

## **> Geschäftsbericht 2017**

## **> Rapport annuel 2017**

## **> Rapporto di gestione 2017**

---

- **Interne und integrierte Unternehmenskommunikation seit 1944**
- **Communication interne et intégrée depuis 1944**
- **Comunicazione interna e integrata dal 1944**
- **Communicaziun interne e integrata da 1944**

Stand 14.03.2018

## Vorwort

Die interne und integrierte Kommunikation wird seit Beginn ihrer Ära von Moral und Ethik befeuert; heute ist sie aber weitgehend den Kräften der Ökonomie und der Jurisprudenz ausgeliefert. Da wundert es nicht, dass die Kommunikation als simples Steuerungsmittel für die Ressource Mensch eingesetzt wird und die anderen Faktoren, die durch Kommunikation den Menschen vorteilhaft in Szene setzen könnten, in den Hintergrund treten.

Wer mit Basisdaten arbeitet und diese mit einzelnen sozialen und ökonomischen sowie auch rechtlichen Fakten zusammenführen kann, erkennt, dass die Wirtschaft gegenwärtig – praktisch weltweit – durch eine heikle Phase navigiert. Dafür ist nicht die Globalisierung allein verantwortlich: Digitalisierung favorisiert die Globalisierung, bündelt die Produktion und konzentriert die Informationsflüsse. Dazu beschleunigt sie den Informationsaustausch auf Lichtgeschwindigkeit. Die Ressourcenübernutzung ist dabei die grösste Herausforderung.

Wer aber nur die Globalisierung auf der Fahne trägt, übersieht die Chancen und Notwendigkeiten im kontinentalen, nationalen, ja sogar im regionalen und lokalen Umfeld. Da aber die Türen zu letzteren teils durch simple Abwehrreaktionen der Protagonisten, teils durch bewusstes Verhindern von Seiten der Politik und auch der Industrie verschlossen bleiben, entwickelt sich die Globalisierung zu einer Rutschbahn in die Vergangenheit: Vor über zweihundert Jahren wollte die Politik die Webstühle besteuern. Heute sind die Roboter und Computer einem solchen Ansinnen ausgesetzt.

Letztlich leben wir aber alle auf «unserer Erde» auf einigen mehr oder weniger üppigen Quadratmetern, wir bewegen uns alle – wenn wir nicht gerade auf Reisen sind – täglich innerhalb einiger Quadratkilometer und nutzen hemmungslos die vorhandenen Ressourcen aus, sogar die menschlichen. Besonders die Kommunikation müsste sich eigentlich der im vorigen Abschnitt aufgeführten Überlegungen anschliessen. Oft tut sie es aber nicht, weil sie von einem unbändigen «Vorwärts- und Erneuerungsdrang» sowie einem unkritischen Zukunftsglauben getrieben wird, der den Realitätssinn in den Hintergrund versetzt.

Globalisierung – das ist unübersehbar – führt zu Überproduktion, dann zu Konzentration und zu riesigen Umweltproblemen. Im Gegensatz dazu spricht die Politik – auch da praktisch weltweit – nur von Vorteilen und von Aufschwung. Über die Nachteile und die Benachteiligten wird geschwiegen. Und da müsste doch eigentlich die Kommunikation zum Einsatz kommen: Nur sie kann Verhalten und Verhältnisse in jeglichen sozialen Gruppen beeinflussen. Heute ist es aber immer noch so, dass sie sich bei Abwärtsbewegungen vollständig in die Hände der «Weichspüler» begibt. So lässt sich der «moderne Mensch» nur noch in bescheidenem Masse zeitlich und kräftemässig beeinflussen: Kognitive Leichtigkeit prägt ganz einfach die Abwehrhaltung gegenüber sozial sinnvollem Verhalten und gut gemeinten Plänen.

Stehen wir wirklich im Kommunikationszeitalter? Wir befinden uns doch einfach im ökonomischen Zeitalter. Waffen und Legalismus sollen «pathologische Situationen» lösen. Daraus lassen sich ja dann auch «Business cases» formen, die gewissen Kreisen mindestens finanzielle Vorteile verschaffen. Alles andere wird dem Individuum überlassen. Ist es so verwunderlich, dass viele prospektive Aufgaben brachliegen und letztlich der Mensch, spätestens kurz vor dem Lebensabschnitt C, zum Krankheitsfall und damit in modernen Volkswirtschaften definitiv zum für ihn letzten Businessfall wird?

