

6 November 2000

# zhwinfo



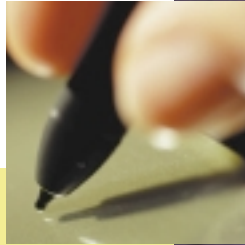
# Studiengang Fachjournalismus und Unternehmens- kommunikation

Zürcher  
 Hochschule  
 Winterthur



- 2 Informationen erschliessen, übersetzen und lenken
- 12 Übersetzen, Dolmetschen, Fachjournalismus, Unternehmenskommunikation
- 16 Plädoyer für einen neuen Wissenstyp
- 20 Sozialkompetenz im Kommunikationsbereich
- 24 Ist Unternehmenskommunikation lernbar?

## Editorial



Liebe Leserin, lieber Leser

Karl Kraus, der wohl spitzzüngigste Satiriker der deutschen Sprache, schrieb zu Beginn dieses Jahrhunderts – seine Häme dabei auf die Journalisten münzend: «Es genügt nicht, keine Gedanken zu haben; man muss auch unfähig sein, sie auszudrücken.» Eine Journalismusausbildung kann wohl kaum brillante Gedankengänge garantieren, aber am Ende des Studiums in «Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation» sollten alle Absolventen fähig sein, sich klar, korrekt und im richtigen Medium packend auszudrücken.

33 Frauen und 30 Männer begannen am 23. Oktober das schweizweit erste Fachhochschulstudium für Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation an der ZHW. In pionierhafter Arbeit wurde unter der Leitung von Daniel Perrin ein sechssemestriger Studiengang zusammengestellt, beim dem nicht nur die theoretischen Aspekte der Medienkommunikation im Vordergrund stehen, sondern auch die praktischen Seiten der journalistischen Arbeit ausgiebig geübt werden: Neben der Vermittlung des Fachwissens steht das Training in Werkstätten und Praktika. Der Studiengangleiter erläutert im Einleitungsartikel mit dem Titel «Informationen erschließen, übersetzen und lenken», das Profil des neuen Studiengangs.

Staatlich ausgebildete Medienleute gab es in der Schweiz bisher nicht. Der Weg über ein Volontariat war der übliche Zugang zu den Medienberufen; dies hat sich nun geändert. Vinzenz Wyss verspricht sich von der angestrebten Integration von wissenschaftlichem Begründungswissen und berufspraktischem Handlungswissen in der Ausbildung eine Professionalisierung des Unternehmenskommunikationsbereichs.

Esther Girsberger, die Leiterin des Bereichs «Sozialkompetenz» in der neuen Ausbildung, macht in ihrem Beitrag klar, dass Sozialkompetenz durchaus lehr- und lernbar sei. Ob sozial kompetentes Handeln bei den zukünftigen Unternehmenskommunikatorinnen mehr als ein blosses Schlagwort sein wird, wird die Zukunft weisen.

Eines wird jedenfalls nach der Lektüre der Beiträge über den neuen Studiengang rasch klar: Auf die Studienanfänger wartet ein anspruchsvolles und herausforderndes Studium und den erfolgreichen Absolventen dürfte ein weites Feld im Medienbereich offenstehen.

Wir wünschen den erstsemestrigen Studierenden und dem neuen Studiengang nach dem gelungenen Start viel Erfolg auch in den kommenden Jahren und Ihnen, liebe Leserin, lieber Leser, viel Spass beim Lesen der Beiträge über dieses neue Studienangebot.

Armin Züger

Prof. Armin Züger



Zürcher Hochschule Winterthur  
University of Applied Sciences  
Haute Ecole Spécialisée  
Scuola Universitaria Professionale

Mitglied der Fachhochschule  
Zürich

Adresse  
Zürcher Hochschule Winterthur  
Postfach 805  
CH-8401 Winterthur  
Telefon 052 267 71 71  
E-mail: info@zhwin.ch  
Internet: www.zhwin.ch

### Inhalt

#### Schwerpunkt:

#### Der neue Studiengang Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation

- Daniel Perrin* 2 Informationen erschliessen, übersetzen und lenken – Das Profil des Studiengangs
- Daniel Perrin* 11 Leichter denken
- Urs Willi* 12 Übersetzen, Dolmetschen, Fachjournalismus, Unternehmenskommunikation: der Umgang mit Botschaften von jenseits der Grenze
- Vinzenz Wyss* 16 Plädoyer für einen neuen Wissenstyp: Zur Notwendigkeit, wissenschaftliches Begründungswissen und berufspraktisches Handlungswissen in der Ausbildung zu integrieren.
- Esther Girsberger* 20 Sozialkompetenz – im Kommunikationsbereich mehr als ein Schlagwort
- Barbara Meili* 24 Ist Unternehmenskommunikation lernbar?
- Peter Stücheli* 28 Über Öffentlichkeit aufklären: historische Voraussetzungen der Kommunikationsausbildung

#### Aus der ZHW Schulleitung

- Werner Inderbitzin* 32 Umbruch – Aufbruch: Die ZHW in einer sich wandelnden Bildungslandschaft

#### ZHWaktuell

- 34 Von der Abteilung TWI zum Departement ZHW
- 36 Modulares Brückenbausystem aus Faserverbundkunststoff (FVK)
- 37 Technopark Winterthur kommt!
- 38 Modelica-Kurs des Departementes P
- 39 Fachstelle für interkulturelle Kompetenz
- 40 Krippenplätze für Kinder von ZHW-Angehörigen
- 41 Think Tank ZHW

#### ZHWporträt

- 42 Interview mit dem Rektor ad interim Dr. Werner Inderbitzin
- 44 Neue Dozierende
- 47 Neue Angestellte
- 51 Zum Gedenken an Dr. Peter Wirth
- 52 Zum Gedenken an Prof. Dr. Wilfried Prokop

#### Impressum

**Redaktion:**  
Prof. Dr. sc. techn. Heinrich G. Bühler  
Prof. Dr. phil. Annemarie Fischer  
Prof. Dr. phil. Hans Peter Haeblerli  
Prof. Martin Sausser, lic. phil.  
Bruno Seger lic. phil.  
David Stamm, lic. phil.  
Prof. Dr. phil. Armin Züger (verantwortl.)

#### Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Prof. Heinz Baltenspiger, dipl. El.-Ing.  
ETH; Dr. Esther Girsberger; Dr. Werner Inderbitzin, Rektor ZHW a. i.; Ursula Kelly, lic. phil.; Josef Kurath, dipl. Bauling, ETH; Prof. Werner Maurer, dipl. Phys. ETH; Dr. Barbara Meili, Leiterin Unternehmenskommunikation Rieter AG; Prof. Adolf Müller, ehemaliger Direktor TWI; Dr. Daniel Perrin, Studiengangleiter fLW; Dr. Peter Stücheli, Redaktor NZZ; Prof. Bruno Widmer, ehemaliger Direktor TWI; Dr. Urs Willi; Dr. Vinzenz Wyss;

#### Druck und Ausrüsten:

KDW Konkordia Druck- und Verlags-AG, Winterthur

#### Konzept und Gestaltung:

Meierhofer und Zöllig SGV SGO, Winterthur, www.meierhoferzoellig.ch

#### Layout/Realisation:

Erich Banz, Neftenbach

#### Inseratemarketing:

Publicitas AG,  
Konradstrasse 15, 8401 Winterthur,  
Telefon 052 267 13 20,  
Telefax 052 267 13 11

#### Redaktionsschluss

Nr. 7/2001, Montag 18. Dezember 2000



# Informationen übersetzen und

## Der Studiengang Fachjournalismus

Von Daniel Perrin, Studiengangleiter

*Für Fleischverkäuferinnen, Konzertgeiger und Ärztinnen gibt es eidgenössisch anerkannte Ausbildungen. Die Vorbereitung auf Kommunikationsberufe dagegen überliess das Bildungssystem einem Nischenmarkt. Das ändert sich jetzt: Als erste Schweizer Fachhochschule bildet die ZHW seit dem 23. Oktober 2000 Fachjournalisten und Unternehmenskommunikatoren aus.*



Dr. Daniel Perrin promovierte in Linguistik mit einer Studie zum beruflichen Schreiben am Arbeitsplatz. Als Leiter der Forschungsstelle Berufliches Schreiben (FBS) der Universität Bern untersucht er Grundmuster von Textprozessen empirisch. Regelmässig arbeitete und arbeitet er projektorientiert in der Medienpraxis und -ausbildung: Radio- und Printjournalismus, Mitbegründung der Kommunikationsbüros «Perrin&Krauthammer» und «network», Studienleiter am Medienausbildungszentrum und Medienausbildner an fünf Journalistenschulen, Textchef beim «Tages-Anzeiger». Seit dem 23. Oktober leitet Perrin den Studiengang «Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation» an der ZHW.

Fachjournalistin, Redaktor, Kommunikatorin – das Studium «Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation» an der ZHW bereitet auf ein attraktives Berufsfeld vor. Drei Jahre Vollzeit-Studium mit 3000 Stunden Praxis und Reflexion legen eine solide Basis für Laufbahnen in Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation.



Die Fotos im Schwerpunktteil stammen vom Eröffnungstag des neuen Studiengangs

# erschliessen, und lenken und Unternehmenskommunikation

Aus der journalistischen Perspektive üben die Studierenden, relevante Information im Interesse der Öffentlichkeit zu erschliessen. Sie stellen die entscheidenden, auch die unangenehmen Fragen. Und sie vermitteln das Wichtige richtig und so, dass das Publikum die Beiträge verstehen will und verstehen kann. Mitbringen müssen sie Neugier – plus ein Gespür für Menschen, ein Flair für Medientechnik. Handwerk und Reflexion sind lernbar.

Aus der Perspektive der Unternehmenskommunikation üben die Studierenden, nützliche Information im Interesse ihres Auftraggebers zu lenken. Sie sorgen dafür, dass Mitarbeitende, Kunden und Öffentlichkeit verstehen, was im Betrieb geschieht. Loyalität ist Voraussetzung, plus die Freude am Auftritt und ein Gespür für Kommunikationskultur. Technik und Reflexion sind auch hier lernbar.

Teils parallele, teils gegensätzliche Perspektiven also. Gerade das aber macht den Perspektivenwechsel spannend: im Beruf, wo immer mehr Medienleute zum

Aufsteigen mehrmals umsteigen – und in der Ausbildung, wo wir die Perspektiven nicht vermischen, sondern einander entgegensetzen und profilieren.

## Machen und Nachdenken

### Die Ausbildungsziele

Der Studiengang «Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation» der ZHW vermittelt Geschick im Machen und Lust zum Nachdenken, also das Rüstzeug für die neuen Kommunikationsberufe. Die Studierenden lernen,

- wie sie mit andern umgehen, um mit weniger Reibungsverlust mehr zu erreichen. Sie schätzen sich selbst ein, üben effizientes Lernen und Arbeiten, planen ihre Laufbahn, wirken in Teams mit und ziehen Projekte durch. Als Networker knüpfen sie Kontakte, spannen Kompetenznetze, binden Entscheider und Entscheiderinnen ein.
- wie sie etwas mitteilen, damit andere verstehen, was sie meinen. Sie setzen Deutsch, Französisch und Englisch als Kultur- und Arbeits-

- sprachen ein und wägen wissenschaftlich präzise ab, was öffentliche Kommunikation kann, soll und darf. Und sie nutzen all ihre Kanäle, von Körpersprache bis Internet.
- wie ihre künftigen Arbeitsplätze funktionieren. Sie recherchieren und redigieren für journalistische Ressorts, sprechen alle Zielgruppen integrierter Unternehmenskommunikation an und trennen zwischen journalistischem Auftrag und PR-Interesse. Schon während der Ausbildung begegnen sie wichtigen Unternehmen, Non-Profit-Organisationen, Behörden, Branchen und Märkten.

Zum Wie kommt im Studiengang das Was: Fachwissen untermauert die Kommunikationskompetenz.

- Wer die Fachrichtung Wirtschaft wählt, lernt, was Wirtschaftsdaten aussagen oder verschweigen und wie man sich selbst neues Wirtschaftswissen aneignet. Die Studierenden analysieren wirtschaftspolitische Probleme, wenden Methoden des Managements an und werten die Folgen von Managemententscheidungen. Sie wägen die Risiken von Märkten ab und nutzen Chancen an der Börse.

- Wer die Fachrichtung Technik wählt, lernt, wie die Welt heute neu erfunden wird und wie man sich morgen selbst neues Technikwissen aneignet. Die Studierenden erklären Alltagstechnik, durchschauen Bau- und Verkehrsprojekte und verbinden Produktivität mit Ökologie. Sie gehen Reizthemen wie Gentechnologie oder Computerisierung mit Gelassenheit und Fakten an.

**Sozialkompetenz als Achse**  
Die Jahresthemen

Die Achse des Studiums bildet das, was Medienleute und Kommunikatoren immer und überall brauchen können ... besonders aber dann, wenn sich ein Berufsfeld rasch entwickelt. Mit den Kernkompetenzen «Lernen», «Projektieren» und «Vernetzen» bringen sie sich selbst weiter und entwickeln ihre Arbeitsmarktfähigkeit – verstanden als die Fähigkeit, am Arbeitsmarkt einzubringen, was ihnen wichtig ist.

Im ersten Studienjahr eignen sich die Studierenden Lern- und Arbeitstechniken an. Dies geschieht zuerst in der Werkstatt «Tools». Die Lern- und Arbeitstechniken nützen dann etwa beim Vorbereiten der Vordiplomprüfung am Ende dieses Jahres.



Im zweiten Studienjahr erarbeiten sie Techniken, mit denen sie Projekte planen, durchführen und auswerten. Dies geschieht zuerst in der Werkstatt «Auftritt». Die Techniken des Projektmanagements nützen dann etwa in den Praktika am Ende dieses Jahres.

Im dritten Studienjahr entwickeln sie Techniken, um Kontakt zu knüpfen und Beziehungen zu pflegen. Dies geschieht zuerst in der Werkstatt «Players». Die Techniken des Networkings, des Teammanagements und der Laufbahnplanung nützen dann etwa bei der Stellenbewerbung am Ende dieses Jahres.

### Lernen im Team und im Netz

#### Die Semesterformen

Wer mit andern zusammen lernt, lernt leichter. Deshalb gibts trotz Telekommunikation Lerngruppen, Werkstätten, Schulen, wo man sich trifft. Telelearning dagegen macht unabhängig in Raum und Zeit und wird zum griffigen Werkzeug lebenslangen Lernens. Deshalb nutzt der Studiengang beide Reper-toires.

In den Wintersemestern arbeiten die Studierenden zusammen mit den Trainern und Dozentinnen in Coachings, Gruppen, Tutorien, Plenarien – sie sind 30 Stunden in der Woche da und profitieren von der professionellen Moderation, vom direkten Gespräch und von der Zusammenarbeit mit andern.

In den Sommersemestern nutzt die Medienhochschule in einzelnen Fächern Telelearning, das Lernen übers Internet und mit CD-ROM. Trifft man sich dann in Werkstätten, Seminaren und Vorlesungen, sind alle bereits vorbereitet für die Diskussion.

### Praxis auf allen Kanälen

#### Die Werkstätten

In den Werkstätten arbeiten die Studierenden einen bis zwei Tage konzentriert an einem Thema, 17 mal pro Semester. Jede Woche fertigen sie in kleinen Gruppen ein Werkstück; sie lernen zusammen mit Praktikern beim Tun.

In der Werkstatt «Tools» nutzen die Studierenden Medientechnik, von der Suchmaschine bis zum Videoschnittplatz. Dabei eignen sie sich Strategien zum Lernen und Arbeiten im Netz und in Gruppen an – sie lernen, wie sie sich später am Arbeitsplatz neue Denkwerkzeuge selbst erschliessen können. Und weil sie sich in Tutorials immer wieder neu gruppieren, kennen sie bald alle Kolleginnen und Kollegen und das Leitungsteam. – Die Werkstatt «Tools» prägt das erste Semester. Sie verbindet die Fächer Medientechnik, Webpublishing, Arbeitstechnik und Lerntechnik.

In der Werkstatt «Storytelling» erzählen die Studierenden Geschichten mediengerecht. Sie setzen Themen um für Online, Presse, Radio und TV. Dabei beziehen sie Stellung und nehmen Perspektive ein: journalistisch oder im Auftrag der Unternehmenskommunikation. – Die Werkstatt «Storytelling» prägt das zweite Semester. Sie verbindet die Fächer Recherchieren und Redigieren I, Darstellungsformen, Computergestützte Text-Reproduktion, Cross-Media-Dramaturgie I, Dramaturgie der PR.

In der Werkstatt «Standup» üben die Studierenden den Auftritt in der Öffentlichkeit: als Journalistin oder im PR-Auftrag. Sie führen und moderieren Gespräche vor Publikum, Mikrofon und Kamera. Und

*Praxis und Reflexion in einem Studiengang vereinen und innovativ unterrichten: Das ist das Ziel des Lehrgangs «Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation» an der ZHW. Wen spricht diese neue Ausbildung an? Welche Aussichten haben Absolventen? Fünf Studierende über ihre Motivation und ihre Erwartungen. Die Porträts – sowohl Text wie Bild – stammen von Jürg Rüttimann und wurden für das Winterthurer Stadtblatt verfasst (Stadtblatt Nr. 43, 26.10.00, S. 18f)*



## Beatrix Benz

Eigentlich hatte sich Beatrix Benz an der ZHW im Departement Chemie eingeschrieben. Nach einer Lehre als Biologielaborantin, rund zehn Jahren Berufserfahrung und der erfolgreichen Absolvierung der Matura an einer Abend-schule wäre das naheliegend gewesen. Ummatrikuliert in den Lehrgang «Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation» hat sie sich vor nur gerade zwei Wochen. Anstatt mit Biotechnologie befasst sie sich nun mit Kommunikation und Journalismus. Überhaupt nicht das-selbe, für Benz aber trotzdem sehr nahe-liegend. «Ich habe mich schon immer für Journalismus interessiert», begründet sie ihren kurzfristigen Entschluss. In den letzten Jahren, in denen sie in der Hirn-forschung gearbeitet hat, hat sie zudem immer wieder gemerkt, welche Rolle gute Öffentlichkeitsarbeit spielt. Am Tag der

offenen Tür in den Forschungslabors sei das Bedürfnis der Öffentlichkeit nach In-formation immens gross gewesen. «Ich finde es wichtig, dass Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler ihre Arbeit der Bevölkerung erklären.» Sie erinnert sich an spannende und intensive Begegnun-gen, als sie den Besucherinnen und Be-suchern ihre Tätigkeit im Labor näher bringen musste. Und Benz erinnert sich auch an kritische Fragen, die es zu be-antworten gab. In Zukunft, das heisst nach der Ausbildung, könnte sich Benz gut vorstellen, als Zeitungsjournalistin auf einer Wissenschaftsredaktion zu ar-beiten. «Viele Artikel, die heutzutage für Zeitungen zu wissenschaftlichen Themen verfasst werden, sind mir zu wenig kri-tisch», meint sie. Durch ihr Fachwissen könnte das bei ihren Artikeln anders sein, hofft die 29-Jährige. Einen positiven Ein-

druck hat Beatrix Benz von der ZHW: Ob-wohl sie sich sehr kurzfristig umentschie-den habe, habe alles Organisatorische gut geklappt. «Ich habe die ZHW als sehr kooperative Institution erlebt», fasst Benz ihre Erfahrungen zusammen. Von der Ausbildung, die sie nun begonnen hat, verspricht sie sich viel. «Ich denke, dieser Lehrgang ist der ideale Weg, das journalistische Handwerk fundiert zu er-lernen.» Benz glaubt, dass die breite Aus-richtung des Studiums – die Studieren-den sollen mit ihm das Rüstzeug auch für eine ganze Palette von Neuen Medien er-halten – dazu führt, dass gewisse The-men nur kurz berührt werden können. Sie sieht darin aber kein Problem. Der Arbeit bei Printmedien werde im Studiengang nämlich eine sehr hohe Bedeutung zuge-messen, glaubt sie. Und das komme ihr sehr entgegen.

sie befragen Experten so, dass die nötige Information und deren Subjektivität zum Ausdruck kommen. – Die Werkstatt «Standup» prägt das dritte Semester. Sie verbindet die Fächer Projektmanagement, Auftritt vor Publikum und Kamera, Integrierte Kommunikation I, Recherchieren und Redigieren II.

In der Werkstatt «Trainee» führen die Studierenden Publikationsprojekte durch, an zwei Praktikumsplätzen in Journalismus und Unternehmenskommunikation. Das Kurzpraktikum dauert zwanzig Arbeitstage, das Hauptpraktikum umfasst zwei bis drei Monate Produktion, an einem anderen Arbeitsplatz als das Kurzpraktikum. In beiden Praktika begleitet die ZHW die Projekte. – Die Werkstatt «Trainee» prägt das vierte Semester. Sie besteht aus den beiden Praktika und der Begleitung und Betreuung durch die Medienhochschule der ZHW.

In der Werkstatt «Players» lernen die Studierenden die Keyplayers kennen – Akteure und Institutionen in Journalismus, Öffentlichkeitsarbeit, Wirtschaft und Politik. In Besuchen und Gesprächen erkennen sie, wie die Leitstellen der Kommunikation aufgebaut sind und funktionieren. Dieses Wissen

nutzen sie, um Beziehungen zu knüpfen und zu pflegen: um sich in der Kommunikationswelt zu vernetzen. – Die Werkstatt «Players» prägt das fünfte Semester. Sie verbindet die Fächer Laufbahnplanung, Teammanagement, Networking, Redaktionelle Ressorts, Medien und Institutionen, Medien und Märkte.

In der Werkstatt «Impact», im Finale der Werkstätten, bündeln die Studierenden Ideen, kontrollieren Kommunikationsflüsse und setzen Botschaften. Sie erzielen Wirkung am Markt, mit integrierter Kommunikation cross media. Und sie durchschauen diese Strategien und Techniken im Interesse des grössten Netzwerks: der Öffentlichkeit. – Die Werkstatt «Impact» prägt das sechste Semester. Sie verbindet die Fächer Cross-Media-Dramaturgie II, Integrierte Kommunikation II, Informationsmanagement.

### Rhythmus beim Lernen und Arbeiten

#### Die Lehr- und Lernorte

Der dreijährige Studiengang verzahnt Praxis und Reflexion. Werkstätten, Stages und Praktika wechseln ab mit Seminaren, Vorlesungen, Coachings und Telelearning. Die Fächer kommunizieren untereinander und bilden ein offenes, stimmiges Ganzes.



Jahr 1			Jahr 2			Jahr 3		
Kalender	Semester	Thema	Kalender	Semester	Thema	Kalender	Semester	Thema
2000.43	WS.01	Standup	2001.43	WS.01	Standup	2002.43	WS.01	Standup
44	2		44	2		44	2	
45	3		45	3		45	3	
46	4		46	4		46	4	
47	5		47	5		47	5	
48	6		48	6		48	6	
49	7		49	7		49	7	
50	8		50	8		50	8	
51	9		51	9		51	9	
52			52			52		
2001.01	SS.01	Standup	2002.01	SS.01	Standup	2003.01	SS.01	Standup
2	10		2	10		2	10	
3	11		3	11		3	11	
4	12		4	12		4	12	
5	13		5	13		5	13	
6	14		6	14		6	14	
7	15		7	15		7	15	
8	16		8	16		8	16	
9	17		9	17		9	17	
10			10			10		
11	SS.01	Standup	11	SS.01	Standup	11	SS.01	Standup
12	2		12	2		12	2	
13	3		13	3		13	3	
14	4		14	4		14	4	
15	5		15	5		15	5	
16		Online-Stage	16		Online-Stage	16		Online-Stage
17			17			17		
18	6		18	6		18	6	
19	7		19	7		19	7	
20	8		20	8		20	8	
21	9		21	9		21	9	
22	10		22	10		22	10	
23	11		23	11		23	11	
24	12		24	12		24	12	
25	13		25	13		25	13	
26	14		26	14		26	14	
27	15		27	15		27	15	
28	16		28	16		28	16	
29	17		29	17		29	17	
30			30			30		
31			31		TV-Stage	31		
32			32			32		
33			33			33		
34			34			34		
35			35			35		
36			36			36		
37		Vorübungen	37			37		
38			38			38		
39		Radio-Stage	39			39		
40			40			40		
41			41			41		
42			42			42		Diplom

## Online, Radio, TV und Print am Tatort Die Stages

In den vier Stages arbeiten die Studierenden in Produktionsteams am Tatort. Jeder Stage dauert zwei Wochen, was in der Praxis bedeuten kann: hundert Stunden. Am Ende des Stages stehen fertig produzierte Beiträge – plus Praxiserfahrung aus gemeinsamen Krisen. Stages gibts für alle Kanäle, für Online, Audio/Radio, Video/TV und Presse.

Im Online-Stage entwickeln die Studierenden ein Online-Magazin für die ZHW, das sie künftig redaktionell betreuen. Gruppen von 10 Studierenden arbeiten parallel während zwei Wochen.

Im Radio-Stage produzieren sie in den Studios des Schweizer Radios DRS fertige Beiträge. Dabei er-

kennen sie ihr Potential in Stimme, Moderation und Beitragsmachen. Gruppen von 15 Studierenden arbeiten gestaffelt während je zwei Wochen.

Im TV-Stage produzieren sie in den Studios des Schweizer Fernsehens DRS ein Nachrichtenmagazin, von der Konzeption über den Dreh und den digitalen Schnitt bis zur Moderation. Gruppen von 15 Studierenden arbeiten gestaffelt während je zwei Wochen.

