

MARKE DES MONATS: HELLO KITTY

Kitty & UNO



VON STEFAN VOGLER

Ob es für unseren Planeten bereits 5 vor 12 ist oder ob wir noch mehr Zeit haben ist unerheblich. Spätestens seit Gretas Aufklärungsreise durch die Welt ist der älteren Bevölkerung klar, dass unabhängig von ideologischer Gesinnung oder politischem Couleur Handlungsbedarf besteht. Dabei geht es um unsere Kinder und Jugendlichen. Welche Welt wir ihnen hinterlassen, kann uns nicht egal sein. Während die Jugendlichen in gebildeten Ländern für die Klimawärmung und deren Folgen sensibilisiert sind, wachsen noch viele Kinder ohne Informationen dazu auf.

Die Vereinten Nationen (UNO) haben sich zum Ziel gesetzt, Ihre Nachhaltigkeitsziele bei Kindern empfangergerecht bekannt zu machen. Welche Kreatur könnte dies besser vermitteln, als eine der sympathischsten



Foto: iStock/CaoChunhai

Katzen der Welt? Bekannt unter dem Brand «Hello Kitty» ziert das stilisierte Symbol der lustigen Katze viele Kinderprodukte. Vom Kleinstrollkoffer, über Minipullover bis zum Schuletui ist Hello Kitty allgegenwärtig. Die UNO diesen September den idealen Partner engagiert, um die kleinsten Erdenbürger für die ökologische und soziale Nachhaltigkeit zu sensibilisieren.

Hello Kitty, wurde in den 70er Jahren in Japan kreiert und «ihre zahlreichen Fans» sollen sich gemäss Melissa Fleming von der UNO in New York «unseren globalen Anstrengungen anschliessen, junge Menschen über die Nachhaltigkeitsziele zu informieren». Hoffen wir, sie lassen sich überzeugen. Das Markenimage von Hello Kitty profitiert so oder so.

*Stefan Vogler berichtet über die Markenführung einer grossen oder kleinen, globalen oder lokalen, altbewährten, aufgefrischten oder neuen Marke. www.markenexperte.ch

IT-RATGEBER

Wieso sollte ich mein altes Handy an Mobile Aid spenden?



VON SAMANTHA SPERANZA*

In der Schweiz liegen geschätzt Millionen alte Handys ungenutzt herum. Allein deren Materialwert übersteigt locker 60 Millionen Franken. Circa 120 000 kg Kupfer, 2 400 kg Silber und 240 kg Gold sollen gemäss Swico in diesen Geräten stecken. Mobile Aid ist ein Programm von Swisscom mit dem Ziel, alten Geräten ein neues Leben zu schenken und damit Kindern in Not zu helfen. Wie funktioniert's? Sie haben ein altes Handy zu Hause, das sie entweder nicht mehr benötigen oder defekt ist? Dann bringen Sie es zu einer Mobile Aid Sammelstelle in einem Swisscom Shop in Ihrer Nähe.

**SCHRITT 1:
LÖSCHEN – VERKAUFEN**

Sobald Sie das alte oder defekt Handy eingeworfen haben, kümmert sich Swisscom um den Rest. Zuerst werden alle persönlichen Daten auf dem Handy gelöscht. Diese Aufgabe über-

nimmt eine von Swisscom unabhängige Firma in Genf. Anschliessend kümmert sich ein weiteres Partner-Unternehmen in Fribourg um den Verkauf der noch funktionsfähigen Geräte.

**SCHRITT 2:
RECYCLEN – SPENDEN**

Geräte, die nicht mehr in Umlauf gebracht werden, weil sie zu alt oder defekt sind, werden wiederum von einem anderen Partner-Unternehmen verwertet. Dabei werden die wertvollen Rohstoffe abgetrennt und wieder in Umlauf gebracht. Der Erlös aus dem Recycling und dem Verkauf der Geräte spendet Swisscom anschliessend vollumfänglich an SOS Kinderdorf. Mit Mobile Aid konnten wir seit 2012 über drei Millionen Mahlzeiten für Kinder in Not finanzieren. Gemeinsam können wir noch mehr erreichen. Helfen auch Sie mit. Weitere Informationen unter: www.swisscom.ch/mobileaid

Lieber verkaufen statt spenden? Wenn Sie Ihr gebrauchtes Handy nicht spenden wollen, können Sie es auch einfach wieder verkaufen. Mit Swisscom Buyback erhalten Sie bis zu 800 Franken. Einfach, unkompliziert und schnell.

* Samantha Speranza arbeitet bei Swisscom und berät Unternehmer aus der Region Chur bei Fragen zur IT- und Kommunikationsinfrastruktur.



Foto: iStock/zencreation

KOMMENTAR – VEREINBARKEIT IM BERUF

Wenn alle alles wollen.



VON ISABELLE SAILER*

Erinnern Sie sich? Damals, als wir noch von «Work-Life-Balance» sprachen? Dem Wunsch, «Nicht nur arbeiten, sondern auch leben zu wollen»?

