



Kathrin Ariol, Fachstelle für Gleichstellung von Mann und Frau, und Marianne Breu (v. links, im Vordergrund).



Marc Schlieper, Credit Suisse, und Nadja Heeb, AXA Winterthur.



Werner Bernhart, Mark&Michel, und Stephan Bamert, Swisscom (v. links).

Die «Generation wild» lässt hoffen

SKO-LEADERCIRCLE Am Podium stellte sich heraus, dass heute noch manch eine Frau an der Gratwanderung zwischen Karriere und Familie scheitert, noch bevor sie den Weg angetreten hat.

Zwar stand das SKO-LeaderCircle, das in der Schweizer Börse in Zürich stattfand, unter dem Motto: Karriere vs. Familie – so gelingt Ihnen die Gratwanderung. Aber die von **Pascal Ihle** moderierte Debatte verlief unvermerkt und doch alles andere als planlos in die verkehrte Richtung: Offenbar lag **Betina Balitzki**, Head of Diversity der Swisscom, **Esther Girsberger**, Publizistin und Dozentin, **Christoph Müller**, Leiter Human Resources der AXA Winterthur, und **Sybille Sachs**, Leiterin Institut für Strategisches Management an der HWZ, mehr daran, zu hinterfragen, warum die Gratwanderung nach wie vor nicht gelingt.

Die Bestandaufnahme von Müller war so ernüchternd wie repräsentativ: «Von den zehn Geschäftsleitungsmitgliedern der AXA Winterthur sind null Frauen, und niemand arbeitet Teilzeit.» Girsberger brachte Licht ins Dunkel: «Wenn mir heute eine Top-Position angetragen wird, sage ich nein danke.» Im Gespräch wurde ersichtlich, dass weder Quoten noch Job-Sharing eine faire Verteilung in Kaderpositionen nach sich ziehen, wenn die Frauen, die sich nach wie vor diskriminiert fühlen, den Schritt ins Kader nicht wagen. Sybille Sachs erklärte, dass erst ankommen müsse, dass das Thema Karriere vs. Familie den Mann wie die Frau angehe. Ein Blick auf die kommende «Generation wild» stimmte aber alle Gesprächsgäste zuversichtlich: Die jüngeren Männer wie die jüngeren Frauen begreifen die Karriere wie selbstverständlich nur als Teil eines wie auch immer definierten Lebens. (chr)



Esther Girsberger, Betina Balitzki, Moderator Pascal Ihle, Sybille Sachs und Christoph Müller (von links) haben diverse Vorstellungen, wie sich Karriere und Familie unter einen Hut bringen lassen. Aber alle sind überzeugt, dass sich zwischen der Idee und der Umsetzung ein Graben auftut, der nicht leicht zu überbrücken ist.



Urs Meier, Geschäftsführer der Schweizer Kader Organisation (SKO).



Urs Horber, AXA Winterthur, Regula Koller, Level Consulting, und Bernhard Scherrer, AXA Winterthur (v. l.).



Auch das Publikum fühlte den Gesprächsteilnehmern auf den Zahn. Und diese waren allesamt bereit, sich den kritischen Fragen zu stellen: Olivier de Perregaux, Martin Janssen, Ursula Gut, Martin Spieler, Christoph Weber und Zeno Staub (von links).

Gestärkt durch die Krise

HWZ-ARENA Ein Streitgespräch unter Fachleuten in Zürich über die Zukunft des Schweizer Finanzplatzes musste bei der Kritik der Vergangenheit ansetzen.



Ingeborg Schumacher-Hummel, Christian Leitz von Kaiser Ritter Partner und Miriam Lüthi, UBS (v. l.).



Raphael Berger und Linda Karrer, beide Bank Vontobel, und Simon Minder, Marcuard Family Office (v. l.).



Ulrich Haupt, LB (Swiss) Privatbank, Marc Haefeli, Clariden Leu, und Remo Doswald, UBS (v. l.).

Dass das von **Martin Spieler** moderierte Streitgespräch in der **HWZ-Arena** über «eine nachhaltige Zukunft für den Finanzplatz Schweiz» in eine hitzige Debatte münden würde, war abzusehen. Einerseits waren mit **Olivier de Perregaux**, CFO der LTG-Gruppe, **Martin Janssen**, Wirtschaftsprofessor der Universität Zürich, **Ursula Gut**, Zürcher Regierungsrätin, **Christoph Weber**, Leiter Private Banking der Zürcher Kantonalbank, und **Zeno Staub**, Leiter Asset Management der Bank Vontobel, Fachleute aus den einander oft diametral entgegengesetzten Bereichen Wirtschaft, Politik und Wissenschaft eingeladen. Und andererseits war allein schon das Thema dafür prädestiniert, dass sich die Diskussion in eine Boni-Debatte und in eine Reflexion der Too-big-to-fail-Problematik transformieren würde.