Im Print-Stage produzieren sie zum Beispiel in einer Zeitungsredaktion fertige Seiten oder eine Beilage, vom Titel bis zum Seitenumbruch. Gruppen von 10 Studierenden arbeiten parallel während zwei Wochen.



### Beatrice Brenner

Im Schnitt zehn Jahre älter als die Mehrheit der Studierenden ist die 34-jährige Beatrice Brenner. Sie hat an der Universität Zürich ein Wirtschaftsstudium abgeschlossen und arbeitet seit rund fünf Jahren bei den SBB. Vor drei Jahren ist sie dann – «mehr durch Zufall» – in den Kommunikationsbereich gerutscht und ist nun verantwortlich für die Gesamtkommunikation der Division Infrastruktur, einer der drei grossen Teilbereiche der SBB. Brenner erinnert sich daran, wie es ihr ergangen ist, als sie durch einen neuen Job plötzlich Kommunikationsverantwortliche für die damals noch existierende Kreisdirektion Zürich geworden ist: «Es war ein Sprung ins kalte Wasser.» Durch externe Hilfe und Weiterbildungskurse hat sie sich das nötige Rüstzeug einer Kommunikatorin geholt. Trotzdem war es für sie immer klar, dass sie sich im Kommunikationsfach noch weiter professionalisieren will. Sie habe etwa ein Nachdiplomstudium am Medien-

ausbildungszentrum in Luzern in Betracht gezogen, dieses Vorhaben aber wegen der langen Wartezeit und der Unmöglichkeit, die Ausbildung berufsbegleitend zu machen, wieder aufgegeben. An der ZHW hat Brenner nun mit dem Studium begonnen, arbeitet daneben aber noch zu 40 Prozent bei den SBB. Dass dies bei einem Lehrgang, der im Prinzip nicht berufsbegleitend absolviert werden kann, möglich ist, ist auf eine Ausnahmeregelung seitens der ZHW zurückzuführen. Weil sie bereits ein abgeschlossenes Wirtschaftsstudium hinter sich hat, ist sie von allen Ökonomiefächern dispensiert worden.

Trotz des Stresses, der durch die Doppelbelastung auf sie zukommen wird, sieht Brenner durch ihren Teilzeitjob einen ganz klaren Vorteil: Sie will das Erlernte gleich in der Praxis ausprobieren. Auch die Tatsache, dass sie an einem Pilotlehrgang teilnimmt, sieht die SBB-Kommunikatorin als Reiz und nicht als

Risiko. Sie denkt, dass sie durch ihre Erfahrungen den Lehrgang mitbeeinflussen kann und damit auch den übrigen Studierenden gedient ist. Dass sie im Unterricht unterfordert wird, hofft Brenner nicht: Dank Ausländerfahrungen wird sie den Fremdsprachenunterricht in einer Klasse mit hohem Niveau besuchen und dort auch international anerkannte Abschlüsse wie etwa das Proficiency ablegen können. Und die Arbeit an gewissen modernen Medien oder Medientheorie sind zum Teil auch für Brenner Neuland. Allerdings gibt's noch etwas, was die bereits im Berufsleben stehende Frau herausfordert: Um Arbeit und Studium unter einem Hut bringen zu können, werde sie wohl sehr viel Eigendisziplin aufwenden müssen und an ihrer Arbeitsstelle auch lernen, vermehrt Nein zu sagen.

## Künftige Arbeitsplätze kennen lernen

### Die Praktika

In den Praktika führen die Studierenden Projekte durch, an Arbeitsplätzen in Journalismus und Unternehmenskommunikation. Dabei arbeiten sie selbständig, aber begleitet durch die Studienleitung. Die ZHW bietet Unterstützung bei der Suche nach Praktikumsplätzen; für eine erfolgreiche Bewerbung sind aber letztlich die Studierenden selbst verantwortlich. Damit alle die Perspektive zwischen Journalismus und Unternehmenskommunikation wechseln können, absolvieren sie ein Kurz- und ein Hauptpraktikum.

Im Kurzpraktikum arbeiten die Trainees an einem Arbeitsplatz in Journalismus oder Unternehmenskommunikation. Die ZHW begleitet ihre Projekte. Dafür stehen zwei mal zwei ganze Wochen offen plus der Mittwoch und der Donnerstag während des ganzen vierten Semesters.

Im Hauptpraktikum arbeiten die Trainees in Unternehmenskommunikation oder Journalismus – an einem anderen Arbeitsplatz als im Kurzpraktikum. Die ZHW begleitet ihre Projekte. Das Hauptpraktikum umfasst acht bis zehn Wochen.

Plätze für Kurz- und Hauptpraktika sind schon heute vorgemerkt bei Redaktionen und Unternehmen in New York, London, Zürich, Winterthur ...



## Willi Federer

Die Ausbildung am Technikum in Buchs SG abgebrochen hat Willi Federer. <Ich wollte die 08-15-Laufbahn eines Maschinzeichners nicht mehr weiterführen.> Er glaubt, dass die Vielseitigkeit des neuen Lehrgangs seinem Gusto, sprich seinem breit gefächerten Interessenspektrum, besser entspricht. <Finanziell aber kommt diese Ausbildung für mich einem Selbstmordkommando gleich.> Dies deshalb, weil er nicht mehr kostengünstig bei seinen Eltern leben kann und er während den drei Schuljahren von Erspartem und einem zurückzahlenden Studentendarlehen leben muss. <Ich will die Ausbildung machen, also muss ich auch dafür bluten.> Federer sieht die finanzielle Situation aber auch als Druckmittel für sich selbst, um wirklich das Beste für sich und seine berufliche Laufbahn aus dem Lehrgang herauszuholen. Der 23-jährige Rheintaler ist

selbstkritisch und meint, er bringe kein ausserordentlich grosses Kommunikations-talent mit. Als Journalist tätig zu sein, kann er sich aber vorstellen, hat er doch bisweilen auch schon als freier Mitarbeiter für's <St.Galler Tagblatt> gearbeitet. Wenn Federer aber ganz frei wählen könnte, wohin ihn sein berufliches Schicksal treibt, dann gäbe es nur etwas: Imageberatung. Federer ist überzeugt davon, dass vielen, vor allem industriellen Firmen ein falsches Bild anhaftet. Um weiterhin Chancen auf dem Markt zu haben, brauche es Imagepflege, und genau darin sieht Federer seine grosse Herausforderung und erträumte Tätigkeit. <Unternehmen in der Schweiz brauchen ein gutes Image, sonst gehen sie trotz guter Qualität im Markt unter>, tut Federer seine Überzeugung kund. Seine Erwartungen an die Ausbildung sind hoch: Beispielsweise hofft er, dass die Schule stark

mit der Wirtschaft zusammenarbeite, sich an dieser orientiere und den Entwicklungen nicht hinterherhinke. Und er hofft auf innovative und kreative Dozenten, die ihn mitreissen können. Er weiss aber auch, dass sowohl Dozierende wie das Führungsteam des Pilotlehrgangs, auf Feedback angewiesen sind. <Meine Mama hat mir eine riesige 'Schnorre' gegeben, ich werde sie sicher auch brauchen>, bekennt sich Federer dazu, dass er zur Mitgestaltung des Studienganges und zur Diskussion darüber bereit ist.

## Medienmaschinen eins zu eins

### Die Technik

Die Medienshochschule der ZHW arbeitet mit Geist und Seele und mit konvergenter, vernetzter Medientechnik für alle Kanäle – und alle Produktionsstufen:

Für die Recherche stehen digitale Videokameras und Minidisc-Geräte bereit. Zum Schreiben und für Internet-Recherchen arbeiten die Studierenden am eigenen Laptop, Mac oder Windows. Diesen Laptop verbinden sie an Ihrem Arbeitsplatz in der Medienshochschule über Ethernet mit dem Intra- und dem Internet. Spätestens jetzt haben alle Ihre eigene Adresse im Netz. Beim Einrichten hilft der Haus-techniker.

Mit 20 iMacs schneiden die Studierenden in den Werkstätten Text, Ton und Bild. Die Programme dazu lernen sie in der Werkstatt «Tools» kennen und nutzen. Für die Produktion im Haus reicht also einfaches Werkzeug, es geht ums zügige Gestalten, nicht um technische Perfektion. Diese technische Perfektion ist dagegen Thema in vier Stages, an vier Tatorten in Radio, TV, Print und Online.

In jedem Arbeitsraum projiziert ein Tageslichtbeamer an die Wand, was die Studierenden von den Schnittplätzen oder Ihrem Laptop aus den Kolleginnen und Kollegen vorführen wollen. Eine Audio- und Video-Anlage vermittelt Ton und Bild ab MiniDV, VHS, SuperVHS, DVD, Musicassette, MiniDisc und CD. Und in der Cafeteria tanken alle für die Präsenz auf dem wichtigsten Kanal: ihrer Ausstrahlung.



## Claudia Kordes

*Eine grosse Erwartung hat die Deutsche Claudia Kordes: Sie erhofft sich nämlich, dass der Pilotlehrgang all dies bringen wird, was im Vorfeld von den Promotoren versprochen wurde. Sie ist zuversichtlich. «Ich spüre ein riesiges Engagement der Verantwortlichen», lobt sie das Team, das die Studienrichtung «Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation» in nur eineinhalb Jahren Wirklichkeit hat werden lassen. Kordes ist sich sehr bewusst, dass bei einem Pilotprojekt nie ganz sicher ist, worauf es hinausläuft und dass es oft auch ein gewisses Risiko in sich birgt. «Wäre ich in Hamburg geblieben und hätte dort eine Journalistenschule besucht, hätte ich gewusst, was ich bekomme», sagt die 26-Jährige und denkt dabei zum Beispiel an die renommierte Schule des Springer-Verlags: «Ich hätte gewusst, was ich bekomme, es wäre aber nicht das Richtige gewesen.» Das Richtige hat sie nun offenbar an der Zürcher Hochschule Winterthur gefunden. Claudia Kordes ist aber*

*nicht deswegen in die Schweiz gekommen: Sie ist zu ihrem Schweizer Freund gezogen, hat dann an verschiedenen Orten gearbeitet und schliesslich bei der Suche nach einer geeigneten Ausbildungsmöglichkeit die ZHW gefunden. Und sie glaubt gar, begründen zu können, weshalb gerade in der Schweiz eine solche neue Ausbildungsmöglichkeit entsteht, die die verschiedenen Fachrichtungen miteinander verknüpft: «In der Schweiz ist im Gegensatz zu Deutschland noch viel mehr Innovation gefragt, um in Europa bestehen zu können.»*

*Was sie in ihrer Zukunft machen will, weiss Claudia Kordes, die nach dem Abitur eine kaufmännische Berufsausbildung absolviert und danach noch Gärtnerin gelernt hat: Sie will als Journalistin oder als Kommunikatorin in der Gartenbaubranche aktiv werden. «Für mich war schon immer klar, dass ich fachbezogen schreiben will. Denn ich denke, die Journalistin oder der Journalist soll etwas davon vertehen, worüber er schreibt.» Kor-*

*des stellt in der Branche auch ein grosses Bedürfnis für moderne Kommunikationsformen fest. «Da muss man unbedingt etwas machen», sagt sie und markiert damit selbst ihr Betätigungsfeld der Zukunft. Dass Kordes nun bei der ZHW eingestiegen ist, hat noch weitere Gründe: Sie wollte schon immer etwas über die normale Berufsbildung hinaus machen, wusste aber schon früh, dass eine Universität nichts für sie ist. «Ich mache gerne etwas, wo ich nachher ein Ergebnis sehe», erklärt sie ihren Hang zur Praxis. Und so war klar, dass für sie nur eine Fachhochschule in Frage kommt.*

## Das Wissen selbst generieren

### Die Forschung und Entwicklung

Gute Tipps, Techniken und Strategien für die Praxis kommen aus der Praxis – und aus empirischer Forschung. Erst die unvoreingenommene Messung stellt den selbstgefälligen Irrtum bloss. Deshalb engagiert sich die Medienhochschule der ZHW von Anfang an in Projekten angewandter Forschung und Entwicklung:

- Mobilfunkrisiko und Medienberichterstattung
- Textoptimierung in der Online-Redaktion
- Personalentwicklung für Medienleute
- Strategien beruflichen Schreibens
- Musterlernen in der Mediengeschichte
- Geschichte der Werbung
- Fachpresseprofil
- PR für Nonprofits

Die Projekte durchlaufen zur Zeit Bewilligungsverfahren. Präzisere Informationen folgen.

## Erfahrung in der Arbeitswelt gehört dazu

### Die Aufnahmebedingungen

Zum Studium zugelassen ist, wer einen der folgenden Schulabschlüsse besitzt: eine Berufsmatura kaufmännischer oder technischer Richtung, einen Diplom-Mittelschul-Abschluss, ein eidgenössisch anerkanntes Handelsdiplom nach dreijähriger Ausbildung – oder eine gymnasiale Matura mit einem Jahr Berufspraxis.

Auch aufgenommen werden kann, wer nach einer anderen Ausbildung gleichwertige schulische und berufliche Kenntnisse vorweist. Nur mit diesem Rüstzeug folgen die Studierenden dem medientypisch zügigen Tempo des Studiums und bewältigen die Vordiplomprüfung nach dem ersten Jahr.



## Martin Läderach

*Kaum Erfahrungen im Journalismus hat der 23-jährige Martin Läderach aus Frauenfeld. Dafür hatte er während rund eineinhalb Jahren, als er bei einer Internetfirma arbeitete, oft Kontakt mit Kundinnen und Kunden. Dass sich ohne gute Kommunikation das beste Produkt nicht verkaufen lässt, ist ihm da klar geworden. Seine Zukunft sieht er im Bereich Public Relations und Werbung. Vorerst warten aber noch drei Jahre an der ZHW auf den Thurgauer, der die Fachhochschule bereits bestens kennt. Vor einem Jahr hat er nämlich in Winterthur ein Wirtschaftsstudium an der HWV – wie die ZHW von vielen Studierenden dieser Fachrichtung weiterhin genannt wird – begonnen. «Der Unterricht in der HWV kommt sehr trocken daher und konzentriert sich zu stark auf Betriebswirt-*

*schaft», begründet Läderach seinen Wechsel innerhalb der grössten Fachhochschule der Schweiz. Wäre der Lehrgang «Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation» bereits vor einem Jahr angeboten worden, hätte er sich schon damals dafür entschieden. Schliesslich baut die neue Ausbildung stärker auf die Praxis auf. Und das ist genau das, was Läderach sucht. Er freut sich denn auch sehr stark auf den Werkstattunterricht. Rund einen Tag in der Woche werden er und seine Mitstudierenden sich in Gruppen und sehr praxisnah – beispielsweise an einem Videoschnittplatz – Wissen und Fähigkeiten aneignen. «Learning by doing» entspricht meiner Person viel mehr als ständiges Zuhören.» Wie sehr seine eben begonnene Ausbildung in die Tiefe gehen wird, ist*

*Läderach mehr oder minder egal. Für ihn ist ohnehin klar, dass der Lehrgang nebst dem einem breiten Grundwissen über Kommunikation und Medienschaffen vor allem eine Art Standortbestimmung ist: «Dadurch, dass ich mit den verschiedensten Medien und Fachgebieten in Kontakt kommen werde, wird es mir einfacher fallen zu sagen, in welche Richtung ich mich beruflich weiterentwickeln möchte.»*

## Offene Türen

### Die Arbeitsplätze

Absolventinnen und Absolventen der Medienhochschule werden nicht lange suchen; wer solides Fachwissen mitbringt und kommunizieren kann, ist am Markt gefragt. Sie sind überdies darauf vorbereitet, laufend weiterzulernen und die Stelle und die Perspektive zu wechseln – was in der Kommunikationsbranche immer wichtiger wird.

Aber auch der Rahmen stimmt: Das eidgenössisch anerkannte FH-Diplom öffnet Türen beim Einsteigen, beim Umsteigen, beim Aufsteigen. Das werden die diplomierten Kommunikatorinnen und Journalisten spüren, überall in der Schweiz und dar-

über hinaus: In unseren Nachbarländern sind Hochschul-Abschlüsse zunehmend Standard für Kommunikationsberufe.

Wertvolle Kontakte knüpfen können die Studierenden übrigens schon während der beiden Praktika, in Medienredaktionen und an Arbeitsplätzen in der Unternehmenskommunikation. Wir begleiten sie und ihre Praxisprojekte, auch in London oder New York. Ihre Arbeitsmarkt-Fähigkeit ist unser Erfolg.



### Leichter denken

von Daniel Perrin

Eben war ich in Taiwan und Vancouver zugleich. In Taiwan bei Ursula, die meine Texte roh übersetzt, und in Vancouver bei Heather, die Ursulas Übersetzungen poliert. Aus Marfurt schickt Arne ein Buchkapitel, und Luuk in Antwerpen fragt, wie es mir geht. E-Mails! Geschäftspartner und Freunde irgendwo in der Welt treffe ich am Laptop, wo immer sie sind – und wo immer ich bin: im Büro, im Zug, am See.

Fünzig E-Mails im Tag sind aber nicht alles, was über technische Kanäle in mein Bewusstsein drängt. Radio, Fernsehen und Presse liefern immer schnellere, präzisere, umfassendere Information und immer mehr Müll dazu. Meine Informations-Treuhänder, zum Beispiel der «Tages-Anzeiger», das «Echo der Zeit» oder die NZZ, filtern für mich die Flut der Informationen. Wahrnehmen will ich ja nicht alles, sondern nur das, was mir bei meinen privaten, beruflichen und politischen Entscheiden hilft. Mehr und mehr erreicht mich auch diese Information nicht auf Papier im Briefkasten oder am Kiosk, sondern irgendwo, online, am Computer. Und da gehört sie auch hin.

Mein Computer, drei Zentimeter flach und zwei Kilogramm schwer, ist nicht nur Radio, Fernseher, Kiosk, Briefkasten, Bankhalter, Anrufbeantworter, Fotoalbum, Videoschnittplatz, Filmprojektor, Terminplaner und Notizblock, er ist auch mein erweitertes Gedächtnis. Was ich an Gedanken festhalte, zieht hier seine Spur. Von Archivschränken und Aktenstapeln habe ich mich verabschiedet, leichten Herzens. Aus Papier falze ich Flieger mit meinem Sohn, und aufs Papier schreibe ich Küsse für meine Frau. Der Rest sind Bytes. Wenn ich irgendwas nachschauen will, sei es im Büro, im Zug oder am See: Ich finde es immer, auf der Harddisk und mit Bookmarks oder google.com im Netz. Ist genug gearbeitet, klappe ich den Deckel zu. Büro geschlossen, der Computer offline im Ruhezustand, ich auch.

Loslassen im Ruhezustand: Je mobiler, umspannender und allgegenwärtiger die Kommunikation; je konvergenter, gebündelter die Medien; je downloadabler, gepixelter und verbrowserter die Welt – desto wichtiger werden mir die Ruheinseln. Ruhe vor dem Datenstrom, Ruhe vor Wörtern und Icons und Telezüri.

Dann hat mich die Schwerkraft wieder, die Welt wird weit, und riecht: im Büro, im Zug – und, endlich, am See.

Guten Ruhezustand immer wieder, das wünsche ich Ihnen!

# *Übersetzen, Dolmetschen, Fachjournalismus, Unternehmens- kommunikation: der Umgang mit Botschaften von jenseits*

## *der Grenze*

von Urs Willi



*Was hat das Departement Angewandte Linguistik und Kulturwissenschaften dazu bewogen, einen neuen Studiengang in Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation anzubieten, den es bisher in der Schweiz auf Hochschulstufe nicht gab? Urs Willi, der Departementsleiter, geht auf Gemeinsamkeiten in der Ausbildung von Übersetzerinnen, Dolmetschern und Fachjournalistinnen, Unternehmenskommunikatoren ein.*

Am 23. Oktober 2000 haben an der ZHW rund 60 Studierende ein Studium aufgenommen, das es bisher in der Schweiz nicht gab. Der neue Studiengang «Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation» erschliesst ein Berufsfeld, für das in unserem Land bisher keine spezifische Ausbildung auf Hochschulstufe angeboten wurde. Dabei sind sich Kennerinnen und Kenner der Szene schon lange einig: Gut



ausgebildete Medienfachleute mit Sach- und Vermittlungskompetenz sind seltene Vögel. Nicht nur die Medien, auch Unternehmen und Behörden brauchen zunehmend KommunikatorInnen, die komplexe Sachverhalte so vermitteln können, dass sie von den Adressatinnen und Adressaten verstanden werden – ohne dass die korrekte Darstellung auf der Strecke bleibt, versteht sich. Wer solches kann, ist auf dem Arbeitsmarkt gefragt – und nimmt in einer immer stärker «verwissenschaftlichten» Welt eine zunehmend wichtige gesellschaftliche Aufgabe wahr.

Was hat uns, das Departement Angewandte Linguistik und Kulturwissenschaften der ZHW, dazu bewegt, eine Lücke im helvetischen Bildungssystem zu füllen, die zwar allseits beklagt wird, ohne dass aber bisher etwas dagegen unternommen wurde? Und was hat die Ausbildung von Medienfachleuten mit unserem Kerngeschäft, der Ausbildung von Übersetzerinnen und Dolmetschern, zu tun?

Dass es sinnvoll sein könnte, die Ausbildung von Sprachmittlern und von Medienfachleuten unter einem Dach zu vereinen, ist keine neue oder besonders originelle Erkenntnis. Die Berufsfelder haben, bei allen Unterschieden, viel miteinander zu tun. Das beweist schon der Umstand, dass immer wieder Absolventinnen oder Absolventen der Dolmetscherschule nach dem Übersetzerdiplom zu den Medien hinüberwechseln und bei Zeitungen, in Radio und Fernsehen, in der Unternehmenskommunikation tätig

werden. Es überrascht deshalb auch nicht, dass verschiedene Ausbildungsstätten im Ausland beide Ausbildungsstränge kombiniert anbieten.

Doch nicht nur die Berufsfelder sind verwandt: Sowohl Sprachmittler wie Medienfachleute brauchen, um ihr Handwerk erfolgreich auszuüben, die gleichen grundlegenden Eigenschaften: Eine wache Intelligenz, gepaart mit einer tüchtigen Portion Neugier auf alles, was dem Übersetzer, der Fachjournalistin, der Dolmetscherin, dem Unternehmenskommunikator im Berufsleben begegnen kann – nicht als beiläufige Akzidenzien, versteht sich, sondern als Bestandteil der beruflichen Aufgabe. Wer nicht bereit ist, Augen und Ohren ein ganzes Berufsleben lang sperrangelweit offen zu halten, der wird die ganze Breite der Aufgaben kaum bewältigen können. Natürlich kann die Hochschule eine solche Disposition nicht erzeugen, aber doch unterstützen und verstärken.

Die Offenheit für alles Unbekannte und Neue manifestiert sich unter anderem in einer überdurchschnittlichen Allgemeinbildung, die nicht nur den klassischen Bildungskanon umfasst, sondern die darüber hinaus, mindestens gleichwertig, auch die Bereiche der Wirtschaft und der Technik einschliesst und generell mit einem breiten Alltagswissen einhergeht. Für die Ausbildung der Studierenden in diesen Studiengängen ist damit ein besonderes Problem verbunden. Allgemeinbildung ist hier nicht ein «nice to have»-Element, sondern gehört zum Kern der zu

vermittelnden Kompetenzen. Allerdings kann es sich an der Fachhochschule nicht um den Aufbau einer Allgemeinbildung ab dem Punkt Null handeln, sondern um den Ausbau, die Verbreiterung eines bereits vorhandenen Fundaments. Das aber kann nach unseren Erfahrungen weder bei AbsolventInnen des (deutsch)schweizerischen Gymnasiums und naturgemäss noch weniger bei Berufsmaturandinnen und -maturanden als gegeben vorausgesetzt werden. Deshalb enthält die Aufnahmeprüfung für den Studiengang Übersetzen seit einigen Jahren auch einige Fragen, mit denen diese Art von Wissen geprüft wird. Im Studiengang Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation ist eine Aufnahmeprüfung bisher nicht vorgesehen. Die Zukunft wird zeigen, ob dies auf längere Sicht so bleiben kann.

Die zentrale Gemeinsamkeit beider Berufsfelder ist natürlich die Fähigkeit, sich sprachlich angemessen auszudrücken. Auch hier gilt, dass das Hochschulstudium auf soliden Vorkenntnissen aufbauen muss, denn in drei oder vier Studienjahren lassen sich fehlende Grundlagen nicht beliebig aufarbeiten. Und auch hier liegen die sprachlichen Kenntnisse und Fertigkeiten bei den AbsolventInnen der Sekundarstufe II nicht dort, wo sie für die Aufnahme eines sprachlich-kommunikativ orientierten Hochschulstudiums liegen sollten: Die Bestehensquote für Maturandinnen und Maturanden liegt bei den Aufnahmeprüfungen der künftigen ÜbersetzerInnen im langjährigen Mittel bei etwa 60%. InhaberInnen einer gymnasialen Matura, die sich für ein Übersetzerstudium einschreiben wollen, haben also eine Chance von rund 40%, dass sie die Aufnahmeprüfung nicht bestehen, weil sie eine der drei Studiensprachen, die sie belegen wollen, noch nicht genügend beherrschen. Wenn hier auch meistens die Fremdsprachen das Hauptproblem darstellen, ist es doch nicht selten eine zu schwache Muttersprachenkompetenz, welche die KandidatInnen scheitern lässt. Dies gilt in verstärktem Masse auch für das Vordiplom nach dem ersten Studienjahr.

