



Sven Bradke
 Dr. rer. publ. HSG
 Vizepräsident

Mit Kommunikation zum Erfolg!

Wer mit Menschen zusammenarbeitet, muss kommunizieren können. Ohne Kommunikation läuft nichts. Weder im Privatleben, noch im Beruf. Kommunikation ist die Basis der Menschen- und Unternehmensführung sowie des Projekt-Managements. Richtig zu kommunizieren, ist aber bekanntlich nicht jedermanns Sache. Zumal Kommunikation – ob geschäftlich oder privat – immer auch mit der Preisgabe eines Teils des eigenen «Ichs» verbunden ist. Führungskräfte sollen und müssen sich deshalb bewusst werden, wie sie wirken, welche kommunikativen Fähigkeiten sie besitzen, wie sie die eigenen Stärken verbal bestmöglich zum Einsatz bringen können und in welchen Bereichen sie sich kommunikativ noch verbessern sollten. Denn je besser die kommunikativen Fähigkeiten ausgebildet sind, umso grösser werden die Chancen des unternehmerischen Erfolgs.

Führung durch Kommunikation

Charismatische Führungspersonen haben oftmals eine harte kommunikative «Schule» durchlaufen müssen. Sie haben gelernt, wie sie mit wem, in welcher Sprache und mit welchen Botschaften diskutieren, argumentieren und arbeiten sollen. Hierzu sind eine Portion Menschenkenntnis und Intuition sicherlich von Vorteil. Vieles ist aber auch lernbar. Kommunikative Fähigkeiten können ausgebildet, trainiert und gestärkt werden. Als Teil eines ganzheitlichen Problemerkennungs- und Lösungsprozesses sind die kommunikativen Fähigkeiten von Führungspersonen das entscheidende Instrument, mit dem die Kräfte und Ideen aller Beteiligten, vor allem bei Reformen, in die richtigen Bahnen gelenkt werden können. Sei dies in Unternehmen, in Verbänden, in der Politik oder in der Öffentlichkeit. Die Wirkung gezielter Auftritte und Reden waren oft schon der Beginn einer neuen Ära. Denken wir nur an die historischen Worte von John F. Kennedy anfangs der 60er Jahre, dass die Amerikaner noch im selben Jahrzehnt zum Mond fahren würden. Welche technologische Revolution haben diese Worte doch ausgelöst!

Kommunikation ist unser «Business»

Gerade im Jahrhundert der Kommunikation sind kommunikative Fähigkeiten von grösster Bedeutung. Wer etwas erreichen will, der sollte sich deshalb darin schulen, wie er seine kommunikativen Fähigkeiten sowie alle verfügbaren kommunikativen Hilfen noch besser zum Einsatz bringen kann. Als Kommunikations-Agentur stehen wir Ihnen dabei gerne zur Seite. Es gehört zu unserer täglichen Arbeit, Strategien, Prozesse, Auftritte, Kampagnen, Veröffentlichungen und Reden so zu planen, dass sie bei den Adressaten eine bestmögliche Wirkung erzielen und den gewünschten Erfolg bringen. Hierfür können wir auf unsere geschulten, kommunikativen Fähigkeiten sowie auf unsere langjährigen Erfahrungen als Wirtschafts- und Kommunikationsberater zurückgreifen. Denn Kommunikation ist unser «Business».

Sven Bradke

IPTV – innovatives Kommunikationsinstrument

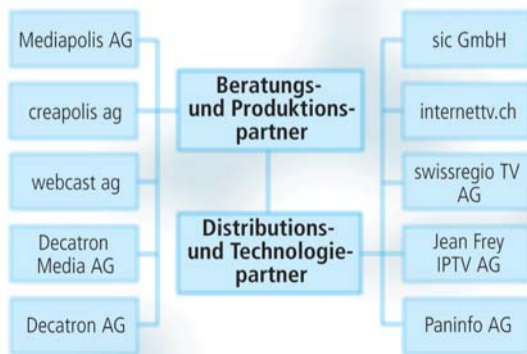


Die Entscheidung ist gefallen: dem digitalen Fernsehen gehört die Zukunft. Niemand hegt Zweifel daran, dass das analoge Fernsehen der Vergangenheit angehört. Zu viele Ressourcen werden durch analoge Signale verbraucht. Die Kabelnetze sind voll und lassen neue Angebote und innovative Services kaum mehr zu. Mediapolis will ihren Kunden aber auch weiterhin Innovation und Kreativität bieten. Mit dem Kompetenzzentrum «ipmedia services» gewährleisten wir diesen Anspruch über ein professionelles Netzwerk.

