

link

2/2023





Zum Umschlag

KI – künstliche Intelligenz. Innert kürzester Zeit ist sie zum viel diskutierten Thema geworden. Die meisten sind sich sicher, dass es sich bei der generativen KI um mehr als einen Trend handelt. Sie wird verschiedenste Bereiche unseres Lebens – Kommunikation, Arbeit, Freizeit, Bildung usw. – beeinflussen. Bei aller Faszination weckt das auch Ängste. So wie das in früheren Generationen bei allen epochalen Veränderungen der Fall war. Jede Revolution birgt Chancen und Risiken. Erstere sollten wir nutzen, die Gefahren aber sehr gut bedenken und ihnen proaktiv begegnen.

Für diesen Brunner-Link haben wir uns KI im Bereich Gestaltung und Kunst zunutze gemacht. Sie hat hier das Potenzial, zu inspirieren, neue Bildwelten zu kreieren und Prozesse zu optimieren.

Von gutem und bösem Papier

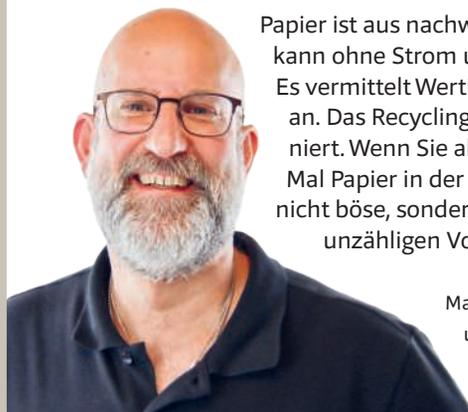
Liebe Leserin, lieber Leser

Gibt es das, gutes und böses Papier? Vielleicht denken Sie jetzt an die Papierherstellung und werden hellhörig. Oder aber an regionale Produktion, Umweltlabels, Qualitätspapier und kompetente Beratungen durch unsere Fachleute – und Sie sind positiv gestimmt.

Ich möchte noch auf etwas anderes anspielen. Etwas, das ich bei alltäglichen Diskussionen rund ums Papier wahrnehme. Unser Hamburger am Fastfood-Stand wird in Papier eingeschlagen. Wir sind happy und uns einig: Die papierne Verpackung ist hier das einzig Richtige. Oder ich erhalte von Bekannten eine edle Geburtsanzeige. Niemand würde sich über eine solche Karte aufregen.

Wird Papier aber für Werbezwecke bedruckt, kippt es schnell einmal. Auch ich stehe Massensendungen auf dünnem Papier, womöglich von weit her zu uns gekarrt, kritisch gegenüber. Wird aber wegen solider Druckprodukte aus heimischer Produktion die Moralkeule geschwungen, werde ich nachdenklich. Vor allem wenn ökologische Argumente vorgeschoben werden, man in Tat und Wahrheit aber einfach zu faul ist, Papier korrekt zu recyceln.

Papier ist aus nachwachsendem Rohstoff. Es kann ohne Strom und WLAN gelesen werden. Es vermittelt Wertigkeit und spricht die Sinne an. Das Recycling ist etabliert und funktioniert. Wenn Sie also jetzt und das nächste Mal Papier in der Hand halten: Seien Sie ihm nicht böse, sondern denken Sie an seine unzähligen Vorteile.



Martin Imhof, Teamleiter Druck und Weiterverarbeitung

Inhalt

- 4 Print im Nonprofitbereich
Mit Spendenmailings auf Erfolgskurs
- 8 Analoge Kommunikation
Print wirkt
- 10 KI-generierte Bilder
Mit künstlicher Intelligenz neue Bildwelten erschaffen
- 12 Aus dem Verlag
Die ewige Suche nach dem Glück
- 13 Infotainment mit Videos
Warum Bewegtbilder bewegen
- 14 **Neue Gesichter bei Brunner Medien / Besuchen Sie uns online**

Mit Spendenmailings auf Erfolgskurs

Das Hilfswerk SolidarMed unterstützt Länder des südlichen und östlichen Afrika in der Gesundheitsversorgung. Als Organisation im Nonprofitbereich stellen sich ihm besondere Kommunikationsaufgaben. Fürs Fundraising setzt SolidarMed vorwiegend auf Print – aus mehreren Gründen.

