

link

2/2021



Zur Titelseite

Veredelung:
Heissfolienprägung mit LUXOR Silberfolie
Relieflack transparent

Titelbild:
Das 2020 neu bezogene Orchesterhaus
des Luzerner Sinfonieorchesters.
Foto: Regula Reufer

Bild Umschlag-Innenseite:
Konzertsaal Luzerner Sinfonieorchester.
Foto: Annett Landsmann



Regionalität ist ein starkes Argument

Liebe Leserin, lieber Leser

Wochenmärkte haben es in sich. Obwohl es manchmal wimmelt zwischen den Ständen, ist die Atmosphäre meist friedlich und entspannt. Und die Düfte und die bunten Auslagen regen die Sinne an. Etwas vom Schönsten an den Märkten finde ich das reiche Angebot an regionalen Produkten. Sehr oft ist es sogar so, dass die Produzenten ihre Waren direkt verkaufen.

Der Detailhandel hat die Vorzüge der Regionalität ebenfalls erkannt. Labels wie «Aus der Region. Für die Region», «Miini Region» oder «Feins vom Dorf» zeugen davon. Ich bin überzeugt, dass regionale Produktion ein starkes Verkaufsargument ist. Es stärkt das Vertrauen und gibt ein gutes Gefühl, wenn ich weiss, dass Waren in der Nähe hergestellt werden, Transportwege kurz sind und die lokalen Produzenten an der Wertschöpfung teilhaben.

Wir fertigen zwar keine Lebensmittel, Regionalität ist aber auch für Brunner Medien ein wichtiges Thema. Wir produzieren an unserem Standort in Kriens und fördern den hiesigen Werkplatz, indem wir mit Lieferanten aus der Region zusammenarbeiten. Und neuerdings verarbeiten wir Papier, das in der Papierfabrik Perlen mit 100 Prozent Altpapier hergestellt wird.

Regionalität ist nicht einfach ein Trend. Damit lassen sich nachhaltige Lösungen umsetzen und viele Menschen glücklicher machen – so wie wir es bei Brunner Medien tun.

Freddy Fallegger, Bereichsleiter Verkauf

Inhalt

- 4 Entwicklungsgebiet
Luzern Süd
Hier spielt die Musik
- 8 Medieneinstufe
Abteilung im Wandel
- 10 Drucken in der Region
**«Made in Lucerne» –
ein Qualitätssiegel**
- 11 Onlinemarketing
**E-Mail-Marketing –
effizient und sicher**
- 12 Neue Verlagsleitung
«Ich bin ein Bücherfan»
- 14 **Besuchen Sie uns online**

Hier spielt die Musik



Eine aussergewöhnliche Dynamik zeichnet derzeit die Region südlich der Stadt Luzern aus. Exemplarisch dafür stehen die beeindruckenden neuen Gebäude der Hochschule und des Sinfonieorchesters Luzern, die in unmittelbarer Nachbarschaft der Brunner Medien AG entstanden sind.

Wir schreiben das Jahr 1964. Das Druckereiunternehmen Brunner bricht seine Zelte in der Stadt Luzern ab und zieht in ein zweistöckiges Gebäude an der Arsenalstrasse 24 in Kriens. Der neue Firmensitz sei verkehrstechnisch ideal gelegen, verraten damalige Dokumente einen entscheidenden Grund für die Standortwahl. Der zweite Stock wird zunächst an die Firma Rossignol vermietet. Aber die Geschäfte werden gut laufen und nur wenige Jahre später wird das ganze Gebäude für die Produktion genutzt.

Ein urbanes Zentrum entsteht

Was sich vor 55 Jahren in kleinem Rahmen abspielte, wiederholt sich gegenwärtig am gleichen Ort in ungleich grösseren Dimensionen. Startups, Unternehmen, Kultureinrichtungen, Bildungsinstitutionen, Läden und Restaurants siedeln sich

im Gebiet Luzern Süd an. Seit der von Teilen der Gemeinden Luzern, Kriens und Horw gebildete Agglomerationsgürtel zum Entwicklungsschwerpunkt definiert worden ist, bleibt fast kein Stein mehr auf dem anderen. Ein neues urbanes Zentrum entsteht, bis 2030 sind Wohnungen und Arbeitsplätze für 10 000 bis 15 000 Menschen vorgesehen.

