

nus accompaignein

Erfolgreiche Events

Worauf es bei der Planung und Umsetzung ankommt

Die Klaviatur wird vielseitiger

Wir machen auch Public Affairs und Strategieberatung

Abteilung im Fokus

Erfahre, was Wandern mit Marketing zu tun hat



WIR BEGLEITEN

Aktiv, unterstützend und verlässlich an deiner Seite

edit

nus

romanisch «wir»

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

ac|cum|pi|gnein

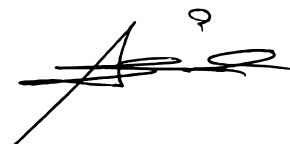
romanisch «begleiten»

Beschreibt unsere Arbeitsweise, die durch kontinuierliche Unterstützung, gezielte Impulse, aktives Mitdenken und Mittragen gekennzeichnet ist. Nahbar, verlässlich und mit dem Blick fürs grosse Ganze. Für unsere Kund*innen sowie das Team.

Liebe Leserin, lieber Leser

Manche Wege geht man allein. Die meisten Ziele lassen sich jedoch gemeinsam besser erreichen. Genau hier setzen wir an: Wir begleiten. Mit wachem Blick, offenen Ohren und einer klaren Haltung. Wir hören zu, hinterfragen, denken mit. Ob Workshop, ausgeklügelte Kampagne, Fahrzeugbeschriftung oder neue Website: Wir liefern Ideen, setzen um, denken weiter und bleiben dran – auch wenn's mal knifflig wird. Dabei spielt es keine Rolle, ob es um politische Themen, gesellschaftliche Anliegen oder unternehmerische Herausforderungen geht – oder ob es sich um kleine Strukturen oder grosse Organisationen handelt. Wir sind dort, wo Menschen etwas bewegen wollen. Begleiten heisst für uns, Verantwortung für Ideen, Prozesse und Resultate zu übernehmen. Das gilt für unsere Kundinnen und Kunden ebenso wie für unser Team. Denn auch intern begleiten wir: Lernende, Kolleg*innen, neue Mitarbeitende. Stets mit dem Ziel, Potenzial zu entfalten und Stärken sichtbar zu machen. Kommunikation ist keine Einzeldisziplin. Sie ist ein Miteinander und geht bei uns Hand in Hand mit unternehmerischem Denken und strategischem Gespür. Dieses Miteinander leben wir in jeder Branche, auf jedem Kanal und bei jedem Projekt.

Schön, bist du ein Stück des Weges mit uns unterwegs.



Cara lectura, car lectur

*Certas vias mein nus tut sulet*as. La gronda part dallas finamiras contonschin nus denton pli spert ensemen. E cheu entscheiva nossa part: nus accumpignein. Cun egl ed ureglia aviarta ed ina tenuta clara. Nus tedlein, mettein en damonda e gidein a reflectar.*

Seigi quei in luvratori, ina campagna rufinada, in'inscripziun per in vehichel ni ina nova pagina-web: Nus purtein las ide-as, realisein, ponderein vinavon e perdin buca il fil – perfin, sch'ei vegn cumplicau. Ei emporta buc, sch'ei setracta da temas politics, da giavischs ord la societad ni da sfidas d'interpresa, sche las structurass ein pintgas ni las organizaziuns grondas. Nus essen leu, nua che carstgauns mettan enzatgei en moviment.

*Accumpignar munta per nus: surprender responsabladad per ide-as, process e resultats. Quei vala ton per nossas clientas e nos clients sco era per nies team. Per quei che nus accumpignein era egl intern: persunas en scolaziun, collegas e nov*as collavuratur*as. Adina cun la finamira da sviluppar il potenzial e da mussar las fermezias.*

La comunicaziun ei buca ina disciplina singula. Ella funcziuna mo ensemen e va tier nus a pèr cun in patertgar interpretent ed in bien sensori strategic. Quella interacziun vivin nus en mintga bransch, sin mintga canal e tier mintga project.

Bi che ti accumpognas nus in toc sin nossa via.



