

Verband Werbetechnik+Print

Das Resultat

Wir definieren Massnahmen, wir setzen uns Ziele. Aber haben wir nicht alle zuweilen Respekt davor, mit den Resultaten konfrontiert zu werden?

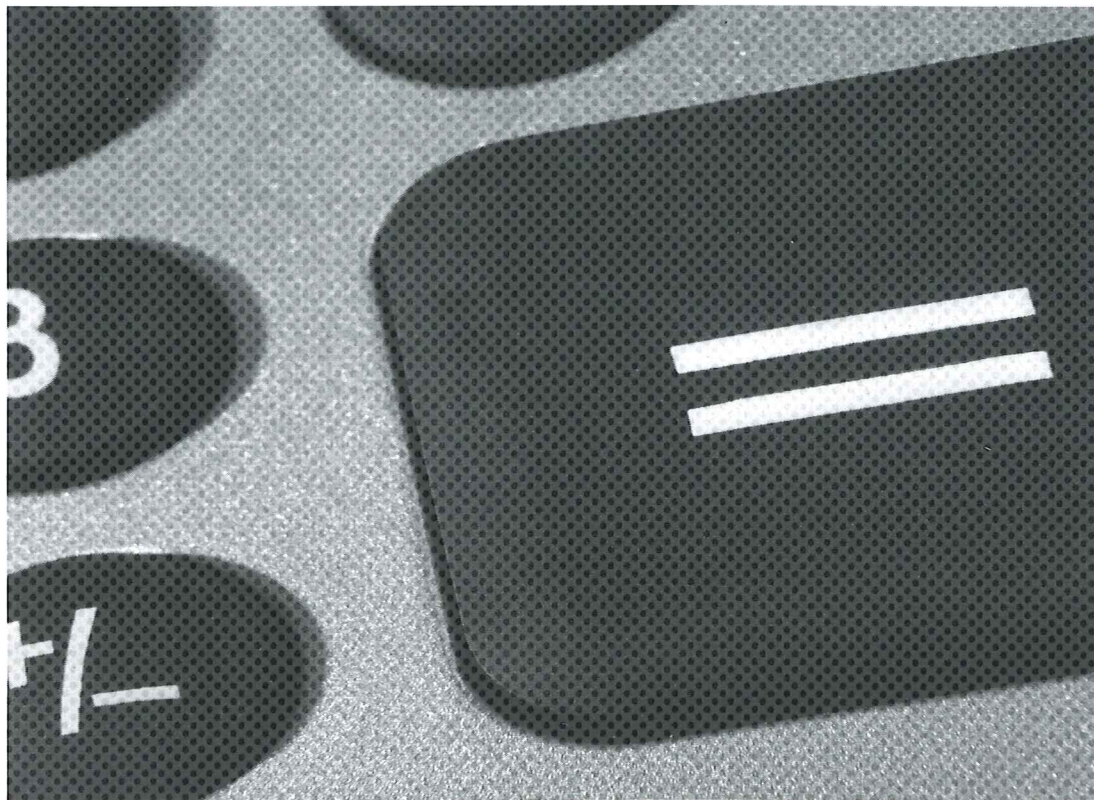
■ **JOSEF INAUEN** Wir haben sie nun mal, diese Leistungsgesellschaft, welche vieles auf Resultate reduziert. Wer nun meint, dies gelte nur für Sport, Beruf und Wirtschaft, der täuscht sich gewaltig. Das Privatleben wird immer mehr von Leistung geprägt, ob wir uns selber fordern oder von aussen gefordert werden. Aussteiger sind definitiv «out». Es beginnt schon sehr früh; mehrsprachiger Kindergarten, ambitionierte Lernziele und überfüllter Stundenplan in der Grundstufe. Und bereits ab der dritten Klasse soll zielgerichtet auf das Studium hingearbeitet werden. Eine Sportart und mindestens ein musikalisches Fach müssen belegt werden, und darin sind nur Weltmeister und Stars als Vorbilder zugelassen. Da wundern wir uns, dass unsere eigene Sucht nach Resultaten und der Druck von aussen vermehrt Unbehagen auslösen.

Respekt und Angst

Warum haben wir zuweilen Respekt oder sogar Angst davor, diese virtuelle «Resultatstaste» zu drücken? Sie (die Resultate) könnten nicht den Erwartungen entsprechen. Zum vereinbarten Endtermin könnte höchstens ein Zwischenresultat angezeigt werden. Dies würde in jedem Fall Arbeit oder sogar Ärger nach sich ziehen, das Vertrauen und das Selbstvertrauen reduzieren oder gar ruinieren. Was ist falsch gelaufen? Wer ist schuld? Wer analysiert? Kann noch korrigiert werden? Was kostet es? Wer kommuniziert den Misserfolg, und wer ist bereit, neue Ziele zu formulieren, deren Resultate positiver ausfallen sollen? Also lieber gar nicht «drücken», sondern verschieben.

Planen

Jeder Mensch kann nur eine bestimmte Anzahl Ziele verfolgen und diese auch



mit guten Resultaten abschliessen. Je mehr wir uns fokussieren, desto besser werden die Ergebnisse. Dafür gibt es genügend gute Beispiele. Zu viel führt unweigerlich in die Mittelmässigkeit und zum Absturz. Unerlässlich ist dabei ein Aufgabenmanagement, welches solches verhindert. Ziele und daraus abgeleitete Massnahmen sollen messbar und mit Etappen versehen sein. Dies schreibt sich so einfach, ist aber in der Tat sehr anspruchsvoll. Abläufe werden damit kontrollierbarer und

haben grössere Aussichten auf ein positives Resultat.

Aufgaben und Zielsetzungen des VWP-Vorstands

Bevor wir als Verband vorschnell grosse Ziele definieren, deren Resultate nicht wie erwartet ausfallen, haben wir ein stabiles und tragfähiges Fundament gebaut. Mit einer starken und zielgerichteten Organisation, welche an einer nachhaltigen Ausrichtung des Verbandes interessiert ist, kann das weitere

Vorgehen geplant werden. Durch den Zusammenschluss von VSDS und VWT zum Verband Werbetechnik+Print (VWP) können bestehende und neue Aufgaben auf mehr Schultern verteilt werden. Die Leistungsträger sind bestimmt und freuen sich auf die Herausforderung. Damit sollte gesichert sein, dass wir in Zukunft die Resultatstaste drücken können, ohne Überraschungen erleben zu müssen. Nur dies garantiert einen hohen Nutzen für die Verbandsmitglieder. ■

Die Verbandsorganisation

Geschäftsstelle VWP

Führen der Geschäftsstelle

- Florian Tanner Leiter Geschäftsstelle
- Marlies Tanner Finanzen
- Monika Züger Sekretariat

Präsidium

Führung, Präsentation und Repräsentation

- Florian Tanner Präsident
- Ruedi Meier Vizepräsident

Ressort Bildung

Grundausbildung, Weiterbildung, Lehrmittel

- Beatrice Murer Leitung
- Ruedi Meier Ausbildung Siebdruck

Ressort Marketing

Öffentlichkeitsarbeit, CI/CD, Image, Events

- Thomas Gerig Leitung
- Josef Inauen Publikationen
- Katrin Koch Fachautorin

Ressort Dienste

Arbeitssicherheit, Unternehmerischer Nutzen, Veranstaltungen, FESPA

- Martin Parpan Leitung
- Roger Bischoff
- Pablo Morf