Die Vision für Luzern Süd ist, dass sich hier ein vielseitiger, nachhaltiger, verdichtet gebauter Lebensraum herausbildet, der urbanes Ambiente ausstrahlt, aber direkt an Erholungsgebiete anschliesst und Wohnen, Arbeiten und Freizeit vereint, wie Raymond Studer betont. Er ist Gebietsmanager Luzern Süd, begleitet die Umsetzung der Vision und koordiniert den Aufbau eines Netzwerks mit allen Projekt-

beteiligten: ansässigen und neuen Unternehmen, Hochschulen, Kulturorganisationen, Quartiervereinen, Investoren, Gemeinden und Behörden.

Eine gute Durchmischung von Nutzungen macht Orte für Menschen attraktiv.

Musik liegt in der Luft

Eine Schlüsselrolle in Luzern Süd spielt das Musik- und Kulturcluster «Kampus Südpol» in unmittelbarer Nachbarschaft der Brunner Medien AG. Kampus steht verkürzt für Kulturcampus.

Das Cluster wird von der Präsenz des Mehrspartenhauses Südpol, der Hochschule Luzern – Musik (HSLU) und des Luzerner Sinfonieorchesters (LSO) geprägt. Während der Südpol bereits seit 2008 Kunstschaffenden aus Musik und Theater sowie der Musikschule offensteht, sind die Neubauten der Hochschule und des LSO erst im vergangenen Jahr bezogen worden.



280 Gäste finden im Kammermusiksaal «Salquin» der Musikhochschule Platz. Gewürdigt wird damit die Krienser Dirigentin und Pianistin Hedy Salquin.

Im klar strukturierten, aussen sandfarbenen Gebäude der Hochschule Musik dominiert in den Innenräumen der Sichtbeton. Selbstverständlich dient er in erster Linie der perfekten Akustik, aber das robuste Material stellt auch den Bezug zu den umliegenden Industriegebäuden und den stark befahrenen Verkehrsachsen

Die Konstellation im Kampus Südpol hat Seltenheitswert.

her. Eines der augenfälligsten Elemente im neuen HSLU-Komplex sind die vier Klangtürme. Sie reichen vom Erdgeschoss bis über das Dach hinaus und sollen einerseits für experimentelle Klangproduktionen und Klangerfahrungen genutzt werden, andererseits aber auch in die Umgebung ausstrahlen, wie Direktor Valentin Gloor ausführt.

Die Musikhochschule war bisher an vier Standorten quer über die Stadt Luzern verteilt. Dass sie nun in Luzern Süd ihre Aufgaben in Unterricht, Forschung, Konzerten, Proben und Austausch zusammenfasst, ist der Anziehungskraft des Standorts geschuldet. Die gute Durchmischung von Nutzungen mit Wohnen,

Arbeiten und Freizeit macht Orte für Menschen attraktiv. Mehr als 500 Studierende und 200 Mitarbeitende gehen allein im HSLU-Gebäude ein und aus. Valentin Gloor ist überzeugt, dass sich der Kampus Südpol in den nächsten Jahren zu einem starken Musik- und Kulturhotspot für die ganze Region entwickeln wird. Und er erhofft sich Synergien und gemeinsame Pro-

jekte auch mit den umliegenden Unternehmen und der Bevölkerung.

Ein Haus für alle Generationen

Das zweite bedeutende neue Gebäude in der Mikropole Mattenhof, wie das neu entstandene Trendquartier in Kriens auch genannt wird, ist das Orchesterhaus des Luzerner Sinfonieorchesters. Der aluminiumfarbene Kubus ist nicht zu übersehen, wenn man auf dem Weg von Luzern in Richtung Kriens und Mattenhof die Arsenalstrasse passiert.

