



## Liebe Leserin, lieber Leser

Es ist Sommer und wir freuen uns über das schöne Wetter. Dieses stimmt uns fröhlich, wir sind guter Dinge und strotzen nur so vor Ideen und Arbeitswut. Sie sollten das unbedingt ausnützen, die Gelegenheit ist günstig.

In der 14. Ausgabe unserer Hauszeitung «Logo» finden Sie Anregungen über Beschriftungen und Firmenevents aller Art. Wir stellen unsere neue, diesmal vierbeinige Mitarbeiterin vor und liefern eine Empfehlung für die nächste Wanderung auf die Lägern oder gleich nach Palma de Mallorca ins traumhaft schöne Abaco. Klappert das nicht und es ereilt Sie deswegen der Blues, gibt's auch dazu noch einen heissen Tipp.

Viel Spass beim Lesen.

*R. Wiesinger*

Regina Wiesinger, Geschäftsführerin

## Musiktipps

Marquise Knox (www.marquiseknox.com) wurde 1991 in St. Louis geboren. Trotz seines Alters gilt er heute bereits als grosse Hoffnung vieler Blueslegenden (wie zum Beispiel B.B. King) und -liebhaber (wie zum Beispiel ich). Seine Grossmutter lehrte ihn Gitarre zu spielen und mit 16 Jahren nahm er in nur zwei Nächten, während eines Eissturmes, sein erstes Album «Manchild» auf. Er spielt und singt wie ein mindestens 40-jähriger und erstaunt die ganze Blueswelt. Wer eines seiner Konzerte in Europa und auch in der Schweiz besucht hat, weiss, wovon hier die Rede ist: Guter Blues dank solidem, schnörkellosen Handwerk. Ein Genuss vom Anfang bis zum Ende – yeah!

Heinz Ammann  
Marketingberater



## Firmenevents

Der neudeutsche Ausdruck «Firmenevent» wird oft und teilweise in unmöglichem Zusammenhang in den Mund genommen. Eigentlich sollte er marketingorientierte Anlässe wie Messeauftritte und solche zur Akquisition oder Bindung von Kunden beschreiben. Firmenbesichtigungen, beispielsweise Referate, Apéros, Foren, Mattinées usw. Aber auch Gelegenheiten, eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auf spezielle Weise ein Dankeschön auszusprechen und gleichzeitig Gefühle der Zusammengehörigkeit zu fördern, gehören dazu.

Wie auch immer – intern oder extern ausgerichtet – ist die Durchführung eines gelungenen Events zwangsläufig mit Unkosten, Umtrieben und viel Vorbereitungsarbeiten verbunden. Ziel ist es, gesunde Vertrauensverhältnisse zu schaffen, die bestehende und zukünftige Beziehungen

zwischen der Unternehmung und möglichen Partnern oder sonstigen Interessengruppen erleichtern. Firmenevents haben bei ihrem Zielpublikum eine hohe Akzeptanz – sofern sie passen und realistisch angelegt sind. Man sollte sich vor der ganzen Planung sehr genau überlegen, welche Gruppen Interesse an einer Unternehmung und deren Aktivitäten haben könnten und wie diese gerne ihre Zeit einteilen. Neben den mit anderen Kommunikationsinstrumenten angesprochenen Zielgruppen (Werbung, Verkaufsförderung usw.) können das durchaus auch Geldgeber, Banken, Versicherungen, Mitglieder des Gemeinderats und – eben – auch eigene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und deren Familienangehörige sein.

Firmenevents können sich aufdrängen oder auch von innen heraus inszeniert sein. Sie drängen sich auf, wenn es darum geht, für etwas zu dan-



Ein gemeinsames Bowlingspiel kann genauso viel positive Spannung unter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bringen, wie ein Golfturnier. Und dazu immer wieder Zeit für einen Schwatz.