Schau- fenster



REDUCT

GRIBAG AG – nachhaltig bauen, sichtbar kommunizieren

Mit reduct lanciert die GRIBAG AG ein zukunftsweisendes Produkt, das Antworten auf den ökologischen Wandel im Bauwesen liefert. Das modulare Betonsystem steht für ressourcenschonendes Bauen und eine klare Haltung in Sachen Nachhaltigkeit. Unsere Aufgabe: dieses Produkt kommunikativ zum Leben erwecken – klar, verständlich und bodenständig. Ganz wie reduct selbst.

Wir durften die Marke von Grund auf mitgestalten: Vom Logo über das visuelle Erscheinungsbild bis hin zu sämtlichen Kommunikationsmitteln. In enger Zusammenarbeit mit dem GRIBAG-Team entwickelten wir eine Broschüre, die nicht nur informiert, sondern auch

inspiriert. Mit ansprechenden Texten, durchdachten Grafiken und einem Design, das den ökologischen Anspruch auf jeder Seite transportiert.

Auch digital zeigt sich reduct klar und nutzerfreundlich: Die Landingpage wurde von uns textlich, gestalterisch und technisch umgesetzt. Ergänzt durch ein abgestimmtes Mailing, das die Botschaft direkt zur Zielgruppe transportiert.

reduct – ein Projekt, das zeigt, wie starke Ideen durch starke Kommunikation wachsen und wie wir Kund*innen auf dem Weg zur Positionierung eines Produkts ganzheitlich begleiten.



opera viva – wenn Kommunikation zur Bühne wird

Ein Opernfestival in den Bündner Bergen und wir mittendrin: Seit 2013 begleiten wir opera viva Obersaxen als Projektleitende und spielen dabei unsere ganze Kommunikationskompetenz aus.

Wir beraten den Vereinsvorstand strategisch, übernehmen die Markenführung und gestalten sämtliche Kommunikationsmittel – von Text, Layout, Druck und Publishing bis hin zu Website und Social Media. Alles entsteht direkt bei uns im Haus. Doch damit nicht genug:

Auch die gesamte Eventorganisation liegt in unseren Händen. Vom Aufbau der Infrastruktur über die Besucherführung, Helferkoordination und Sicherheitsplanung bis zur Gastgeberrolle während des Festivals – wir übernehmen Verantwortung auf allen Ebenen.

opera viva ist für uns mehr als ein Auftrag: Es ist eine Partnerschaft, die auf Vertrauen beruht, und ein Projekt, das unsere Leidenschaft für Kultur, Organisation und Kommunikation perfekt vereint.



Werde
Augmented
Reality
Peace Keeper
(m/w)...



suissetec Nordostschweiz – Nachwuchs gewinnen, Betriebe stärken

Der Fachkräftemangel ist real – und suissetec Nordostschweiz geht aktiv dagegen an. Wir begleiten den Verband seit 2023 bei der Entwicklung und Umsetzung einer mehrstufigen Kampagne zur Lehrlingsgewinnung. Das Ziel: junge Talente erreichen und Mitgliedsbetriebe konkret im Rekrutierungsalltag unterstützen.

Die Kampagne spielt auf allen Kanälen: von Plakaten über eBoards und Social Media bis zur Landingpage. Mit Workshops und Schulbesuchen stärken wir gleichzeitig die Betriebe in ihrer Rolle als Auszubildende mit konkreten Tools, Infomaterial und PowerPoint-Vorlagen, die direkt eingesetzt werden können.

Ein Schwerpunkt liegt auf der Befähigung der Mitglieder der suissetec Nordostschweiz. In eigens konzipierten Events geben wir praxisnahe Tipps, fördern den Austausch und stärken das gemeinsame Verständnis für zeitgemässe Lehrlingskommunikation. Die Rückmeldungen: durchwegs positiv, die Beteiligung: hoch.

Auch 2025 bleiben wir dran. Gemeinsam mit der Projektgruppe begleiten wir die Planung und Umsetzung der Herbstkampagne sowie weiterer Basismassnahmen mit klarer Strategie, viel Branchenverständnis und einem Ziel vor Augen: mehr Nachwuchs für die Gebäudetechnik.

Vom Konzept zum Erlebnis



Events sind ein typisches Instrument der Imagepflege, mit dem sich beispielsweise Beziehungen zu Mitarbeitenden oder Kund*innen aufbauen und die Bekanntheit sowie das Vertrauen in das Unternehmen oder die Marke steigern beziehungsweise stärken lassen. Selina Emmanouil, Projektleiterin Marketing bei communicaziun.ch weiss, worauf es bei der Planung und Umsetzung ankommt und wie ein Event zum Erfolg wird.

