

nus transformein

Employer Branding

Bist du bereit für die
Generation Alpha?

Die ganze Palette

Unser Team der Kunden-
betreuung hat's drauf

Animationen

Auch mit kleinem Budget
Inhalte in Bewegung setzen



WIR VERWANDELN

**Von Menschen,
die Kommunikation leben,
um Neues zu schaffen**

edit

nus

romanisch «wir»

Steht für mehrere Personen, zu denen die eigene gehört, oder einen Kreis von Menschen, in den die eigene Person eingeschlossen ist. Es vermittelt ein Gemeinschaftsgefühl und Zugehörigkeit.

trans|for|mein

romanisch «verwandeln»

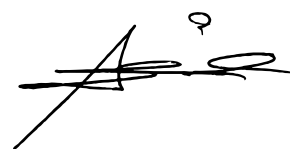
Unterstreicht die Fähigkeit, etwas aktiv zu verändern und neu zu gestalten. Es steht für den Antrieb, Neues zu schaffen und Bestehendes in frische, inspirierende Formen zu transformieren. Sei es in der Kommunikation, in der Zusammenarbeit oder in der persönlichen Entwicklung.

Liebe Leserin, lieber Leser

Verwandlung und Wandel sind die Konstanten in der Kommunikation – und genau das spiegelt unser aktuelles Magazin «nus transformein» wider. Wie in der Musik ist auch in der Kommunikation das Zusammenspiel aller Elemente entscheidend: Um eine harmonische und einprägsame Melodie zu erzeugen, braucht es alle Tasten und das entsprechende Know-how. Bei [communicaziun.ch](https://www.communicaziun.ch) arbeiten wir täglich daran, diese Balance zu finden – nach innen, in unserem Team, und nach aussen, für unsere Kund*innen.

Die letzten Monate haben gezeigt, wie erfolgreich die Integration von [communicaziun.ch](https://www.communicaziun.ch) in Samedia verlaufen ist. Vieles hat sich verändert: Neue Gesichter, erweiterte Angebote und grössere Chancen. Gleichzeitig bleibt eines unverändert: Unser Engagement für zukunftsorientierte Lösungen und unsere Verbundenheit mit unseren Kund*innen. Gemeinsam sind wir gewachsen und können mit Stolz sagen, dass wir uns nicht nur angepasst, sondern aktiv neue Standards gesetzt haben.

In unserem neuen Podcast sprechen Susanne Lebrument, VR-Vizepräsidentin von Samedia und ich über die Entwicklungen, unsere Integration und den Blick in die Zukunft.



Scannen, auf Spotify
hören und abonnieren –
Fortsetzung folgt.

Cara lectura, car lectur

La transformaziun e la midada ein las constantas ella communicaziun – ed exact quei duei nies niev magazin «nus transformein» reflectar. Sco ella musica eis ei era ella communicaziun decisiv che tut ils elements mondien bein a prau: per crear ina melodia harmonica e renconuschibla, drova ei tut las tastas ed il know-how corrispundent. Tier communicaziun.ch sespruein nus mintga di d'anflar igl equiliber – viers anen, en nies team, e viers anora, per nossa clientella.

Il davos meins ei il success dall'integraziun da communicaziun.ch ella Samedia semussaus. Bia ei semidau: novas fatschas, ina purschida slargada e schanzas pli grondas. Il medem mument resta enzatgei tuttina: nies engaschament per sligiazions orientadas viers il futur e nossa attaschadadad a nossa clientella. Communablamein essan nus carschi e savein dir loschamein che nus essan buca mo s'adattai, mobein che nus havein mess activamein novs standards.

En nies niev podcast discurrin Susanne Lebrument, vicepresidente dil cussegl d'administraziun, ed jeu davart ils svilups, nossa integraziun ed il futur.



Schau- fenster



Produktion der Zeitschrift «Bündner Bauer»

Für die wöchentlich erscheinende Zeitschrift «Bündner Bauer» übernehmen wir den gesamten Produktionsprozess. Unsere Kundenbetreuung ist von der Produktion bis zur finalen Postaufgabe in jedem Schritt involviert. Die angelieferten Inhalte verwandeln unsere Polygraf*innen in ein ansprechendes Layout. Anschliessend erfolgt der Druck und die Personalisierung für den Versand direkt bei uns in Ilanz.

Ein kreatives Sticker-Design für LAAX

Für LAAX entwickelten wir ein Sticker-Design, das den charakteristischen Style und Vibe der Destination transportiert. Unsere Polygraf*innen skizzierten von Grund auf verschiedene Motive zu den Themen «Food», «Green Style» und «Freestyle», die anschliessend digitalisiert wurden. Bei der Produktion lag ein besonderer Fokus auf der Materialwahl, damit die Sticker sowohl in Innenräumen als auch auf Helmen, Skis, Laptops oder Handyhüllen sicher halten.



