2 ■ 2003

MEDIAPOLIS Communicator

Mediapolis AG für Kommunikations-Management ■ DMC Druck & Mail Center AG ■ mhs@internet AG

Peter Weigelt
PR-Berater BR/SPRG
Präsident des Verwaltungsrates

Kommunikationskompetenz in Verwaltungsräten

Wer Überlegungen zum Thema «Kommunikationsaufgaben des Verwaltungsrates» anstellt, kann ins Formale ausweichen und die gesetzlich festgeschriebenen Informationspflichten eines Verwaltungsrates kommentieren. Dies mag interessant und korrekt sein, doch es hilft Persönlichkeiten, welche sich auf unternehmerisches Denken und Handeln ausrichten und ihr Verwaltungsratsmandat in diesem Sinne ausüben, wenig. Denn wer heute in der Wirtschaft Leadership übernimmt, ist schlecht beraten, Kommunikation auf gesetzlich verankerte Pflichten zu reduzieren. Kommunikation ist nach innen wie nach aussen zu einem prägenden Führungsinstrument geworden, welches operative und strategische Verantwortungsträger herausfordert und verpflichtet.

Intelligente Fragen und Antworten

Ein Experte hat zum Thema «Vernetzung» einmal folgende Feststellung gemacht: «Die Vertretung unterschiedlichster Spezialkenntnisse in einem Verwaltungsrat garantiert, dass die gelieferten Informationen aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet werden. Ich habe Vertrauen in diese Informationen, weil intelligente VR-Mitglieder intelligente Fragen stellen. Die personelle Zusammensetzung eines Verwaltungsrates ist für die Absicherung des Einzelnen ungeheuer wichtig.» Diese Feststellung aus der Praxis kann durchaus als Plädoyer für ressortierte Verwaltungsräte verstanden werden. Persönlich schliesse ich mich dieser Forderung nach Verwaltungsratsstrukturen mit klarer Ressortverantwortung voll und ganz an. Denn nebst intelligenten Fragen sind von den Verwaltungsräten auch intelligente Antworten gefordert. Was vordergründig schlüssig und logisch erscheint, ist in der Praxis leider immer noch die Ausnahme, da in vielen Verwaltungsräten bei der Bewältigung kommunikativer Herausforderungen Praxis und Fachwissen fehlen, was sich gerade unter dem Aspekt persönlicher Betroffenheit oft verhängnisvoll auswirkt.

Die Kommunikationsaufgaben eines Verwaltungsrates ergeben sich aus den Kommunikationsbedürfnissen einer Unternehmung im Verhältnis zu seinen internen und externen Zielgruppen. In der Fähigkeit, diese Bedürfnisse zeitgerecht zu erkennen, sachgerecht aufzubereiten und schliesslich zielgruppenspezifisch zu vermitteln, definiert sich für jedes Unternehmen eine strategische Erfolgsposition. So betrachtet versteht es sich von selbst, dass kommunikativen Aufgabenstellungen in Verwaltungsräten prioritäre Bedeutung zukommen müsste.

Gerne hoffe ich, mit meinen Ausführungen oder einer fachlichen Unterstützung durch das Mediapolis-Team dazu beitragen zu können, dass meine Schlussfolgerung in Ihrem Verantwortungsbereich nicht im Konjunktiv formuliert werden müssen.

Mit freundlichen Grüssen

Peter Weigelt, Nationalrat

Mediapolis-Event: Interne Kommunikation **ist messbar!**

Anlässlich des diesjährigen Mediapolis-Events in den Räumlichkeiten der Geschäftsstelle Zürich wurde erstmals in der Schweiz der Index Interne Kommunikation präsentiert. Über dreissig Kommunikationsverantwortliche von Grossunternehmen und Organisationen aus der ganzen Schweiz liessen sich dabei über die Wirkungsmessung der Internen Kommunikation informieren.

Messung der Internen Kommunikation in acht Dimensionen

Basierend auf ihrer langjährigen Erfahrung in der Kommunikationsberatung hat Mediapolis in Zusammenarbeit mit der deutschen ICOM GmbH das erste standardisierte Analyseverfahren zur Erfolgsmessung der Internen Unternehmenskommunikation entwickelt. Das Verfahren liefert aussagekräftige Daten über die Leistungsfähigkeit der Internen Kommunikation und über deren Optimierungspotenzial. Damit schafft das neue Instrument die Grundlagen zur strategischen Steuerung der Internen Kommunikation.

Daniel Mollet (l.), Leiter Kommunikation, Schweizerische Post, Bern: «Die Notwendigkeit einer professionellen Internen Kommunikation zeigt sich vor allem in Reorganisationsprozessen. Nur durch eine ehrliche und dialogorientierte Interne Kommunikation ist es möglich, die Unterstützung der Mitarbeitenden für Veränderungen zu gewinnen.»

