



C o m m u n i c a t o r

Ausgabe 2012

Inhalt

Gossau

Heisser Abstimmungskampf

Wahlmarathon

Mediapolis mischt bei den St.Galler Wahlen mit

acrevis

Fusion zweier führender Regionalbanken des Kantons St.Gallen

FCS Park

Neues Stadion für den FC Schaffhausen?

Social Media

Zwitschern, liken und posten ...

Zürcher Pillenstreit

14 Jahre und kein Ende

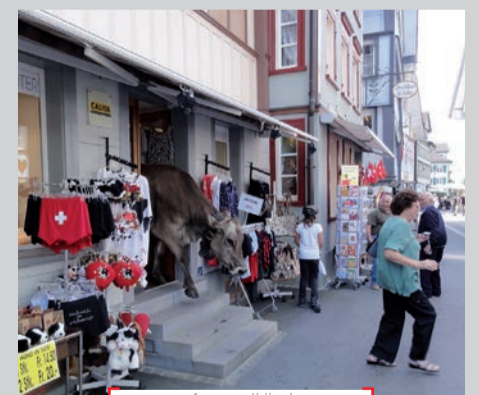
SAMM

Interlaken: Kongress mit «Suchtpotenzial»

Grafik

Visuelle Gestaltungen

clin d'œil



Paparazzi: Sven Bradke



Vorwärts schauen – auch in schweren Zeiten!

In den letzten Monaten waren klare Signale auszumachen, dass schwerere Zeiten auf uns zukommen. Konjunkturprognosen wurden immer wieder nach unten korrigiert. Namhafte Unternehmungen kündigten Entlassungen an. Auftragseinbrüche stehen allseits auf der Tagesordnung.

Somit war der erfreuliche und unerwartete Aufwärtstrend nach der ersten Finanzkrise eben doch nicht nachhaltig. Der berühmte «double dip» scheint Realität zu werden. Einem W-Muster folgend müssen wir offensichtlich nochmals «tauchen», bevor wieder bessere Zeiten kommen.

Auch wenn es uns im Vergleich zu anderen Staaten noch gut geht, so schmerzt die aktuelle Lage. Zumal wir die Euro- und Schuldenkrise weder mitauslösten noch dafür

verantwortlich sind. Im Gegenteil, dank einer soliden Politik konnten wir den schweizerischen Staatshaushalt mittels unserer innovativen Schuldenbremse im Lot halten. Als kleines, exportorientiertes Land sind wir aber vollends den Wellen der Weltwirtschaft ausgesetzt. Egal, wie diszipliniert wir arbeiten. Es gilt nun, das Beste aus der Situation zu machen. Hierfür sind vor allem Produktivitätsfortschritte nötig. Wir müssen also jene Standortfaktoren nutzen, die uns noch bleiben. Das sind insbesondere auch Köpfe, Ideen und Innovationen.

Dr. rer. publ. HSG Sven Bradke
 Verwaltungsratspräsident/Geschäftsführer



Milizarbeit – Fronarbeit?

Im letzten Jahr fanden die National- und Ständeratswahlen statt. Am 11. März werden in St.Gallen die Kantons- und Regierungsräte gewählt. Und im Herbst treten die Gemeindebehörden zur Wahl an. Alle vier Jahre erleben wir diese politische Tortur. Kaum ist eine Schlacht geschlagen, folgt die nächste. Zum Durchatmen bleibt keine Zeit. Vorwärts, nächstes Ziel heisst die Devise!

Wahlmarathon

Der Vorteil dieses Marathons ist, dass die Nationalratswahlen einen ersten Test abgeben und dann klar ist, in welche Richtung die politische Reise geht. Positiv ist auch, dass im Herbst alles vorbei ist und alle wieder zur Sachpolitik übergehen können. Negativ zu werten ist, dass die Kräfte von Monat zu Monat schwinden. Die Miliz stösst an ihre Grenzen. Genau gleich wie in sozialen Fragen oder beim Vereinsleben.

Gezielte Unterstützung

Milizarbeit wird selten belohnt und kaum geschätzt. Zumal in wirtschaftlich schwierigen Zeiten andere Punkte auf der Tagesordnung stehen. Wir können als Agentur zwar wertvolle Hilfe bieten. Wir tun dies auch mit viel Freude und Engagement. Eine vollständige Delegation ist aber nicht immer möglich. Das liegt am System.

