

Zeitschrift:	Ferrum : Nachrichten aus der Eisenbibliothek, Stiftung der Georg Fischer AG
Herausgeber:	Eisenbibliothek
Band:	78 (2006)
Artikel:	Die Propaganda-Zentrale der Georg Fischer AG : Instrument der internen und externen Unternehmenskommunikation 1932 bis 1961
Autor:	Leise, Britta
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-378415

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 26.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Britta Leise, M. A.

Studium der Mittelalterlichen und Sozial- und Wirtschaftsgeschichte an der Ruhr-Universität Bochum. 1999 bis 2003 Wissenschaftliche Mitarbeiterin des Hoesch-Archivs, Dortmund. Gleichzeitig postgradualer Studiengang zur Diplom-Archivarin an der FH Potsdam. Publikationen insbesondere zur Sozialgeschichte und zu archivfachlichen Themen. Promoviert zurzeit zum Thema «Vereinigung deutscher Wirtschaftsarchivare». Seit 2004 Leiterin des Konzernarchivs der Georg Fischer AG.

Die Propaganda-Zentrale der Georg Fischer AG – Instrument der internen und externen Unternehmenskommunikation 1932 bis 1961



Werksmusik.
Sämtliche Abbildungen
stammen aus dem
Konzernarchiv der
Georg Fischer AG.

Für den Zeitraum von 1932 bis 1961 soll die Arbeit der Abteilung «Propagandazentrale» und ihre Einbindung in die interne Unternehmenskommunikation dargestellt werden. Dies erfolgt anhand der Beispiele Werkzeitschrift und Jubiläum 1952.

Forschungslage

Der Bereich der historischen Unternehmenskommunikation bei der Georg Fischer AG ist bisher noch weitgehend wissenschaftlich unerforschtes Gebiet, und die Quellenlage ist denkbar schlecht. Zwar haben sich eine Menge Publikationen, Werbung, Fotos, Filme etc. überliefert, aber die entsprechende Verwaltungskorrespondenz dazu ist nur rudimentär erhalten geblieben. Auch die Geschäftsleitungs- und Verwaltungsratsprotokolle bieten kaum Ansatzpunkte. Viele Aspekte der Propagandazentrale lassen sich heute nicht mehr nachvollziehen, da vor 1951 keine Geschäftsleitungsprotokolle erstellt wurden. Eine prägnante Forschungslücke resultiert aus der Tatsache, dass die Institution formeller Geschäftsleitungskonferenzen im Stammhaus Schaffhausen erst im September 1951 eingeführt worden ist, sodass für die vorhergehende Zeit keine direkten Informationen über Erwägungen und Entscheidungen auf operativer Ebene existieren.¹ Wie die zeitweise siebenköpfige Unternehmensleitung organisiert war, wie sie ihre Führungsaufgabe wahrnahm oder wie die Zusammenarbeit funktionierte, lässt sich nicht mit absoluter Gewissheit feststellen, da die oben genannten Protokolle fehlen und auch keine zeitgenössischen Organigramme vorhanden sind.²

Zur Definition von «Propaganda»

Der Name der Abteilung «Propaganda-Zentrale» (PZ) ist in diesem Fall irreführend. Durch die stellenweise negative Besetzung des Begriffes «Propaganda» könnte der Eindruck entstehen, dass es sich hier um eine Abteilung handelt, die sich mit Politik beschäftigt. Etwas völlig anderes ist der Fall: Es handelt sich hier um die Werbeabteilung der Georg Fischer AG. Sie ist einmal für den gesamten Bereich Werbung, Verkauf und Marketing zuständig und andererseits für die interne Kommunikation der Mitarbeiter. Damit nimmt die Abteilung in erster Linie Aufgaben der externen Unternehmenskommunikation, also die Marktkommunikation, wahr. Bei Georg Fischer obliegt dieser Abteilung später auch die interne Kommunikation. Wie «Propaganda» zu verstehen ist, geht aus einer Organisationsanalyse der Abteilung aus dem Jahr 1941 hervor: «Der Begriff der Propaganda darf dabei nicht zu eng nur auf Zeitungsinserate, Prospekte, Werbegeschenke usw. beschränkt werden. Propaganda umfasst alles, was eine an sich wertvolle Sache dem zukünftigen Abnehmer nahe bringen und ihre besonderen Eigenschaften klar machen soll. [...] Propagandistische Bemühungen erhöhen den Wert d. sachlichen Gründe und sind eben sehr wichtig für den Verkauf. Die Werbung als Kampfmittel, das aus Wissenschaft, Technik und Kunst besteht [...]. Für eine «moderne» Werbung nach meinem Verständnis sind folgende Aufgaben wichtig: das Warenzeichen, Inserate, «Redaktionelle Reklame», Haus- und Werkszeitschriften, Prospekte, Kataloge und weitere Drucksachen, Clichés, eine Foto Abteilung und schliesslich Messen und Ausstellungen.»³

