

«Zur Diplomatin für Geflüchtete geworden»

Die Flüchtlingsbewegung im Herbst 2015 war der Auslöser für ihre berufliche Neuorientierung: «Es ist doch nur Zufall und Glück, dass ich hier in der Schweiz geboren wurde», sagte sich Christina Gräni. Sie begann von ihrem Wohnort Fribourg aus, Geldmittel für eine Hilfsorganisation zu organisieren, die in griechischen Flüchtlingslagern tätig war, und half auch selbst während zehn Tagen dort aus. «Das passierte so aus dem Moment heraus.»

Mit prägenden Eindrücken kehrte sie aus Griechenland zurück in ihr «normales Leben», wie sie es nennt: Sie war damals mit ihrer eigenen Firma als Grafikerin in der Werbe- und Designbranche tätig. «Kurz gesagt, ich hatte bisher mit meiner Arbeit die Welt verschönert», sagt sie. Nun wollte sie die Welt ein bisschen besser machen.

Weiterbildung für Berufswechsel

Für internationale Themen und Politik hatte sie sich schon immer interessiert. Sie entschied sich, den CAS Foreign Affairs und Applied Diplomacy der School of Management and Law zu absolvieren. Der Lehrgang vermittelt

Wissen, das für ein Agieren auf dem internationalen Parkett notwendig ist. «Ich sah die Weiterbildung als einen Schritt für einen Wechsel von Beruf und Branche an», sagt sie. In der Themenrecherche für ihre Abschlussarbeit für den CAS stiess sie dann auf Powercoders. Die Non-Profit-Organisation bildet qualifizierte Geflüchtete in der Schweiz zu IT-Fachkräften aus. Nur ein Jahr nach Abschluss des CAS konnte sie bei Powercoders als Verantwortliche für Public Relations und Kommunikation starten. Das war im Jahr 2019.

Beitrag zur beruflichen Integration

Sie könne nun etwas dazu beitragen, dass die hier in der Schweiz aufgenommenen Geflüchteten sich beruflich integrieren und aus der Sozialhilfeabhängigkeit lösen könnten, sagt die 43-Jährige. «Diejenigen, die sich bei uns ausbilden lassen, sind schon gut qualifiziert.» Sie haben eine Ausbildung in Ingenieurwesen, Informatik oder in einem naturwissenschaftlichen Fach oder sind in ihrem Herkunftsland als Lehrer tätig gewesen – jedoch mit Abschlüssen, die das Schweizer System

nicht anerkennt. Sie versuche, Brücken zu bauen zwischen diesen Menschen und der Arbeitswelt. Das braucht geschicktes Verhandeln, will man IT-Unternehmen für das Projekt gewinnen. Gräni ist auch mit im Team, das neue Partnerfirmen anwirbt. Sie möchte mit ihrer Kommunikationstätigkeit auch sensibilisieren und Vorurteile in der Gesellschaft abbauen. Persönlich habe sie erst lernen müssen, mit dem Schicksal der Geflüchteten umzugehen; diese Geschichten gingen ihr sehr nahe. Es sei unvorstellbar, was diese Menschen auf ihrer Flucht durchgemacht hätten.

Komplexität internationaler Beziehungen verstehen

Was sie vom CAS mitgenommen hat in ihre Tätigkeit? «Ich bin eigentlich eine Diplomatin für Geflüchtete geworden», sagt sie. Der CAS habe die internationalen Zusammenhänge und Konflikte für sie verständlicher werden lassen. «Die Migrationspolitik ist kompliziert – und ich habe erfahren, warum sie kompliziert ist.» Der interkulturelle Aspekt habe im CAS auch einen grossen Stellenwert gehabt und sei in Rollenspielen geübt worden.



Christina Gräni, PR-Verantwortliche bei Powercoders.

Nein zu sagen, gilt beispielsweise in anderen Kulturen als unhöflich und wird als Antwort vermieden, um das Gegenüber nicht zu verletzen. «Ein Ja bedeutet nicht in jeder Kultur dasselbe Ja wie bei uns.»

Sibylle Veigl

➤ **CAS Foreign Affairs & Applied Diplomacy; Start am 5. März 2021: <https://bit.ly/3kzyEq5>**

Kundenzentrierte Transformation

Mit der Covid-19-Pandemie mussten Firmen ihre Geschäftsprozesse zwangsläufig neu ausrichten. Unternehmen stehen deshalb mehr denn je vor der Herausforderung, die Dynamik und Komplexität im Markt zu bewältigen und sich der rasch verändernden Umwelt und neuen Kundenanforderungen anzupassen. Dafür müssen Strategien, Strukturen und Kulturen wie auch Werthaltungen und Prozesse auf den Kunden aus-

gerichtet werden. Im CAS Customer Centric Transformation der **SCHOOL OF MANAGEMENT AND LAW** entwickeln Marketingverantwortliche ein Verständnis dafür, was kundenzentrierte Transformation für sie selbst, ihr Team und ihre Unternehmung bedeutet.

CAS CUSTOMER CENTRIC TRANSFORMATION

Start: 19. März 2021

Kontakt: reto.heierli@zhaw.ch

Der Umgang mit Content Creators

Drei von vier Personen entscheiden sich für einen Kauf aufgrund einer Empfehlung auf Social-Media-Plattformen. Insbesondere jüngere Zielgruppen können heute mit klassischer Werbung nur noch schwer erreicht werden. Deshalb werden Communitys und Influencer heute als Marketinginstrument in allen Phasen der Kundenbeziehung eingesetzt. Im CAS Community & Influencer Marketing der **SCHOOL OF MANAGEMENT AND LAW** erhal-

ten Teilnehmende einen Überblick im Umgang mit den Content Creators der sozialen Medien. Er richtet sich an Marketingverantwortliche, die Community und Influencer Marketing als Kommunikationsinstrumente einsetzen möchten.

CAS COMMUNITY & INFLUENCER MARKETING

Start: 12. Februar 2021

Kontakt: anna.rozumowski@zhaw.ch