Selina, als Projektleiterin realisierst du Events sowohl für unsere Kund*innen als auch für uns intern. Was fasziniert dich persönlich an der Eventorganisation?

Jedes Event lebt für sich und hat seinen eigenen Charakter, das macht jedes Projekt individuell und spannend. Die Konzeptentwicklung stellt mich dabei immer wieder vor neue Herausforderungen, die ich mit Kreativität und Freude angehe.

Im Anschluss folgt die organisatorische Umsetzung. So entsteht eine ausgewogene Mischung aus kreativer Konzeption und effizienter Planung.

Wie gehst du ein neues Eventprojekt an?

Im Erstgespräch erörtern wir mit den Kund*innen die Ausgangslage, das Ziel und das Budget des Events. Anschliessend folgt die Fleissarbeit und der grösste Teilabschnitt des Eventmanagements: die Erarbeitung des Konzepts. Dieses muss durchdacht und vollständig sein. Denn Lücken oder Ungereimtheiten führen am Ende immer zu Mehrkosten und Problemsituationen. Im Studium sagte uns ein Dozent nicht ohne Grund: «Wer hohe Türme bauen will, muss lange am Fundament verweilen.» Ist das Konzept genehmigt, folgen die Planung, die Durchführung und die Nachbearbeitung.

Wie läuft die Zusammenarbeit mit den Kund*innen im Prozess ab? Wo sind sie stark eingebunden und wo übernimmst du?

Die Aufteilung unterscheidet sich bei jedem Projekt. Im Erstgespräch analysieren wir, welche Arbeiten die Kund*innen selbst übernehmen können und mit welchen sie uns beauftragen. Je nach personellen Ressourcen und Know-how des Unternehmens werden wir von der Konzeption bis zur Gesamtleitung inklusive Durchführung des Events beauftragt. Das beste Konzept ist unbrauchbar, wenn unternehmensintern die Zeit fehlt, es umzusetzen.

INTERVIEW

Ist bei der Eventplanung alles möglich?

Im Grunde: ja. Die Grenzen werden meist vom Budget gesteckt. Aber auch dann suchen wir nach Lösungen, um die Kundenwünsche zu erfüllen oder schlagen eine Kompromisslösung vor. Manchmal kann auch eine Portion Mut der Schlüssel zum Erfolg sein. Was man dabei nicht vergessen darf: Man muss sich auf Unvorhergesehenes gefasst machen. Das ist ganz normal. Bisher haben wir für jede Situation Lösungen gefunden.

Welches sind typische Herausforderungen während der Planung und wie meisterst du sie?

Ich plane für die Konzeptphase jeweils genügend Zeit ein. Stehe ich an einer Stelle an, kann ich das Konzept ein oder zwei Nächte auf die Seite legen. Oft fallen mir Umsetzungsmöglichkeiten spontan ein. Herausforderungen während des Events hingegen treffen einen unvorhergesehen, wenn die Zeit knapp ist und es eilt. Da hilft nur: einen kühlen Kopf bewahren, die Situation genau analysieren und mit den Helfer*innen vor Ort gemeinsam eine Lösung erarbeiten.

Erzähl uns von deiner schönsten Situation, die du bei der Organisation eines Events bisher erlebt hast.

Da gibt es unzählige. Es gibt Situationen, an die ich mich besonders gerne zurückerinnere, wie beispielsweise an den Zieleinlauf eines Mitarbeitenden-Events von comunicaziun.ch. Meine Idee: einen Postenlauf mit Rätseln, bei dem Spass und Teamwork im Vordergrund standen, zu organisieren. Beim Eintreffen der einzelnen Gruppen im Ziel sah ich die glücklichen Gesichter. Sie haben als Team eine tolle Leistung vollbracht und waren dankbar für dieses Event. Das ist für mich das schönste Lob. Beim externen Event Raiffeisen Futura wurde ich von den Protagonisten, die auf dem Theaterplatz an einem Marktstand ihre nachhaltigen Produkte ausstellen durften, zum Dank für die gute Be-

treuung während des Events sogar beschenkt: mit einem personalisierten Kleiderbügel, handgeschnitzt mit meinem Namen.