Ein warmer Spätsommertag. Gegen Mittag treffe ich beim Rhynauerhof ein. Er liegt an der Obergrundstrasse in Luzern, einer Hauptverkehrsachse der Stadt. Hier hat die Entwicklungsorganisation SolidarMed ihren Hauptsitz. Kaum stehe ich vor dem schmucken Gebäude im klassizistischen Stil, blende ich das hektische Treiben auf der Strasse hinter mir aus. Metzgermeister Anton Meyer baute sich hier 1839 ein Landhaus. Zahlreiche Umbauten und Erweiterungen haben es zur stattlichen Villa werden lassen. Allerdings ohne Prunk und Schnörkel, sondern bodenständig und zweckmässig eingerichtet für die neue Bestimmung, die es hat. SolidarMed ist hier eingemietet und nutzt Räumlichkeiten im älteren Teil wie auch im hinteren modernen Anbau.

Pierina Maibach empfängt mich herzlich. Seit 2020 ist sie bei SolidarMed tätig und für Kommunikation und Medien verantwortlich. Wir gehen eine Treppe hoch, passieren einen langen Flur – und stehen in einem Besprechungsraum, wo Lucy Kormann und René Sager dazustossen. Es ist nicht ihr erstes Meeting heute, die Frischluftzufuhr durch die weit geöffneten Fenster zeugt davon. Lucy Kormann ist die Fachfrau fürs Fundraising bei SolidarMed. Sie lebte acht Jahre in Südafrika, eine prägende Zeit. René Sager ist als Grafiker ebenso Teil des Kommunikationsteams. Bei allen drei wird schnell klar: Es ist ein bewusster Entscheid und sinnerfüllend, für eine gemeinnützige Organisation tätig zu sein.

Hilfe zur Selbsthilfe

SolidarMed entstand 1926 aus der Idee, der einheimischen Bevölkerung in den Ländern des südlichen Afrika medizinische Hilfe zu bringen. Wie damals üblich verfolgte man einen fürsorglichen Ansatz. Mit dem Ende der Kolonialzeit änderte sich das Selbstverständnis: weg von der Fürsorge hin zur nachhaltigen Unterstützung mit Zusammenarbeit auf Augenhöhe und projektorientierter Ausrichtung. Heute

lebt SolidarMed die Hilfe zur Selbsthilfe, sie ist Arbeitgeberin vor Ort, beschäftigt rund 250 einheimische Mitarbeitende in den Einsatzländern. Geblieben ist der Fokus auf die Unterstützung in der Gesundheitsversorgung. 82 Prozent der Spenden fließen direkt in die Projektarbeit.

Von **100** gespendeten
FRANKEN

fließen **81.90** in die Programme
im südlichen und östlichen Afrika.

Gesundheitsversorgung auf vier Rädern

Wichtig ist der Entwicklungsorganisation, innerhalb von bestehenden Gesundheitssystemen zu arbeiten und keine Parallelinstitutionen aufzubauen. Angebote von Spitälern und Gesundheitszentren vor Ort werden gestärkt und erweitert. Dazu gehört einerseits die Verbesserung der Infrastruktur, andererseits aber auch die Wissensvermittlung sowie die Aus- und Weiterbildung von Fachkräften in Gebieten wie Medizin, Pflege, Geburtshilfe oder Spitalmanagement. SolidarMed unterstützt Sensibilisierungskampagnen für den Schutz von Müttern und Kindern, schult medizinisches Personal, bildet Ärzte und Hebammen aus. Sie investiert in Prävention und Forschung, um Krankheiten wie Malaria oder Aids besser bekämpfen zu können.

Einen guten Einblick in die erfolgreiche Arbeit gibt das Projekt

«mobile Praxis» in Lesotho, einem für afrikanische Verhältnisse kleinen Binnenstaat. 2,3 Millionen Menschen leben in diesem gebirgigen Land, fast 1 Million von ihnen in abgelegenen, schwer zugänglichen Gebieten. Auf 1000 Einwohner kommen nur 0,8 Ärztinnen oder Ärzte. Ausserdem hat Lesotho die zweithöchste HIV-Rate weltweit. SolidarMed baute im Rahmen dieses Projekts mehrere Geländewagen um

«Würde und Authentizität sind uns in der Kommunikation sehr wichtig.»

Lucy Kormann

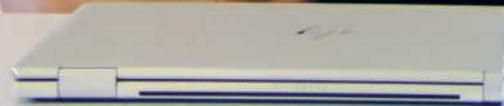


Portrait: Christian Krenn/epic

**Wir verbinden
keine Wunden.
Sondern Patienten
und Spitäler.**

aktuell mit einer E-Bike-Ambulanz
in Mosambik. Helfen Sie mit: solidarmed.ch
Zusammenarbeit, die wirkt.