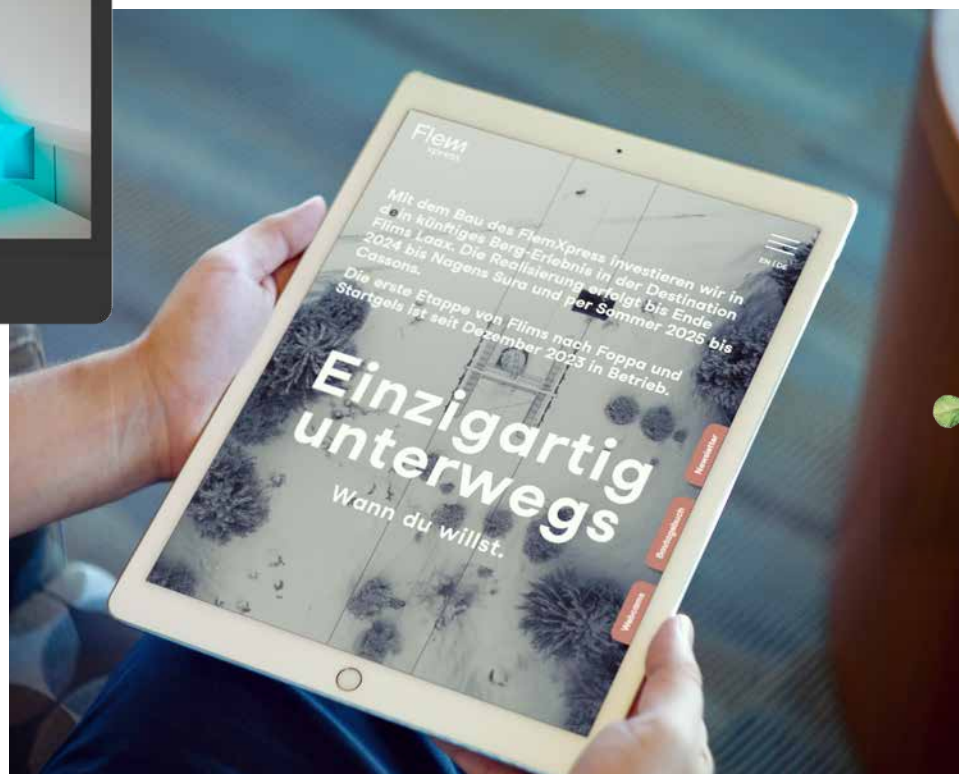
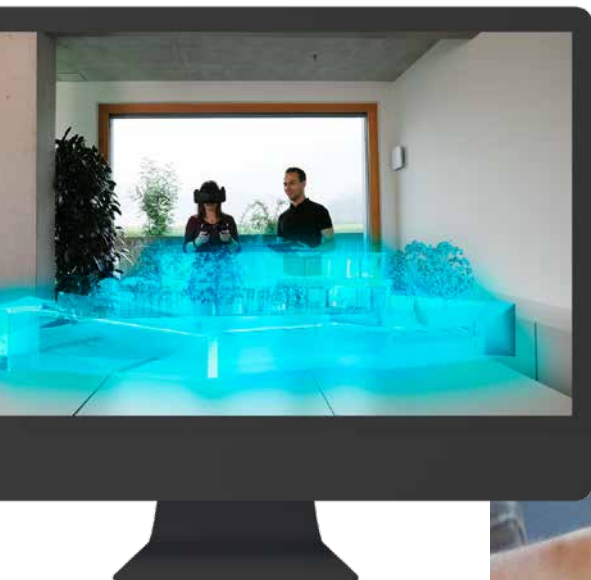
Ideas novas per Heidiland Tourismus

Per Heidiland Tourismus havein nus fatg in re-design dil flyer popular cun tips per excursiuns. Mintga detagl havein nus concepiu a moda minuziusa per saver presentar la diversidad dallas excursiuns pusseivlas el Heidiland ed aschia svegliar las marveglias. Duront quei process ha nies team dalla tgira dalla clientella giu enta maun las hottas. Dalla concezziun e la translaziun tochen alla stampa havein nus fatg la segira ch'il flyer seigi buca mo informativs mobein era ina deletg per igl egl.



Geschichte zum Anfassen

Für das Buchprojekt «Von der Säftelehre zur modernen Medizin» von Martin Tomaschett, das den medizinischen Wandel im Bündnerland des 19. Jahrhunderts behandelt, durften wir Layout und Druck verantworten. Von der Produktionsart über die Papierwahl bis zur Terminplanung und Verpackung – wir haben Martin Tomaschett umfassend beraten, um seine Vision dieses historischen Werks optimal umzusetzen. Das Ergebnis ist ein hochwertiges Buch, das die bündnerische Medizingeschichte neu beleuchtet.



3D-Animationen im Einsatz

Für das Employer Branding von Invias produzierten wir Filme, die durch die 3D-Animation eine zusätzliche Gestaltungsebene erhielten. Besonders herausfordernd war dabei, die 3D-Modelle des Architekten erfolgreich in unsere Animationssoftware zu integrieren. Das Hauptziel bestand darin, mit der 3D-Animation und der Virtual-Reality-Brille interaktiv zu zeigen, wie das BIM-System* in der Arbeitspraxis der Zeichner*innen genutzt werden kann – ein entscheidender Vorteil, der die Innovationskraft und Attraktivität von Invias als Arbeitgeber hervorhebt.

*BIM (Building Information Modeling) ist eine digitale Methode, bei der ein Bauprojekt als 3D-Modell mit allen relevanten Informationen zentral erfasst wird, um die Planung, Zusammenarbeit und Umsetzung zu optimieren.

Innovation trifft auf Technologie

Für das visionäre Projekt FlemXpress der Weissen Arena Gruppe und deren Partner galt es, eine Website zu schaffen, die genauso innovativ ist wie die neue, vollautomatisch betriebene Bahn. Mit der zukunftsweisenden Ropetaxi-Technologie wird die Bahn bedarfsabhängig gesteuert – und auch die Website sollte diesen technischen Fortschritt widerspiegeln. Unser Fokus lag auf der Entwicklung dynamischer Animationen, die das Erlebnis einer Bahnfahrt auf den Berg digital verkörpern. Diese subtilen, interaktiven Elemente leiten die Nutzen intuitiv durch die Seite und lassen sie tiefer in die Inhalte eintauchen.

In vent frestg

Per frestgentar noss'atgna pagina-web havein nus sviluppu animaziuns che procuran per in'experientscha da diever pli dinamica. Per che las animaziuns, creadas cun after effects, seigien pli adattadas per la pagina-web, havein nus fatg diever d'in plugin special (modul d'extensiu) ch'exportescha las datotecas en il format Lottie. Quei format possibilitescha ina representaziun dallas animaziuns senza incaps sin la pagina-web e procura cun in cuort temps da cargar per in'experientscha optima-da. Aschia brigliescha la cumparsa nova da comunicaziun.ch buca mo opticamein, mo-bein era tecnicamein.*

*Il format da Lottie ei in format d'animaziun sempel per paginas-web ed apps. El ei scalabel, schanegia resursas e procura per in cuort temps da cargar sco era in'aulta performanza.

