

Die Schweiz in China innovativ repräsentiert: Das Magazin «Swiss Brands» (www.swissbrands.org) von Primafila AG und China Communications.

Das Magazin «Swiss Brands»

Eine stolze Repräsentation der Schweiz anlässlich der Weltausstellung Expo 2010 in Shanghai/China.

Vom Mai bis Oktober 2010 repräsentiert «Swiss Brands» von Primafila AG und China Communications als offizielles Magazin im Schweizer Pavillon an der Expo 2010 in Shanghai sowie an weiteren Distributionsorten in Shanghai und China die Schweiz. Das ambitionierte Projekt hat einen längeren Weg hinter sich. Frühling 2008: Die Beratungsagentur China Communications und die Corporate-Publishing-Agentur Primafila AG fassen in der Schweiz den Entschluss, auf den Zeitpunkt der Weltausstellung Shanghai 2010 erstmals ein Magazin namens «Swiss Brands» herauszugeben. Ein ehrgeiziges Projekt: ein Co-Branding-Publishing mit den stolzesten Swiss Brands. Die grösste Herausforderung ist die Gewährleistung einer gezielten und quantitativ bezahlbaren Distribution. Und: interkulturell muss es stimmen, für die chinesische Leserschaft einerseits, für die zu gewinnenden «Swiss-Brands»-Partner andererseits.

Skepsis, ein einladendes Dummy & gebnete Distributionswege
Herbst 2008, Wirtschaftskrise: Der Grossteil der kontaktierten potenziellen «Swiss Brands»-Partner winkt vorerst einmal ab. China ist derzeit nicht im Fokus, man hat andere Sorgen. Nichtsdestotrotz entwirft Medien-Designer Horst Moser in München, langjähriger Geschäftspartner von Primafila AG, auf Grund der Konzeption ein einladendes Dummy. Das Eidgenössische Departement für auswärtige Angelegenheiten (EDA), Präsenz Schweiz zeigt erstes Interesse an der Konzeption des wertigen Magazins «Swiss Brands», und nach einigen Monaten, im Frühling 2009, kommt es seitens EDA / Präsenz Schweiz zu einem Vertrag mit Primafila AG; ein wichtiger Teil der Distribution ist jetzt gesichert durch die geplante Präsenz im VIP-Bereich sowie den Verkauf im Pavillon Shop im Schweizer Pavillon an der Expo 2010 Shanghai. Schweiz Tourismus formuliert eine klei-

ne, aber qualitativ interessante Distribution in China (gut 5000 Exemplare). Dank der kooperativen Haltung von Druckpartner Ringier International in Shanghai kann die Distributionslösung der geplanten Auflage von 150 000 Exemplaren komplettiert werden: Ein persönlich adressierter Versand an 50 000 Topentscheider in China, auflegen in 40 Fünfsterhotels in und um Shanghai, werden mit Ringier vereinbart. Mit dem Dummy werden den nach wie vor skeptischen Schweizer Unternehmen mit Aktivität in China nun auch die Mediendaten unterbreitet. Storys im Sinne eines ausgeformten Corporate Publishings sind neben klassischen Werbeatritten möglich.
19 «Swiss-Brands»-Partner
Sommer und Herbst 2009: Die Gespräche mit möglichen «Swiss-Brands»-Partnern laufen auf Hochtouren. China Communications und Primafila AG hö-

ren Bedürfnisse von den in China tätigen Schweizer Unternehmen, zeigen Möglichkeiten von interessanten Storys auf. Schlussendlich sind 19 Partner aus der Romandie und der Deutschschweiz aus den Bereichen Konsumgüter, Wirtschaftsförderung, Tourismus für das innovative gemeinsame Projekt gewonnen. Die meisten haben eine Story bestellt. Von den insgesamt 68 Seiten sind lediglich neun Seiten von sechs Partnern für Inserate gebucht.
In den Wintermonaten werden die Storys der «Swiss-Brands»-Partner und weitere Magazinbeiträge in der Schweiz und in China umgesetzt. Getreue Mitstreiter von Primafila AG und China Communications beginnen zu wirken, so fotografiert Alberto Venzago eine faszinierende Bilderfolge von Landschaften für drei Bergbahnregionen, Illustrator David Boller kreiert ein Manga mit einem neuen Heidi für Shanghai 2010. Der chinesische Botschafter in Bern gewährt seine Zeit, um mit der chinesischen Journalistin (allzu viele davon gibt es in der Schweiz nicht) über Innovationen und Wirtschaftserzeugnisse im Kanton Bern sowie seine persönlichen Vorlieben in