Die Propaganda-Zentrale – Organisation und Personal

Die Propagandazentrale befindet sich seit ihrer Gründung im unmittelbaren Verantwortungsbereich von Ernst Müller. In seiner Funktion als kaufmännischer Direktor unterstehen ihm der Verkauf und das Sozialwesen. Die Vertreterzeitung meldet 1932: «Wir haben eine Propaganda-Zentrale (P-Z) geschaffen, der sämtliche Arbeiten in Verbindung mit unserer Reklame übertragen wurden. Diese Zentralisation soll uns die Möglichkeit geben, nach aussen das Bild einheitlicher Reklame-Tätigkeit zu bieten, trotz der Verschiedenartigkeit unserer Erzeugnisse und gleichzeitig werden wir in der Lage sein, Einsparungen zu erzielen auf einem Gebiete, wo jährlich grosse Summen aufgewendet werden müssen. Wir bitten, unsere Propaganda-Zentrale in ihrer Arbeit unterstützen zu wollen, sei es durch Unterbreitung von Vorschlägen für bessere Reklame, durch Zustellung von vorbildlichen Inseraten und Prospekten, von Konkurrenz-Reklame. Wir sind überzeugt, dass auch unsere Herren vom Aussendienst, die in direkter Verbindung mit unserer Kundschaft stehen, unserer PZ an die Hand gehen könnten und fordern sie deshalb auf, bei ihren Besuchen in

Schaffhausen mit dem Leiter unserer Propaganda-Zentrale, Herrn Amstein, Rücksprache zu nehmen.»⁴

Ernst Amstein ist also der erste Leiter der Propaganda-zentrale. Als Diplom-Kaufmann tritt er 1928 bei Georg Fischer ein und ist zuerst in verschiedenen Verkaufsabteilungen in Paris, London und Mailand tätig. Nach Schaffhausen zurückgekehrt, werden ihm im April 1933 weitere kommerzielle und organisatorische Aufgaben übertragen. Er ist massgeblich an der Einrichtung und dem Ausbau der Propaganda-Zentrale beteiligt, bis er 1942 bei einem Unfall ums Leben kommt.⁵

Aus der bereits genannten Organisationsanalyse über die Propaganda-Zentrale von 1941 geht hervor, dass die Kompetenzen und Zuständigkeiten zwischen Propaganda und den Verkaufsabteilungen nicht eindeutig geregelt sind. Anfang 1941 besteht das Personal der Propaganda-Zentrale aus vier Personen: dem Leiter Siegfried Busslinger, einem französischen Übersetzer, einem Fotografen und einer Sekretärin. Die Analyse verdeutlicht, dass es Kompetenzüberschneidungen gegeben haben muss. Es ist davon auszugehen, dass Amstein für administrative Aufgaben auf Direktionsebene und Busslinger für die praktische Ausführung zuständig ist. Aus dem Nachruf von Busslinger ist zu entnehmen, dass er von 1932 bis 1944 Leiter der Propaganda-Zentrale gewesen ist und «die Aufsicht über die Werbung eines rasch sich entwickelnden Fabrikationsunternehmens»⁶ hat. Wie Amstein begann Busslinger seine Karriere in einer Verkaufsabteilung. Zu den Kompetenzüberschneidungen und der allgemeinen Akzeptanz im Unternehmen schreibt die Analyse weiter: «Man vermisst den notwendigen Kontakt zwischen der Direktion und der P.Z. Es fehlt die kristallklare Ausscheidung der Verantwortlichkeiten und Kompetenzen. [...] Zwischen Verkaufsabteilungen und der PZ vermisst man die richtige Zusammenarbeit; eine Unterstützung seitens der PZ erfolgt nur in administrativer Hinsicht; Folge: die Verkaufsabteilungen gehen ihre eigenen Wege.» Als Busslinger 1944 stirbt, übernimmt übergangsweise J. L. Bosonnet die Stelle. Der gelernte Kaufmann ist Leiter der Fittingsverkaufsabteilung und soll diese Aufgabe zusätzlich ausüben. 1947 wird die Leitung dann Hans Iff übertragen. Wie alle seine Vorgänger ist Iff gelernter Kaufmann und leitet gleichzeitig die Verkaufsabteilung für Textilmaschinen. Iff bleibt Leiter der PZ bis Anfang 1961.

Seit der Gründung 1932 ist die Propaganda-Zentrale eine selbständige Abteilung, die Ernst Müller direkt unterstellt ist. Dies ändert sich 1953/54. Müller wechselt von der operativen Führung des Unternehmens in den Verwaltungsrat, dessen Vizepräsident er wird. Die folgende grundlegende Umstrukturierung des Unternehmens unterstellt die Propaganda-Zentrale organisatorisch dem Fittings-Verkauf. Bei einer weiteren Umstrukturierung 1961 entfällt der gesamte Name, und die Abteilung firmiert ab dann als «Werbebüro»⁷.

Was aber hat dies alles mit dem Thema «Interne Unternehmenskommunikation» zu tun? Die folgenden Beispiele sollen verdeutlichen, dass im Unternehmen Georg Fischer die Grenzen zwischen interner und externer Kommunikation flüssig waren. Georg Fischer entwickelte früh ein differenziertes Publikationswesen, das sich an verschiedene Adressaten wie Kunden oder Mitarbeiter richtet. Neben Werbeprospekten etc. zur Marktkommunikation werden aber auch Festschriften, beispielsweise zum 30-Jahr-Jubiläum der Aktiengesellschaft 1926, publiziert. Periodika für die Mitarbeiter zählen dabei zu den jüngeren Publikationen des Unternehmens.

Der Vorläufer der «GF-Mitteilungen» – Die «Vertreter-Zeitung» (VZ)

Im Gegensatz zu den USA und Deutschland stagniert die Herausgabe von Werkzeitschriften in der Schweiz. Nach ersten Bestrebungen Ende des 19. Jahrhunderts durch Suchard taucht erst 1920 mit den «Sulzer-Werknachrichten» eine zweite Publikation auf. Bald darauf erscheinen 1925 die «SBB-Nachrichten». Ab 1928 bahnt sich ein Aufwärtstrend an, dem viele grosse Unternehmen der Schweiz folgen.⁸ Mit der Herausgabe der «GF-Mitteilungen» ab 1944 bzw. ihrem Vorläufer ab den 1920er-Jahren liegt Georg Fischer also im Trend der Zeit.

