

svik-relations

2/2010

Das Magazin für die interne Kommunikation,
Führung, Organisationsentwicklung und Effizienz

	Offizielles Verbandsorgan Schweizerischer Verband für interne Kommunikation Association Suisse de la Communication interne	
	Editorial	2
	Aus- und Weiterbildung	3
	Neue Fachliteratur	4
	Fachbegriffe	6
	Verbandspublikationen in anderen FEIEA-Ländern	7
	SVIK-Rating 2010 und Award-Verleihung <i>Rating ASCI 2010 et remise des distinctions</i>	8
	SVIK-Coty: Wer wird interner Kommunikator 2010? <i>Coty ASCI: Qui sera le Communicateur interne 2010?</i>	9
	SVIK-Konferenz 2010	10
	Agenda 2010/2011	12

Editorial

Redaktionsarbeit hat es in sich, und das vor allem im Juli während der heissesten Sommerzeit. Was wir hier in der Hitze schreiben, werden Sie wahrscheinlich in kühlerem Umfeld lesen. Was also jetzt heiss ist, kann dann schon wieder kühl sein. Vielleicht ist es aber auch umgekehrt.

Für uns Fachleute ist die interne Kommunikation natürlich immer heiss, und dementsprechend behandeln wir sie auch möglichst sorgfältig. Deshalb sind wir ja auch so überrascht über diejenige im Bundesrat. Dort ist das Rückgrat der internen Kommunikation, das Protokoll, herausoperiert worden. Konkret: Im Libyen-Fall haben es einige Bundesräte nicht für nötig befunden, die Voten ständig und systematisch aufzuzeichnen. Damit ist es aber um die glaubwürdige Führung in einem Gremium geschehen. Um das Fremdwort zu strapazieren: Die Corporate Governance ist dadurch in Frage gestellt, doch nur über das Voll- oder zusammenfassende Verhandlungsprotokoll sowie dessen Genehmigung im Gremium entsteht Glaubwürdigkeit bzw. Beweiskraft und Authentizität von Zuständen, Prozessen, aber auch Verhalten und Verhältnissen, und das unbesehen von dem diesem Schriftstück zugeordneten Geheimhaltungsgrad. Nicht nur für Kenner des Verwaltungsrechts und des ZGB bleibt das ein heisses Thema, sondern vor allem für die Politiker selber.

Einmal mehr: Wer nicht Vorbild ist, wird auch nicht ernst genommen, egal ob er gegen aussen oder gegen innen informiert und kommuniziert. Die Politik ist somit nicht unschuldig daran, dass man sie nicht immer für voll nimmt. Wenn sie das ändern will, so muss sie nur das tun, was sie selber von anderen verlangt. So einfach ist es!

Daniel L. Ambühl, Präsident



Daniel L. Ambühl, Président

Rédiger est une tâche prenante, surtout pendant les jours les plus chauds de l'année au beau milieu du mois de juillet. Ce que nous écrivons ici sous la canicule, vous le lirez certainement dans un environnement plus frais. Autrement dit, ce qui est chaud un jour peut se refroidir le lendemain. L'inverse peut aussi être vrai.

Pour nous, les spécialistes, la communication interne est toujours un sujet brûlant que nous traitons en conséquence avec toutes les précautions voulues. Nous sommes d'autant plus surpris de la communication au sein du Conseil fédéral. La clé de voûte de la communication interne, le procès-verbal, a été proprement éliminée. Dans le cas du litige avec la Libye, certains conseillers fédéraux n'ont pas jugé utile d'enregistrer systématiquement leurs propos. Or, cette pratique savorde la crédibilité de la gestion d'un organe. Autant dire que la gouvernance en prend un coup, puisque seul un procès-verbal complet des délibérations et son approbation par l'organe en question est à même de garantir la crédibilité, la force probante et l'authenticité des situations, des processus, mais aussi des actes et des circonstances, quel que soit le degré de confidentialité du procès-verbal en question. Ce sujet reste brûlant non seulement pour les spécialistes du droit administratif et du CP, mais aussi, et surtout, pour les élus.

