„WIR SIND NICHT NORMAL.“

4

INHALT

4 PITCH – WIR HABEN GEWONNEN!
Die Allgäuer Festwoche hat eine neue Lead-Agentur

6 THE ATMO VIEW
Strategie- und Kommunikationsarbeit für den Sondermaschinen-bauer ATMO aus dem BOSCH-Produktbereich Packaging

8 STRATEGY BARBECUE
Emotionales Auftakt-Event zum Strategie-Rollout

10 THE GLOBAL VIEW
Weltweite GoPro Aktion „Zeig uns deinen Weg zu ATMO“

12 ALL THINGS DIGITAL
Unser Creative Director über den Wandel der Kommunikation

14 DIE SONNE LEUCHTET ALLEN
Ein Gestaltungskonzept zum Auftanken für die Patienten des Bezirksklinikums Kaufbeuren

16 BITTE LÄCHELN!
Strahlendes Erscheinungsbild für eine Zahnarztpraxis

18 FREIHEIT BEGINNT IM KOPF
Unsere Redakteurin und Texterin Edith Rayner im Kurzportrait

KREATIVE HABEN DIE HERAUSRAGENDE GABE, MENSCHEN MIT NEUEN DINGEN VERTRAUT ZU MACHEN UND VERTRAUTES IN NEUES LICHT ZU RÜCKEN. SO BEWEGEN SIE DIE WELT.

„WIR SIND NICHT NORMAL.“

elsner AGENTUR.DRUCK.WERBETECHNIK.

5

KUNDE STADT KEMPTEN
PROJEKT ALLGÄUER FESTWOCHE
CD MANUAL

PITCH
WIR HABEN GEWONNEN!

ALLGÄUER FESTWOCHE

Für die nächsten drei Jahre agieren wir als Lead-Agentur der größten Wirtschaftsmesse der Region! Bei der öffentlichen Ausschreibung konnte sich unser Kreativteam unter fünf Agenturen durchsetzen. Im ersten Schritt wurde das Corporate Design der Festwoche in einem ausführlichen Manual von uns festgezurrt...

elsner AGENTUR.DRUCK.WERBETECHNIK.

6

KUNDE BOSCH, PA-ATMO STUTTGART
PROJEKT STRATEGIE
VISUALISIERUNG
KOMMUNIKATION

Strategie- und Kommunikationsarbeit für den Sondermaschinenbauer ATMO aus dem BOSCH-Geschäftsbereich Packaging Technology.
Unser Kreativteam erhielt Anfang des Jahres den Auftrag zur konzeptionellen und kreativen Visualisierung und Kommunikation der ATMO Strategie 2025 – Zielsetzung: die zukünftige Ausrichtung des Unternehmens den Mitarbeitern weltweit auf allen Ebenen emotional erlebbar zu machen. Dazu wurde im ersten Schritt eine dynamische Identität entwickelt, die die zukünftigen Handlungsfelder und deren Zusammenspiel visuell vermittelt. Auf den folgenden Seiten zeigen wir Ihnen die ersten Kommunikationsmaßnahmen unseres Strategie-Roll-outs (→ Auftakt-Event, GoPro-Aktion)

8

KUNDE BOSCH, PA-ATMO STUTTGART
PROJEKT ROLL-OUT EVENT KONZEPTION & UMSETZUNG

THE HAPPY VIEW

Zum Strategie-Roll-out fand am Standort Stuttgart-Feuerbach ein Fest für rund 1.200 Mitarbeiter statt – es wurde zum „Strategy-Barbecue“ geladen. Bereits die Einladung stimmte darauf ein, denn jeder Mitarbeiter erhielt im Kuvert ein individuelles Puzzle-Teil, welches dann vor Ort zunächst personalisiert und dann auf einer Trägerplatte zu einem großen Bild zusammengesetzt wurde – The ATMO VIEW in XXL. Die Message: „Jeder Einzelne trägt einen wichtigen Teil zum Erfolg des Unternehmens bei.“ Das gesetzte Ziel „INVOLVEMENT“ wurde damit zu 100% erreicht. Weiterhin unterstützte unser Team auf konzeptioneller Ebene u.a. mit der Idee einer runden VIEW-Bar als Mittelpunkt der Eventwiese. Mit großer Erwartung wurde dann auf die LIVE-PERFORMANCE um 19:00 Uhr hingefiebert: Die Sandmalerin. Mit viel Fingerspitzengefühl malte sie Auszüge der Strategie zu komponierter Musik auf das Sandtableau. In fünf Zelten, die passend zu den Strategiefeldern gebrandet waren und nachts in bunten Farben leuchteten, wurde natürlich auch für das leibliche Wohl gesorgt.