Spezial-Effekte können wir

Für die Lehrlingskampagne der Toldo AG haben wir Animationen entwickelt, die gezielt Jugendliche ansprechen. Die grösste Herausforderung bestand darin, die Botschaft klar und übersichtlich in nur zehn Sekunden zu präsentieren. Für das ePanel, eine mannshohe digitale Werbefläche, setzten wir auf eine dezente Animation mit dem charakteristischen Spray-Effekt von Visual und Logo. Mithilfe einer speziell erstellten Maske wurde die weisse Fläche allmählich sichtbar gemacht, was den Wiedererkennungswert verstärkte und die Animation zu einem echten Hingucker machte.



Interaktiv mit 3D und Virtual-Reality.



Tauche in das interaktive Erlebnis ein.



Smarvigliar tgei che commuenta Lotti.



Überzeuge dich vom Spray-Effekt.

Animation bewegt



Animation ist viel mehr als nur bewegte Bilder – sie erweckt Geschichten zum Leben und schafft starke emotionale Verbindungen. Bei communicaziun.ch ist sie eine der digitalen Disziplinen, die unsere Expert*innen beherrschen. Einer von ihnen ist Brandon, unser Multimedia Producer. In diesem Interview gibt er spannende Einblicke in seine Arbeit, zeigt auf, was Animation so besonders macht und welche kreativen Möglichkeiten sie bietet.

Was ist Animation und wie würdest du es jemandem erklären, der noch nie davon gehört hat?

Grundsätzlich ist Animation eine Illusion von Bewegungen. Man hat einzelne Bilder, sogenannte Frames, die hintereinander abgespielt werden. Früher hat man dafür jedes Bild einzeln gemacht, wie bei einem Daumenkino. Stop-Motion ist eine Form von Animation, bei der man zum Beispiel ein Stofftier Bild für Bild fotografiert, um die Illusion zu erzeugen, dass es sich bewegt.

Welches Equipment braucht es, um professionelle Animationen zu erstellen?

Das Wichtigste ist ein leistungsfähiger Computer mit einem starken Prozessor und einer guten Grafikkarte. Der Prozessor ist für die Berechnungen verantwortlich, während die Grafikkarte das Rendern und die Darstellung übernimmt. Ohne diese Komponenten wäre die Arbeit sehr langsam und qualitativ nicht ausreichend.

Welche Software benutzt du für Animationen und warum?

Für 2D-Animationen nutzen wir After Effects, was in der Branche als Industriestandard gilt. Es gibt KI-Alternativen wie Canvas oder Figma, die sich für einfache Animationen eignen, aber für komplexere Projekte ist After Effects die beste Wahl.

Kannst du den Prozess von der ersten Idee bis zur fertigen Animation beschreiben?

Zuerst erarbeiten wir zusammen mit den Kund*innen ein Konzept und ein Storyboard. Das Storyboard beschreibt die Handlung, Szene für Szene. Manchmal erstellen wir auch ein Animatic, eine grobe Version der Animation in Bewegtbildformat, um den Kund*innen zu zeigen, wie die Animation aussehen könnte. Danach beginnt die eigentliche Animationsarbeit.

INTERVIEW

Was sind die typischen Herausforderungen bei der Erstellung von Animationen und wie gehst du damit um?

Eine der grössten Herausforderungen ist das Timing der Bewegungen. Sie müssen organisch und flüssig wirken, sonst werden sie kantig oder abgehackt wahrgenommen. Ausserdem kann die Renderzeit bei längeren Animationen eine Herausforderung sein, da der Computer jedes Bild berechnen muss. Auch die Kommunikation mit den Kund*innen ist entscheidend, um sicherzustellen, dass alle Erwartungen erfüllt werden.

Wie lässt sich eine Animation mit einem kleineren Budget umsetzen?

Auch mit wenig Budget lassen sich einfache Animationen umsetzen, beispielsweise typografische Animationen oder kurze Social Media Videos. Auch kinetische Typografie, also animierte Schrift, lässt sich relativ schnell und kostengünstig umsetzen.

Welche Vorteile haben Animationen gegenüber statischen Inhalten?

Animationen können komplexe Informationen auf verständliche Weise vermitteln. Sie ziehen mehr Aufmerksamkeit auf sich, da bewegte Inhalte schneller ins Auge springen und das Publikum in eine bestimmte Richtung lenken. Ausserdem kann man durch Animationen mehr Inhalte unterbringen, zum Beispiel durch mehrere Slides oder die Kombination von Bild und Ton.

Wie bleibst du in der Welt der Animation auf dem Laufenden und welche Weiterbildungen sind für dich unverzichtbar?

Ich halte mich hauptsächlich über YouTube-Kanäle und Online-Kurse auf Plattformen wie Udemy auf dem Laufenden. Adobe bietet nach jedem Update neue Tutorials, die helfen, die neusten Funktionen in Programmen wie After Effects zu nutzen.

