

REPUTATION VON STÄDTEN

Wie man ein Image aufhellt

Der Bundesstadt Bern wird ein Imageproblem nachgesagt. In den Altstadtgassen sichtbare soziale Probleme oder die unübersehbare Reitschule kommen dem schönen Bild der Unesco-geschützten Stadt je nach Perspektive in die Quere. Was können die Stadtberner Politiker dagegen tun? Zum Beispiel die Dienste eines Markenspezialisten in Anspruch nehmen.

Eine Stadt ist eine Marke

Markenanalytiker beschäftigen sich mit dem Image von Firmen. Sie begreifen und messen Reputation als die Gesamtheit der Wahrnehmung aller Stakeholder, also der Partner, Teilhaber und auch Kritiker eines Unternehmens. Nach diesem Modell lässt sich auch eine Stadt als Marke begreifen. Die Kunden einer Stadt wären demnach die Steuerzahler oder noch weiter gefasst die Besucher und die Touristen. Das Produkt einer Stadt wäre der Service public. Und Analysten würden Bern in einem nationalen Benchmarking mit Schweizer Konkurrenzstädten vergleichen.

Firmen und Städte sind dennoch nur bedingt vergleichbar. «Das Image von Städten ist zwar



Simon Anholt

Nicht nur den Ruf von Firmen, auch den von Städten könne man messen und managen, sagt Markenspezialist Simon Anholt. Billige Imagepolitik verbessere den Ruf einer Stadt aber noch nicht.



Schönes Image: Zytglogge ohne Abfall.



Schlecht fürs Image: Zytglogge mit Abfall.

eine Art Währung, diese ist aber nicht sehr liquid. Der Aufbau eines Städteimages dauert sehr lange, und es lässt sich durch politische Massnahmen nur schwer beeinflussen», erklärt Simon Anholt. Der britische Star unter den Markenspezialisten lässt regelmässig 26 000 Bewohner von 35 Ländern für sein Ranking von 60 Städten und 40 Na-

tionen befragen. Von den Schweizer Städten kommt nur Genf in Anholts «Citybrand-Index» vor und belegt dort in verschiedenen Kategorien Spitzenplätze. Anholt misst mit seinen Befragungen die internationale Präsenz einer Stadt, das physische Äussere, die Ausstrahlung ihrer Bewohner, den urbanen Puls, das ökonomische und

creative Potenzial oder die Angebotspalette für die Bewohner.

Rat für Tschäppät

Der Briten berät Regierungen auf der ganzen Welt. Er würde ihnen aber nie simple Imagepolitik empfehlen. «Imagekampagnen helfen nicht, sich im Ranking zu verbessern», sagt er. Nur wenige Bestandteile eines lokalen

Images seien beweglich: Die Regierung, die abgewählt werden könne. Nicht aber die Landschaft oder das Volk.

Was könnte Alexander Tschäppäts Berner Stadtregierung von Simon Anholt in Sachen Imagepflege lernen? Erstens, sagt Anholt, müsse eine Stadt ihr Image regelmässig und unvoreingenommen messen. Zweitens müsse sie mit einer auf 10 bis 20 Jahre ausgelegten Identitätsstrategie klären und planen, mit welchen politischen, sozialen oder wirtschaftlichen Massnahmen sie ihr Image beeinflussen wolle. Drittens könne eine Stadt ihren Ruf nur verändern, wenn sie eine funktionierende Regierung, eine vitale Zivilgesellschaft und Wirtschaft habe. «Einen besseren Ruf muss man sich mit substantziellen Innovationen verdienen», sagt er.

Wahlen kommen zu spät

Wahlen, wie sie diesen Herbst in Bern stattfinden, entsprechen einem Reputationstest, wie ihn ein Unternehmen beim Verkauf seiner Produkte täglich bestehen muss. Da Wahlen aber nur alle vier Jahre stattfinden, bekämen Stadtbehörden das Kundenfeedback im Krisenfall oft zu spät, warnt Simon Anholt. Für Erfolg versprechende Imageprozesse sei eine vierjährige Legislatur aber ein allzu kurzer Zeithorizont. Berns Politiker werden Anholts Warnungen bald zu spüren bekommen. **SVB**
www.nationbrandindex.com
www.citybrandindex.com

MONGOLISCHE EISENBAHN



Mauer- und Sündenfall

Da hat man gedacht, nach dem Fall der Berliner Mauer gäbe es dann nur noch ein grosses Westdeutschland. Und welcher Fall ist eingetreten nach dem Fall? Der Gegenteilige. Unser wiedervereinigter Nachbar benimmt sich zusehends wie ein grosses Ostdeutschland. Was waren denn das für Ströme von Menschen, die Ostdeutschland nach dem Mauerfall in Richtung Westen verlassen haben? Was ist da in den Westen geströmt? Waren das Bürger auf der Suche nach Freiheit? Oder waren das Stasi-Mitarbeiter auf der Suche nach einem neuen Job?