Ein großes und ganz herzliches DANKE auch von meiner Seite – für die tollen Ideen, Hilfe und Support während der gesamten Vorbereitungsphase dieses Events. Es war ein richtiger Erfolg!

Boyana Marinova, PA-ATMO/BUD

Eine erdende Zusammenstellung der ATMO Vision und der Strategie. Das wird sicherlich in guter und nachhaltiger Erinnerung bleiben. Die Idee mit dem Strategie Logo Puzzle, vorbereitet über die Einladung, war ein interessanter Ansatz.

Horst Schelbert, PA-ATMO1/PJ-PES

10

KUNDE BOSCH, PA-ATMO STUTTGART
PROJEKT WELTWEITE GOPRO AKTION KONZEPTION & UMSETZUNG

THE GLOBAL VIEW*

2.200 Mitarbeiter an 10 verschiedenen Standorten weltweit alle auf das gleiche Ziel einzuschwören, stellt eine große Herausforderung für ein Unternehmen dar. Unsere Agentur hat deshalb zum Auftakt des Strategie-Rollouts das „GoPro-Filmprojekt“ ins Leben gerufen: ZEIG UNS DEINEN WEG ZU ATMO. Mit dieser Aufforderung und einem Trailer verschickten wir 20 GoPros für 14 Tage in alle Welt hinaus. Das Ergebnis dieser Kampagne: Über 100 ATMO Mitarbeiter zeigten uns in 1994 Filmminuten auf unterschiedlichste Art und Weise ihren persönlichen Weg zur Arbeit. Daraus entstand ein höchst emotionaler fünfminütiger Film über eine unschlagbare Mannschaft mit dem einen Ziel vor Augen: VORSPRUNG FERTIGEN.

* Unser Team verschickte die 20 GoPro Hero 5 Black nach BURSA in die Türkei, TOLUCA in Mexiko, BANGALORE in Indien, CHANGSHA und SUZHOU in China, BUDAPEST in Ungarn, MADRID in Spanien, CHARLESTON im US-Bundesstaat South Carolina und in die deutschen Standorte nach FEUERBACH und HOMBURG. Die Mitarbeiter machten sich damit auf unterschiedlichste Art und Weise auf ihren Weg zur Arbeit: zu Fuß, mit dem Auto, der Bahn, dem Motorrad, den Inlinern oder dem Fahrrad... sogar ein Kajak tauchte unter den Fortbewegungsmitteln auf. Wir sagen Danke für über 100 kreative Videobotschaften aus 8 Ländern.

