

Schweizerischer Verband der Bürgergemeinden und Korporationen

Generalversammlung 2011

Präsidialadresse

Draussen ist wieder einmal ein wirklich schöner Sommermorgen mit noch angenehmen Temperaturen, blauem Himmel und Sonnenschein. Die Vögel zwitschern und die Blumen wiegen ihre Köpfe im lauen Wind. Drinnen aber in der Strassenbahn sehen alle Passagiere so missmutig drein, als wären sie zu einer Beerdigung oder zu einem Gerichtstermin unterwegs. Ab und zu durchbricht ein störendes Geklingel eines Handys die relative Stille; ein dumpfes Brummen liegt in der stickigen Luft. Die Sitzplätze sind schon lange alle besetzt, vor allem von Schülern, die über die Ohrenstöpsel in sich hineinhören und mit abwesendem Blick übersehen, wie Betagte oder Behinderte einsteigen und sich nach einer Sitzgelegenheit umsehen. Den Leitspruch von anno dazumal der Basler Verkehrsbetriebe : „Wär jung isch, stoht us Hefligkeit, dr Tramdiräggtter het das gsait“ kennen sie ohnehin nicht, denn das Sichtabonnement hat die zu knipsenden Tramkarten mit dieser Aufforderung auf der Rückseite schon lange abgelöst. Zudem sind sie ja noch so müde.

Da geht auf einmal ein gewandter Senior auf einen solchen Schüler zu und sagt freundlich zu ihm: „Ich danke Dir herzlich, dass Du mir Deinen Sitzplatz anbietest.“ Flugs steht dieser auf und macht ihm höflich und ohne Maulen Platz.

Dieses Ereignis hat mir imponiert: anstatt mit einer vorgezogenen Schelte kam dieser Rentner problemlos und ohne grosses Aufhebens zu seinem Sitzplatz, und der betreffende Schüler fühlte sich erst noch gut, weil er, zwar „nolens volens“, diesem Pensionär offensichtlich eine Freude bereitet hatte. Dieser Vorfall verwundert daher, weil wir Menschen es seit unserer Kindheit gewohnt sind, dass uns unser Fehlverhalten – bereits präsumtiv – vorgeworfen wird, anstatt, dass wir ermuntert werden, Anerkennenswertes zu tun.

Überhaupt, warum sind denn all die Menschen im morgendlichen Tram so griesgrämig und unzufrieden mit sich und der Welt? In einem Artikel (von Dr. Doris Wolf) habe ich dazu gelesen, dass es offenbar daran liegt, dass es vielen Menschen leichter fällt, Mängel zu erkennen, als Erfolge zu genießen, weil sie gelernt haben, ihren Blick auf die Defizite zu lenken, und einerseits glauben, dass Eigenlob stinkt, andererseits befürchten, kein Lob verdient zu haben. Zudem haben sie gelernt, sich mit anderen zu vergleichen, und es natürlich immer Menschen gibt, die in bestimmten Bereichen besser und erfolgreicher sind. Manche stellen auch perfektionistische oder unrealistische Anforderungen an sich, so dass eigene Erfolge „gar keine Chance haben“.

Dabei liesse sich diese Einstellung in ihr Gegenteil kehren, wenn sich unser Denken und Handeln mehr darauf konzentrieren würde, uns – auch über Kleinigkeiten – mehr zu freuen als uns über jedes noch so kleine Missgeschick – vor allem der anderen - zu ärgern, mehr zu lächeln als zu schimpfen, mehr freundliche Worte zu äussern anstatt strafende Blicke und Gesten auszusenden. In diesem Sinne empfiehlt die genannte Mannheimer Psychotherapeutin, wir sollten uns auf das konzentrieren, was wir besitzen, statt an das zu denken, was wir nicht haben. Wir müssten auch mehr schätzen, was uns geblieben ist, anstatt an das zu denken, was wir verloren haben, sowie uns

an das erinnern, was wir gut gemacht haben, statt an unsere Fehler zu denken. Schliesslich rät sie uns zu überlegen, was wir aus uns machen können, anstatt daran zu denken, wer wir nicht sind.

