



Peter Weigelt
 Präsident des Verwaltungsrates

Lobbying als Auftrag

Ende Juni sass ich zum letzten Mal im Nationalrat. Nach 11 Jahren Parlamentsarbeit habe ich mich entschieden, aus der aktiven Politik zurückzutreten. Mein Entscheid gründete primär in der Erkenntnis, dass in einer direkten Demokratie die Rotation in den Chargen zwingend notwendig ist. Der Rücktritt gibt Anlass, sich über das eine oder andere Gedanken zu machen. Beispielsweise über die Art und Weise, wie in der Schweiz Interessen vertreten werden. Was also ist parlamentarisches Lobbying? Für mich ist es das kontinuierliche Bemühen, auf Entscheidungsprozesse und Entscheidungsträger in Politik und Verwaltung einzuwirken. Im Milizsystem sind alle Politiker Lobbyisten, sei es für ihre Wählergruppe(n), ihre Region, ihren Berufsstand etc. Dies ist auch richtig, denn die Anhörung gesellschaftlicher Interessengruppen ist ein konstitutioneller Teil unseres Gesetzgebungsprozesses; Interessenvertretung ist ein prägender Bestandteil einer lebendigen Demokratie. Im Zentrum steht dabei die vorparlamentarische Einflussnahme, welche in folgenden Schritten erfolgt:

1. Festlegen der politischen Agenda
2. Priorisierung im Umsetzungsprozess
3. Innerdepartementale Aufbereitung
4. Mitberichte auf verschiedenen Stufen
5. Vernehmlassung
6. Parlamentarische Beratung
7. Abstimmungskampagnen

Adressaten einer effizienten und effektiven politischen Interessenvertretung sind damit nicht primär Parlamentarier, sondern Fachexperten und Dossierverantwortliche in der Verwaltung oder ausserparlamentarische Expertenkommissionen. Grundsätzlich ist jeder, der die gewünschte Zielperson oder Zielgruppe erreicht sowie die notwendige Glaubwürdigkeit und fachliche Kompetenz besitzt, prädestiniert, sich als Lobbyist einzubringen. Erfolgreiche Lobbyisten haben als Interessenvertreter also auch einen Ruf zu verlieren. Sie sind deshalb zwingend auf verlässliche Partner und Informationen von hoher Qualität angewiesen. Denn das notwendige Vertrauen kann nur über vertrauenswürdige Fakten und Taten aufgebaut werden.

Die Kunst des Einwirkens setzt aber auch konzeptionelles Wissen voraus. So wird mit Fakten, Inhalten und Tatsachen argumentiert, werden kollektive Interessen zusammengeführt, wird präventiv interveniert oder parallel abgestimmt medialer und institutioneller Druck aufgebaut.

Als «alt Nationalrat» und PR-Berater BR/SPRG werde ich mich auch in Zukunft zusammen mit meinen Mediapolis-Partnern mit grossem Engagement und breiter Erfahrung als Lobbyist einbringen. Denn das aktive Vertreten von Interessen ist eine Triebfeder unserer direkten Demokratie und unserer freiheitlichen Gesellschaft.

Hausmesse Innovation 06

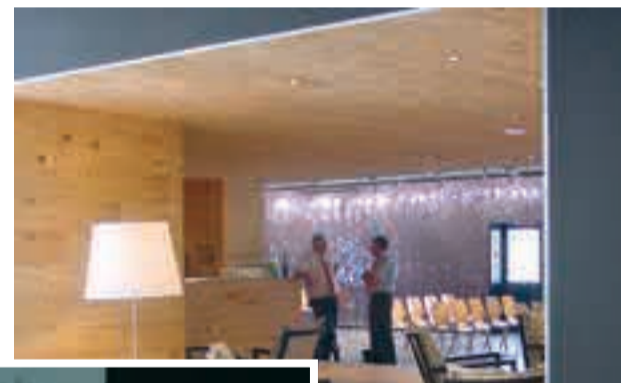
Praxiserprobte Lösungen für KMU

Innovationen sind für KMU innerhalb umkämpfter Märkte von existentieller Bedeutung. Die Herausforderung besteht darin, neue Ideen aufzugreifen und erfolgreich umzusetzen. Doch oftmals fehlt dafür das nötige Know-how. Aus diesen Gründen präsentierten wir an unserer Hausmesse Innovation 06 eine Fülle an innovativen, praxiserprobten Lösungsansätzen; ausgerichtet auf KMU und ihre Möglichkeiten in der Realisierung.