Nur Organisationen mit einem humanistisch ausgerichteten Management, das dem holistischen Ansatz folgt, können mit der internen und integrierten Kommunikation in jeder Beziehung pro aktiv umgehen. Das müsste vor allem die Bildungsinstitute aufhorchen lassen. Deren Programme sind nachweislich dafür verantwortlich, dass das Management nur «wenn-dann-Situationen» kennt. Ohne «Sondern-auch-Varianten» verkommt Kommunikation jedoch zum Feigenblatt.

Wir werden sehen, ob der Schweizerische Verband für interne und integrierte Kommunikation in den nächsten zwölf Monaten in der Lage sein wird, Wirtschaft und Politik auf ein etwas anderes Verständnis für die interne Kommunikation zu lenken.

Doch genug davon ... und im Folgenden das Wichtigste zum Geschäftsjahr 2017 des Verbandes:

# 1 Die Verbandsziele und deren Umsetzung

## 1.1 Fokus

Wer versucht heute nicht, auf sich aufmerksam zu machen? Das zwingt die meisten, alles in simplen und emotional klar kategorisierbaren Dimensionen darzustellen. So ist es nicht verwunderlich, dass Professoren und dann wiederum Agenturen mit einem maliziösen Blick auf die IT, den Menschen in wenigen Jahren durch künstliche Intelligenz bei der Arbeit abgelöst sehen. Die Gleichen weisen aber auch schon auf die kommenden Killerroboter hin, die in unser Leben eingreifen. Dabei schreibt jeder dem andern ab. Das sind wunderbare Verstärkereffekte, die letztlich aber oft weit neben der Realität stehen. Alleine das müsste uns eigentlich schon zur Frage veranlassen, wie Kommunikatoren heute arbeiten!

Keine «Push-Information» über Internet oder die Sozialen Medien, kein «Like Button», aber auch keine blinkende Lampe machen uns im beruflichen Umfeld stärker. Jede «Pull-Information» macht aber den Partner am andern Ende stärker: Big Data – also Massendaten – ist das Gold des hyperökonomischen Zeitalters. Und das ist, was viele übersehen: Sie befinden sich in den Händen einer auf Absatz und Umsatz fokussierten Marketingarmee sind, die heute den Kundennutzen vorgeben, um dann umso erbarmungsloser den Bürger zu bearbeiten. Entsprechend erbärmlich sind denn auch oft, die von Marketingmanagern diktierten internen Kommunikationslösungen.

Die Funktion der Kommunikation insgesamt und der Leute besonders, muss uns interessieren. Kommunikation lässt sich nicht nur in mechanistischen Abläufen auf Knopfdrücke reduzieren; meistens braucht es wesentlich mehr: Zeit, Sprache, Wissen und Können. Und ab dort setzt sich der Schweizerische Verband für interne und integrierte Kommunikation ein.

## 1.2 Was auch noch dazugehört

Ein echter Fachverband konzentriert sich in erster Linie auf einen Katalog von Wissen und Können. Dazu sollte er Fach- und entsprechende Bildungspolitik betreiben. Beim SVIK liegt der Fokus auf der Unternehmenskommunikation mit all ihren Facetten. So ist es auch legitim, dass die Mitglieder ihre Anliegen und Absichten in den Fachverband einbringen. Wo entsteht dabei aber noch Kritik?