Synergien und Erfahrungen

Bei vielen Vereinen und Organisationen sind wir aber als Geschäftsstelle mandatiert. Wir übernehmen dabei die gesamte Geschäftsführung, während die Präsidenten und Vorstandsmitglieder vor allem Repräsentations-, Aufsichts- und Kontrollfunktionen wahrnehmen. Dies hat sich bewährt, zumal wir aus vielen Mandaten wertvolle betriebliche Synergien ein- und grosse politische Erfahrung mitbringen können.

Outsourcing?

Verbände und Vereine, egal aus welchem Bereich, sollten sich überlegen, ob ein teilweises «outsourcing» die Leistungsfähigkeit der eigenen Organisation nicht steigern könnte. Wir wissen, dass dies in vielen Fällen möglich ist.

Sven Bradke

Dr. Sven Bradke
Geschäftsführer



Gossau: Sommerau Nord

Neue Gewerbe- und Industriezone

Das Gossauer Stimmvolk entschied sich mit grossem Mehr für die Ansiedlung neuer Gewerbe- und Industrieunternehmen in der Sommerau Nord, nahe der Autobahn A1. Unbestritten war, dass neue Flächen geschaffen werden müssten. Die Politik wollte aber für Gewerbe- und Industriebetriebe einen anderen Standort als die Sommerau Nord. Infolgedessen blieb nur mehr das Instrument der Volksinitiative. Innert kürzester Zeit konnten die nötigen Unterschriften gesammelt und die Volksabstimmung gewonnen werden. Mediapolis verhalf der Idee Sommerau Nord über die politischen Rechte zum Durchbruch. ◊



ALDI SUISSE

Neuer Hauptsitz

Die ALDI SUISSE AG bezieht in diesem Jahr den neuen Hauptsitz und das Ostschweizer Verteilzentrum in Schwarzenbach bei Wil. Hier werden im Endausbau rund 300 Personen beschäftigt sein. Die Mediapolis wünscht der ALDI SUISSE einen guten Start im neuen Heimatkanton St.Gallen! ◊



Wahlkampf

für den National- und Ständerat

Mediapolis begleitete die FDP des Kantons St.Gallen während der National- und Ständeratswahlen. Den Auftakt bildete eine breit angelegte Imagekampagne, die am 1. August lanciert wurde. Hierzu wurden im ganzen Kanton gut sichtbare Werbeblachen platziert. Eine besondere Herausforderung bestand darin, die visuellen Vorgaben der FDP Schweiz mit den kantonalen Bedürfnissen in Einklang zu bringen. Dies mit dem Ziel, dank guter Köpfe eine breite Wählerschaft anzusprechen. So lautete der Slogan der FDP St.Gallen auch «Starke Köpfe machen eine gute Partei aus». ◊



14-jähriger Kampf

1998...

Seit 1998 findet im Kanton Zürich der sogenannte «Pillenstreit» statt. Auslöser war eine Entscheidung des Verwaltungsgerichts. Dieses kam zum Schluss, dass ein Verbot der ärztlichen Medikamentenabgabe in Winterthur und Zürich nicht rechtmässig sei. Der Kantonsrat schlug

alsdann vor, dass alle Arztpraxen, die im Umkreis von 500m eine Apotheke hätten, keine Medikamente abgeben dürften. Das Volk lehnte diesen Vorschlag 2001 ab. Mediapolis verhalf den Ärzten damals zum Abstimmungserfolg.

2003 Im Folgenden beschloss der Kantonsrat, dass nur noch jene Ärztinnen und Ärzte Medikamente abgeben dürften, in deren



Gemeinde es keine 24h-Apotheke gäbe. 2003 lehnte das Stimmvolk diese untaugliche Regelung ab. Der Slogan lautete «NEIN bleibt NEIN!»

2008 Der Regierungsrat versuchte alsdann, die ärztliche Medikamentenabgabe in einer Verordnung zu regeln. Der Vorschlag sah eine Wahlfreiheit der Patienten vor. Die Apotheker wehrten sich jedoch über eine Beschwerde ans Bundesgericht erfolgreich.





acreviS

Ihre Bank, näher bei Ihnen

Ende September 2011 haben sich mit der Bank CA St.Gallen AG und der swissregiobank AG die zwei führenden Regionalbanken der Ostschweiz zur acreviS Bank AG zusammengeschlossen. Die neue, vom Bodensee bis an den Zürichsee tätige Bank tritt unter der Marke «acreviS» auf und profiliert sich vor allem durch ihre Nähe zum regionalen Kunden. Analogien aus dem Lateinischen bilden die Bausteine der neuen Marke: «accrede-re» (Glauben schenken), «credere» (anvertrauen) und «vis» (Stärke, Kraft).