Zielgerechte Umsetzung

Mediapolis erarbeitete ein entsprechendes Messekonzept, das in Gossau, Zürich und Bern durchgeführt wurde. Ziel der Messe war es, den Besuchern innovative, zugleich aber bereits praxiserprobte Produkte, Konzepte und Dienstleistungen für die Kundenbeziehung vorzustellen. Insgesamt präsentierten 13 KMU ihre Lösungen. Fachreferenten wie Nationalrat Peter Weigelt oder Martin Baltisser, Geschäftsführer Mediapolis Bern, boten in ihren Referaten Einblicke in neue Kommunikationskanäle und zielgruppenorientierte Public Affairs.

Wer die Hausmesse nicht persönlich besuchen konnte, findet auf www.innovation06.ch die Übersicht über die Aussteller und deren Portfolios. Alle Aussteller sind gerne bereit, Ihnen ihr Angebot auch individuell zu präsentieren. ■



Romana Heuberger verstärkt Mediapolis Zürich



Per 1. Oktober 2006 tritt Romana Heuberger als Kommunikations-Beraterin ins Mediapolis-Team ein. Mediapolis Zürich gewinnt mit ihrem Eintritt zahlreiche zusätzliche Kompetenzen, verfügt Romana Heuberger doch über einen breiten Erfahrungshintergrund. Nebst ihrer beruflichen Tätigkeit, in der sie unter anderem die Geschäftsstelle der Weigelt&Partner AG (heute Mediapolis) in Bern aufgebaut hat, engagierte sich Romana

Heuberger immer auch politisch. So war sie in zahlreichen Wahlstäben und Abstimmungskomitees auf kommunaler und kantonaler Ebene tätig und präsidierte die FDP-Fraktion im Zürcher Verfassungsrat. Aktuell führt Romana Heuberger auch die Geschäftsstelle der «Aktion Liberaler Aufbruch ALA». Wir freuen uns, unser Team in Zürich mit einer kompetenten und erfahrenen Persönlichkeit ergänzen zu können. Mit Romana Heuberger wird das Profil der Mediapolis AG für Wirtschafts- und Kommunikationsberatung weiter geschärft. ■

1	■ Hausmesse Innovation 06 ■ Neue Kommunikations-Beraterin	5	SG ■ Einweihung Vifor (International) AG ■ AGZ-Volksinitiative eingereicht
2	BE ■ Stiftung Klimarappen ■ ALSTOM Journalistenpreis ■ Public Affairs-Gesellschaft	6	ZH ■ Issues Management für die Erdöl-Vereinigung ■ Medienlandschaft 2016
3		7	
4	SG ■ Trunz AG Aktionsmarketing ■ Bühler AG Book of Success Stories	8	■ creapolis ag



Esther Friedli
Stv. Geschäftsführerin Bern

Investitionsprogramme der Stiftung Klimarappen lanciert

Im Frühsommer 2006 hat die Stiftung Klimarappen vier Investitionsprogramme zur Reduktion von CO₂ im Inland lanciert. Dies sind:

- Gebäudeprogramm
- Auktionsprogramm
- Intermediärprogramm
- Programm Grossprojekte

Gebäudeprogramm

Im Zentrum des Gebäudeprogramms der Stiftung Klimarappen steht die energetische Erneuerung von Gebäudehüllen bestehender Bauten. Ziel des Programms ist eine effektive und effiziente CO₂-Reduktion. Die Projektanträge werden online eingegeben; die kantonalen Energiefachstellen übernehmen eine erste Vorprüfung dieser Gesuche. Im Anschluss begleiten zwei Bearbeitungszentren der Stiftung in Zürich und La Sagne die zu fördernden Projekte. Das Gebäudeprogramm erzielt eine Reduktionswirkung von ca. 0,1 Mio. Tonnen CO₂ pro Jahr.