Heute ist es möglich, im Vollbild bewegte Bilder über das Internet zu empfangen, die es dem menschlichen Auge schwer machen, den Unterschied zum klassischen Fernsehsignal zu erkennen. Unter dem Begriff IPTV (Internet Protocol Television) wird eine Technologie zusammengefasst, die der Kommunikation völlig neue Optionen erschliesst.

Zielgruppen ohne Streuverluste erreichen

Das grosse Potenzial von IPTV-Anwendungen liegt nebst der praktisch unbeschränkten Verfügbarkeit vor allem in der sehr zielgenauen Ausrichtung. Steht doch erstmals eine Technologie zur Verfügung, die eine echte «one to one»-Kommunikation ermöglicht. Über «on demand» Angebote wird nicht nur jeder Streuverlust ausgeschlossen, sondern die direkte Einbindung des Konsumenten ermöglicht auch ein hohes Mass an Interaktivität.



Verbunden mit den tiefen Produktions- und Distributionskosten sowie der hohen Reaktionsfähigkeit wird IPTV zu einem Instrument, welches sich in allen Bereichen der Kommunikation rasch und radikal durchsetzen wird. Mediapolis ist wohl heute schweizweit der kompetenteste Partner für IPTV-Strategien und -Konzepte.

Umsetzung über Kompetenz-Netzwerk «ipmedia services»

Wer neue Strategien und Konzepte mit neuen Technologien erfolgreich realisieren will, ist auf ein starkes Kompetenz-Netzwerk angewiesen. Durch «ipmedia services» hat Mediapolis gemeinsam mit Decatron und weiteren Partnern eine Plattform geschaffen, welche nebst ausgewiesenen Beratungs- und Produktionskapazitäten auch über die Technologiebasis und das Distributionsnetz verfügt. Gerne stellen wir Ihnen das Netzwerk unter www.ipmedia.ch näher vor. Zudem finden Sie auf den nachfolgenden Seiten erste Projekte, die mit IPTV realisiert werden. ■



1	■ Editorial ■ IPTV
2	BE ■ Mediapolis-Berater bilden aus ■ Fünf Jahre Mediapolis Bern
3	
4	SG ■ swissregioTV.ch ■ 50 Jahre IBG

5	SG ■ Radisson SAS am CSIO ■ Alu Menziken Gruppe
6	ZH ■ Jahr der Sicherheit ■ Baumeister für Personenfreizügigkeit ■ Strategische Ausrichtung ■ Kommunikationskonzepte nach Mass
7	
8	■ creapolis ag

Mediapolis Know-how für die Weiterbildung von Kommunikationsprofis

Die Berater von Mediapolis geben ihr Know-how regelmässig an Veranstaltungen, Podiumsdiskussionen und Referaten weiter. In den letzten Jahren sind regelmässige Engagements im Weiterbildungsbereich hinzugekommen.



Martin Baltisser

Geschäftsführer Mediapolis Bern, ist Dozent im Nachdiplomkurs «Politische Kommunikation», welcher von der Zürcher Hochschule Winterthur und der Universität Zürich angeboten wird. Er deckt dort den Bereich Lobbying ab und bringt den Studierenden Grundzüge, Elemente und Mechanik des Lobbyings näher. Lobbying ist in der Schweiz eine noch wenig systematisch erforschte Disziplin der Kommunikation. Daneben wirkt Martin Baltisser als Dozent am SPRI, wo er im Nachdiplomkurs «Interne Kommunikation» für den Bereich «Krisenkommunikation» verantwortlich zeichnet. ■

Dr. Andreas Jäggi

Geschäftsführer Mediapolis Zürich, hat einmalig für den deutschsprachigen Raum einen Nachdiplomkurs für Interne Kommunikation konzipiert, der letztes Jahr mit der Zertifizierung von 21 Teilnehmenden erstmals erfolgreich abgeschlossen werden konnte. Zurzeit läuft die Ausschreibung für die Durchführung des Kurses 2005/2006. Anmeldungen sind noch möglich beim Schweizerischen Public Relations Institut unter www.spri.ch. Daneben lehrt Andreas Jäggi ebenfalls an der Hochschule für Wirtschaft in Luzern. ■