Deutschland würde gut daran tun, sich zu entscheiden, wohin es gehören will. Im freien Westen ist der Staat dem Bürger Rechenschaft schuldig und steht ständig im Verdacht, seine Macht zu missbrauchen oder Steuer-gelder zu verschleudern. Im Osten ist der Bürger dem Staat Rechenschaft schuldig und steht ständig im Verdacht, seine Freiheit zu missbrauchen und Steuern zu hinterziehen.

Den ausgabefreudigen deutschen Politikern ist bei der Geldbeschaffung offensichtlich kein Mittel heilig. Nicht nur dass sie den deutschen Staat in hohe Schulden gestürzt haben. Die Reichen und Erfolgreichen der Privatwirtschaft, die im Gegensatz zu den Politikern nicht nur hohe Löhne beziehen, sondern diese auch wieder investieren und Arbeitsplätze schaffen, werden von deutschen Parteibonzen als «Abzocker» und «Heuschrecken» denunziert. Und da fragen sich die Deutschen noch, warum wir sie nicht mögen. Wirtschaftsfreundliche Steueroasen wie die Schweiz und Lichtenstein werden von deutschen Spitzenpolitikern als «Schurkenstaaten» und «Raubritter» bezeichnet.

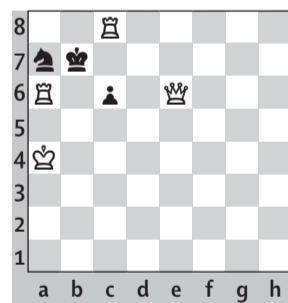
Im Dritten Reich bezeichnete man Auslandvermögen wohlhabender Staatsbürger als «volks- und staatsfeindliche Vermögen», um sie zu konfiszieren. Vielleicht sollte sich die deutsche Bundesregierung überlegen, eine Mauer um die Schweiz und das Fürstentum zu bauen und sie gut zu bewachen, damit nicht noch mehr arbeitswillige, aber freiheitsliebende Deutsche aus Deutschland abhauen und in die Schweiz auswandern.

Andreas Thiel

Andreas Thiel (zeitpunkt@bernerzeitung.ch) ist Satiriker in Bern.

SCHACH

Problem Nr. 457

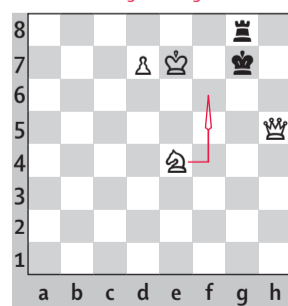


Weiss zieht und setzt in 2 Zügen matt

Senden Sie Ihre Lösung bis Mittwoch, 27. Februar 2008 an Berner Zeitung BZ, Schach, Postfach 5434, 3001 Bern; Fax 031 330 36 31; E-Mail: thomas.waelti@bernerzeitung.ch

Lösung Problem Nr. 456 mit

gfeller.
 elektro & telematik
www.gfeller.ch
 immer die richtige Lösung:



1. Sf6! und Schwarz kann das Matt nicht verhindern. Z.B.: 1... Td8 2. Dh7 matt; 1... Te8+ 2. dx68=Springer matt; 1... Th8 2. Dg5 matt.

Die Gewinner: Stefan Kotowski, Thun; Jean Morgan, Wabern; Herbert Keller, Langenthal. Sie gewinnen ein Buch.

Fortsetzung von Seite 41

und Raiffeisenbanken, die generell mehr Wertschätzung geniessen als die Grossbanken.

Wie nachhaltig ist der Ruf der UBS derzeit ruiniert? «Schweizer Kunden, die wissen, unter welchen harten Bedingungen man eine

präsident Marcel Ospel so ein Zeichen? Die Frage sei, ob der Chef wirklich ein schlechtes System verkörpere oder bloss stellvertretendes Symbol einer Krise sei, sagt Coppetti.