Als im Juni 1944 die erste Ausgabe der «GF-Mitteilungen» erscheint, ist diese neue Mitarbeiterzeitschrift nicht

wirklich neu, sondern hat einen Vorläufer im so genannten «Internen Drucksachenaustausch». Dieser Drucksachen-austausch existiert schon seit Anfang der 1920er-Jahre. Er wird allerdings lediglich an die Konzernleitung und die Verkaufsgesellschaften geliefert. In erster Linie werden darin neue Produkte bzw. deren Weiterentwicklung vorgestellt und Messeberichte gegeben. Damit sind die Informationen nur einem kleinen, eingeschränkten Kreis von Mitarbeitern zugänglich. Dieser Drucksachenaustausch geht 1927 in der «Vertreter-Zeitung» auf, wobei die Bezeichnung in den Folgejahren zwischen Vertreterzeitung und Drucksachen-austausch schwanken wird. Ernst Müller lässt mit Rundschreiben vom 16. September 1927 bekannt geben, dass mit sofortiger Wirkung eine «Vertreter-Zeitung» herausgegeben werde, weil «wir wiederholt haben feststellen müssen, dass unsere Vertreter ungenügend unterrichtet sind über den Geschäftsgang bei uns, über fabrikatorische oder technische Neuerungen und Fortschritte, über besondere Erfolge in unserer Verkaufstätigkeit. [...] Es ist sogar vorgekommen, dass nicht mal alle Herren, die intern in dieser Richtung auf dem Laufenden sein sollten, richtig dokumentiert waren.»⁹ Beiträge seien abzuliefern an «251». Hinter dieser internen Telefonnummer verbirgt sich Johanna Lips, Sekretärin Ernst Müllers. Das bedeutet, dass dieses erste Instrument der internen Kommunikation direkt dem kaufmännischen Direktor Ernst Müller untersteht, der seit 1925 für die Leitung des Verkaufs von Giesserei-Erzeugnissen verantwortlich ist.¹⁰

<u>Den Arbeitern & Angestellten der Eisen- & Stahlwerke</u> <u>vorm. Georg Fischer, Schaffhausen, stehen zur Benützung offen:</u>		
1. Speisesäle im Werk II & Logirhaus Birch:		
a) Morgenessen: (1 Std. vor Arbeitsbeginn)		
Kaffee	per Port.	15 Rp.
Milch	per Becher	15 "
Konfitüre	per Port.	20 "
Brot	per Port.	10 Rp.
Butter	"	20 "
Käse	"	35 "
b) Mittagessen:		
Kompl. Essen {Suppe, Fleisch, Gemüse}	per Tasse	80 Rp.
} Einzelessen 85 "		
Einzelportionen:		
Suppe	10 Rp.	Käse 35 Rp.
Fleisch	50 "	Reibkäse 10 "
Gemüse	20 "	Wurstwaren 30-60 "
Brot	10 "	Speck 30-60 "
Kaffee	15 "	Limonade per Fl. 15 "
Thee per Tasse	10 "	Bier 40 "
c) Abendessen:		
Suppe	10 Rp.	Brot 10 Rp.
Kartoffelrösti	20 "	Wurstwaren 30-60 "
Käse	35 "	Eier zu Tagespreisen
Kaffee	15 "	Thee per Tasse 10 Rp.
Milch per Becher	15 "	Limonade per Fl. 15 "
Schokolade per Tasse	20 "	Bier 40 "
2. Logirhaus Birch:		
An gesunder, waldreicher Lage, 5 Minuten vom Werk IV entfernt, mit zeitgemässen Einrichtungen, Turnplatz, Kegelbahn etc., es stehen auch Zimmer zur Verfügung, je nach Lage & Grösse, per Nacht 55-65 Rp. Das Logirhaus Birch ist auch Sonntags geöffnet. Für Familien stehen schöne Säle zur Verfügung		
3. Badanstalt Werk III:		
Die Brausebäder sind gratis. Handtücher werden leihweise zu 5 Rp. & Seife zum Selbstkostenpreis von 10-35 Rp. abgegeben. Die Wannenbäder ohne Handtuch kosten 15 Rp. Handtuch & Seife wie oben. Die Badekarten können bei den Portiers bezogen werden.		
4. Arbeiterbibliothek		
Die Bibliothek steht allen bei uns beschäftigten Arbeitern & Angestellten kostenlos zur Verfügung. Kataloge liegen bei den Portiers auf, woselbst auch Anmeldungen entgegen genommen werden.		

Anschlag 1925.