Auktionsprogramm

Bis Ende 2007 führt die Stiftung Klimarappen drei Auktionsrunden für Projekte in den Bereichen Treibstoffe, Raumwärme, Prozesswärme und Abwärmennutzung durch. Gesucht werden Projekte, die den CO₂-Ausstoss markant reduzieren. Entsprechende Projektanträge werden von Fachleuten geprüft und, falls sie die Anforderungen erfüllen, zur Auktion zugelassen. Auktionsfähige Projektanträge werden nach ihrer Kosteneffizienz rangiert und ersteigert (Reduktionspreis pro Tonne CO₂). Zuschläge werden vergeben, bis die jeweils zur Verfügung gestellten Mittel erschöpft sind. Eine Mindestreduktion von 200 Tonnen CO₂ pro Jahr ist für die Teilnahme an den Auktionsrunden erforderlich.

Intermediärprogramm

Intermediäre vermitteln gegen Provision förderungswürdige Projekte an die Stiftung. Ihre Aufgabe ist, Projektinitianten bei der Formulierung eines erfolgreichen Projektantrages zu unterstützen. Die vermittelten Projekte müssen dabei den gleichen Anforderungen genügen wie Projekte, die sich am Auktionsprogramm beteiligen. Die Begleitung der Projekte erfolgt durch die Stiftung gemeinsam mit den Intermediären.

Programm Grossprojekte

Die Stiftung Klimarappen tritt mit den Initianten ausgewählter Grossprojekte, die einen namhaften Beitrag zur Zielerreichung leisten, direkt in Verhandlung. Sie prüft diese gemeinsam mit unabhängigen Experten und begleitet die Projekte selbst. Hinsichtlich Qualität und Kosteneffizienz gelten die gleichen Kriterien wie bei den übrigen Programmen.

Mediapolis begleitet die Stiftung Klimarappen seit ihrer Gründung in allen Fragen der Kommunikation. Sie ist dabei für die Gesamtkommunikation der Stiftung wie auch für die Kommunikation der beiden Investitionsprogramme Gebäude und Auktion verantwortlich. ■



Informationen zur Stiftung Klimarappen finden Sie unter www.stiftungsklimarappen.ch



Die Schweiz hat sich im Rahmen des internationalen Kyoto-Protokolls und des Schweizer CO₂-Gesetzes verpflichtet, ihre Emissionen an Treibhausgasen bis 2012 um 10 Prozent gegenüber 1990 zu senken. Als einen Pfeiler zu einer transparenten und kosteneffizienten Klimapolitik wurde die Stiftung Klimarappen als freiwillige Massnahme der Schweizer Wirtschaft ins Leben gerufen. Die Stiftung wird durch eine Abgabe von 1,5 Rp. pro Liter auf alle Benzin- und Dieselverkäufe finanziert. Damit stehen der Stiftung jährlich rund 100 Mio. Franken für die Reduktion von CO₂ zur Verfügung. Sie investiert die Mittel im In- und Ausland in treibhausgasreduzierende Projekte mit dem Ziel, bis zum Jahr 2012 1,8 Mio. Tonnen CO₂ pro Jahr zu reduzieren.





Martin Baltisser
Geschäftsführer Bern

Mediapolis
AG für Wirtschafts- und Kommunikationsberatung
Kramgasse 68 ■ Postfach ■ CH-3000 Bern 8
Tel. +41 (0) 31 313 28 28 ■ martin.baltisser@mediapolis.ch

ALSTOM Journalistenpreis hat sich etabliert

Mit dem seit 2002 jährlich verliehenen ALSTOM Journalistenpreis werden aussergewöhnliche journalistische Leistungen und Beiträge gewürdigt, die sich mit den Themen Energie und Transport auseinandersetzen.

Der Preis richtet sich an die Schweizer Medienschaffenden und ist mit einer Preissumme von 25'000 Franken dotiert. Dieser Betrag kann auf einen oder mehrere Preisträger aufgeteilt werden.