ALL THINGS DIGITAL

„Digitalisierung“ oder „digitaler Wandel“ ist ein Prozess, der nicht nur unsere Gesellschaft stark beeinflusst – dieser fortlaufende Prozess stellt insbesondere für Unternehmen Herausforderung als auch Chance dar. Denn nur wer mit dieser Entwicklung auch Schritt halten kann, kann sich auch langfristig seine Position am Markt sichern.
Mitte der 80er Jahre fand mit der Einführung des heute bekannten Desktop-Publishing – dem Layouten von Text und Bildern am Computer – eine kleine Revolution im Medienbereich statt. Eine neue Technik hielt Einzug in die Verlagshäuser, Druckereien und Agenturen und die Ära des digitalen Zeitalters kündigte sich an. Mittlerweile gehören PC und MAC ganz selbstverständlich zum (Arbeits-)Alltag und sind nicht mehr wegzudenken. Neue und ständig weiterentwickelte Hard- und Software sorgen für schier unbegrenzte Möglichkeiten – tausende verschiedenster Schriften sind für uns Gestalter verfügbar, die Techniken digitaler Fotoretusche und 3D-Renderings lassen die Grenzen zwischen Wirklichkeit und Phantasie verschwimmen und kein Film, keine Fernsehsendung kommt heute noch ohne CGI aus.
Auch unsere Gesellschaft bekommt den Vormarsch des digitalen Zeitalters zu spüren – mobiles Internet und VoIP, Smart Phone, Smart Home und Smart Shopping sind nur ein paar der Schlagwörter, die uns beinahe täglich in diesem Zusammenhang begegnen. Mit dem Wandel der Technik wandelt sich auch das Konsumverhalten und neue Mittel und Wege öffnen sich, um potentielle Kunden anzusprechen. Wo früher Werbung in Print-Form betrieben wurde, steht heute Multichannel-Marketing auf der Tagesordnung, entstehen virale Kampagnen, werden Videospots produziert und Adwords geschalten.
Es ist unsere Aufgabe, mit all diesen technischen Möglichkeiten und Herausforderungen Schritt zu halten, ständig alle neuen Facetten und Optionen zu betrachten und somit letztendlich unseren Kunden optimale Strategien und Lösungen für ihr Marketing aufzuzeigen.

Während meiner Ausbildung erlebte ich den Wechsel von analog zu digital, vom klassischen Schriftsetzer und Lithografen hin zum Mediengestalter, live mit. Gestern noch in Handarbeit Filme retuschiert, Druckbögen montiert und Druckplatten ausgebessert, heute digital Satz und Layout am Rechner ausgeführt und die fertige Druckplatte belichtet. Es öffnete sich damals eine völlig neue Welt – die vielfältigen und beinahe grenzenlosen kreativen Möglichkeiten am PC nahmen mich sofort gefangen.
Seither sind beinahe 20 Jahre vergangen. Und so wie sich die digitale Welt stets verändert, haben sich auch die an mich gestellten Anforderungen kontinuierlich verändert.
Anfangs mit Schwerpunkt im Print-Sektor hat sich mein Aufgabenbereich über die Jahre zunehmend in Richtung der digitalen Medien verschoben. Planung, Projektierung und Umsetzung von Internetauftritten, Videoschnitt und Ton- und Bildbearbeitung gehören inzwischen ebenso zu meinen Tätigkeiten wie Gestaltung, Satz und Layout in der Druckvorstufe.
Darüber hinaus bin ich verantwortlich für die verwendete Hard- und Software in der Agentur, regle federführend Datenhandling, -bearbeitung und Archivierung und betreue als Ausbildungsverantwortlicher die nächste Generation Mediengestalter.
Meine Arbeit hält jeden Tag neue Herausforderungen für mich bereit und ich freue mich immer wieder, meine Fähigkeiten und Kompetenzen zu erweitern und zu vertiefen.

Stephan Danner, Mediengestalter
Digitale Kreation und Programmierung

15

KUNDE BEZIRKSKLINIK KAUFBEUREN

PROJEKT RAUMKONZEPT IDEE UND UMSETZUNG

DIE SONNE LEUCHTET ALLEN

In vielen psychiatrischen Kliniken überfällt einen (zumindest als Gestalter) schlagartig eine abgrundtiefe Schwermut wegen der, vorsichtig ausgedrückt, kühlen Erscheinung und trostlosen Architektur. Aber sollten nicht gerade solche Orte eine Extraportion Zuwendung erfahren? Sollten nicht diese Orte besonders sensibel gestaltet werden, um das Leiden der Patienten nicht noch durch diese deprimierende Ästhetik zu verstärken? Glücklicherweise gibt es Ausnahmen. Für das Bezirksklinikum am Standort Kaufbeuren entwickelten unsere Designer ein Gestaltungskonzept mit ganz viel Wärme – der Bauabschnitt 1 wurde bereits erfolgreich umgesetzt. Wir freuen uns auf die kommenden Projekte!