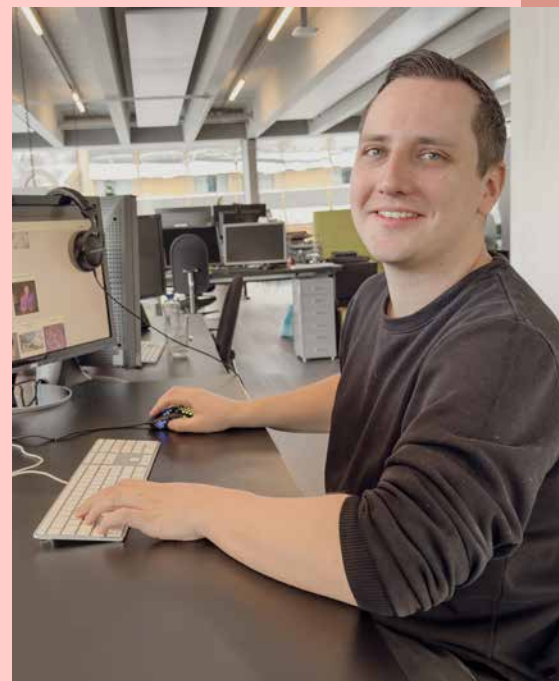
Wofür werden Animationen am häufigsten eingesetzt und welche Art von Animation ist bei communicaziun.ch besonders gefragt?

Am häufigsten werden Animationen im Bereich Werbung und Social Media eingesetzt, vor allem auf digitalen Plattformen wie Websites. Bei communicaziun.ch sind typografische Animationen und kurze Erklärvideos besonders gefragt.

Was fasziniert dich persönlich an der Arbeit mit Animationen?

Mich fasziniert, dass man mit Animationen das, was man sich im Kopf vorstellt, zum Leben erwecken kann. Es ist so, als würde man eine eigene Welt erschaffen, in der man statischen Dingen wie einer Illustration Leben einhaucht. Es gibt keine Grenzen, man kann sich immer weiterentwickeln und neue Möglichkeiten entdecken.

Vielen Dank für das Gespräch und den spannenden Einblick in die Welt der Animationen.



Einfach erklärt

Slides	Abfolge digitaler Bilder.
Animatic	Eine grobe, animierte Version des Storyboards, die Timing und Ablauf der Szenen visualisiert.
Frames	Einzelbilder, welche die wesentlichen Bewegungen zeigen. Zwischen den Frames werden die Bewegungen geglättet bzw. von der Software berechnet.
Mocap	Motion Capture, Technik zur Aufnahme realer Bewegungen zur Verwendung als Referenz, meist in 3D-Animationen.
Rendering	Der Vorgang des Exportierens der finalen Animation in ein Videoformat.
Rigging	Prozess in der digitalen 2D-Animation, bei dem ein digitales Skelett erstellt wird, um die Bewegungen von Figuren zu steuern.
Compositing	Der Prozess, bei dem verschiedene visuelle Elemente wie Figuren und Hintergründe zu einem fertigen Bild oder einer Szene zusammengefügt werden.

Brandon, ausgebildeter Mediamatiker EFZ, ist seit August 2021 als Multimedia Producer und Content Creator im Video- und Webteam von communicaziun.ch tätig. In seiner Freizeit spielt der Kanada-Schweizer leidenschaftlich E-Gitarre in seiner Melodic-Death-Metal-Band «Arcaine».

Employer Branding

Es ist aktuell aus unserer täglichen Kommunikation nicht mehr wegzudenken: das Employer Branding. In den vergangenen Monaten haben wir als Agentur erfolgreiche Kampagnen – insbesondere im Bereich der Lehrlingsgewinnung – konzipiert und umgesetzt. Doch was bringt dieses Employer Branding überhaupt und was für Massnahmen beinhaltet es? Eine Übersicht.

Unter dem Begriff «Employer Branding» verstehen wir den Prozess und alle strategischen Massnahmen, mit welchen eine Arbeitgebermarke aufgebaut wird. Das Ziel ist dabei simpel: Die eigene Attraktivität als Arbeitgeber*in steigern. Die Arbeitgebermarke soll ein gewisses Bewusstsein und ein bestimmtes Image für das Unternehmen schaffen.

Weitere wichtige Begriffe im Bereich des Employer Brandings sind das Internal Branding, welches sich stärker auf die bereits bestehenden Mitarbeitenden fokussiert. Das Personalmarketing konzentriert sich derweil insbesondere auf die klassischen Marketingmassnahmen. Beim Employer Branding hingegen geht es klar darum, eine Identität aufzubauen und die Organisation zu entwickeln.

Mitarbeitende als wertvollste Ressource

Doch weshalb ist eine starke Arbeitgebermarke so wichtig? Für Armin – und viele andere Fachpersonen in diesem Gebiet – sind die Mitarbeitenden die wertvollste Ressource eines Unternehmens. Ihr Wissen, die Kompetenzen und Erfahrungen sind entscheidend für einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil. Ein Aspekt, der gerade mit dem viel besprochenen Fachkräftemangel weiter an Relevanz gewinnt. Der Wettbewerb zwischen den Unternehmen findet längst nicht mehr nur auf Basis der Produkte, sondern durch den Kampf um die guten Mitarbeitenden statt.

Für Unternehmen ist es wichtig, die externen Einflussfaktoren für ihr Employer Branding zu kennen. Hier spielt der Wertewandel inner-

halb der Generationen eine wichtige Rolle. Wer eine starke Arbeitgebermarke aufbauen will, muss seine Zielgruppe kennen. Viele denken hier vielleicht an die oft diskutierte Generation Z. Mit ihren 15 bis 30 Jahren ist diese aber bereits fester Bestandteil unserer Arbeitswelt. Worauf wir uns jetzt fokussieren müssen, ist die Nachfolge-Generation: Alpha.

Rinforzar tia marca d'interprendider

Enteifer nossa claviatura purschin nus a ti differentas mesiras per crear e tgirar tia marca d'interprendider.