Der Preis wird durch die Stiftung «ALSTOM Journalistenpreis» verliehen, die damit das Verständnis für die Zusammenhänge rund um die Themen Energie und Transport in all ihren Facetten fördern und zu einer vertieften Auseinandersetzung mit diesen beitragen will. Die Gewinner werden durch eine unabhängige Jury mit Persönlichkeiten aus Journalismus, Wissenschaft und Politik erkoren.

Seit Bestehen des Journalistenpreises, der erstmals 2002 verliehen wurde, beurteilte die Jury gegen 300 eingereichte Beiträge. Die Reaktionen auf die Ausschreibung des Journalistenpreises 2006 waren beeindruckend. Mit über 90 eingereichten Beiträgen konnte seit der Lancierung des Journalistenpreises eine Rekordbeteiligung verzeichnet werden. Diese Fakten zeigen, dass sich der ALSTOM Journalistenpreis etabliert hat und dass aus einer guten Idee eine eigentliche Institution geworden ist.

Mediapolis durfte die Stiftung seit dem Aufbau begleiten und zeichnet für das Back-Office des Journalistenpreises verantwortlich. ■

ALSTOM



Die Preisträger 2006 (v.l.): Pierre Veya, Le Temps; Rainer Klose, Facts und Christian Schmidt, NZZ

In den Vorstand der SPAG gewählt



Am 14. März 2006 wurde Dr. Paul Aenishänslin, Senior Consultant bei Mediapolis Bern, in den Vorstand der Schweizerischen Public Affairs-Gesellschaft (SPAG) gewählt. Die Ende der Neunziger Jahre gegründete SPAG verfolgt den Zweck, die Behörden und die Öffentlichkeit für das politische, wirtschaftliche und kulturelle Lobbying und dessen Bedeutung im demokratischen Entscheidungsprozess zu sensibilisieren. Zudem setzt sich die SPAG für die Interessen der Lobbyisten gegenüber dem Parlament und den Bundesbehörden ein (anerkannter Status, Zutrittsregeln zum Bundeshaus, usw.). Die SPAG zählt derzeit 157 Mitglieder. ■



www.public-affairs.ch



Peter Weigelt
PR-Berater BR/SPRG



Aktionsmarketing um Kontakte zu knüpfen

Die 1972 gegründete Trunz Gruppe mit ihren drei Standorten Arbon (TG), Wittenbach (SG) und Langenthal (BE) ist als Zulieferer der Maschinen- und Fahrzeugindustrie sowie in der Bauwirtschaft tätig. In den letzten zwei Jahren entwickelte das Unternehmen am Standort Arbon eine neuartige, energieunabhängige Anlage zur Trinkwasseraufbereitung. Diese eignet sich aufgrund ihrer Merkmale für den Einsatz in der Katastrophen- und Entwicklungshilfe.

Mediapolis wurde mit der Aufgabe betraut, den Kontakt zu wichtigen Entscheidungsträgern, namentlich der Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit (DEZA) und des Staatssekretariats für Wirtschaft (seco), herzustellen. Zudem sollte dem Produkt ein geeignetes Label verpasst und dieses einer breiteren Öffentlichkeit bekannt gemacht werden.

Die Entscheidungsträger für die Katastrophen- und Entwicklungshilfe befinden sich in Bern. Mediapolis inszenierte unter dem Patronat der Vereinigung Aqua Nostra Schweiz, im Nachgang an den Weltwassertag, eine Präsentation der mobileWATERstation auf dem Bundesplatz. Eingeladen wurden die Behörden, wichtige Parlamentarier und Hilfswerke. Das Ganze wurde medial begleitet.

Eine namhafte Delegation der DEZA mit dem Leiter der Katastrophenhilfe sowie verschiedenen Wasserexperten begutachteten die Innovation. Dabei fand ein intensiver Informationsaustausch zwischen den Verantwortlichen der Trunz Gruppe und den Behördenvertretern statt. Verschiedene Medien berichteten über die Vorführung und einzelne Hilfswerke bekundeten ihr Interesse an einer Anlage. ■



Remo Trunz erklärt Toni Frisch, Leiter SKH, die mobileWATERstation



Book of Success-Stories

Bühler präsentiert Erfolgsgeschichten

Bühler AG erarbeitete aufgrund der jahrelang erfolgreich gelebten Unternehmenskultur vier Werte, welche die Stärken der Bühler AG aufzeigen: Lösungsorientierung, Forschergeist, Qualitätsführerschaft und Globalität. Mediapolis erhielt damals den Auftrag, ein Konzept zu erarbeiten, um diese Werte kommunikativ zu unterstützen. In Folge dessen entstand das Konzept «Storytelling».