Ronny Kaufmann

Partner Mediapolis Zürich, ist Dozent für Public Affairs Management. Damit kombiniert er seine Erfahrung in der Betreuung von Public Affairs Mandaten mit seinem wissenschaftlich fundierten Hintergrund als «Master of International Affairs and Governance». Ronny Kaufmann bietet den Studierenden eine spannende Mischung aus Theorie und praktischen Fallstudien. Seit August 2005 ist er für das Modul «Public Affairs» im Rahmen des Nachdiplomkurses «Corporate Communications» des Schweizerischen Public Relations Instituts SPRI an den Hochschulen Zürich und Bern tätig. ■





Martin Baltisser
Geschäftsführer Bern

Mediapolis
AG für Wirtschafts- und Kommunikationsberatung
Kramgasse 68 ■ CH-3011 Bern
Tel. +41 (0) 31 313 28 28 ■ Fax +41 (0) 31 313 28 29

Seit fünf Jahren präsent in der Bundeshauptstadt

Am 1. März 2000 wurde die Mediapolis-Geschäftsstelle in Bern eröffnet. Mediapolis konnte damit in diesem Frühjahr auf erfolgreiche erste fünf Geschäftsjahre in der Bundeshauptstadt zurückblicken. Über 100 Kunden konnten in dieser Zeit betreut werden. Direkt am Puls des politischen Geschehens hat sich Mediapolis Bern als Kompetenzzentrum für Public Affairs und Lobbying etabliert. Die Schnittstelle zwischen Wirtschaft und Politik prägt denn auch den vielfältigen Tätigkeitsbereich der Berner Mediapolis-Crew.

Breiter Kundenstamm

Im Verlauf der vergangenen fünf Jahre ist die Liste der Auftraggeber kontinuierlich angewachsen. Zu den Kunden von Mediapolis Bern gehören mittlerweile neben nationalen und internationalen Firmen, regionale und nationale Verbände und Organisationen sowie kantonale und eidgenössische Behörden.

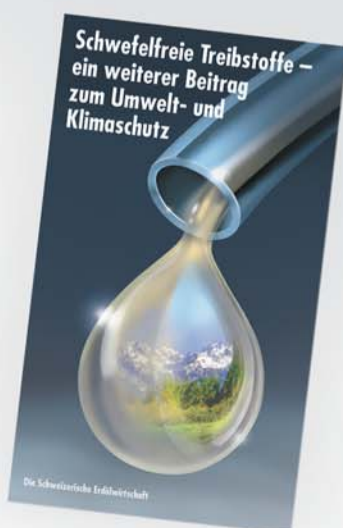
Thematisch hat sich Mediapolis Bern von Beginn weg breit positioniert, um ein entsprechendes Beziehungsnetz pflegen zu können. Als Schwerpunkt hat sich die Beratung im Industriesektor sowie in den Wachstumsmärkten Energie und Kommunikation herauskristallisiert.

Vielfältiges Kompetenzportfolio

Das Kompetenzportfolio von Mediapolis Bern ist auch vor dem Hintergrund des Teams breit. So konnten in den vergangenen Jahren neben der zentralen Beratungstätigkeit (Strategieberatung, Krisenkommunikation, Lobbying) diverse Events und Messeauftritte, Medien- und Sessionsanlässe sowie Abstimmungs- und Wahlkampagnen begleitet werden. Hinzu kommen punktuelle Tätigkeiten im Verbandsmanagement. In den letzten beiden Jahren war eine starke Entwicklung in Richtung Strategieberatung und interdisziplinäre Zusammenarbeit in komplexen Mandatsstrukturen feststellbar, die gegenüber der klassischen PR-Tätigkeit in den Vordergrund gerückt ist. So hat sich Mediapolis auch in Bern von der Kommunikationsagentur in Richtung einer umfassenden Strategie- und Wirtschaftsberatungsunternehmung entwickelt.