Bisher bestand die Möglichkeit, Lücken in der Sprachkompetenz und in der Allgemeinbildung in einem einjährigen Vorbereitungskurs vor dem eigentlichen Studium zu beheben, ähnlich den Vorbereitungskursen oder Zulassungsstudien, wie sie auch an anderen Fachhochschulen bislang üblich waren. Im Zuge der Bildungsreformen der letzten Jahre sind diese Angebote allenthalben unter (Spar-) Druck geraten, auch bei uns, so dass im Moment nicht klar ist, ob und für wen Vorbereitungskurse auch in Zukunft angeboten werden – eine politische Entscheidung, über die zur Zeit in der Bildungsdirektion nachgedacht wird. Sicher ist, dass der Anteil an BerufsmaturandInnen in unseren sprachlich-kommunikativen Fachhochschulstudiengängen in Zukunft grösser wird, ohne dass für diesen Bereich eine eigentliche Vorbereitung auf Sekundarstufe II angeboten würde. Berufsmaturitäten existieren bislang lediglich für den kaufmännischen, technischen, gewerblichen und musischen Bereich. Angesichts dieser Umstände ist der Wunsch nach Fortführung eines staatlich unterstützten Vorbereitungskurses sicher nicht unbillig – billiger und pädagogisch sinnvoller jedenfalls als eine Selektion der Studierenden beim ersten Vordiplom am Ende des Grundstudiums.

Was die Tätigkeit von Fachjournalisten und Sprachmittlern schliesslich am innigsten miteinander verbindet, ist die «Kernkompetenz» dieser Berufe: die Fähigkeit, einen sprachlich kodierten Sachverhalt pragmatisch angemessen und unter möglichst geringer Veränderung des Inhalts so neu zu formulieren, dass er für ein Zielpublikum verständlich wird, das über den ursprünglichen Code nicht oder nur unvollständig verfügt. Es geht also, anders gesagt, darum, Botschaften aus einer Sprachform in eine andere zu transportieren, sie zu übersetzen. Die klassischen Sprachmittler, Übersetzer und Dolmetscher, tun dies über die Grenzen von Einzelsprachen hinweg (die ersteren schriftlich, die letzteren mündlich), FachjournalistInnen und Spezialisten für Unternehmenskommunikation überset-



zen innerhalb ein und derselben Sprache von einem sprachlichen Register in ein anderes. Natürlich gibt es gerade in diesem zentralen Bereich auch gewichtige Unterschiede zwischen der Arbeit von Übersetzenden und Fachjournalisten: So haben sich die einen peinlich genau an eine schriftliche Vorlage zu halten. Deshalb gehört zu den primären Anforderungen an eine Übersetzerin die Kenntnis unterschiedlichster Textsorten und ihrer Normen in den Einzelsprachen, wie auch der Unterschiede zwischen den Einzelsprachen, ebenso die Fähigkeit, Texte verschiedenster Sorten zu reproduzieren. Die Kenntnis eines Fachgebiets ist für Sprachmittler zwar wichtig, aber der Grad der Spezialisierung wird nie ein gewisses Mass überschreiten können. Der Beruf fordert genauso sehr eine generalistische Ausrichtung, und das Feld der Fachgebiete ist praktisch unbegrenzt. Der Übersetzer muss von möglichst vielen Dingen soviel wissen, dass er sich innerhalb vernünftiger Zeit soweit in ein Gebiet einarbeiten kann, dass eine korrekte Übersetzungsleistung möglich wird. FachjournalistInnen hingegen benötigen ein gründliches Fachwissen auf ihrem Spezialgebiet. Um über Wirtschaftsfragen oder technische Entwicklungen zu berichten, bedürfen die Medienfachleute nicht nur des Überblicks, sondern auch des tieferen Verständnisses der jeweiligen Fachgebiete. Deshalb ist der anzustrebende Grad der Spezialisierung hier höher als bei den Sprachmittlern. Entsprechend höher dotiert sind die Anteile der Fachausbildung in der Studententafel.

Für die Vermittlung des einschlägigen Fachwissens in Wirtschaft und Technik kann auf die entsprechenden Kompetenzen des wirtschaftlichen und technischen Bereichs der ZHW zurückgegriffen werden. Ein Gleiches gilt für die sprachlich-translatorischen und allgemeinbildenden Ausbildungsteile, für deren Vermittlung das Know-how ebenfalls im Hause zur Verfügung steht. Der Auf- und Ausbau des Bereichs Medienkompetenz schliesslich ist ein Gemeinschaftswerk von Dozierenden aus dem Hause zusammen mit den hervorragenden Fachleuten, die von ausserhalb zu uns gestossen sind. Sie haben ihr

Fachwissen, ihren wissenschaftlichen Hintergrund, ihre Berufserfahrung, ihr Beziehungsnetz mitgebracht, aber auch neue Ideen und andere Perspektiven.

Der Studiengang Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation ist die erste grosse pädagogische Innovation der Zürcher Hochschule Winterthur. Alle Bereiche der Hochschule sind an ihm beteiligt, er ist ein echtes Resultat der Fusion unserer drei Schulen, die hier gemeinsam etwas zu Wege gebracht haben, was sie alleine nicht geschafft hätten. Wer in den letzten Monaten hie und da vom Zweifel an der Sinnhaftigkeit bildungspolitischer Entwicklungen geplagt wurde, möge sich daran erinnern, dass uns die Zeiten des Wandels – neben vielem anderen – auch Chancen bescheren, die wir nützen können. Ein Anfang ist gemacht, weitere Innovationen im Überschneidungsgebiet von Sprache, Technik und Wirtschaft sind in Planung.

Dass uns die Arbeit auch ohne weitere Neuerungen nicht ausgehen würde, zeigt ein Blick auf die Liste der Aufgaben, die der neue Studiengang in den nächsten Monaten für uns bereithält: Neben der eigentlichen Realisierung des didaktischen Konzepts wird uns der Aufbau eines Forschungs- und Weiterbildungsbetriebs, das Knüpfen der entsprechenden Netze und die fortlaufende Evaluation aller Tätigkeiten bereits tüchtig auf Trab halten. Andererseits haben wir dank unserer Konstellation als sprachlich-kulturwissenschaftliche Abteilung innerhalb einer Mehrsparten-Fachhochschule die einzigartige Möglichkeit, in der Zusammenarbeit mit den KollegInnen von Technik und Ökonomie sowohl Bestehendes zu verbessern als auch Neues zu schaffen. Wir sehen es als Verpflichtung, diese Chance nach Kräften zu nutzen. Deshalb werden wir uns alle Mühe geben, die vielbeschworene Interdisziplinarität an unserer Hochschule Tatsache werden zu lassen.



Plädoyer für einen neuen Wissenstyp:

# **Zur Notwendigkeit, wissenschaftliches Begründungs- wissen und berufspraktisches Handlungswissen in der Ausbildung zu integrieren.**

von Vinzenz Wyss

*Berufe im Kommunikationsbereich galten lange Zeit eher als Begabungsberufe. Der Beginn über ein Volontariat, learning by doing, war der Königsweg. Vinzenz Wyss zeigt, dass der Studiengang «Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation» einen neuen Zugang zu diesen Berufen öffnet und damit einen Beitrag zur Professionalisierung des Unternehmenskommunikationsbereichs leistet.*



Lic. phil. Vinzenz Wyss ist an der ZHW als Bereichsleiter zuständig für Angebote im Bereich Kommunikationstheorie. Er steht im Kontakt mit Dozierenden, die in diesem Bereich beispielsweise in die Fächer Linguistik, Mediengeschichte, Medienrecht und -ethik oder Mediensysteme einführen.

Vinzenz Wyss unterrichtet im Fach Medientheorie und Medienforschung. Er hat selber einige Jahre im Lokaljournalismus gearbeitet, bringt aber als Medienwissenschaftler vor allem medienrelevantes Reflexionswissen in den Unterricht ein.

Neben seiner Bereichsleiterrolle an der ZHW bleibt Wyss an der Universität Zürich weiterhin in der wissenschaftlichen Lehre und Forschung tätig. Sein Spezialgebiet ist journalistische Qualitätssicherung.

Der an der Zürcher Hochschule Winterthur neu geschaffene Studiengang «Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation» hat den Anspruch, einen nicht unwesentlichen Beitrag an die Professionalisierung der Kommunikationsberufe im Bereich Fachjournalismus und Organisationskommunikation zu leisten. Professionalisierung setzt allerdings wissenschaftlich fundiertes und systematisch generiertes Wissen in Form von bestimmten Theoriebestän-



### Absolvierte Ausbildungskombinationen von Schweizer Journalisten

Ausbildungsprofile	%
Arbeits- und Lerntechnik	10
keine journalistische Ausbildung	15.2
nur Volontariat	9.1
nur Praktikum	5.7
nur Journalistenschule	3.8
nur Weiterbildungskurse in Medienbetrieben	3.2
nur Weiterbildungskurse am MAZ	2.9
nur Publizistik-/Medienwissenschaft	2.3
Journalistenschule + Volontariat	11.2
Praktikum + Weiterbildungskurse in Medienbetrieben	3.6
Volontariat + Weiterbildungskurse am MAZ	3.4
Volontariat + Weiterbildungskurse in Medienbetrieben	2.9
Praktikum + Volontariat	2.8
Journalistenschule + Weiterbildungskurse in Medienbetrieben + Volontariat	2.7
Volontariat + Publizistik-/Medienwissenschaft	2.6
Weiterbildungskurse in Medienbetrieben + Praktikum + Volontariat	2.6

Quelle: Marr/Wyss/Blum/Bonfadelli (2000:89)

den und empirisch gesicherten Evidenzen voraus. Der Studiengang steht damit vor der zentralen Herausforderung, wie der optimale Transfer wissenschaftlichen Erklärungswissens in die berufliche Handlungspraxis zu bewerkstelligen ist. Am Beispiel des Fachbereichs «Kommunikationskompetenz» wird hier für die Notwendigkeit des Einbezugs wissenschaftlichen Wissens in die berufsvorbereitende Ausbildung plädiert. Dabei wird von einem rein inputorientierten Transfer-Verständnis Abschied genommen.

Kommunikationsberufe wie Journalismus oder PR-Management bzw. -beratung gelten im Vergleich zu derjenigen der Ärzte, Rechtsanwälte oder Wissenschaftler als bislang wenig professionalisiert. Nach wie vor entbehrt die Rekrutierung des Nachwuchses einer einheitlichen Regelung und entsprechend wird auch nicht eine einheitliche Qualifikation von den Berufsanhängern erwartet. Aktuelle Forschungsdaten zeigen, dass für 15 % der Journalisten angenommen werden muss, dass ihre berufliche Sozialisation bisher allein auf dem Weg des «learning by doing» erfolgte (vgl. Tabelle).

Daneben nennen 27 % nur eine einzige der vorgegebenen Ausbildungen, wobei in erster Linie das Volontariat als praxisorientierte Anlehre in der Re-

daktion die am häufigsten genutzte Form der Berufsvorbereitung gilt. Jeder zweite Journalist hat sie durchlaufen. Jeder vierte Journalist gibt zudem an, einmal eine Journalistenschule besucht zu haben. Die nebenstehende Tabelle zeigt aber auch, dass es bislang keinen Königsweg für den Berufseinstieg gibt. Für den Bereich der Öffentlichkeitsarbeit liegen keine empirischen Daten vor. Erfahrungen aus dem Ausland zeigen aber, dass dieser Bereich als noch viel weniger professionalisiert gilt.

Die Gründe für die nur zögerlich voranschreitende Professionalisierung der Kommunikationsberufe liegen sicherlich auch im sogenannten freien Berufszugang. Dies mag mitverantwortlich dafür sein, dass diese Berufe lange als Begabungs- statt als Bildungsberufe galten. Inzwischen scheint es aber auch bei den hartgesotteten Praktikern einen Konsens darüber zu geben, dass die Tätigkeit der Kommunikatoren eben auch einen Bildungsberuf darstellt. Weder Journalismus noch Öffentlichkeitsarbeit sind freie Berufe. Wenn die Kommunikatoren mit ihrer Arbeit beginnen, sind die zentralen Rahmenbedingungen der Tätigkeit bereits stark abgesteckt durch technische, organisatorische und ökonomische Handlungszwänge. Allein diese Tatsache macht deutlich, dass eine adäquate berufsvorbereitende Ausbildung

nicht genügen kann, die bloss Wissen der alltäglichen Handlungspraxis vermittelt und die Prioritäten ausschliesslich im Bereich der Vermittlungskompetenz und instrumenteller Fähigkeiten ansetzt.

Im Folgenden soll verdeutlicht werden, dass eine ernstzunehmende Ausbildung in Journalismus und Unternehmenskommunikation neben der Vermittlungskompetenz auch die Lernziele Fach-, Sach- und Reflexionskompetenz zu integrieren hat, und dass eine solche Zielsetzung nicht darum herum kommt, auch wissenschaftliches Begründungswissen zu vermitteln.

Das von Weischenberg (1990) entwickelte Kompetenzraster basiert auf den drei Säulen Fachkompetenz, Vermittlungskompetenz und Sachkompetenz. Diese zentralen Bereiche werden ergänzt durch den Kompetenzbereich der sozialen Orientierung (vgl. Abb. 2). Das Modell bezieht sich auf journalistische Kompetenzen, wobei es für den Bereich Unternehmenskommunikation nur leicht modifiziert werden müsste:

Fachkompetenz beinhaltet redaktionsspezifische instrumentelle Fähigkeiten («Handwerk») und spezifisches journalistisches Fachwissen, das auf kommunikationswissenschaftlichen Erkenntnissen beruht. Das fachspezifische Medienwissen soll die

theoretische Grundlage für die Kompetenzfelder Funktionsbewusstsein, Reflexionsfähigkeit und Autonomiebewusstsein bereitstellen (vgl. Kompetenzbereich soziale Orientierung). Zum journalistischen Fachwissen sind neben allgemeinen kommunikationswissenschaftlichen Erkenntnissen auch Kenntnisse aus den Forschungsbereichen Medienökonomie, Medienpolitik, Medienrecht, Medienethik, Mediengeschichte und Medientechnik zu zählen. Zudem zeichnet sich journalistische Kompetenz auch durch instrumentelle Fähigkeiten wie Recherche, Auswahl, Redigieren, Organisieren und Umgang mit der Technik aus. Kommunikationswissenschaftliche Grundlagen gehören aber auch für angehende Unternehmenskommunikatorinnen und -kommunikatoren zur Fachkompetenz. Die Unternehmenskommunikation setzt zudem wissenschaftlich fundierte Kenntnisse über die Grundlagen interessensvertretender strategischer Kommunikation und Organisationskommunikation voraus, wobei zu betonen ist, dass diese Kompetenz genauso für die Ausübung des Journalistenberufes relevant ist.

In den Bereich der Vermittlungskompetenz fallen allgemein sprachliche Fähigkeiten, die themen- oder rezipientenadäquate Umsetzung von Informationen, oder die «Verpackung» in adäquate journalistische Darstellungsformen. Die kommunikative Kompetenz umfasst zudem die situations- und publikumsgerechte Umsetzung realer Sachverhalte in redaktionelle Beiträge. Dies erfordert auch die Überwindung von Kommunikationsbarrieren sowie vertiefte Kenntnisse, z. B. der Rezeptionsforschung. Für den Bereich der Unternehmenskommunikation kommen Fähigkeiten der Analyse, Planung, Konzeption, Umsetzung und Evaluation beispielsweise von Kampagnen dazu.

Sachkompetenz bezieht sich auf das journalistisch zu bearbeitende Sachthema. Voraussetzung dafür ist Allgemeinwissen aber auch «Ressort-» oder «Spezialwissen». Sachkompetenz ist die Grundlage, um ausreichende Kenntnisse über den bearbeiteten Gegenstand zu erwerben. Es ist anzunehmen, dass dem Journalisten die Umsetzung von extramedialer Wirklichkeit in Medienrealität um so besser gelingt, je mehr er davon versteht. In diesen Bereich fällt aber auch zusätzliches Orientierungswissen: Die Fähigkeit, das Spezialwissen in soziale, politische und ökonomische Zusammenhänge einzuordnen. Schliesslich besteht eine journalistische Kompetenz in diesem Bereich auch darin, sich den Zugang zum benötigten Orientierungs- und Sachwissen verschaffen zu können. Dazu gehören insbesondere sozialwissenschaftliche Methodenkenntnisse, damit empirische Forschungsergebnisse auch kompetent erschlossen und beurteilt werden können. Angesichts der zunehmenden Bedeutung neuer IuK-Technologien

## JOURNALISTISCHE KOMPETENZ

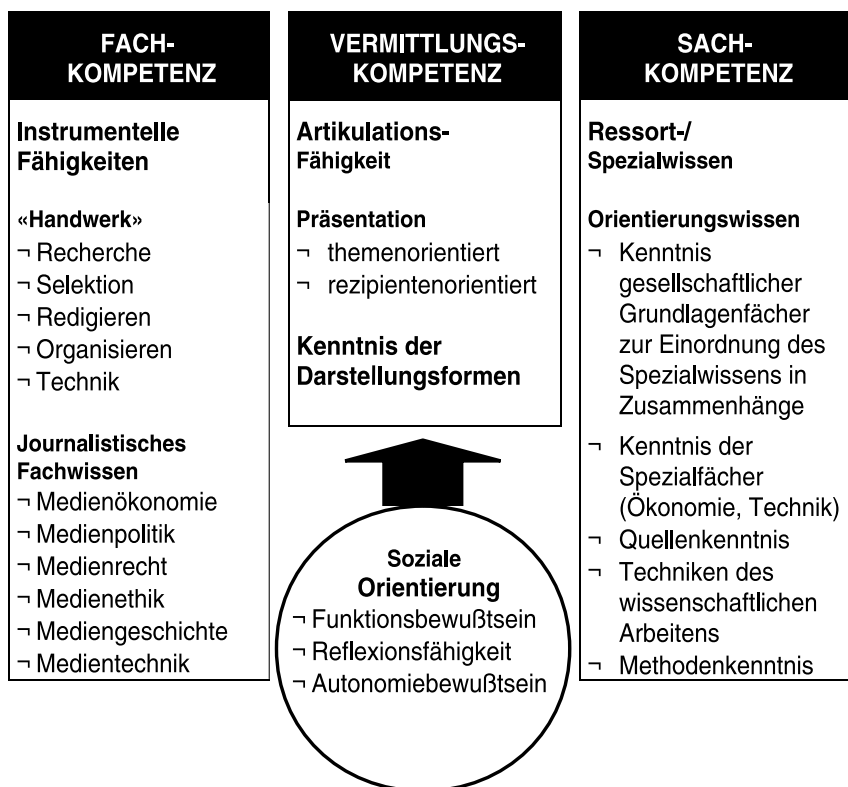




Abb. 3: Ein wesentliches Ziel der Ausbildung besteht in der Vermittlung von Reflexionskompetenz aufgrund wissenschaftlicher Theoriebestände.

wird in diesem Zusammenhang auch der Umgang mit elektronischen Datenbanken bedeutungsvoller. Für das Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit und Unternehmenskommunikation kann hier die Notwendigkeit von Kenntnissen der Organisation hinzugefügt werden, weil PR im Auftrag spezifischer Organisation agiert.

*Soziale Orientierung:* Schliesslich muss der Journalist in der Lage sein, über sein eigenes journalistisches Handeln nachzudenken. Er muss die Fähigkeit haben, seine gesellschaftliche Funktion zu erkennen und zu reflektieren. Dazu gehört auch die kritische Überprüfung der journalistischen Berufsrolle und der Arbeitsbedingungen im Produktionsprozess. Im Bereich der Unternehmenskommunikation beinhaltet soziale Orientierung das Bewusstsein über die Funktion von Öffentlichkeitsarbeit als Auftragskommunikation und andererseits die Fähigkeit zur Reflexion dieser Tätigkeit in ihrer gesellschaftlichen Bedeutung.

Es muss hier deutlich geworden sein, dass die Ausbildung der angesprochenen Kompetenzfelder nicht nur auf Alltagswissen und Alltagsverständnis basieren darf, sondern auch auf wissenschaftlich fundiertes Wissen zurückgreifen muss. Eine rein praxisorientierte Anlehre im Sinne des Lernens einer spezifischen Hausordnung, wie sie etwa durch das Volontariat vermittelt wird, genügt nicht. Auch die sich vor allem an der Vermittlungskompetenz und an instrumentellen Fähigkeiten orientierenden Journalistenschulen leisten die erforderliche Integration von theoretisch-empirischen und praktisch-normativem Wissen nur unzureichend. Der Schwerpunkt der universitären Ausbildung im Rahmen eines Publizistikwissenschafts-Studiums wiederum liegt vorwiegend im Bereich der Fachkompetenz. Völlig vernachlässigt wird dort ein anwendungsorientierter Zugang.

Der Studiengang «Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation» versucht, trotz expliziter Anwendungsorientierung auch der Vermittlung theoretisch-empirischen Wissens gerecht zu werden. Im Bereich «Kommunikationskompetenz» werden beispielsweise im Rahmen des Themenschwerpunkts «Kommunikationstheorie» wissenschaftlich fundierte Theoriebestände vermittelt und verarbeitet, die eine Reflexion über das kommunikative Handeln im Berufsfeld Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation ermöglichen sollen. Konkrete Transfergefässe sind etwa die Vorlesungen im Fach Kommunikationstheorie. So stellt beispielsweise die Vorlesung «Medienforschung und Medientheorie» Wissen bereit, das dafür herangezogen werden kann, Me-

dienleistungen oder PR-Leistungen in einem gesamtgesellschaftlichen Zusammenhang zu begreifen, journalistische Qualität unter normativen Gesichtspunkten zu evaluieren, die Strukturen einer redaktionellen Organisation unter ökonomischen, technologischen und publizistischen Gesichtspunkten zu optimieren, die Funktion von Mitarbeiterzeitschriften zu identifizieren oder über das Verhältnis zwischen PR und Journalismus zu reflektieren. Diese Vorlesung liefert aber auch viel grundsätzlicher Grundlagen für die Reflexion über die eigene Berufsrolle oder über die Möglichkeiten der Publikumsforschung, Aussagen über das Rezeptionsverhalten der Publika zu machen. Die Vorlesung «Medienrecht und Medienethik» vermittelt Wissen über interpretierbare Normen und Grundsätze, die bei der Ausübung des Berufes Schranken setzen oder Freiräume schaffen.

Wie kann aber der Wissenstransfer von der Wissenschaft in die praxis- und anwendungsorientierte Ausbildung bewerkstelligt werden? Die berufsrelevante Vermittlung von wissenschaftlichem Wissen darf nicht mit einer automatischen und identischen Verwendung des wissenschaftlichen Wissens in der Praxis gleichgesetzt werden. Das berufspraktische Handeln funktioniert nach einer Eigenlogik. Das heisst, dass das in der Praxis relevante Handlungswissen nicht dem wissenschaftlichen Erklärungswissen entsprechen kann. Professionalisierung bedeutet nicht Verwissenschaftlichung, und professionelles Wissen ist nicht berufspraktisches Wissen, das einfach mit wissenschaftlichem Wissen angereichert ist. Es handelt sich vielmehr um einen spezifischen Wissenstyp mit eigenständiger Logik. Professionelles Wissen muss die Elemente wissenschaftlichen Wissens und praktischen Könnens – also Begründungs- und Handlungswissen – integrieren.

Setzt sich die berufsvorbereitende Ausbildung zum Ziel, die Professionalisierung voranzutreiben und zur Optimierung der Berufspraxis beizutragen, liegt die zentrale Herausforderung darin, den Beitrag an Professionalisierung von Journalismus und Unternehmenskommunikation nicht als Verwissenschaftlichung des berufspraktischen Handlungswissens zu betrachten und Vermittlung von berufsrelevantem Wissen als Transfer oder Infusion wissenschaftlichen Wissens misszuverstehen. Nicht die additive Ergänzung von wissenschaftlich fundiertem Erklärungswissen und berufspraktischem Alltagswissen ist das Ziel, sondern die Integration von theoretisch-empirischem und praktisch-normativem Wissen in einem neuen Wissenstyp.

# Sozialkompetenz – im Kommunikationsbereich mehr als ein Schlagwort

Von Esther Girsberger



*Ist Sozialkompetenz lehrbar und damit auch lernbar?  
Handelt es sich bei diesem Begriff nicht bloss um einen  
euphemistischen Terminus, der die Rücksichtslosigkeit  
des gegenwärtigen Wirtschaftsbetriebs verschleiert?  
Und weshalb sollen sich angehende Fachjournalistinnen  
und Unternehmenskommunikatoren diese Kompetenz  
aneignen?*

Dr. Esther Girsberger leitet den Bereich «Sozialkompetenz» im dreijährigen Lehrgang «Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation». Die promovierte Juristin war bei der Volkswirtschaftsdirektion des Kantons Zürich im Amt für Berufsbildung tätig, bevor sie den Wechsel in den Journalismus vollzog. Nach mehreren Jahren bei der «Neuen Zürcher Zeitung» (unter anderem als Korrespondentin der italienischen Schweiz) machte sie sich bei der «SonntagsZeitung» mit dem Infotainment-Stil vertraut, um dann zur Berner Tageszeitung «Der Bund» zu wechseln. Dort war sie Bundeshausredaktorin und Inland-Chefin, bis sie der damalige Chefredaktor des «Tages-Anzeigers», Roger de Weck, zur stellvertretenden Chefredaktorin nach Zürich zurückholte. Nach seinem Abgang war Esther Girsberger bis Ende 1999 Chefredaktorin des «Tages-Anzeigers». Anschliessend war sie für kurze Zeit Kommunikationsverantwortliche des Pharmakonzerns Novartis in Basel. Neben ihrer Bereichsleitung an der zürcherischen Hochschule in Winterthur absolviert sie das berufsbegleitende Executive-MBA an der Hochschule St. Gallen und führt verschiedene Beratungsmandate aus.

