



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

Ausgabe MAI

08

Inhalt

Stammzellenforschung

Im Februar 2008 fand ein zweitägiges Symposium zum Thema «Stem Cells: from Bench-to-Beside» statt. Es ist vorgesehen in Zürich ein Stammzellenforschungsinstitut zu gründen.

Weltweite Kommunikation

Swissfibre baut neue Glasfaser-Verbindungen durch die Schweiz.

Medien Forum

Neupositionierung: vom Medienforum zur Aktion Medienfreiheit.

TG-Gesetzesinitiative

Initiative zur Verbesserung der Lebensqualität unheilbar kranker und sterbender Menschen in ihrer letzten Lebensphase durch «Palliative Care».

Geschäftsbericht

Das erfolgreiche Traditionsunternehmen IVF HARTMANN GRUPPE aus Neuhausen präsentierte ihren Geschäftsbericht dieses Jahr wiederum in einer raffinierten, dreiteiligen Umsetzung.

Überbauung in Signy

Die Genfer Immobilienunternehmung Gemini Swiss Properties SA stellte ihre Pläne für eine moderne Überbauung im Minergie-Standard in Signy-Grens (VD) vor.

Eine Erfolgsstory zum Wohle des Schweizer Sports!

**schweizer
SPORT
fernsehen**

Schweizer Sportfernsehen

**Seit Januar
auf dem Kanal
von Star TV**



Pascal Jenny
Mediapolis-Berater und
Geschäftsführer Schweizer
Sportfernsehen (SSF)

durch die SRG SSR idée suisse im Free-TV wenig abgedeckten Sportarten. Das Angebot reicht von der Fussball Challenge League, über Handball NLA, Volleyball (Champions League, Hallenmeisterschaft und Coop Beach Tour) bis hin zu Tischtennis, Faustball, Fechten, Rollhockey oder A1GP Motorsport. Die Liste der gezeigten Sportarten könnte beliebig erweitert werden! Die Feedbacks aus dem Markt zeigen das enorme TV-Potenzial der sogenannten Breiten- und Randsportarten auf. Mit Nettoreichweiten nahe bei 200'000 Zuschauern und Spitzenwerten von 1.4% Marktanteil darf das Schweizer Sportfernsehen und ihre Partnerverbände auf gelungene erste Sendemonate zurückblicken.

Seit Januar 2008 strahlen die Mediapolis-Macher die Sendungen des Schweizer Sportfernsehens auf dem Kanal von Star TV aus! Unter dem Label Schweizer Sportfernsehen engagieren sich der Geschäftsführer Pascal Jenny und seine Crew bewusst für die

Mit den Erfolgen wird nun versucht, das Umsetzungskonzept rund um die Werbung und Sponsoren bis Mitte Jahr abzuschliessen. Die Plattform SSF auf Star TV ermöglicht den Sponsoren innovative und attraktive Sponsoringpakete im Dienste des Schweizer Sports. Dank der intensiven Zusammenarbeit mit SF Sport erhalten viele der Sportveranstaltungen, welche das Schweizer Sportfernsehen produziert und ausstrahlt, auch wieder Beachtung im Sport Aktuell oder dem Sportpanorama. Dieses Modell von Content- und Informationsaustausch ermöglicht es vielen «Nicht-TV-Sportarten» wieder optimistischer in die Zukunft zu blicken. Gerade im Bereich Sponsoring oder auch in der Nachwuchsarbeit eröffnet die regelmässige TV Präsenz im Schweizer Sportfernsehen neue Horizonte! Die Sendezeiten in der Primetime (Montag, Mittwoch, Samstag, Sonntag sowie teilweise Freitag jeweils ab 20.00 Uhr) sollen auf Star TV ausgebaut und ab Herbst 2008 mit einem Sportangebot im digitalen TV erweitert werden. Alle Sendungen können mittels Live-stream auf dem Partnerportal www.internettv.ch konsumiert werden. Da der Sender Star TV nur in der Deutschschweiz empfangbar ist, wird dieses Angebot rege genutzt. ☺





10 Jahre Mediapolis!

Was waren das doch noch für friedliche und unbeschwerte Zeiten kurz vor der Jahrtausendwende! Die Wirtschaft boomte, die Aktienkurse schossen in die Höhe. Neue Unternehmen erzielten an der Börse unvorstellbare Kapitalausstattungen und die Welt fragte sich, ob der US-Präsident mit seiner Praktikantin eine «sexuelle Beziehung» hatte oder nicht. Vom Platzen der Spekulationsblase, insbesondere im Bereich der neuen Medien, oder von Terrorangriffen war keine Rede. Im Gegenteil, die Chancen des Internets und deren vielseitige Nutzung waren erkannt. Sie mussten nur genutzt werden. Vorwärts hiess die Devise!