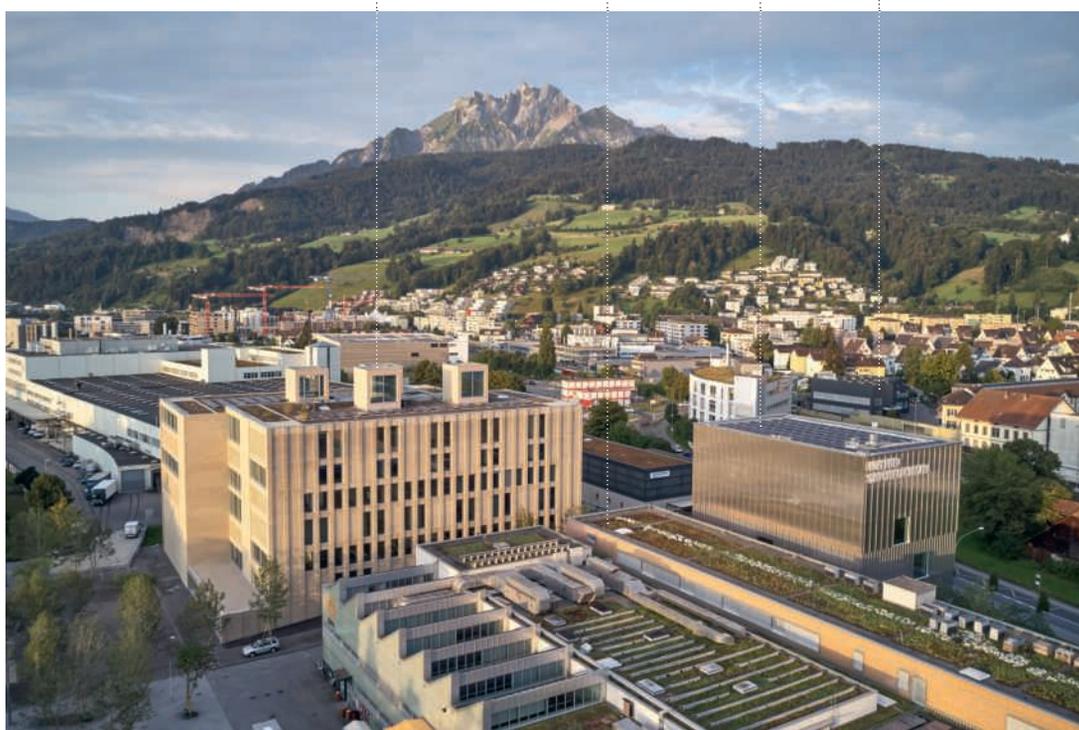
Das Juwel des Orchesterhauses ist der mit Eichenholz ausgekleidete, 4000 m³ grosse Konzertsaal. Im LSO-Haus auf dem Kampus Südpol finden Musikfestivals statt, das Luzerner Sinfonieorchester probt,

Hochschule Musik

Südpol

Luzerner Sinfonieorchester

Brunner Medien AG



Drohnenaufnahme vom Kampus Südpol. In Luzern Süd ist ein Musik- und Kulturcluster entstanden.



Ein Gebäude mit Charakter. Nicht nur die sandfarbene Fassade des Hochschulhauses ist ein Blickfang.



Ideale Bedingungen für die Musikstudierenden in Luzern. Die Proberäume sorgen für optimale Akustik.



Der Sichtbeton und die klaren Formen stellen den Bezug zur industriell geprägten Umgebung her.

gibt Konzerte und schlägt mit seinen Musikvermittlungsprogrammen auch die Brücke zur breiten Bevölkerung. Für Numa Bischof Ullmann, seit 2004 Intendant des Sinfonieorchesters, hat die Konstellation, die das hier entstandene Musik- und Kulturcluster bietet, Seltenheitswert in der Schweiz. Es verfeinert nicht nur das Profil der international bekannten Musikstadt Luzern, sondern wertet das lange Zeit vernachlässigte Einzugsgebiet enorm auf und schafft es, dass hier Kultur und Wirtschaft zusammenspannen. So ist die Entstehungsgeschichte des Orchesterhauses Abbild einer gelungenen Kooperation zwischen Bauherrschaft, Privaten und regionalen Unternehmen.