Manch einer mag sich wundern über die wichtige Rolle, die dem Bereich «Sozialkompetenz» im Lehrgang «Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation» zukommt. Manch eine wird sich nicht nur darüber wundern, sondern sich vielleicht auch darüber ärgern. «Sozialkompetenz», das ist doch das Schlagwort des Neoliberalismus, das Deckmäntelchen einer immer brutaler und rücksichtsloser vorgehenden Wirtschaft, ein Begriff, den Wirtschaftsverantwortliche besonders gerne benutzen, ohne zu wissen, was wirklich dahinter steht. Mit anderen Worten: Sozialkompetenz ist eine Entschuldigung, und um sich beruflich erfolgreich bewegen zu können, braucht es ganz andere Voraussetzungen. Dem widerspricht –



glücklicherweise – die neuste Umfrage, welche die Stellenvermittlungsfirma «Manpower» bei 2 900 Personalleitern in acht Ländern durchführen liess<sup>1</sup>. 54 Prozent aller befragten Schweizer Personalchefs geben an, die Persönlichkeit des Kandidaten oder der Kandidatin sei das wichtigste Rekrutierungskriterium. 45 Prozent sehen dieses in der Erfahrung und Sachkompetenz und nur gerade ein Prozent bei den erworbenen Ausbildungsabschlüssen.

Der Begriff «Sozialkompetenz» schwirrt in den oberen Firmenetagen besonders häufig herum – ganz besonders vor einer Fusion, einer Übernahme beziehungsweise dann, wenn tiefgreifende Veränderungen in einem Betrieb bevorstehen, die meistens mit einem Stellenabbau verbunden sind. In solchen Momenten müssten nicht nur die Führungskräfte, sondern auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein grosses Mass an Sozialkompetenz an den Tag legen, wird gesagt. Ist den Anforderungen Genüge getan, wenn der Vorsitzende der Geschäftsleitung mit belegter Stimme verkündet, es falle ihm schwer, langjährige Mitarbeiter ins Ungewisse zu schicken, er werde aber persönlich alles daran setzen, dass dieser unumgängliche Veränderungsprozess mehr als Chance denn als Risiko angenommen würde? Greift man zur etwas altbacken wirkenden Definition, die sich

im psychologischen Wörterbuch<sup>2</sup> findet, wäre man versucht, diese Frage bejahend zu beantworten: «Sozialkompetenz ist ein von E. A. Doll verwendeter Begriff zur Beschreibung des Sozialverhaltens. Mit Sozialkompetenz ist vor allem die Befähigung des Individuums gemeint, sich selber helfen zu können und sozialen Kontakt zu Mitmenschen aufzunehmen. Damit verbunden ist die Verantwortung des Menschen für sich selber und für andere Individuen». Dem würde der oben erwähnte CEO sicher zustimmen. Ob dem Nicken im Zeitalter des pervertiert verstandenen Shareholder-value die erforderlichen Taten auch auf die Dauer folgen, steht auf einem anderen Blatt.

Unter Kompetenz wird üblicherweise das Geschick des Individuums verstanden, effizient und effektiv mit der Umwelt zu interagieren. Bei der Sozialkompetenz stehen zwei Aspekte im Vordergrund: Zum einen geht es um die Entfaltung der eigenen Persönlichkeit als Voraussetzung für selbständiges und selbstbewusstes Handeln. Zum andern ist damit die Tauglichkeit gemeint, in einer Gemeinschaft zu arbeiten, Verantwortung zu übernehmen und als mündiger Mensch an der Entwicklung des sozialen Systems mitzuwirken. Gesamthaft bedeutet Sozialkompetenz also die Fähigkeit, im privaten, berufli-

<sup>1</sup> NZZ vom 20. September 2000, Nr. 219, Seite 83; BZonline, 20.9.2000.

<sup>2</sup> Dorsch Friedrich, Psychologisches Wörterbuch, 13. Aufl. 1998, Verlag Hans Huber, Bern.



chen und gesamtgesellschaftlichen Kontext selbständig, umsichtig und nutzbringend zu handeln. Die Sozialkompetenz wird in der Gemeinschaft (aus)gebildet. Sie ist vor allem dann erreicht, wenn aus Personen Persönlichkeiten geworden sind.

Ist das in einer Ausbildung lernbar? Und noch mehr: ist das überhaupt lehrbar? Und, falls es lern- und lehrbar ist, warum soll es vor allem zukünftigen Fachjournalistinnen und Unternehmenskommunikatoren beigebracht werden?

Gehen wir die Sozialkompetenz von den drei Ebenen «Ich», «Sache» und «Die Anderen» an, so wird rasch klar, wie wichtig die Sozialkompetenz gerade in den Kommunikationsberufen ist.

- Unter das «Selbst-Bewusst-Sein» fällt die Rollendistanz, die Kritik- und die Konfliktfähigkeit sowie die Aufrichtigkeit. Unabdingbare Voraussetzungen für einen Journalisten und für eine Unternehmenskommunikatorin.
- Unter die «Sache» wird subsumiert: die eigene Verantwortung gegenüber den gesellschaftlichen Gemeinschaften zu erkennen, die Moral und Ethik der gesellschaftlichen Gemeinschaften zu respektieren sowie eine eigene Moral zu entwickeln. Das mag zur Zeit der erfolgreichen

«Big Brothers»-Sendungen lächerlich tönen. Doch solange man Medien einen aufklärerischen Auftrag zubilligt und zutraut und von Unternehmen ein gesellschaftsbewusstes Verhalten und Handeln erwartet, sind vor allem die Journalisten bzw. die Kommunikatoren aufgefordert, sich mit diesen Anforderungen nicht nur auseinanderzusetzen, sondern sie auch ehrlich umzusetzen.

- Schliesslich kommt bei der Sozialkompetenz noch die dritte Ebene des «Mündig-Seins», das heisst des Umgangs mit Anderen hinzu. Darunter fallen Kooperations-, Kommunikations- und Integrationsfähigkeit, Offenheit und Fairness. Eine Kommunikatorin, die dieses Handwerk nicht beherrscht, wird niemals glaubwürdig und damit auch nicht erfolgreich sein. In vielen Berufen ist die Sozialkompetenz hauptsächlich bei Führungspersonen gefragt. In den Kommunikationsberufen ist sie schon auf unterster Stufe wesentliche Voraussetzung: Wenn ein Journalist einen Wirtschaftsvertreter interviewt, so hat er im Interview nicht nur mit Sachkenntnis zu glänzen. Er muss das Naturell und die Laune des Gegenübers einschätzen können, muss sich ihm im Stil anpassen und beim Interviewten den Eindruck erwecken, er

könne dem Journalisten trotz seiner kritischen Haltung vertrauen. Wenn ein Mitglied der Unternehmenskommunikation der Öffentlichkeit – sei es über die Medien, sei es im direkten Kontakt – einen Teil der Firmenphilosophie näher bringen will, so hat es offen und fair zu sein, hat die Distanz zu wahren, ohne überheblich zu wirken und auf Kritik nicht primär abwehrend, sondern reflexiv zu reagieren.

Aber zurück zur Frage, wie die Sozialkompetenz gelehrt und damit auch gelernt werden kann. Persönlichkeiten entwickeln sich; dazu kann ein Fachhochschulstudium in drei Jahren aber nur einen kleinen Teil leisten. Hingegen ist es möglich, im Lehrgang sozialkompetentes Verhalten zu erlernen, wonach ein Kompromiss zwischen Selbstverwirklichung und Anpassung an die Anforderungen verschiedener Lebens- und Berufsbereiche hergestellt wird. Das lässt sich weniger übers Dozieren, als übers Selbst-Erleben erreichen: Indem der Teambildungsprozess bewusst gemacht wird, das vernetzte Denken erprobt und die Selbstverantwortung durch eigenständiges Handeln geübt wird. Dazu gehören Tutorials, Werkstätten, Stages und Praktika, in denen die Studentinnen und Studenten nicht nur ausüben, was ihnen aufgetragen wird, sondern sich selbst einbringen und ihre in den vier Schulwänden erfahrene Sozialkompetenz «in die Wirklichkeit» tragen können.

Ein wesentlicher Faktor der Kommunikationsberufe betrifft die Fähigkeit, mit anderen in Beziehungen treten zu können. Auch das ist Bestandteil einer breit gefassten Sozialkompetenz. Kürzlich war in der Handelszeitung zu lesen, ein durchschnittlicher Schweizer Manager verbringe 38 Prozent seines Arbeitstages mit «Networking»<sup>3</sup>. Kritisch wurde angemerkt, neben dieser Beziehungspflege bliebe einer Schweizer Führungskraft nur noch 14 Prozent eines Arbeitstages für das Kerngeschäft übrig. Nun, ob dies zu viel oder zu wenig für eine Führungskraft ist, soll hier offenbleiben. Tatsache ist, dass in den Kommunikationsberufen dem Networking eine ganz entscheidende Rolle zukommen muss. Gute Beziehungen führen nicht nur zu «Scoops» oder «Primeurs» in den Medienprodukten. Gute Beziehungen ermöglichen es ganz allgemein, komplexe Verhältnisse und Sachverhalte zu verstehen, indem die Beziehungen zum besseren Verständnis angegangen werden. Das wiederum hilft der Glaubwürdigkeit der Kommunikatoren und Journalistinnen. Nur was sie verstehen, können sie auch weitergeben. Und die Weitergabe von Wissen ist ein ganz entscheidender Bestandteil professioneller Kommunikation, in Unternehmen wie im Journalismus.



<sup>3</sup> Handelszeitung online vom 13. September 2000.



# ***Ist Unternehmens- kommunikation lernbar?***

*Von Barbara Meili*

*Barbara Meili, die Leiterin der Konzernkommunikation bei Rieter Winterthur versucht im Gespräch mit drei Fachleuten die Frage zu klären, ob das Metier des Unternehmenskommunikatoren in einem Hochschulstudium lernbar sei.*



**Barbara Meili**, Dr. phil. I, ist Leiterin Konzernkommunikation bei Rieter und Mitglied des Schulrats der Zürcher Hochschule Winterthur. Sie ist zudem Mitglied im Steuerungsausschuss des Studiengangs Fachjournalismus/Unternehmenskommunikation.

Der Beruf der Unternehmenskommunikatorin ist in der Schweiz durch ein trauriges Ereignis bekannt geworden: Seit dem Absturz des Fluges SR 111 im September 1998 gehört Beatrice Tschanz, Kommunikationschefin der SairGroup, zur nationalen Prominenz. Medienarbeit ist ein wichtiger, wenn auch nur ein kleiner Teil der Unternehmenskommunikation, eines neuen Berufsfelds mit einem breiten Spektrum von oftmals noch wenig bekannten Tätigkeiten.

## **Steilkarriere eines Berufsfelds**

Unternehmenskommunikation ist der professionell gestaltete, einheitliche Auftritt einer Organisation mit verbalen und visuellen Botschaften nach aussen, beispielsweise gegenüber Kunden, Medien, Investoren, Gewerkschaften, Umweltverbänden, und nach innen im Dialog mit den eigenen Mitarbeitenden. Die Professionalisierung der Unternehmenskommunikation ist eine Entwicklung der letzten fünfzehn



Jahre. Früher setzten Firmen vor allem auf Werbung. Um die Hauszeitung kümmerte sich, wer gerade Zeit hatte, gerne schrieb und ein Faible für Grafik zeigte. Den Aktionären wurde einmal jährlich ein knochentrockener Rechnungsabschluss serviert. Journalisten hielt man möglichst auf Distanz, insbesondere in kritischen Zeiten.

Die neunziger Jahre haben zu einer enormen Aufwertung der Unternehmenskommunikation geführt. Mit der Liberalisierung und Globalisierung der Märkte wurde erkannt, wie stark sich der Wettbewerb über den Dialog mit der Öffentlichkeit entscheidet, sei es beim Werben um die Gunst der Kunden, der Kapitalgeber oder der Arbeitskräfte mit Schlüsselqualifikationen. Heute gilt Kommunikation in den meisten Unternehmen als Chefsache: Das oberste Management prägt die Botschaften und sieht sich als deren wichtigster Vermittler. Um die wachsende Vielzahl von Kommunikationskanälen zu speisen, braucht es aber nicht nur Chefs, sondern auch Budgets und Fachpersonen. Diese pflegen Medienbeziehungen, halten Websites aktuell, texten Mitarbeitermagazine und Geschäftsberichte, organisieren Events, schreiben Reden, unterstützen sie mit Computerpräsentationen und sorgen dafür, dass Sponsoringgelder die erwünschte Imagewirkung erzielen.

Auf Kommunikationsspezialistinnen und -spezialisten wartet also ein grosser, vielfältiger und hungriger Arbeitsmarkt. Das Bildungswesen folgt diesem Trend mit neuen Lehrangeboten, allerdings zumeist im Weiterbildungsbereich und ausserhalb der

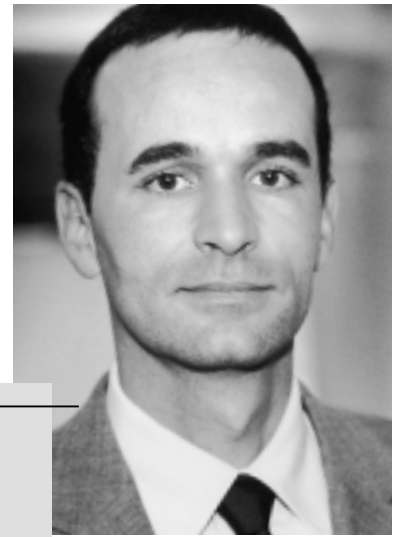
Hochschulen. Mit dem ersten Vollzeitstudium Fachjournalismus/Unternehmenskommunikation leistet die ZHW in der Schweiz Pionierarbeit. Die Integration der Unternehmenskommunikation ins tertiäre Bildungswesen bedeutet einen entscheidenden Schritt bei der Neupositionierung dieser Berufe. Unternehmenskommunikation gilt nunmehr als genauso lernbar oder nicht lernbar wie Chemie oder Betriebswirtschaft.

Verlangt der Arbeitsmarkt tatsächlich nach einem Hochschulstudium in Unternehmenskommunikation, oder handelt es sich um die unnötige Akademisierung einer Tätigkeit, die auch in Zukunft viel besser «on the job» erlernt werden sollte? Diese Frage stellt sich zu Recht. Es gibt heute trotz fehlender akademischer Ausbildung sehr wohl Kommunikationsfachleute, deren Professionalität unbestritten ist. Im Rahmen meiner Mitarbeit bei der Entwicklung des ZHW-Studiengangs Fachjournalismus / Unternehmenskommunikation habe ich immer wieder mit Berufskolleginnen und -kollegen über die Frage nach der Lernbarkeit unserer Tätigkeit diskutiert. Niemand von ihnen hat bezweifelt, dass Unternehmenskommunikation grundsätzlich lernbar ist und dass eine akademische Ausbildung einem klaren Bedürfnis des Arbeitsmarktes entspricht. Ich versuche deshalb gar nicht erst, das Thema kontrovers zu behandeln. Stattdessen habe ich im Gespräch mit drei erfahrenen Fachpersonen herauszufinden versucht, was in unserem Beruf lehr- und lernbar ist und wo allenfalls unlernbare Anteile sind.



*«Vierorts mangelt es am Rüstzeug der Kommunikation und folglich an deren Professionalität.»*

*Walter Vaterlaus,  
Leiter Konzernkommunikation  
Clariant, Muttenz*



*«Unlernbares spielt sich erst in den höchsten Qualitätsdimensionen ab.»*

*Mark Sommerhalder,  
Geschäftsführer GCI  
Switzerland, Zürich*

#### Studium der Unternehmenskommunikation: sinnvoll und attraktiv?

Der gebürtige Winterthurer **Walter Vaterlaus** ist seit fünfzehn Jahren in leitenden Positionen von Kommunikationsabteilungen internationaler Grossunternehmen tätig. Seit 1995 ist er Kommunikationschef von Clariant, einem Spezialitätenchemie-Konzern mit 10 Milliarden Franken Umsatz und 32000 Beschäftigten. Walter Vaterlaus hat schon während des Gymnasiums als Sportberichterstatter gearbeitet und sich später das journalistische Handwerk als Redaktor beim «Landboten» und beim «Tages-Anzeiger» angeeignet. Journalismus als Sprungbrett verbindet ihn mit vielen, die heute Spitzenpositionen in der Unternehmenskommunikation einnehmen. Trotz seinem beruflichen Erfolg ist dies für den 45jährigen nicht der Königsweg. «Mit der wachsenden Komplexität der zu vermittelnden Themen und der Instrumente genügt es in unserem Beruf längst nicht mehr, wenn man einfach nur schreiben kann. Das Rüstzeug der Kommunikation ist zu einem grossen Teil lernbar: Instrumente, Abläufe, Recherchen, Analysen, Texte, Adaptationen. Vierorts mangelt es jedoch an diesem Rüstzeug und folglich an der Professionalität.»

**Mark Sommerhalder**, 36 Jahre alt und Geschäftsführer der Kommunikationsagentur GCI Switzerland, zählt vor allem Unternehmen der Finanzdienstleistungs- und Telekommunikationsbranche zu seinen Kunden. Der promovierte Literaturwissenschaftler und Goethe-Spezialist hat schon während des Studiums im Medien- und PR-Bereich gearbeitet, ist jedoch nach eigenen Angaben in die heutige Tätigkeit «hineingerutscht». Für seine rasch wachsende Agentur ist Mark Sommerhalder immer wieder

auf der Suche nach neuen Talenten. Er erwartet von ihnen «Beherrschung der Sprache mündlich und schriftlich, konzeptionelles und zielorientiertes Denken, eine rasche Auffassungsgabe und dass sie effektiv und effizient sind, also Prioritäten setzen können». Geeignete Kandidatinnen und Kandidaten sind nicht leicht zu finden. Verbesserte Ausbildungsmöglichkeiten im Hochschulbereich sieht Mark Sommerhalder nicht nur als sinnvoll, sondern als eine Notwendigkeit. «In der Unternehmenskommunikation ist fast alles lernbar, wenn Zeit und Wille vorhanden sind.»

Einen vermeintlich schnurgeraden Weg in die Unternehmenskommunikation hat die 35jährige Winterthurerin **Cornelia Bachmann** gemacht: Studium mit Schwerpunkt Publizistik, daneben Arbeit bei einem lokalen Radiosender und Betreuung von PR-Projekten, so etwa für den Musikclub Albani. Ihre Doktorarbeit beschäftigt sich mit der Wirkung von Public Relations auf die Medien. Heute arbeitet Cornelia Bachmann als freischaffende Kommunikationsberaterin unter anderem für den Technopark, für das Stadtmarketing sowie für die Gewerblich-industrielle Berufsschule Winterthur. Zielgerichtet wirke ihr Werdegang erst im Rückblick, meint sie. «Als ich mein Studium begann, fehlten Identifikationsfiguren à la Beatrice Tschanz. Ich kam gar nicht auf die Idee, den Weg in die Unternehmenskommunikation einzuschlagen.» Dass Kommunikationsfachleute nicht vom Himmel fallen, ist für sie selbstverständlich: «Die Werkzeuge der Unternehmenskommunikation kann und sollte man sich in einem Studium gründlich aneignen, um im Beruf damit arbeiten und spielen zu können.»



**«Die Werkzeuge der Unternehmenskommunikation kann und sollte man sich gründlich aneignen, um im Beruf damit arbeiten und spielen zu können.»**

*Cornelia Bachmann,  
Inhaberin P-Art Public Relations /  
Communications, Winterthur*

Für alle drei Fachpersonen ist Unternehmenskommunikation mithin lernbar und Ausbildung auf Hochschulstufe ein Gebot der Stunde. Würden sie sich für den neuen Studiengang an der ZHW immatrikulieren, wenn sie nochmals vor der Berufswahl stünden? Walter Vaterlaus: «Ja, ganz bestimmt. Und ich würde dies auch jedem raten, dessen Berufsziel die Kommunikation ist.» Besonders attraktiv findet Cornelia Bachmann die an der ZHW angebotene Kombination von Kommunikations-Know-how mit wirtschaftlichem oder technischem Grundwissen sowie von Theorie und Praxis. Einzig Mark Sommerhalder würde sich wieder für ein Phil.-I-Studium entscheiden – «mir hat das 'Gammlerleben' sehr entsprochen – oder dann eine ganz andere Laufbahn wählen.

#### **Der kleine unlernbare Rest**

Einigkeit herrscht bei den Befragten darüber, dass es in der Unternehmenskommunikation einen Rest Unlernbares gibt, im fachlichen wie im persönlichen Bereich. «Wer kein Flair für den Umgang mit Menschen mitbringt, hat es bestimmt schwer, selbst wenn sein Können noch so gross ist», meint Cornelia Bachmann, und Walter Vaterlaus ergänzt: «Es braucht in unserem Beruf viel positives Denken, Offenheit, Einfühlungsvermögen und Beharrlichkeit.» Auch Mark Sommerhalder hält bestimmte persönliche Eigenschaften für notwendig, um erfolgreich zu kommunizieren, doch selbst diese kann man sich seines Erachtens zu einem grossen Teil aneignen: «Unlernbares spielt sich erst in den höchsten Qualitätsdimensionen ab.»

Zum Unlernbaren gestatte ich mir abschlies-

send einen persönlichen Kommentar. Unser Beruf hat Härten, die von aussen unsichtbar sind. Wir tragen grosse Verantwortung und haben gleichzeitig einen engen Handlungsspielraum. Wir sind von einer Vielzahl von Instanzen abhängig, von der Grafikerin bis zur Börse, und wir brauchen für jeden entscheidenden Schritt die Zustimmung des Managements. Anders als im Journalismus, sind uns Fehler nicht gestattet. Die Botschaften eines Unternehmens werden von der Öffentlichkeit über Jahre hinweg argwöhnisch verfolgt, und wir sind für deren Kohärenz zuständig.

Unsere Erfolgserlebnisse entstehen niemals aus einer brillanten Einzelleistung wie im Journalismus. Wir investieren Know-how und Kreativität und erzielen doch nur Konsensprodukte. Unsere Freuden sind etwas für stille Geniesserinnen und Geniesser: das rechtzeitig gestopfte Informationsleck, der in letzter Sekunde korrigierte Fehler im Geschäftsbericht, die von den Medien mit Fairness aufgenommene schlechte Nachricht.

Es ist nicht jedermanns Sache, aus einer solchen Tätigkeit Arbeitszufriedenheit zu beziehen. Unternehmenskommunikation braucht ein überdurchschnittliches Mass an Geduld und Frustrationstoleranz. Sie aufzubringen ist nicht lernbar, nicht im Hörsaal und auch nicht durch langjährige Erfahrung. Die Kraft dazu muss jeden Tag neu geschöpft werden.

Öffentliche Kommunikation  
hatte in verschiedenen  
Zeiten eine andere Funktion:  
Zeitungsverkäufer  
auf einem Stich  
des 17. Jahrhunderts



# Über Öffentlichkeit aufklären: historische Voraussetzungen der Kommunikationsausbildung

von Peter Stücheli



*Die Auseinandersetzung mit der Mediengeschichte bildet einen wichtigen Faktor bei der Herausbildung von Wertvorstellungen im neuen Studiengang Fachjournalismus.*

Dr. Peter Stücheli, geboren 1967, war Werbetexter, PR-Redaktor und -Berater, bevor er in die Redaktion der «Neuen Zürcher Zeitung» (NZZ) eintrat. Dort ist er heute als Redaktor im Ressort «Zürich und Region» tätig sowie für Bildungsbeilagen verantwortlich. Er studierte Philosophie, Vergleichende Literaturwissenschaft und Politologie in Zürich und Berlin. Im Studiengang Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation wird er als Dozent für Zeit- und Mediengeschichte wirken. Zudem unterrichtet er an der ZHW im Fach Kulturpolitik (NDS Kulturmanagement).

Ist ein Name mit einer bestimmten Tradition, mit einem besonderen Anspruch oder Versprechen verbunden, sagt man, es handle sich um einen «klingenden» Namen. Könnte man die gleiche Wendung für Begriffe brauchen, wäre es angebracht, «Öffentlichkeit» als einen «klingenden» Begriff zu bezeichnen. Für die moderne Gesellschaft und ihr Staatswesen sind der Begriff und der damit bezeichnete Prozess gar Schlüsselgrößen. Ohne Öffentlichkeit ist keine freiheitliche politische Ordnung, sind weder eine bürgerliche Gesellschaft noch eine demokratische Kultur denkbar.

Der Begriff entstand im Zeitalter der Aufklärung. Das Denken dieser Zeit verlieh ihm jenen Klang, der auch in der heutigen Postmoderne noch

vernehmbar, aber teilweise an das neue Zauberwort, die «Kommunikation», übergegangen ist.

### Öffentlichkeit, Vernunft, Freiheit

«Öffentlichkeit oder Publicität ist der grosse Hebel menschlicher Vervollkommnung»: das Wort Wilhelm Traugott Krugs aus dem Jahr 1833 fasst den Gedanken treffend zusammen, den Philosophen und Publizisten in den Jahrzehnten der bürgerlichen Revolutionen in Europa entwickelt hatten.<sup>1</sup> Öffentlichkeit als staatsrechtliches Prinzip, das öffentliche Verhandeln der Fragen der allgemeinen Wohlfahrt, das Aushandeln der Spielregeln des Zusammenlebens, all dies sollte die herkömmliche Geheimpolitik der Höfe ablösen und die Gesellschaft in die Freiheit, die Bürger zu ihrem Glück führen.