Nous ne nous laisserons pas de le rappeler: il est impossible d'être pris au sérieux sans montrer l'exemple, peu importe que la communication soit interne ou externe. Le monde politique a ainsi sa part de responsabilité dans le discrédit dont il est parfois l'objet. S'il veut modifier cette situation, il lui suffit de prêcher par l'exemple. Ce n'est pas plus compliqué!

Aus- und Weiterbildung

Grundkurs in interner Kommunikation

dla. Der SVIK setzt sich für seine Mitglieder und künftige Mitarbeitende in der internen Kommunikation ein. Im schweizerischen Kursangebot hat bisher ein kurzer, prägnanter Einführungskurs in die Arbeit der internen Kommunikation gefehlt. Und was für neuere Kommunikationsexperten ein professioneller Grundkurs sein kann, ist ein Benchmark für die schon seit längerem auf diesem Gebiet Tätigen.

Gerade Effizienz entsteht in der Kommunikation nicht ohne Weiteres: Wissen muss durch Können sowie Anwendungs- und Vergleichsmöglichkeiten ergänzt werden. Der SVIK bietet ab diesem Herbst in einem zweitägigen Grundlagenkurs die moderne Arbeitstechnik, das kommunikative und betriebsjournalistische Fachwissen sowie die nötigen Zusammenarbeits- und Vernetzungsmöglichkeiten, die für die Ausübung einer Funktion in der internen Kommunikation notwendig sind, in geraffter Form an. Und das vor allem aufgrund der Erkenntnis, dass gegenwärtig in der Schweiz wie auch im Ausland verschiedene vertiefende Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten für Kommunikationsfachleute bestehen und der SVIK dort nicht auch noch tätig sein muss. Den Einstieg ins Fachgebiet und Antworten auf die beruflichen Übersichtsfragen will jedoch der Fachverband anbieten, und zwar nicht zuletzt, um neu im Fachgebiet tätigen Berufskollegen eine neutrale Plattform für die weitere Entwicklung in der internen Information und Kommunikation als Teil der integrierten Unternehmenskommunikation anzubieten.

Ein Blick auf das Kursprogramm (www.svik.ch) sowie die dort behandelten Themen wird Ihnen zeigen, mit welcher Gründlichkeit und Transparenz der Verband auch hier wieder arbeitet.

Bologna-Diskussion: Revival des Dipl.-Ing. in Deutschland

dla+aa. Der Titel «Diplomingenieur» ist im Zuge der Bologna-Reform unter die Räder geraten. Ab diesem Jahr ist als Ersatz gar die Bezeichnung «Bachelor of Engineering» vorgesehen, was aber in Fachkreisen überhaupt nicht goutiert wird. Schliesslich wurde die über lange Zeit von deutschen Ingenieuren erkämpfte Anerkennung des Diplomingenieurs 1899 als akademischer Grad anerkannt. Gemäss eines Artikels von Sebastian Balzter in der FAZ (17./18.4.2010, Seite C1, «Die Rückgabe des Dipl.-Ing.») soll nun jedoch der «Diplomingenieur» wiederbelebt werden.

Am 19. Juni 1999 haben 29 europäische Staaten eine freiwillige Verpflichtung unterzeichnet, damit ein einheitliches System von Leistungspunkten den Wechsel von Hochschule zu Hochschule erleichtert. Zudem sollten die Studiengänge in zwei Stufen mit einem ersten berufsqualifizierenden Abschluss nach drei Jahren, dem «Bachelor», unterteilt und die Abschlussbezeichnung mit «Master» leicht verständlich und vergleichbar gemacht werden. Diese vom Staat verordnete «Gleichstellung» haben viele Diplomingenieure kritisiert.