Das Team

Das von Martin Baltisser geleitete Team in Bern wird ergänzt durch Paul Aenishänslin (Senior Consultant), Heinz Egli (Berater), Katrin Beutler (Assistenz/Sekretariat) und Cornelia Schori (Sekretariat). ■





Peter Weigelt
Verwaltungsratspräsident

swissregioTV.ch

Ostschweizer Innovation mit nationaler Ausstrahlung

Im digitalen Informations- und Werbemarkt der Schweiz bestehen bis anhin kaum Möglichkeiten, um regionale Potenziale und Bedürfnisse zielgruppengerecht nutzen und abdecken zu können. Durch den Einsatz der IPTV-Technologie erschliesst swissregioTV.ch diesen bisher inexistenten Markt über selektive digitale Plattformen mit hoher regionaler Identifikation. swissregioTV.ch stellt sich damit

dem Trend zur kommunikativen Zweiklassengesellschaft – optimal versorgte Agglomerationen versus regionales Brachland – entgegen und bietet interessierten Regionen die Chance zur Selbstdarstellung und über die Interaktion auch zur Identifikation. Gemeinsam mit der swissregiobank und der Decatron Media AG realisiert Mediapolis swissregioTV.ch als Pilotprojekt im künftigen IPTV-Markt. Die Projektpartner sind überzeugt, dass gerade dieser regionale Innovationsansatz ein optimales Projekt darstellt, um die Attraktivität der Ostschweiz als Arbeits- und Lebensraum darzustellen. Nicht nur plakativ, sondern als konkreter, zukunftsweisender Tatbeweis. ■



50 Jahre



IBG B. Graf AG Engineering



Reto Graf, Geschäftsführer der IBG und Regierungsratspräsident Willi Haag.

Die St.Galler Ingenieur-Unternehmung IBG B. Graf AG Engineering durfte jüngst ihr 50-jähriges Bestehen feiern. Was 1955 an der Notkerstrasse 136 als Einzelfirma in einer Dreizimmerwohnung begann, ist heute zu einem stattlichen Unternehmen mit 100 Beschäftigten und sechs Geschäftssitzen herangewachsen. Dieses besondere Jubiläum hat die IBG Ende Juni mit einem speziellen Kundenanlass in der OLMA-Halle gefeiert. Dabei überbrachte der St.Galler Regierungsratspräsident Willi Haag die besten Wünsche der Regierung. Flankierend zur Jubiläumsfeier

wurden in ausgewählten Medien Publireportagen und Inserate veröffentlicht. Ausserdem erschien die diesjährige Kundenzeitung «IBG-Technik» als besondere Ausgabe mit Fotoreportage über die Jubiläumsfeier. Die IBG B. Graf AG Engineering gehörte zu den ersten Kunden der Mediapolis. Umso mehr freute es uns, die IBG auch bei den Jubiläumsfeierlichkeiten wieder kommunikativ begleiten zu dürfen. ■





Dr. Sven Bradke
Geschäftsführer St. Gallen

Mediapolis
AG für Wirtschafts- und Kommunikationsberatung
Röschstrasse 18 ■ CH-9006 St. Gallen
Tel. +41 (0) 71 246 51 00 ■ Fax +41 (0) 71 246 51 01



Kulinarische Künste ins richtige **Licht** rücken!

Das Hotel Radisson SAS St. Gallen hatte mit seinen Gaumenfreuden das CSIO-Organisationskomitee vollends überzeugt. In der Folge übertrug es dem Hotel die Exklusivrechte für das Catering während ihres renommierten Reitveranstaltes. Das CSIO hat in St. Gallen und Umgebung einen sehr hohen sportlichen wie auch gesellschaftlichen Stellenwert. Umso mehr wollte das Radisson SAS diesen Anlass zur stärkeren Verankerung ihrer Marke und ihrer Cateringdienstleistungen in der Region nutzen. Hierfür wurde beispielsweise Yves Mattagne, mehrfach ausgezeichneter, internationaler Starkoch in den Diensten von Radisson SAS in Brüssel, für das Galamenu verpflichtet und eingeflogen. Mediapolis erhielt den Auftrag, das Hotel bei ihrer externen Kommunikation zu unterstützen. Im Vorfeld des CSIO wurde deshalb zu einer Menüdegustation für Medienschaffende eingeladen. An diesem Anlass wurde über die geplante Verpflegung vor Ort sowie über die speziellen organisatorischen und logistischen Herausforderungen während eines solchen Grossevents informiert. Mit weiteren Aktionen im hauseigenen Restaurant «Voyage» wie auch auf dem Gelände des CSIO im St. Galler Gründenmoos wurde dieses spezielle Engagement des Hotels ebenfalls medial ins richtige Licht gerückt. ■



Alu Menziken Gruppe operativ wieder auf Zielkurs...