Mediapolis = Medienstadt

In dieser Aufbruchstimmung wurde die Mediapolis als Zusammenschluss zweier namhafter Ostschweizer Kommunikationsagenturen gegründet. Als «Geburtsdatum» ist im Handelsregister der 1. Oktober 1998 vermerkt. Gemäss eigenem Namen und Selbstverständnis sollte eine grosse Ostschweizer Kommunikations-Agentur mit nationaler Ausstrahlung entstehen, die alles von A-Z am selben Ort, nämlich in der «Medienstadt» Mediapolis, abwickeln konnte. Die Idee war gut, der «Brand» fand schnell regionale und nationale Anerkennung und die ersten Ziele, beispielsweise die führende Agentur im Raum Ostschweiz zu werden, verwirklichten sich zügig. Zudem verhiesse die neuen Medien sowie investitionsfreudige Unternehmen rosige Kommunikationszeiten ...

Die Ereignisse des Jahres 2001

Dies änderte sich, als die Internet-Blase platzte und die schrecklichen Ereignisse des Jahres 2001 eintrafen. Wir alle erinnern uns an das Attentat in Zug, das Grounding der Swissair und den Angriff auf die Twin Tower in New York. Diese Vorkommnisse liessen die schweizerische Wirtschaft und Gesellschaft erlahmen. Depression machte sich breit. Eine Zeit, die auch bei der Mediapolis zu einer Neuausrichtung führte.

Wirtschaftsberatung + Kommunikation

Als nationaler «Player» war die Mediapolis schon damals nicht mehr im traditionellen PR-Bereich tätig. Sie richtete sich rechtzeitig und konsequent auf unternehmensnahe, wirtschaftsberatende und politische Felder aus. Dieser Strategiewechsel war nicht nur richtig und konsequent, er war auch das notwendige Fundament für unser heutiges «Standing» im Markt als kompetenter, flexibler und kundenorientierter Dienstleister in Fragen der Wirtschaftsberatung und der Kommunikation. In diesem Sinne peilen wir auch die nächsten zehn Jahre an und danken all unseren Kunden für die Treue während der vergangenen 3650 Tage. Vielen Dank!

Sven Bradke

Dr. Sven Bradke
Verwaltungsratspräsident

Gründungs-Symposium

Institute for Stem Cell Biology Zurich

Die Stammzelltechnologie entwickelt sich im Streitfeld von Ethik, Religion und Politik. Heute hat die Stammzellenforschung, insbesondere diejenige mit embryonalen Stammzellen, einen exponierten Platz eingenommen. Mit der Stammzellentherapie verbinden sich Hoffnungen auf Heilung für ein weites Spektrum von Krankheiten, auf die Stärkung regenerativer Prozesse und auf eine Verlangsamung der Alterungsprozesse. Die Stammzellenforschung wird schlechthin als der «technologische Treiber» für die Medizin von morgen angesehen.

Das Panel v.l.n.r. – David T. Scadden (Harvard, Boston), Francis A. Waldvogel (em. Präsident ETH-Rat), Sven Bradke (Mediapolis, Moderator), Wolfgang Klietmann (Harvard, Boston), Herbert Zech (Institut für Reproduktionsmedizin und Endokrinologie, Bregenz)



Stem Cells: from Bench-to-Bedside

Die Schweiz besetzt in Europa eine Führungsposition in der Biotechnologie. Daher fiel die Wahl auf Zürich zur Gründung eines Institutes für Stammzellen-Forschung. Derzeit werden mit der Universität Zürich und der ETH Gespräche für eine wissenschaftliche Zusammenarbeit geführt. Die treibenden Kräfte sind dabei die Professoren Wolfgang Klietmann (MD; Harvard Medical School) und Herbert Zech (MD; Bregenz), der unter anderem in Niederuzwil ein Institut für In-vitro-Fertilisation (IVF) betreibt. Anlässlich der Gründung des Stammzellen-Instituts fand Ende Februar im Hotel Park Hyatt in Zürich ein zweitägiges Symposium zum Thema «Stem Cells: from Bench-to-Bedside» statt. An diesem hochkarätigen Symposium präsentierten die führenden Wissenschaftler aus der ganzen Welt ihre neusten Forschungsergebnisse.