Der Unmut orientiert sich aber nicht nur an den zu erzielenden Punkten und veränderten Titeln, vielmehr geht es auch um die Inhalte und die Studiendauer. Nach sechs Semestern sei man noch nicht abschlussreif, geschweige dürfe man sich Ingenieur nennen, und erst der «Master» mit seinen zusätzlichen Semestern sei das Mass der Ingenieure. Viele Technische Universitäten Deutschlands wollen nun eine kleine Revolution auslösen – diese fokussiert jedoch wieder auf den Titel und damit auf das Ansehen und die Ehre der Diplomierten. So gedenken die Universitäten, die Zeugnisse vom Prüfungsausschuss mit der Stempelaufschrift «Diplomingenieur» zu versehen. Es lebe die Vereinheitlichung!

Neue Fachliteratur



Grundzüge der Medien- und Kommunikationsgeschichte

dla. Ein Blick auf die Geschichte des deutschen Journalismus und der Medien von Prof. Jürgen Wilke (Grundzüge der Medien- und Kommunikationsgeschichte, UTB Böhlau, ISBN 978-3-8252-3166-8) fördert eine alte Erkenntnis zutage: Nichts ist neu. Sogar das Zeitungsterben gab es schon vor über 100 Jahren. Die gezielte Subvention des Zeitungswesens ist ebenfalls dokumentiert. Auch die durch den Verteilschutz durch die Obrigkeit gewährten Begünstigungen und die dadurch gedeihenden Relations (Bezeichnung der Nachrichtenanzeiger im 17. Jh.), Illustrierten, Intelligenzblätter und Anzeiger sind in diesem Buch thematisiert. Wer also die Geschichte des gedruckten Wortes, der Meinungsbildung, aber auch der Unterhaltung und der immer wieder gezielten Desinformation lesen will, muss zu diesem Buch greifen. Allerdings gibt es auch einige Nachteile in Kauf zu nehmen: Das Buch ist nicht leserfreundlich geschrieben, enthält viele Fehler, weil am Korrektorat gespart worden ist.

Lucerne University of
Applied Sciences and Arts

**HOCHSCHULE
LUZERN**

Wirtschaft

FH Zentralschweiz

Certificate of Advanced Studies

CAS Internal Communication

Ziel: Sie erwerben im Rahmen dieses Kurses grundlegende Kenntnisse im Bereich interne Kommunikation und Führung und stärken Ihre eigenen Kommunikations- und Führungskompetenzen.

Kursdauer: 25 Kurstage insgesamt 200 Lektionen,
Freitagnachmittag und Samstag

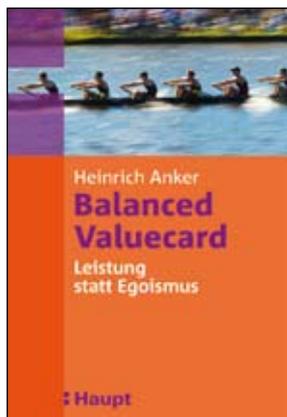
Nächster Kursstart: Januar 2011

Weitere Informationen: T +41 41 228 99 50, ikm@hslu.ch oder www.hslu.ch/ikm

Interne Kommunikation: ein unausgeschöpftes Potenzial

aa. Barbara Greuter und Andreas Jäggi behandeln in einem Fachartikel in der Fachzeitschrift «Persönlich 06» (Juni 2010) die Zusammenarbeit von Mitarbeitenden der Personalabteilungen und den Verantwortlichen für die interne Kommunikation. Unter dem Titel «Ein unausgeschöpftes Potenzial» wird Zwischenmenschliches und Arbeitstechnisches anhand von verschiedenen Unternehmen und konkreten Beispielen thematisiert. Optimalerweise kommt aber laut den Autoren bestenfalls eine gute Zusammenarbeit auf Projektebene zustande; strategische Fragestellungen oder gar ein gemeinsames Konzept werden selten bis gar nicht behandelt. Als Hauptgründe für die mangelnde Kooperation nennen Greuter und Jäggi das Silodenken der Abteilungen sowie mangelndes gegenseitiges Verständnis. Die Zukunft bietet also noch viel Raum und Potenzial für Optimierung.