Die geschilderte negative Grundhaltung von uns Menschen des 21. Jahrhunderts könnte (zumindest mit-)ursächlich dafür sein, dass die Medien mit Vorliebe und offenbar erfolgreich schlechte Nachrichten verbreiten, während Erfreuendes in der Berichterstattung wenig bis gar keinen Raum findet. Versagen, Fehlschläge und Ungeschicklichkeiten sind offenbar für das breite Publikum viel interessanter als Gedeihenes, Gelungenes, und Erfolgreiches.

Dagegen muss doch etwas geschehen, und zwar dergestalt, dass man „das Heft selber in die Hand nimmt“ und dafür sorgt, dass auch positives Wirken und gut funktionierendes Handeln an die Öffentlichkeit gelangt. Das gilt desgleichen für den Bereich der Bürgergemeinden und Korporationen mit ihren Kantonalverbänden sowie dem Schweizerischen Dachverband, denn es ist zwar eine befriedigende Tatsache, dass sie für Lebensqualität und Integration stehen, durch ihr Engagement, unter Abwägung von Tradition, Gegenwart und Zukunft, für den Zusammenhalt und die Bedürfnisse der Bürgerinnen und Bürger sowie weiterer Bevölkerungskreise sorgen, und sich erfolgreich um Einbürgerungen, Integration, Natur und Umwelt und Umwelt sowie Projekte in den Bereichen Soziales und Kultur kümmern. Es ist aber auch eine traurige Tatsache, dass das zwar alles Themen sind, welche die schweizerische Gesellschaft bewegen, dass aber diese Dienstleistungen trotz vielfacher Bemühungen der Öffentlichkeit viel zu wenig geläufig sind.

Zur Umsetzung dieses „Gegenangriffs“ mit dem Ziel, das durchgängige Bekanntheit nachhaltig zu verbessern, hat der SVBK nun zusammen mit den Kantonalpräsidenten und unterstützt von einem externen Sachverständigen in Kommunikationsfragen ein praktisches Hilfsmittel herausgegeben: ein Kommunikationskonzept, welches die wesentlichsten Grundsätze festhält, dazu einen Leitfaden, der nicht nur wertvolle Tipps zum Verfassen von Communiqués vermittelt, sondern auch die immer wieder gestellte Frage klärt, was von Medienleuten erwartet werden darf, und was nicht.

Bei der Erarbeitung dieser Broschüre, welche allen Empfängern unseres Informationsorgans kürzlich zugestellt worden ist, wurde unmissverständlich klar, dass ebenso wie die interne Kommunikation auch die nach aussen gerichtete Informationsaufgabe aller Stufen ist, eine Obliegenheit, die nicht von unten nach oben oder umgekehrt delegierbar ist. Es sind nämlich einerseits die individuellen, persönlichen Kontakte zu nutzen und andererseits die geeigneten Adressaten für eine spezifische Nachricht anzusprechen, damit eine Botschaft ihr Ziel erreicht.

Nehmen wir es also auf mit all den Ignoranten und Miesmachern unserer Institutionen und streben wir auf allen Stufen mit konziser, gekonnter Information und zielbewusster Medienarbeit eine allseits bessere Verständigung sowie den Ruf an, welchen wir mit unserem Wirken zweifellos verdienen.

Rudolf Grüniger, Basel

ALLOCUTION DU PRÉSIDENT

PRONONCÉE LORS DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DE
LA FÉDÉRATION SUISSE DES BOURGEOISIES ET CORPORATIONS DU
17/18 JUIN À DELÉMONT.

RUDOLF GRÜNINGER, BÂLE ■
PRÉSIDENT, FÉDÉRATION SUISSE DES
BOURGEOISIES ET CORPORATIONS

Dehors, il fait beau, les températures sont agréables, le ciel est bleu et le soleil brille. Les oiseaux gazouillent et le vent berce doucement les fleurs. Mais à l'intérieur du tram, tous les passagers ont l'air maussade, comme s'ils se rendaient à un enterrement ou au tribunal. De temps en temps, la sonnerie dérangeante d'un natel rompt le silence relatif qui règne et un bourdonnement sourd se propage dans l'air étouffant. Les places assises sont occupées depuis longtemps, surtout par des écoliers qui méditent avec leurs écouteurs sur les oreilles et dont le regard absent semble ne pas voir les personnes âgées ou handicapées qui montent dans le tram et cherchent une place pour s'asseoir. La devise d'autrefois des transports publics bâlois, «Les jeunes se lèvent s'ils sont polis, c'est la direction qui le dit», ils ne la connaissent pas, de toute façon, car l'abonnement transmissible a remplacé depuis longtemps les anciennes cartes de tram à perforer au dos desquelles on pouvait lire cette incitation. Et puis, ils sont encore tellement fatigués.