Der erste Verteiler nennt insgesamt 21 Herren der Unternehmensleitung und leitende Angestellte, dazu 22 Adressen von Vertretern beziehungsweise Verkaufsgesellschaften. Die Anzahl der im Verteiler vorgesehenen Personen schwankt in den Folgejahren kaum. Im Verhältnis zur Gesamt-Angestellenzahl (1927: 486; 1939: 603; 1944: 775¹¹) ist der Verteilerkreis also extrem eingeschränkt. Darüber hinaus sind diese Informationen der übrigen Belegschaft nicht zugänglich. Noch deutlicher wird der begrenzte Informationsfluss, wenn man ihn in Verhältnis zur Gesamtbelegschaft am Standort Schaffhausen setzt (1927: 1444; 1939: 3653; 1944: 2212). Arbeiter bzw. andere Belegschaftsmitglieder werden über Anschläge an Schwarzen Brettern informiert. Diese Anschläge enthalten jedoch keineswegs Informationen zum Geschäftsgang oder ähnliches, sondern lediglich den Arbeiter unmittelbar betreffende Informationen. Das sind zum Beispiel Badepreise, Arbeitszeiten oder die Öffnungszeiten verschiedener Sozialeinrichtungen.

Thematisch hält sich die Vertreter-Zeitung an die bereits 1927 vorgegebenen Inhalte: Mitteilungen der Geschäftsleitung zur allgemeinen Lage des Unternehmens, Personalveränderungen und Belegschaftsstand, Hinweise auf Fachveröffentlichungen, neue Drucksachen (Kataloge, Inserate) und Fotografien sowie Kundengeschenke. Weitergegeben werden aber auch Informationen über grosse Auftragserteilungen von Kunden, neue Normen für Produkte und Montageanleitungen. Diese Informationen werden nach den drei bei Georg Fischer vorhandenen Abteilungen Stahlguss / Weichguss, Hartstahl und Simplex (Räder) unterteilt. Politische Aussagen werden in der Zeit von 1927 bis 1944 keine getroffen, ausgenommen Aussagen zur allgemeinen Versorgungslage. Der Umfang der Vertreter-Zeitung liegt zwischen zwei und sechs Seiten, und sie enthält keine Abbildungen.

Die «GF-Mitteilungen» – Der Inhalt

Am 19. Juni 1944 erscheint die erste Ausgabe der +GF+ Mitteilungen. Sie besteht aus zwei Seiten im DIN A-4-Format und wird von Generaldirektor Ernst Müller, Mitglied der Geschäftsleitung und Delegierter des Verwaltungsrates, persönlich eingeleitet und unterschrieben. «Der unter der Bezeichnung «Internier Drucksachenaustausch» seit Jahren eingeführte Informationsdienst hat sich bewährt und entspricht einem Bedürfnis. Wir beabsichtigen, diesen Dienst etwas auszubauen und einem weiteren Kreise unserer Mitarbeiter gewisse Informationen zugänglich zu machen, die über den Drucksachenaustausch nicht vermittelt werden. Die +GF+-Mitteilungen, welche diese Lücke füllen sollen, nehmen zunächst die Stelle einer Hauszeitung ein ...»

Der Name der Publikation stammt von einer reinen Kundenzeitschrift der Abteilung Grauguss, die seit 1932 mit Gründung der Propagandazentrale herausgegeben wurde.

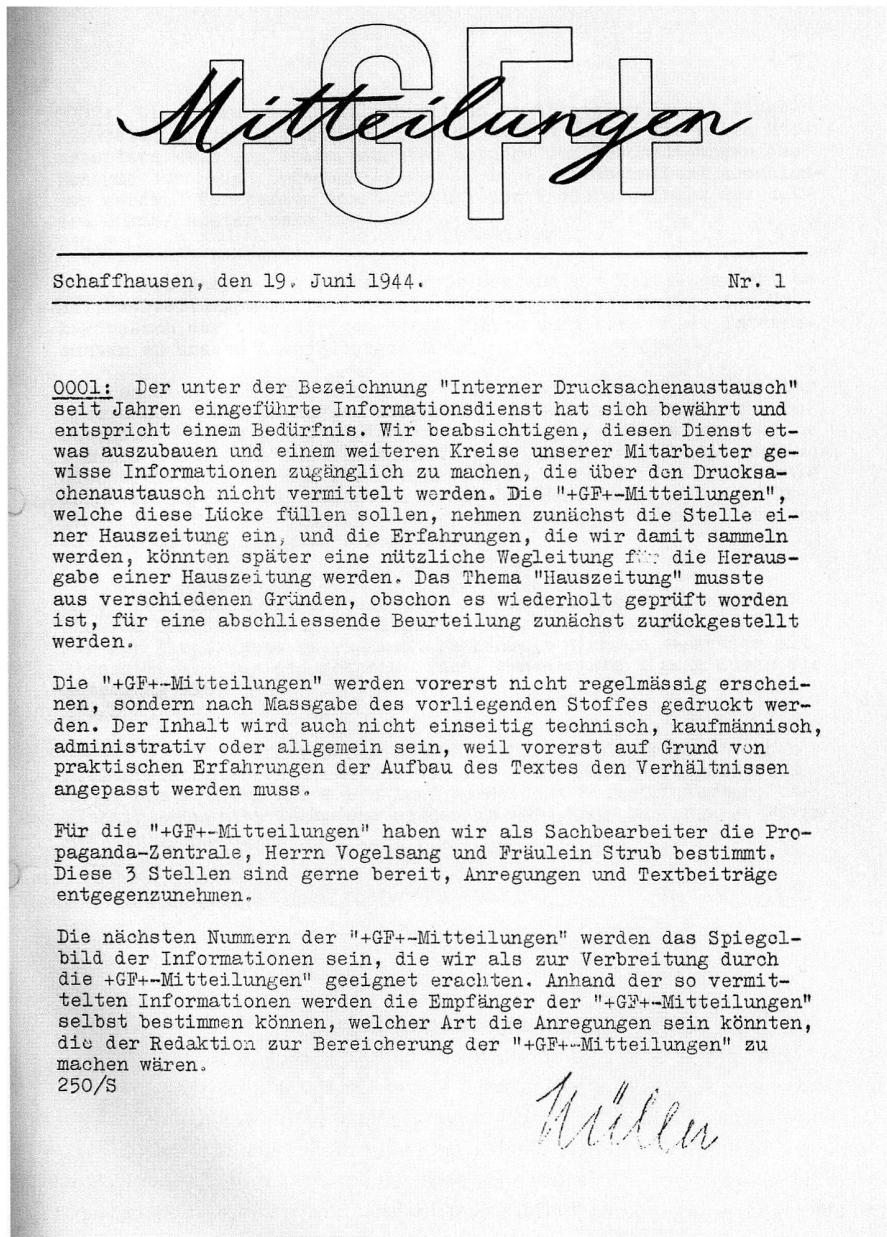
Das Erscheinen der separaten Kundenzeitschrift wird mit der ersten Ausgabe der Mitarbeiterzeitschrift eingestellt. Von Beginn an sind die «GF-Mitteilungen» nicht nur als Organ für Mitarbeiter, sondern auch für Kunden geplant.