Hauptsache: Führung durch Kommunikation



Heinrich Anker
**Balanced Valuecard –
Leistung statt Egoismus**

Wer Leistung will, muss Menschen Sinn und Anerkennung bieten! Die Balanced Valuecard (BVC) – auf der Basis einer modernen Motivationstheorie – erfasst systematisch, wo es im Unternehmen hinsichtlich Sinn und Anerkennung Verbesserungspotenzial gibt.

2010. 256 S., 26 Abb., 16 Tab., kart., CHF 49.–
ISBN 978-3-258-07599-0



Ralf Hering, Bernd Schuppener,
Nina Schuppener
**Leadership statt
Management: Führung
durch Kommunikation**

Welche Herausforderungen
Führungskräfte annehmen müssen

Die Autoren skizzieren vor dem Hintergrund jahrzehntelanger Erfahrung ein Plädoyer für eine ethisch weitsichtige Unternehmensführung. Sie beschreiben die Relevanz von Kommunikation für Leadership-Qualitäten und den Weg, sich diese Fähigkeiten anzueignen.

2010. 145 S., geb., CHF 49.–
ISBN 978-3-258-07567-9



Erika Lüthi, Anke Loose,
Hans Oberpriller, Stephan Orth
**Teamentwicklung mit
Diversity Management**

Methoden-Übungen und Tools

Vielfalt nutzen, Fremdes wertschätzen – durch methodische Teamentwicklung zum Unternehmenserfolg!

Mit mehr als 50 konkreten Übungen und Praxisbeispielen zeigen die Autoren auf, wie gelebtes Diversity Management in Teams implementiert werden kann.

2., überarb. und aktual. Auflage 2010.
200 S., 2 Abb., kart., CHF 48.–
ISBN 978-3-258-07601-0



Ralf Hering, Bernd Schuppener,
Nina Schuppener
**Kommunikation
in der Krise**

Einsichten und Erfahrungen

Praxistipps von Profis! Die Autoren betrachten das Thema Krisenkommunikation sowohl vor dem Hintergrund kommunikations- und wirtschaftswissenschaftlich relevanter Aspekte als auch aus der langjährigen Beratungspraxis heraus.

2009. 188 S., 13 Abb., geb., CHF 49.–
ISBN 978-3-258-07484-9

Fachbegriffe

Gerüchte

Unter Kommunikationsfachleuten ist immer wieder die Rede von «Gerücht». Gewisse Medien nehmen diese Informationen zudem gerne auf, um ihre Umsätze zu fördern. Informationen mit Gerüchtecharakter sind schlecht oder unkontrollierbare Nachrichten. Sie haben aber eine soziale Funktion.

Gerüchte entspringen Beobachtungen und zielen auf die Sozialkontrolle vor allem in Bezug auf Sittenwidrigkeiten, regelwidriges Verhalten und Ungereimtheiten. Sie entstehen aus unserem Bedürfnis, gesellschaftliche Regeln, Traditionen und soziale Gesetze zu erhalten (Kon-

servativismus). Die Gemeinschaft glaubt, damit ihr Überleben zu sichern.

Mit Gerüchten greift der Verbreiter an, erweckt Ängste und Scham bei den Betroffenen und schafft Misstrauen, Respektlosigkeit, Informations hunger, Konservatismus, Desinteresse und Intoleranz bei den Informanten.

Ereignisse schaffen Gerüchte, und diese provozieren in ihrer Überspitztheit wiederum Reaktionen. Gerüchte entstehen selten aus der Phantasie. Die Reaktion am Schluss des «Gerüchtemechanismus» hat oft klärende Wirkung, weil sie schwelende Konflikte thematisiert.

Es gibt Leute, die haben Lust auf die Gerüchteverbreitung, andere erzeugen Gerüchte, um auf die eigenen Ethik- und Moralvorstellungen aufmerksam zu machen und vor allem auch die eigene Unsicherheit oder Schwäche zu legitimieren.