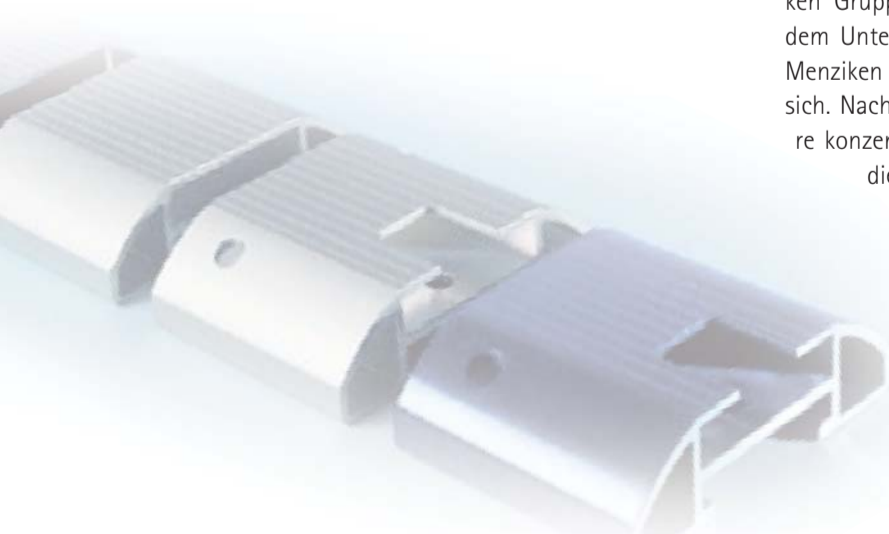


...dass diese Botschaft an die richtigen Empfänger gelangte, war die Kernaufgabe der Kommunikationsstrategie, die Mediapolis für die Alu Menziken Gruppe dieses Frühjahr erarbeitete und mit dem Unternehmen gemeinsam umsetzte. Die Alu Menziken Gruppe hat schwierige Jahre hinter sich. Nach den grossen Verlusten der letzten Jahre konzentrierte sich die Gruppe konsequent auf die operative Gesundheit. Das Management stellte sich dieser Herausforderung, schaffte die erfolgreiche Einleitung des Turnarounds und konnte mit einem positiven Jahresergebnis 2004 die Gruppe operativ wieder auf Zielkurs bringen.

Es galt, diese positive Botschaft zusammen mit den Informationen über die Straffung der Organisations-

strukturen, dem Wechsel im Verwaltungsrat sowie dem möglichen Verkauf einer Geschäftseinheit kommunikativ zu vereinen und die strategische Konzentration der Gruppe auf dem weltweiten Markt ins Zentrum zu stellen.

Die kommunikative Begleitung begann bereits bei der Festlegung strategischer Entscheide. So konnten die Kernbotschaften mit Blick auf die Neuausrichtung in einer einheitlichen Sprachregelung unter Einbezug aller involvierten Schlüsselstellen vollzogen werden. Dank einer sachbezogenen, medialen Berichterstattung über die Veränderungen in der Gruppe minimierte sich das Reputationsrisiko. ■



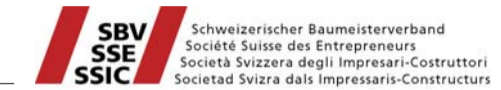
Ronny Kaufmann
Berater



Das Jahr der Sicherheit – Imageprofilierung



2005 wurde vom Schweizerischen Baumeisterverband SBV zum Jahr der Sicherheit im Bauhauptgewerbe erklärt. Der SBV will damit die Branche und die Öffentlichkeit über die Erfolge aufklären, die durch stetige Verbesserungen im Bereich der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes erreicht wurden. Das Jahr der Sicherheit will zudem Impulse geben, den eingeschlagenen Weg engagiert und konsequent weiterzugehen sowie gegenüber bestehenden Risiken zu sensibilisieren.