**SOLIDAR
MED**





Pierina Maibach leitet den Bereich Kommunikation und Medien.

«Ohne Direct Mailings geht im Spendensammeln nichts.»

Pierina Maibach

Über **3 MILLIONEN MENSCHEN**

haben durch SolidarMed verbesserten Zugang zur Gesundheitsversorgung.



Lucy Kormann und René Sager sind sich einig: Print vermittelt Wertigkeit.

und stattete sie mit wichtigen medizinischen Geräten aus. Dank diesen Praxen auf vier Rädern können nicht nur die Kranken in den Bergen behandelt werden, auch Vorsorgeuntersuchungen für Schwangere und die Gesundheitsversorgung der älteren Menschen werden sichergestellt. Das Projekt stößt sowohl bei der Bevölkerung als auch beim Gesundheitsministerium und bei den Distriktbehörden auf positive Resonanz.

Wahre Geschichten erzählen

Mobile Praxis in Lesotho, Ausbildungsprogramme in Sambia, Triage-System für eine bessere Notfallversorgung in Mosambik – diese und alle anderen Projekte von SolidarMed sind nur durch Spendengelder möglich. Dafür braucht es ein professionelles Fundraising – und als Grundlage eine transparente und authentische Kommunikation. Nonprofitorganisationen, die gespendete Mittel einsetzen und immerzu neue Geldgeber finden müssen, haben besondere Kommunikationsaufgaben.

Inhaltlich orientiert sich SolidarMed an den Pfeilern Information, Sensibilisierung und Anwaltschaft. Sie will ihren Spendern Rechenschaft über das eingesetzte Geld geben, vor allem weil diese auf ihre Spende ja keine konkrete Gegenleistung erhalten. Über die Informationen im Jahresbericht hinaus wählt SolidarMed die Form des Storytelling. Wahre Geschichten mit echten Protagonistinnen und Protagonisten erzählen über die Projekte und sensibilisieren auch für die Nöte und Herausforderungen in den Programmländern. Noch mehr: SolidarMed benennt die Probleme nicht nur, sondern wirkt zusammen mit Betroffenen den Benachteiligungen entgegen.

Rund **44 PROZENT** der Privatspenden werden **DURCH MAILINGS** generiert.



Die Spendenmailings von SolidarMed sind persönlich adressiert und je nach Zielgruppe anders bestückt. Die Zeitschrift «Fokus» informiert über die Projekte des Hilfswerks.

Wahr und echt, das ist ein Versprechen. Es ist der Anspruch, nicht das Stereotyp des leidenden Kindes zu pflegen, sondern Menschen würdevoll abzubilden und würdevoll über sie zu schreiben. Es ist der Anspruch, konsequent authentisch zu sein. Der Einsatz von künstlicher Intelligenz für die Bebilderung mit fiktiven Gesichtern etwa wäre undenkbar.

Print hat die Nase vorn

Dieses Verständnis von Kommunikation beeinflusst die Wahl der Gefässe, des Kanals und des Umsetzungspartners massgeblich. «Ohne Direct Mailings geht im Spendensammeln nichts», sagt Kommunikationsleiterin Pierina Maibach geradeheraus. Die Kennzahlen belegen es: Von den Privatspenden beispielsweise werden rund 44 Prozent durch Mailings generiert. Print ist auch der prioritäre Kanal, weil Gedrucktes direkt in die Hand genommen werden kann, Wertigkeit vermittelt, Verbindlichkeit herstellt. Und als adressiertes, personalisiertes Spendenmai-

ling gezielt zu den Empfängerinnen und Empfängern kommt. Bei SolidarMed ist es mit dem Spendenbrief, der Zeitschrift «Fokus» und je nach Adressat weiteren Unterlagen bestückt.

Von uns als Umsetzer wird geschätzt, dass wir vertrauensvoll und flexibel sind und mitdenken. Der Service aus einer Hand – Druck, Weiterverarbeitung, Adressaufbereitung, Codieren, Kuvertieren, Posttroutensortierung – macht vieles effizienter. Auch die geografische Nähe ist ein Vorteil. Nicht nur wegen der kurzen Wege, sondern weil für SolidarMed in der Printproduktion das Gleiche gilt wie in der Entwicklungszusammenarbeit: Teamwork mit den Partnern vor Ort.