Positive Gerüchte sind eher in der Unterzahl, denn damit Information entsteht, transportiert und aufgenommen wird, braucht es eher negative Elemente. Deshalb kursieren Gerüchte auch so leicht. Gerüchteküchen entstehen in allen und über alle sozialen Schichten.

27. bis 29 Oktober 2010
Messe Basel



DER GESAMTE BILDUNGSMARKT UNTER EINEM DACH

Zukunft Bildung



400 Aussteller aus 30 Ländern präsentieren: Trends, Lösungen, neuste Lehr- und Lernmittel. Erfahren Sie, wie sich Bildung in der Zukunft weiterentwickelt. Erleben Sie ein einmaliges Angebot an Weiterbildung, Networking und modernsten Lehrmitteln. Tauschen Sie sich aus mit Berufskolleginnen und -kollegen oder knüpfen Sie neue Geschäftskontakte.

www.worlddidacbasel.com

Themenlücken

Umgang mit Kunden

aa. Auch in den letzten Wochen und Monaten sind die Banken immer wieder aufs Neue in den Medien thematisiert worden. Für einmal aber nicht ausschliesslich wegen Geschäftszahlen, Managerlöhnen und zu hohen Boni, sondern aufgrund ihres Umgangs mit ihrer wichtigsten Ressource, nämlich ihren Kunden. Doch nicht nur die Medien wurden hellhörig: die mangelhafte Beratung der Kunden, insbesondere bei Anlagegeschäften, ist auch immer wieder Gegenstand des Bankenombudsmannes (z.B. NZZ Nr. 154, 7.7.2010). Aufschlussreich ist eine Analyse der Personalmagazine im Zusammenhang mit dem SVIK-Rating. Es zeigt sich, dass nie solche Aspekte aufgenommen, geschweige denn systematisch behandelt werden. Marketingleute müssen sich merken, dass Seminare über die «Valorisierung des Kunden», die ohne Beizug der Zuständigen für die interne Kommunikation und die HR-Entwicklung durchgeführt werden, «Säbelschläge ins Wasser» sind. Das notwendige Wissen und Können muss – das zeigen verschiedene Studien – über zuverlässige Kanäle verbreitet werden.



So präsentieren sich die Verbandspublikationen in anderen FEIEA-Ländern



Institute of Internal Communication, GB

SVIK-Rating 2010 und Award-Verleihung

Rating ASCI 2010 et remise des distinctions

Der SVIK hat das diesjährige Rating in vier Kategorien ausgeschrieben, nämlich für Mitarbeitermagazine, Frontcover, Texte und Intranet-Lösungen. Die Zahl der Eingaben zum diesjährigen SVIK-Rating bewegt sich im gleichen Rahmen wie 2009. Wiederum sind zahlreiche attraktive Eingaben beim SVIK-Office eingetroffen.

Die dieses Jahr neu zusammengestellte Fach-Jury hat sich Ende August zu drei Beurteilungstagen in Bern und Zürich eingefunden. Die Nominierten sind gesetzt, und die drei Erstplatzierten werden in den nächsten Wochen bestimmt.

Die Award-Verleihung findet am Donnerstag, 21. Oktober 2010, 17.15 Uhr im Grünenhof der UBS an der Nüscherstrasse in Zürich statt. Zuerst werden sich zwei prominente Keyspeaker zu Fragen der internen Kommunikation äussern. Dann werden die Nominierungen und die Preisträger bekannt gegeben und gewürdigt. Die Moderation wird wie letztes Jahr von Daniel Hanimann von SF geleitet.

Der SVIK innoviert, indem er ein Hearing für Teilnehmende und Interessierte zu den Ratingergebnissen durchführt, und zwar am Montag, 6. Dezember 2010, in Bern.

Einladungen zur Award-Verleihung sowie zum Hearing werden folgen.

