Furrer werde deshalb bei der Vökl (Schweiz) AG von seiner operativen Verantwortung entbunden, heisst es am Sitz des Sportartikelimporteurs im Kanton Zug. Der bisherige VR-Präsident **Gregor Furrer** wird als VR seinem Sohn in dessen neuer Funktion weiterhin zur Seite stehen. Als Nachfolger von Reto Furrer als CEO der Vökl (Schweiz) AG konnte **Beat Schuoler** (Bild rechts) nominiert werden. Schuoler, ebenfalls langjähriger Mitarbeiter bei Vökl, wird diese Funktion ab dem 1. April 2009 übernehmen. Schuoler hat in den ver-

Bestimmen miteinander das Tempo beim Sportartikelimporteur Vökl: Reto Furrer (links) und Beat Schuoler.

Fachberater in der Finanzabteilung des Unternehmens hatte sammeln können.



Thomas Knuchel (Bild) ist ab 1. April 2009 bei PC-WARE, Sursee/Dietikon, neu verantwortlich

für den Geschäftsbereich Retail Solutions. Knuchel ist seit 2005 bei PC-WARE tätig und verantwortete bisher den Geschäftsbereich Screen Solutions. Um die zahlreich vorhandenen Synergien der beiden für PC-WARE strategisch wichtigen Bereiche Retail und Screen Solutions optimal zu nutzen, wird Knuchel künftig beide Geschäftsbereiche leiten und schrittweise zusammenführen. Ausserdem wird er Einsitz in die Geschäftsleitung von PC-WARE nehmen. **Urs König**, der bisherige Leiter von Retail Solutions, hat

gangen Jahren eng mit Reto Furrer zusammengearbeitet und an der HSG St. Gallen eine betriebswirtschaftliche Weiterbildung genossen. Unterstützt wird Schuoler von den bisherigen Mitgliedern der Geschäftsleitung, von **Walter Tresch, Fredy Mächler** und **Andi Beeler**. Zusätzlich wird



sich entschlossen, PC-WARE nach über 17-jähriger Tätigkeit im Sommer 2009 zu verlassen. König werde nach seinem Austritt dem Unternehmen weiterhin beratend zur Seite stehen, so die Firmenmitteilung weiter.



Otto Meier, der frühere Generaldirektor der Publicitas/Publicis, ist langjährige CEO der Publimedia AG, hat das Beratungsunternehmen

Otto Meier Medienmarketing, Kriens LU, gegründet. Die Firma bietet Dienstleistungen an in den Bereichen Marktanalysen, Strategien und Konzepte, Angebotsgestaltung und Pricing, Coaching sowie Medien- und Werbeforschung. Daneben übernimmt Meier Projektmandate und Managementaufgaben auf Zeit. Meier ist eidg. dipl. Kommunikationsleiter und

Reto Furrer am 1. April 2009 die Funktion von **Bruno In-Albon** als operativer Leiter und VR-Präsident der Vökl-Textil-Gruppe mit den Marken Descente sowie Chervo übernehmen. Der Walliser In-Albon geht in Pension, hat aber einen Beratervertrag abgeschlossen und wird dem Unternehmen weiterhin zur Verfügung stehen.

war lange Jahre in verschiedenen Funktionen bei der PubliGroupe und Mitglied diverser VR wie Basler Zeitung Medien, Südostschweiz Presse, WEMF und Print-Online. Daneben engagiert er sich als Prüfungsexperte bei der Kommunikationsleitersausbildung und ist als Fachautor für Medienmarketing tätig.



Anne Zimmerli (Bild) wird neu Leiterin Unternehmenskommunikation der Basler Sympany-Gruppe. Sie übernimmt damit die Nachfolge

von **Hansruedi Huber**, der nach rund sieben Jahren Tätigkeit zum Berner Bildungszentrum Pflege wechselt. Zimmerli ist bereits seit 2007 als stellvertretende Leiterin Kommunikation für Sympany tätig und verfügt über langjährige Erfahrung in der Unternehmens-

AUFSTEIGER



Jürgen Samuel (52, Bild) wird Chef der Swisscom-Tochter Sicap, König BE, der Software-Spezialistin für

Mobilfunk. Er ersetzt **Dominique Schmid**. Schmid verlasse Sicap nach erfolgreicher Stabilisierung, heisst es beim Unternehmen; er werde sich Herausforderungen ausserhalb des Swisscom-Konzerns stellen. Der Deutsche Samuel habe die Kompetenz für internationale Partnerschaften mit Mobilnetzbetreibern, heisst es in der Mitteilung weiter. Samuel war zuvor bei Siemens, Oracle Deutschland und Sony Deutschland tätig. Zudem ist er Gründungsgesellschafter der deutschen IT-Consulting-Firma Enterpriser. Sicap war im Oktober 2000 von der Swisscom selbstständig und in eine eigenständige Aktiengesellschaft ausgegliedert worden. Swisscom hält weiter die Mehrheit an Sicap.

kommunikation. Zuvor war sie u.a. für die Credit Suisse und die Helvetia Versicherung im Einsatz.



Ruedi Jäger (Bild oben) und **Werner Stulz** (Bild unten) haben sich im Bereich der Eventplanung und -organisation zusammengetan



und die Agentur Eventgroup GmbH im zürcherischen Obfelden gegründet. Als erste Agentur der Schweiz widmet sich Eventgroup GmbH dem sogenannten Green Event Management. Die beiden Firmeninhaber sind schon weit über

zehn Jahre in der Eventbranche tätig. Jäger hat die Mobile Games Ltd. auf- und ausgebaut. Die Firma ist heute die Nummer eins im

Bereich von sogenannten Event-Games. Hauptgeschäft ist die Vermietung von über 200 Spielen mit «aktiver Unterhaltung». Stulz leitet seit bald 25 Jahren seine Künstler- und Eventagentur Event & Consulting in Geroldswil. Seine Kernkompetenz ist das Booking von nationalen und internationalen Unterhaltungskünstlern.

Yvonne Leuthard ist neue PR-Managerin bei Moët Hennessy Schweiz, Genf. Zusammen mit **Carole Kittner**, PR Director, und **Denise Dubi**, Junior PR, vertritt sie 14 Marken in allen Public-Relations- und Medien-Fragen in der Schweiz. Zu ihrem Portfolio gehören einige der weltweit bekanntesten Luxusmarken der Bereiche Champagner, Wein und Spirituosen.

Helene Fleischlin (36) ist bei der Schweizerischen Unfallversicherungsanstalt (Suva) in Luzern als neue Mediensprecherin zum Medienteam mit **Erich Wiederkehr** und **Angela Zobrist** gestossen. Fleischlin war vorher Kommunikationsbeauftragte beim Schweizerischen Katholischen Frauenbund SKF und absolvierte an der Fachhochschule Nordwestschweiz den Master of Advanced Studies in Corporate Communication Management. Sie ersetzt die bisherige Mediensprecherin **Barbara Salm**, die neu für die Kommunikation beim Migros-Kulturprozent zuständig ist.



Murat Ham (33) hat die Leitung der Stöhlker & Partner GmbH in Berlin übernommen. Er ist Diplom-Politik-

wissenschaftler mit Schwerpunkt in der politischen Kommunikations- und Journalismusforschung und ausgebildeter Journalist. Zuletzt habe Ham in einem börsennotierten MDAX-Unternehmen sein Know-how unter Beweis stellen können. Die Stöhlker & Partner GmbH ist eine Partnergesellschaft der Schweizer Strategieberatung für Öffentlichkeitsarbeit, der Stöhlker AG, Zollikon-Zürich.