Bei allem guten Willen, den Menschen in ihre Arbeit einbringen, sind Ressourcen und Zeit die limitierenden Elemente. Hinter jeder Aktivität steckt eine Fülle weiterer Vorgänge, die von denjenigen, die nicht selber Arbeit und Verantwortung übernehmen, übersehen oder zumindest schwer beurteilt werden können. Hinter den Tätigkeiten eines korrekt geführten Verbandes stehen zum Beispiel folgende Verwaltungsaktivitäten:

- CRM: Adressregister der Mitglieder sowie der Followers und der Medien
  - Registrierung, Mutationen, Austrittsprozedere, Datensicherheitsfragen, Aufbereitung von projektorientierten Adress- und Verteillisten
- Finanz- und Rechnungswesen
  - Budgetierung, Rechnungswesen (inkl. Zahlungen), Buchführung
  - Geschäftsberichterstattung durch SVIK-Vorstand und professionelles Revisorat
  - Fakturierung der Mitgliederbeiträge sowie Leistungen für Güter und Dienstleistungen sowie Teilnehmermanagement bei Anlässen
  - Organisation des Sponsorings (Abkommen, Rechnungsstellung, Abwicklung der Gegenleistungen)

- Ablage und Archivierung (konventionell und digital) der Geschäftsdokumente, der erarbeiteten Fachdokumentationen und Aufrechterhaltung der Kontakte zu lokalen, kantonalen, nationalen und internationalen Bibliotheken und Archiven
- Auskunftserteilung und Dokumentationsversorgung im Zusammenhang mit den Verbandstätigkeiten
- verbandsinterne und integrierte Kommunikation
- Marketing (PR und Lobbying, wenn es sein muss)
- Human Resources auf der Ebene Vorstand, Exekutivkomitee, Fachrat, Verwaltung und Projekte
- Publikationen auf konventionellen Kanälen: Briefe, Zirkulare, Magazine, Bücher usw.
- Publikationen auf digitalen Kanälen: Internet, Telefon/SMS, Soziale Medien, Apps
- usw.

Erst wenn all diese Tätigkeiten geregelt sind, kann von professioneller Verbandsführung gesprochen werden. Eigenheit dieser Vorgänge ist es, dass der kleinste Fehler von irgendeiner Seite heftige Kritiken auslöst. Leute, die nie solche Arbeiten selber ausgeführt haben, verbreiten den Eindruck, das sei sowieso nur etwas für simple «white collar workers mit einem blauen Kragen».

Erst wenn die vorherige Liste abgearbeitet ist, lassen sich Projekte wie z.B.

- SVIK-Konferenz
- SVIK-ComWave
- SVIK-Rating
- SVIK-Awards
- SVIK-Hearings

und weitere Veranstaltungen organisieren und deren Inhalte und Darstellungen auf den SVIK-Kommunikationskanälen

- SVIK-Relations
- SVIK-Elektronic-Newsletter
- SVIK-Internet
- SVIK-Social Medias
- Individuelle SVIK-Kanäle

Verteilen. «Mach's nach», heisst es am Stadttor von Schaffhausen, und das auch noch rechtlich einwandfrei, ohne Subventionen und in voller Transparenz.

## 1.2 Volunteering

Der SVIK ist ein Verband nach Zivilgesetzbuch. Freiwillige Tätigkeit prägt das Verbandsleben. Wo nötig, finanziert der Verband seine Aktivitäten mit Mitglieder- und geldwerten und finanziellen Beiträgen von Privaten.

## 1.3 Dennoch Steuerpflicht (Bundes-, Kantons- und Mehrwertsteuer)

Der SVIK ist im Kanton Bern steuerpflichtig. Weil er seine Tätigkeiten nicht als Marketingaufwand abuchen kann, werden die Aufwände für seine Veranstaltungen nicht als Wirtschaftstätigkeiten beurteilt, aber als Steuersubstrat betrachtet. Damit entstehen handfeste Wettbewerbsverzerrungen, so

z.B. gegenüber öffentlich subventionierten Bildungsinstituten, PR-Agenturen, Firmen, die ihre Veranstaltungen und Aufwände vollständig als Marketingaufwand abbuchen können.

## 1.4 Echtheits- und Lauterkeitsprinzip

Der SVIK verfolgt konsequent die Echtheits- und Lauterkeitsprinzipien. Branchenmarketing, Produktplatzierung und Lobbyingeeinflüsse sowie weitere unlautere Machenschaften macht er in seinen Aktivitäten und Publikationen transparent und bekämpft u.a. mit einem Statutenartikel jegliche Korruptionsvorgänge innerhalb seiner Organisation und in seinem Umfeld.