Wir fühlen uns wohl und passen hierher.

zern Süd einst auslösen würden. Heute sind wir Teil eines Projekts, das über Luzern hinaus Impulse setzt. Als dynamisches Unternehmen fühlen wir uns wohl hier. Wir passen in eine Region, in der kreative, innovative und zukunftsgerichtete Schritte gegangen werden.

Mittendrin im Zukunftsprojekt

Als Brunner Medien 1964 nach Kriens zog, konnte sie nicht mit der Sogwirkung rechnen, welche die Bautätigkeiten und Aktivitäten im Entwicklungsschwerpunkt Lu-

Text: Armin Barmet
Fotos: Annett Landsmann (Seite 4); Emanuel Ammon, Hochschule Luzern (Seite 6); Ingo Höhn, Hochschule Luzern (Seite 5 und 7)

Abteilung im Wandel

Da Print nicht mehr der selbstverständliche Königsweg der Kommunikation ist, wird die Mediovorstufe bald hinfällig – könnte man meinen. Die Veränderungen auf diesem Gebiet führen jedoch zu neuen Chancen.



Datenübernahme, Satz, Layout, Bildbearbeitung, einfache Personalisierungen – das war vor zehn, fünfzehn Jahren der Kernauftrag der Mediovorstufe in Druckereibetrieben. Die fertig gestalteten Erzeugnisse gingen ins Korrektorat und wurden dann für den Druck aufbereitet. Ein Vergleich mit der Situation heute legt offen: Die Aufgaben sind zwar geblieben, teilweise findet aber eine Umlagerung auf die Kunden statt. Zudem bewirkt der technologische Fortschritt, dass Arbeitsprozesse einfacher und effizienter werden. Und er erweitert den Arbeitsbereich der heutigen Polygrafinnen und Polygrafen und macht sie zunehmend zu multifunktionalen Datenspezialisten.

Optimieren wird zum neuen Umsetzen

Szenenwechsel. Ein Dienstagmorgen Mitte Oktober im Büro der Mediovorstufe bei Brunner. Die ersten Manuskripte für die November-Nummern der Luzerner Pfarreiblätter werden übermittelt. 26 Ausgaben gilt es innerhalb von vier Tagen zu bearbeiten und druckfertig zu machen. Rund die Hälfte der Redaktionen er-

fasst ihre Texte noch klassisch im Word. Sie delegieren die Gestaltungsarbeiten an die Polygrafinnen bei Brunner, weil sie sich auf ihre Kernaufgaben in der Pfarrei konzentrieren wollen. Die andere Hälfte nutzt das Layoutprogramm VivaDesigner, um ihre Beiträge annähernd fertig gestaltet an uns liefern zu können. An der Mediovorstufe liegt es nun, die Kunden bei Bedarf zu beraten, die gelieferten Abzüge zu überprüfen, zu optimieren und allenfalls zu ergänzen.

Polygrafen werden zu multifunktionalen Datenspezialisten.

An diesem Beispiel können wir eine Entwicklung beobachten, der eine moderne Vorstufe aktiv begegnen sollte. Kunden entscheiden sich, einfache Aufgaben in der Gestaltung intern auszuführen. Gleichzeitig nutzen sie gezielt die Expertise aus der professionellen Mediovorstufe, wenn es um umfangreiche Projekte, komplexere Gestaltungen oder die Bearbeitung von Bildern geht. Die Software VivaDesigner für die Pfarreiblatt-Redaktionen ist unsere Antwort auf diesen Trend. Sie lässt den Anwendern im Layouten mehr Möglichkeiten als ein simples Word, überfordert sie aber auch nicht mit den unzähligen Funktionen, die Programme wie InDesign bieten.



5 Fragen

... an Tobias Röllin, Technopolygraf und technischer Leiter Vorstufe

1 Welche Erfindung ist für dich nobelpreiswürdig?

Das Fahrrad. Eine genial einfache Maschine, günstig und fürs Kindergartenkind bis zum Grosi geeignet. Und Fahrradfahren ist fast wie Fliegen! Mit den E-Bikes wird dieses Gefühl noch erweitert. Leider harzt es an der Verkehrsinfrastruktur, hier müsste mehr gemacht werden.