Entgins exempels:

- far formaziuns da cader e luvratoris da direcziun
- crear organisaziuns structuralas
- visualisar e comunicar ils avantatgs
- realisar campagnas multimedialas ed adattadas allas gruppas en mira (emprendistas ed emprendists, caders, profils da plazzas specifics)
- far videos d'image cun il focus sin la marca d'interprendider
- publicar plazzas libras a moda Interessanta e conform alla gruppa en mira (text, grafica, video)

Aufbau und Pflege als langfristiger strategischer Prozess

Employer Branding ist keine einmalige Massnahme, sondern ein langfristiger und strategisch ausgerichteter Prozess mit Analyse-, Planungs-, Umsetzungs- sowie Kontrollphasen. Eine starke Arbeitgebermarke beeinflusst dabei verschiedene Bereiche:

- Rekrutierung der Mitarbeitenden
- Bindung der Mitarbeitenden
- Unternehmenskultur
- Unternehmensmarke
- Eigenverantwortung und Leistungsbereitschaft

Für die Arbeitnehmenden kann die Employer Brand der Grund sein, warum sie sich für eine Stelle entscheiden. Die Arbeitgebermarke steht dabei in einem engen Bezug zur Identität, mit der sich die Organisation als attraktives Unternehmen positioniert. Je authentischer die Arbeitgebermarke aufgebaut ist, desto geringer ist auch die Diskrepanz zwischen Erwartungen und Realität, sowohl in Bezug auf den Job als auch die Fachkraft. Wichtig ist also, dass die Employer Brand als Teil der Corporate Brand angesehen wird – und nicht als separate Brand.

Bereit für Generation Alpha?

Die Generation Alpha wächst in einer digitalisierten, globalisierten und technologiegetriebenen Welt auf. Wie sie auf dem Arbeitsmarkt auftreten wird, lässt sich aktuell erst vermuten. Aber basierend auf den gesellschaftlichen und technologischen Trends lassen sich einige zentrale Werte und Themen identifizieren:

- Technologieaffinität
- Anpassungsfähigkeit
- Nachhaltigkeit
- Vielfalt und Inklusion
- Selbstständigkeit und Personalisierung

Diese Werte deuten darauf hin, dass die Generation Alpha eine digital fokussierte, sozial bewusste und anpassungsfähige Generation sein wird, die in einer Welt aufwächst, die von Technologie, Nachhaltigkeit und Inklusion geprägt ist. Sie werden ihre Werte und Ideologien nochmals deutlicher und ehrlicher vertreten als ihre Vorgänger-Generation Z.

Für die Arbeitgebenden bedeutet dies, dass abwechslungsreiche Aufgaben und Arbeitswelten elementar sind, um Alphas zu inspirieren. Alphas arbeiten gerne kooperativ, entwickeln kreative Ideen und wollen, dass ihre Perspektiven gehört werden. Das Smartphone am Arbeitsplatz wird zur Normalität und die Arbeitswelten sind so digital, dass sie orts- und zeitunabhängig zugänglich sind. Das Büro wird deshalb zum Ort der Begegnung. Zudem sind inklusive und klimabewusste Aktivitäten wichtige Aspekte in Kontakt mit der Generation Alpha.

Ist die Generation Alpha auf dem Arbeitsmarkt, erreichen Personalverantwortliche diese Zielgruppe am besten über Social Media. Eine starke Markenpräsenz auf den relevanten Kanälen und Online-Welten wie Games kann bereits heute entscheidend sein. Aber Vorsicht: Diese Generation hat hohe Ansprüche an Qualität und Authentizität.

Übersicht Generationen

GENERATION X

Jahrgang*
1965 – 1980

Prägende Ereignisse
Börsencrash und
Fall der Berliner Mauer

Arbeitswelt
Mehr Flexibilität und Karrierewechsel,
hohe Selbstständigkeit

Führungsstil
Koordinieren

Kommunikationskanäle
– Persönlicher Kontakt
– Telefon
– E-Mails

Informationskanäle
– Zeitungen
– TV-Nachrichten
– Digitale Medien/Internet

Werte
– Unabhängigkeit
– Work-Life-Balance
– Pragmatisch und skeptisch gegenüber
Autorität

MILLENNIALS Y

Jahrgang*
1981 – 1996

Prägende Ereignisse
9/11 und Finanzkrise

Arbeitswelt
Suche nach sinnstiftender Arbeit,
Flexibilität und Karriereentwicklung

Führungsstil
Anleiten

Kommunikationskanäle
– E-Mails
– Instant Messaging
– Social Media

Informationskanäle
– Nachrichten-Websites
– Social Media
– Blogs

Werte
– Kommunikation über Social Media
– Persönliche Erfüllung
– Soziale Verantwortung
– Work-Life-Balance

GENERATION Z

Jahrgang*
1997 – 2012

Prägende Ereignisse
Erstes iPhone und Aufstieg der sozialen
Medien

Arbeitswelt
Erwartet schnelle Karrierewege,
Flexibilität und soziale Verantwortung

Führungsstil
Befähigen

Kommunikationskanäle
– Social Media
– Messaging-Apps
– Videos

Informationskanäle
– Social Media
– YouTube
– Online Plattformen

Werte
– Technologie
– Vielfalt, Inklusion und Umweltbewusstsein
– Soziale Gerechtigkeit
– Persönliche Authentizität

GENERATION ALPHA

Jahrgang*
2013 – 2025

Prägende Ereignisse
Klimawandel und Künstliche Intelligenz

Arbeitswelt
Geprägt von Automatisierung und
digitaler Vernetzung

Führungsstil
Inspirieren

Kommunikationskanäle
– Augmented Reality
– Virtuelle Assistenten
– KI-gesteuerte Plattformen

Informationskanäle
– KI-gestützte Empfehlungen
– Sprachassistenten
– Personalisierte digitale Inhalte

Werte
– Nachhaltigkeit
– Vielfalt und Globalisierung
– Hohe Erwartung an Technologieintegration

Nach- gefragt

Deshalb arbeiten wir gerne bei communicaziun.ch

Wir sind die perfekte Mischung aus kreativen Köpfen, vorausdenkenden Profis und vor allem Macherinnen und Machern. Unsere diversen Vorlieben und Charaktere sind der Antrieb für starke Ideen, unsere gemeinsamen Werte das Fundament für eine erfolgreiche Zusammenarbeit. Das zeigen die nachfolgenden Aussagen unserer Mitarbeitenden aus unterschiedlichen Generationen.