Intention der Geschäftsleitung ist, anstelle des Drucksachenaustausches den Informationsdienst über geschäftliche Vorkommnisse mit einer Hauszeitung auszubauen. Die Mitteilungen sind für den gleichen Kreis bestimmt, in dem der Drucksachen-Austausch erfolgte, also für die leitenden technischen und kaufmännischen Angestellten. Mit Ausgabe 6 im Juli 1945 werden die Mitteilungen an sämtliche Angestellten ausgeliefert. Nach wie vor sind Arbeiter nicht in den Verteiler mit einbezogen. Erst ab Ausgabe 19 im August 1947 geht die zweimonatlich erscheinende Druckschrift an alle Werksangehörigen, auch im Ruhestand lebende, an Geschäftsfreunde, Bibliotheken und Behörden sowie ferner an sämtliche Unternehmungen, die ihre eigene Hauszeitschrift im Austausch überlassen.

Hand in Hand mit der Erweiterung des Leserkreises geht eine Ausweitung des Inhaltes einher. Statt sachlich-technischer Informationen über Werke und Erzeugnisse erscheinen Berichte über gesellige und kulturelle Veranstaltungen, Jubilaren- und Jahresabschlussfeiern, über die Arbeit des Industrie-Pflanzwerkes, Ferien und Reisen, ferner historisch-kulturelle Notizen und Personalnachrichten. Für die Arbeiter italienischer Sprache ist eine «Pagina Italiana» beigeheftet. Daneben unterrichten die «GF-Mitteilungen» die Mitarbeiter über wesentliche Unternehmensvorgänge, etwa die jährliche Generalversammlung, oder Jahresabschlüsse. Zeittypisch wird dann Ende der 1950er-Jahre der Freizeitbereich der Mitarbeiter wie Sport, Fotografie und Reisen in die Zeitschrift integriert. Ab Ende der 1960er-Jahre gehören auch Berichte zu Jugend- und Werksportgruppen zum Themenspektrum der Mitarbeiterzeitschrift. Die Mitteilungen geben sich von Anfang an geschichts- und traditionsbewusst. Seit Beginn erscheinen regelmäßig ausführliche und profunde Artikel zur Unternehmensgeschichte bzw. Schweizer Geschichte. Dies hängt damit zusammen, dass das langjährige Mitglied der Redaktionskommission Otto Merz neben seiner Tätigkeit als Leiter der Patentabteilung auch Leiter des 1943 eingerichteten Werkarchivs war. Dass Themen der Zeitgeschichte dabei nicht ausgeblendet werden, wird vor allem in der unmittelbaren Nachkriegszeit deutlich, wenn Mitarbeiter der ausländischen Tochtergesellschaften über ihr Leben und ihre Arbeit während des Zweiten Weltkrieges berichten. Beiträge zur Geschichte stehen gleichberechtigt neben Artikeln zu technischen Innovationen.

Die Redaktionskommission als Herausgeber

Herausgegeben werden die «GF-Mitteilungen» von einer Redaktionskommission, die wiederum unmittelbar



Erste Ausgabe der «GF-Mitteilungen»
1944.



Layout 1952.

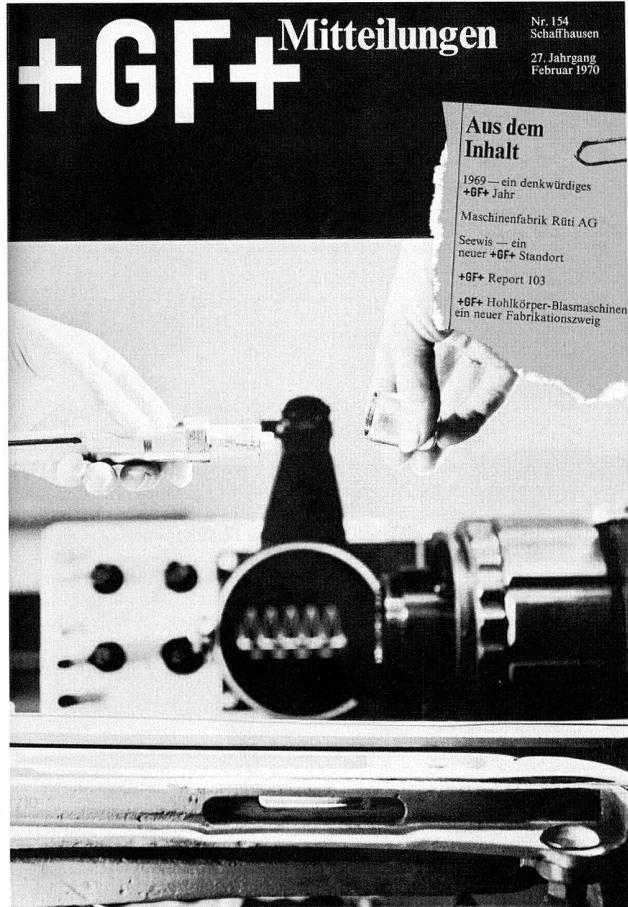


Layout 1957.