## Eine Gratwanderung auf der Lägern



Es war lange her seit meiner letzten Wanderung. Doch beim diesjährigen, noch sehr frühen Sommerwetter beschloss ich, wieder einmal eine in Angriff zu nehmen. Das Ziel war die heimische Lägern, die ich bis anhin nur durch ihre zwei typischen Erhebungen kannte. Bereits beim Scharfenfels in Baden wurde mir klar, wie steil die Wanderung werden würde: Jeder Schritt musste durchdacht sein und der Blick sollte nie vom Weg gelöst werden. Zu gefährlich wäre ein Fehltritt. Nur sehr selten führen Wege vom Grat hinunter. Wer sich einmal entschieden hat, diese Gratwanderung zu meistern, kann seine Entscheidung kaum mehr rückgängig machen. Während der vierstündigen Wanderung sah man auf der rechten Seite von Wettingen bis in den Kanton Zürich hinein. Auf der linken Seite folgte der weite Blick über Ehren-

dingen, Lengnau und Niederweningen. Aber wie schon erwähnt sollte den Blick nur schweifen lassen, wer auf einer sicheren Position steht.

Nach etwa zwei Stunden hörte die Gratwanderung auf und wir konnten uns wieder voll auf die Natur konzentrieren. Wir traten in einen schönen Wald und passierten später die Radarkuppel der Schweizer Flugsicherung Skyguide. Am Ende dieser Wanderung öffnete sich der Wald und vor uns tauchte die wunderschöne Altstadt Regensberg mit dem kleinen Schloss auf dem Hügel auf. Eine wahre Belohnung für die ganze Anstrengung. Es hat sich gelohnt. Und auf mein nächstes Ziel freue ich mich auch schon: Den Mythen im Kanton Schwyz.

Patricia Capaul, Grafikerin



Gemeinsam miteinander zu speisen ist für viele Menschen ein traditionelles und damit wichtiges gesellschaftliches Ereignis.

ken (gute Geschäfte, neue Kunden) oder etwas zu feiern (Jubiläen, neue Gebäude) oder sie werden inszeniert, wenn «wieder mal sowas fällig» wäre. Die Rede ist hier vom Tag der offenen Tür, ein Forum mit hochkarätigen Referenten oder einfach ein gemütliches Zusammenhocken. Ziel muss

dabei immer sein, ein positives Erlebnis zu bieten, von dem möglichst lange noch gesprochen und geschwärmt wird. Die Ansätze zum Erfolg können überall liegen und müssen nicht zwingend im Zusammenhang mit den eigenen Unternehmensaktivitäten stehen. Vom Vortrag von Silvio Berlusconi über die sinnvolle Nutzung von Ferienhäusern, oder – falls er keine Zeit hat oder es das Budget nicht zulässt – vom Fussballmatch gegen den örtlichen FC über den Besuch eines sehenswerten Museums bis hin zum gemeinsamen Grillieren im Wald und dort passiert dann ein grauslicher Mord.

Jaja, Ideen haben wir gute und noch bessere und vor allem genug. Dazu Erfahrung mit Caterern, Schauspielern, Komikern usw.

Heinz Ammann  
Marketingberater



Es gibt so viele Menschen, die wirklich etwas zu sagen haben – wie etwa Pater Zoche über Unternehmensethik.

# Die Beschriftung

**Beschriftungen können verschiedene Funktionen tragen. Sie informieren beschreibend, bezeichnend, identifizierend, warnend oder schmückend über Inhalte, Bewohner, Gefahren, Orte und Situationen. Beschriftungen begleiten uns überall und ständig durch das ganze Leben: Die erste kommt mit Blüemli und Teddybären geschmückt ans Plastikchrätli im Spital, die letzte in Stein gemeisselt. Beide kann man nicht selber lesen.**