Text: Armin Barmet
Fotos: Sandra Barmettler

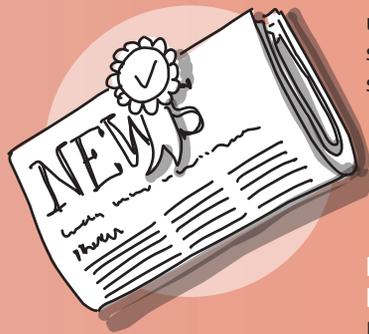
Print wirkt

Wer von Papier auf Digital umstellt und dies damit begründet, die Umwelt zu schonen, hat nicht zu Ende gerechnet. Papier ist ein Naturprodukt. Es besteht aus nachwachsenden Rohstoffen und lässt sich hervorragend recyceln. Und das ist noch lange nicht alles. Zehn Argumente, warum Print eine gute Wahl ist.



Papier ist ein Naturprodukt

Papier wird aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt. In der Schweiz können jährlich 7 bis 8 Millionen Kubikmeter Holz geerntet werden, ohne den Wald zu übernutzen. Die Papierbranche fördert ökologisch bewirtschaftete Wälder. Der Recycling-Kreislauf funktioniert: 82 Prozent des Papiers werden in der Schweiz recycelt.



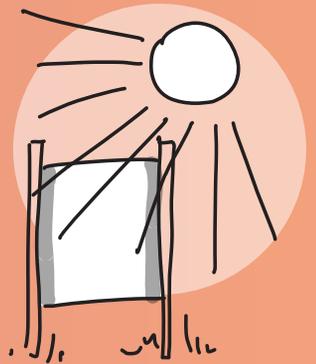
Papier ist glaubwürdig

14- bis 29-Jährige glauben bei widersprüchlichen Berichten am ehesten den Zeitungen – vor allen anderen Medien.



Print ist immer verfügbar

Print funktioniert ohne Strom und WLAN. Auf Papier lassen sich Informationen dauerhaft speichern.



Papier passt überall

Plakate auf Papier fügen sich ideal in die Umgebung ein. Papier ist unempfindlicher gegen Lichteinflüsse und Spiegelung als sein digitales Gegenüber.

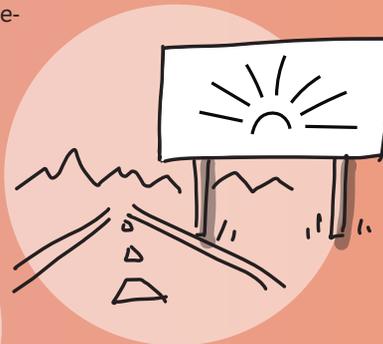
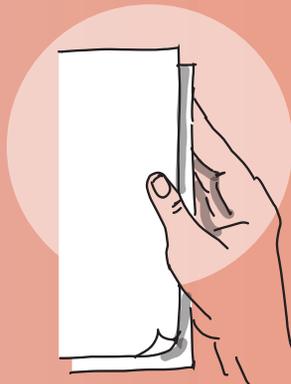
Papier lässt grosse Formate zu

Die Möglichkeiten, Grösse zu zeigen, sind bei Papier deutlich vielseitiger als bei digitalen Ausgabegeräten.



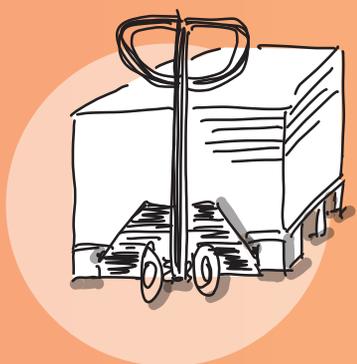
Print spricht alle Sinne an

Bücher und Broschüren nehmen wir zur Hand, wir rascheln, blättern darin, schauen uns Seite für Seite an. Für das Gehirn und unser Wohlbefinden ist es wichtig, die Welt mit verschiedenen Sinnen wahrzunehmen.



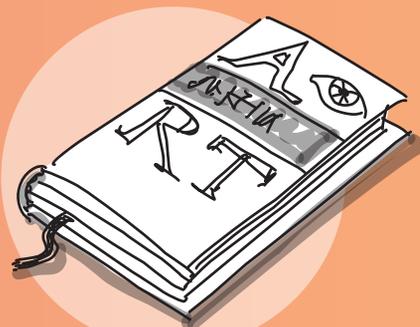
Papier bringt Spendengelder

Wenn es wichtig wird, setzen Nonprofitorganisationen auf Papier. Mailings und Mitgliedschaftsbriefe sind der wirksamste Weg, den direkten Kontakt herzustellen und das Vertrauen zu fördern. Ein Grossteil der Spenden wird so generiert.