Cette année, le Rating ASCI comportait quatre catégories: magazines pour les collaborateurs, couvertures, textes, solutions intranet. Le nombre de concurrents est du même ordre que l'année précédente et de nombreux dossiers intéressants sont parvenus au bureau de l'ASCI.

Le jury professionnel, dans sa nouvelle composition, s'est réuni durant trois jours à fin août, à Berne et à Zurich. Les concurrents nominés ont été retenus, il reste à attribuer ces prochaines semaines les trois premières places.

La remise des distinctions aura lieu le 21 octobre 2010 à 17 h 15 au Grünenhof de l'UBS, Nüscherstrasse, Zurich. Deux conférenciers de haut niveau s'exprimeront tout d'abord sur des questions de communication interne. Les lauréats seront ensuite publiés et honorés, le tout comme l'an dernier sous la conduite de Daniel Hanimann.

L'ASCI innove en menant un Hearing pour participants et intéressés sur les résultats du Rating le lundi 6 décembre 2010 à Berne.

Les invitations aux deux événements vont suivre.



**SVIK-Awards 2009:
Mitarbeitermagazin
Preisträger Urs Schwarz, CS**

**Distinctions 2009:
le porteur du prix, Urs Schwarz
du Credit Suisse**

SVIK-Coty: Wer wird interner Kommunikator 2010?

Coty ASCI: Qui sera le Communicateur interne 2010?

Der SVIK steht wieder vor der Frage, wer zur internen Kommunikatorin oder zum internen Kommunikator des Jahres 2010 gewählt werden soll. Letztes Jahr hat der Verband mit der Wahl von Jürg Bucher, damals noch Leiter der PostFinance, eine ausgesprochen glückliche Hand bewiesen. Herr Bucher ist kurz danach bereits zum CEO der Schweizerischen Post gewählt worden.

Der SVIK-Coty 2010 wird an der Award-Verleihung vom 21. Oktober 2010 der Öffentlichkeit vorgestellt.

Qui l'ASCI doit-elle choisir comme Communicateur ou Communicatrice interne de l'année 2010? L'an dernier, l'association avait eu la main plutôt heureuse en portant son choix sur le directeur de PostFinance, Jürg Bucher. Celui-ci a en effet été promu peu après CEO de la Poste Suisse.

Le Coty ASCI 2010 sera présenté au public lors de la remise des distinctions du 21 octobre 2010.