und um die Schweizer Hauptstadt zu sprechen. Dirigent Muhai Tang teilt mit den Herausgeberinnen seine Genussvorlieben aus der Schweizer Kulinarik. Mit interkulturellem Feingefühl wird für jeden «Swiss-Brands»-Partner dessen Beitrag konzipiert und umgesetzt, handle es sich um ein Sustainability-Projekt wie die «Green Roofs» in China (auch der Schweizer Pavillon hat so ein grünes Dach!), Swissness demonstrierende Taschenmesser oder Pfannen oder um den neuen Business-Class-Sitz, der im Flughafen Zürich von dem derzeit in Bern arbeitenden jungen Kreislaufspezialisten Dr. Zijiang Yang unverdrossen für «Swiss Brands» getestet wird. Eine besondere Ehre ist das Vorwort der Bundespräsidentin Doris Leuthard.
Ein interkulturelles Team
Zürich – Zug – München – Beijing – Shanghai: In enger und eingespielter Zusammenarbeit entsteht Geschichte um Geschichte für das neue Magazin. Simon Wong in Beijing, im Büro von China Communications und Primafila in China, entwickelt passend zum Design aus München und zur Konzeption

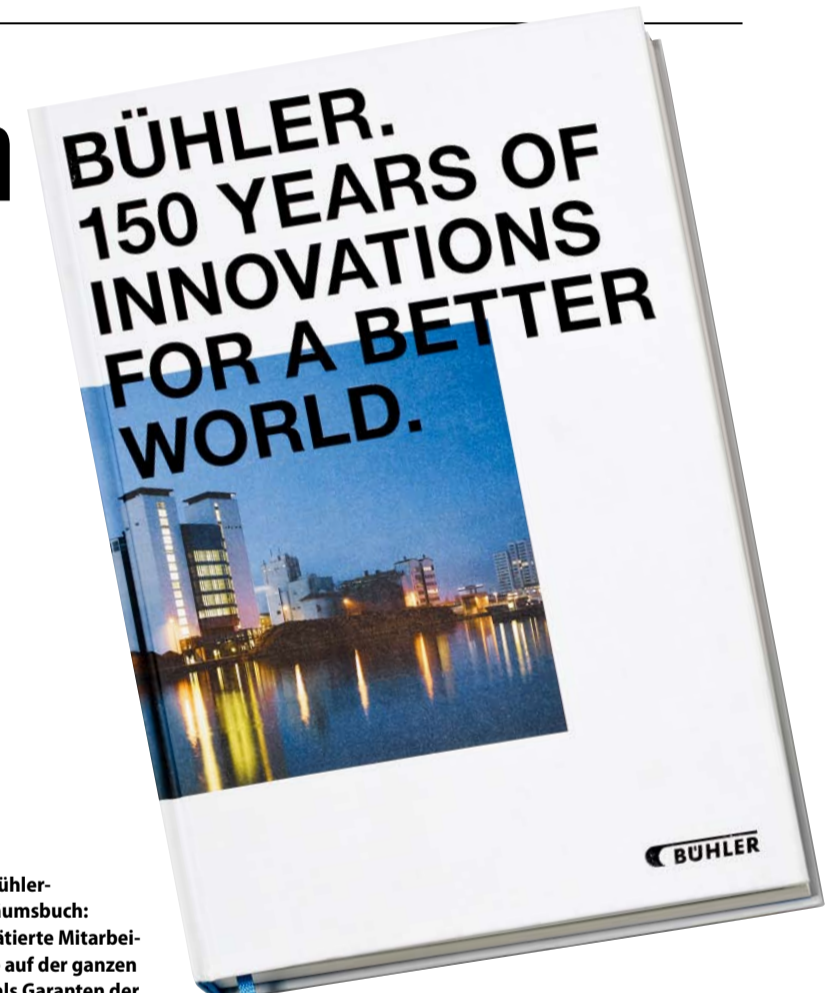
und Fotografie aus der Schweiz die chinesischen Tilttypografien und gewährleistet die produktuelle Schnittstelle zur Druckerei in Shanghai. In den drei letzten Produktionswochen wird, ermöglicht durch die Standorte in den verschiedenen Zeitzonen, fast rund um die Uhr gearbeitet, die Chinesischredaktion und (für Kurztexten in Englisch) auch die Englischredaktion in der Schweiz und den USA redigieren in den mittlerweile stolz gestalteten Seiten, letzte finale Schliche – und am 1. April geben alle 19 Partner nach 24 Stunden problemlos ihr Gut-zum-Druck. Am 2. April ist die Vorlage bereits beim Projektverantwortlichen von Ringier Shanghai, der es vor dem Druck noch den Behörden zu unterbreiten hat. Mittlerweile wird in Zürich die Online-Version des Magazins (www.swissbrands.org) weiterverfolgt.
Mit «Swiss Brands» ist allen anfänglichen Widerständen zum Trotz ein einzigartiges interkulturelles Corporate-Publishing-Produkt gelungen. Ein Co-Branding-Auftritt aus der Schweiz für eine anspruchsvolle chinesische Leserschaft und Klientel.