Bezeichnenderweise in einer Zeitschrift, der «Berlinischen Monatsschrift», hat Immanuel Kant den Gedanken in deutscher Sprache ausformuliert. Unter dem Titel «Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung?» schrieb er: «Zu dieser Aufklärung aber wird nichts erfordert als Freiheit; und zwar die unschädlichste unter allem, was nur Freiheit heissen mag, nämlich die: von seiner Vernunft in allen Stücken öffentlichen Gebrauch zu machen.»<sup>2</sup> Das Ziel bestand für den Philosophen darin, den Menschen aus seiner «selbstverschuldeten Unmündigkeit» zu befreien; und der Weg dahin sollte durch die Öffentlichkeit des Vernunftgebrauchs gebahnt werden. Dahinter stand die Vorstellung, dass der Austausch von Argumenten, geschieht er nur ungehindert und öffentlich, es einem Publikum von Lesern ermögliche, selbständig zur Mündigkeit zu finden. Alte Autoritäten wie die Kirchen oder die weltlichen Feudalherrscher sollten ausgedient haben. Die öffentliche Sphäre, früher eine Bühne der prunkvollen Selbstdarstellung und Machtentfaltung der Fürsten und Vasallen, der Päpste und Bischöfe, sie sollte nun zum Schauplatz vernünftiger Ermittlung des Gemeinwohls durch das Publikum der Bürger werden. Das freie Raisonement in deren Salons – für Kant: der intellektuelle Austausch unter Gelehrten – war zum grossen Vorbild für jede gesellschaftliche Kommunikation geworden.

Natürlich enthielt diese Konzeption von Kommunikation mit ihrer Verknüpfung von Öffentlichkeit, Freiheit und Vernünftigkeit politischen Zündstoff. Der explodierte gegen Ende des 18. Jahrhunderts freilich eher in der revolutionären Nationalversammlung von Paris oder im Laufe des Unabhängigkeitsprozesses in Amerika als im Preussen Immanuel Kants und Friedrichs des Grossen. Doch an der Macht der Öffentlichkeit, eingesetzt zunächst durch die Redefreiheit im englischen Parlament (Bill of Rights von 1689), dann ausgerufen durch die Grundrechte von Virginia von 1776 und die französische Menschenrechtserklärung von 1789, war nicht mehr vor-

beizukommen – auch wenn die Zensur vor allem im deutschen Raum genau dies noch für eine beschränkte Zeit ermöglichte. Gerechtigkeit, so auch Kant in seiner Schrift «Zum ewigen Frieden» von 1795, könne «nur als öffentlich kundbar gedacht werden.» Handlungen, die sich «nicht mit der Publizität» vertragen, seien schlechterdings «unrecht». Und mehr noch: was der Publizität bedürfe, stimme «mit Recht und Politik vereinigt zusammen.» Die Überlegung ist ebenso einfach wie schlagend: Wenn Publizität, also die öffentliche Bekanntmachung und Diskussion, zu einem politischen Akt dazu gehört wie ehemals ein Turm zu einer Kirche, so muss dieser Akt zwangsläufig mit den Interessen dieses Publikums übereinstimmen, ansonsten es sich den Akt nicht wird gefallen lassen.

Kant operierte nicht mit dem Begriff der öffentlichen Meinung. Aber es ist klar, dass seine Beschreibung der bindenden Kraft der Publizität wenn nicht vollständig übereinstimmt, so doch eng verwandt ist mit dem, was seine Zeitgenossen unter «öffentlicher Meinung», «opinion publique» oder «public opinion» verstanden. Dass die öffentliche Meinung ein Tribunal sei, vor dem Regenten wie Bürger gleichermaßen anzutreten hätten, gehört zum geläufigen politischen Sprachschatz der Zeit.

### Öffentliche Meinung für einen Penny

Dass das öffentliche Reden und Schreiben zur Vernunft und dass öffentlich betriebene Vernunftigkeit zur Freiheit und Mündigkeit aller führe, ist das Vermächtnis, das die Aufklärung dem Nachdenken über gesellschaftliche Kommunikation auferlegt hat. Man kann es auch anders – und als Frage – formulieren: Ist es heute noch so, dass öffentliches Kommunizieren zu befreienden Erkenntnissen führt und als Verständigung unter befreiten Menschen auch politisch bindende Wirkung entfalten kann? Die Frage mag akademisch klingen; sie ist es aber nicht, führt man sich vor Augen, welche Hoffnungen etwa zur Zeit neomarxistischer und ökologischer Bewegungen in Europa in die öffentliche Diskussion als Mittel zur Verbesserung der Welt gesteckt wurden.<sup>3</sup>

Dass die öffentliche – also durch Publikationen allen zugänglich gemachte – Sphäre nicht nur durch ein «Publikum rasonnierender Privatleute»<sup>4</sup> besetzt ist, sondern gleichzeitig auch als ein Bereich kommerzieller Chancen und ihrer Nutzung begriffen werden muss, konnte man schon zu Lebzeiten Kants wissen. Die zeitgenössischen Klagen über «Fabrik-schriftstellereyen» und «Modelesereyen» sind Legion. Die Aufklärer scheinen den doppelten Charakter jedes Buches, jeder Zeitschrift und Zeitung, nämlich zugleich Ausdruck des Geistes und handelbare Ware zu sein, unterschätzt zu haben. Das 19. Jahrhundert erlebte dann eine Entfesselung des Geldverdienens

<sup>1</sup> Zitat und weitere Auskünfte bei Lucian Hölscher: Öffentlichkeit und Geheimnis. Eine begriffsgeschichtliche Untersuchung zur Entstehung der Öffentlichkeit in der frühen Neuzeit. Stuttgart 1979

<sup>2</sup> Immanuel Kant: Schriften zur Anthropologie, Geschichtsphilosophie, Politik und Pädagogik. Werkausgabe, hrsg. von Wilhelm Weischedel, Bd. 11. Stuttgart 1977

<sup>3</sup> Noch bei Jürgen Habermas erscheint Öffentlichkeit als «gesamtgesellschaftliches Bewusstsein» (Der philosophische Diskurs der Moderne. Frankfurt am Main, 1985, S. 435)

<sup>4</sup> Jürgen Habermas: Strukturwandel der Öffentlichkeit. Darmstadt 1962

mit Zeitungen. Die Penny-Presse in England und Amerika – benannt nach dem Kaufpreis für eine Zeitung – erreichte ab den 1830-er Jahren bereits Auflagen von 100 000 oder gar 200 000 Exemplaren. Das Pariser Massenblatt «Le Petit Journal» durchstieß 1886 die magische Grenze von einer Million Exemplaren. Man kann sich leicht vorstellen, dass der Massenabsatz nicht nur über den günstigen Preis erzielt wurde, sondern sich auch kaum mit elaborierten politischen Abhandlungen vertrug. Unterhaltung, Bebilderung, Sensation, Lebensberatung und Sentimentalitäten begannen, den Inhalt der Presse zu prägen. Der Wahlspruch des Herausgebers des «Petit Journal» soll es gewesen sein: «Haben wir Mut, dumm zu sein.» Wie ein ideengeschichtlicher Kommentar liest sich der Satz in der ersten Nummer der Erfolgszeitschrift «Die Gartenlaube» von 1853: «Fern von aller rasonierenden Politik und allem Meinungsstreit in Religions- und andern Sachen, wollen wir Euch in wahrhaft guten Erzählungen einführen in die Geschichte des Menschenherzens und der Völker, in die Kämpfe menschlicher Leidenschaften und vergangener Zeiten.» Das Private hatte sich der öffentlichen Sphäre bemächtigt und war durch sie gleichzeitig seiner Geheimnisse entledigt worden.

Karikatur von 1870 auf den Pressemagnaten Emile Girardin: Er verkauft die Zeitung «La Liberté»

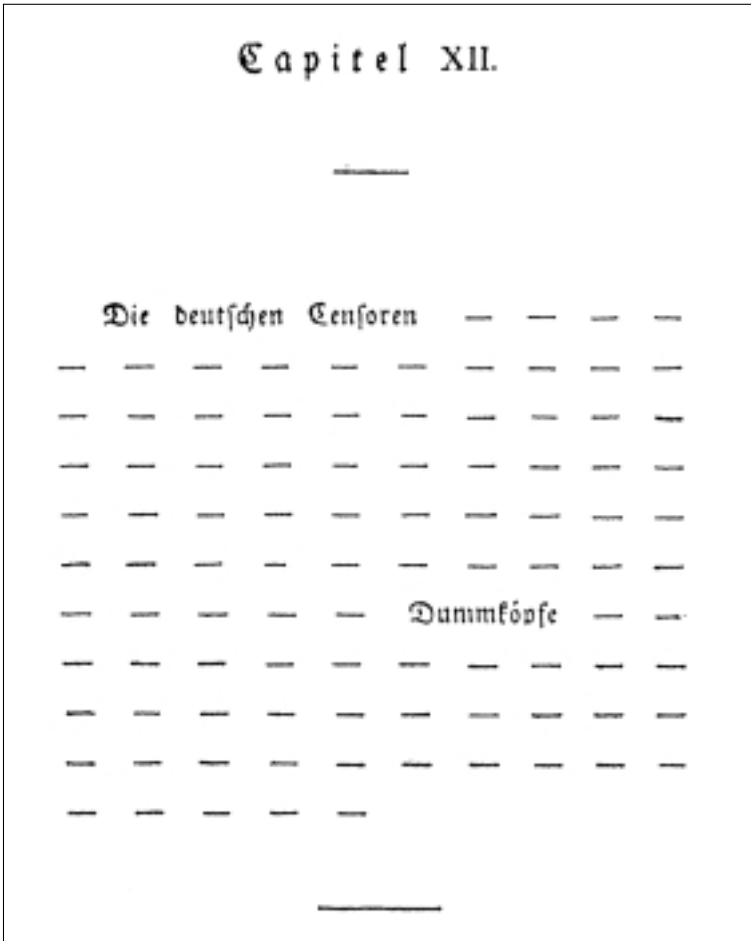


Entsprechend zwiespältig wurde das Verhältnis von Dichtern und Denkern zur sogenannten öffentlichen Meinung. Sie verdiene, «ebenso verachtet als geachtet» zu werden, schrieb Georg Wilhelm Friedrich Hegel, jedoch die Unabhängigkeit von ihr sei «die erste formelle Bedingung zu etwas Großem und Vernünftigem.»<sup>5</sup> Und Friedrich Nietzsche hielt lapidar nur fest: «Öffentliche Meinungen – private Faulheiten.»<sup>6</sup> Der alte Traum, über Öffentlichkeit die Menschen aufzuklären und mündig werden zu lassen, schien an ein Ende gekommen zu sein.

### Macht und Manipulierbarkeit

1922 erschien in New York ein Buch, das die Erfahrungen mit dem Prinzip Öffentlichkeit und der öffentlichen Meinung seit der Zeit der Aufklärung in vielerlei Hinsicht zusammenfasste. Unter dem Eindruck der Schlachten des Ersten Weltkriegs, in denen das 19. Jahrhundert kulminierte und seine Kultur unterging, versuchte der Publizist Walter Lippmann eine Neudefinition der Begriffe.<sup>7</sup> Als Ausgangspunkt diente ihm die Tatsache, dass Generäle des Weltkriegs selbst in brenzligen Phasen grosser Schlachten nicht nur über Einsatzplänen, sondern auch über Entwürfen für Pressecommuniqués brüteten. Dies galt Lippmann als sprechender Beweis sowohl für die Macht als auch für die Manipulierbarkeit der öffentlichen Meinung in der modernen Welt.

Aufklärung und klassischer Liberalismus glauben daran, «dass die Wahrheit durch die Begegnung, wie Feuer durch die Reibung zweier Streichhölzer entsteht», sagt Lippmann. Nichts anderes war tatsächlich die Vorstellung auch hinter Kants Dreieck von Öffentlichkeit, Freiheit und Vernünftigkeit gewesen. Lippmann hält dagegen, dass niemand alles Wesentliche über öffentliche Angelegenheiten wissen noch es sich in brauchbarer Zeit aneignen könne. Deshalb ist nicht zu erwarten, dass ein freies öffentliches Gespräch vernünftige Urteile hervorbringen wird. Statt ein freies Rasonnement erkennt Lippmann das «Stereotyp» als die bestimmende Form öffentlicher Kommunikation: Ein fassbares Bild der unfassbaren Welt, eine lebendige Vorstellung der abstrakten Wirklichkeit, ein «Symbol», «Image», ein «geläufiges Denkschema» oder eine «Fiktion». «Wenn alles Gute von Joffre, Foch, Wilson oder Roosevelt kam, so hatte alles Übel seinen Ursprung in Kaiser Wilhelm, Lenin oder Trotzki»: Auf diese Weise sah Lippmann die Menschen des Westens sich ihre Meinungen über den Weltkrieg zurechtzimmern, die Journalisten ihre Nachrichten zusammenschneiden und die Verleger ihre Auflagen erhöhen. Grund für das wenig zimperliche Vorgehen nach Lippmann: «Wir müssen zusammenfassen und verallgemeinern. Wir greifen Musterfälle heraus und behandeln sie als typisch.»



Noch im 19. Jahrhundert tobte in Deutschland der Kampf um die Pressefreiheit: Heinrich Heine nahm in seinen «Reisebildern» 1826 die Zensoren auf die Schippe

Die Beschreibung der Art, «wie rasch wir mit einem Tropfen Öl das ganze Universum schmieren» (Lippmann), muss für Anhänger der klassischen Theorie ein Schock gewesen sein. Für die Erforschung der öffentlichen Kommunikation war sie wegweisend. Reduktion und Selektion durch Kommunikation und Kommunikatoren wie auch die Veränderbarkeit und Beeinflussbarkeit der öffentlichen Meinung sind seither zu wichtigen Forschungsthemen geworden.

### Das System der Aufmerksamkeit

Schlechte Aussichten also für die Mediengesellschaft, die es schaffte, das Informationsangebot nur schon der gedruckten und elektronischen Medien ohne Internet zwischen 1960 und 1990 zu verdreifachen? Bringt uns der Überfluss an Kommunikation gar nicht weiter, drehen wir uns clickend, blättern und zappend nur im Kreis herum? Bedienen wir als Medienmacher nur die Interessen von Kapitalgesellschaften, stillen wir als Journalisten und Kommunikatoren nur das Unterhaltungsbedürfnis des Publikums, nach einer Bestätigung der längst festgefühten Weltbilder?

Wenn öffentliche Meinung eine Fiktion sein soll, so heisst das nicht, dass diese Fiktion für die Gesellschaft nicht von grösster Bedeutung wäre. Vielmehr liesse sich – mit der Systemtheorie – behaupten, dass wir uns ohne Öffentlichkeit im Sinne einer hohen Wahrscheinlichkeit der Bekanntheit ge-

wisser Themen kaum mehr miteinander unterhalten könnten. Öffentliche Meinung ist, aus dieser Perspektive gesehen, die «Unterstellbarkeit der Akzeptiertheit von Themen», wobei diese Unterstellbarkeit von «Aufmerksamkeitsregeln» beeinflusst sein kann. Je berühmter ein Absender, je krisenhafter eine Lage, je schmerzlicher für bestimmte Menschen ein Ereignis, desto grösser ist im allgemeinen die Aufmerksamkeit in den Medien.<sup>8</sup>

Ob Aufklärendes oder Intimes, Schockierendes oder Informierendes, unabhängige Meinungen oder offizielle Verlautbarungen: Medien veröffentlichen, was sie veröffentlichen. Aber wenn sie etwas veröffentlichen, befolgen sie gewisse technische und systembedingte Regeln, die die Wahrscheinlichkeit des Erfolgs steigern helfen. In diesem Lichte besehen, ist der Unterschied zwischen «Public Opinion» und «Public Relations» nicht mehr eine Frage des Systems und seiner allfälligen Korruption, sondern eine Frage des Standpunkts in ein und demselben System. Beide Instanzen sind zur Reduktion der Komplexität und zur Selektion gezwungen. Mit zunehmender Ausdifferenzierung der Medien, Berufe und Gefässe können die Standpunkte, von denen aus dies getan wird, jedoch praktisch miteinander unvereinbar sein.<sup>9</sup>

Wo soll nun aber, in dieser Zeit des entfesselten, aber selbstbezüglichen Medienangebots, eine Kommunikationsausbildung hinführen? Es wäre problematisch, den Eindruck erwecken zu wollen, die Öffentlichkeit sei immer noch allein ein Wundermittel der Aufklärung im Sinne des klassischen Vernunftideals. Genau deshalb ist es notwendiger denn je, über Öffentlichkeit aufzuklären – das heisst ins Bild zu setzen über die Bedeutung, die Funktionen und die Techniken der Herstellung von Aufmerksamkeit und öffentlicher Meinung in Geschichte und Gegenwart. Nur diesbezüglich orientierte Menschen werden im Medienzeitalter die Möglichkeit haben, von ihrer Vernunft auch wirklich öffentlichen Gebrauch zu machen.

<sup>5</sup> Grundlinien der Philosophie des Rechts, Paragraf 318

<sup>6</sup> Menschliches, Allzumenschliches, Paragraf 482

<sup>7</sup> Public Opinion. Dt.: Öffentliche Meinung. Bochum 1989

<sup>8</sup> So Niklas Luhmann: Öffentliche Meinung. In: Wolfgang R. Langenbacher: Politik und Kommunikation. München 1979

<sup>9</sup> Dazu Klaus Merten/Joachim Westerbarkey: Public Opinion und Public Relations. In: K. Merten, u. a.: Die Wirklichkeit der Medien. Opladen 1994

## Umbruch – Aufbruch

Die ZHW in einer sich wandelnden

Bildungslandschaft

von Werner Inderbitzin,  
Rektor ad interim



Die Bildungslandschaft der Schweiz ist im Umbruch. Betroffen sind auch die Menschen, die Dozierenden, Angestellten und Studierenden, die an den Hochschulen wirken und lernen. Zeiten des Wandels verändern Machtpositionen, untergraben langjährige Wertvorstellungen, lösen Angst aus. Veränderungen eröffnen aber auch neue Möglichkeiten und Chancen, die früher versperrt waren. Die ZHW ist Bestandteil dieser Landschaft und deshalb vom Wandel betroffen. Für die Zukunft unserer Schule ist entscheidend, dass die Trends der gegenwärtigen Strukturänderungen in der Bildungslandschaft sorgfältig beobachtet und analysiert werden. Klare Vorstellungen über die Zukunft sind für die ZHW erfolgsentscheidend. Diese müssen gleichzeitig visionär und in Bezug auf deren Realisierung realistisch sein.

### Umbruch

Mit der Einführung der Berufsmaturität und den darauf aufbauenden FH-Lehrgängen wurden ganz neue Möglichkeiten von Hochschulstudien geschaffen. Die FH mit ihrem erweiterten Leistungsauftrag, der auch Weiterbildung, anwendungsorientierte Forschung und Entwicklung und Dienstleistungen umfasst, stehen für eine neue Ausbildungsqualität. Gleichzeitig geht aber mit dem Aufbau der FH auch ein Strukturberreinigungsprozess vor sich, der seinesgleichen sucht. Aus rund sechzig HTL-, HWV- und Gestaltungsschulen gilt es, sieben Fachhochschulen zusammenzufassen! Die Branche Bildungswesen durchläuft einen gewollten Fusions- und Integrationsprozess, der noch keineswegs abgeschlossen ist und dessen endgültigen Auswirkungen erst erahnt werden können. Zweifellos haben herausragende Persönlichkeiten im Bildungswesen diesen Prozess initiiert. Die tieferliegenden Ursachen aber dürften eher in den Strukturänderungen der Wirtschaft und Gesellschaft zu suchen sein. Adäquate Qualifikationen und die gleichzeitige Befähigung zur permanenten Weiterbildung sind zu einem zentralen Wettbewerbsfaktor im globalen Wettbewerb geworden. Von den FH erwartet man, dass die Ausbildung zielgerichtet und effizient, ohne lange Umwege und möglichst praxisnah gestaltet wird. Gleichzeitig erwarten die Geldgeber - in den allermeisten Fällen

die öffentliche Hand – ein möglichst kostengünstiges Ergebnis. Oder vereinfacht: Die Fachhochschulen müssen kosteneffizient sein und einen hohen Nutzen stiften.

Die ökonomische Denkweise ist im öffentlichen Bildungswesen oft noch ungewohnt. Mit diesem Problem steht es aber nicht allein: Non-Profit Organisationen wie humanitäre Hilfswerke oder die Kirchen sind genauso herausgefordert wie Fussballclubs oder Teile der öffentlichen Verwaltung, z.B. etwa die Berufsberatung. Alle genannten Bereiche sind mit diesem Paradigmawechsel konfrontiert. Ihre Leistungen, die sie jahrzehntelang nach klar geregelten Mustern erbracht und finanziert haben, werden in Frage gestellt. Wer nicht nachweisen kann, welchen Nutzen und Wert er für den Leistungsempfänger, den Kunden, schafft, hat ein Legitimationsproblem.

Für die Fachhochschulen hat der Umbruch im Bildungswesen aber eine zweite Seite. Die öffentliche Hand steckt beträchtliche Mittel in den Aufbau der FH. Die Investitionen in das Humankapital unseres Landes sind substanzial. In einer Zeit, in der die Ergebnisse der öffentlichen Haushalte keineswegs überschäumend sind, ist dies nicht einfach selbstverständlich. Im Gegenteil: Es zeugt von einer Weitsicht, die man sich auch für andere Dossiers der helvetischen Politik oft wünschen würde. Als ZHW haben wir heute Möglichkeiten, die wir als TWI, HWV oder DOZ unter den früheren Regelungen nie gehabt hätten.

### Wo stehen wir?

Alle Teile der ZHW haben in den vergangenen Jahren bewiesen, dass sie zu Innovationen bereit sind. Neue Studiengänge, Nachdiplomstudien, Forschungsprojekte und Führungsinstrumente beweisen, dass Ideen entwickelt und umgesetzt werden. Dass man dabei nicht immer und sofort erfolgreich ist, ist normal! Wo keine Fehlschläge passieren, müsste man folgern, dass nie etwas Neues versucht wurde.

Eine nähere Analyse zeigt, dass die ZHW zwei Jahre nach der Fusion stark aus den Kompetenzen und Fähigkeiten der früheren Schulen TWI, HWV und DOZ lebt. Die Möglichkeiten und Chancen, die eine Fusion eröffnet, sind noch zu wenig genutzt worden.

Dies ist nicht weiter verwunderlich, zeigen doch die Erfahrungen aus der Wirtschaftspraxis, dass Zusammenschlüsse viel mehr Zeit und Sorgfalt erfordern, um die gewünschten Ergebnisse, nämlich Synergien und Mehrwerte im Sinne der Gleichung  $1+1+1=4$  zu schaffen. Klar ist aber auch, dass gerade bei einer Fusion oft viele Vorhaben und Projekte zu wenig professionell angepackt werden. Darüber hinaus gilt es, die Zielkonflikte zu lösen, die zwischen Schnelligkeit bei der Entwicklung neuer Produkte und deren Markteinführung einerseits und der Qualität dieser neuen Produkte andererseits bestehen.

Die neue Bildungslandschaft der Schweiz ist klar gekennzeichnet durch zunehmende Wettbewerbsintensität. Es gibt einen Wettbewerb: Erstens um die guten Studierenden, die an andere FH abwandern können, zweitens um die guten Dozierenden, die auch Stellenangebote aus der Wirtschaft haben und drittens um die guten Projekte und Aufträge. In diesem Umfeld müssen wir unseren Weg in die Zukunft gestalten! Dieser Weg hat eine qualitative und eine quantitative Dimension. Der zukünftige Erfolg unserer Schule wird von den gemeinsamen Werten bestimmt werden, mit denen sich alle ZHW Angehörigen identifizieren können.

### Qualität

Die qualitative Dimension bedeutet, dass die ZHW ihre Kernkompetenzen pflegt und weiterentwickelt. Kernkompetenzen sind Fähigkeiten oder Eigenschaften, die eine Institution oder Unternehmung über Jahre oder Jahrzehnte entwickelt hat und deshalb besonders gut beherrscht. Eine Kernkompetenz der ZHW ist es, Berufsleute so effizient auszubilden, dass sie in der späteren Berufspraxis als Betriebsökonominnen, Ingenieure, Übersetzerinnen, Chemiker oder Architektinnen besonders erfolgreich sind. Diese Fähigkeit müssen wir zwingend pflegen und weiterentwickeln.

Ausbildungskompetenz ist die notwendige Voraussetzung, im Wettbewerb mit anderen Hochschulen, die gleiche Kernkompetenzen aufweisen, erfolgreich bestehen zu können. Es ist sozusagen die Vorbedingung, damit wir das Finalspiel erreichen. Um den Match zu gewinnen, braucht es aber mehr als nur Ausbildungskompetenz: Notwendig sind

Wettbewerbsvorteile, die wir anderen Konkurrenten voraus haben, sei es, dass wir diese gezielt aufbauen und entwickeln, sei es, dass wir aufgrund der natürlichen Gegebenheiten Vorteile aufweisen, die andere gar nicht haben können.

- Natürliche Vorteile für uns sind beispielsweise der hervorragende Standort im Grossraum Zürich mit einem grossen Marktpotential. Ein natürlicher Vorteil bildet auch die Grösse und Angebotsbreite unserer Schule.
- Neu zu entwickelnde Wettbewerbsvorteile können bestehen aus einmaligen Weiterbildungsprogrammen, aus speziellen Forschungsschwerpunkten, aus einzigartigen Kooperationen mit der Wirtschaft (Beispiel: Technopark Winterthur).