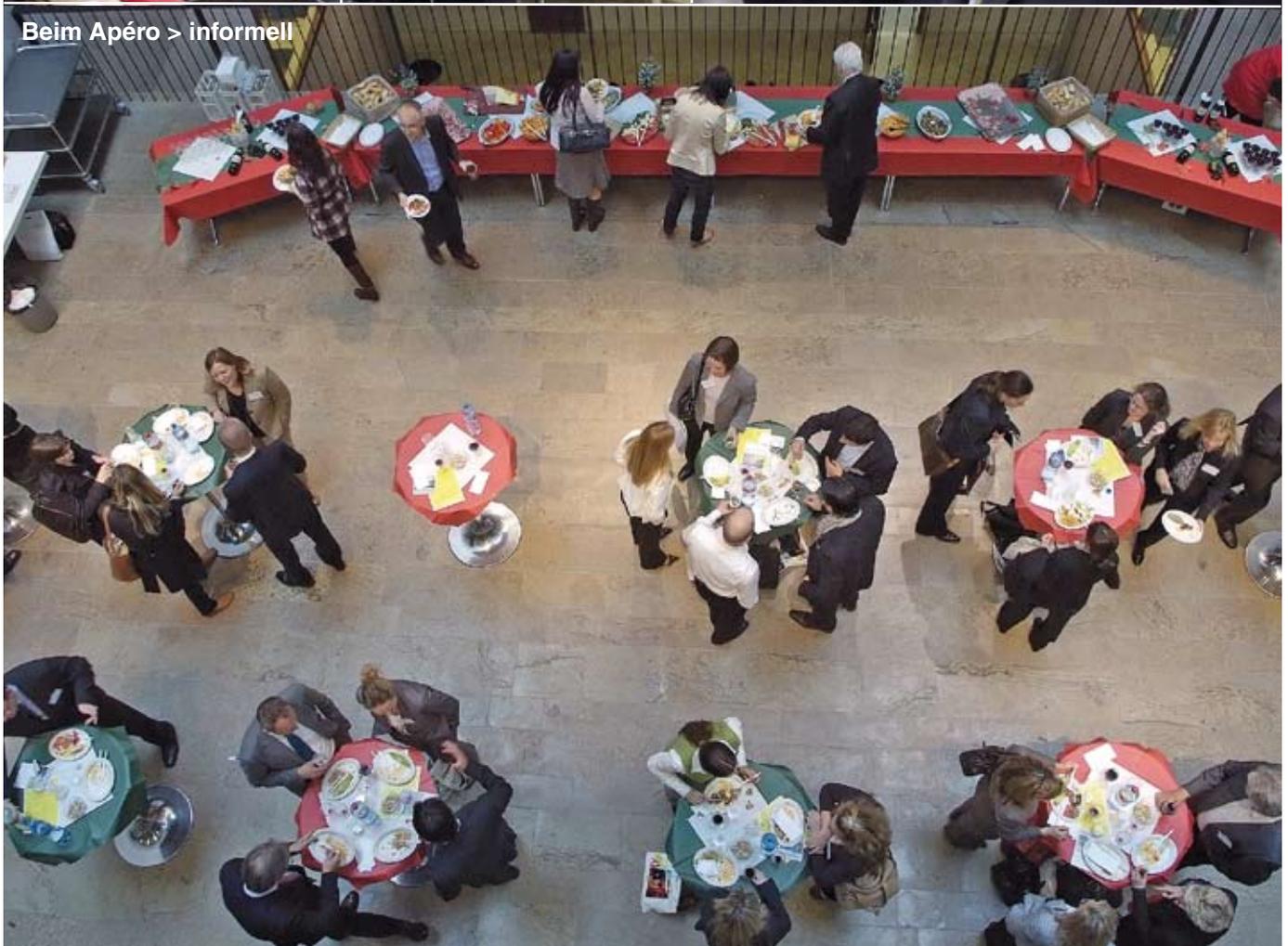


**Bild: J. Bucher,
im Oktober 2009 noch
Leiter PostFinance,
und der Moderator,
Daniel Hanimann**

***J. Bucher,
en octobre 2009 encore
directeur de PostFinance,
et le modérateur
Daniel Hanimann***

SVIK-Konferenz 2010

Für «svik-relations» von Carola Minder



«Erfolgreiches Change Management: Herausforderung für die interne Kommunikation und Human Resources»

Die Unterstützung von Change-Prozessen in Organisationen ist eines der wesentlichen strategischen Ziele der internen Kommunikation. Die schnelle Anpassung an sich verändernde Rahmenbedingungen wie Technologien, gesetzliche Regelungen, gesellschaftliche Trends oder neue Kundenbedürfnisse ist Voraussetzung für das Überleben von Unternehmen. Nur durch eine klare Kommunikation können die Notwendigkeit und die Vorteile eines Change vermittelt werden. Voraussetzung dafür ist jedoch das Vertrauen der Mitarbeitenden in ihre Vorgesetzten und die Geschäftsleitung. Die vierte SVIK-Fachkonferenz befasste sich mit wirkungsvoller interner Kommunikation in Veränderungsprozessen. Interne Kommunikation kann nur dann von Erfolg gekrönt sein, wenn sie eng mit der Linie und der HR-Kommunikation abstimmt ist. Deshalb kamen an der Konferenz sowohl CEO als auch HR- und Kommunikationsverantwortliche in zwei Referaten und vier Breakout Sessions zu Wort.