## 2 Die SVIK-Tätigkeiten im 2017

### 2.1 Neuer Auftritt

Nebst der Ingangsetzung der SVIK-Aktivitäten konzentrierte sich der Vorstand am Jahresanfang auf den neuen Auftritt des SVIK. Gegen aussen zeichnet sich der SVIK seit Anfang 2016 mit einem neuen Logo und einem neuen Farbkonzept aus. Neue Entwicklungen im Bereich «look and feel» werden nächstens in einzelne Produkte des SVIK einfließen.

### 2.2 Anlässe

Dienstag, 21. Februar 2017 fand die statutarische Generalversammlung statt. Zu den bewährten, überarbeiteten Aktivitäten, wie der

- SVIK-Konferenz™ von Donnerstag, 18. Mai 2017,
- dem SVIK-Rating™ zwischen Mai und Oktober 2017,
- der Award-Verleihung von Donnerstag, 9. November 2017 im Schweizerischen Landesmuseum Zürich und
- den Hearings von Donnerstag 30. November und Freitag, 1. Dezember 2017 in Bern gesellten sich neu
- die SVIK-ComWaves™ von Dienstag, 24. Oktober 2017 bei der FH Nordwestschweiz in Olten.

### 2.3 Publikationen

Konventionelle und elektronische Publikationen des SVIK sind gefragt: Beispiele dafür sind die Hunderte von SVIK-Rating-Broschüren, die von Studenten und anderen Fachverbänden angefordert werden oder auch die SVIK-Relations. Beide Publikationen werden regelmässig von ausländischen Nationalbibliotheken eingefordert. Im Berichtsjahr veröffentlichte der SVIK weitere elektronische Newsletters. Gleichzeitig werden – wo sinnvoll - auch die Kanäle der Social Medias bedient.

### 2.4 Internationale Zusammenarbeit

#### 2.41 Council Präsidium

Die Zusammenarbeit mit dem europäischen Dachverband, der European Associations for internal Communication FEIEA mit Sitz in Lissabon manifestierte sich u.a. mit der Delegation des SVIK-Präsidenten an die FEIEA-Conference in Brüssel vom Donnerstag, 20. April 2017 und an das FEIEA-Council, das am Freitag, 21. April 2017 ebenfalls in Brüssel im «House of the future» tagte.

#### 2.42 FEIEA-Delegierte und FEIEA-GP-Jury

Seit 1955 veranstaltet die FEIEA, den «Grand Prix» für die von den nationalen Organisationen eingereichten internen und integrierten Kommunikationsmittel. Carola Minder, vormals Leiterin der Inner-schweizer Region, fungiert seit 2014 als FEIEA-Delegierte und beurteilt mit ihrer grossen Erfahrung als Jurymitglied im Grand Prix die Eingaben zusammen mit Experten für interne und integrierte Kommunikation anderer europäischer Länder. Das vollständig digitalisierte Vorgehen sichert den Qualitätsstandard, beschleunigt die Arbeiten und garantiert ein professionelles, transparentes, unabhängiges und dokumentiertes Beurteilen.

#### 2.43 FEIEA-GP und Awards in Paris

Im Berichtsjahr beurteilte die europäische Jury in einem dreiphasigen Prozedere über hundert ein- und mehrsprachige Eingaben aus zehn Ländern in zwölf Kategorien. Aus der Schweiz stammten 2017 drei Spitzenleistungen: Ein erster Rang (Baumann Kölliker), ein zweiter Rang (Swiss Life) und ein Ehrendiplom (Mobiliar) zeugen von der Qualität schweizerischer Eingaben. Zudem befanden sich mit SBB und der Aduno Group zwei weitere Schweizer Vertreter unter den Nominierten für eine FEIEA-Auszeichnung.

Am Donnerstag, 9. Februar 2018 veranstaltete die FEIEA auf einem «Bateau mouche» auf der Seine den Anlass «FEIEAF Finest» mit acht Kurzvorträgen zur Lage der internen und integrierten Kommunikation in Europa. Darauf verlieh die FEIEA im Rahmen einer feierlichen Zeremonie die Awards.