Papier stärkt die einheimische Wirtschaft

Die Druckindustrie bietet etwa 40 000 Menschen in unserem Land eine Arbeitsstelle und bildet zahlreiche Lernende aus. Sie ist ein wichtiger Pfeiler für den Wirtschaftsstandort Schweiz.



Prints sind Kunstwerke

Schön gemachte Magazine und Bücher werden über Jahre aufbewahrt, Poster werden aufgehängt. Die Beschaffenheit des Papiers erhöht den Wert der Botschaft.

Lesen auf Papier baut Stress ab

Viele sehnen sich danach, zwischendurch offline zu sein. Printprodukte lassen nur analoges Scrollen zu. Das schafft ruhige Momente der Konzentration und Inspiration.



Lesen bildet – bei Print besonders

«Wer effektiv verstehen und lernen will, sollte Print bevorzugen. Das Verständnis beim Lesen von Texten auf Papier ist deutlich besser als beim Lesen am Bildschirm. Digitale Medien sind eher für die schnelle Informationsaufnahme, analoge Medien eher für die tief gehende Informationsverarbeitung geeignet. Erstrecken sich die Passagen über mehr als 500 Wörter, bleibt bei den meisten Menschen beim Lesen einer gedruckten Ausgabe mehr hängen.»

Barbara Studer, Neurowissenschaftlerin und Hirnforscherin

Quelle: dpsuisse | Verband der Print- und Medienindustrie
Illustrationen: Regula Reufer



5 Fragen

... an Karina Sövegjarto,
Projektkoordinatorin Verlag

- 1 **Bei welcher Wette bist du dir sicher, dass du sie gewinnst?**
Wenn es um Promis, den Adel und den neusten Klatsch geht, weiss ich (leider) immer sehr gut Bescheid. Oder wisst ihr, welche drei Blaublüter auf der Welt keinen Pass besitzen?
- 2 **Was ist für dich so richtig romantisch?**
Ich bin nicht die grosse Romantikerin. Aber wenn, dann der klassische Sonnenuntergang am Meer, die Füsse im Sand, dazu ein Glas Rosé, das Rauschen der Wellen und neben mir mein Liebster.
- 3 **Warum trifft man dich (nicht) beim Bungee-Jumping?**
Ich springe zwar auch mal von einem Felsen ins Wasser. Und ja, es darf auch mal etwas höher sein. Aber an einem einzelnen Seil kopfvoran in eine Schlucht gumpen? Nein danke!
- 4 **Welches Buch hast du in kürzester Zeit verschlungen?**
Als Kind jedes Harry-Potter-Buch, als Erwachsene vor allem nordische Krimis und Thriller wie zum Beispiel die Bücher von Yrsa Sigurðardóttir, einer isländischen Schriftstellerin. Je düsterer, desto besser.
- 5 **Was ziehst du vor?**
Gschwellti oder *Pommes Duchesse*? Gschwellti.
Schritt für Schritt oder *ins kalte Wasser*? Schritt für Schritt ins kalte Wasser.
Gülle oder *Laubbläser*? Laubbläser.
Winterzauber oder *Blumenwiese*? Ich mag beides sehr, entscheide mich aber für die Blumenwiese.
Sudel schreiben mit Handschrift oder *Compi*? Klar die Handschrift.

Mit künstlicher Intelligenz neue Bildwelten erschaffen

Texte bebildern oder Bildwelten kreieren ist oft aufwendig. Nicht nur wenn das passende Sujet fehlt. Der Einsatz von KI-Bildgeneratoren kann Abhilfe schaffen. Es stellen sich jedoch Fragen: Was darf ich überhaupt? Welche Anwendungen eignen sich? Wie gehe ich vor?

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte. Das mag stimmen, allerdings nur, wenn es treffend gewählt ist. Da beginnt häufig die Schwierigkeit. Einen Fotografen losschicken ist nicht immer zielführend und kann ins Geld gehen. Bilddatenbanken durchkämmen wiederum ist zeitintensiv und garantiert keinen Erfolg. So muss man für die Wahl des Sujets wiederholt Kompromisse eingehen. Zudem können rechtliche Abklärungen und Freigaben zu Verzögerungen führen.

Prompts geben den Ausschlag

Eine Lösung für diese Probleme kann sein, die künstliche Intelligenz mit ins Boot zu holen. Mit KI-basierten Generatoren lässt sich eine fast unbegrenzte Vielfalt an Bildkompositionen erschaffen. Man kann einen fotorealistischen oder künstlerischen Stil wählen und Motive beliebig kombinieren. Auch das Spielen mit Schatten und Licht, Farben und Formen ist reizvoll. Jedes generierte Bild ist ein Unikat.