Welche Art von Events planst und organisierst du bei comunicaziun.ch?

Eine breite Palette an Events – sowohl intern für unser Team als auch extern für unsere Kund*innen. Zu unseren internen Anlässen gehören der Sommerevent, ein Skitag, die Weihnachtsfeier oder interne Workshops, die den Zusammenhalt im Team noch mehr stärken. Bei den externen Events ist das Spektrum noch vielfältiger und reicht von kleinen Kunden-Apéros und Netzwerkveranstaltungen sowie Medienanlässen bis hin zu grösseren Business-Events, Jubiläumsfeiern, Preisverleihungen, Messeauftritten oder Projekt-Lancierungen. Je nach Zielgruppe, Inhalt und Budget entwickeln wir massgeschneiderte Formate: mal emotional, mal informativ, aber immer mit einem klaren Konzept und Gespür für den richtigen Moment.

Was lässt einen Event zum Erfolg werden?

Ein sattelfestes Konzept, eine gute Planung und eine erfolgreiche Durchführung – komme, was wolle. Dazu braucht es Erfahrung, Know-how, personelle Ressourcen und Kreativität. comunicaziun.ch schliesst Lücken, welche die Kund*innen selbst nicht abdecken. Zudem können wir fast alle Massnahmen inhouse umsetzen: Grafik, Text, Film und Foto sowie die Produktion von Printmaterial und die Beschriftung von Produkten.

Liebe Selina, vielen Dank für das Gespräch und dafür, dass du uns in die Welt der Events mitgenommen hast.



Tips per eveniments

Investir en in concept

Tgi che vul construir tuors aultas, sto baghegiar in ferm fundament

Gliestas da controlla valan aur

Far gliestas da controlla per mintga meeting, per cumpras, decoraziun, etc. – aschia va nuot a piarder

Mussar curascha e teamwork

*Tgi ch'entscheiva a luvrar, nua che tschel*las mo discuoran, ha in avantatg ella veta*

Amur per il detagl

Topprestaziun vul dir: far caussas ordinarias a moda extraordinaria

Mantener il saung freid

*En situaziuns nunprevèdidas sclarir ils fatgs ed instruir ils*las gidont*ras*

Selina arbeitet seit über vier Jahren bei comunicaziun.ch als Projektleiterin Marketing. Schon seit ihrer Jugend ist sie ehrenamtlich in der Eventorganisation tätig. So beschloss sie nach ihrem Bachelorstudium in Publizistik und Kommunikationswissenschaften an der Uni Zürich, den MAS Brand Management an der Hochschule Luzern anzuhängen.

Das Angebot wächst

Die komplette Klaviatur der Kommunikation ist inhaltlich und geografisch gewachsen: Neu bieten wir auch Dienstleistungen in den Bereichen Public Affairs sowie Strategieberatung an und haben eine neue Filiale in Glarus eröffnet. Was das genau bedeutet, erfährst du hier.

Normative Basis

Wohin soll es gehen? Wofür steht eine Organisation? Was treibt sie an? In der normativen Basis liegen der Ursprung und die Grundlage jeder erfolgreichen Strategie. Wir erarbeiten gemeinsam eine inspirierende Vision und definieren den konkreten Organisationszweck, die Mission. Ergänzend dazu entwickeln wir Werte, die als verlässlicher Kompass dienen und die Grundlage einer starken Kultur bilden.

Unser Fokus: Fundament schaffen, Identität verleihen

Abstimmungskampagnen

Politische Entscheidungen sind eng mit gesellschaftlichen Dynamiken verflochten. Eine überzeugende Kommunikation ist der Schlüssel, um Anliegen erfolgreich zu vertreten. Dafür analysieren wir den Kontext, identifizieren relevante Stakeholder und entwickeln prägnante, überzeugende Botschaften. Mit dieser strategischen Basis gestalten wir regionale und nationale Kampagnen, die Inhalte authentisch vermitteln und nachhaltig auf die Zielgruppen wirken.