Mediapolis hat das in Gründung stehende Institute for Stem Cell Biology Zurich bei der Organisation und Durchführung dieses internationalen Symposiums unterstützt. Die Aufgaben reichten von der kommunikativen Begleitung über die Reiseorganisation der Referenten bis hin zur Durchführung vor Ort. ◊

Im Zeitalter der Kommunikation erwarten Geschäftspartner, relevante Daten, Informationen, Bilder und Filme überall auf der Welt abrufen zu können. Leistungsfähige Datenautobahnen sorgen dabei für einen einwandfreien, sicheren und schnellen Transport über die Meere und Kontinente hinweg. Weltweite Vernetzung und Kommunikation in Echtzeit sind Schlüssel zum unternehmerischen Erfolg. Dank Glasfaserverbindungen sind solch ehrgeizige Ziele erreichbar. Sie sorgen für eine einwandfreie Verbindung von A nach B, eine extrem hohe Geschwindigkeit und Durchleitungskapazität sowie für einen sicheren Datentransfer.

Die Lücke in der Schweiz schliessen

In der Schweiz besteht bereits eine solche leistungsfähige Glasfaserverbindung von Genf über Basel nach Zürich und somit eine Verbindung von Südwest- nach Nordeuropa. Noch fehlt die Ost-West- und die Nord-Südverbindung. Hier setzt Swissfibre an. Das junge Unternehmen aus Zug hat die fehlenden Verbindungen nach Ost- und Südeuropa geplant und wird diese in den nächsten Monaten bauen.

Mediapolis hat für Swissfibre das Corporate Design sowie die Firmen-Broschüre erstellt. ◊

Weltweite Kommunikation dank Swissfibre

Glasfaserverbindungen überall in der Schweiz

SWISSFIBRE
communications ag



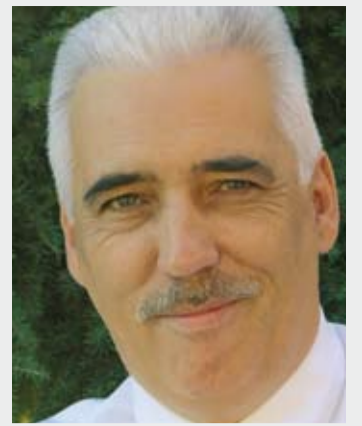
Medien-Forum

Vereinigung der Schweizer Medienkonsumenten

Während langer Jahre war der von Nationalrat Walther Hofer gegründete «Hofer-Club» eine politisch gewichtige Vereinigung. Mit dem Rücktritt von Walther Hofer nannte sich der Verein ab 1999 neu «Medien-Forum» und Mediapolis übernahm unter der Projektverantwortung von Nationalrat Peter Weigelt die Geschäftsführung der Organisation. Die Namensänderung stand auch für eine Neupositionierung. Während sich der «Hofer-Club» vor allem der Medienkritik verschrieben hatte, gilt das Augenmerk des Medien-Forums vor allem der Medien-Politik. Diese neue Ausrichtung war



FACTS



gerade in den vergangenen Jahren zentral, wurden doch mit dem Radio- und Fernsehgesetz (RTVG) und dem Fernmeldegesetz (FMG) zwei Gesetze revidiert, welche die Schweizer Medienlandschaft entscheidend beeinflussen. Wie wichtig die Arbeit einer bürgerlich orientierten, sich am Ideal einer freien Meinungsbildung und einer freien Medienordnung verpflichteten Organisation waren und sind, zeigte die Debatte im Bundeshaus, die ausschliesslich von der SRG, den Telekommunikationsunternehmen, den Kabelnetzbetreibern, den Verlegern und weiteren Akteuren der Medienindustrie geführt wurde. Dass es in diesem Spannungsfeld auch einen Medien-Konsumenten, sprich in unserer direkten Demokratie einen mündigen Staatsbürger gibt, wurde schlicht ignoriert.