Über die Wahl des geeigneten Programms lässt sich streiten, einzig ist man sich aber im hohen Stellenwert der Prompts. Damit sind die Anweisungen gemeint, die wir dem KI-Modell vorgeben und nach denen es die Bilder erstellt. Solche Prompts sollten möglichst ausführlich und präzise sein und Vorgaben zur inhaltlichen und stilistischen Umsetzung enthalten. Generierte Bildentwürfe kann ich mit neuen Prompts weiter verfeinern.

Wie unser Cover entstanden ist



1

Der LinkedIn-Post

Erster Auftritt des virtuellen Papagei auf LinkedIn zu Beginn der Sommerferien. Seither schaut er ab und zu wieder vorbei, unser Rodrigo.



2

Idee fürs Cover

Da der Papagei inzwischen einigen Leuten bekannt ist, bietet er sich als Sujet für den Brunner-Link an.



3

Bilder und Stimmungen sammeln

Ist Rodrigo bei uns zu Besuch, möchten wir ihm auch etwas Heimat bieten. Papagei und Regenwald müssen also mit unserem Hausberg kombiniert werden. Dazu brauchen wir ein echtes Foto des Pilatus – hier darf nicht der Zufall spielen. Für Lichtstimmungen und Motive lassen wir uns von bestehenden Bilddatenbanken inspirieren.

Sie interessieren sich für KI in der Bildwelt?

Bildkombinationen in kürzester Zeit, Bilder nach allen Seiten ansetzen und ergänzen, neue Motive und Umgebungen schaffen – dies und mehr macht KI möglich. Sie ist eine grosse Inspirationsquelle. Fragen Sie uns, wir unterstützen Sie gerne!

Nutzen ja, schützen nein

Eine Diskussion entzündet sich an der rechtlichen Lage. Jurist Philip Kübler, Direktor von Pro Litteris, der Schweizerischen Genossenschaft für Urheberrechte an Literatur und Kunst, schreibt in einem aktuellen Beitrag auf medialex.ch: «Was den Output generativer KI-Systeme betrifft [...], werden Rechte dann verletzt, wenn die konkrete Individualität eines Ur-

sprungswerks erkennbar bleibt, das von Menschen geschaffen wurde.»

Jedes generierte Bild ist ein Unikat.

Fiktive Personen im Arrangement des aktuellen Bundesratsfotos wären also ein Problem. Persönlichkeitsrechte werden verletzt, wenn existierende Personen

ohne deren Einverständnis in eine erfundene Umgebung eingefügt werden. Der Papst in Daunenjacke oder Trump im Knast sind vielleicht witzig, aber vor diesem Hintergrund unzulässig. Zu beachten ist schliesslich auch, dass künstlich generierte Bilder nicht geschützt werden können. Da die KI letztlich ihre Urheberin ist, bleiben sie Allgemeingut.

Ihr Kontakt:

Andrin Spring
Lead Web & Digital
Tel. 041 318 34 24
a.spring@bag.ch



4

Prompts eingeben

Für das gewünschte Bild machen wir dem KI-Bildgenerator so genaue Angaben wie möglich. Wir beschreiben das Sujet, die Lichtverhältnisse, Farben, Formen, Ausrichtung ...

Diese vier Bilder generiert die Maschine, wenn wir für Rodrigo ein Kleid im Corporate Design von Brunner wünschen. Unser Prompt lautete: «parrot, but only white and red feathers».

Text: Armin Barmet

5

Umgebung hinzufügen

Dank weiterer detaillierter Beschreibungen schafft es die KI, Rodrigo in seine exotische Umgebung zu setzen.



6

Gestaltungsentwurf

Das Ergebnis «Zufall» wird minimiert, indem gewünschte Bilder collagenartig aufeinandergelegt werden. Auf dieser Basis wird der Prompt weiter verfeinert und führt zum Endergebnis.

Die ewige Suche nach dem Glück

Es ist eine der ältesten und gleichzeitig aktuellsten Fragen der Zeit: Wie finden wir Glück? Richard F. Estermann geht in seinem neuen Buch auf Spurensuche und entdeckt, dass Sinnhaftigkeit und Beziehungen eine entscheidende Rolle spielen.