Alles muss auf den Aufbau einer qualitativ hochstehenden, international anerkannten Mehrspartenhochschule ausgerichtet sein. Dabei ist klar, dass der Aufbau von Leistungsbereichen, die in Wettbewerbsvorteile umgesetzt werden können, nur möglich ist zusammen mit gut qualifizierten, veränderungs- und leistungswilligen Dozierenden, Studierenden, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Die Menschen sind unser kostbarster Wert! Diese Werte lassen sich letztlich auch nicht kaufen, sondern müssen entwickelt und gepflegt werden.

#### Quantität

Die quantitative Dimension bedeutet, dass die ZHW aufgrund von externen und internen Faktoren in den nächsten Jahren wachsen muss. Die Marktentwicklung im Bereich Ausbildung und Weiterbildung zeigt, dass die Studierendenzahlen gezielt gesteigert werden können. Eine Zunahme der Nachfrage in bestehenden Diplomstudiengängen (v. a. in den Bereichen Informatik und Oekonomie) und in neu entwickelten Studiengängen ist zu erwarten. In anderen Studiengängen wird es darum gehen, die Zahl der Studierenden zu halten. Im Weiterbildungsbereich ist zweifellos ein Wachstum möglich. Es ist selbstverständlich, dass in die Entwicklung von neuen Leistungsangeboten sowohl in der Ausbildung als auch in der Weiterbildung finanziell investiert werden muss.

Die ZHW wird dies in den nächsten fünf Jahren in beträchtlichem Ausmass tun.

#### Gemeinsame Werte

Ein Merkmal von langfristig erfolgreichen Firmen sind gemeinsame Werte und Verhaltensweisen. Es handelt sich dabei meistens um ganz grundlegende Fragen: Wie behandeln wir die Kunden? Wie lösen wir Konflikte? Wie halten wir es mit der Qualität? Wie behandeln wir Fehler? Wie gehen wir mit den MitarbeiterInnen um? usw. Interessant ist, dass die wenigsten der erfolgreichen Firmen diese Normen schriftlich festgehalten haben. Oft haben sich solche Verhaltensweisen über lange Zeit herausgebildet, mitbestimmt und abgeleitet von der Persönlichkeit der Unternehmensgründer. Mit anderen Worten: Was nicht in den Köpfen und vor allem in den Herzen der Menschen verankert ist, ist kaum wirkungsvoll!

Sowohl die Fusion als auch veränderte Erwartungen gegenüber unserer Institution (Stichwort: Bildungsunternehmen) stellen die traditionellen Werte einer Hochschule in Frage. Was ist unser Bildungsauftrag? Müssen wir profitabel wirtschaften? Wenn ja: In welchem Masse? Woran messen wir Qualität? Welche Balance halten wir zwischen Ausbildung und den anderen Leistungsaufträgen: Weiterbildung, Forschung, Dienstleistungen? Zusätzlich zu Fragen unserer gemeinsamen Grundwerte gilt es, den Zusammenschluss von drei vormalig selbständigen Institutionen zu bewältigen. Dieser Zusammenschluss bringt Personengruppen mit unterschiedlichem Erfahrungshintergrund unter ein ZHW-Dach. Was haben Ingenieure, Oekonominnen, Naturwissenschaftler, Architektinnen und Sprachwissenschaftler gemeinsam? Die zentrale Herausforderung der ZHW in den nächsten Jahren wird sein, gemeinsame Wertvorstellungen zu entwickeln, welche alle an der ZHW tätigen Personen verbinden. Dabei kann es nie darum gehen, in zentralistischer Manier allen Einheiten und Departementen ein einheitlich genormtes ZHW-Modell überzustülpen. Unterschiede in Denkweisen und Werten müssen möglich sein: Sie bereichern und stärken unsere gemeinsame Kultur und Identität. Notwendig ist aber gleichzeitig ein Konsens über die grundlegenden gemeinsamen Werte und Verhaltensweisen. Vorausset-

zung für die Entwicklung dieser gemeinsamen Werte sind eine klare, vorbildliche Führung sowie gegenseitiges Kennenlernen und die Zusammenarbeit über die Fachdepartemente hinweg.

#### Das Besondere an der ZHW

Der Mix aus den drei ehemaligen Schulen HWV, TWI und DOZ ergibt eine Mehrspartigkeit, die in der schweizerischen FH-Landschaft einzigartig ist. Einer der zentralen Wettbewerbsvorteile unserer Hochschule besteht im Ausnutzen der Schnittstellen zwischen den verschiedenen Departementen. Eine ganze Anzahl Beispiele gibt es bereits: Der Studiengang Kommunikation und Informatik, der neue Studiengang Fachjournalismus, das NDS Technik für Oekonomen, das NDS Kulturmanagement oder der NDK Innovationsmanagement, und weitere Programme, die in Entwicklung sind, aber auch verschiedene Kooperationen im F&E-Bereich. Diese Möglichkeiten gilt es zukünftig noch verstärkt auszuschöpfen und Querschnittsthemen zu definieren, zu denen verschiedene Departemente etwas beitragen können, beispielsweise bei der Abwicklung von Forschungs- und Beratungsmandaten für Firmen und NPO. Spartenübergreifende Zusammenarbeit und Querschnittsthemen sind dabei nicht nur ein entscheidender Wettbewerbsvorteil, sie bilden gleichzeitig die Grundelemente für die Identität der ZHW.

#### Fazit

Die ZHW steht wie alle anderen FH in einem zunehmend kompetitiven Umfeld. Sie ist jedoch für die Zukunft gut gerüstet. Quantitative und qualitative Entwicklungen sind möglich und werden aktiv angestrebt. Die schwierigste Herausforderung der ZHW, die sie mit allen anderen FH teilt, ist die Wahrnehmung ihres Bildungsauftrags in einem veränderten und sich weiter verändernden Umfeld mit neuen Rahmenbedingungen; Veränderungen und Anpassungen sind erforderlich. Die ZHW nimmt diese Herausforderung an und wird ihre Zukunft erfolgreich gestalten.



## Erstens kommt es anders und zweitens als man denkt

### Von der Abteilung TWI zum Departement ZHW

von Heinz Baltensperger



Mit der Übernahme von neuen Aufgaben ist immer auch ein Risiko verbunden. Die Kolleginnen und Kollegen der ehemaligen Abteilung für Elektrotechnik TWI waren sich dessen vermutlich bewusst, als sie das Amt des Abteilungsvorstandes 1992 neu besetzen mussten. Auch für mich als neuer Amtsinhaber waren damals verschiedene Fragen offen, da die Entwicklung der Abteilung keineswegs voraussehbar war. Zum Glück stellte sich Kollege Hans Käser als Stellvertreter zur Verfügung, so dass sich unser Team die vielfältigen Aufgaben in den vergangenen Jahren aufteilen konnte.

Ein Punkt, wo meine Vorstellungen bei der Amtsübernahme vollkommen daneben lagen, war der damalige Lehrplan *Elektrotechnik*.

Unter Leitung einer Lehrplankommission war nämlich während der Amtsdauer meines Vorgängers, Jakob Lattmann, der erst kurz zuvor in Kraft gesetzte Lehrplan auf das vierjährige Reformstudium angepasst worden. Der grössere Teil dieser Arbeit wurde vor meiner Amtsübernahme geleistet. In die Amtsdauer fiel dessen Einführung mit entsprechender Unterstützung durch drei Lehrplantagungen. Die ersten Absolventen dieses neuen Lehrplanes konnten nach vier Jahren Ende 1997 die Diplome entgegennehmen. Deshalb nahm ich an, dass innerhalb meiner Amtsdauer von 1992–1996 keine «Baustelle Lehrplan *Elektrotechnik*» mehr notwendig werden sollte.

#### Irren ist männlich

Nicht nur hatte ich mich in dieser Sachlage getäuscht, nein auch das Ausmass der Entwicklung war nicht vorhersehbar. Mit der Fachhochschulentwicklung waren neue dreijährige Studiengänge gefordert. Ein Überdenken der Reformideen des vierjährigen Studiums war gefragt. Insbesondere zeichnete sich die Einführung der Berufsmatura in einem für schweizerische Verhältnisse aussergewöhnlichen Tempo ab. Anfangs 1995 wurde eine neue Lehrplankommission *Elektrotechnik* eingesetzt. Die Termine waren derart kurz, dass schon ein halbes Jahr später der modifizierte Lehrplan vorlag.

#### Das war der erste Streich, der zweite folgte sogleich

Aufgrund einer Beurteilung der Berufslehrenentwicklung wurde in der damaligen Abteilung vorgeschlagen, ein Informatikstudium anzubieten. Da am ehemaligen Technikum dafür eine neue Abteilung notwendig gewesen wäre, wäre dieser Schritt nur mit einer entsprechenden Gesetzesänderung möglich gewesen. In aller Eile wurde Ende 1995 eine zweite Lehrplankommission eingesetzt. Bereits im folgenden Januar 1996 legte diese Kommission den Lehrplan *Informationstechnologie* vor. Die beiden Lehrpläne wurden nun in einem Antrag zur Fachhochschulentwicklung zusammengefasst und zur Genehmigung eingereicht.

Nach der reglementarischen vierjährigen Amtsdauer erneuerte die Abteilung für Elektrotechnik den Auftrag und sprach dem Leitungsteam für eine zweite Amtsdauer (1996–2000) das Vertrauen aus.

#### Das war der zweite Streich, der dritte folgte sogleich

Mit der Entwicklung der Zürcher Fachhochschule Winterthur wurden Kontakte zur damaligen HWV geknüpft. Bald wurde auf ein Bedürfnis für ein Informatikstudium auch für AbsolventenInnen der kaufmännischen Ausbildung hingewiesen. Eine gemischte Lehrplankommission aus HWV- und TWI-Dozierenden entwickelte unter externer Leitung gemeinsam einen neuen Lehrplan *Kommunikation* und *Informatik*. Dieser konnte Ende 1997 genehmigt werden.

#### Das war der dritte Streich, der nächste...

Bereits mit einem solchen intensiven Rhythmus bei der Erneuerung und Erweiterung des Ausbildungsangebotes war das gesamte Personal in der ehemaligen Abteilung für Elektrotechnik oder dem heutigen Departement voll gefordert. An der neuen Departementsstruktur der ZHW waren auch die Departemente L, P und W massgeblich beteiligt. Zusätzlich war es auch notwendig, die Ausbildungsstrukturen des vierjährigen Studiums abzulösen, was sehr aufwändige Planungs- und Organisationsarbeiten verursachte.

Mit der stark einsetzenden Nachfrage nach Studienplätzen im Departement E wurde ein beispielloser Wettlauf zur Kapazitätsbeschaffung für zusätzliche Dozierende, Assistenten, Räumlichkeiten und Laboratorien ausgelöst. Mit dem beginnenden Schuljahr 2000/2001 konnten die Bedürfnisse gerade abgedeckt werden.

#### Die Zeit läuft im Sauseschritt und wir laufen mit

Gleichzeitig erfolgte in dieser Phase auch der Start für die Entwicklung der Fachhochschulstrukturen. Umfangreiche Dokumentationen der Abteilungen für die Genehmigung als Fachhochschule waren einzureichen. Neue Strukturen waren zu entwickeln und neue Aufgaben waren und sind noch durch die Departemente zu übernehmen.

Auch auf der Stufe der Zürcher Hochschule Winterthur wurde eine Neuorganisation eingeführt und die alten Verantwortungsbereiche demontiert. Dieser Prozess ist noch nicht abgeschlossen und läuft infolge teils nicht festgelegter Randbedingungen mit grösseren Friktionen ab. Gelegentlich sind einzelne Arbeitsergebnisse nicht brauchbar, so dass die gleiche Arbeit zu wiederholen ist. Dies löst bei allen Beteiligten Verunsicherung aus und wirkt kaum motivierend. Dass diese Effekte nicht nur an der Hochschule Winterthur auftreten, ist ein schwacher Trost. Auf den verschiedenen «Baustellen der Fachhochschulen» wird eifrig gebaut und wir dürfen mit Spannung die Resultate dieser Tätigkeiten erwarten.

#### Die Zeit läuft im Sauseschritt...

Der Entstehungsprozess der Fachhochschulen wird durch viele verschiedene Instanzen beeinflusst. Hatten wir uns am ehemaligen TWI manchmal über lange Instanzenwege beklagt, so waren damals ausserhalb der Ingenieurschule die Aufsichtskommission, der Erziehungsrat und die Erziehungsdirektion zuständig.

Die Einführung oder Anpassung von neuen Fachhochschullehrplänen wird heute jedoch neu durch Schulrat, Fachhochschulrat Kt. ZH, Bildungsdirektion ZH, Bundesamt für Berufsbildung und Technologie, Eidg. Fach-

hochschulrat sowie eventuell durch den Bundesrat beurteilt (Auflagen). Dass ein derart langer Instanzenweg der Dynamik der FH Entwicklung förderlich ist, wagen wir anzuzweifeln.

Praktische Beispiele sind die Auflagen des Bundesrates für die Fachhochschulen Zürich und Ostschweiz bezüglich Studiengänge HSR und ZHW. Zwischen den Ingenieurhochschulen HSR und ZHW wurden sehr früh direkte Kontakte aufgenommen und mögliche Zusammenarbeiten und Synergien vorgeschlagen. Entsprechend ausgearbeitete Konzepte wurden über den langen Instanzenweg weitergeleitet. Auf den übergeordneten Stufen hat sich aus unserer Sicht in den vergangenen Jahren jedoch kaum etwas bewegt.

#### Die Zeit läuft...

Auch wenn die Rahmenbedingungen für die Fachhochschulentwicklung zu wünschen übrig lassen, ist der erreichte Stand des Departementes E erfreulich. Die Aufgaben und Ziele innerhalb des Departementes sind klar. Die in dieser Zeitspanne von acht Jahren überreichten 678 Diplome sind Grund genug, auf diesem Erfolgskurs weiterzufahren.

Diese Entwicklung von der ehemaligen Abteilung für Elektrotechnik des TWI zum heutigen Departement Informatik, Kommunikation und Elektrotechnik war nur möglich durch den Einsatz und die Leistung des gesamten Personals und auch der Studierenden. Dazu gehören selbstverständlich auch die in den verschiedenen Studiengängen beteiligten Dozierenden aus den anderen Departementen sowie das Personal der zentralen Dienste (Verwaltung). Ihnen allen kommt das Verdienst zu, den wesentlichen Beitrag für die Zukunft des Departementes geleistet zu haben.

Ich bedanke mich herzlich für die grosszügige Unterstützung während meiner Amtszeit und hoffe mit allen zusammen auf eine weiterhin positive Entwicklung des Departementes Informatik, Kommunikation und Elektrotechnik.



## *Inserat Siemens 1/2 spez*

# Modulares Brückenbausystem aus Faserverbundkunststoff (FVK)

von Josef Kurath

**Kürzlich wurde dem Studiengang Bauingenieurwesen von der Kommission für Technologie und Innovation (KTI) ein grösseres Forschungsprojekt im zukunfts-trächtigen Gebiet der Faserverbundkunststoffe bewilligt.**

Ziel des Projektes ist, einen modularen Biegeträger aus Faserverbundkunststoff (FVK) zu entwickeln. Das Neue an diesem System besteht in der Verbindungstechnik und im Konzept des Biegeträgers. So sollen erstmals Profile aus Glasfaserkunststoff (GFK) mit vorgespannten Kohlenfaserlamellen (CFK) zusammengehalten werden. Es ist weder eine Verschraubung noch eine Verklebung vorgesehen. Der Biegeträger besteht aus elliptischen Rohrsegmenten mit dazwischenliegenden Schotten. Werden die einzelnen Elemente mit einem Vorspannglied zusammengespannt, ergibt sich ein sehr stabiler Biegeträger in Zellenbauweise. Bei einer Brücke über die Kempt in Winterthur soll der Biegeträger im Jahre 2001 erstmalig eingesetzt und getestet werden.

Die Forschungsarbeit wird durch den Studiengang Bauingenieurwesen durchgeführt, zum Teil in Zusammenarbeit mit anderen Departementen. Das Projekt wird drei Jahre dauern. Von den Gesamtprojektkosten von etwa Fr. 550 000.– übernimmt die KTI ungefähr 40 %. Damit werden vor allem die Aufwendungen der ZHW bezahlt. Die beteiligten Industriepartner (siehe Liste unten) sowie die Stadt Winterthur übernehmen die restlichen Kosten. Die Federführung des Projektes liegt bei der auf Faserverbundkunststoff spezialisierten Firma Swissfiber AG in Zürich.

Anfang 1999 wurden am Studiengang Bauingenieurwesen bereits Vorversuche durchgeführt. Dabei stand das Trag- und Verformungsverhalten der mit vorgespannten CFK-Lamellen zusammengehaltenen GFK-Profile im Zentrum der Versuche. Dadurch konnte sich die Schule schon ein gewisses Know-how aneignen. Die gewonnenen Erkenntnisse aus diesen Vorversuchen fliessen natürlich in das Projekt ein.



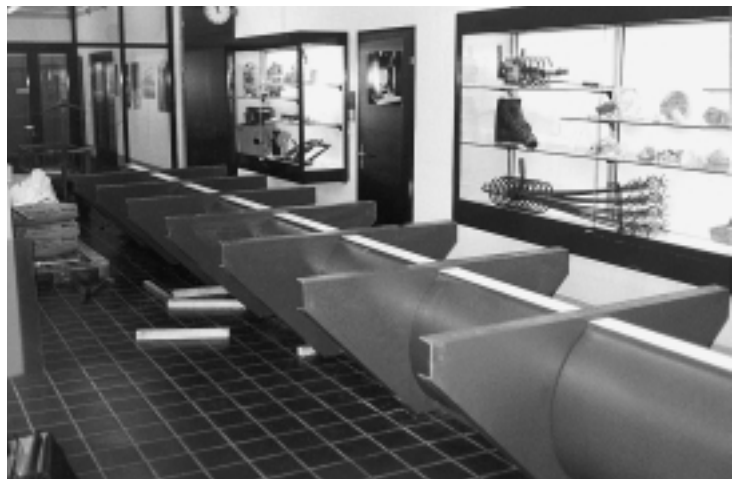
Vorversuche: Mit vorgespannten CFK-Lamellen zusammengehaltene GFK-Profile nach dem Bruch unter der Biegemaschine.



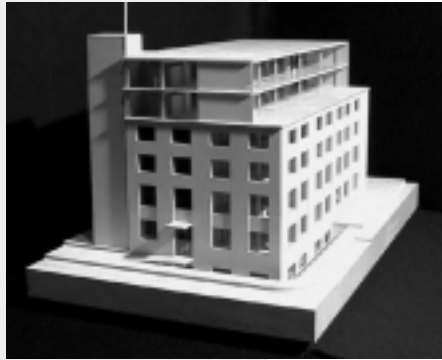
## Am Projekt beteiligte Firmen und Institutionen:

- Swissfiber AG, Zürich
- Scobalit AG, Winterthur
- Ingenieurbüro Staubli, Kurath und Partner AG, Zürich
- Stadt Winterthur, Abteilung Tiefbau
- Sika AG, Zürich
- Top Glass
- Dow Chemical
- Castioni Kunststoffhandel

Prototyp eines modularen Biegeträgers (zusammengebaut an der ZHW).



## Technopark Winterthur kommt!



**Der Standort für den Technopark Winterthur ist bestimmt. Das Zentrum für Wissenstransfer und innovative Unternehmungen wird im Sulzer-Areal realisiert. Der Technopark soll Anfang 2002 bezugsbereit sein.**

Die Stadt Winterthur ist im Umbruch. Innovative Unternehmungen sind gefragt, welche neue Arbeitsplätze schaffen. Mit der ZHW verfügt Winterthur über eine Quelle für Innovationen. Wie andere Hochschulen hat auch sie die Aufgabe, den Wissenstransfer von der Forschung in die Praxis zu fördern, das heisst Ideen in marktreife Produkte und Dienstleistungen überzuführen. Was liegt näher, als einen Ort zu schaffen, wo diese Ideen umgesetzt werden können. Die Stadt Winterthur, die Handelskammer und Arbeitgebervereinigung Winterthur (HAW) und die Zürcher Hochschule Winterthur (ZHW) haben die Chance für die Stadt erkannt und ein Konzept für einen Technopark in Winterthur ausgearbeitet.

Der Technopark Winterthur soll ein Kristallisationspunkt sein, wo Wissen, Know-how und internationale Netzwerke zusammenfliessen und ein kreatives und professionelles Umfeld für Unternehmungen entsteht. Eine transparente Mieterselektion gewährleistet, dass der Technopark Winterthur ein klares Profil erhält und zum Qualitätssiegel für die eingemieteten Unternehmungen wird.

Der Technopark Zürich hat bereits bewiesen, dass dieses Konzept funktioniert. Die Räumlichkeiten sind voll vermietet. Viele spannende Projekte und Unternehmungen haben hier ihren Anfang genommen. Der Technopark Winterthur und der Technopark Zürich werden eng zusammenarbeiten, um das Know-how und den Qualitätsbegriff Technopark® zu nutzen, Erfahrungen auszutauschen und Netzwerke zugunsten des Erfolgs der Mieterfirmen zusammenlegen zu können. In Winterthur werden neben technologieorientierten Unternehmungen und unterstützenden Dienstleistern auch Firmen aus den Bereichen Sprache, Architektur und Wirtschaft Platz finden, denn diese Themen gehören ebenfalls zum Angebot der Mehrsparten-Hochschule ZHW. Im Sinne ihres Auftrags, Wissenstransfers zu betreiben, wird die Leitung des Technoparks

Winterthur durch die ZHW wahrgenommen, in Personalunion mit der Technologie-Transfer-Stelle «Transfer ZHW».

### Grosse Nachfrage

Das Stadtmarketing Winterthur, welches sich stark für das Projekt Technopark Winterthur engagiert, hat im Herbst 1999 bei 160 Unternehmungen in Winterthur und Umgebung eine Umfrage durchgeführt. Die Analyse und diverse Anfragen beim Stadtmarketing zeigen, dass ein grosses Interesse am Technopark Winterthur als Unternehmensstandort besteht. Ab Bauvollendung kann mit einer Auslastung von 100 Prozent gerechnet werden. Unternehmungen, welche sich im Technopark einmieten wollen, aber bereits vor 2002 einen Standort brauchen, werden nach Möglichkeit bereits heute im Sulzer-Areal untergebracht.

### Wo wird der Technopark Winterthur entstehen?

Die potentiellen Standorte für den Technopark Winterthur sind in Zusammenarbeit mit Spezialisten sorgfältig evaluiert worden. Kriterien wie Lage, Preis und Grösse haben den Ausschlag für die Wahl des Sulzer-Gebäudes 1029 an der Tössfeldstrasse als künftigen Standort des Technoparks Winterthur gegeben.

Insgesamt können an der Tössfeldstrasse/Jägerstrasse rund 4025m<sup>2</sup> vermietbare Fläche realisiert werden. Die Liegenschaft 1029 wird ab März 2001 umgebaut und ist im Januar 2002 bezugsbereit. Die Baukommission der Trägerschaft Technopark Winterthur hat sich aufgrund einer Submission unter drei Gesamtleistungsanbietern für ein Projekt entschieden, welches eine Aufstockung der Liegenschaft um zwei Geschosse vorsieht. Die Aufstockung lohnt sich nicht nur aus ökonomischen Überlegungen; sie ist Ausdruck einer Neuentwicklung im Sulzer-Areal. Die Investitionskosten belaufen sich insgesamt auf rund 10,2 Millionen Franken.

Die Altlastenfrage ist mit der Sulzer Immobilien AG geklärt. Parkplätze und Lagerflächen können in unmittelbarer Nähe der Liegenschaft 1029 von der Sulzer Immobilien AG zugemietet werden. Die Expansion des Technoparks innerhalb des Sulzer-Areals ist durch entsprechende Kaufrechte gesichert.

### Finanzierung auf gutem Weg

Die Trägerschaft Projekt Technopark Winterthur hat am 2. November die Technopark Winterthur AG gegründet. Für die Zeichnung des Aktienkapitals von 5,5 Millionen Franken besteht folgende Zielsetzung:

3,0 Millionen	Investoren aus der Privatwirtschaft/HAW
2,0 Millionen	Stadt Winterthur
0,5 Millionen	Kanton Zürich

Die Finanzierung durch Wirtschaft und Kanton ist gesichert. Der Entscheid der Stadt Winterthur durch den Grossen Gemeinderat Winterthur ist im September gefallen.

### Welche Vorteile haben die Mieter des Technoparks?

Die Mieter erhalten zu marktüblichen Konditionen folgenden Mehrwert:

- gestaffelte Rabatte (30%, 20%, 10%) für Neuunternehmungen in den ersten drei Jahren
- Qualitätsadresse, die das Vertrauen von Kunden in Neuunternehmungen stärkt
- Zugang zu einem umfassenden Netzwerk aus Wissenschaft, Wirtschaft (inkl. Venture Capital) und Politik
- kostenlose Erstberatung in unternehmerischen Fragen für Neuunternehmungen
- Infrastrukturen wie Cafeteria, Sitzungszimmer und Schulungsräume, Telefonzentrale, Kopiergeräte, Projektoren sowie einen Anschluss an ein Hochleistungsdatennetz (Leistungen z. T. gegen Gebühr)
- Nutzung der gemeinsamen Internetplattform Technopark Winterthur und Zürich
- freier Zutritt zu Veranstaltungen des Technoparks
- anregendes unternehmerisches Umfeld

### Kontaktadresse:

Dr. René Hausammann, Leiter Technopark, Zürcher Hochschule Winterthur ZHW, Departement Wissens- und Technologietransfer, Tel. 052 267 75 28, Fax 052 268 75 28

## Modelica-Kurs des Departementes P

von Werner Maurer

Im Rahmen des Kompetenzaufbaus Systemdesign ([www.systemdesign.ch](http://www.systemdesign.ch)) fand am 28. und 29. September an der ZHW ein Weiterbildungskurs für Dozierende und Assistenten statt. Als Referent konnte der Chairman der Modelica Association, Dr. Martin Otter, gewonnen werden. Modelica ([www.modelica.org](http://www.modelica.org)) ist eine objektorientierte Simulationssprache zur multidisziplinären Modellierung komplexer Systeme. Es ist kein Zufall, dass diese Sprache schon vier Jahre nach ihrem ersten Entwurf an der ZHW eingesetzt wird: sowohl Modelica als auch die in Winterthur entwickelte Systemdynamik beziehen sich auf das Energieträgerkonzept von Falk, Ruppel, Job und Herrmann.