Unser Fokus: relevante Zielgruppen erreichen, sensibilisieren und überzeugen

Wahlkampagnen

Der Erfolg einer Wahlkampagne basiert auf präziser strategischer Planung und authentischer Kommunikation. Wir unterstützen unsere Kundinnen und Kunden dabei, eine klare und überzeugende politische Präsenz für ihre regionale, kantonale oder nationale Wahlkampagne zu entwickeln. Gemeinsam analysieren wir Zielgruppen, identifizieren die wahlentscheidenden Themen und formulieren politische Botschaften. Darauf aufbauend erarbeiten wir eine Kampagnenstrategie über sämtliche relevanten Kanäle. Von der ersten Positionierung bis zum Wahltag begleiten wir den gesamten Prozess.

Unser Fokus: kreative Lösungen für wirkungsvolle Botschaften

Stakeholdermanagement

An der Schnittstelle von Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Verwaltung identifizieren und analysieren wir die relevanten Akteurinnen und Akteure. Wir entwickeln massgeschneiderte Strategien für einen positiven Beziehungsaufbau, fördern den konstruktiven Dialog und minimieren potenzielle Konflikte. So sichern wir eine breite Unterstützung für die gesetzten Ziele und stärken langfristig die Position und Reputation unserer Auftraggebenden.

Unser Fokus: positiver Beziehungsaufbau, starke Reputation

Agenda Setting & Medienarbeit

Durch gezieltes Agenda Setting sorgen wir dafür, dass relevante Themen die nötige öffentliche und politische Aufmerksamkeit erhalten. Mit strategischer Medienarbeit und kanalübergreifender Kommunikation rücken wir Anliegen in den Fokus der Öffentlichkeit und der politischen Entscheidungsträgerinnen und -träger. Wir unterstützen sowohl beratend im Hintergrund als auch mit wirkungsvollen Umsetzungen.

Unser Fokus: Botschaften ins rechte Licht rücken



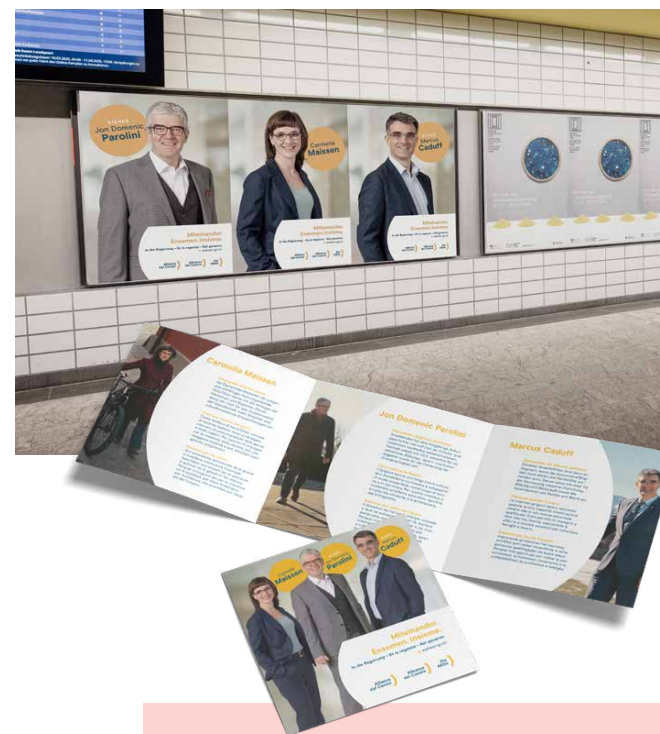
Gemeinde Ilanz/Glion

Prozessbegleitung Zukunftsbild der Gemeinde inklusive Workshops mit Arbeitsgruppe, Entwicklung Vision, Mission & Werte, Medienmitteilung, Texterstellung und Implementierung mit verschiedenen Events



Überparteiliches Komitee «Energiezukunft Chur»

Aufbau verschiedener Informationskanäle (online & offline) sowie überzeugende Vermittlung der Ja-Parole inkl. Botschaftsentwicklung, Argumentarium und Medienarbeit



Die Mitte Graubünden

Leitung und Umsetzung der Kampagne für die Regierungswahlen 2022 inklusive strategische Beratung, Botschaften, Visuals, Medienplanung, Wildplakatierung, Film, Fotografie und Texterstellung