Urs Bühler, Präsident und Delegierter des Verwaltungsrates, Bühler AG, Uzwil: «Die Geschäftsleitung muss bei der Internen Kommunikation Vorbild sein und klar, offen und ehrlich informieren.»

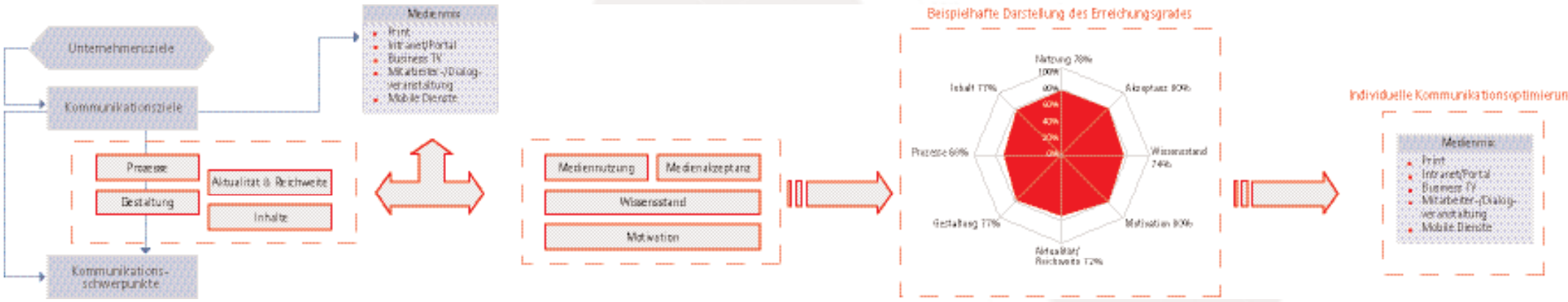
Roger Schärer, Senior Executive Advisor, Gottlieb Duttweiler Institut, Rüschlikon: «Interne Kommunikation ist Leadership. Ein guter Leader ist ein guter Kommunikator!»

Selma Odok, Vice President Communication, ALSTOM (Schweiz) AG: «Gute Interne Kommunikation ist, wenn alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eines Unternehmens gleichermassen gleichzeitig die Informationen erhalten. Diese müssen zudem als glaubwürdig und relevant wahrgenommen werden und die Erreichung der Unternehmensziele unterstützen.»

INHALT

1 EDITORIAL
2 MEDIAPOLIS
3 MEDIAPOLIS [ST.GALLEN]
4 MEDIAPOLIS [THURGAU]
5 MEDIAPOLIS [BERN]
6 MEDIAPOLIS [ZÜRICH]
7 MEDIAPOLIS
8 MHS@INTERNET AG ■ DMC DRUCK & MAIL CENTER AG

Index
Interne Kommunikation



Erste namhafte Untenehmen wenden den Index bereits an

Der neue Index gibt nicht nur Auskunft über die Leistung und Qualität der eingesetzten Medien, sondern auch über deren Wirkung bzw. deren Erfolg. Als Ergebnis erhalten Unternehmen individuelle Einzelauswertungen und Empfehlungen vor dem Hintergrund ihrer spezifischen Unternehmenssituation. Darüber hinaus werden die wichtigsten Daten in Form eines Index komprimiert und ausgearbeitet und ermöglichen damit einen nationalen und internationalen Benchmark mit anderen Unternehmen, die den Index bereits anwenden. Mit Hilfe dieser Informationen können Unternehmen ihre Performance auch mit Unternehmen ihrer Branche vergleichen.

Bereits in diesem Herbst 2003 kam der Index Interne Kommunikation bei einigen namhaften deutschen Unternehmen, so beispielsweise bei der Deutschen Bahn AG, zur Anwendung. Auch Schweizer Kommunikationsverantwortliche signalisierten nach der Präsentation grosses Interesse. ■

v.l. Werner Nuber, Leiter Zentralbereich Kommunikation, SBB AG, Bern; Martin Baltisser, Geschäftsführer Mediapolis AG, Bern; Thomas Geiger, Geschäftsleiter Atkon AG, Frankfurt.

Die Referenten v.l.: Burkard Tewinkel, Deutsche Bahn AG, Berlin; Andreas Jäggi, Geschäftsführer Zürich und Nationalrat Peter Weigelt, Präsident des Verwaltungsrates Mediapolis AG; Horst Pütz, ICOM GmbH, Frankfurt.