Das Bühler-Jubiläumsbuch

150 Years of Innovations for a Better World – ein internationales Publishing.

Der internationale Technologiekonzern Bühler feiert 150 erfolgreiche Jahre. Zu diesem Anlass hat das Unternehmen ein 230 Seiten starkes Jubiläumsbuch herausgegeben. In 68 Geschichten mit Fotoprotokollen heutiger und ehemaliger Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus aller Welt werden die Hintergründe der Entwicklung eines Unternehmens aufgezeichnet, das sich während der vergangenen 150 Jahre erfolgreich auf dem globalen Markt etablieren konnte. Es ist ein sehr persönliches Buch geworden über das grosse Engagement der Menschen hinter dem Erfolg, die klug und mit Sensibilität die Qualität und Solidität im Kerngeschäft weltweit in den sich verändernden Märkten hochgehalten und weiterentwickelt haben. Eingerahmt werden die vor Ort recherchierten und fotografierten Porträts von Meilensteinen aus der 150-jährigen Geschichte des Unternehmens. Ergänzt wird das Jubiläumsbuch mit einem umfangreichen Bildteil von ausgewählten Referenzmaschinen und -anlagen.

Bühler ist heute ein global führendes Unternehmen für Verfahrenstechnik, insbesondere für Produktionstechnologien zur Herstellung von Nahrungsmitteln und technischen Materialien. Das Unternehmen ist in über 140 Ländern tätig und beschäftigt weltweit rund 7500 Mitarbeitende. Das Buch ist ein faszinierender Spiegel dieser weltweiten Kompetenz und Aktivität.
Für das Konzept des Jubiläumsbuches verantwortlich zeichnet: Corina Atzli, Head Corporate Communications Bühler Group unterstützt von New Identity Ltd., Basel. Die Mitarbeitenden in der Schweiz und Deutschland wurden von der Journalistin Sarah Jäggi und der Fotografin Anne Morgenstern porträtiert. Primafila AG begleitete den Prozess mit ihrer international verankerten Kompetenz, mit ihrem Netzwerk von Journalisten und Fotografen, so dass die weltweite Präsenz von Bühler im Buch authentisch aufgenommen werden konnte.



Das Bühler-Jubiläumsbuch: Porträtierte Mitarbeitende auf der ganzen Welt als Garanten der weltweiten Kompetenz.

Informationen: Bühler Management AG
Corina Atzli, corporate.communications@buhlergroup.com

Informationen:
Primafila AG
Dr. Viviane Egli
egli@primafila-cp.ch





Bringen mit interaktiven Magazinen Schwung in die Mitarbeiterkommunikation: Publishing Director Elmar zur Bonsen (links) und Digital-Media-Leiter Michael Schär, beide von Infel AG.