Werkzeuge für Beschriftungen gibt es viele und je nachdem, was und welcher Träger wie umfangreich beschriftet werden soll, eignet sich das eine oder andere besser oder schlechter. Können beispielsweise Namenschilder von Hand mit dem Füllstift auf Büttenpapier geschrieben oder vom Graveur in Messingplättli verewigt werden, kommen bei Firmenbeschriftungen oder ganzen Hausfassaden andere Werkzeuge und vor allem der professionelle Schriftensetzer zum Zug. Er arbeitet mit flüssiger Farbe und Schablonen, Siebdruck oder Folien und bearbeitet Bleche, Textilien, Kunststofftafeln, ganze

Lieferwagen oder was auch immer – der Fantasie sind kaum Grenzen gesetzt. Ist eine Beschriftung beschreibend, wie etwa auf einer Flasche oder überhaupt auf einer Verpackung, wird die Ästhetik zwar nicht ersatzlos gestrichen, sie rückt aber zwangsläufig ins zweite Glied und die Information weit nach vorne. Geht's um ein Automobil, stehen Werbezwecke und die rasche Wiedererkennung eines Unternehmens oder einer Marke im Vordergrund.

### Visitenkarte des Unternehmens

Welche Funktion eine Beschriftung auch immer haben mag und egal, wo sie angebracht wird; die vorhergehende Definition und sorgfältige Auswahl ihres Inhaltes bleibt nie erspart. Bei den einen sind neben marketingtechnischen auch gesetzliche Vorschriften zu beachten (Lebensmittel, Medikamente, Flugzeuge usw.), bei den anderen nicht. Der Rat des Profis bleibt aber in jedem Fall unerlässlich, die saubere Umsetzung danach ebenfalls. Ein Briefbogen, die Werbetafel, die Bandenwerbung im Stadion, die interne Gebäudebeschriftung oder der

Lastwagen sind allesamt Visitenkarten eines Unternehmens. Sie sollten durchwegs sauber und einheitlich gestaltet und von Fachleuten hergestellt sein, damit sie ihrer eigentlichen Funktion wirklich vollumfänglich gerecht werden können und erst noch auffallen. Gerade bei letzterem staunt manchmal nicht nur der Laie, was heutzutage alles zu welchem Preis möglich ist. Ein Personenwagen kann mit Folien vollumfänglich eingekleidet und nach vier (Leasing-)Jahren einfach wieder «entkleidet» werden. Im Teppich des Messestandes – oder auch im Firmenfoyer – spielen Werbespots oder Filme über das Unternehmen («the living surface») und auf dem Firmenshirt brilliert das Logo aufgeflokt statt aufgebügelt.

Und so gibt's 1001 Ideen – von denen wir vielleicht nicht ganz alle, aber doch eine ansehnliche Anzahl kennen!

Heinz Ammann  
Marketingberater



**FR. 2000.-  
SCHROTTPRÄMIE**

Beim Tausch eines  
mind. 8 Jahre  
alten Fahrzeuges  
gegen einen  
neuen Renault.

3  
JAHRE  
GARANTIE



Bei diesem Renault und der Baustellenblache sieht man schnell, dass es da um ein und das gleiche Unternehmen geht.



Der Wegweiser: eine klassische Beschriftung mit hohem Informationsgehalt...



Dieser Citroën lässt keine Frage offen, wer da jetzt unterwegs ist.

Diese Tafeln im Format A1 wurde via Sandwichmann während der Herbstmesse in Basel eingesetzt. Sandwichmann? Ja, Sandwichmann!

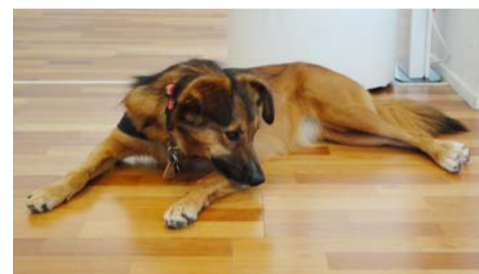
# Bezaubernde Gini

Gini, Pudel-, deutscher Schäfer-, Italienisches Windspiel- und English Setter-Mischling, ist seit November 2010 meine treue Begleiterin. Sie ist nicht nur verantwortlich dafür, dass ich genügend Frischluft bekomme und mich fitter fühle denn je; sie sorgt auch Tag für Tag für gute Laune. «Ein Leben ohne Hund ist möglich, aber sinnlos», da kann ich Loriot nur beipflichten!