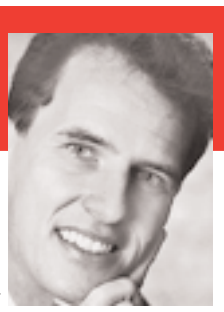
Connie Voigt, Director Corporate Communications, Gate Gourmet International: «Für mich bedeutet gute Interne Kommunikation, wenn die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter das Gefühl haben, umfassend und komplett informiert zu sein und in das Unternehmensgeschehen involviert zu werden.»

Neuer Geschäftsführer in Zürich

Andreas Jäggi

Mitte Juni 2003 übernahm Dr. Andreas Jäggi die Geschäftsführung der Mediapolis Niederlassung Zürich. Nach seiner mehrjährigen Tätigkeit als PR-Leiter von Swiss Re wechselte Andreas Jäggi als Leiter Corporate Communications zur Winterthur Group und nach deren weiteren Integration in die CS Group wurde er zum Head Corporate Communications der Credit Suisse Financial Services berufen. Mehrjährige Agenturerfahrung holte sich Andreas Jäggi nach seinem abgeschlossenen Germanistik- und Geschichtsstudium in einem Zürcher Werbe- und Mediaberatungsunternehmen. Berufsbegleitend absolvierte er den Nachdiplomstudienlehrgang in Unternehmensführung an der Universität St.Gallen (Executive MBA). In seiner neuen Funktion bei Mediapolis vertritt Andreas Jäggi auch die Interessen der Atkon AG in der Schweiz. Die Atkon mit Standorten in Frankfurt und Berlin ist spezialisiert für die multimediale Aufbereitung und Distribution von Kommunikationsinhalten. Sie realisiert unter anderem ein tägliches Business TV-Programm für die Deutsche Bahn AG.

Andreas Jäggi ist zudem Studienleiter der höheren Fachausbildung für Interne Kommunikation am Schweizerischen Public Relations Institut SPRI. Der erste Nachdiplomkurs «Interne Kommunikation» im deutschsprachigen Raum beginnt im November 2003 in Zürich. Er richtet sich an Kommunikationsfachleute, Personalfachleute, Betriebsorganisatoren sowie an Führungsverantwortliche, die sich in Interner Kommunikation weiterbilden möchten. Weitere Informationen sind unter www.spri.ch abrufbar. ■



Dr. Sven Bradke
Geschäftsführer St.Gallen
Partner

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

PROGRESS Impulsforum

Kontroverse Diskussion rund um die Pensionskassen

Die St.Galler Kantonalbank will ihren Kunden nicht nur in Geldfragen zur Seite stehen, sondern auch Veranstaltungen bieten, die zum Nachdenken und zu Diskussionen anregen.

Die zweite Ausgabe des Impulsforums PROGRESS trug den verheissungsvollen Titel «Wohin führt uns das Pensionskassen-Roulette?». Als Referenten waren der Pensionskassenexperte Dr. Werner C. Hug, der Wirtschaftsjournalist Dr. h.c. Beat Kappeler, Alt National- und Regierungsrat Peter Bodenmann und der Präsident der Geschäftsleitung der St.Galler Kantonalbank, Dr. Urs Rüegsegger, geladen. Wir von der Mediapolis waren für das Konzept, die Themenauswahl sowie für die Suche geeigneter Referenten verantwortlich. Zudem standen wir der St.Galler Kantonalbank bei der Organisation des Events mit Rat und Tat zur Seite. Schliesslich stellte unser Geschäftsführer Dr. Sven Bradke an diesem Abend einmal mehr sein Moderations-Talent unter Beweis. ■

v.l.: Peter Bodenmann, Urs Rüegsegger, Sven Bradke, Werner C. Hug und Beat Kappeler diskutieren über die Probleme der Pensionskassen.

Eindrückliche Rückkehr von the BEE company

Die in Tägerwilen domizilierte the BEE company hat nach dem Zusammenbruch vor zwei Jahren einen eindrücklichen Relaunch geschafft. Heute ist the BEE company mit rund 150 Mitarbeitenden in der Schweiz und 200 Mitarbeitenden in Deutschland wieder einer der führenden Call Center Full-Service Dienstleister für TeleSales, Support und CRM-Projekte sowie IT-UserHelpDesk-Lösungen. Der Verwaltungsrat steht unter dem Präsidium von Nationalrat Peter Weigelt, St.Gallen. Im Weitern gehören der strategischen Führung Rolf Weigele, Steckborn, und Dr. Thomas Borer, Berlin, an.