## 3 Finanzen

### 3.1 Erfolgsrechnung

	1.1. - 31.12.2017 CHF	1.1. - 31.12.2016 CHF	Veränderung CHF
Mitgliederbeiträge Firmen	33'120.00	26'260.00	6'860.00
Mitgliederbeiträge Private	4'750.00	5'415.00	-665.00
Veranstaltungen	28'311.00	21'440.00	6'871.00
Diverse Erlöse	1.60	402.33	-400.73
<b>Ertrag</b>	<b>66'182.60</b>	<b>53'517.33</b>	<b>12'665.27</b>
SVIK-Relations	5'947.55	15'757.30	-9'809.75
Veranstaltungen	35'696.95	26'923.89	8'873.06
Internetauftritt	3'357.80	254.00	3'203.80
Verbandsbeiträge FEIEA	5'729.24	3'651.00	2'078.24
Spesen Vorstand/Regionalgruppen	6'265.15	3'794.25	2'470.90
Verwaltungsaufwand	13'518.45	16'985.65	-3'467.20
<b>Aufwand</b>	<b>70'515.14</b>	<b>67'266.09</b>	<b>30249.05</b>
Jahresverlust /-gewinn	-4'332.54	-13'748.76	9'416.22

Kurzerläuterungen:

- Ertrag
  - Der Bestand an Kollektivfirmen hat sich leicht erhöht, wodurch auch die Mitgliedereinnahmen in dieser Rubrik gestiegen sind.
  - Trotz der Zunahme in der Rubrik Veranstaltungen harren die Veranstaltung einer intensiveren Bewerbung und höherer Sponsorenbeiträgen.
- Aufwand
  - Der Aufwand für die Veranstaltungen ist erheblich gestiegen, weil die Wahl der Lokalitäten in zwei Fällen wesentlich höhere Raum- und Catering-Aufwände verursachte, die sich nicht durch Mehreinnahmen kompensieren liessen.
  - Die Spesen für den Vorstand und die Regionalgruppen ist durch einen intensiveren Austausch in den Regionalgruppen sowie Arbeitsgruppen im Vorstand entstanden.



## 3.2 Bilanz

	31.12.2017 CHF	31.12.2016 CHF	Veränderung CHF
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>7'296.47</b>	<b>7'702.96</b>	<b>-406.49</b>
Post	1'700.40	2'428.85	-728.45
Bank CS Kontokorrent	4'611.07	5'274.11	-663.04
Debitoren	985.00	0.00	985.00
<b>Total Aktiven</b>	<b>7'296.47</b>	<b>7'702.96</b>	<b>-406.49</b>
<b>Fremdkapital</b>	<b>5'717.00</b>	<b>1'790.95</b>	<b>3'926.05</b>
Kreditoren	4'563.80	0.00	4'563.80
Passive Rechnungsabgrenzung	1'153.20	1'790.95	-637.75
<b>Eigenkapital</b>	<b>1'579.47</b>	<b>5'912.01</b>	<b>-4'332.54</b>
Verbandsvermögen	5'912.01	19'660.77	-13'748.76
Jahresverlust /-gewinn	-4'332.54	-13'748.76	9'416.22
<b>Total Passiven</b>	<b>7'296.47</b>	<b>7'702.96</b>	<b>-406.49</b>

Kurzerläuterungen:

- Das Verbandsvermögen ist um CHF 4'332.54 (2016: -13'748.67) gesunken.
- Ein linearer Vergleich einer Bilanz eines Fachverbandes, der von Freiwilligenarbeit abhängt, mit einer erwerbswirtschaftlichen Organisation ist fragwürdig: Die Jahreseinnahmen müssen einfach die Jahresaufwände decken. Gelingt es dem Verband zudem, Kapital anzuhäufen, dann kann er weitere Projekte realisieren.

### 3.3 Revisionsbericht

Der SVIK verzichtet für die Rechnung 2017 auf die Verbandsrevision durch eigene Mitglieder zu Gunsten eines professionellen ungesponserten Revisors durch Schönenberger – die Treuhänder AG.