2 Von was handelt dein lustigstes Ferienerlebnis?

Ich mischte mich in Apulien einst in eine hitzige Diskussion zwischen einem Wirt und einem Autofahrer ein. Es war alles sehr ... italienisch! Es ging um Autos im Parkverbot, Restauranttische auf der Fahrbahn und unnötig laufende Motoren. Dabei kann ich gar kein Italienisch!

3 Wann wirst du nervös?

Da wir kein Auto haben, gehen wir oft mit dem ÖV in die Ferien oder auf Ausflüge. Alle müssen zum Zeitpunkt X bereit sein. Meine Kinder haben dann öfter genau in diesem Moment entschieden, gerade mal nicht mehr mitmachen zu wollen. Wer bleibt da cool? Aber sie werden grösser, das Problem erledigt sich wohl bald von selbst.

4 Was kannst du auch mal gut sein lassen?

Ohne ein schlechtes Gefühl ein Buch nicht fertiglesen, wenn ich es langfädig finde. Früher musste ich mich trotzdem unbedingt durchbeissen.

5 Was ziehst du vor?

Sommer oder Winter? Winter. Lego oder Playmobil? Lego. Tiefseetauchen oder Alpenflug? Alpenflug. Süsses oder Salziges? Beides, in schneller Abfolge. Staubsaugen oder Kochen? Kochen.

Beraten und Wissensarbeit

Mit aktiv an diese Entwicklung herangehen ist gemeint, nicht wegen des Wegfalls gewohnter Arbeiten die Faust im Sack zu machen, sondern die Chance auf Arbeiten in neuen Aufgabenbereichen zu packen. So wird die Polygrafin immer mehr zur Beraterin und Wissensarbeiterin, ist Tobias Röllin überzeugt. Er ist Technopolygraf und technischer Leiter der Vorstufe bei Brunner Medien. «Ihre Arbeit fängt da an, wo das Wissen der Kunden aufhört.» Da diese Grenze je nach Kunde sehr unterschiedlich sein kann, muss sie fähig sein, sich ganz auf die einzelnen Situationen und Bedürfnisse einzulassen.

Meist wenden sich Kunden an die professionellen Umsetzer, wenn es technisch anspruchsvoll wird. Sind zum Beispiel nicht sauber eingebettete Schriften oder das Color Management ein Thema, ist die Datenüberprüfung und Fehleranalyse ein Fall für die Fachperson. Sie kennt geeignete Werkzeuge, um das Problem schnell zu orten und die Mängel zu beheben. Generell stehen heute für verschiedenste Arbeitsschritte ungleich mehr digitale Tools zur Verfügung. Polygrafen sollten sie kennen, um Kunden beraten zu können und in der eigenen Arbeit effizienter zu werden. Entsprechend wird in der Berufsbildung mehr Gewicht auf Themen der Digitalisierung gelegt.

Kunden nutzen gezielt die Expertise der Vorstufe.

Multichannel führt zu neuen Aufgaben

Die Qualität der Daten ist für einen weiteren Ansatz äusserst wichtig: die integrierte Kommunikation über mehrere Kanäle, analoge und digitale. Der Multichannel-Gedanke führt zum konsequenteren Einsatz von Redaktionssystemen, sogenannte PIM-Systeme werden zu Zentralen von Daten, die mehrfach verwendet werden. Daraus lassen sich auch automatisierte Ausleitungen in den Print bewerkstelligen. Eine Folge daraus ist, dass sich für Polygrafinnen und Polygrafen ein weites Feld an Fortbildungen in weiterführende Tätigkeiten auftut. Es bestätigt sich, was schon der britische Komponist Benjamin Britten gesagt hat: «Lernen ist wie Rudern gegen den Strom. Sobald man aufhört, treibt man zurück.»

Text: Armin Barmet
Fotos: Silvan Bucher, Stefan von Wyl



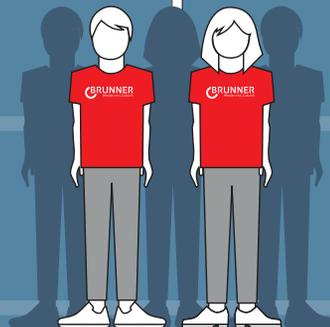
«Made in Lucerne» – ein Qualitätssiegel

Nachhaltiges wirtschaftliches Handeln heisst für uns, Ressourcen gezielt, effizient und schonend einzusetzen. Das Thema Regionalität nimmt dabei eine wichtige Rolle ein. «Made in Lucerne» steht aber auch für Qualität.