«Seit meinen 15 Jahren bei communicaziun.ch ziehen Jung und Junggebliebene gemeinsam an einem Strang und teilen die Freude am Handwerk – so macht Arbeiten einfach Spass.»

Michel
Generation X



Christian
Generation X



«Ich liebe es in Ilanz und Chur zu arbeiten, mich persönlich weiterzuentwickeln und mit einem einzigartigen Team sowie unserer breiten Angebotspalette täglich unsere Kund*innen zu begeistern.»

«A mi vegn demussau gronda fidonza ed jeu schezegel da saver luvrar independentamein. Nossas valurs da basa stattan a cor a mi ed jeu sai s'identificar cum-pleinamein cun quellas.»

Monica
Millennials Y



«Ich mag die Vielfalt der Projekte, das mir entgegengebrachte Vertrauen von allen Seiten und den starken Zusammenhalt bei comunicaziun.ch.»

Larina
Generation Z



Sina
Millennials Y

«Ich schätze neben dem Team und der kollegialen Atmosphäre die abwechslungsreiche Arbeit – von kleinen Textkorrekturen bis zu Logoerstellungen und umfassenden Gesamtauftritten. Kein Tag ist wie der andere.»



«Ich arbeite gerne bei comunicaziun.ch, weil das Arbeitsklima sehr locker ist und jede*r Einzelne wertgeschätzt wird.»

Fortunat
Generation Z



Abteilung im Fokus

Im Zentrum des Geschehens

In jeder grossen Agentur gibt es eine Abteilung, in der alle Fäden zusammenlaufen. Hier arbeiten wahre Alleskönner, ohne sie geht nichts. Sie sind die Schnittstelle zwischen den Kund*innen und den verschiedenen Fachbereichen. Die Rede ist von unserer Kundenbetreuung. Doch was steckt hinter dieser zentralen Rolle, die so oft als «Dreh- und Angelpunkt» von communicaziun.ch bezeichnet wird? In dieser Ausgabe werfen wir einen Blick hinter die Kulissen der Kundenbetreuung.

Laura und ihr Team der Kundenbetreuung sitzen direkt am Eingang der Manufaktur in Ilanz. Sie sind die ersten und letzten Kontaktpersonen für Besucher*innen und sorgen mit ihrer Freundlichkeit für den für uns so wichtigen «Wohlfühlfaktor». Ihre Aufgaben reichen jedoch weit über den ersten Eindruck hinaus. Jeden Tag zeigt das Team, was Multitasking auf höchstem Niveau bedeutet. Sie beraten unsere Kund*innen kompetent, planen und koordinieren Projekte, kalkulieren Preise, erstellen Produktkonzepte und Offerten und beantworten Fragen. Ihre Arbeit umfasst die gesamte Produktpalette und ist vielseitig und herausfordernd. Im ständigen Austausch mit Kund*innen sorgen sie dafür, dass alles reibungslos läuft – vom ersten Kontakt bis zur Rechnung. Ein wichtiger Teil sei die enge Zusammenarbeit mit externen Dienstleistenden

wie Antalis, Hach, Argo oder die Post, wie Laura betont. «Dabei kümmern wir uns um alle nötigen Aufgaben, die mit unseren Partner*innen anfallen, um das beste Ergebnis für unsere Kund*innen zu erreichen.»

Spannend wird es, wenn das Team komplexe Projekte managt. Sie erstellen Zeitpläne, koordinieren Produktionsaufträge und sorgen dafür, dass alle Anforderungen erfüllt werden. Als Koordinator*innen behalten sie den Überblick und sorgen dafür, dass alle Abteilungen reibungslos zusammenarbeiten. Deshalb wird die Kundenbetreuung als «Dreh- und Angelpunkt» bezeichnet – sie verbindet zum Beispiel die Abteilungen Grafik und Werbetechnik und sorgt für ein gemeinsames Ziel. Für Laura und ihr Team gilt: «Wir wollen unsere Kund*innen nicht nur zufriedenstellen, sondern begeistern.»

Laura
die Allwissende



Ausbildung

Polygrafin EFZ mit anschliessendem Studium eidg. dipl. tech. Medienwirtschaft und Medienmanagement HF

Dabei seit

Januar 2015

Spezialgebiet bei der Arbeit

Perfekte Lösungen für Spezialanfragen erarbeiten.

Lieblingaufgabe

Gemeinsam mit Kund*innen an Ideen schmieden und diese in massgeschneiderte Produkte verwandeln – egal ob digital oder auf Papier.

Bekannt für

Ihren Durchblick und ihre Allwissenheit.

Talent

In jeder Situation Ruhe bewahren, dabei kreative Lösungen finden und stets top organisiert sein.

Besonderheiten

Ihr Arbeitsplatz ist eine Mischung aus kreativem Chaos und ungewollte Abladestelle für alles, was niemand sonst haben will.

Unverzichtbare Arbeitsutensilien

Post-its, Klebestreifen, Taschenrechner, Massstab und ihre Wasserflasche.

Stolz auf

Jedes Projekt – weil sie sich schwertut, einen Favoriten aus all den Highlights zu wählen.



Mattia
der Alleskönner

Ausbildung

Polygraf EFZ mit anschliessendem Studium zum Betriebsökonom

Dabei seit

März 2015

Spezialgebiet bei der Arbeit

Bei Programmen, Projekten und Zahlen den Überblick behalten.

Lieblingsaufgabe

Projekte leiten, die alle Abteilungen verbinden – und dabei auch noch mit externen Dienstleistenden zusammenarbeiten.

Bekannt für

«Der, der mit Turnieren, Grilladen und seiner Art die Kultur prägt.» – so steht's auf seiner Geburtstagstasse.