Drittes Layout ab 1959.

Ernst Müller untersteht und von ihm eingesetzt wird. In mehreren Ausgaben dankt diese Kommission «ihrem ersten Mitarbeiter Ernst Müller». Die erste Redaktionskommission setzt sich aus dem Leiter der Propaganda-Zentrale, einer Sekretärin und einem Verkäufer zusammen, bis 1954 eine neue Redaktionskommission eingesetzt wird. Diese Umstrukturierung verfolgt das Ziel, die verschiedenen Teile des Unternehmens, also auch die zahlenmäßig stärksten Gruppen der Mitarbeiter, zu vertreten. Zudem ist je ein Mitglied der Angestellten- und der Arbeiterkommission beteiligt.¹² Die Kommission wird paritätisch von Arbeitgeber- und Arbeitnehmerseite besetzt. Zusammensetzung und Organisation ändern sich in den Folgejahren kaum, auch wenn die Personen wechseln. Den Vorsitz der Redaktionskommission beansprucht jeweils der Leiter der Propaganda-Zentrale; von 1944 bis 1957 war dies Hans Iff. Gemeinsam legt die gesamte Redaktionskommission die Richtlinien für die Gestaltung der «GF-Mitteilungen» und das Redaktionsprogramm fest.



Letztes Layout 1970.

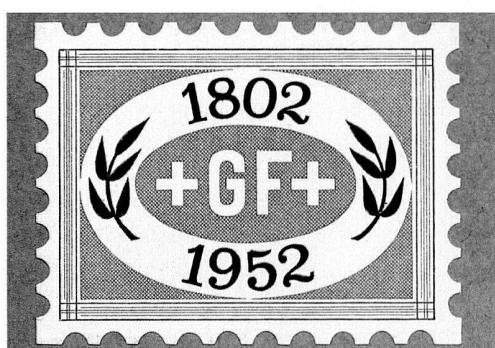
Erscheinungsbild und Umfang

Während die erste Ausgabe von Juni 1944 zwei Seiten umfasst, steigert sich die Seitenzahl nach Kriegsende (mit Ende der Versorgungspässe) bereits ab Juli 1945 auf vier Seiten, Oktober 1946 auf acht Seiten und Oktober 1948 auf 12 Seiten. Die Papierqualität wird ab 1945 wesentlich besser, und im Dezember 1945 wird die Weihnachtsausgabe zum ersten Mal um Bilder ergänzt. Von 1944 bis 1952 erscheint die Zeitschrift im Zweimonats-Rhythmus. Im Jubiläumsjahr 1952 wird sie monatlich publiziert, und der Umfang erhöht sich auf 16 Seiten pro Ausgabe.

Dieser Umfang wird von 1953 bis 1961 ungefähr beibehalten und schwankt lediglich leicht. Die Zeitschrift erscheint wieder alle zwei Monate, wird aber zum Beispiel beim Tod von Mitgliedern der Geschäftsleitung und des Verwaltungsrates (Homberger, Müller, Bührer) sowie bei Jubiläen von Tochtergesellschaften (Singen, Mettmann, Bedford) um Sondernummern ergänzt.

Das Erscheinungsbild der «GF-Mitteilungen» wandelt sich nur sehr behutsam. Der Umbruch erfolgt in zwei Spal-

ten; Text- und Bilddarstellungen sind aufeinander bezogen. Die verwendeten Abbildungen sind von hoher Qualität. Neben den angestellten Werkfotografen sind namhafte regionale Fotografen für Georg Fischer tätig und arbeiten regelmässig für die Zeitschrift. Im September 1968 erscheint das erste farbige Titelblatt, und zu Beginn der 1970er-Jahre ändert sich das Gesamtlayout, wobei auch der Inhalt farbiger gestaltet wird. Das Titel-Layout wechselt mehrmals, immer unter Integration der Bildmarke +GF+. Das erste Titel-Layout existiert im Vergleich zu den anderen nur relativ kurz von Juni 1944 bis Mai 1947. Das zweite Layout hält sich wesentlich länger von Juni 1947 bis Februar 1959, wird jedoch unterbrochen durch ein Sonderlayout mit Signet im Jubiläumsjahr 1952.



Jubiläums-Signet.

Das dritte Layout schliesslich findet Verwendung von 1959 bis 1969, und das letzte, vor der Aufgabe des Namens «GF-Mitteilungen», ist bis 1973 in Gebrauch. 1973 wandeln sich die «GF-Mitteilungen» grundlegend: Der Name ändert sich in «GF-Zeitung», und auch das Format, Layout und die Bilder werden einer handelsüblichen Tageszeitung angepasst. Dieser Wechsel wird indes nur bis Mitte 1977 beibehalten. Seitdem firmiert die Zeitung bis heute unter «+GF+ intern».