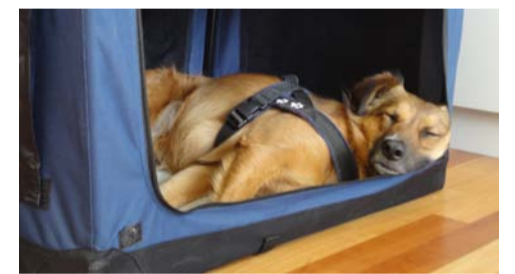
Regina Wiesinger  
Geschäftsführerin



Huch – wer ruft da nach mir – was steht Dringendes an?



Was! Junikäfer fangen? Die da oben in der Luft? Ja, das könnte ich natürlich machen....



... aber das ist mir viel zu anstrengend – gähnen – zzzzz... zzzzz... zzzzz...

# Ferientipp

Wieder einmal verbringen wir unsere Ferien auf Mallorca, weil uns diese Insel immer wieder von neuem verzaubert. Schon den ganzen Tag haben wir die Stadt Palma de Mallorca erkundet und am Abend in einem Steakhouse fein diniert. Nach diesem guten Essen ist ein Verdauungsspaziergang genau das Richtige. Plötzlich stehen wir vor einer schweren Holztüre. Das Schild mit der goldenen Aufschrift ABACO macht uns neugierig. Wir treten ein und glauben in einer anderen Welt zu sein. Wir befinden uns in einem Adelspalast aus dem 17. Jahrhundert. Heute würde keiner vermuten, dass in diesem Raum einst Pferde und Kutuschen untergebracht waren. Man glaubt, das ganze spielt sich in einem alten Film ab. Alles ist mit

üppigen, duftenden Blumendekorationen und frischen Früchten im Überfluss geschmückt. Springbrunnen, alte Möbel und antike Figuren zieren das traumhafte Lokal. Der erste Stock ist mit dem Originalmobiliar erhalten, Lücken in der antiken Einrichtung wurden mit Gold und Spiegeln aufgefüllt. Wir beschliessen das edle Ambiente voll auszukosten und bestellen einen sündhaft teuren Cocktail. Leider konnten wir nur noch einen Sitzplatz im Garten ergattern; das Lokal ist meistens schon früh überfüllt. Nach 22 Uhr ist es aber auch schwierig, noch einen Platz im Garten zu bekommen. Der idyllische Innenhof ist von Kerzenschein erleuchtet. Hier sitzen wir zwischen Springbrunnen und grossen Vogelkäfigen und lauschen klassischer Musik. Ein besonderes Highlight ist übrigens der Rosenblättereigen, immer freitags um 23.30 Uhr. Wem ein Drink zu teuer ist, der kann das Lokal auch nur besichtigen. Fotografieren ist hier nicht erlaubt, daran hält sich allerdings fast niemand.



Das ABACO befindet sich an der Strasse San Juan 1, gegenüber dem Jachthafen in einer kleinen Seitengasse in Palma de Mallorca. An der Kirche vorbei über den Kirchenplatz und dann ist man

schon da. Ab 21 Uhr ist die Cocktailbar geöffnet. Ein Besuch lohnt sich auf jeden Fall!

Sabina Wähli, Polygrafin

logo  
SYS

LOGO-SYS AG  
Täferstrasse 4, Postfach 5055  
5405 Baden 5 Dättwil, Schweiz  
Telefon 0041 56 493 70 30  
Telefax 0041 56 493 72 24  
www.logosys.ch, logo@logosys.ch