Mediapolis wurde beauftragt, den SBV anlässlich zahlreicher Medienveranstaltungen auf repräsentativen Baustellen in kommunikativen Fragen zu begleiten. Die Herausforderung des konzeptionellen Event-Managements meisterte der Verband mit der Unterstützung der Mediapolis-Berater. So wurden beispielsweise für die Journalisten Hubschrauberflüge über Autobahnsanierungen angeboten, die sehr rege benutzt wurden. Mit diesen imagefördernden Events schaffte es der SBV, eine positive nationale Berichterstattung zum Jahr der Sicherheit auszulösen. ■

Personenfreizügigkeit – Campaigning

Gleichzeitig setzt sich der SBV für die Ja-Parole im Abstimmungskampf um die Personenfreizügigkeit ein und gibt damit wichtige Signale für das Wirtschaftswachstum in der Schweiz. Mediapolis wurde beauftragt, die gesamte Plakatkampagne visuell zu gestalten. Ebenfalls präsentierte Mediapolis dem SBV ein Aufmerksamkeit erregendes Distributionskonzept zur Plakatkampagne. ■



Strategische Ausrichtung der Mitarbeitenden

Credo, Leitbild, Missionsstatement meinen in etwa das gleiche und haben alle dieselbe Aufgabe: Kader und Mitarbeitende in die Unternehmensstrategie einzubinden und alle am gleichen Strick ziehen zu lassen. Oft jedoch bleibt die Leitbildimplementierung eine Pflichtübung ohne nachhaltigen Erfolg. Mit dem Konzept «Storytelling» tritt Bühler den Beweis an, dass es auch anders geht.

Aufbauend auf der Unternehmensstrategie und auf der seit Jahrzehnten erfolgreich gelebten Unternehmenskultur hat die Kommunikationsabteilung zusammen mit dem Management die Bühler-Werte in vier Begriffe zusammengefasst. Mediapolis wurde beauftragt, ein Konzept zu deren Kommunikation auszuarbeiten, welches nicht nur informiert, sondern die Bühler-Unternehmenskultur nachhaltig weiterentwickelt.

Bühler-Werte zum Greifen nah

Damit die vier Bühler-Werte «Forschergeist», «Lösungsorientierung», «Qualitätsführerschaft» und «Globalität» für die Belegschaft zum Greifen nah wurden, erzählte das Management aller Stufen sowie Mitarbeitende aus eigener Erfahrung Geschich-

ten dazu. Diese Geschichten hauchten den vier Schlagwörtern nicht nur Leben ein, sondern lieferten konkrete Beispiele, welches Verhalten erwartet und mit welchen Werten und Aktionen der zukünftige Unternehmenserfolg gesichert werden soll.

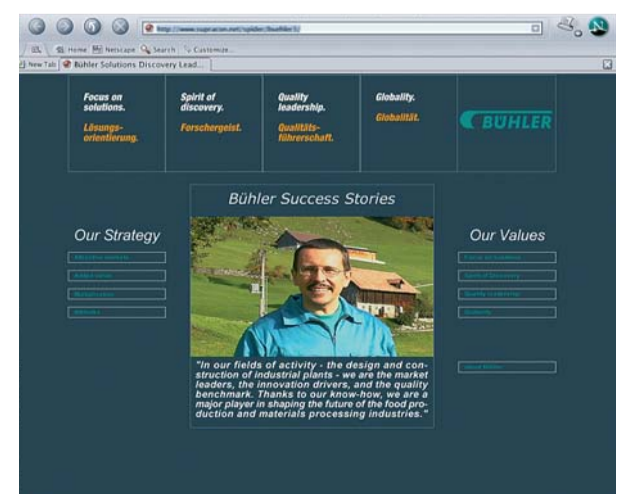
Weltweiter Zuhörerkreis dank Intranet

Die besten Geschichten wurden auf Video festgehalten und anschliessend auf ein spezielles «Bühler-Erfolgsgeschichten TV» aufgeschaltet. Durch eine moderne Streaming-Technologie konnte dies sehr schnell, kostengünstig und in überzeugender Qualität auf dem Intranet realisiert werden. Damit hat sich der Zuhörerkreis der Erfolgsgeschichten stark vergrössert und gleichzeitig ist der Anfang einer Bewegtbildkultur in der internen Kommunikation gemacht worden.