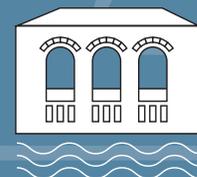
Lieferanten

Wir berücksichtigen wo möglich regionale Zulieferer.



Personal

Wir bieten 55 Personen aus dem Raum Zentralschweiz eine Arbeitsstelle.

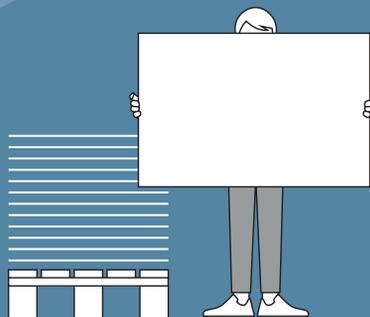


Energie

Wir beziehen unseren Strom vornehmlich aus Zentralschweizer Wasserkraft.

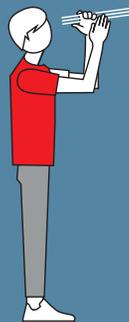
Sponsoring

Wir engagieren uns für sportliche und kulturelle Aktivitäten in der Region.



Leistungsfähigkeit

Auf dem Industriepark Luzern sind wir die grösste Druckerei mit dem grössten Druckformat.



Qualität

Wir produzieren nach zertifizierten Prozessen und in bewährter Schweizer Qualität.



Transport

Unsere Anfahrtswege sind kurz – so kurz, dass wir auch mal auf den Velokurier setzen.



Kunden

Bedeutende Zentralschweizer Unternehmen vertrauen auf unsere Dienstleistungen.



E-Mail-Marketing – effizient und sicher

Newsletter gehören zu den effizientesten Massnahmen im Onlinemarketing und überzeugen mit geringen Kosten sowie universaler Einsetzbarkeit. Sechs Tipps, um für ein erfolgreiches Marketing via E-Mail vorzuspüren.

1 *Ohne Ziel kein Weg*

Definieren Sie relevante und messbare Ziele für Ihr E-Mail-Marketing. Die Ziele sollten mithilfe festgelegter Leistungskennzahlen (KPI: Key Performance Indicators) regelmässig überprüft und bei Bedarf angepasst werden.

2 *Responsives Design ist ein Muss*

Mit einer für mobile Geräte optimierten E-Mail erhöht sich die Klickrate. Stellen Sie die Inhalte übersichtlich und gut strukturiert dar. Und gewährleisten Sie die Sichtbarkeit der Corporate Identity.

3 *Zustellen ohne Hürden*

Verwenden Sie keine marktschreierischen Wörter, die Ihr E-Mail in den Spam-Ordner katapultieren. Weiter gilt es blockierte Adressen und Bounces zu entfernen und für den Versand eine dedizierte, also ungeteilte IP-Adresse zu benutzen.

4 *Mit der Betreffzeile überzeugen*

Das tun Sie, wenn Sie sich vom Gewöhnlichen abheben. Kreieren Sie personalisierte Betreffzeilen. Auch mit Symbolen und Emojis machen Sie einen Unterschied – aber übertreiben Sie es nicht. In jedem Fall sollte der Betreff nicht mehr als 60 Zeichen lang sein.

5 *Sicherheit ist wichtiger denn je*

Eine rechtssichere Durchführung garantieren Sie mit dem Double-Opt-in-Verfahren. Weisen Sie im Footer zudem in jedem Newsletter auf die Abmeldemöglichkeit hin.

6 *Augen auf bei der Anbieterwahl*

Mit einer schweizerischen Lösung sind die Daten in einem sicheren Hafen. Die Schweizer Newsletter-Software mailXpert, die wir verwenden, eignet sich für KMU, Agenturen und Grossunternehmen.