Nebst dem persönlichen Engagement von Peter Weigelt als Verwaltungsratspräsident unterstützt Mediapolis die the BEE Company auch in kommunikativen und marketingorientierten Aktivitäten. ■

Gemeinde Rebstein – Standortwettbewerb

Die Gemeinde Rebstein im Standortwettbewerb

Für die Gemeinde Rebstein durfte Mediapolis ein Strategieseminar durchführen. Dieses diente dazu, Wege für die Zukunft zu analysieren und zu bewerten. Aufgrund der Ergebnisse dieses Seminars wurden neue Kommunikationsinstrumente, insbesondere zwei neue Broschüren, in Zusammenarbeit mit DMC AG, St.Gallen, die für die Gestaltung verantwortlich war, entwickelt. Dank diesen Drucksachen hat die Gemeinde Rebstein aussagekräftige Mittel erhalten, um ihre Standortvorteile optimal zu kommunizieren. ■

Sabine Ruf Häni
Geschäftsführerin Thurgau
Partner

Mediapolis
AG für Kommunikations-Management
Konstanzerstrasse 20, CH-8280 Kreuzlingen
Tel. +41 (0) 71 677 04 80 ■ Fax +41 (0) 71 677 04 81

Königsdisziplin
Kundenorientierung

Im Management von privaten Unternehmen hat die Kundenorientierung schon vor Jahren Einzug gehalten, der Kunde ist Repräsentant des Marktes und bestimmt die Nachfrage. Diese Anspruchshaltung macht auch vor der Öffentlichen Verwaltung nicht Halt. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Stadt- und Gemeindeverwaltungen bilden den Prüfstein für Servicequalität und Kundenorientierung. Vielfach werden durch Kleinigkeiten Kommunikationsbarrieren aufgebaut und Vorurteile behindern eine kooperative Zusammenarbeit. Information und Sensibilisierung erhöhen das konstruktive Miteinander und steigern Motivation und Leistungsbereitschaft. Diese Überlegungen und die Ergebnisse stichprobenweiser Befragungen in ausgewählten Gemeinden bildeten die Grundlage für ein Workshopkonzept, das von uns für verschiedene Städte und Gemeinden umgesetzt wurde.

Know-how-Transfer auf der einen, bewusstes Time out auf der anderen Seite: Die Mitarbeitenden in den jeweiligen Gemeinden wussten es zu schätzen und leisteten mit ihren Voten und Erfahrungen einen wichtigen Beitrag zur Weiterentwicklung der Thematik.

Erfreuliche Erkenntnis am Rande: Kundenorientierung ist in vielen Gemeinden schon lange keine leere Worthülse mehr, sondern geschätzte Realität im täglichen Umgang mit den Einwohnerinnen und Einwohnern. ■

Die Menschen
sollen sich wohl fühlen

Der Wunsch der Verantwortlichen des Alterswohn- und Pflegeheims Region Sulgen war es, die Kommunikationsaktivitäten mittelfristig neu auszurichten und mit verschiedenen Kommunikationsinstrumenten das Haus und seine Dienstleistungen in der Öffentlichkeit positiv zu verankern. Den Auftakt sollte eine Broschüre bilden, welche die Vorteile des Hauses aus einer etwas anderen Perspektive beleuchtet und ins richtige Licht rückt. «Wir wollen, dass sich die Menschen wohl fühlen», so lautet nicht nur der Titel der neuen Broschüre, so lautet auch das Credo von Heimleitung und Mitarbeitenden. Die Menschen bilden das Herz der neuen Publikation. Persönlichkeit, Werthaltungen und die Erfahrungen der Pensionäre im Alterswohn- und Pflegeheim Region Sulgen sind eine inhaltliche Dimension. Das engagierte Team eine andere. Der Auftakt ist gelungen, weitere kommunikative Taten werden folgen... ■

In eigener Sache – auch unser Team will gepflegt sein…

Unsere Arbeitswelt wird immer dynamischer und komplexer. Eine Fülle von Daten, Informationen und Prozessen definieren den Alltag. Für zwischenmenschliche Kommunikation und Interaktion bleibt immer weniger Raum und Zeit. Umso wichtiger wird die Qualität der Unternehmenskultur. Diese will aufgebaut und gepflegt sein. Gemeinsames Erleben verbindet; was liegt also näher, als Raum zu geben für ein Miteinander ausserhalb des betrieblichen Alltags, ausserhalb der Projekte und Projektgruppen. Die Mediapolis-Teams aus Bern, Zürich, St.Gallen und Kreuzlingen haben sich in diesem Jahr im spätsommerlichen Thurgau getroffen und den Dialog und das Miteinander auf einer anderen Ebene gesucht und gefunden. Am Schluss war das Ergebnis auch der gemeinsame Erfolg. Ein etwas anderer Kochkurs hatte nämlich auch Ungeübte an Topf und Herd gelockt und gemeinsam haben Fertigkeit, Wissen und Erfahrung ein köstliches Mahl hervor gebracht. Der Genuss war verdient und wurde ausgekostet... ■