Mediapolis begleitete die mehrstufige Kommunikation zu den unterschiedlichsten Zielgruppen und entwickelte die neue Marke als Gesamtkonzept aktiv mit. ◦



olmaTV – erfolgreich in Zürich und Bern

2006 wurde Mediapolis – zusammen mit einem Partnerunternehmen – mit dem Innovationspreis «Idee-Suisse» der Schweizerischen Gesellschaft für Ideen- und Innovationsmanagement ausgezeichnet. Die Ehrung erfolgte in Würdigung der konzeptionellen und praktischen Arbeiten zur Integration des Bewegtbildes ins Internet. Für viele waren diese Arbeiten damals noch ein Buch mit sieben Siegeln.

BewegtBild = Selbstverständlichkeit

Heute, sechs Jahre später, hat sich die Ausgangslage radikal geändert. Was 2006 noch als Spielerei abqualifiziert wurde, ist heute in aufstrebenden Unternehmen bereits Alltag. Das erhöht den Druck auf jene, die sich der digitalen Entwicklung verweigern. Das Bewegtbild als Kommunikationsinstrument ist heute eine Selbstverständlichkeit; orts- und zeitunabhängig verfügbar sowie gegenüber klassischen Informationsträgern in emotionaler und identifizierender Hinsicht um Längen voraus.

InternetTV

Ein ideales Praxisbeispiel bietet das olmaTV, das erstmals als private und unabhängige Initiative angeboten wurde. Dies in der Überzeugung, dass gerade eine Messe, die von Menschen, Emotionen und Bildern lebt, auf das Bewegtbild nicht mehr verzichten darf. Der Erfolg, bei InternetTV-Projekten genau messbar, war überwältigend. Dies nicht nur bei Zuspruch und Reaktionen der Zuschauer, sondern auch bei der regionalen Nutzung.

Bratwurst-Duft

Die OLMA, traditionell die Messe der Ostschweizer, fand über olmaTV auch in Zürich grossen Zuspruch. 36% der Zugriffe erfolgten aus dem Kanton Zürich, 22% aus dem Kanton St.Gallen und 12% aus dem Kanton Bern. Mit fast 50% der Zugriffe aus Bern und Zürich hat die OLMA die geografischen Grenzen gesprengt. Auch wenn der «Bratwurst-Duft» noch nicht mitgeliefert werden konnte – Wirklichen dank!

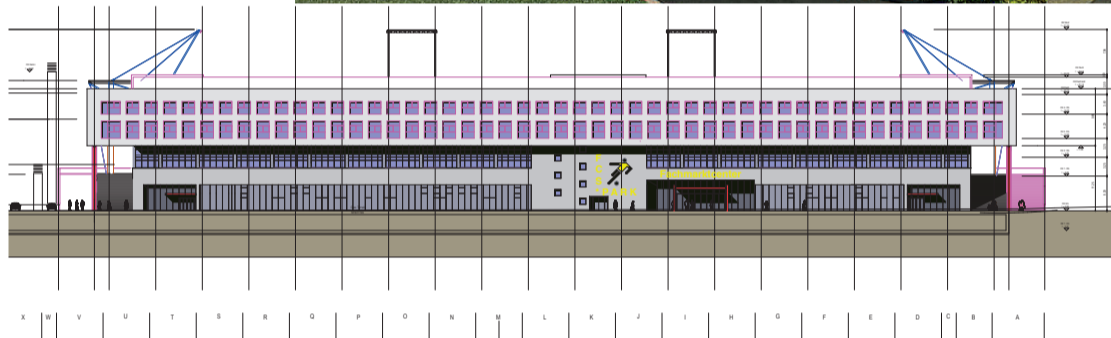


Peter Weigelt
PR-Berater BR/SPRG

Schaffhausen

Neues Fussballstadion «FCS Park»