Nichts desto trotz eröffnete die Debatte den Zuhörern diverse neue Sichtweisen auf den Bankenplatz Schweiz. Janssen schwebte mit Blick auf die Bankenszene eine Matrix vor, in der einzig «grosse Banken mit Eigenhandel gefährlich sind». Staub begrüßte, dass in den Schweizer Banken höhere Eigenmittelleitungen vereinbart wurden, wenn er sich auch generell gegen eine übermässige Regulierung der Banken wehrte. Und Gut gab zu bedenken, dass auch der Bankkunde nicht ganz unschuldig sei, da er sich zu viel habe aufschwätzen lassen.

Abschliessend brachte Perregaux einen neuen Blickwinkel ins Spiel: «Gerade im turbulenten Umfeld kann ein geschicktes Regelsystem für den Finanzplatz Schweiz sprechen.» Mit Blick auf die Zukunft malten sich die Gesprächsteilnehmer einen Schweizer Finanzplatz aus, der gestärkt aus der Krise hervorgehen wird, wenn er aus derselben seine Lehren zieht. (chr)

Digitale Revolution trifft alle

MEDIENHÄUSER Die Fokussierung auf digitale Vertriebskanäle ist unerlässlich. Dies der Tenor am Talk der IAA (International Advertising Association) Swiss Chapter in Zürich.

Moderator **Kaspar Loeb**, CEO Saatchi & Saatchi Schweiz, zeigte sich erfreut über die rasche Zusage der Kontrahenten; sie belege deren Lust an der Debatte. Diese fiel im Folgenden allerdings äusserst freundlich aus. Loeb's Vermutung, aus der «entente cordiale» der Medienhäuser sei ein verlegerischer Kleinkrieg geworden, erwies sich zumindest an diesem Abend als trügerisch. Immerhin, die digitale Revolution trifft alle und legt einige harte Knacknüsse vor.

Ralph Büchi, CEO Axel Springer Schweiz und Präsident Axel Springer International, erläuterte die dreiteilige Konzernstrategie von Marktführerschaft im deutschsprachigen Raum, Internationalisierung und Digitalisierung. Beim Joint Venture mit Ringier in Osteuropa strebe man nach einer Festigung der Marktführerschaft im Bereich Boulevard. Eine schmerzhaft Konsolidierung bei Tageszeitungen in der Schweiz hält er für unabwendbar; die «Gratiszeitungs-Euphorie» sieht er am Ende. «Online hat viele Gesichter», hielt er fest, um «paid content» als zukunftsweisend zu bezeichnen.

Die aktuelle Entwicklung der NZZ-Gruppe verlaufe nach einer schlimmen Phase im Anzeigenmarkt heute positiv, da die Sparmassnahmen deutlich griffen, sagte CEO **Albert P. Stäheli**. Man arbeite am Integrationsprozess in Richtung einheitliches Medienunternehmen unter dem Flaggschiff der NZZ. In den regionalen

Märkten wolle die Gruppe ihre Position festigen. Auch er betonte: «Die Printreise geht mehr in den digitalen Bereich.»

Martin Kall, CEO Tamedia, hielt fest, er teile viele Ideen mit seinen Vorrednern. Tamedia habe einen grossen Teil der Strukturveränderung bereits hinter sich, gab er sich überzeugt. «20 Minuten» belege den Erfolg eines Printprodukts. «Nur Leute über 50 glauben, dass die NZZ führend ist.» Er bezeichnet es als existenziell, das Online-Portfolio auszubauen und Online-Medien profitabel zu halten.

In der Diskussion betonten alle drei CEO den Win-win-Effekt der Entflechtung von Tamedia und NZZ. Von Monopolstellung um den Zürichsee wollte Kall nichts hören; der Markt sei dafür zu vielfältig geworden. Auf Loeb's Einwurf, die grossen Medienhäuser teilten sich – mit Ausnahme von Basel – die ganze Schweiz auf, hielt Büchi fest, dass Axel Springer der Schweiz einen Sonderstatus zuspreche, aber nicht den Regionalbereich fokussiere, sondern international tätig sei. Das Thema «Heirat mit Ringier» erklärte er als ad acta gelegt, da Ringier erklärermassen unabhängig bleiben wolle. Während die drei Exponenten die Bedeutung des iPad für die Medienbranche unterschiedlich gewichteten, war man sich einig, dass Print- und Onlineprodukte nicht gegeneinander ausgespielt werden dürfen. (rod)



Wie gehen die Verlagshäuser mit der Herausforderung der digitalen Medienezukunft um? Darüber diskutierten Albert P. Stäheli, CEO NZZ-Gruppe, Moderator Kaspar Loeb, CEO Saatchi & Saatchi Schweiz, Ralph Büchi, Präsident Axel Springer International, und Martin Kall, CEO Tamedia (v. links).