Muss Marcel Ospel gehen?

Für Klaus J. Stöhlker, Starunternehmensberater und Spezialist für Öffentlichkeitsarbeit, ist Ospel nur deshalb noch nicht abberufen worden, weil der UBS-Verwaltungsrat keinen Nachfolger aufgebaut habe. Die UBS mache ihre Vertrauenskrise durch eine ungeschickte Kommunikation noch grösser. Obwohl die Bank weltweit 600 Leute in der Kommunikationsabteilung beschäftige, kommuniziere bis jetzt nur Marcel Ospel den Schaden, und das zu knapp und zu vernebelt. «Die Krisenkommunikation ist ohne Kopf und Konzept», sagt Stöhlker. Bis jetzt sei etwa nicht erklärt worden, wie es möglich war, dass in den USA «zu schwache UBS-Teams, zu viel Geld erhielten».

Stöhlker ist vertraut mit Chefetagen. Ihre PR sei im Krisenfall oft wild und undurchdacht.

«Kleinere Banken geniessen mehr Wertschätzung.»

Caspar Coppetti

Und: Macht und Kommunikation würden sich leider meist ausschliessen. Chefs liessen sich von externen Beratern, die die Aussensicht der Öffentlichkeit vertäten, wenig sagen, weiss Stöhlker aus Erfahrung. Für ihn

ist im Fall UBS klar: «Der Fisch stinkt vom Kopf.»

Muss Ospel also gehen? «Ich halte wenig davon, als rituelle Opferung möglichst viele Köpfe abzuschlagen», erwidert der St. Galler Professor Beat Bernet. Ein Problem unserer Finanzkul-



Klaus J. Stöhlker: «Der Fisch stinkt vom Kopf.»

tur bestehe derzeit darin, dass bei jedem Fehler oberste Verantwortliche abgelöst würden und so niemand übrig bleibe, der aus gemachten Fehlern auch lernen könne. «Wenn wir alle fünf Jahre die Führungsscrew der Grossbanken erneuern, werden wahrscheinlich auch alle paar Jahre wieder die gleichen Fehler gemacht», resümiert Bernet.

Massnahmen statt Klagen

Wer eine Vertrauenskrise schon mit der Auswechslung eines neuen Chefs meint bewältigen zu können, überschätzt die Allmacht der Chefs. Und unterschätzt die Komplexität des globalen Finanzsystems. Dass es jüngst ausser Kontrolle geriet, dafür sind nicht nur profitsüchtige Banker verantwortlich.

Auch kleine Kunden, die heute das Vertrauen in eine Branche verloren haben, in die sie gestern noch Vertrauen hatten, spielen im globalen Finanzmonopoly mit. Millionen von US-Hauskäufern sassen der Illusion vom billigem Geld auf.

Beat Bernet kommt die aktuelle Empörung über das System der Gier altbekannt vor. Die heutige Krise führe uns «nur einmal mehr die Konsequenzen grundlegender Verzerrungen und Übertreibungen in Bereichen wie Boni, Gewinnmargen oder Wachstumsstreben vor Augen». Er ist aber skeptisch, ob die moralisch aufgeladene Vertrauensdebatte wie ein reinigendes Gewitter wirke. «Wenn sich die Gewitterwolken rasch verziehen, ist zu befürchten, dass wir uns bald wieder im alten Fahrwasser wiederfinden.»

Gegen den Vertrauensverlust helfen gesundes Misstrauen und neue Erkenntnisse. Eine erste: «Früher waren Finanzkrisen immer die Folge von Wirtschaftskrisen, heute ist es genau umgekehrt», sagt Bernet. Die Folge: Mangelndes Vertrauen in die Stabilität unserer Finanzsysteme wirke sich sehr schnell auch auf die Entwicklung unserer Volkswirtschaft aus. Eine zweite Erkenntnis: Die Steuerung der globalen Finanzströme sei auf einer nationalen Ebene immer unmöglicher. Wir müssten uns vielmehr mit global gültigen und auch wirklich durchsetzbaren Rahmenbedingungen für Risikomanagement beschäftigen. Um so den Kurs des Vertrauens einigermassen unter Kontrolle zu haben.

STEFAN VON BERGEN

Der Autor: Stefan von Bergen (stefan.vonbergen@bernerzeitung.ch) ist «Zeitpunkt»-Leiter.