Die Sensibilisierung hat funktioniert: Es ist längst en Vogue, offen darüber zu reden, dass Arbeit allein nicht glücklich macht – zum Beispiel unter dem Hashtag #newwork. Vorbei die Zeiten, in denen Manager sich mit einem Minimum an Schlaf und Freizeit aber einem Maximum an Präsenzzeit brüsten konnten.

Stattdessen tritt ein neues Thema mit viel Klärungsbedarf ins Rampenlicht: Vereinbarkeit von Beruf und Familie. (Noch) treiben mehrheitlich berufstätige gut qualifizierte Mütter das Thema voran. Frauen, die sich innerhalb traditioneller Rollenbilder nicht mehr ein- bzw. unterordnen wollen.

Schade! Nicht dass die Debatte geführt wird, sondern, dass sie uns Frauen fast komplett überlassen wird. Betrifft sie uns doch alle, die wir daran interessiert sind, wirtschaftliche Stabi-

lität zu erhalten, und unsere Mitarbeitenden auch nach dem Eltern-Werden weiter zu beschäftigen.

Kaum ein Thema lässt so viele unterschiedliche Lösungsansätze zu, ist gleichzeitig so wenig in richtig oder falsch zu unterteilen, und kommt dabei einer emotionalen Wundertüte voller Erwartungen und Frustrationen gleich.

Warum? Meine Hypothese: Wenn alle Beteiligten in einem System alles wollen – dann wird's komplex.

Vereinbarkeit ist kein Einzelspiel. Hier geht es um Teamplay, Koordination, Kompromissfähigkeit und nicht selten auch um die Fähigkeit, auf etwas verzichten zu können.

Die Krux: Dieser Verzicht – z.B. auf Karriere, auf Zeit mit dem Kind oder auf die langersehnte Weiterbildung – ist in modernen Zeiten weder automatisch einer Rolle, noch einem Geschlecht zugeordnet. Ein gemeinsames Rollenverständnis von Frau und Mann ist immer wieder von neuem zu diskutieren und auszuloten. Das ist harte Beziehungsarbeit und wird in keiner Hochschule gelehrt. Hier schult das Leben.

Dabei greift es viel zu kurz, Vereinbarkeit nur als problematischen Stressfaktor zu betrachten. Das Schlagwort steht doch auch für ein Privileg, beides zu dürfen: Freude an der Vielfalt zu haben, am Erziehen, an der Schulung von Eigenverantwortung und dem sich Üben in Gelassenheit. Alles Fähigkeiten, die von leistungsfähigen und modernen Mitarbeitenden gefordert

werden! Arbeitgeber/-Innen können sich hier nicht aus der Diskussion stellen. Dies sage ich als Unternehmerin, Mutter und Ehefrau mit bald 10 Jahren Vereinbarungs- und über 20 Jahren Berufserfahrung.

Wie toll, wenn ich als junge Mutter in Spe von meinen Arbeitgebern in die Diskussionsmangel genommen worden wäre. Nicht mit pfannenfertigen Lösungen (wer hat die schon?), sondern mit Fragen und dem Interesse, einen Beitrag zum Gelingen leisten zu wollen: Wie planst Du das Thema Vereinbarkeit anzugehen? Sind Deine Vorstellungen realistisch? Bist Du darauf vorbereitet, dass alles anders kommen könnte? Wendest du dich an uns, wenn du überfordert bist?

Drum, nur keine Hemmungen beim Ansprechen privater Themen von werdenden Müttern UND Vätern: Denn Arbeitgeber/-Innen, die als Dialogpartner mit Vorbildfunktion agieren, setzen auf ein authentisches Employer Branding und nutzen somit die wichtige Chance, Mitarbeitende langfristig zu unterstützen.

Vereinbarkeit geht uns alle etwas an.

* Isabelle Sailer // Kommunikationsexpertin // Baden (AG) www.isabelle-sailer.ch // Twitter & LinkedIn // #waszusagenhaben
Verhilft Führungspersonen und Unternehmen in Transformationsprozessen zu Klarheit in der Kommunikation. Kuratiert & moderiert Gesprächspanels. Fokusthemen: Mensch – Transformation – Innovation – Startup

zhaw
Zürcher Hochschule
für Angewandte
Wissenschaften
IAP
Institut für Angewandte
Psychologie

Start:
14. Mai 2020

Weiterbildung » CAS Leadership Excellence

Im CAS setzen sich erfahrene Führungskräfte mit komplexen Fragen der Führung auseinander und beleuchten Zusammenhänge ihrer Organisation aus einer systemischen Perspektive. Themen-Schwerpunkte:

Führung in Spannungsfeldern und Dilemmata, Neue Führungsansätze, Design Thinking Workshop, Umgang mit Belastungen, Burnout-Prävention

» zhaw.ch/iap/cas-le

SCHALTEN SIE NICHT?

Nutzen Sie Zeitschaltuhren, steuern Sie richtig und sparen Sie Energie und Kosten in Ihrem Unternehmen.

ENERGIE-AGENTUR
DER WIRTSCHAFT

Wir helfen Ihnen dabei. Kontaktieren Sie uns.
» www.enaw.ch +41 44 421 34 45

Anzeige