An verschiedenen Standorten wurden Workshops durchgeführt, um Bühlers Erfolgsgeschichten zu sammeln. Mitarbeiter auf der ganzen Welt erhielten dadurch die Möglichkeit, in Ihrer eigenen Sprache ihre persönlichen Bühler-Geschichten zu erzählen. Alle Geschichten wurden im Hauptsitz Uzwil gesammelt, von der Mediapolis redaktionell überarbeitet und in einem Buch zusammengefasst.

Dieses «Book of Success-Stories» ist das Endprodukt, es präsentiert Geschichten zu jedem Bühler-Wert. Neben den digitalen Kommunikationskanälen Internet und Intranet, bietet dieses Buch eine greifbare Möglichkeit, den Mitarbeitern für Ihren Einsatz und den Kunden für Ihre Treue zu danken. ■





Dr. Sven Bradke
Geschäftsführer St.Gallen

Mediapolis
AG für Wirtschafts- und Kommunikationsberatung
Röschstrasse 18 ■ Postfach 191 ■ CH-9006 St.Gallen
Tel. +41 (0) 71 246 51 00 ■ sven.bradke@mediapolis.ch



Einweihung neuer Vifor-Bauten

Die Vifor (International) AG mit Sitz in St.Gallen ist die weltweite Nummer 1 bei der Herstellung pharmazeutischer Eisenpräparate. In den letzten 6 Jahren hat die zur Galenica-Gruppe gehörende Vifor mehr als 50 Mio. Franken in den Standort St.Gallen investiert. Dabei wurden die Produktionsanlagen erneuert sowie ein Büroneubau mit speziellem Empfangsraum und modernen Konferenzräumen erstellt. Dieses starke Bekenntnis zum Standort St.Gallen wollte die Vifor mit ihren Geschäftspartnern und speziell geladenen Gästen aus der St.Galler Politik feiern.

Anlässlich dieser Einweihung öffnete die Vifor für ihre Gäste und die Medien die Türen zu den Labors

und zu den neuen Produktionsanlagen. Im Anschluss an den Rundgang überbrachte der St.Galler Regierungsrat Joe Keller die besten Wünsche für die weitere Geschäftstätigkeit. Der Anlass wurde fotografisch festgehalten und auf der Internetseite veröffentlicht. Mediapolis entwarf das Konzept der Einweihungsfeier, half bei der Organisation und sorgte für die entsprechende mediale Begleitung. ■



Volksinitiative: 18 000 Unterschriften eingereicht!



Im Kanton Zürich besteht bezüglich der Medikamentenabgabe durch Ärzte, Apotheken und Versandapotheken eine Rechtsungleichheit zwischen den Städten Zürich und Winterthur einerseits und dem Land andererseits. Während die Patienten auf dem Land den Abgabekanal frei wählen können, ist eine Medikamentenabgabe in den beiden Städten nur über Apotheken oder Versandapotheken möglich. Diese rechtsungleiche Situation soll im Sinne der Wahlfreiheit der Patienten geändert werden. Nachdem eine liberale, regierungsrätliche Verordnung vom Bundesgericht aus formellen Gründen beanstandet wurde, lancierte das überparteiliche Komitee «JA zur Wahlfreiheit beim Medikamentenbezug» nun eine gleich lautende Initiative.