Un jour, un vieil homme fringant a interpellé l'un de ces écoliers et lui a dit gentiment: «C'est très gentil à toi de me proposer ta place.» L'écolier s'est levé en un clin d'œil et a cédé sa place poliment et sans rechigner.

Cet incident m'a impressionné: sans même avoir à réprimander l'écolier, ce retraité a obtenu sans problème une place assise, et le jeune s'est même senti bien parce qu'il avait, bon gré mal gré, fait plaisir au vieil homme. Cette anecdote surprend parce qu'en tant qu'êtres humains, nous sommes habitués depuis l'enfance à ce que nos erreurs, même présumées, nous soient

reprochées, au lieu qu'on nous encourage à agir de façon méritoire.

D'ailleurs, comment expliquer que tous les passagers du tram matinal soient aussi renfrognés et mécontents d'eux-mêmes et du monde entier? Dans un article (de Dr Doris Wolf), j'ai lu que c'est probablement parce qu'il est bien plus facile pour de nombreuses personnes de déceler les failles que de se réjouir des succès, car elles ont appris à diriger leur regard sur les points négatifs; par ailleurs, elles pensent que se féliciter est absurde et craignent en même temps ne pas mériter de louanges. De plus, elles ont appris à se comparer avec les autres et trouvent bien entendu toujours quelqu'un de meilleur ou de plus performant qu'elles dans un domaine spécifique. Certaines ont aussi des exigences trop perfectionnistes ou irréalistes envers eux-mêmes, ne laissant ainsi aucune chance à d'éventuels succès.

Et pourtant, cette attitude pourrait être inversée si nous nous efforçons, en pensées et en actions, de trouver des raisons de nous réjouir, même de petites choses, plutôt que de nous irriter de chaque bévue, surtout de celles des autres, de sourire plus que de bougonner, de prononcer des mots sympathiques plutôt que de manifester notre réprobation par des regards ou des gestes. Dans ce contexte, la psychothérapeute de Mannheim dont je viens de parler nous recommande de nous concentrer sur ce que nous possédons au lieu de penser à ce que nous n'avons pas. Nous devrions aussi apprécier davantage ce qui nous reste plutôt que de penser à ce que nous avons perdu et nous souvenir de ce que nous avons réussi au lieu de

ALLOCUTION DU PRÉSIDENT

ressasser nos erreurs. En dernier lieu, elle nous conseille de réfléchir à ce que nous pouvons faire de nous-mêmes plutôt que de penser à ce que nous ne sommes pas.

Cette attitude fondamentalement négative des êtres humains du 21^e siècle pourrait être la raison (ou l'une des raisons) pour laquelle les médias privilégient, visiblement avec succès, les mauvaises nouvelles, alors que les événements réjouissants ne trouvent guère de place dans les publications. Les erreurs, les échecs et les maladresses sont apparemment bien plus intéressants aux yeux du grand public que les progrès, les réussites et les succès.

Cette tendance, il faut la combattre en prenant nous-mêmes les choses en main et en faisant en sorte que les effets positifs de nos actions et démarches parviennent aussi aux oreilles du public. Le même constat vaut pour les bourgeoisies et les corporations, avec leurs fédérations cantonales et l'organisation faïtière suisse, même s'il est réjouissant que, par leur engagement, elles symbolisent la qualité de vie et l'intégration, veillant à préserver l'harmonie et satisfaire les besoins des bourgeoisies et bourgeois ainsi que de cercles plus larges de population tout en tenant compte des traditions, du présent et de l'avenir, et qu'elles s'occupent avec efficacité des naturalisations, de l'intégration, de la nature, de l'environnement et d'autres projets sociaux et culturels. Il n'en est pas moins décevant que, même si tous ces thèmes touchent la société suisse, ces prestations restent souvent si peu connues du public en dépit des multiples efforts entrepris dans ce sens.