Der Referent führte die zehn Kursteilnehmer und eine Kursteilnehmerin mittels einer professionell gestalteten Bildschirmpräsentation in die Geheimnisse von Modelica ein. Nach jedem Theorieblock galt es, das Gelernte in die Praxis umzusetzen. Zuerst mussten einfache Objektdiagramme zusammengefügt und einzelne Parameter gesetzt werden. Später wurden hierarchische Modelle gebaut und kleinere Objekte in Komponentenfelder eingebettet. Bei den un stetigen und strukturvariablen Systemen sahen die Kursbesucher ein, dass das Verhalten von Dioden und mechanischen Kupplungen in nur zwei Stunden kaum zu programmieren ist.

Das klare Konzept und die vielen Anwendungsmöglichkeiten nähren die Hoffnung, dass sich Modelica zu einem Standard entwickeln wird. Die kommerzielle Umsetzung durch die Firma Dynasim lässt dagegen noch einige Wünsche offen. Gewisse Elemente verhalten sich noch recht «haklig».

Im Namen aller Kursteilnehmer danke ich Herrn Dr. Otter herzlich für die kompetente Präsentation, die detaillierten Erläuterungen und die geduldige Unterstützung beim Lösen der Aufgaben.



Dr. Martin Otter  
(vordere Reihe Mitte)  
mit den Teilnehmern  
des Modelica Kurses

## Fachstelle für interkulturelle Kompetenz



**(Zug) Das Departement für angewandte Linguistik und Kulturwissenschaften richtet unter der Leitung von Prof. Samuel van den Bergh in Zusammenarbeit mit der ETH Zürich eine Fachstelle für interkulturelle Kompetenz ein.**

Es ist ein offenes Geheimnis, dass ein Grossteil von Fusionen und Jointventures internationaler Firmen fehlschlägt. Vielfach ist die fehlende interkulturelle Kompetenz der Globalplayers ausschlaggebend. Manager wissen inzwischen, dass kulturelle Unterschiede interkulturelle Geschäftsabläufe nachhaltig beeinflussen. Bekannt ist auch die Tatsache, dass kulturelle Unterschiede, ob offensichtlich oder unterschwellig, zu einer fatalen Kombination von Nachteilen, Schäden und verpassten Gelegenheiten führen können. Bereits innerhalb Europas bestehen starke kulturelle Differenzen, die sich zum Beispiel in unterschiedlichen Management-Stilen ausdrücken. Interkulturelle Konflikte, seien sie wirtschaftlicher, politischer oder gesellschaftlicher Natur, verlangen nach Lösungen.

Interkulturelle Kompetenz ist eine Schlüsselfähigkeit in einer zunehmend interdependenten Welt. Sie ist überall dort gefragt, wo Menschen mit unterschiedlichen Denkmustern, Wertvorstellungen, Kommunikations-, Verhandlungs- und Führungsstilen zusammenarbeiten, manchmal auch zusammenprallen. Es ist die Fähigkeit, seine eigenen wie auch die fremden Verhaltensmuster zu erkennen und durch diese Erkenntnis, situativ angemessen zu reagieren. In diesem Umfeld bietet die Fachstelle – neben den Kursen für Studierende – Firmen, staatlichen und nichtstaatlichen Organisationen kompetente Hilfe zur Selbsthilfe.

### Interkulturelle Kompetenz ist lernbar!

«Tipps und Tricks» helfen dabei, rein formale Regeln nicht zu verletzen, sie können in kürzester Zeit erlernt werden, verhelfen allerdings nicht zum nachhaltigen Erfolg.

*Give a man a fish – and he will eat for a day.  
Teach him how to fish – and he will eat for a lifetime! (chinesisches Sprichwort)*

Samuel van den Bergh möchte in seinen Kursen eindeutig das Fischen lehren. Gefragt ist Sensibilisierungs- und Bewusstseinsstraining, damit der Unterschied der eigenen Kultur zu der des anderen überhaupt wahrgenommen werden kann. In einem zweiten Schritt wird der Respekt für kulturelle Diversität gefördert, um schliesslich die interkulturellen Aktivitäten kompetent und kreativ angehen zu können.

### Beispiel Workshops:

Die Teilnehmer werden angehalten:

- Sich ihrer eigenen kulturellen Sichtweise und ihrer Wertvorstellungen bewusst zu werden
- Verschiedene Kommunikations- und Verhandlungsstile zu vergleichen
- Kulturelle Unterschiede wahrzunehmen, einerseits im zwischenmenschlichen Bereich, dann aber auch im Bezug auf Zeit, Raum und Umgebung sowie Nationalitäts- und Geschäftskulturen
- Sensibilität für Kulturschocks und Stereotypisierungen zu entwickeln
- Sich die Unterschiede zwischen Wahrnehmung und Interpretation bewusst zu machen

Mit Fallstudien, Videos, Simulationen, Dialogen, die meist aus dem professionellen Umfeld stammen, offerieren die Workshops eine ausgewogene Struktur zwischen Theorie und Beispielen.

Die Vermittlung von interkultureller Kompetenz sollte Bestandteil jeder zeitgemässen Hochschulausbildung werden, die den engen Kontakt mit der Wirtschaft sucht und pflegt; denn die Sensibilisierung für fremde Kulturen stärkt die Position zukünftiger Frontleute und Kader auf dem internationalen Markt.

### Das Angebot

- Intensivkurse und Workshops (in Modulen) für Studierende
- Workshops für Manager und Ingenieure (und weitere Personengruppen) zur Förderung der interkulturellen Kompetenz
- Kundenspezifische Seminare für Firmen
- Seminare für Firmen, staatliche und nichtstaatliche Organisationen
- Länderspezifische Intensivkurse für Manager und Ingenieure, etc.
- Consulting, zum Beispiel Begleiten von Fusionen, Hilfe beim Konflikt-Management
- Vernetzen mit anderen methodischen Kompetenzen und Studienrichtungen

### Das Zielpublikum

- Studierende
- Manager aus Industrie und Dienstleistung, NGOs
- Frontleute aus Industrie, Dienstleistung, Verwaltung, Diplomatie, NGOs, Hilfsorganisationen
- Interessierte Laien

Es würde uns freuen, liebe Leserin, lieber Leser, wenn wir Ihr Interesse geweckt haben und wenn Sie mit uns Kontakt aufnehmen würden.

### Kontaktadresse

Sekretariat  
Fachstelle für Interkulturelle Kompetenz  
Frau Ruth Keller, Gebäude B  
Postfach 805  
8401 Winterthur  
Tel.: 052 267 75 77  
E-mail: keh@zhwin.ch

### Oder:

Prof. Samuel van den Bergh  
Gebäude B  
Postfach 805  
8401 Winterthur  
Tel.: 052 267 75 72  
E-mail: bes@zhwin.ch

# Krippenplätze für Kinder von ZHW-Angehörigen

von Ursula Kelly

ZHWaktuell



Die ZHW eröffnet zusammen mit andern Winterthurer Arbeitgebern im Januar 2001 eine Krippe für die Kinder ihrer Angestellten und Studierenden. Die Krippe 'Leuehöhli' liegt gut erreichbar an der Paulstrasse 23 und wird durch den Familienservice betreut.

Berufstätige Eltern warten momentan 1–2 Jahre, bis für ihren Nachwuchs ein Platz in einer der 16 Winterthurer Kinderkrippen frei wird. Die ZHW, als zukunftsorientierte Fachhochschule, reagiert mit Eigeninitiative auf den vorherrschenden Notstand. Zusammen mit Credit Suisse und Sulzer haben sie den Verein Arbeitgeber-Krippe Winterthur gegründet und eröffnen im Januar 2001 die 'Leuehöhli', eine Krippe für Kinder im Alter von drei Monaten bis Schuleintritt.

### Das Angebot in der 'Leuehöhli'

Die Leuehöhli liegt nahe dem Hauptbahnhof an der Paulstrasse 23. In der Krippe werden Kinder halb- oder ganztags, montags bis freitags zwischen 7 und 18 Uhr professionell betreut. Damit sich die Kinder im Krippenalltag gut integriert und wohl fühlen, empfiehlt sich eine Anwesenheit von mindestens zwei ganzen oder drei halben Tagen pro Woche. Die Leuehöhli ist auf zwei Kindergruppen mit insgesamt 18 Plätzen ausgerichtet und befindet sich in einem Hausteil mit zwei Wohnungen an zentraler und doch ruhiger Lage in grüner Umgebung. Die Räumlichkeiten tragen den individuellen Bedürfnissen der Kinder Rechnung: konzentrierte Beschäftigung, Rückzug, Schlafmöglichkeiten, aber auch Bewegungsspiele sollen gleichzeitig möglich sein. Im kleinen Innenhof wird ein Spielplatz eingerichtet. Eine erfahrene Krippenleiterin ist, zusammen mit zwei pädagogisch ausgebildeten Personen und 3 bis 4 Angestellten in Ausbildung, für das Wohl der Kinder besorgt.

Die ZHW wird in der Leuehöhli eine dem Bedürfnis ihrer Angehörigen entsprechende Anzahl Krippenplätze übernehmen und vorfinanzieren. Die Betreuungskosten werden den Eltern über die ZHW, nach einkommensabhängigen Tarifen, in Rechnung gestellt.

### Arbeitgeber-Krippe unter Mithilfe des Familienservice

Zu den Gründungsmitgliedern des Vereins Arbeitgeber-Krippe Winterthur zählen neben der ZHW, die Credit Suisse und Sulzer. Die Handelskammer und Arbeitgebervereinigung Winterthur zeigte auch Interesse am Projekt und beteiligte sich ebenfalls an den Investitionskosten. Der Vorstand des Vereins, in welchem seitens der ZHW Ursula Kelly vertreten ist, führt die Kinderkrippe strategisch, finanziell und personell. Die Geschäftsführung des Vereins übernimmt der Familienservice. Dazu gehören die Koordination der Plätze, die Fachberatung der Krippe und die administrativen Aufgaben. Die Mitgliedfirmen sind in die Ausgestaltung und Weiterentwicklung des Angebots einbezogen.

Initiant der Idee Arbeitgeber-Krippe ist der Familienservice, der als Beratungsstelle für berufstätige Eltern vor allem dann kontaktiert wird, wenn es um eine Betreuungslösung für die Kinder geht. Nebst Krippen- und Hortplätzen vermittelt der Familienservice Tagesfamilien, private Kinderbetreuerinnen, Babysitter und Haushalthilfen.

Auskunft und Anmeldung: Ursula Kelly, Gebäude B, Postfach 805, 8401 Winterthur; mit interner Post an kel, Dept. L, (Tel. 567)

Für die Leuehöhli muss vieles angeschafft werden. Gut erhaltene Spielsachen und geeignete Einrichtungsgegenstände werden über obige Adresse gerne entgegengenommen.

Kathrin Toberer, Familienservice, Ackerstrasse 19, 8400 Winterthur; e-mail: familienservice@wthur.ch



Die ZHW Zürcher Hochschule Winterthur ist die grösste Mehrsparten-Fachhochschule der Schweiz. Insgesamt 600 Dozierende unterrichten über 2000 Studierende. Im Departement Wirtschaft und Management profitieren mehr als 600 Studierende von einer modernen Infrastruktur. 125 Dozenten – überwiegend Fach- und Führungskräfte aus Wirtschaft und Verwaltung – und mehrere Institute sichern den Verbund zwischen Lehre und Praxis.

Im Sinne des Leistungsauftrages stellt die ZHW ihre Erkenntnisse und Erfahrungen aus den Studiengängen und den Praxiskontakten der Wirtschaft in Form von Beratungsleistungen zur Verfügung. Der Wissenstransfer von der ZHW zur Praxis und umgekehrt unterstützt Unternehmen, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern.

Welche Dienstleistungen vom Departement W angeboten werden zeigt der kürzlich erschienene Informationsprospekt «ZHW – Partnerin von Wirtschaft und Management» (Den mit der Post versandten ZHWinfos liegt der Prospekt bei). Er enthält die Dienstleistungen für die Praxis, informiert darüber, was die ZHW-Beratung besonders auszeichnet, präsentiert die Institute des Departements W und stellt Ansprechpartner vor. Dr. René Rüttimann, Leiter Forschung und Entwicklung im Departement W, dazu: «Der sechsseitige Folder ist ein erstes Instrument im Prozess zur Positionierung unseres Angebots.»

Weitere Informationen und Exemplare des Prospekts erhalten Sie bei:

Barbara Savocca  
Sekretariat Dienstleistungen  
Departement W  
Tel.: 052 267 78 94  
E-mail: barbara.savocca@zhwin.ch





**Herr Inderbitzin, Sie haben im August die Leitung der ZHW ad interim übernommen. Nur wenige ZHW-Angehörige kennen Sie näher. Können Sie uns etwas über Ihre Herkunft und Ihren Werdegang sagen?**

**Wie ging es dann weiter?**

**Damit wäre eigentlich eine akademische Laufbahn vorgezeichnet gewesen! Hat Sie dies nie gereizt?**

**Sie waren aber später auch bei einer Bank beschäftigt, wenn ich richtig informiert bin.**

**Wie lange blieben Sie bei der Bank?**

**Und wie kamen Sie wieder zum öffentlichen Bildungswesen?**

Gerne. Ich bin 1949 in Altdorf geboren und habe dort auch die Schulen besucht. 1969 immatrikulierte ich mich an der Universität Zürich. Das Lizentiat in Oekonomie habe ich 1974 abgelegt und 1978 mit einer Arbeit über die Geldpolitik der Schweiz. Nationalbank doktoriert.

Ab 1974 war ich Assistent am Institut für empirische Wirtschaftsforschung und später auch wissenschaftlicher Adjunkt des Nationalen Forschungsprogramms Nr 5. Ich machte bereits damals mit der anwendungsorientierten Forschung Bekanntschaft, – damals sagte man praxisorientierte Forschung. Meine Chefin war Frau Prof. Heidi Schelbert. Sie war – sowohl in fachlicher als auch menschlicher Hinsicht - mit Abstand der beste Chef, den ich je hatte!

Doch, natürlich! Allerdings hatte ich schon immer das starke Bedürfnis, Ideen und Projekte umzusetzen. Dazu kamen Zufälle, die mein Leben stark bestimmten. So wurde ich bereits als Assistent von der «Holderbank» Management und Beratung AG mit einem Auftrag versehen, ein computerunterstütztes Lehrprogramm im Bereich Volkswirtschaft zu entwickeln. Die Beziehung zu Holderbank konnte ich dann nach 1979, als ich das Institut für empirische Wirtschaftsforschung verliess, stärker ausbauen. Bei Holderbank, für die ich immer nur als Free Lancer arbeitete, habe ich nahezu alles gelernt, was man als Unternehmer können und wissen muss! Es waren ganz tolle Jahre!

Gleichzeitig kam 1979 ein weiteres Ereignis, das bis heute bestimmend ist, nämlich das Engagement an die HWV! Im Herbst 1979 übernahm ich die ersten 6 Wochenlektionen Volkswirtschaftslehre an der HWV unter Rektor Ernst Bamert.

Das ist richtig. 1985 erhielt ich ein Angebot der damaligen HandelsBank Nat West (heute heisst die Bank Coutts & Co.), die Leitung der Ausbildungsabteilung zu übernehmen. Es waren die goldenen 80er-Jahre für das Bankwesen der Schweiz, und die Aufgabe reizte mich sehr. Da der Abgang von der HWV relativ schnell über die Bühne ging, war es nicht möglich, alle meine Lektionen, die in der Zwischenzeit auf ein volles Pensum angewachsen waren, auf meinen Nachfolger und die Kollegen zu verteilen. Deshalb behielt ich auch nach dem Eintritt in die HandelsBank ein kleines Lehrpensum.

Leider nur drei Jahre. Es waren bankinterne Gründe, die mich veranlassten, etwas Neues zu suchen. Das heisst eigentlich realisierte ich ein Vorhaben, das ich seit der Holderbank-Zeit mit mir herumtrug, nämlich Unternehmer zu werden. Ich gründete eine Firma für Ausbildung und Beratung, die Macro Consult AG. Das Leistungsangebot dieser Firma bestand in Unternehmungs- und Ausbildungsberatung und vor allem auch in der Durchführung von innerbetrieblichen Weiterbildungskursen, vorzugsweise bank- und volkswirtschaftlichen Themen.

Ungefähr 1992 oder 93 fragte mich Walter Schnüriger an, an der HWV eine Stellvertretung im Fach Volkswirtschaftslehre zu übernehmen. So kam ich wieder in näheren Kontakt, und auch mit den alten und neuen Kollegen verstand ich mich gut. Dann fragte mich die HWV-Schulleitung an, eine neue Vertiefungsrichtung Banking and Finance zu entwickeln und zu koordinieren. So kam eins zum anderen: Mein Lehrpensum wurde von Jahr zu Jahr wieder etwas grösser. Entscheidend für mich war die Entwicklung zur Fachhochschule, weil ich sah, dass mein beruflicher Hintergrund ideal zum erweiterten Leistungsauftrag der FH passte: Ich kannte das öffentliche Bildungswesen, war in der Beratung tätig und verstehe auch etwas von der Weiterbildung.

**Nun haben Sie als Departementsleiter und neu als Rektor eine sehr grosse berufliche Belastung und einen langen Arbeitstag. Trotzdem die Frage: Was tun Sie, wenn Sie nicht arbeiten?**

Sie sagen es. Leider bleibt im Moment nicht viel Zeit für Hobbys. Aber ich spiele sehr gerne Tennis (soweit meine Kniegelenke dies noch zulassen). Im übrigen betätige ich mich zu Hause – zur hellen Freude meiner Frau – zunehmend als Koch!

**Daraus schliesse ich, dass Sie auch gerne gut essen**

Ja, das ist so!

**Ihr Lieblingsessen?**

Fische und Meeresfrüchte, zum Beispiel Scampi an einer Whisky-Sauce – von meiner Frau Pia zubereitet!

**Und Ihr Lieblingswein?**

Zu Meerfischen französische Weissweine: Meursault oder Chablis. Zu Fleischgerichten, vor allem natürlich italienischen Spezialitäten: Amarone.

**Haben Sie auch einen Bezug zu Kunst und Musik?**

Ja, vor allem Musik. Ich könnte mir ein Leben ohne Musik nicht vorstellen! In meiner Jugend habe ich Klavierspielen gelernt. Leider bin ich jetzt aus der Übung.

**Welches sind Ihre bevorzugten Stilrichtungen?**

Da muss man natürlich unterscheiden. Im klassischen Bereich habe ich eine Vorliebe für Bach und Mozart. Beide beeindruckten mich nicht nur durch ihre genialen Kompositionen, sondern auch durch ihr riesiges Werk, vor allem wenn man bedenkt, dass Mozart als junger Mann gestorben ist! Aus dem 19. Jahrhundert fasziniert mich das Werk Gustav Mahlers.

**Was halten Sie von moderner Unterhaltungs- und Pop-Musik?**

Dank meinen Söhnen bin ich über Aktuelles relativ gut informiert, wobei ich aber nicht alle Stilrichtungen goutiere.

**Was lesen Sie, wenn Sie nicht gerade Akten der ZHW studieren?**

Zeit zum Lesen fehlt mir gegenwärtig fast vollständig, leider! Was ich mir nächstens vornehmen werde, ist der neue Commissario Brunetti von Donna Leon. Bücher, die mich in den letzten Jahren wirklich beeindruckt haben, sind: Seide von Alessandro Baricco und La Punta von Yvette Z'graggen. Dann gibt es natürlich Bücher, die ich immer wieder lese, wie zum Beispiel Stücke und Stoffe von Dürrenmatt, oder der Roman Der Leopard von Tomaso di Lampedusa, oder Short Stories von Somerset Maugham.

**Was war Ihr grösster persönlicher, nicht beruflicher, Misserfolg in diesem Jahr?**

Dass ich es immer noch nicht geschafft habe, zusammen mit meiner Frau einen Tanzkurs zu besuchen.

**Was war Ihr grösster persönlicher, nicht beruflicher, Erfolg in diesem Jahr?**

Die Besteigung des Piz Palü.

**Was würden Sie als Ihre grösste Schwäche bezeichnen?**

Ich arbeite zuviel!

**Was ist Ihre grösste Stärke?**

Schwierige Frage! Ich glaube, dass ich gelernt habe, grosse Belastungen auszuhalten und dabei ruhig und gelassen zu bleiben.

**Was fasziniert Sie an ihrem Job?**

Als Departementsleiter und als Rektor dieser Schule habe ich das grosse Glück, mit jungen Menschen zu arbeiten!

**Herr Inderbitzin, wir danken Ihnen für dieses Gespräch**

## Neue Dozierende



Pietro Bossi  
Dozent, Dept. E

Auf den 1. August 2000 wurde ich für das Fachgebiet «Kommunikation & Informatik» als Dozent in die Abteilung «Informatik, Kommunikation & Elektrotechnik» gewählt. Im Rahmen der Ausbildung im 3. Studienjahr dieses Faches werde ich mich schwergewichtig um das Wahlfach «Kommunikation» und die betriebs- und praxisbezogene Ausbildung von zukünftigen IT Ingenieuren kümmern. Daneben werde ich im Bereich aF&E mitarbeiten.

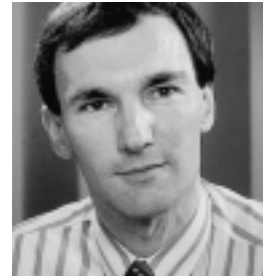
Als waschechter Winterthurer bin ich seit meiner Kindheit mit dieser Stadt und indirekt auch der ZHW vertraut. Meine Heimatstadt hat mir dabei mit dem alljährlich stattfindenden Studentenumzug des Technikums bereits in frühen Jahren diese Institution nähergebracht. Am Gymnasium Im Lee erwarb ich meine C Matura und studierte anschliessend während eines Jahres Geographie an der ETH Zürich. Die Aussichten auf ein möglicherweise etwas brotloses Gewerbe bewegten mich jedoch dazu, das Studium zu wechseln und die Ausbildung als Sekundarlehrer phil II an der Universität Zürich zu absolvieren. Stellenmangel und die kleinen Schülerzahlen zu Beginn der 80-er Jahre zwangen mich bald in die zukunftssträchtige Computer Industrie zu wechseln – anfangs als System Engineer und Analyst, anschliessend als Produktespezialist im Bereich Product Marketing bei der Firma Wang Computer in Glattbrugg.

Das Interesse, den praktischen Einsatz von Wang Computern im weltweiten E-Mail Netz einer Bank näher kennenzulernen, führte mich dann 1988 zur Schweizerischen Bankgesellschaft. Es wechselten verschiedene Aufgaben und Auslandseinsätze ab, unter anderem in New York und in verschiedenen europäischen Niederlassungen. Als Leiter des «Information Center Europe» der UBS hatte ich die Möglichkeit, die praktische Umsetzung von neuen Computer-Technologien und -Strategien in benutzertaugliche Lösungen im Business-Umfeld einer Grossbank beeinflussen zu können. Dabei war ich zum Beispiel verantwortlich für die Einführung von Electronic-Mail in Europa, die Vernetzung aller EU Niederlassungen mit Workgroup- und Data-Management-Lösungen auf Basis Lotus Notes oder die Einführung von Windows NT in Europa.

Gerne geniesse ich nach der häufigen Reisetätigkeit nun meinen Feierabend mit meiner Familie hier in Winterthur. Häufige Besuche des Technoramas oder der lokalen Museen sind dabei für meine zwei Kinder oft willkommene Gelegenheiten, die alten und neuen Technologien «hands-on» zu erforschen. Daneben versuche ich, während meiner Ferienerreisen in den USA, die amerikanischen Modelleisenbahnen und ihre digitale Mikroelektronik besser kennenzulernen, um sie dann zuhause an meinen US-Modellen in die Praxis umsetzen zu können.



ZHW  
portrait



Kurt Hauser  
Dozent, Dept. E

Auf den 1. September 2000 wurde ich als Hauptlehrer für den Bereich Informatik und Kommunikation im Departement Informatik, Kommunikation und Elektrotechnik gewählt.

Meine Haupttätigkeit ist im Bereich Kommunikation, wo ich auch die meisten Erfahrungen mitbringe.

Meine Jugendzeit verlebte ich in Zürich. Nach der Primar- und Sekundarschule entschied ich mich für eine Lehre als Fernmelde- und Elektronikapparatemonteur. Nach einem Jahr Praxis begann ich das Studium an damaligen Technikum Winterthur Ingenieurschule; der Abschluss erfolgte im Jahr 1979. Danach folgte wiederum ein Jahr Praxis, anschliessend begann ich den Übertrittskurs HTL-ETHZ und schloss schliesslich das ETH Studium im Jahre 1984 ab. Während des ETH-Studiums war ich im Nebenamt als Lehrer an der Berufsschule der Stadt Zürich tätig.