Martin Baltisser
Geschäftsführer Bern
Partner

Mediapolis
AG für Kommunikations-Management
Kramgasse 68, CH-3000 Bern 7
Tel. +41 (0) 31 313 28 28 ■ Fax +41 (0) 31 313 28 29

Schweizer Premiere
Lehre als Recyclist

Im Juli 2003 haben die ersten Lehrlinge ihre dreijährige Ausbildung zum Recyclisten oder zur Recyclistin mit dem Erhalt des eidgenössischen Fachausweises abgeschlossen. Für den Verband Stahl- und Metall-Recycling Schweiz VSMR ist dies ein Meilenstein in seinen Bemühungen um eine qualitativ hochstehende Berufsausbildung in der Recycling-Branche.
Im VSMR sind alle namhaften Firmen der schweizerischen Recyclingbranche zusammengeschlossen, welche sich vorwiegend mit dem Sammeln und Aufbereiten von Eisen- und NE-Metallschrott, von elektrischen/elektronischen Geräten sowie von Altautos befassen, wie aber auch mit der Verarbeitung von Materialien wie Glas, Kunststoff, Karton und Papier.

Um den hohen Anforderungen, welche an die Recyclingbetriebe in ökologischer und ökonomischer Hinsicht gestellt werden, gerecht zu werden, wird geschultes Fachpersonal immer wichtiger.
Mediapolis Bern führt seit Frühjahr 2002 die Geschäftsstelle des VSMR und trägt wesentlich zur Weiterentwicklung des Verbandes und seiner innovativen Aktivitäten bei. ■

Car Tourisme Suisse –
Ein neuer Name…

Die bisherige Fachgruppe Car des Schweizerischen Nutzfahrzeugverbandes ASTAG hat sich einen neuen Namen und einen neuen Auftritt gegeben.
Unter dem Titel «Car Tourisme Suisse» positioniert sie sich als eigenständige Marke im Personenverkehr und in der Tourismusbranche. Mediapolis durfte den Namensgebungs-Prozess begleiten.

Bei der Wahl des Namens musste auf verschiedene Aspekte Rücksicht genommen werden. So ging es insbesondere darum, die touristische Relevanz und die volkswirtschaftliche Bedeutung des Car-Tourismus zu dokumentieren. Aber auch der Verkehrsträger Car sollte nicht zu kurz kommen. Schliesslich war es als national und international tätige Organisation wichtig, die gesamtschweizerische Klammerfunktion zu unterstreichen und mit der französischen Sprache auch internationaler Anwendung gerecht zu werden. ■

Wahlerfolge über die ganze Schweiz

Mediapolis wird von aussen oft als politische PR-Agentur wahrgenommen, obwohl nur rund ein Viertel des Umsatzes mit politischen oder politiknahen Mandaten erwirtschaftet wird. Denn Abstimmungs- und Wahlkampagnen schaffen erfahrungsgemäss mehr Öffentlichkeit als das Erarbeiten von Kommunikationsstrategien, die Medien-Schulung von Unternehmern oder die präventive Entwicklung von Krisenkommunikationskonzepten.

Doch in den letzten Monaten war politisches Handeln trotzdem eine bestimmende Grösse im Mediapolis-Alltag, übernahmen wir doch die Verantwortung für zahlreiche Wahlkampagnen von Interessengruppen, Kantonalparteien und/oder einzelnen Kandidatinnen und Kandidaten. Da diese Leistungen ganz bewusst im Hintergrund erbracht werden, verzichten wir auch an dieser Stelle auf eine Auflistung der betreuten Persönlichkeiten und Organisationen.
Entscheidend ist jedoch die Feststellung, dass nach innen hohe Transparenz gewährleistet ist und die Auftraggeber von den diversen Mandaten Kenntnis haben und diese auch akzeptieren. Denn eine doppelte Loyalität gibt es bei Mediapolis nicht, weshalb wir uns selbstredend auf Mandate aus dem bürgerlichen Umfeld beschränken.

Die Tatsache, dass nebst der überzeugenden Wiederwahl unseres Verwaltungsratspräsidenten Peter Weigelt mit lediglich zwei Ausnahmen alle unterstützten Kandidatinnen und Kandidaten gewählt wurden oder sich auf dem ersten Ersatzplatz positionieren konnten, befriedigt und belohnt gleichzeitig für den grossen persönlichen Einsatz, den alle beteiligten Mediapolis-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter an allen Standorten in den letzten Monaten erbracht haben. ■

Andreas Jäggi
Geschäftsführer Zürich
Partner

Mediapolis
AG für Kommunikations-Management
Kirchenweg 4, CH-8008 Zürich
Tel. +41 (0) 1 384 49 00 ■ Fax +41 (0) 1 384 49 01