Afin de passer à la «contre-offensive» avec pour objectif d'accroître cette notoriété sur le long terme, la FSBC a publié, en collaboration avec les présidents cantonaux et avec le soutien d'un spécialiste externe en communication, un outil pratique: il s'agit d'un concept de communication qui en fixe les principes directeurs et d'un guide qui ne livre pas seulement des astuces utiles pour la rédaction de communiqués mais répond également à des questions récurrentes, expliquant ce que l'on est en droit ou non d'attendre des représentants des médias.

En élaborant cette brochure, qui a été envoyée récemment à tous les destinataires de notre organe d'information, il est apparu de façon limpide que, tout comme la communication interne, l'information destinée à l'extérieur doit se faire à tous les niveaux et qu'elle constitue une obligation qui ne peut être déléguée ni vers le bas ni vers le haut. Il s'agit en effet d'exploiter d'une part les contacts individuels et personnels et, d'autre part, de s'adresser aux interlocuteurs appropriés pour formuler un message spécifique, afin que celui-ci atteigne son objectif.

Luttons donc contre l'ignorance et le défaitisme qui règne au sein de nos institutions et efforçons-nous d'améliorer globalement, par des informations concises et fiables ainsi que par un travail ciblé avec les médias, non seulement notre communication mais aussi la réputation que nous méritons sans nul doute par notre travail. ■

RELAZIONE DEL PRESIDENTE

ALL'ASSEMBLEA GENERALE DELLA FEDERAZIONE SVIZZERA
DEI PATRIZIATI E DELLE CORPORAZIONI DEL
17/18 GIUGNO A DELÉMONT.

RUDOLF GRÜNINGER, BASILEA ■
PRESIDENTE, FEDERAZIONE SVIZZERA DEI
PATRIZIATI E DELLE CORPORAZIONI

Fuori c'è una bellissima mattina d'estate con temperature ancora gradevoli, cielo azzurro e un sole splendente. Gli uccelli cinguettano e i fiori dondolano le loro teste nel vento mite. Ma dentro i tram i passeggeri sembrano tutti di malumore, come se stessero andando a un funerale o a un'udienza del tribunale. Di tanto in tanto il suono fastidioso di un telefonino interrompe il relativo silenzio e un cupo borbottio si alza nell'aria soffocante. I posti a sedere sono tutti già occupati da tempo, soprattutto da studenti che ripiegati su se stessi con gli auricolari nelle orecchie e sguardo assente non fanno caso agli anziani e disabili che cercano un posto per mettersi a sedere. Il motto delle aziende di trasporto di Basilea di tanti anni fa: «Chi è giovane si alzi per educazione, lo ha detto il direttore del tram» non lo conoscono neppure visto che l'abbonamento da esibire ha sostituito i biglietti da obliterare che sul retro riportavano questa esortazione. Inoltre i ragazzi sono ancora talmente stanchi.

Ad un tratto un anziano signore si dirige abilmente verso uno dei giovani e gli dice gentilmente: «Ti ringrazio di cuore per offrirmi il tuo posto». Il ragazzo si alza immediatamente e gli cede gentilmente il posto senza brontolare.

Questa scena mi ha colpito: invece di un rimprovero il pensionato ha ottenuto il suo posto senza problemi e senza grande clamore, e per di più lo studente in questione si è sentito meglio per aver fatto, sebbene «nolens volens», un piacere al pensionato. Questa scena stupisce perché siamo tutti abituati fin dalla nostra infanzia ad essere rimproverati per i nostri com-

portamenti sbagliati, anche preventivamente, invece di essere incoraggiati a fare cose lodevoli.