Christoph Rytz,
Leiter Unternehmenskommunikation SBB Cargo

Mitarbeitende benötigen Zeit und Raum, um Veränderungen zu reflektieren und zu verarbeiten. Aussagen aus dem Mund des CEOs besitzen dabei besonderes Gewicht, erläuterte **SBB-CEO Andreas Meyer** in seinem Eröffnungsreferat. **Natalie Waltmann, Leiterin Unternehmenskommunikation Bank Coop**, zeigte in ihrer Breakout Session auf, wie mit einem vielseitigen Mix aus Kommunikationsmassnahmen, Training und Erfolgsmessung eine Verhaltensänderung in der Organisation verankert werden kann. Ringier Schweiz auf dem Weg zur integrierten Redaktion: Da galt es viele Herausforderungen zu meistern. **Stefan Hackh, Leiter Kommunikation Ringier Schweiz**, gab interessante EinBLICKE ins kommunikative Geschehen. **Corina Atzli, Head Corporate Communications, Bühler AG**, führte aus, dass Kommunikation unbedingt glaubwürdig, überzeugend und dialogisch zu gestalten ist. Nur so könnten Verhaltensänderungen, die beispielsweise bei neuen Produktionsabläufen notwendig sind, nachhaltig bewerkstelligt werden. Die SBB Cargo befindet sich in einem grundlegenden Veränderungsprozess von einer weisungs- zu einer prozessgesteuerten Organisation. Eine konzentrierte Kommunikations- und Trainingskampagne im Rahmen eines Prozess-Audits brachte die Mitarbeitenden zum Umdenken. **Christoph Rytz, Leiter Unternehmenskommunikation SBB Cargo**, zeigte dieses Vorgehen in seiner Breakout Session anschaulich auf. **Barbara Greutter, Leiterin Human Resources Schweiz & Österreich, Starbucks Coffee**, referierte abschliessend darüber, wie HR-Verantwortliche im Change wirksam kommunizieren können.

Konferenz-Partner:
Swissprinters NZZ Fretz AG,
Enzaim Communications AG,
Schweizerisches Public Relations Institut SPRI,
Marketing & Kommunikation,
HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich

Agenda 2010/2011

- 15.10.** FEIEA Academy in Wien
- 21.10.** SVIK-Rating 2010, Award-Verleihung in Zürich
- 6.12.** SVIK-Rating 2010, Hearings in Bern
- 13.+
27.1.** SVIK-Grundkurs interne Information und Kommunikation in Bern
- 1.3.** Conférence ASCI à Lausanne
- 5.5.
2011** SVIK-Konferenz in Zürich
5. Schweiz. Konferenz

Achten Sie auf unser neues Internet-Portal
www.svik.ch oder www.asci.ch

Inserenten
FH Luzern
Haupt Verlag
Worlddidac
sanu

Impressum

Redaktion: Daniel L. Ambühl
Druckvorstufe: Sepp Steibli,
Education Design, Münsingen
Korrektorat: Visiolink
Druck: P. Gaffuri AG, Bern
Französisch-Übersetzungen:
Christian Fessard/D. Ambühl/Abacus
Insertionen: SVIK-/ASCI-office
(Tarif auf Anfrage)

The image shows a promotional graphic for 'sanu'. At the top left is the 'sanu' logo in red lowercase letters with a green leaf icon. To its right, a red curved banner contains the French text 'formation pour le développement durable'. Below the logo, another red curved banner contains the German text 'bildung für nachhaltige entwicklung'. The main body of the graphic is a large red rectangle with a white border. Inside, the German text 'Der Weg zu sinnstiftender Arbeit und beruflicher Karriere' is followed by the French text 'Le chemin vers un travail porteur de sens et une carrière professionnelle'. Below this, a paragraph in German asks if the reader is looking for a meaningful engagement for sustainable development and offers training. At the bottom, a red arrow points to the website 'www.sanu.ch'.



SVIK/ASCI

Schweizerischer Verband
für interne Kommunikation
SVIK-/ASCI-office
Postfach 576, 3000 Bern 7
Telefon: 031 301 24 24
E-Mail: svik@bluewin.ch
Internet: www.svik.ch