Zu jeder Zeit und in jeder Kultur fragten sich die Menschen, was Glück ist. Und sie suchten nach Wegen, um es zu erreichen. Auch heute geht die Suche nach der ultimativen Glücksformel weiter. Unterschiedlichste Herangehensweisen und Theorien versuchen die Faktoren zu bestimmen, die unser Glück ausmachen, und Rezepte zu finden, wie wir Glück erfahren und dauerhaft glücklich bleiben können. Glück gilt als ein Parameter für Lebensqualität. Das Thema hat auch die Wissenschaft erreicht: Die Glücksforschung sucht nach den Bedingungen, die dafür sorgen, dass Menschen glücklich sind.

Wohlstand ≠ Glück

Einen eigenen Ansatz hat der Autor Richard F. Estermann gefunden und in seinem Buch «Glück ist kein Zufall» beschrieben. Ausgehend von der Frage, warum der Wohlstand der Menschen laufend zunimmt, das Glück jedoch nicht, sucht er nach den Gründen, warum Menschen Mühe damit haben, Glück zu finden und wahrzunehmen. Einen Hauptgrund sieht Estermann in der allgegenwärtigen Technik und der Tendenz, überall und jederzeit erreichbar zu sein. Das löst Stress aus, der uns krank macht und unfähig, Glück zu empfinden.

Ein Bestandteil echten Glücks ist das Finden und Leben einer harmonischen Partnerschaft.

Durch sinnvolle Tätigkeiten, die Pflege von Ritualen und bewusste Entschleunigung durch Meditation können hingegen positive Gefühle und ein gesundes Selbstbewusstsein gestärkt werden – wichtige Schritte auf dem Weg zum persönlichen Glück. Wer direkt mit dem Meditieren beginnen möchte, kann dies mit einer kurzen Einführung am Ende des Buches tun.

Harmonische Beziehungen

Ein anderer Bestandteil echten Glücks sieht das Buch im Finden und Leben einer harmonischen Partnerschaft. Zehn goldene Regeln für eine glückliche Partnerschaft sollen denn auch konkrete Anleitung geben, wie diese dauerhaft bestehen und für langfristiges Glück sorgen kann.

Wenn Glück kein Zufall ist, dann liegt es an uns selbst, unser Glück zu sehen, zu pflegen und zu maximieren. Eine mögliche Anleitung dazu findet sich in diesem Buch.

Text: Sandra Wolf

Leistungen von Brunner Medien

Koordination, Beratung, Gestaltung und Layout, Korrektorat



Buch bestellen

Richard F. Estermann:
Glück ist kein Zufall.
rex verlag luzern 2023,
168 Seiten, Fr. 36.80
ISBN: 978-3-7252-1097-8





IDEA

CREATIVITY

CONTENT

USER

Warum Bewegtbilder bewegen

«Videofux» heisst das neue Start-up von Brunner Medien. Das Gesicht dahinter ist Lisa Tirok. Sie ist mit Social Media aufgewachsen, Videos und Streaming gehören zu ihrer DNA. Im Gespräch redet sie über ihre Passion.

Lisa, wann ist dein nächster Dreh?

Ich bin heute noch inhouse unterwegs, eine kurze Szene für unsere Kanäle. Eine grössere Geschichte drehen wir diese Woche aber noch bei einem Kunden. Er wagt sich erstmals an ein Firmenvideo.

Firmenvideo – wir sind mittendrin im Thema. Warum wird das immer mehr gewünscht?

Du kommst damit viel besser an Leute heran. Unternehmen zum Beispiel an neue Kunden. Das ist sonst nicht immer so leicht. Mit Videos kannst du Targeting machen, das heisst, gezielt die Leute oder eben Kunden ansprechen, die du dir wünschst. Das ist natürlich auch für die Suche nach Personal spannend.

Videos kommen ja generell gut an. Wie erklärst du dir das?

Alle wollen informieren und kommunizieren. Mit Videos kannst du Geschichten erzählen und Emotionen rüberbringen. Sie vermitteln Wissen und helfen, komplizierte Sachverhalte zu erklären. Und vor allem: Sie machen das auf eine unterhaltsame und interaktive Art.

An welchen Projekten bist du aktuell dran?