Bühler will das Konzept «Storytelling» auch für seine Kunden nutzen. Anstelle eines traditionellen Unternehmensporträts ist ein «Book of good stories» geplant. ■



YOUR PERFORMANCE IN MIND





Dr. Andreas Jäggi
Geschäftsführer Zürich

Mediapolis
AG für Wirtschafts- und Kommunikationsberatung
Kirchenweg 4 ■ CH-8008 Zürich
Tel. +41 (0) 44 384 49 00 ■ Fax +41 (0) 44 384 49 01

Kommunikationskonzepte nach Mass

Das Tagesgeschäft von Kommunikationsverantwortlichen ist geprägt von Schnellebigkeit, überfüllten Terminkalendern und Überstunden. Meist bleibt wenig Zeit, sich grundsätzliche Gedanken zur Konzeption der Kommunikation im eigenen Haus zu machen. Ein Kommunikationskonzept auf der Basis der Unternehmensstrategie ist jedoch unverzichtbare Grundlage erfolgreicher Kommunikation. Im Spannungsfeld zwischen zeitlichen Ressourcen von Kommunikationsverantwortlichen und einer konzeptionell eingebetteten Kommunikation hat Mediapolis ein partizipatives Verfahren zur Erarbeitung von Kommunikationskonzepten entwickelt. Dieses ermöglicht in kurzer Zeit, ressourcenschonend und pragmatisch die Entscheidungsgrundlagen für eine zeitgemässe und prioritätsgerechte Kommunikation unserer Kunden zu erarbeiten.

Das Verfahren ist vom ersten Kick-Off-Meeting bis zur Verabschiedung des Kommunikationskonzepts auf die Kundenbedürfnisse zugeschnitten und er-

laubt eine präzise Zeit- und Aufwandplanung. Unsere Erfahrungswerte zeigen, dass das bereits in verschiedenen Unternehmen der Maschinen- und Energiebranche sowie bei kantonalen Ämtern und international tätigen Stiftungen durchgeführte Verfahren je nach Komplexität des strategischen Kommunikationsauftrags drei bis fünf Wochen beansprucht. Der Zeitaufwand für den Kommunikationsverantwortlichen beschränkt sich auf das Briefing- und Debriefinggespräch sowie auf die Teilnahme an den Workshops. Damit bleiben der strategische Input und die Kontrolle seitens der Kommunikationsverantwortlichen gesichert, und er kann die sorgfältige Ausarbeitung von Analyse, Prozessdefinition und Formulierung von Kernbotschaften den Mediapolis-Beratern delegieren. Durch den rechtzeitigen Einbezug des Managements ist eine Verankerung der erarbeiteten Kommunikationsstrategie gewährleistet. Der davon abgeleitete Massnahmenplan inklusive Budget ist in der Regel kein Thema längerer Diskussionen in Geschäftsleitungssitzungen mehr. ■

Die Vorteile der kooperativen Konzeptarbeit

1. Der Arbeitsprozess ist für die Kommunikationsverantwortlichen zeit- und ressourcenschonend.
2. Das Konzept ist in der Sprache des Managements verfasst.
3. Das Konzept steigert die Legitimation der Kommunikation in der eigenen Unternehmung.
4. Das Konzept bietet eine Gesamtsicht der Kommunikationsaktivitäten der Unternehmung.
5. Der Arbeitsprozess ist planbar und flexibel modulierbar.



Treue, kein leerer Wahn

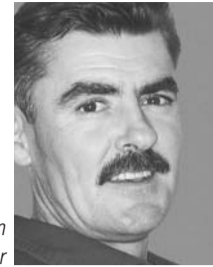
Erstmals vor 10 Jahren konnte creapolis (damals DMC Druck und Mail Center AG) für Wegelin & Co Privatbankiers eine Broschüre für einen Kundenevent realisieren.

Dieser alle zwei Jahre wiederkehrende kulturelle Anlass stand für 2005 in einem bedeutend grösseren Ausmass auf dem Programm. Ein Zyklus in fünf Teilen mit Musik und Referaten versprach dem Besucher Aufschluss zur Fragestellung «Kunst; Sinn oder Zweck?».