In Schaffhausen-Herblingen soll per Ende 2013 ein neues Fussballstadion mit entsprechender Mantelnutzung erstellt werden. Hierfür zeichnen die Firmen Fontana Invest als Bauherr und die Porr Suisse AG als TU verantwortlich. Das Stadion soll 8'000 Sitzplätze umfassen und rund 22 Mio. Franken kosten. Der Fachmarkt mit einer Nutzfläche von rund 19'000m² löst eine Bausumme im Umfang von 85 Mio. Franken aus. Zudem wird für die Ausbauten der Geschäfte mit weiteren 45 Mio. Franken gerechnet. Am Standort sollen so über 150 Mio. Franken investiert und 150 neue Arbeitsplätze geschaffen werden. Mediapolis begleitet dieses regional sehr bedeutende Projekt kommunikativ. ◦



Social Media

«Zwitschern», «liken» und «posten» – neue Kommunikationsformen?

Das Thema Social Media ist allgegenwärtig. Kaum ein Tag vergeht, an dem wir nicht darüber lesen, davon hören oder gar selbst im sozialen Internet kommunizieren.

Diese neuen Formen der Kommunikation ergänzen die klassischen Kanäle und stellen den Dialog und die Interaktion mit Anspruchsgruppen in den Fokus. Damit erhält das Beziehungs-, Informations- und Identitätsmanagement eine zusätzliche Dimension.

Mit unseren Praxisseminaren und individueller Beratung machen wir Führungskräfte aus KMU mit dieser neuen Art der Kommunikation vertraut und legen damit die Basis für eine erfolgreiche Kommunikation im Web 2.0. ◦



Die Ärzteschaft lancierte daraufhin eine Gesetzes-Initiative, die den Verordnungstext der Regierung auf Gesetzesstufe verankerte. 2008 sprach sich das Stimmvolk deutlich für diese Initiative aus. Und wie könnte es anders sein, die Apotheker riefen wieder das Bundesgericht an.

2011 Dieses wies die Beschwerde der Apotheker in allen Punkten ab. Einer Einführung der neuen Regelung hätte eigentlich



Respektloser Umgang mit Volksrechten!

Vor einem Jahr sagte das Zürcher Stimmvolk

Dieses JA ist bis heute nicht rechtskräftig, weil die damaligen Verlierer unablässig die Gerichte beschuldigen. Unsere direkte Demokratie läuft Gefahr, im Strudel von Einzelinteressen und Richterrecht unterzugehen. Wo bleibt der Respekt vor dem Volk und seinem Willen?



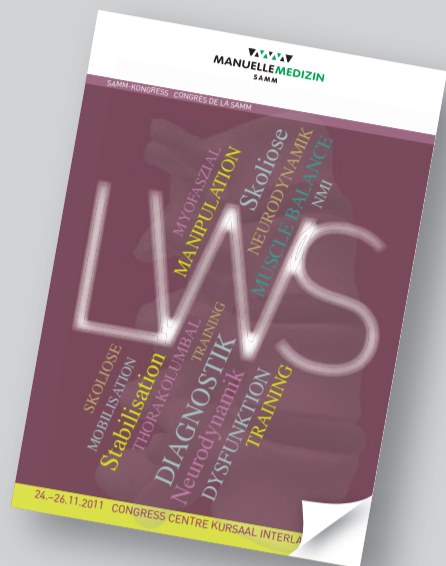
nichts im Wege stehen dürfen. Doch die Apotheker lancierten schon wieder Beschwerden an Gerichte. Nach drei gewonnenen Abstimmungen und einem vierzehnjährigen Kampf bleibt nur: Fortsetzung folgt!



...bis?



Foto R. Kühne/OLMA



SAMM Kongress

Die Jahrestagung der Schweizerischen Ärztesgesellschaft für Manuelle Medizin (SAMM) ist die wichtigste und grösste Fortbildungsveranstaltung für Ärzte mit einer Zusatzausbildung in Manueller Medizin. Insgesamt reisen jeweils rund 900 Ärztinnen und Ärzte nach Interlaken, um sich über die neusten wissenschaftlichen Erkenntnisse im Bereich der Manuellen Medizin zu informieren. Die Manuelle Medizin ist eine Methode, die dann angewendet wird, wenn der Patient Bewegungseinschränkungen an Gelenken oder Muskelverspannungen hat. Beim letzten Kongress lag der Fokus auf der Behandlung von Funktionsstörungen der Lendenwirbelsäule. Wir sind stolz, dass wir bereits seit 6 Jahren für die SAMM die gesamte Geschäftsführung inklusive der Weiter- und Fortbildung realisieren dürfen und danken an dieser Stelle für das Vertrauen.