«Ich bin ein Bücherfan»

Jürg Strebel ist seit August 2021 neuer Verlagsleiter der Brunner Medien AG. Im Gespräch äussert er sich über die digitalen Herausforderungen im Verlagswesen, seine Vorwärtsstrategie und seine Begeisterung für Bücher.



Wie lautet dein Zwischenfazit nach den ersten Monaten als Verlagsleiter?

Ich habe vielfältige und abwechslungsreiche Themengebiete angetroffen. Meine neue Aufgabe ist spannend, ich sehe Potenzial und Bereitschaft für Weiterentwicklungen und Neues. Das dynamische Umfeld mit qualifizierten Kolleginnen und Kollegen gefällt mir.

Wie praktisch jeder Geschäftsbereich ist auch das Verlagswesen im digitalen Wandel. Wohin geht die Reise?

Für mich stehen die Leserin und der Leser im Zentrum. Gerade im digitalen Bereich entwickelt sich das Nutzungsverhalten laufend fort. Entsprechend wollen wir unsere Angebote weiterentwickeln, um den veränderten Lesegewohnheiten gerecht zu werden. Die vielfältigen digitalen Optionen ermöglichen es uns, unserer Leserschaft auch kurzfristig neue digitale Angebote bereitzustellen.

Was bedeutet das für das Buch?

Ich bin überzeugt, dass das gedruckte Buch am Markt bestehen wird. Noch lange nicht alle Anwendungen eines klassischen Buches lassen sich in digitaler Form umsetzen und komfortabel nutzen.

«Das gedruckte Buch wird am Markt bestehen.»

Zeitschriften, Bücher, Lehrmittel, Online-Portale: Die Verlagstätigkeiten von Brunner Medien sind breit gefächert. Wie sieht die Strategie aus?

Wir möchten diese vier Bereiche weiterentwickeln, aber auch Neues aufbauen. Ziel ist, das Angebot für unsere Kunden vielfältiger und umfangreicher zu gestalten. Sie werden künftig weitere Verlagsdienstleistungen nutzen können.

Mit den Bereichen Digitalagentur und Druckerei ergänzen zwei weitere Kompetenzzentren die Kerndienstleistungen von Brunner Medien. Wo siehst du die Synergien mit dem Verlag?

Um einen Verlag erfolgreich in die Zukunft zu führen, sind heutzutage neben Content und Marktzugängen



auch Technologien notwendig. Mit unserer Digitalagentur sind wir technologisch bestens gerüstet und stets am Puls der Zeit. In der klassischen Buch- und Zeitschriftenproduktion greifen wir auf unsere Dienstleistungen in der Mediovorstufe, Druckerei, Weiterverarbeitung und Logistik zurück. Durch kurze Wege können Verlagsprodukte effizient und zu attraktiven Konditionen erstellt werden. Unsere Kunden wiederum profitieren von kürzeren Produktionszeiten sowie einer zentralen Ansprechperson für ihre Bedürfnisse.

Welche Eigenschaften einer leitenden Person im Verlagswesen sind für dich ausschlaggebend?

Strategisches Denken und Planen ist sicher das A und O. Ein Verlagsleiter trifft eigenverantwortliche Entscheidungen, also sind auch verantwortungsvolles Handeln und Arbeiten gefragt. Neben vertieftem Branchenwissen aus dem Verlagswesen ist auch

kaufmännisches Fachwissen unabdingbar. In einem Verlagshaus in unserer Grössenordnung sind zusätzlich breit gefächerte Fertigkeiten von Vorteil. Grundsätzlich ist zu sagen: Der digitale Wandel verändert den Tätigkeitsbereich eines Verlagsleiters und damit auch die Anforderungen an seine Fähigkeiten.

«Wir wollen das Angebot vielfältiger gestalten.»

Unvermeidliche Frage an den Verlagsleiter: Wie gestaltet sich deine persönliche Beziehung zu Büchern?

Ich bin ein Bücherfan. Privat kaufe ich ständig neue wie auch ältere Bücher. Ich muss jedoch gestehen, dass ich nicht jedes

Buch lese. Einige dienen der Inspiration und andere eignen sich zum Beispiel hervorragend zu Dekorzwecken. Natürlich verschenke ich auch gerne und oft Bücher. Es gibt unzählige Möglichkeiten, Bücher ins Spiel zu bringen. Das fasziniert mich immer wieder aufs Neue.