Talent

Er schreibt E-Mails so geschickt, dass keine endlosen E-Mail-Ketten entstehen.

Besonderheiten

Sein Arbeitsplatz ist ein Vorzeigebeispiel für Ordnung und Sauberkeit. Jedes Detail hat seinen Platz. *Ironie off*

Unverzichtbare Arbeitsutensilien

Strom und Internet – ohne die beiden läuft bei ihm nichts.

Stolz auf

Projekte, die sich in den Köpfen der Menschen festsetzen und auch Jahre später noch präsent sind.



Rowina
die Ordnungsqueen

Ausbildung

Detailhandelsfachfrau EFZ, zurzeit in der Weiterbildung zur Druck- und Medienkauffrau mit eidg. Fachausweis

Dabei seit

April 2022

Spezialgebiet bei der Arbeit

Die so wichtigen Rechnungen erstellen und kontrollieren.

Lieblingsaufgabe

Die Menschen hinter den Aufträgen kennenlernen und ihre Ideen umsetzen.

Bekannt für

Kompromisslose Exaktheit und Perfektionismus.

Talent

Sie ist so super organisiert, dass sie (fast) immer den Überblick über ihre Aufgaben hat.

Besonderheiten

Ihr Arbeitsplatz ist IMMER ordentlich – bei ihr steht nie etwas herum, das nicht da sein soll.

Unverzichtbare Arbeitsutensilien

Klebeband für das Jobdeckblatt der Lauffaschen – ohne das geht's nicht.

Stolz auf

Ihr erstes Buchprojekt, bei dem sie die Projektleitung übernehmen durfte. Ein tolles Gefühl, das fertige Buch nach Monaten der Arbeit endlich in den Händen zu halten.



Hannah
die Ideensprudlerin

Ausbildung

Bachelor of Arts Tourism and Travel Management

Dabei seit

Mai 2024

Spezialgebiet bei der Arbeit

Projekte mit speziellen Formen, Farben und Veredelungen an die Frau/den Mann bringen.

Lieblingsaufgabe

Kreative Ideen von Grund auf entwickeln und am Ende das fertige Produkt in den Händen halten.

Bekannt für

Ihre Direktheit und Schlagfertigkeit – sie hat immer einen passenden Spruch auf Lager.

Talent

Mit ihrer offenen Art schafft sie es, Kund*innen das Gefühl zu geben, immer gut aufgehoben zu sein – und das mit einem Lächeln auf den Lippen.

Besonderheiten

Ihr Arbeitsplatz ist eigentlich immer ordentlich, aber hin und wieder findet bei ihr die «Generalversammlung der Gläser» statt.

Unverzichtbare Arbeitsutensilien

Kaffee und Post-its.

Stolz auf

Ein kreatives Mailing im Galaxie-Stil mit Silberfoliendruck und Heissfolienprägung. Die Farben, Formen und Veredelungen zusammenzubringen, war ein echtes Highlight.



Nicolas
der Wissbegierige

Ausbildung

Praktikum bei communicaziun.ch und jetzt im 2. Lehrjahr als Kaufmann

Dabei seit

Januar 2023

Spezialgebiet bei der Arbeit

Webhost-Rechnungen erstellen und visieren, damit Ende Monat genug Geld auf dem Konto ist.

Lieblingsaufgabe

Der Kundenkontakt – nichts geht über den Austausch mit unseren Kund*innen.

Bekannt für

Seine Sprüche – daran kommt niemand vorbei.

Talent

Dank seiner Offenheit kommt er leicht mit anderen ins Gespräch.

Besonderheiten

Bei seinem Arbeitsplatz lautet die Devise «ein bisschen Chaos gehört dazu».

Unverzichtbare Arbeitsutensilien

Kaffee und El Tony – entweder oder und natürlich nicht beides zusammen.

Stolz auf

Einen Jubiläumsflyer mit edlem Golddruck – das Endprodukt sah richtig toll aus.

fakten-basiert

Unsere Werte-Edition



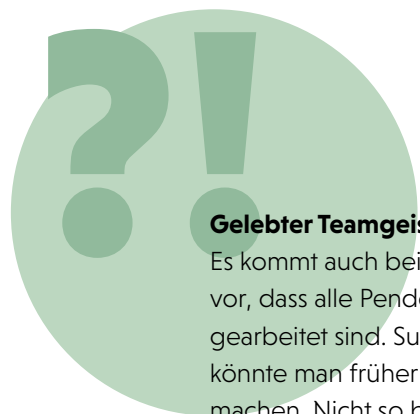
Team Deluxe

Jedes Jahr ruft Roman zum Risotto-Wettkochen in der Churer Altstadt auf – und das Team meldet sich zahlreich. Unter dem Motto «more amore per favore» belegte das Team communicaziun.ch in diesem Jahr den 3. Platz. Nächstes Jahr greifen wir nach Gold!



Anpiff

Es gibt sie natürlich auch bei uns – die Fussballbegeisterten. In brandneuen Trikots und mit viel Freude spielten wir nach Feierabend ein hart umkämpftes Freundschaftsspiel gegen den legendären D.L.N. Frischauf Seefeld. Am Ende stand es 7:2 für Team communicaziun.ch. Der Spass stand dabei wie immer im Vordergrund. Die motivierten Fans sorgten für ausgelassene Stimmung.



Gelebter Teamgeist

Es kommt auch bei uns mal vor, dass alle Pendenzen abgearbeitet sind. Super, dann könnte man früher Feierabend machen. Nicht so bei unseren Mitarbeitenden. Stattdessen flattern E-Mails mit dem Betreff «Braucht jemand Hilfe?» ins Postfach. Wie schön!