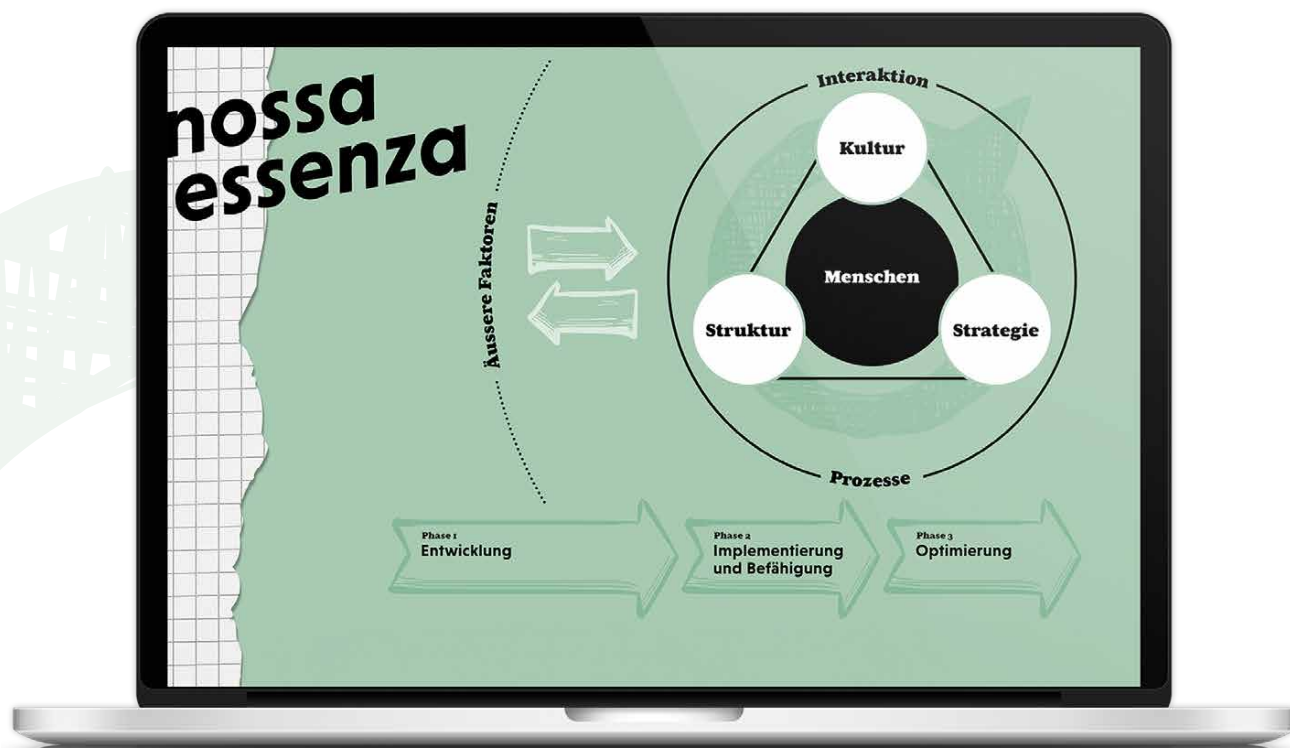


SufersSolar

Strategische Unterstützung der Gemeinde Sufers und Alpiq AG bei der Öffentlichkeitsarbeit mit Medienmitteilungen, Informationsschreiben, Präsentationen und Informationsmaterial

Strategieberatung mit «nossa essenza»

In der Strategieberatung setzen wir mit «nossa essenza» auf ein schlüssiges Modell, das den Menschen ins Zentrum stellt. Gemeinsam analysieren wir Strategie, Struktur und Kultur der Organisation. Wir definieren und optimieren Prozesse und fördern Interaktionen – immer in der Wechselwirkung mit den äusseren Faktoren. Nach der gemeinsamen Entwicklung begleiten wir unsere Kundinnen und Kunden bei der Implementierung, befähigen Mitarbeitende und geben Tipps zur laufenden Optimierung.