Wie heisst dein Lieblingsbuch?

Ich bin ein neugieriger Mensch und lese in meiner Freizeit grösstenteils Sachbücher, um mir neues Wissen anzueignen. Jedes Buch ist individuell und besticht durch unterschiedliche Details: konzeptionell, didaktisch, textlich, strukturell, auch visuell. Da fällt es mir schwer, mich auf ein Lieblingsbuch zu beschränken.

Jetzt hast du von der lieben Fee noch einen Wunsch für dich und den Brunner Verlag frei.

Ich wünsche mir und Brunner Medien viele zufriedene Leserinnen und Leser unserer vielfältigen Verlagsprodukte.

Interview: Armin Barmet
Fotos: Regula Reufer



Der neue Verlagsleiter Jürg Strebel (46) ist Nachfolger von Werner Kirschbaum, der im vergangenen Sommer in Pension ging. Er ist eidg. dipl. Marketingleiter und absolvierte den EQF Marketing Director und die Höhere Fachschule für Wirtschaft (HFW). Zuvor war er als Leiter Marketing bei Schulthess Juristische Medien AG tätig.

Neue Einzahlungsscheine

Wechseln auf die QR-Rechnung – jetzt wird's Zeit

Die Einführungsphase ist im Gange, langsam biegen wir in die Zielgerade ein. Die neue QR-Rechnung markiert den Abschied von den altbekannten roten und orangen Einzahlungsscheinen. Doch Vorsicht: Mit dem Generieren eines QR-Codes ist es nicht getan. Geschäftsführer Roland Dahinden weist in seinem Blogbeitrag auf die Tücken der Umstellung hin. Und er zeigt auf, warum es nicht klug ist, zu lange noch mit der Einführung zu warten.



www.bag.ch/qr-rechnung

Ausbildung

Lehrstelle Druckausrüster/in EFZ offen

Brunner Medien bildet junge Menschen für Berufe in der Mediovorstufe, Drucktechnologie, Weiterverarbeitung und Informatik aus. Auf Sommer 2022 ist bei uns eine Lehrstelle als Druckausrüster/in EFZ frei. Wir suchen eine Person mit gutem Vorstellungsvermögen und technischem Verständnis, die ausserdem genau und sauber arbeitet.



www.bag.ch/lehrstelle

Adventsgeschichten

Zwerg Stupf und die seltsame Weihnachtspost



Noch 24 Tage bis Weihnachten. Zwerg Stupf und seine Freunde freuen sich wieder sehr auf die bevorstehende Adventszeit. In der Nacht zum 1. Dezember fällt Schnee und eine geheimnisvolle Stille breitet sich aus. Doch die Ruhe hält nicht lange an...

Das neue Buch von Daniela Zängeler aus der Zwerg-Stupf-Reihe ist mit eindrücklichen Collagebildern illustriert und lädt mit kniffligen Rätselfragen zum Mitraten ein.



www.bag.ch/stupf

Der kleine Stern Nano



Eines Nachts reist Stern Nano zur Erde, um seinem Menschenkind zu helfen – und das Abenteuer seines Lebens beginnt. Besonders prägend ist seine Freundschaft mit Esel Peppino. Bei ihm findet er Vertrauen und Geborgenheit. Als ihn sein Weg in einer Sternennacht nach Bethlehem in einen Stall führt, erlebt Nano sein eigenes, kleines Wunder.

Monique Hug (Text) und Brigitte Danuser (Illustrationen) wärmen Herz und Gemüt für die kalte Winterzeit.



www.bag.ch/nano

Brunner Medien AG
Arsenalstrasse 24
CH-6011 Kriens
T +41 41 318 34 34
info@bag.ch • www.bag.ch

Auflage: 2500 Ex.
Papier: MaxiPrime+, hochweiss, holzfrei, edelmatt
gestrichen, 250 gm² (Umschlag), 170 gm² (Inhalt)
Gestaltung: Regula Reufer
Druck: Brunner Medien AG