Wilhelm Egger
Bezirkskliniken Schwaben
Regionalleiter Süd

Liebe Frau Elsner,
Glückwunsch, ich bin begeistert. Die Gestaltung ist äußerst einladend, ansprechend, aber trotzdem auch modern! Die Rückmeldungen, die ich bisher aus dem Hause erhalten habe, sind alle durchwegs sehr positiv. Sie haben ein hervorragendes Konzept entwickelt und auch umgesetzt, das wir gerne weiter in Kaufbeuren verfolgen möchten und natürlich auch an den anderen Standorten, wie Obergünzburg.

Foto:
Dimmbarer Decken-Lightframe „Sonne" bündig eingelassen; Wände mit Punktraster auf Tapete ausgeführt; Wand-Lightframe am Ende des Ganges; Logo aus glänzendem Acrylox gelasert und auf Abstand montiert

KUNDE DR. PFISTER
PROJEKT LOGODESGIN
WEBSITE
PRINTPRODUKTE

pfister
ZAHNARZTPRAXIS
DR. DAVID PFISTER
OBERSTDORF

ES KOSTET NICHTS UND BRINGT VIEL EIN. ES BEREICHERT DEN EMPFÄNGER, OHNE DEN GEBER ÄRMER ZU MACHEN. ES IST KURZ WIE EIN BLITZ, DIE ERINNERUNG DARAN IST UNVERGÄNGLICH. ES BEDEUTET FÜR DEN MÜDEN ERHOLUNG, FÜR DEN MUTLOSEN ERMUNTERUNG, FÜR DEN TRAURIGEN AUFHEITERUNG. MAN KANN ES WEDER KAUFEN, NOCH ERBITTEN, NOCH LEIHEN, DENN ES BEKOMMT ERST DANN SEINEN WERT, WENN MAN ES SCHENKT: EIN LÄCHELN!

„FREIHEIT BEGINNT IM KOPF“

ABER OBACHT! FREIDENKEN IST ANSTECKEND. ES ERWEITERT DEN HERZENSRAUM. TRAUST DU DICH? DANN BIST DU IRGENDWANN VON KOPF BIS FUSS INFIZIERT. ODER BESEELT, SO WIE ICH. VON DEM GEDANKEN UND DEM WUNSCH: MENSCHEN, TIERE UND DIE NATUR LEBEN IN EINER FREIEN WELT. WIE PASST DAS JETZT ZU MIR? ICH BIN REDAKTEURIN, TEXTERIN UND ÜBERSETZERIN. DAS IST MEIN BROT- UND BUTTERGESCHÄFT. DOCH ICH BIN FREI ZU ENTSCHEIDEN, WAS ICH SEIN MÖCHTE. DESHALB BIN ICH AUCH BLÜHBOTSCHAFTERIN IM ALLGÄU, FREIZEITVORSTAND IM GOOD NEWS CHOR UND BÜRGERFORSCHERIN IM SCHORENMOOS. GUTE TECHNIK UND INNOVATIVE IDEEN AUS DER WIRTSCHAFT FASZINIEREN MICH. GENAUSO WIE KLETTERN IM ÖTZTAL. ODER DER RITT ÜBER DIE ALPEN NACH ITALIEN. ODER EINFACH NUR SCHÖNE GESPRÄCHE FÜHREN UND MIT FREUNDEN LACHEN. BIN SO FREI. BIN FREIDENKERIN.

Edith Rayner

Eins meiner Lieblingsprojekte für die Agentur Elsner ist das Bosch Mitarbeitermagazin BhP Aktuell. Als Redakteurin bin ich für den Inhalt in Text und Bild zuständig. Je enger die Termine gesteckt sind, umso wichtiger ist ein Team, das sich die Bälle zielgenau zuwirft. Das klappt mit den Profis bei Elsner ganz hervorragend. Eine partnerschaftliche Zusammenarbeit, die einfach Spaß macht!

elsner AGENTUR.DRUCK.WERBETECHNIK.

Elsner GmbH
Oberau 1 · 87509 Immenstadt
Telefon 08327 924-0 · Fax 924-20
kontakt@elsnerwerbung.de
www.elsnerwerbung.de

Elsner Design GmbH
Immenstädter Str. 15 · 87435 Kempten
Telefon 0831 52319-0 · Fax 52319-20
info@elsnerdesign.de
www.elsnerdesign.de

elsner AGENTUR.DRUCK.WERBETECHNIK.