Diese Initiative sieht in Anlehnung an die gewonnenen Abstimmungen der Jahre 2001 und 2003 vor, dass die Patientinnen und Patienten überall im Kanton frei wählen können, wo sie ihre Medikamente beziehen möchten. Entweder beim Arzt, in der Apotheke oder über den Versandhandel. In nur 8 Wochen wurden durch die AerzteGesellschaft des Kantons Zürich (AGZ) und das Initiativ-Komitee über 18000 von 6000 nötigen Unterschriften gesammelt und am 3. Juli 2006 offiziell eingereicht. Die Mediapolis begleitete die AGZ auf ihrem Weg in strategischen und kommunikativen Fragen. Sie bereitete auch die visuellen Elemente der Unterschriftensammlung vor. ■

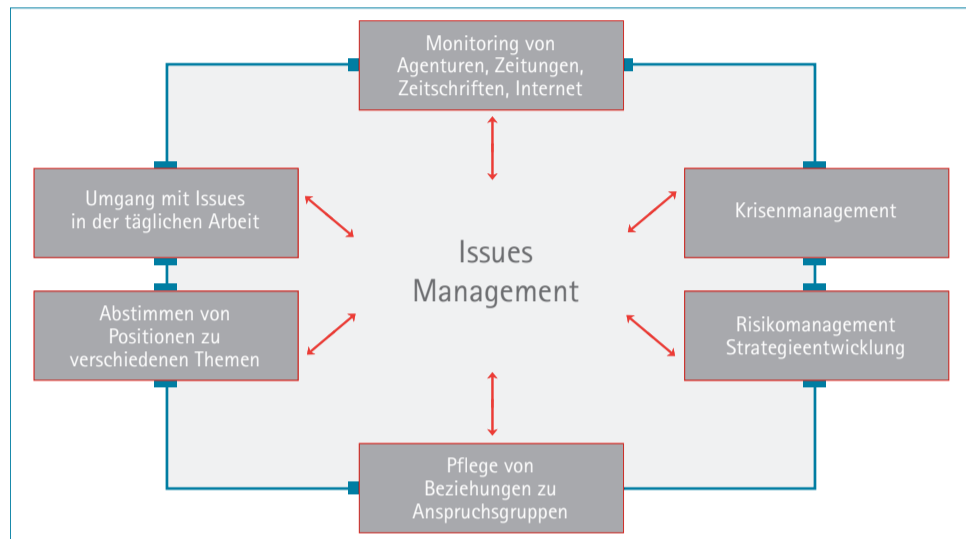




Ronny Kaufmann
Stv. Geschäftsführer Zürich

Issues Management «on the job»

Unter «Issues» werden Themen, Ereignisse und Prozesse verstanden, die eine sichtbare und nachhaltige Wirkung auf Unternehmen, Verbände oder die öffentliche Hand entfalten. Der Begriff «Issues Management» steht für die Erkenntnis, dass Risiko- und Potenzialthemen, die für eine Organisation relevant sind, frühzeitig erkannt und bearbeitet werden. Mediapolis betreut deshalb zahlreiche «Issues» für verschiedene Kunden; nachfolgend zwei aktuelle Projekte aus dem Praxisalltag unserer Berater.



Mit Fachpublikationen zur Themenführerschaft

Die Schweizerische Erdölindustrie ist mit der Tatsache konfrontiert, dass sie in zahlreichen Themenfeldern überzeugend Position beziehen muss.

Erdölpreis, Biotreibstoffe, Mineralölsteuer, Versorgungssicherheit, Klimapolitik oder CO₂-Gesetz sind nur einige Stichworte aus der Fülle aktueller Themenbereiche. Dafür ist fachliche Expertise, kommunikative Kompetenz und strategische Voraussicht zwingend.

Die in jüngster Zeit gestiegenen Erdölpreise haben das mediale und öffentliche Interesse an energiepolitischen Themen erneut verstärkt. Die Frage nach der langfristigen Verfügbarkeit von Erdöl ist wieder in den Vordergrund gerückt. Vor diesem Hintergrund wurde Mediapolis beauftragt, die Berichterstattung zur langfristigen Verfügbarkeit von Erdöl zu verfolgen (Monitoring) und fundiert aufzuarbeiten. Ziel der Kommunikationsstrategie war es in der Folge, durch gezielte, monothematische Informationsbeiträge zur Versachlichung der «peak oil Debatte» beizutragen.