Wir bauen mit Lernenden eines Industriebetriebs einen Tiktok- und Instagram-Channel auf. Dann dürfen wir für einen Softwareanbieter ein Firmenvideo drehen. Er wird es für die Website und

Linkedin nutzen. Bei einem Anbieter von Schneekanonen filmen wir Einblicke in den Alltag der Servicetechniker. Ein Video für einen Handwerksbetrieb zum Thema Nachhaltigkeit steht an. Wohlverstanden: All das heisst nicht einfach auf der Matte stehen und Film ab. Da ist Vorarbeit nötig: Botschaft entwerfen, Storyboard entwickeln ... Können wir beim Drehen vor Ort auch mal eine spontane Idee einfließen lassen, gibt das dem Projekt das gewisse Etwas.

Woher kommt deine Freude an den neuen Medien?

Ich bin damit aufgewachsen und auch privat aktiv unterwegs. Auf Twitch mach ich Streaming, auf Tiktok habe ich 33 000 Follower. Ich schätze vor allem die Freiheit und Kreativität, wie ich Inhalte umsetzen kann. Weg von Nullachtfünfzehn-Videos hin zu Clips, in denen es ungezwungen, überraschend und auch mal lustig zu- und hergeht.

Kontakt

Lisa Tirok
Content Creator Digital Media
Tel. 041 318 34 57, l.tirok@bag.ch



Videofux – Infotainment mit Videos

Videofux unterstützt Sie dabei, Social Media und Videos zu zentralen Elementen Ihrer Kommunikation zu machen.

- Kunden gewinnen: Informativ und unterhaltsame Videos sprechen gezielt potenzielle Kunden an. Neue Kanäle bringen Wachstum und Reichweite.
- Wunschartbeitende holen: Mit Video-Content Ihre Sichtbarkeit erhöhen. Im Mittelpunkt stehen die Menschen und das, was sie tun.
- Marke stärken: «Mach! Kauf!» ist out. Besser im Kopf der Zielgruppe bleiben, ohne immer direkt verkaufen zu wollen. So werden Kunden zu Fans und Botschaftern.
- Community pflegen: Der Kontakt zur Community auf Social Media verbindet und ermöglicht Feedback und Interaktion.

Videofux betreut auf Wunsch Ihre Channels und bringt Sie inhaltlich auf neue Ideen. Wir bieten auch «Content as a Service»: regelmässige Videodrehs inkl. Bespielen der Kanäle.





Willkommen

Neue Gesichter bei Brunner Medien

Von rechts oben im Uhrzeigersinn:

Elias Meier, Leiter Informatik, seit August
Lisa Tirok, Content Creator Digital Media, seit August
Laurent Weber, Leiter Finanzen/Administration, seit Juni
Marc Sigrist, Lernender Informatik EFZ, seit August
Cäcilia Haas, Medienberaterin Kriens info, seit Juni
Tobias Bünther, Fullstack Pimcore Developer, seit August



www.bag.ch/team

Online-Marketing

Dank Google Ads top im Ranking platziert

Mit Google Ads gewinnen Sie Besucherinnen und Besucher für Ihre Website und wertvolle Leads für Ihr Unternehmen. Sie wünschen Unterstützung in SEA, SEO oder Google Analytics? Füllen Sie einfach das Online-Formular aus. Wir beraten Sie und begleiten Sie in der Erstellung Ihrer Kampagne.



www.bag.ch/google-ads

Microsoft

Neue Standard-schrift kommt

Calibri – die einfache, schnörkellose Schrift ist für viele von uns ein täglicher Begleiter auf dem Bildschirm. Nun geht diese Ära zu Ende. Microsoft hat angekündigt, den Klassiker durch eine neue Standardschrift abzulösen. Bei dieser Innovation spielt übrigens auch die Schweiz eine Rolle.



www.bag.ch/schrift

Corporate Website

Zusätzliche Features für Wald Schweiz

Der Verband Wald Schweiz vertritt die Interessen der Schweizer Waldeigentümer. Mit seinem auf der Multichannel-Lösung Pimcore aufbauenden Webauftritt erreicht er seine Zielgruppen sehr zielgenau. Die Bewirtschaftung funktioniert äusserst einfach und Unterverbände haben die Möglichkeit, zu attraktiven Konditionen Synergien zu nutzen.



www.bag.ch/wald

Aktuell

Abonnieren Sie unseren Newsletter und Blog



www.bag.ch/blog-newsletter

Brunner Medien AG
Arsenalstrasse 24
CH-6011 Kriens
Tel. 041 318 34 34
info@bag.ch • www.bag.ch

Auflage: 2500 Ex.
Papier: Umschlag Upside Premium,
250 gm²/Inhalt Olin Regular,
bright white, 150 gm²
Gestaltung: Regula Reufer
Druck: Brunner Medien AG

Gedruckt auf FSC-Papier



printed in
switzerland