IRGC
International Risk Governance Council

www.irgc.org

Der International Risk Governance Council IRGC ist eine neue, internationale Plattform mit dem Ziel, Standards zur Bewertung und Bewältigung von Grossrisiken zu erarbeiten. Trotz der abstrakten und wissenschaftlichen Materie musste es der Kommunikation gelingen, die Bereitschaft des Councils zum unvoreingenommenen Dialog mit allen Fakultäten der Wissenschaft, Behörden und Politikern auf internationaler Ebene darzustellen.
Nach der sorgfältigen Evaluation der Grundwerte des IRGC wurde ein Corporate Design entwickelt, das Lösungsorientiertheit, Ausgewogenheit, Souveränität und Dynamik ausdrückt. Das Kommunikationskonzept berücksichtigte die dezentrale Organisation des IRGC und die besonderen Bedürfnisse der internationalen Wissenschafts-Community.

Zur offiziellen Gründung und dem Erstauftritt in der Öffentlichkeit sowie den Medien lagen Briefschaften, ein modular aufgebautes Selbstporträt samt Projektbeschreibungen und das Konzept einer Website vor. Dabei wurde viel Aufmerksamkeit darauf verwendet, die Templates für Berichte, Präsentationen bis hin zu Adressaufklebern und CD-Labels so aufzubauen, dass künftig auch mit IRGC-eigenen Ressourcen professionelle Kommunikationsmittel produziert werden können. ■

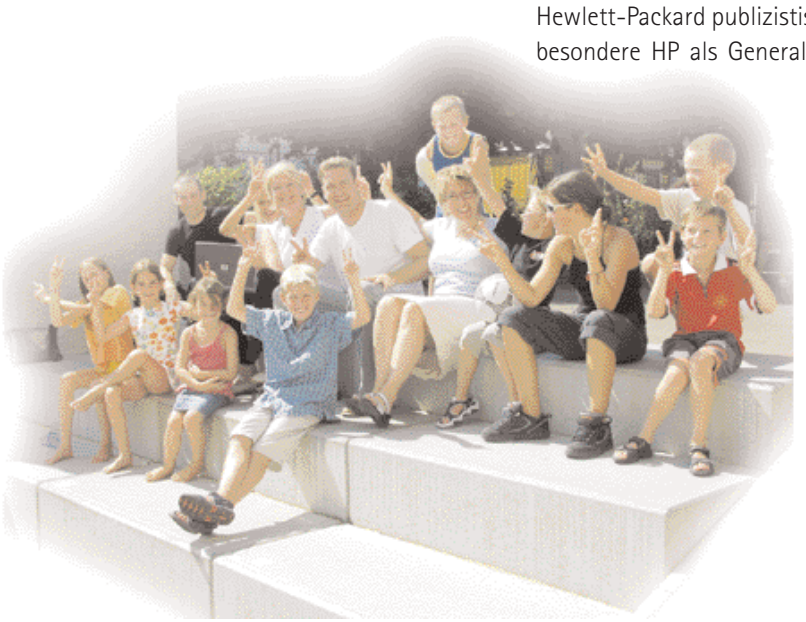
Public Affairs
Bildung, Wirtschaft und Staat

Eine wesentliche Voraussetzung für eine moderne Schule ist zweifelsohne die Ausrüstung mit einer zeitgemässen IT Infrastruktur.
Ein Musterbeispiel für ein Bildungsengagement aus der Wirtschaft ist sicherlich das HP Education Programm, in welchem sich lange Erfahrung in der Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Bildungsinstitutionen dokumentiert.
Unter Mitwirkung zuverlässiger und speziell für diese Aufgabe zertifizierter «Schul-Fokus-Partner» werden dabei Schulen direkt vor Ort in der Konzipierung und Realisierung innovativer Schulinfrastrukturprojekte begleitet.
Mediapolis wurde beauftragt, das Engagement von Hewlett-Packard publizistisch zu begleiten und insbesondere HP als Generalsponsor der 37. Berufsweltmeisterschaft bei Entscheidungsträgern aus Bildung, Beruf und Wirtschaft bekannt zu machen. Mediapolis leistete für Hewlett-Packard klassische PR-Arbeit. Nebst Presseberichten, Newsletters und Präsentationen zeichneten wir auch für die Einladung von VIP-Gästen aus Bildung, Beruf und Wirtschaft an der 37. Berufsweltmeisterschaft verantwortlich.