Nach dem Motto der ersten Konzertaufführung «Treue, kein leerer Wahn!» wurde creapolis bereits zum fünften Mal die Umsetzung und Realisierung aller Drucksachen übertragen. Zu Beginn stellte sich die Herausforderung, das seit 10 Jahren bestehende Layout für einen nachhaltigen Wiedererkennungswert beizubehalten, einzelnen Druckprodukten jedoch einen modernen, aktuellen Touch zu verleihen. In einer ersten Phase stand die passende Farb- und Layoutgestaltung zu den einzelnen Referaten und Konzertthemen im Zentrum sowie die Suche und Auswahl eines hochwertigen, idealen Papiers zur Diskussion. Mit reinen, speziell gemischten Buntfarben zeigten die Andrucke auf verschiedenen Papieren die Wirkung im Offsetdruck. Gleichzeitig wurden auf unserem Sechsfarben-Deskjetplotter Drucktests für die Plakate gefahren, damit diese in möglichst gleicher Farbgenauigkeit wie die Drucksachen im Offsetdruck realisiert werden können. Nach diesen Vorbereitungsarbeiten konnte das Grafikteam die Aufbereitung und Fer-

tigstellung aller Layout- und Textdaten in Angriff nehmen. Hochaufgelöste Highend-PDFs bildeten die Ausgangslage für die elektronische Ausschussstation, an der die Einzelseiten zu eigentlichen Druckformen zusammengestellt wurden. Von Januar bis Juni produzierten wir für jedes Konzert mit den aktuellen Druckdaten und in unterschiedlichen Auflagen die verschiedenen Drucksachen. Broschüren, Billette, Plakate, Flyers und weitere Druckprodukte erreichten die Niederlassungen «just in time» – zur vollsten Zufriedenheit unseres Auftraggebers und der Konzertbesucher. Die terminliche Herausforderung und die qualitativ hochstehende Ausführung der verschiedenen Drucksachen motivierte das creapolis-Team zu sorgfältiger Präzisionsarbeit. Wir freuen uns mit dem Auftraggeber über den erfolgreich verlaufenen Kulturzyklus und danken für die langjährige Treue. ■

Hanspeter Diem
Geschäftsführer



creapolis ag
Röschstrasse 18 ■ CH-9006 St.Gallen
Tel. +41 (0) 71 246 51 50
Fax +41 (0) 71 245 51 52 ■ info@creapolis.ch




WEGELIN & Co.
PRIVATBANKIERS SEIT 1741

Fullservice-Angebot für professionelle Internetpräsenz

creapolis und Brüggli Produktion und Dienstleistung, Romanshorn, haben eine strategische Partnerschaft im IT-Bereich abgeschlossen, um kleinen und mittleren Betrieben einen professionellen Fullservice in allen Internetfragen zu bieten. Die Basis dieser Zusammenarbeit bildet die Internetapplikation «Sitemaster», die im Markt bereits gut eingeführt ist und durch Einfachheit und Funktionalität überzeugt. Mit «Sitemaster» kann der Kunde seine spezifischen Anforderungen an einen kundenorientierten Internetauftritt technisch, redaktionell wie auch kostenmässig individuell steuern. Durch die Erweiterung des creapolis-Teams mit

den Sitemaster-Entwicklern wird die IT-Kompetenz bezüglich Vertrieb, Support und Weiterentwicklung des bestehenden Angebotportfolios sichergestellt. In einem sich rasch entwickelnden, anspruchsvollen Markt gewährleistet creapolis mit dieser Partnerschaft optimale Voraussetzungen für die technische Weiterentwicklung und die breitere Marktdurchdringung der bewährten Sitemaster-Applikationen.

Peter Weigelt, Verwaltungsratspräsident der creapolis ag, ist denn auch überzeugt, dass sich creapolis dank dem zusätzlichen Potenzial noch kundennaher und zukunftsorientierter positionieren kann. Die Konzentration auf eigene Stärken und die Fähigkeit, sich in professionellen Netzwerken eigenständig einzubringen, sind gemäss Weigelt entscheidende Voraussetzungen, um als KMU die Zukunft erfolgreich bewältigen zu können. ■

Impressum

Herausgeber
Mediapolis
AG für Wirtschafts- und
Kommunikationsberatung
Röschstrasse 18
CH-9006 St.Gallen
www.mediapolis.ch
info@mediapolis.ch
T +41 (0) 71 246 51 00
F +41 (0) 71 246 51 01

Gestaltung + Druck
creapolis ag, St.Gallen
www.creapolis.ch

Bildnachweis
Seite 3: © Bern Tourismus
Seite 5: © CSIO St.Gallen

Auflage
4 500 Exemplare
August 2005