Neuer Schwung für die Mitarbeiterkommunikation

Die Infel AG bietet interaktive Mitarbeitermagazine an, die exakt den Bedürfnissen der Kunden entsprechen. Die elektronischen Magazine basieren auf der Infel-E-Solution und werden für jeden Kunden massgeschneidert. Infel Publishing Director Elmar zur Bonsen und Michael Schär, Leiter Digitale Medien, über die neue Art, mit den Mitarbeitern zu kommunizieren.

Für welche Kunden eignen sich interaktive Mitarbeitermagazine?

Elmar zur Bonsen: Grundsätzlich für alle Arten von Unternehmen, Konzerne wie KMU. Besonders aber für Unternehmen, die Mitarbeitende an verschiedenen Standorten beschäftigen und miteinander noch stärker vernetzen möchten. Einzige Voraussetzung sind Computer-Arbeitsplätze: Die Mitarbeitenden müssen Zugang zum Intranet haben.

Welche Vorteile bietet das elektronische Medium?

zur Bonsen: Sie eröffnen neue Möglichkeiten des Dialogs – und das ohne Druck- und Versandkosten wie bei Printmedien. Die Inhalte werden absolut zeitgemäss präsentiert: digital, aktuell und

multimedial bewegt. Das schätzen nicht nur junge Mitarbeitende. So lässt sich die Wirkung der interner Kommunikation beträchtlich erhöhen und die Motivation stärken.

Michael Schär: Zudem lässt sich das Medium tracken. Grundsätzlich sind sowohl die Zahl der Visits als auch die Klickraten auf jeden einzelnen Button messbar. Mit diesen Resultaten lässt sich das Mitarbeitermagazin Ausgabe für Ausgabe optimieren.

Was ist das Exklusive an der Infel-Lösung?

zur Bonsen: Wir bieten keine Lösungen von der Stange, sondern Qualitätsprodukte, die technisch wie auch inhaltlich auf die unterschiedlichen Wünsche und Bedürfnisse der Auftraggeber abgestimmt

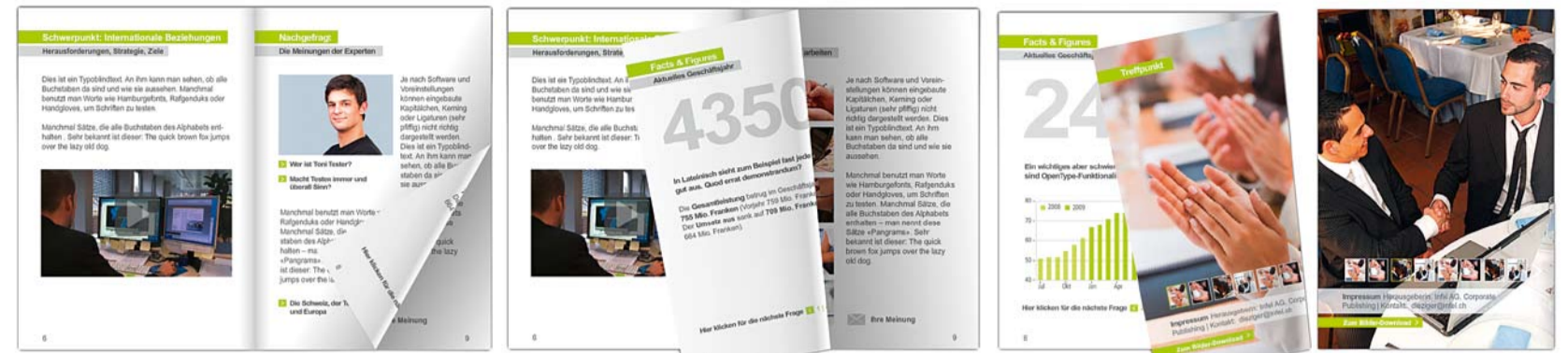
sind. Das Infel-Digitalteam arbeitet hier stets eng mit unseren hausinternen Online-Journalisten zusammen. Das Ergebnis sind individuelle Lösungen aus einem Guss.

Worauf basiert diese Lösung?