#### Bericht des Wirtschaftsprüfers

an den Vorstand des

Schweizerischen Verbandes für Interne Kommunikation (SVIK), Bern

Die Treuhänder  
Die Informatiker  
Die Immobilienverwalter  
Die Heimkompetenz

Auftragsgemäss haben wir eine Review der Jahresrechnung (Bilanz und Erfolgsrechnung) des Schweizerischen Verbandes für Interne Kommunikation SVIK für das am 31. Dezember 2017 abgeschlossene Geschäftsjahr vorgenommen.

Für die Jahresrechnung ist der Vorstand verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, aufgrund unserer Review einen Bericht über die Jahresrechnung abzugeben.

Unsere Review erfolgte nach dem Schweizer Prüfungsstandard 910 „Review (prüferische Durchsicht) von Abschlüssen“. Danach ist eine Review so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden, wenn auch nicht mit derselben Sicherheit wie bei einer Prüfung. Eine Review besteht hauptsächlich aus der Befragung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie analytischen Prüfungshandlungen in Bezug auf die der Jahresrechnung zugrunde liegenden Daten. Wir haben eine Review, nicht aber eine Prüfung, durchgeführt und geben aus diesem Grund kein Prüfungsurteil ab.

Bei unserer Review sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung nicht Gesetz und Statuten entspricht.

Muri b. Bern, 8. März 2018

Schönenberger Die Treuhänder AG

Stephan Rohrbach  
Zugelassener Revisionsexperte  
Leitender Revisor

Roland Schönenberger  
Geschäftsführender Partner

Schönenberger  
Die Treuhänder AG  
Belpstrasse 4  
CH-3004 Muri b. Bern  
Hofstrasse 12  
CH-3006 Bern  
Ostgüterstrasse 2B  
CH-8006 Zürich  
T +41 01 950 88 88  
info@schobtech.ch  
schobtech

Beflage: Jahresrechnung

EXPERI  
SUISSE  
Autorisiertes Revisionsbüro  
CHRAVIVA.CH

## 4 Vorstand und Exekutivkomitee

### 4.1 Vorstand

- Präsident Daniel L. Ambühl, Bern
  - Vizepräsident Gundekar Giebel, Steffisburg
  - Generalsekretär vakant
- Frank Wettstein, Boll
- Regionalgruppen  
Deutschschweiz: Gundekar Giebel, Steffisburg  
Suisse romande: Valérie Bauwens, Lausanne und Doron Allalouf, Genf  
Ticino: Antonio Campagnuolo, Lugano
- Fachrat Joachim Tillessen, Olten
  - FEIEA-GP-Vertretung Carola Minder, Luzern

### 4.2 Exekutivkomitee 2017

- SVIK-Office Daniel L. Ambühl, Bern
- SVIK-Rating-Jury Daniel L. Ambühl, Bern
- Internet Gundekar Giebel, Steffisburg, und Melanie Schmitz, Basel
- Fachrat Beisitz Claudia Schwyter, Bern
- SVIK-Relations Daniel L. Ambühl, Bern
- Aus- und Weiterbildung vakant
- Finanz- und Rechnungswesen vakant
- Sponsoring und Insertionen Cuno Hügli, Melchnau

### 4.3 Fachrat

- Fachthemen Der Fachrat ist im Aufbau. Sobald er einsatzfähig ist, werden die Namen der Räte veröffentlicht.

### 4.4 Revision nach OR

- Controlling und Revision Stephan Rohrbach, Schönenberger - Die Treuhänder AG, Muri

Der SVIK pflegt ein professionelles Revisorat und verzichtet trotz Mehrkosten auf eine einfache Verbandsprüfung durch Mitglieder.

## 5 SVIK-Publikationen 2017

- SVIK-Rating-Broschüre (November 2017)
- SVIK-Relations 17-1 (Oktober 2017)
- SVIK-Newsletter (elektronisch Februar und September 2017)
- SVIK-Mitgliederbrief mit Programm 2018 (Jahresende 2017)

## 6 SVIK-Sponsoren 2018

### 6.1 Sponsoren

- Faber-Castell (SVIK-Award-Verleihung)
- Internetgalerie
- Linkgroup
- Papyrus
- Schuler St. JakobsKellerei 1694

Der SVIK | ASCI-Vorstand

Bern, 20. März 2018