Resultat:
Das Engagement von Hewlett-Packard mit dem zukunftsweisenden HP Edu Programm wird von der Öffentlichkeit wahrgenommen und positiv bewertet. Gesellschaftliche Verantwortungsträger aus Politik und Wirtschaft sind über die Aktivitäten von Hewlett-Packard im Bildungsbereich informiert. ■

invent

37. Berufswelt-
meisterschaft St.Gallen
19.–22. Juni 2003



Medientraining
Bereit für die **Berufs-WM**

Medientraining: Voraussetzung für einen kommunikativen Erfolg!
Mediapolis hat in den vergangenen Jahren zahlreiche Medientrainings mit Geschäftsleitungsmitgliedern und Vereinsvorständen durchgeführt. In diesem Jahr durfte sie auch wieder alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Berufsolympiade auf ihre öffentlichen Auftritte vorbereiten. Nebst einem kurzen, theoretischen Block über Rhetorik, Mimik, Gestik, Antworttechniken und Massnahmen zum Stressabbau wurde die gesamte Delegation geschult, bestmögliche Radio- und TV-Interviews zu geben. Und zwar nicht irgendwo in einem Theorieraum, sondern vor laufenden Kameras und gleissendem Licht im Studio von TeleOstschweiz. Wer im Zeitalter der Kommunikation Erfolg erzielen will, der sollte ebenfalls ein solches Medientraining besuchen. Die Auftritte der Schweizer Medaillengewinner in der Öffentlichkeit haben gezeigt, dass diese halb- oder ganztägigen Trainings helfen, Sympathien und Aufmerksamkeit zu erzielen. ■

Sven Bradke bereitet die Olympioniken im Studio von TeleOstschweiz auf ihre Medienauftritte vor.

30 Jahre **GIM FIT CLUB BERN** – das Firmenjubiläum

Mit einem rauschenden Fest feierte der Gym Fit Club Bern, der älteste Fitness-Club der Schweiz, am 1. September 2003 im Kursaal Bern sein 30-jähriges Jubiläum. Der Abschlussanlass des Jubiläumsjahrs mit 300 Gästen bildete den Höhepunkt unter zahlreiche Aktivitäten. Allein dieser Schluss-Event dauerte mehrere Tage und hatte nachhaltige Resonanz.

v.l.: Nationalrat Hermann Weyeneth, Heinz Egli (Moderator), Peter Reber und Simone Niggli-Luder bei einer Talk-Runde.

Simone Niggli-Luder, 4-fache OL-Weltmeisterin 2003, machte ebenso mit beim Walken auf dem laufenden Band wie Peter Reber (rechts im Bild).

Weltrekord als aussergewöhnlicher Aufhänger
Aufhänger des Anlasses bildete ein Weltrekordversuch: Während sieben Tagen und Nächten walkten insgesamt 1'000 Läuferinnen und Läufer jeweils für 10 Minuten rund um die Uhr auf dem Laufband. Zuerst zentral positioniert im Fitness-Center. Schliesslich mit diverser Prominenz und unter dem frenetischen Jubel des Publikums am Abschlussanlass selbst – mitten auf der Show-Bühne. Mit diesem unkonventionellen Vorlauf für einen Jubiläumsanlass konnte gleich ein Mehrfachnutzen erzielt werden. 1'000 Personen, Mitglieder des Clubs, ganze Firmen und Abteilungen aus der Berner Wirtschaft und zahlreiche Sportbegeisterte konnten so aktiv in den Jubiläumsanlass integriert werden. Sie sind heute alle Weltrekordhalter. Der Dauerlauf wurde übrigens rund um die Uhr über eine Web-Cam auf der Internetseite des Gym Fit Club übertragen. Bekannte und Bürokollegen konnten also mitfiebern. Dieser besondere Rekord war den Berner Medien mehrere Berichte wert. So gab es unter anderem längere Beiträge in den lokalen Radio- und TV-Stationen. Die Teilnehmer am Weltrekord entrichteten ein «Startgeld» von 10 Franken. Der Erlös des Firmenjubiläums kam drei gemeinnützigen Organisationen im Gesundheits- und Sportbereich zu Gute.

Der Event als letztes Glied in der Kette
Der Schlussevent lockte neben dem Abschluss des Weltrekords mit einer Mischung aus Sport, Show, Politik und kulinarischen Angeboten. So hatten unter anderem der Sänger Peter Reber und die OL-Weltmeisterin Simone Niggli-Luder Auftritte. Heinz Egli von Mediapolis Bern führte durch den unterhaltsamen Abend, welcher wiederum einigen Widerhall in der Presse fand.
Das gesamte Jubiläumsjahr war im Übrigen von diversen Aktivitäten geprägt. So zum Beispiel die Teilnahme an der Ferien- und Gesundheitsmesse Bern, die Lancierung eines neuen Gesundheits-Hauses oder eine Aktion mit umgespritzten Smart-Autos.
Mediapolis Bern zeichnete nebst der Idee für den Weltrekordversuch für die Konzeption und kommunikative Begleitung des Jubiläumsjahres sowie für das Programm und die Moderation des Schlussevents verantwortlich.