Das Jubiläum als Event – Eine Chronik

Ein zweites Beispiel für die Einbindung der Propagandazentrale in die interne Unternehmenskommunikation ist das 150-Jahr-Firmenjubiläum im Jahr 1952. Auch hier ist Ernst Müller die treibende Kraft. Mit einer Aktennotiz und Schreiben an Amstein trifft er bereits 1939 erste Vorkehrungen für ein Jubiläum. Allerdings ist noch nicht ganz klar, welches Jubiläum gemeint ist, da im Hinblick auf die Zukunft zwei Jubiläen anstehen: 50 Jahre Aktiengesellschaft 1946 und 150 Jahre Georg Fischer 1952.

Müller schreibt 1939: «Die Bereitstellung unseres Ausstellungsstandes [gemeint ist die Landesausstellung in Zürich 1939 – B. L.] hat interessante und wertvolle Gegenstände zutage gefördert, die alle zur Ausstattung und Ergänzung unserer Ausstellung nützlich verwendet werden konnten (...). In Rücksicht auf die bevorstehenden historischen Daten unseres Unternehmens drängen sich jetzt schon zwei Entschlüsse auf: 1. Sorgfältige Aufbewahrung und Registrierung aller Akten und historischen Gegenstände nach Schluss der Landesausstellung, als Grundlage für die Vorbereitungen für spätere Firma-Jubiläen, entweder im Jahre 1946 oder im Jahre 1952. 2. Bereitstellung von finanziellen Mitteln für die Durchführung eines solchen Jubiläums durch sukzessive Schaffung von Rückstellungen in unserer Bilanz, da heute noch nicht überblickt werden kann, unter welchen wirtschaftlichen Verhältnissen wir ein Jubiläum feiern werden.»¹³

Angesichts des kurzen Zeitraums zwischen diesen zwei Jubiläen trifft Ernst Müller 1944 die Entscheidung, dass allein das Jubiläum 1952 gefeiert wird. Um sich selbst von der Organisation weitgehend zu entlasten, setzt er 1948 Paul Miescher, Mitarbeiter in seinem Sekretariat, als Zentralstelle für die Koordination ein.¹⁴ Der bereits ab Herbst 1943 aktive Arbeitsausschuss für das Jubiläum 1946 bleibt bestehen und wird durch verschiedene, insgesamt neun Sonderkommissionen und eine Jubiläumskommission ergänzt. Den Sonderkommissionen übergeordnet ist der «Jubiläums-Beauftragte» H. Wegmann, Mitarbeiter der Sozialbetriebe. Alle Fäden laufen im Sekretariat Müller zusammen. Der Arbeitsausschuss besteht im Wesentlichen aus Ernst Müller und seinem Sekretariat, drei technischen Direktoren sowie den Mitarbeitern der Propagandazentrale. Die Aufgaben des Jubiläums-Ausschusses werden von Müller in der ersten Sitzung im Dezember 1949 klar definiert: «Der Jubiläums-Ausschuss ist das Organ, das verantwortlich ist und das Geld bereitstellt und sagt, das wird gemacht und das nicht.»¹⁵ Den Mitarbeitern der Propaganda-Zentrale wird die Aufgabe zugesprochen, die geplante Schriftenreihe sowie die Verwendung des eigens entworfenen Signets zu koordinieren. Darüber hinaus engagiert sich in jeder der neun Sonderkommissionen ein Mitarbeiter der Propaganda-Zentrale.

Jubiläumsaktionen

Die eigentliche Feier wird nicht auf einen Tag beschränkt, die Veranstaltungen ziehen sich vielmehr durch das gesamte Jahr 1952. Erstes sichtbares Zeichen ist das Hissen der Jubiläumsfahne am 1. Januar 1952. Diese ist mit einem speziellen Jubiläumssignet versehen, das ab diesem Tag auf allen internen Anschlägen, Werbemitteln, Briefbögen und Frankierstempeln zu sehen ist. 1952 werden im Zusammenhang mit dem Jubiläum Massnahmen für Werkangehörige durchgeführt. Dazu gehören verschiedene Wettkämpfe



Familientag in den Bearbeitungswerkstätten.



Enthüllung des Denkmals.

(Kegeln, Schach, Schiessen, Jassen) und Wettbewerbe (Foto, Film, Kurzgeschichte «Mein schönstes Jubiläums-Ereignis»). Die Ergebnisse dieser Wettkämpfe und Wettbewerbe werden jeweils in den «GF-Mitteilungen» veröffentlicht. Zum ersten Mal wird ein «Familientag» im Unternehmen durchgeführt, bei dem die Familienangehörigen zu einer Werksbesichtigung eingeladen werden. Diese Gelegenheit nehmen in

Schaffhausen 18000 und in den Werken der Tochtergesellschaft in Singen 5000 Menschen wahr.

Die bei dieser Gelegenheit angefertigten Fotos können von den Mitarbeitern zur Erinnerung kostenlos bezogen werden. Alle Mitarbeiter erhalten eine Jubiläums-Gratifikation und Pensionierte eine Zulage zur Rente. Für Vertreter und Jubilare werden verschiedene Anlässe durchgeführt,



Festakt auf dem Herrenacker.

bei denen die ausländischen Vertreter nach Schaffhausen eingeladen werden. Ausnahme bilden hier die Fittings-Vertreter, für die mehrere Sonderveranstaltungen durchgeführt werden. Neben der Gratifikation für die Mitarbeiter werden verschiedene gemeinnützige Stiftungen und technische Einrichtungen, vor allem technische Hochschulen, mit Zuwendungen bedacht.