Schär: Infel hat eine Flex-basierte E-Lösung entwickelt, die es erlaubt, massgeschneiderte und skalierbare Magazine anzubieten. Wir sind dadurch sehr flexibel und können auch mehrsprachige, höchst dynamische Produkte anbieten.

Wie viel technisches Verständnis muss der Kunde mitbringen?

Schär: Eigentlich keines, denn für die technische Umsetzung sind wir da. Auf die Qualität des Produkts



wirkt es sich aber positiv aus, wenn der Kunde bereit ist, sich in ein solches Medium und seine Möglichkeiten hineinzudenken.

Wie werden die Kunden von der Infel beraten – von der Idee bis zur ersten Umsetzung?

zur Bonsen: Wir betreuen unsere Kunden über die gesamte Prozesskette hinweg, ganz so wie im Bereich der Printmedien. Die Beratung von Infel beginnt mit einer ersten Analyse, idealerweise im Rahmen eines gemeinsamen Workshops, und führt über die Konzeption bis hin zur Erstellung des fertigen Produkts. Sollte ein Kunde für bestimmte Module auch bestehende Dienstleister einbinden wollen, so

ist auch dies in den meisten Fällen möglich. Entscheidend ist ein optimales Ergebnis.

Welches Corporate-Publishing-Know-how bringt die Infel AG ein?

zur Bonsen: Der Content ist – ähnlich wie beim Print – breit gefächert. Wir bieten alle geeigneten journalistischen Formen an, immer abhängig von den vorab definierten Zielgruppen, Botschaften und Zielen der Kommunikation. Entscheidend ist, wie der Content jeweils aufbereitet wird, welche multimedialen Tools verwendet werden, um die Inhalte attraktiv aufzubereiten und zu transportieren. Ich denke da an Videos, Animationen, Slideshows, Votings, Mitmach-

aktionen etc. Man muss wissen: Online funktioniert nach anderen Gesetzen als Print. Das wird häufig nicht bedacht. Schief liegt, wer zum Beispiel Inhalte aus einem gedruckten Medium ungekürzt 1:1 in ein elektronisches Medium überträgt. Solche blätterbaren PDFs sind einfach nur langweilig.

Wie kommen interaktive Magazine an?

zur Bonsen: Wir merken, dass die Nachfrage nach intelligenten Lösungen rasant zunimmt. Immer mehr Unternehmen sehen interaktive Medien als neue, zusätzliche Chance für ihre Kommunikation. Investiert wird aber nur, wenn beides zusammenkommt: Content und Qualität.

Interaktive Mitarbeitermagazine – wie diese Demoversion – bieten eine ganze Palette an hilfreichen Tools an: Gallery, Akkordeon-Interview, Layernavigationen, Votings, Games und Dialogkomponenten. Zum Demovideo gehts unter www.infel.ch/give-me-five.

Ansprechperson: Infel AG, Julia Dieziger, Director New Business, dieziger@infel.ch

Corporate Film zu Energie

Abu Dhabi, im Januar 2010: Auf Einladung von Siemens Energy und Initiative von Primafila AG tauschen sich vier namhafte Experten aus der internationalen Energiewelt zum Thema «Optimierung Energiemix» aus, Ambassador Richard Jones von der International Energy Agency, Frank Mastiaux, CEO von E.ON Climate & Renewables, Khaled Abubakr, CEO von TAQA Arabia, sowie Andres Wijkman, Vizepräsident des Club of Rome (zugeschaltet aus Stockholm). Das Roundtable wird moderiert von einem amerikanischen Korrespondenten aus Dubai, langjähriger Mitarbeiter im internationalen Netzwerk von Primafila, filmisch aufgezeichnet für die Siemens Website (www.siemens.com/energy/living-energy) sowie für die Frühjahrsausgabe des internationalen Magazins «Living Energy» von Siemens Energy als Titelstory genutzt. Wissensaustausch auf höchstem Niveau, crossmedial konzipiert und umgesetzt.

Informationen: Primafila AG, Dr. Viviane Egli, info@primafila-cp.ch

DANA BERKOVITS: NEUER ART DIRECTOR BEI MEDIANOVIS

Seit Februar 2010 verstärkt Dana Berkovits (29) das Team von Medianovis. Dana Berkovits arbeitet nach ihrer Lehre einige Jahre in einer renommierten Zürcher Kreativagentur, bevor sie zu Medianovis stiess. Als Art Director von Medianovis wird Dana Berkovits bestehende Publishing-Projekte weiterentwickeln und neue grafische Konzepte im Bereich Corporate Media erarbeiten.