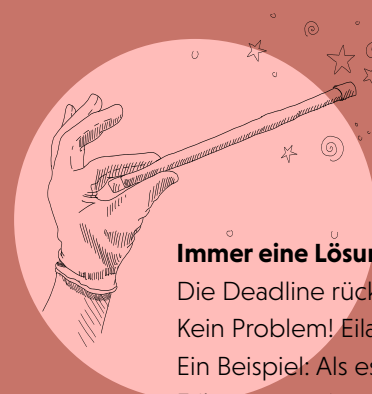
Il sforz supplementar

Igl onn vargau han nossa direcziun e nossa gestiun prestau fetg bia. Malgrad las uras supplementaras per la fusiun han ellas ed els adina priu la peda per ils basegns dil team. Sco segn d'appreziaziun hai dau per mintgina e mintgin in pign engraziament inclusiv plaid persunals.



Maraton da pitch

En nies biro stein nus mai eri, surtut buca durant pitches. Biaras rundas, entginas adattaziuns creativas ed in pèr muments plein humor pli tard – e nus essan aunc adina motivadas e motivai. Il team ha in spèrt da cuminonza nundetg, era cura che nus stuein seluvrar tras in diember da folias infinit. Mo clar: nus lein l'incumbensa!



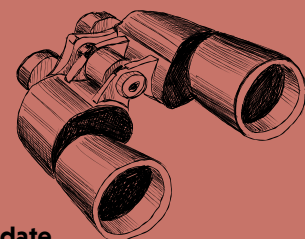
Immer eine Lösung parat

Die Deadline rückt näher, die Zeit wird knapp? Kein Problem! Eilaufträge sind unsere Spezialität. Ein Beispiel: Als es einmal darum ging, dringend Etiketten an einen Kunden zu liefern, wurde kurzerhand improvisiert und höchst persönlich geliefert. Das zeichnet uns aus – wir packen an und finden immer einen Weg.



Bildungshunger

Unsere Teammitglieder sind echte Lernbegeisterte. Master, Weiterbildung, CAS – mit jedem neuen Wissen, das wir erlangen, stärken wir nicht nur unsere Kompetenzen, sondern bereichern auch unser Team. Am Ende profitieren alle davon.



Immer up to date

Kl hier, Kl da – wir sind neugierig und wollen wissen, was dahintersteckt. Also haben wir kurzerhand einen Workshop organisiert. Die Resultate? Spannend! Nun diskutieren wir täglich, wie wir die neuen Tools in den Alltag integrieren können.

Einsatz

Unser Wert

Unsere Taten

Unsere Taten

Unser Wert

Wille



Buon Appetito

Eveline und Armin geniessen ab und zu «La Dolce Vita» in Italien – und lassen uns immer daran teilhaben. Dieses Jahr gab es für alle leckere Pasta und eine Dankeskarte. Ein Stück Italien für Zuhause.

Valentinsgrüsse

Am Tag der Liebe überraschten wir uns gegenseitig mit Valentinsgrüssen auf Post-its. Persönliche Botschaften, die zeigen, wie sehr wir unser Team schätzen. Das zaubert ein Lächeln ins Gesicht und wirkt nachhaltig. Die Post-its hängen immer noch.



Quei vesa ora bein!

Merci Armin – ils t-shirts ed ils pullovers cun capuza ein fetg cools! Igl ei gie buc aschia che nus vessen in dresscode, mo sche, lu quitein nus quel pulit «lucs».



«Stiefelwäschata» ein Brauch der Steinmetze

Am letzten Arbeitstag vor Weihnachten waschen alle ihre Stiefel im Brunnen und geniessen dabei ein, zwei, drei oder viele kühle Getränke. Diesen Brauch haben wir bei communicaziun.ch übernommen – vor allem den zweiten Teil – und feiern so gemeinsam den Jahresausklang.



Dankbarkeit

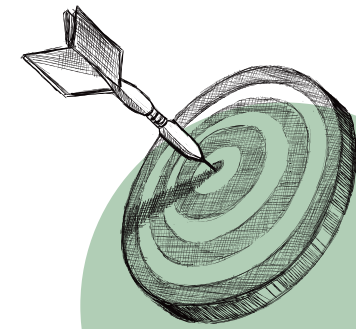
Unser Wert

Unsere Taten

biendi

Wiederholungstäter

Jeden Morgen macht Ronny seine Runde durch all unsere Räume in Illanz und begrüsst uns mit seinem «Bien di». Die gleiche Runde macht er dann nochmals am Abend zur Verabschiedung. «Gelernt ist gelernt», sagt er augenzwinkernd.



Gemeinsame Ziele

Dart ist das neue «Töggelen». Jeden Mittag wird noch eine Runde gespielt. Natürlich immer mit vollem Einsatz – wir sind ja nicht zum Spass hier. Denn es winkt eine Reise nach Barcelona – irgendwann...



Excursiun da team a Val

L'emprema excursiun communabla da Viaduct e communicaziun.ch ha entschiet cun in solver el hotel Rovana ed ina viseta tier nies client Truffer. Suentar essan nus idas ed i sin pista ed a gentar ell'ustria da muntogna Gadastatt. Schau ir a fin il di havein nus cun in apero ella bar 7132 – in'entschatta gartegia da en nies futur communabel.

migi?

On tour

«Kommst du mit in die Migros?» – mit dieser Frage startet fast jede unserer Mittagspausen in Illanz. Der gemeinsame Gang zur Migros und das Mittagessen in der «Stiva» sind ein schönes Ritual.

«nus» im Abo?



Du willst noch mehr von uns?

Scanne den QR-Code und trage dich in die Liste unserer Magazin-abonnent*innen ein. Dort findest du übrigens auch die Onlineversion dieser und aller bisherigen Ausgaben.

Menschlichkeit

Unser Wert

Unsere Taten

nus trans- formein



glennerstrasse 17 · 7130 ilanz
filiale sommerastrasse 32 · 7007 chur
werbetechnik via fussau 8 · 7130 ilanz
081 925 27 00 · info@communicaziun.ch
communicaziun.ch