Gemeinsam mit Sachverständigen aus der Erdölindustrie wurde eine Fachpublikation in Deutsch und Französisch erarbeitet, die über die langfristige Verfügbarkeit von Erdöl informiert. Die Publikation bie-

tet eine fundierte Analyse der weltweit verfügbaren Erdölressourcen, behandelt die Preis-Reservendynamik sowie die gegenwärtigen und zukünftigen Technologietrends in der Erdölförderung. Wichtig für die Aufarbeitung der relevanten Fakten zum Thema waren eine wissenschaftliche Arbeitsweise, eine adäquate Komplexitätsreduktion sowie eine überzeugende Informationsvermittlung. Mediapolis zeichnete in diesem Projekt für die inhaltliche Mitarbeit, die Redaktion, für die Übersetzung, visuelle Gestaltung, den Druck sowie für die Distribution verantwortlich. Der Distribution der kostenlosen Publikation kam besondere Bedeutung zu. So wurde sie u.a. Politikerinnen und Politikern, Verbänden und NGOs, der öffentlichen Hand sowie den Medien zugestellt. Ein präzise auf die Bedürfnisse des Kunden entwickeltes Distributionskonzept stellte sicher, dass die Publikation die zahlreichen Dialoggruppen zeitgerecht erreichte. Zudem begleitete eine gezielte Medienarbeit die Bekanntmachung der Fachpublikation.

Die Veröffentlichung der Publikation «Die langfristige Verfügbarkeit von Erdöl» war Bestandteil eines kontinuierlichen Themen-Managements für die Schweizerische Erdölindustrie.

EV
UP

ERDÖL-VEREINIGUNG - UNION PÉTROLIÈRE





Dr. Andreas Jäggi
Geschäftsführer Zürich

Mediapolis
AG für Wirtschafts- und Kommunikationsberatung
Kirchenweg 4 ■ Postfach 1418 ■ 8032 Zürich
Tel. +41 (0) 44 384 49 00 ■ andreas.jaeggi@mediapolis.ch



Oilfacts.ch – die Informationsplattform rund ums Thema Erdöl

Oilfacts.ch liefert einen fundierten Informationsbeitrag zum Thema Erdöl. Ein Aspekt im Themenmanagement für die Schweizerische Erdölindustrie ist die kontinuierliche und aktuelle Informationsaufarbeitung zur langfristigen Verfügbarkeit von Erdöl. In diesem Zusammenhang wurde Mediapolis beauftragt, ein webbasiertes Informationsportal zu konzipieren und redaktionell auf Deutsch und Französisch zu betreuen.

Mediapolis zeichnete in diesem Projekt für die technische, visuelle und inhaltliche Entwicklung der Website verantwortlich. Wesentlicher Bestandteil des Mandats ist derzeit der aktuelle und kontinuierliche Auf- und Ausbau des Informationsportals sowie die zweisprachige Publikation themenspezifischer Entwicklungen. ■



Medienlandschaft 2016 – Tagung am 21. November 2006

Seit Beginn 2006 leitet Andreas Jäggi, Geschäftsführer Mediapolis Zürich, den Themenbereich «Medien» im Unternehmerforum Lilienberg in Ermatingen. Nach drei Kolloquien mit namhaften Medienexperten ist nun mit der Tagung «Medienlandschaft 2016» ein erster Höhepunkt angekündigt.

Ausgangspunkt bilden die Fragen: Werden Jugendliche von heute in zehn Jahren noch bereit sein, Geld für ein Zeitungsabonnement auszugeben? Welche Auswirkungen auf das Nutzerverhalten hat die stürmische Entwicklung moderner Medien und was bedeuten diese Entwicklungen für die angebotenen Inhalte? Ausgewiesene Fachleute referieren und diskutieren mit den Teilnehmenden die vielseitigen Aspekte: Ringier-Konzernleitungsmitglied Thomas Trüb, mitverantwortlich für die Strategieentwicklung des Schweizer Verlagshauses,



Diskussion während des Kolloquiums Medienmacht versus Unternehmerrmacht
von links: Rolf Schläpfer, Andreas Jäggi, René Lüchinger

entwirft mögliche Szenarien und stellt gleichzeitig mit Cash-Daily ein Projekt vor, das vielleicht das zukünftige Geschäftsmodell der Verlage vorwegnimmt.