MEDIANOVIS REALISIERT DEN GESCHÄFTSBERICHT DER SRG IDÉE SUISSE DEUTSCHSCHWEIZ

Die SRG idée suisse Deutschschweiz hat Medianovis die Erstellung ihres Geschäftsberichts 2009 anvertraut. Medianovis führte den gesamten Produktionsprozess, über die Gestaltung bis hin zur Druckvorstufe. Mit dem Einsatz ihres professionellen, internetbasierten Redaktionssystem konnte Medianovis dieses komplexe Projekt effizient und rasch abwickeln. Bereits in ähnlicher Weise realisiert Medianovis seit einigen Jahren für die SRG idée suisse das regelmässig erscheinende Magazin „LINK“, hinter dem sieben externe Redaktionen stehen.

Im Zentrum des Geschäftsberichts 2009 steht das Thema der Medienkonvergenz und die damit verbundene organisatorische Zusammenlegung des Schweizer Fernsehens SF und des Schweizer Radios DRF.

Medianovis AG, Ute Grossbacher-Radicke, ute.grossbacher@medianovis.com

Die Spezialisten für Corporate Publishing in der Schweiz

Arnold. Inhalt und Form AG
Laubisrütstrasse 52
8713 Uerikon
Tel.: +41 / 44 / 928 33 11
E-Mail: urs.arnold@arnolddesign.ch
Internet: www.arnolddesign.ch

comunicAzione
Via Rusca 16
6862 Rancate
Tel.: +41 / 91 / 646 26 33
E-Mail: eckhard.sohns@comunicazione.ch
Internet: www.comunicazione.ch

Crafft Kommunikation AG
Hohlstrasse 201
8004 Zürich
Tel.: +41 / 44 / 296 10 18
E-Mail: michael.ruetti@crafft.ch
Internet: www.crafft.ch

Primafila AG
Hornbachstrasse 50
8034 Zürich
Tel.: +41 / 44 / 389 84 94
E-Mail: egli@primafila-cp.ch
Internet: www.primafila-cp.ch

Yesway Corporate Publishing AG
Kreuzstrasse 82
8032 Zürich
Tel.: +41 / 44 / 384 80 20
E-Mail: Linus.fuchs@yesway.ch
Internet: www.yesway.ch

Basel West Unternehmenskommunikation AG
Hegehheimerstrasse 4
4012 Basel
Tel.: +41 / 61 / 386 10 00
E-Mail: welcom@baselwest.ch
Internet: www.baselwest.ch

DENON Publizistik AG
Hauptplatz 5
8640 Rapperswil-Jona
Tel.: +41 / 55 / 220 81 88
E-Mail: Daniel.Stein@denon.ch
Internet: www.denon.ch

Largeur.com SA
rue Abraham-Gevray 6
1201 Genève
Tel.: +41 / 22 / 919 19 19
E-Mail: info@largeur.com
Internet: www.largeur.com

purpur ag
Kanzleistrasse 127
8004 Zürich
Tel.: +41 / 44 / 291-3130
E-Mail: benassa@purpunet.com
Internet: www.purpunet.com

Infel AG
Militärstrasse 36
8004 Zürich
Tel.: +41 / 44 / 299 41 41
E-Mail: schaller@infel.ch
Internet: www.infel.ch

Medianovis AG
Alte Landstrasse 55
8802 Kilchberg
Tel.: +41 / 44 / 716 55 16
E-Mail: info@medianovis.com
Internet: www.medianovis.ch

scheiter meier külling AG
Rämistrasse 35
8001 Zürich
Tel.: +41 / 44 / 253 88 88
E-Mail: Philip.Meier@smek.ch
Internet: www.smek.ch

Brandt & Schärer AG
Solethnerstrasse 121
4601 Olten
Tel.: +41 / 62 / 205 90 40
E-Mail: schaerer@brandt.ch
Internet: www.brandt.ch