Über 900 Kongressteilnehmer

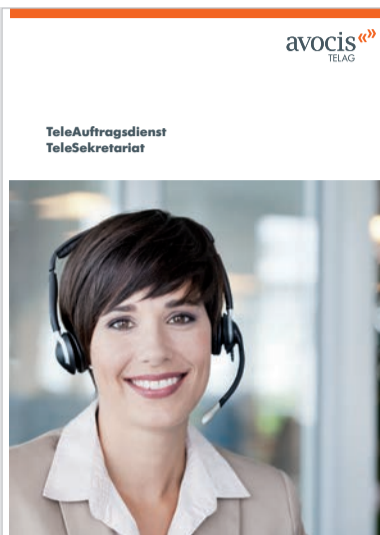


Röschstrasse 18 | Postfach 191
CH-9006 St.Gallen
T +41 71 246 51 00 | F +41 71 246 51 01
info@mediapolis.ch
www.mediapolis.ch

Visuell

Botschaften in
diversen Facetten

Entwerfen – gestalten – präsentieren –
optimieren – perfektionieren:
Der Weg einer visuellen Gestaltung ...

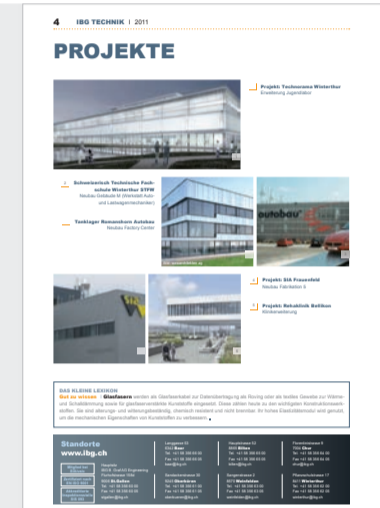


avocis TELAG

TEL AG

Werbe-
prospekt
2011

Neuer Name – neuer Auftritt.

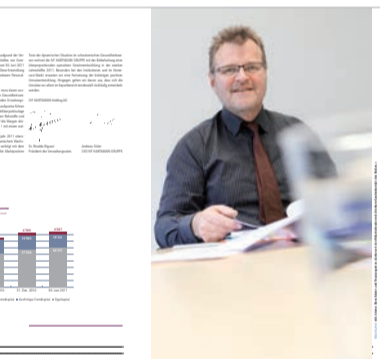
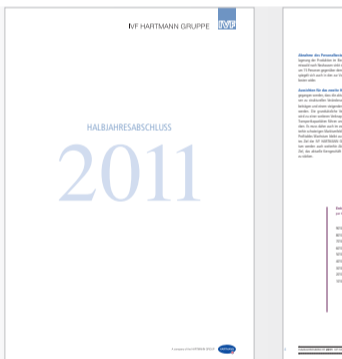


IBG Engineering

IBG

Kunden-
zeitung IBG
Technik 2011

Visuelles Facelifting mit klarer
Corporate Identity



IVF HARTMANN AG

Halbjahres-
bericht
2011

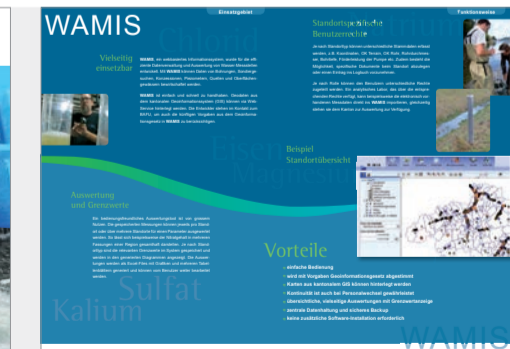
Publikationen gemäss
Börsengesetz



NEFTENBACH

Periodika
«neftisplitter»

Infosplitter grafisch und
digital verpackt



meier und partner

MEIER UND PARTNER AG

Verkaufs-
prospekt

Verkaufen heisst überzeugen!



SAMM Manuelle Medizin

Kampagne

Medizinischer Nachwuchs
will ausgebildet sein