In der Folge widmete ich mich als Assistent am Institut für Kommunikationstechnik an der ETHZ rund sechs Jahre lang dem Gebiet der Kommunikations- und Übertragungstechnik. Parallel dazu war ich anderthalb Jahre lang Dozent im Nebenamt im Gebiet der Nachrichtentechnik am Interkantonalen Technikum Rapperswil, der heutigen HSR.

Im Herbst 1990 trat ich in die Abteilung Telekommunikation der UBS ein. Meine Hauptgebiete waren die Routertechnologie und das Internetworking sowie die Mitwirkung bei Netzwerkkonzepten. Von 1997 an übernahm ich verschiedene Führungsaufgaben innerhalb des Interlan-Service der UBS.



**Christoph Stamm**  
Dozent für Physik, Dep. P

Die Stelle an der ZHW ist nun für mich der Schritt, ganz in der Ausbildung und im Technologietransfer tätig zu sein, worauf ich mich ausserordentlich freue.

Meine freie Zeit verbringe ich im Kreis der Familie, mit meiner Frau und meinen zwei Söhnen. Daneben treibe ich gerne Sport, vorwiegend Ausdauersportarten wie Radfahren oder Joggen.



Meinen ersten (indirekten) Kontakt zur ZHW (damals Technikum) hatte ich als Fünfjähriger im Jahr 1968. Meine Grossmutter beherbergte einen Studenten vom «Tech», welcher mit finsterner Mine nach dem Nachessen «Hausaufgaben» zu erledigen hatte. Die Schule stellte ihre Ansprüche. 32 Jahre später trete ich selbst in diese Schule ein, als Dozent für Physik.

In der Zwischenzeit ist Einiges geschehen: Zum Physikstudium (an der ETH) entschied ich mich, da diese Wissenschaft ein idealer Anknüpfungspunkt an meine Interessen für Natur, Technik, Mathematik, Musik, Fotografie und Philosophie darstellt.

Während meiner Assistenzzeit (1989-1997) am ETH-Institut für Quantenelektronik entwickelte und untersuchte ich integriert optische Messmethoden für die Biosensorik. Nebst der Forschungstätigkeit haben mir die vielseitigen Unterrichtsaufgaben sehr entsprochen; ich trat 1997 eine Hauptlehrerstelle für Mathematik an der Kantonsschule in Schaffhausen an.

Seit zwei Jahren arbeite ich zusätzlich in einem Forschungsprojekt in der Firma Prionics zum Nachweis von Rinderwahnsinn (BSE), wo ich meine Erfahrungen auf dem Gebiet der Biosensorik einbringe. Für mich stellt diese Kombination von Unterricht und Forschung eine ideale Ergänzung dar, welche ich von der ZHW aus fortsetzen werde. Möglicherweise begegne ich einem meiner Studenten der ZHW später als Kollegen im Forschungslabor wieder.

Ich freue mich hier an der ZHW auf fächerübergreifende Kontakte zu Kolleginnen und Kollegen, sowie auf neue Aspekte des Physikunterrichts, wie er hier gestaltet wird.

Mein Lebensinhalt besteht nicht nur aus Arbeit: Zusammen mit meiner Frau Ruth (Biologin) und unserem Sohn Johannes (Kindergärtler) verbringen wir die Zeit gerne auf dem Wasser, diskutieren, kochen, basteln und erzählen uns Geschichten.





**Martin Volk**  
Dozent, Dept. L

Computerlinguistische Systeme haben viele schon benutzt oder gesehen: Grammatik-Prüfprogramme, Programme zur maschinellen Übersetzung eines Textes von Englisch nach Deutsch, oder Diktiersysteme, die gesprochene Sprache in Text umwandeln. Seit 10 Jahren arbeite ich als Computerlinguist, d.h. im Überschneidungsbereich von Informatik und Sprachwissenschaft. An der Dolmetscherschule kann ich meine Kenntnisse über Sprachtechnologie-Werkzeuge in Forschung, Lehre und Weiterbildung einsetzen und weitergeben.

Bereits in meiner Kindheit (Jahrgang 1961) war ich unterschiedlichen Dialekten ausgesetzt. Ich bin an Mosel und Rhein aufgewachsen, während meine Grosseltern im Badischen wohnen. Meine Begeisterung für Sprachen und eine analytische Sicht darauf habe ich im Latein- und Englischunterricht des Gymnasiums entdeckt.

Um Technik und Sprachen zu verbinden, studierte ich Informatik und Sprachwissenschaft, zunächst an der Universität Koblenz und anschliessend in den USA an der University of Georgia, dort mit einem Abschluss als Master of Science in Artificial Intelligence. Nach meiner Rückkehr war ich Assistent am Institut für Computerlinguistik der Universität Koblenz. In meiner Doktorarbeit beschäftigte ich mich mit computergestützter Syntaxanalyse deutscher Sätze. Mich faszinierte die Möglichkeit, sprachliche Strukturen formalisierbar und damit auch visualisierbar zu machen. Seit 1994 arbeite ich in der Computerlinguistik-Gruppe der Universität Zürich an Wissensextraktion aus Texten und an der Evaluation maschineller Übersetzungssysteme.

An der ZHW möchte ich mich für die informationstechnische Ausbildung der künftigen Übersetzer einsetzen und ihnen moderne Übersetzungswerkzeuge (Elektronische Lexika, Terminologie-Datenbanken, Translation Memory Systeme) näherbringen. Mein Forschungsschwerpunkt ist die automatische Extraktion von Fachterminologie aus Texten.



**Christiane Zaborosch**  
Dozentin, Dept. C

Zum 1. August 2000 bin ich zur Dozentin für Biochemie im Departement Chemie gewählt worden.

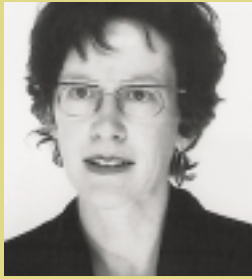
Ich bin in der kleinen Fachwerkstadt Celle in Niedersachsen, einer (sehr flachen) Region Norddeutschlands aufgewachsen. Nach dem Abitur habe ich mich für ein Studium der Biologie an der Universität Göttingen entschieden. Besonders haben mich die Fachrichtungen Mikrobiologie und Biochemie interessiert. Aus diesem Grund habe ich dann auch meine Diplomarbeit am Institut für Mikrobiologie in Göttingen auf einem proteinbiochemischen Thema durchgeführt. Anschliessend habe ich diese Arbeiten in einer dreijährigen Dissertation unter Leitung von Prof. H. G. Schlegel fortgeführt. Dabei faszinierte mich der Weg von der Fermentation des Organismus *Rhodococcus* sp. bis hin zum aufgereinigten Enzym Hydrogenase, das ich mit ganz unterschiedlichen Methoden weitgehend charakterisieren konnte.

1993 bin ich nach Münster in Westfalen umgezogen und habe dort angewandte Forschung und Entwicklung am Institut für Chemo- und Biosensorik betrieben. Meine Hauptaufgabe war die Realisierung von Entwicklungsprojekten mit Industriepartnern. Die Arbeit in einem multidisziplinären Team aus Ingenieuren, Diplomanden und Doktoranden hat mir viel Spass gemacht.

Nun freue ich mich sehr auf meine neue Aufgabe an der ZHW.



## Neue Angestellte



**Claudia Gähwiler**  
Redaktorin, Dep. V

Die ersten 20 Jahre verbrachte ich mit Skifahren, Schneemann-Bauen und Wandern: kein Wunder, wenn man in Davos aufwächst. Daneben besuchte ich auch noch die Schule und machte 1978 an der «Schweizerischen Alpinen Mittelschule» die Matura. Fast ohne Umwege ging's dann nach Zürich, wo ich an der Universität Geschichte, Deutsche Literatur und Kunstgeschichte studierte und mit dem Lizentiat Phil. I abschloss.

Meine berufliche Laufbahn ist geprägt von Tätigkeiten im Non-Profit-Bereich. Während sechs Jahren führte ich die Geschäftsstelle einer friedenspolitischen Organisation, und seit 1996 arbeite ich als Redaktorin für die Zeitschrift «mosquito». Dieses Fach-Magazin beschäftigt sich mit Fragen aus dem Bereich Entwicklungszusammenarbeit und -politik und berichtet über aktuelle wirtschaftliche, politische und soziale Entwicklungen in den Ländern der «Dritten Welt».

Als Redaktorin mit grossem Interesse an gesellschaftlichen und politischen Fragen verfolge ich auch die bildungspolitischen Veränderungen in der Schweiz. Der Bildungsbereich gewinnt immer mehr an Bedeutung und muss sich angesichts fortschreitender Globalisierung und Liberalisierung neuen Herausforderungen stellen. In dieses dynamische Umfeld gehört auch der Aufbau der schweizerischen Fachhochschulen. Ich freue mich, in dieser innovativen Arbeitsumgebung aktiv zu werden und mich als Redaktorin für die Medienarbeit der ZHW zu engagieren.

Ich lebe schon seit 20 Jahren in Zürich. Trotz gelegentlichem Heimweh nach den Bergen – vor allem an nebligen Herbsttagen – bin ich eine richtige Städterin geworden und nutze intensiv das kulturelle und kulinarische Angebot von Zürich.



**Regina Reinhardt**  
Assistentin für intern. Beziehungen,  
Dept. W

*An die humorvollen Leser unter Ihnen!*

Seit dem 9.10.66 gehöre ich zu den Erdbewohnern dieser Welt, höre auf den Namen Regina Reinhardt, wenn es mir gefällt. Seit 30.12.1992 im Hafen der Ehe gelandet oder gestrandet? Seit 14.02.1998 stolze Mutter vom Alexis. Meine Kindheit ist geprägt vom griechischen Sonnenschein, dort tranken wir tagtäglich roten Wein. Daher kommt es denn auch, dass ich ein wenig verrückt bin, und das eine oder andere hintersinn. Was ich an der ZHW so tue? Ich arbeite für Walter Schnüriger und Isabelle Zulauf als Assistentin für internationale Beziehungen; gibt's zu tun: ein Hauf. Mein persönliches Ziel ist den Gaststudenten das Leben schwer zu machen – nein natürlich nicht, sondern – und das ist in der Schweiz nicht immer einfach – so oft wie möglich sie bringen zum Lachen. Fazit: ich freue mich mit Ihnen an der ZHW lustige Stunden zu erleben, und wünsche mir, dass Sie den Zeigefinger nicht zu oft werden gegen mich erheben.

Aktuelle Zimmer-Temperatur: 35°C.  
Die Wärme fördert meine poetische Ader. Können Sie sich vorstellen, was ich da in Griechenland alles zustande brachte? Seien Sie froh, dass bei uns eher kühle Temperaturen vorherrschen.

ZHW  
portrait



**Dominik P. Rubli**  
Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Dep. W

Seit Mitte August betreue ich im Bereich aF+E/DI das Projekt eines juristischen Knowledge-Warehouse auf dem Internet.

Aufgewachsen in Oberglatt/ZH, besuchte ich die Kantonsschule Zürcher Unterland, wobei ich ein Austauschjahr in den USA verbrachte. Das Rechtsstudium schloss ich 1996 an der Universität St. Gallen ab. Danach absolvierte ich Praktika bei einer Rechtsschutzversicherung, einem Anwalt und am Bezirksgericht Dielsdorf. Seit Erwerb des Zürcher Rechtsanwaltpatents Anfang 2000 führe ich eine eigene Kanzlei in Zürich.

Meine Teilzeittätigkeit an der ZHW im Spannungsfeld von Wirtschaftsrecht und Internet weist ideale Synergien mit meinem Dissertationsvorhaben zum Informationsrecht auf. Der Schutz und die Verwertung von Informationen sind zentrale Anliegen der Informationsgesellschaft. Für die Steuerung solcher Prozesse eignet sich Recht, das selbst Information ist, sehr gut.

Mit meiner Partnerin wohne ich in Winterthur-Seen, geniesse in der Freizeit Konzerte und Theater, spiele Klavier und tanze gerne Standardtänze.

***Inserat  
Jossi 1/4***

***Inserat  
Cilag 1/4***

***Inserat  
Publicitas***

***Inserat  
Werren&Thomann 1/4***



**Harry Spiess**  
Wissenschaftlicher Mitarbeiter Dep. W

Geboren wurde ich 1959 in Zürich, bin wohnhaft in Brugg und Vater von zwei Knaben, 3- und 6-jährig, die mich Montags und Mittwochs beschäftigen.

Nach dem Geografiestudium an der Uni Zürich arbeitete ich als Umweltberater beim Luzerner «ökomobil». Danach befasste ich mich mit Fragen zur Entwicklung des Alpenraumes (TransALPedes, Alpenbüro Netz), sowie der Förderung der Nachhaltigkeit in Architektur und Planung (Metron AG). Seit 1994 bin ich mit einem Teilpensum an der Aargauischen Maturitätsschule für Erwachsene als Lehrbeauftragter für Geografie tätig.

Die Analyse- und Darstellungsmöglichkeiten räumlicher Daten mit Hilfe eines geografischen Informationssystems (GIS) faszinieren mich. Im Anschluss an einen GIS-Nachdiplom-Kurs an der Hochschule Rapperswil ergreife ich nun gerne die Gelegenheit, für die Forschungsstelle Wirtschaftsraum (FWR) an der ZHW ein GIS aufzubauen. Ich freue mich darüber, Themen wieder aufzunehmen, in die ich mich bereits während meiner Studienzeit vertieft hatte: das Erforschen der Dynamik, die hinter den Strukturen einer Stadt oder einer Siedlung steht, sowie die Suche nach Wegen in eine nachhaltige Zukunft unserer Wirtschaftsräume.



**Thea Weiss Sampietro**  
Wissenschaftliche Mitarbeiterin Dep. W

Die erste Phase meines Lebens wurde geprägt im Umfeld eines katholischen, hochindustrialisierten Dorfes auf der Schwäbischen Alb/Baden-Württemberg. Dort wurde ich 1958 geboren und wuchs zusammen mit vier Geschwistern in einer Handwerkerfamilie auf. Das Wirtschaftswachstum der 60er-Jahre, die 68er-Bewegung, der kalte Krieg und die Bildungsexpansion nach dem 2. Weltkrieg bestimmten diffus das geistige Klima meiner Jugend- und Schulzeit.

Zwischen 1976 und 1979 machte ich eine Ausbildung als Krankenschwester in Rottweil a. N.. 1980 zogen mich alte Kindheitserinnerungen in ein unruhiges Zürich, wo ich problemlos eine Stelle als Krankenschwester im Universitätsspital fand. 1983 schloss ich eine Zusatzausbildung für Intensivmedizin ab. 1985 begann ich auf dem 2. Bildungsweg mit der Vorbereitung auf die Maturität Typus B an der Kantonalen Maturitätsschule für Erwachsene in Zürich. Anschliessend studierte ich mit kurzen Unterbrüchen bis 1999 an der Universität Zürich Soziologie, Philosophie und Europäische Volksliteratur. Während meiner Studienzeit habe ich meine drei Kinder (9,3,3) geboren.

Beruflich blieb ich während der gesamten Ausbildungszeit in einer Teilzeitanstellung als Intensivschwester auf der unfallchirurgischen Intensivstation des Unispitals tätig. Anfangs dieses Jahres konnte ich als Soziologin erste Erfahrungen in einem Sozialforschungsbüro in Zürich sammeln.

Seit dem 1. Juli 2000 arbeite ich als wissenschaftliche Mitarbeiterin an der neuen Forschungsstelle «Wirtschaftsraum Zürich» am Departement «Wirtschaft und Management». Nachdem mich im Verlauf meines Studiums mehr und mehr die Zusammenhänge zwischen (welt)wirtschaftlichen Veränderungen und dem sozialen und demographischen Wandel von (westlichen) Gesellschaften interessiert hatten, fühlte ich mich sofort angesprochen von der Möglichkeit, in einem Forschungsteam mitzuarbeiten, das sich mit dem «Wirtschaftsraum Zürich» befasst, meinem Lebensraum seit zwanzig Jahren.

Meine 60% Anstellung erlaubt es mir, weiterhin gemeinsam mit meinem Mann die Arbeiten und die Freuden unserer Familie, mit der ich in Zürich lebe, zu teilen.

#### Korrigenda

(Sam) Im ZHWinfo Nr.5 (Juli 2000) unterlief uns bei der Vorstellung von Carmen Isaak ein sinnentstellender Fehler. Richtig hätte der Satz lauten sollen: "Carmen Isaak beendete ihre Lehre bei der SBB, verliess jedoch letztere bald danach aus verschiedenen Gründen." Wir entschuldigen uns für den Irrtum.

*Inserat Liggerstorfer (1/2 quer)*

*Inserat Rieter (1/2 quer)*

## Gedenkworte für

### Dr. Peter Wirth

Gesprochen von Departementsleiter Werner Inderbitzin anlässlich des Konvents im Juli

Liebe Kolleginnen und Kollegen  
Meine Damen und Herren

Wir sind in der vergangenen Woche völlig überraschend vom völlig unerwarteten Tod eines Kollegen betroffen worden. Dr. Peter Wirth ist – mitten aus seiner Tätigkeit an unserem Departement heraus – in der Nacht vom 11. zum 12. Juli an den Folgen eines Herzversagens gestorben. Peter war 56 Jahre alt und hinterlässt eine Familie mit schulpflichtigen Kindern.

Peter Wirth ist im Kanton Aargau aufgewachsen und absolvierte dort die Grundschule. Er erwarb das Primarlehrerdiplom und studierte anschliessend an der Universität Zürich Mathematik, Physik und Astronomie. Peter Wirth war seit 1972 an der HWV und später an der ZHW als Dozent tätig, seit 1979 als Hauptlehrer. Er unterrichtete in den Fächern Mathematik, Finanzmathematik und Informatik. Er hat zahlreiche Einzel- und Gruppendiplomarbeiten betreut mit einem breiten Spektrum von Fragestellungen.

Peter Wirth engagierte sich auch über die eigentliche Lehrtätigkeit hinaus für die Schule. Von 1980 bis 1984 war er Präsident des Vorstandes des Dozentenrates.

Als Departementsleiter habe ich seine bereitwillige und kooperative Haltung sehr geschätzt. Noch in den letzten Tagen und Wochen hat er sich in einem Projekt stark engagiert und eine Gruppendiplomarbeit vorbereitet. Wir sind gemeinsam noch am letzten Donnerstag in einer Präsentation aufgetreten.

Es berührt sehr eigenartig, wenn man nun im vierten Stock im Lehrerzimmer an seinem Arbeitsplatz vorbeigeht, der noch mit seinen Akten und Materialien belegt ist.

Der Tod Peter Wirths hinterlässt eine grosse Lücke. Wir sprechen seiner Familie unser tiefes Beileid aus.



## Gedankworte für

### Prof. Walter Oberle

#### Professor am Technikum Winterthur

#### 1957 bis 1990

Am 2. September 2000 ist Walter Oberle, pensionierter Professor des Technikums Winterthur, gestorben. Er hat über 30 Jahre für die Reform der Ausbildung der Ingenieure in der Schweiz gekämpft. Auf seine Initiative und auf sein Verhandlungsgeschick geht die 1974 eingeführte, bahnbrechende Vereinbarung mit der ETH Zürich über den Übertritt von Absolventen schweizerischer Ingenieurschulen an die ETHZ zurück.

Geboren am 31. Mai 1925, hat Walter Oberle nach dem Abschluss der Lehre als Maschinenzeichner das Kantonale Technikum in Biel besucht und dort das Diplom der Studienrichtung Maschinenbau erworben. Für den Eintritt in die ETH Zürich mussten damals Absolventen eines Technikums ein sehr gutes Abschlusszeugnis und eine Empfehlung des Schulleiters vorweisen, um zu einer reduzierten Aufnahmeprüfung zugelassen zu werden. Walter Oberle hat sich im Selbststudium darauf vorbereitet und die Prüfung bestanden. Mit dem Diplom als Mathematiker hat er sein Studium an der ETH im Jahr 1952 abgeschlossen. Zwei Jahre wirkte er als Assistent für höhere Mathematik an der ETH Zürich. Ab 1954 zunächst als Hilfslehrer unterrichtend, wurde er 1957 als Hauptlehrer für Mathematik an das Technikum Winterthur gewählt, an dem er vor allem an der Abteilung für Maschinenbau wirkte. Sein Mathematik-Unterricht zeichnete sich durch hohe Qualität und einen eigenen, anspruchsvollen Stil aus, an seine Studierenden stellte er hohe Anforderungen.

Bereits in der zweiten Hälfte der Sechzigerjahre hat Walter Oberle erkannt, dass die Ausbildung an den Techniken der Schweiz einer grundlegenden Reform unterzogen werden müsste. Ein auf seinen fundierten Ideen aufgebautes und vom Lehrerkonvent mitgetragenes Reformkonzept des Technikums Winterthur scheiterte leider zu seiner grossen Enttäuschung am Widerstand der Wirtschaft und der Arbeitgeberverbände. In Deutschland wurden zu jener Zeit die mit den schweizerischen Technika vergleichbaren Ingenieurschulen als Fachhochschulen in das Hochschulsystem eingebaut. Die schweizerische Bildungspolitik ignorierte auch diese Entwicklung und beschäftigte sich statt des-

sen mit dem aus heutiger Sicht unsinnigen Streit um die Titel der Absolventen der Technika. Es dauerte noch einmal 25 Jahre bis die Ingenieurschulen der Schweiz als Fachhochschulen in das schweizerische Hochschulsystem integriert wurden. Walter Oberle war als Reform-Vordenker der schweizerischen Wirklichkeit weit voraus.

1974 feierte das Technikum Winterthur sein 100-jähriges Bestehen. In diesem Jahr durfte Walter Oberle seine schulpolitischen Bemühungen mit dem wohl grössten Erfolg krönen. In zähen Verhandlungen mit den ihm persönlich bekannten Exponenten der ETH Zürich gelang es ihm, eine Vereinbarung über den Übertritt von sehr guten Absolventen der Ingenieurschulen der Schweiz an die ETH abzuschliessen, die dann von den zuständigen Behörden der ETH Zürich und des Kantons Zürich auch genehmigt wurde. Diese Vereinbarung ermöglichte bis heute über 500 Absolventen der Ingenieurschulen der Schweiz den direkten Zugang in das dritte Studienjahr der ETH. Voraussetzung dazu waren ein ausgezeichnetes Diplomzeugnis, der Besuch des einjährigen Übertrittskurses HTL-ETHZ und das Bestehen der zweiten Vordiplomprüfung an der ETH.

Bereits mit dem im Jubiläumsjahr 1974 gestarteten ersten Jahrgang dieser Übertrittsregelung durfte Walter Oberle einen vollen Erfolg feiern, bestanden doch die Absolventen der Ingenieurschulen die Vordiplomprüfung im Vergleich zu den ETH-Studierenden in den vorderen Rängen. Durch diesen Erfolg ist das Ansehen der Ausbildung an den Ingenieurschulen bei den Exponenten der ETH und in der Bildungspolitik allgemein stark gestiegen. Diese von Walter Oberle geschaffene, bildungspolitisch bahnbrechende Übertrittsregelung hat in den vergangenen Jahren einer Vielzahl von jungen Menschen den Zugang zur ETH nach Absolvieren einer Berufslehre und Abschluss einer Ingenieurschule ermöglicht. Manche sogar brachten es bis zu einem Dokortitel! Trotz dieses grossen Erfolges war sein Hauptanliegen, die Durchsetzung der Reform der Ausbildung an den Ingenieurschulen, noch lange nicht erfüllt. Mit seinem 1983 im Konvent eingebrachten Antrag, es sei am Technikum Winterthur eine

Kommission zu bilden, die sich erneut mit der Reform der Ingenieurausbildung befassen soll, hat er eine neue Initiative gestartet. Sein Ziel als Präsident dieser Kommission war es, eine gesamtschweizerische Reform in die Wege zu leiten. Aber immer noch waren seine Vorstellungen der gemächlichen schweizerischen Entwicklung zu weit voraus. Das BIGA erkannte immer noch keinen Handlungsbedarf! So entwickelte das Technikum Winterthur eine eigene Studienreform. Für diesen lokalen Weg konnte sich Walter Oberle allerdings nicht begeistern, denn er dachte in grösseren, mindestens schweizerischen, eher sogar europäischen Dimensionen.

Im Herbst 1990 musste sich Walter Oberle der gesetzlichen Altersgrenze fügen und sich pensionieren lassen. Dieser Schritt fiel ihm ausserordentlich schwer, denn nun konnte er nicht mehr aktiv im Unterricht und in der Bildungspolitik wirken. Er fühlte sich in der Rolle des blossen Zuschauers bei der nun sehr schnell ablaufenden Einführung von Fachhochschulen in der Schweiz gar nicht glücklich. So äusserte er seine interessanten aber oft eigenwilligen Ansichten über die bildungspolitischen Entscheide der Behörden von Bund und Kanton Zürich weiterhin mit grosser Überzeugungskraft an den regelmässigen Treffen der pensionierten Dozenten des Technikums, wohl wissend, dass er damit nichts mehr bewegen konnte.

Anfangs September ist Walter Oberle im Alter von 75 Jahren gestorben. Die Stadt Winterthur verliert einen eigenwilligen und interessanten Menschen, eine Persönlichkeit, die dank eines grossen persönlichen Einsatzes und eines unerschütterlichen Glaubens an die Zukunft trotz grosser Widerstände bahnbrechende Leistungen vollbringen konnte.

Prof. Bruno Widmer  
Prof. Adolf Müller  
ehemalige Direktoren des TWI