Das Jubiläum des Gym Fit Club Bern zeigt auf, dass Ereignisse heute einem Mehrfachnutzen gerecht werden müssen, wenn sich die investierten Kosten lohnen sollen. Nur auf diese Weise kann schliesslich auch die nötige Aufmerksamkeit in den unterschiedlichen Zielgruppen erreicht werden. Eine Botschaft braucht Emotionen, Bilder und Bewegung, wenn sie Gehör finden und einen nachhaltigen Beitrag zur Image-Bildung leisten soll. ■

mhs@internet

Matthias Hertzog
Geschäftsführer

mhs@internet AG
Zürcherstrasse 204, CH-9014 St.Gallen
Tel. +41 (0) 71 274 93 93 ■ www.mhs.ch
Fax +41 (0) 71 274 93 94 ■ info@mhs.ch

Relaunch emb.net

Das Online-Portal www.emb.net ist mit geändertem Konzept komplett überarbeitet und neuem Layout online.
Die emb.net konzentriert sich auf die Region Ostschweiz. Die Unternehmen präsentieren sich über einen kostenlosen Grundeintrag nebst kostenpflichtigen Informationen in der Rubrik «Ostschweizer Gewerbe».
Als «Willkommensgeschenk» für die Firmen sind auf www.emb.net die Einträge bis zum 31. Dezember 2003 kostenlos. Vereine, soziale Dienste, gemeinnützige Organisationen sowie staatliche Schulen und Ausbildungszentren erhalten zeitlich unbegrenzte Gratiseinträge.
Für die Besucher der Webseite stehen neben der Firmen-Datenbank das tägliche Fernsehprogramm, das Kinoprogramm, Notfallnummern und andere Informationen zur Verfügung.
Im emb.net-Shop können beispielsweise Weine von Simone Lanz (Restaurant Jägerhof) oder auch Münzen der offiziellen Münzstelle der Schweizer Eidgenossenschaft eingekauft werden.
Speziell an das jüngere Publikum richten sich Services wie der Gratis-SMS-Versand, der Download von Handylogos und Handyklingeltönen, die täglichen Spielfilmhighlights sowie eine Auswahl von Radiosendern, die live über das Internet gehört werden können. ■

Das Angebot ist ab sofort unter **http://www.emb.net** sowie unter **http://www.emb.ch** verfügbar.

neue Hostingleistungen

Aktuell

Neue Hostingleistungen für alle Kunden der mhs@internet AG

Anti-Spam Filter – Zusatzleistung zum Hosting
- Überprüfung aller E-Mails auf Spam-Inhalte
- Ausgefilterte Spam-Mails auf gesondertem Konto überprüfbar
- Ständige Aktualisierung der Software (lernende Software)

Anti-Virus Filter – Virenscan aller E-Mails
- Verhindert Eindringen ins System
- Keine Weiterleitung infizierter E-Mails
- Benachrichtigung bei Virenbefall
- E-Mails werden ausserhalb des eigenen Systems gescannt
- Doppelte Sicherheit in Verbindung mit dem bestehenden Scanner auf dem PC

Vom Allegretto zum **Fortissimo**

Jeweils im September lädt Caratello Weine zum bereits traditionsreichen Concerto ein. Ein herrliches Angebot an Weindegustationen, Workshops und dem unvergleichlichen, musikalischen Sonntagsmatinée erwartet die Freunde italienischer Weine. Ein wahres Fest für Gaumen, Nase, Ohr und Herz.
Ueli Schiess von Caratello Weine übergab auch dieses Jahr die Herstellung aller Drucksachen für das Concerto an die DMC Druck & Mail Center AG. Für das DMC-Team bedeutet dieser Auftrag immer eine besondere Herausforderung, gilt es doch, alle Druckprodukte innert kürzester Frist zur Druckreife zu bringen. Selbstverständlich wird dazu modernste Technik eingesetzt, - digitaler Datenaustausch ermöglicht einen sehr raschen Prozessablauf. Kurz nach der Ausführung letzter Korrekturen konnten bereits die ersten Druckformen elektronisch zusammengestellt und die CTP-Offsetplatten belichtet werden. Der Druck war startbereit. Was mit einem Allegretto begann, endete pünklich auf den vereinbarten Termin mit einem Fortissimo Furioso mit der Auslieferung aller Drucksachen beim Kunden.
Für DMC – als Dienstleister rund um das gedruckte Produkt – zählt Qualität und rasche Lieferbereitschaft zum Standardservice.

Impressum

Herausgeber
Mediapolis
AG für Kommunikations-Management
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
DMC Druck & Mail Center AG, St.Gallen
www.dmc-druckundmail.ch

Auflage
2'500 Exemplare
[erscheint halbjährlich]