Über das bereits veränderte Mediennutzungsverhalten und die Trends und Konsequenzen für Zeitungsverlage und Medienhäuser spricht René Grossenbacher.

Prof. Russ-Mohl beleuchtet die erwarteten Entwicklungen von der journalistischen Seite. Wird Inhaltsqualität in Zukunft ein Gut für eine Elite? Verlieren wir vertrauenswürdige Qualitätsmedien, die das Geschehen in Politik und Wirtschaft angemessen wiedergeben und kommentieren?

Die Tagung findet im Lilienberg Unternehmerforum in Ermatingen am 21. November 2006 von 9.30 bis 17.30 Uhr statt. Die Teilnahmegebühr inkl. Lunch beträgt CHF 250.-.

Anmeldungen unter www.lilienberg.ch. ■



Dominik Zimmermann
Geschäftsführer ip solutions

creapolis ag
Röschstrasse 18 ■ Postfach 345 ■ 9006 St.Gallen
Tel. +41 (0) 71 246 51 50 ■ info@creapolis.ch

Wir haben den Newsletter neu erfunden

Viele werden über diesen Titel den Kopf schütteln, denn Newsletter sind nun wirklich nichts Neues mehr. Doch was halten Sie davon, wenn Ihr Newsletter plötzlich interaktiv wird, wenn Sie sehen, welcher Empfänger welche Artikel gelesen hat, wenn Sie gezielt die Interessen Ihrer Kunden bedienen können? Wir haben ein Tool entwickelt, das auf einfachste Art und Weise attraktive Newsletter erstellt und Ihnen über eine umfassende Statistik genau die Kundendaten liefert, die Sie für einen aktiven und effizienten Kundenkontakt benötigen.

Unsere CMS-Plattform sitemaster steht als wohl kostengünstigste und zugleich umfassendste wie bedienerfreundlichste KMU-Lösung bereits bei weit über 100 Schweizer KMU im täglichen Einsatz. Mit dem neu eingebauten Newsletter-Tool wird die Qualität von sitemaster weiter ausgebaut. Unser professionelles und doch einfach zu bedienendes Newsletter-Tool kann auf jede bestehende Homepage aufgesetzt werden; günstig, schnell und ohne Zusatzprogrammierung.

Für DTM – Deutsche Tourenwagen-Meisterschaft erstellen wir beispielsweise vor den Rennen jeweils im Fullservice (Gestaltung, Textfassung und Versand) zweiwöchentlich den Newsletter. ■



Interessiert?
Dann nehmen Sie mit uns Kontakt auf.
Wir präsentieren Ihnen gerne unsere neuste Innovation.
dominik.zimmermann@creapolis.ch
oder Tel. 071 246 51 50

buureradio.ch setzt auf sitemaster

Das Radio im Internet mit Themen für die ländliche Bevölkerung und volkstümlicher Musik aus der Schweiz hat Hörer in über 90 Ländern!

Bei buureradio.ch kommen fast alle Module des sitemasters zum Einsatz. Zusätzlich haben wir diverse individuelle Anpassungen für den Radiobetrieb und das Sende-Archiv programmiert. So können verschiedene Sendungen «on demand», also auf Abruf nachgehört werden. Geplant ist bereits auch die Aufschaltung des Online-Shops.

Hören Sie doch mal rein! ■



« www.buureradio.ch ist eine Erfolgsgeschichte. Die gute Idee und das grosse Engagement aller Mitarbeiter nützt aber nichts, wenn nicht auch eine professionelle Internetplattform zur Verfügung steht. Sitemaster bietet uns die Sicherheit, uns innovativ und leistungsfähig präsentieren zu können.
Nationalrat Toni Brunner
Chefredakteur buureradio.ch

Impressum

Herausgeber
Mediapolis
AG für Wirtschafts- und
Kommunikationsberatung
Röschstrasse 18, Postfach 191
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
creapolis ag, St.Gallen
www.creapolis.ch

Auflage
2500 Exemplare
August 2006