Aktion Medienfreiheit

Das Medien-Forum wird sich, nachdem die grossen Gesetzesrevisionen abgeschlossen sind, nochmals erneuern und neu unter dem Namen «Aktion Medienfreiheit» agieren. Die «Aktion Medienfreiheit» bezweckt die Förderung einer freiheitlichen Medienordnung, die Schaffung von mehr Wettbewerb in der Medienbranche, den Kampf gegen unnötige staatliche Interventionen und Subventionen im Bereich der Medien sowie die Stärkung und Umsetzung einer medialen Meinungsvielfalt in der Schweiz. Damit entwickelt die «Aktion Medienfreiheit» die Arbeit des «Medien-Forums» situationsgerecht weiter. ◊

Proletarisierung der Kommunikation

Kommunikation und technische Entwicklung sind seit jeher eng miteinander verbunden. Neue Technologien haben die Kommunikation entscheidend mitgeprägt. Dies gilt für die Erfindung der Keilschrift, des Buchdrucks oder der Schreibmaschine. Die Technologien des 20. Jahrhunderts haben dann zu einer eigentlichen «Proletarisierung der Kommunikation» geführt, in dem jeder Einzelne durch die Fotokopie oder in noch höherem Masse durch das Internet die Möglichkeit erhielt, seine eigenen Ansichten weltweit zu verbreiten. Diese enorme Beschleunigung der Kommunikation führt zu einer Informationsüberflutung, die es nicht nur für Konsumenten schwierig macht, die wichtigsten Fakten herauszufiltern. Auch die Informanten stehen vor der Frage, wie sie in diesem überreizten Umfeld ihre Adressaten noch zielgerichtet erreichen.

Emotionen prägen die Kommunikation der Zukunft

Der Schlüssel zum kommunikativen Erfolg wird in Zukunft über das Bewegtbild definiert. Denn auch hier findet eine «Proletarisierung» statt. Während noch vor wenigen Jahren das Bewegtbild den Kinos und später den Fernsehstationen vorbehalten war, kann heute jeder Einzelne bewegte Bilder produzieren und weltweit zur Verfügung stellen. Internet und Kamerahandys bieten dazu kostengünstige Optionen. Vor diesem Hintergrund wird auch für Unternehmen und Institutionen der Einsatz von Bewegtbildern in ihrer Unternehmenskommunikation zwingend. Denn das bewegte Bild ist mehr als eine technische Spielerei; es verdichtet Informationen und schafft Emotionalität. Und genau diese Mehrwerte sind in der aktuellen Informationsflut zentral. Der Konsument muss rasch und direkt mit der Botschaft konfrontiert werden und zugleich muss diese berühren, motivieren, identifizieren usw.

Mediapolis und InternetTV.ch haben sich in den vergangenen Jahren einen breiten Erfahrungshintergrund rund um das Bewegtbild geschaffen. Die Verleihung des Innovations-Preises 2006 der Stiftung «idée suisse» ist dafür ein überzeugender Beweis. Wir stehen Ihnen gerne für weitere Auskünfte zur Verfügung.

Peter Weigelt
PR-Berater BR/SPRG



Thurgauer Politikampagne

Initiative für Palliative Care lanciert

Am 29. Februar 2008 hat ein überparteiliches Komitee «Ja zu mehr Lebensqualität – Ja zur Palliative Care!» eine Initiative zur Verbesserung der Lebensqualität unheilbar kranker und sterbender Menschen lanciert. Das Ziel dieser Initiative besteht darin, Leiden zu lindern sowie den Kranken und ihren Angehörigen im Spital eine bestmögliche Lebensqualität zu sichern. «Palliative Care» ermöglicht ein humanes Sterben sowie einen Tod in Würde ohne unerträgliche körperliche und seelische Qualen.

Mediapolis unterstützte das überparteiliche Initiativkomitee bei der formellen und argumentativen Erarbeitung des Initiativbogens, bei der Medienarbeit sowie bei der Ausarbeitung diverser Kommunikationsmittel. ◊





NEWS

Pflicht und Kür in der Unternehmens- kommunikation

Im Juli 2007 wurde in Bern das Schweizerische Institut für Verwaltungsräte und Geschäftsleitungsmitglieder *sigv* gegründet. Die *Mediapolis AG* vertritt das Institut in den Ostschweizer Kantonen und im Fürstentum Liechtenstein. Zielsetzung des Instituts ist es, die Interessen von Verwaltungsräten und Geschäftsleitungsmitgliedern zu vertreten sowie gezielte und themenspezifische Ausbildungen zu ermöglichen. Das Institut engagiert sich im Weiteren für eine hohe Berufsethik, die Ausbildung von Corporate Governance-Vorgaben, den Erfahrungsaustausch untereinander sowie die allgemeine Interessenvertretung gegenüber Behörden und der Politik. Wir freuen uns, Ihnen nachfolgend den nächsten *sigv*-Anlass in der Ostschweiz präsentieren zu dürfen.