Mit der grundlegenden Renovierung des Klostergebutes Paradies und der feierlichen Eröffnung der Eisenbibliothek werden Projekte von langfristiger Außenwirkung realisiert. Nachhaltig sind auch Massnahmen, die unmittelbar das Stadtbild Schaffhausens betreffen. Am Verwaltungsgebäude Mühlental wird eine Gedenktafel der Arbeiter und Angestell-

ten angebracht. Dem Museum zu Allerheiligen wird neben der Neueinrichtung des Johann-Conrad-Fischer-Zimmers eine Bunt-Glasscheibe geschenkt, die Szenen aus der Firmengeschichte zeigt. Nicht zuletzt wird an einer viel befahrenen Strasse ein Denkmal des Firmengründers aufgestellt.

Gleichzeitig mit der Enthüllung des Denkmals erhält der Vorsitzende des Verwaltungsrates Ernst Homberger die Ehrenbürgerrrechte der Stadt Schaffhausen verliehen. Auf dem grössten Platz Schaffhausens, dem Herrenacker, findet am 3. Juni 1952 ein Festakt statt, an dem 13000 Menschen teilnehmen. Neben den Werkangehörigen sind Mitglieder des Bundesrates sowie der Kantonsregierung und des Stadtrates anwesend. Es ist eine öffentliche Veranstaltung, an der jeder

ohne besondere Einladung teilnehmen kann.

Anlässlich dieses Festaktes werden der «GF-Marsch» und das «Giesser-Lied» uraufgeführt. Verfasst wurden sie vom ehemaligen Direktor der Stadtmusik Schaffhausen und Zürich, Gian Battista Mantegazzi. Diese Lieder werden auch in der nachfolgenden Zeit bei grösseren Veranstaltungen Verwendung finden, und man kann heute von einem frühen Beispiel für «corporate sounding» sprechen.¹⁶

Bereits seit 1948 wird eine Schriftenreihe herausgegeben, die sich mit Themen der Unternehmensgeschichte auseinander setzt und von renommierten Wissenschaftlern erarbeitet wird. Diese Schriftenreihe ist heute noch als grundlegende Literatur zur Unternehmensgeschichte anzusehen. Eine darüber hinaus erscheinende Festschrift zum Jubiläum wird an alle Werkangehörigen, ehemalige Mitarbeiter und deren Witwen, ferner an sämtliche Aktionäre, Geschäftsfreunde, Kunden und die Presse verteilt.

Ungeachtet dieser Aktionen darf nicht übersehen werden, dass das Jubiläum vor allem einem Zweck dienen sollte, der von Beginn an klar definiert war: «einzigartige Gelegenheit für unsere Propaganda und die Pflege der public relations.»¹⁷ Die verantwortliche Einbindung der Propaganda-Zentrale in die Gesamtorganisation des Jubiläums, ihre Aufgaben und auch die Zielsetzungen, vor allem für die interne Kommunikation, sind wesentlich komplexer als hier dargestellt. Zur Dokumentation dieses Events wird eigens ein Jubiläums-Archiv angelegt, das heute Bestandteil des Konzernarchivs der Georg Fischer AG ist und noch auf eine grundlegende Auswertung wartet.



Singende Familie während des Festaktes.

¹ Wipf, Hans Ulrich, Georg Fischer 1930–1945. Ein Schweizer Unternehmen im Spannungsfeld Europas, Zürich 2001, S. 15.

² Wipf, Georg Fischer, S. 34.

³ Konzernarchiv Georg Fischer AG, HFA 1/2931, S. 12–13.

⁴ Konzernarchiv Georg Fischer AG, HFA 1/1355.

⁵ Nachruf Ernst Amstein. In: GF-Mitteilungen, Sonderband zum Jubiläumsjahr 1952, S. 21.

⁶ Nachruf Siegfried Busslinger. In: GF-Mitteilungen, Sonderband zum Jubiläumsjahr 1952, S. 74.

⁷ Bericht des Direktionsausschusses Nr. 34/1961.

⁸ Nordhoff, Hans-Peter, Die informatorische Aufgabe des Unternehmers. Werkzeitschriften als Organe der Public- und Human Relations. Diss. Düsseldorf 1963, S. 54.

⁹ Konzernarchiv Georg Fischer AG, HFA 1/1356.

¹⁰ Ernennung zum kaufmännischen Direktor 1930. Mitglied und Delegierter des Verwaltungsrates 1940. Siehe zu Ernst Müller: o. A.

In memoriam Dr. h. c. Ernst Müller. In: GF-Mitteilungen, Sondernummer November 1957.

¹¹ In dieser Zahl sind auch die Betriebsangestellten enthalten; die Zahl gilt für den Standort Schaffhausen.

¹² Gasser, Christian, Die neue Redaktionskommission. In: GF-Mitteilungen, Nr. 65, 1954, S. 14.

¹³ Konzernarchiv Georg Fischer AG, HFA 1/340.

¹⁴ Ebd.

¹⁵ Konzernarchiv Georg Fischer AG, HFA 1/341.

¹⁶ Siehe zum corporate sounding: Stöcker, Katja, So klingt Siemens. In: Siemens Welt 4/2005, S. 17.

¹⁷ Ernst Müller im ersten Sitzungsprotokoll des Jubiläums-Ausschusses. In: Konzernarchiv Georg Fischer AG, HFA 1/341.