Ma per quale ragione le persone sul tram del mattino sono tutte così imbronciate e insoddisfatte con sé stesse e il mondo? In un articolo (della Dr.ssa Doris Wolf) ho letto a questo proposito che ciò dipende apparentemente dal fatto che a molte persone risulta più facile riconoscere i difetti piuttosto che godersi i successi, perché hanno imparato a rivolgere la loro attenzione alle insufficienze e perché pensano da un lato che «chi si loda s'imbroda» e dall'altro di non essersi meritati alcun apprezzamento. Inoltre hanno imparato a confrontarsi con gli altri, e ovviamente esistono sempre persone che in determinati campi sono più brave e ottengono maggiore successo. Alcuni pretendono da sé la perfezione o cose non realistiche, per cui i propri successi «sono già azzerati di partenza».

Ma questo atteggiamento potrebbe essere rovesciato nel suo opposto se concentrassimo i nostri pensieri e le nostre azioni su ciò di cui rallegrarci (anche piccole cose) piuttosto che contrariarci per qualsiasi errore per quanto piccolo possa essere (soprattutto degli altri), se cercassimo di sorridere di più anziché inveire, di pronunciare più parole gentili invece di lanciare sguardi di rimprovero.

In questo senso la psicoterapeuta di Mannheim ci raccomanda di concentrarci su ciò che possediamo anziché pensare a ciò che non abbiamo. Dobbiamo anche apprezzare di più ciò che ci è rimasto anziché pensare a ciò che abbiamo perso e ricordarci delle cose che abbiamo fatto bene piuttosto che pensare ai nostri errori. Infine ci

consiglia di riflettere su ciò che possiamo fare di noi stessi invece di pensare a quello che non siamo.

L'atteggiamento negativo appena illustrato dell'uomo del XXI secolo potrebbe essere la causa (o per lo meno una delle cause) della predilezione dei media a diffondere cattive notizie, apparentemente con successo, mentre alle notizie liete viene riservato pochissimo spazio o vengono spesso addirittura ignorate. I fallimenti, gli insuccessi e le disavventure sono a quanto sembra molto più interessanti per il grande pubblico che non i progressi, le riuscite e i successi.

Ma bisogna reagire contro questa situazione prendendo ognuno la cosa in mano per conto proprio, in modo da far conoscere all'opinione pubblica anche le azioni positive e l'operato efficiente. Ciò vale allo stesso modo per il settore dei patriziati e delle corporazioni con le loro associazioni cantonali come per la federazione mantello svizzera. Sebbene sia rassicurante il fatto che siano sinonimo di qualità di vita e integrazione, che provvedano con il loro impegno – tenendo conto di tradizione, presente e futuro – alla coesione e all'impegno dei patrizi nonché di altre cerchie della popolazione e si occupino con successo di naturalizzazioni, integrazione, natura e ambiente e di progetti nel settore sociale e culturale, rattrista però il fatto che sebbene si tratti di temi che commuovono la società svizzera, questi servizi siano decisamente troppo poco noti al grande pubblico nonostante i ripetuti sforzi compiuti.

Per mettere in pratica questa «controffensiva» con l'obiettivo di migliorare la

notorietà comune in maniera duratura, la FSPC ha ora pubblicato insieme ai presidi cantonali e con il sostegno di un esperto esterno in questioni di comunicazione un mezzo ausiliare pratico: un piano di comunicazione che fissa i principi essenziali nonché una linea guida che non si limita solo a fornire suggerimenti preziosi per la redazione di comunicati stampa ma che chiarisce anche la domande ricorrente di cosa ci si possa aspettare dagli operatori dei media e cosa no.

Durante l'elaborazione di questo opuscolo, che è stato inviato recentemente a tutti i destinatari del nostro organo di informazione, è emerso in maniera inequivocabile che al pari della comunicazione interna, anche l'informazione rivolta all'esterno è un compito di tutti i livelli, un dovere che non può essere delegato dal basso verso l'alto o viceversa. Si tratta infatti di sfruttare da un lato i contatti personali individuali e di attirare dall'altro l'attenzione degli interlocutori appropriati su una notizia specifica per far sì che un messaggio raggiunga il suo obiettivo.

Affrontiamo quindi tutti gli ignoranti e disfattisti delle nostre istituzioni e puntiamo a tutti i livelli con un'informazione concisa e valida e un lavoro mediatico mirato ad ottenere una migliore comprensione e la reputazione che meritiamo indubbiamente per il nostro operato. ■