Reputationsmanagement gewinnt an Bedeutung

Der dramatische Reputationsverlust globaler Finanzdienstleister und derer Exponenten hat in den vergangenen Wochen eindrücklich gezeigt, wie rasch ein mühsam und oft kostspielig aufgebautes Image erodieren kann. Im aktuellen *sigv*-Workshop wollen wir uns deshalb ganz bewusst auf die Unternehmenskommunikation ausrichten und diese in Pflicht und Kür unterteilen. Zum Einen zeigen wir auf, was die kommunikativen Pflichten eines Unternehmens umfassen und wie man sich auf Krisensituationen vorbereiten kann. Zum Andern liegt ein Schwerpunkt im sogenannten Reputationsmanagement, das zunehmend an Bedeutung gewinnt.

Nehmen Sie sich am 9. Juni 2008 drei Stunden Zeit, um von Fachleuten zum Thema Unternehmenskommunikation eine kompakte Grundlage und gleichzeitig praxisnahe Umsetzungstipps zu erhalten. Zudem bietet die traditionelle Veranstaltungsform der *sigv*-Workshops Gelegenheit, mit Experten im direkten Gespräch konkrete Fragen zu diskutieren und Erfahrungen mit anderen Teilnehmern auszutauschen.

www.sigv.ch



Geschäfts- bericht 2007

IVF HARTMANN GRUPPE vertraut *Mediapolis* die Umsetzung des Geschäftsberichtes an

Auch im Jahr 2007 vertraut die IVF HARTMANN GRUPPE auf die kreativen und redaktionellen Fähigkeiten der *Mediapolis*. Mittels raffinierter, dreiteiliger Umsetzung wurde der Geschäftsbericht 2007 der äusserst erfolgreichen Traditionsunternehmung aus Neuhausen am Rheinfall erstellt. Die mit den wichtigsten Informationen versehene Mappe «bindet» den Geschäfts- und Finanzbericht der Unternehmung zu einer Einheit.



IVF HARTMANN GRUPPE



Bildsprache und kundenfreundliche Gliederung

Die gewählte Bildsprache aus Produkten und Mitarbeitern führt gezielt durch den Geschäftsbericht und sensibilisiert den Leser zum Beispiel für die interessantesten Produktneuheiten.

Erfolgreiche Zusammenarbeit wird ausgebaut

Auch im laufenden Jahr arbeiten die beiden Firmen IVF HARTMANN GRUPPE und *Mediapolis*, wenn es um Kommunikation oder Gestaltung/Grafik geht, eng zusammen. Neben Kundennewsletter steht auch die Umsetzung einer neuen Plattform und Dienstleistung in der Pipeline. Gerne informieren wir Sie im nächsten Communicator über die spannenden Entwicklungen. ☺

Zur Unternehmung

Die IVF HARTMANN GRUPPE prägt seit 136 Jahren mit dem Slogan «Ideen, die heilen und pflegen» den Markt der medizinischen Verbrauchsgüter. Ein exzellenter Ruf in der Branche und eine umsichtige Geschäftsleitung überzeugen Jahr für Jahr nicht nur die Aktionäre, sondern auch die diversen Kundengruppen.

Überbauung in Signy-Grens

Ein Musterbeispiel in baulicher und ökolo- gischer Hinsicht



Die Genfer Immobilienunternehmung Gemini Swiss Properties SA stellte ihre Pläne für eine Überbauung in Signy-Grens (VD) vor. Das unter dem Namen «Landmark – La Référence Verte» stehende Projekt soll sowohl in baulicher als auch in ökologischer Sicht ein Musterbeispiel einer modernen Überbauung im Minergie-Standard werden.

Auf dem rund 73'000 m² grossen Gelände soll eine durchmischte Überbauung mit vielen Grünzonen und Wasserläufen sowie mit einem Biotop erstellt werden. Es werden ein Hotel mit Wellness-Bereich, ein Apart-Hotel, ein medizinisches Zentrum, verschiedene Bürogebäude sowie ein Restaurant entstehen. Rund 1'500 Arbeitsplätze sollen geschaffen werden.

Landmark – La Référence Verte

Das Projekt ist ein Musterbeispiel einer ökologischen, energetischen und modernen Bauweise. Deshalb erhält es auch den Projektnamen «Landmark – La Référence Verte». Die Gebäude sollen allesamt den Minergie-Standard erfüllen. Zudem wird mit den Grünbereichen, den Wasserläufen und dem Biotop ein CO₂-neutraler Wert erreicht. Die Bauherrschaft rechnet nach erfolgter Genehmigung mit einer Bauzeit von zwei bis drei Jahren.

Mediapolis begleitete die Firma Gemini Swiss Properties SA insbesondere bei der medialen Arbeit. ☺