Neuer Standort

Glarus

Die komplette Klaviatur der Kommunikation gibt es neu auch in Glarus. Das siebenköpfige Team unter der Leitung von Tanja begleitet und berät Unternehmen, Institutionen und Privatpersonen in der Region bei sämtlichen Kommunikationsprojekten. Das Angebot reicht von kleineren Grafik- und Druckaufträgen wie Hochzeitseinladungen oder Visitenkarten bis hin zu grossangelegten Kommunikationskampagnen und komplexen Webentwicklungen – immer mit regionalem Bezug und persönlicher Betreuung.

Abteilung im Fokus

Dein Projekt. Dein Weg.

Hast du gewusst, dass Marketing ziemlich viel mit Wandern zu tun hat? Bei communicaziun.ch begleiten wir dich und dein Projekt Schritt für Schritt – genau wie ein Bergführer. Auf jeder Etappe erwarten dich Profis mit prall gefüllten Rucksäcken voller Ideen, Strategien und Kreativität. Um dein Projekt voranzubringen, gehen wir gemeinsam auch neue Wege, on- oder offline.

Wichtig beim Wandern ist dein eigener Rhythmus. Als Bergführer sorgen wir dafür, dass du die Pace hältst und am Markt bleibst. Welche Songs uns dabei motivieren, verraten wir dir hier. Scanne die Spotify-Codes direkt in der App und hör dir die Titel an.

Gemeinsam packen wir den Rucksack für deine Reise

Wir analysieren die Lage, stecken deine Ziele ab und legen die beste Route fest. Deine Strategie wird so robust, dass du jede Etappe locker meisterst – egal ob es steil bergauf geht oder ein Umweg ansteht.

Start
Come Together –
The Beatles



Wir geben deiner Botschaft die richtige Lautstärke

Aufbauend auf deiner kreativen Leitidee texten wir starke Botschaften, prägnante Claims und erzählen Geschichten, die bewegen. Und wenn es darum geht, den perfekten Namen zu finden, legen wir einen Extrasprint hin.

Etappe 2

The Message –
Grandmaster Flash



Wir leuchten deine Route aus

Auf der Grundlage deiner Kommunikationsbedürfnisse entwickeln wir kreative Leitideen und durchdachte Konzepte, die dein Projekt sicher auf Kurs bringen. Und wenn's mal neblig wird, haben wir natürlich einen Plan B im Rucksack.

Etappe 1

Start Me Up –
The Rolling Stones





fakten- basiert

projekte
5286

**So viele Projekte in einem Jahr –
und kein Weg wie der andere**

Vom Dorffest bis zur
digitalen Kampagne:
So vielseitig begleiten wir.



**Von A wie Altersheim bis
Z wie Zivilschutz**

Wie viele einzelne Branchen
wir begleiten, können wir nicht
genau sagen, dafür sind es
zu viele. Wir fühlen uns aber in
jeder zuhause.

**36
Jahre**

Viel Know-how, ein Team

Was passiert, wenn Kommuni-
kationsprofis, Konzepter*innen,
Texter*innen, Designer*innen,
Polittalente, Digital Natives
und Organisationstalente mit
geballter communicaziun.ch-
Erfahrung zusammenarbeiten?
Genau: Grossartiges.



Lernen, wachsen, weitergeben

Wir haben im letzten Jahr
24 Mitarbeitende bei Aus- und
Weiterbildungen begleitet,
weil Entwicklung Teil unserer
DNA ist.

ideas
100

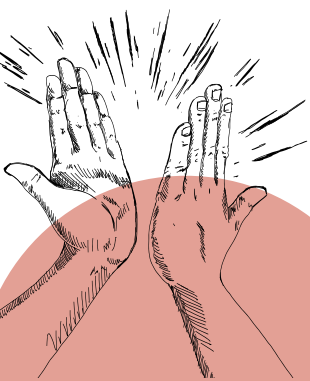
**Mo las meglieras contonschan
la finamira**

*Durant nos brainstormings
neschan mintgaton 100 ideas.
Bunas ideas ein nies carbu-
ront e nus accumpignein ellas
tochen a lur realisaziun.*

Multitas- king?

Können wir

Unsere Projektleiter*innen betreuen
im Schnitt über ein Dutzend
Kund*innen – mit Fokus und Feinge-
fühl für jede*n.



**1 Quartal, 20 Workshops
und jede Menge Aha-Momente**

Denn begleiten heisst,
gemeinsam weiterkommen.

7%

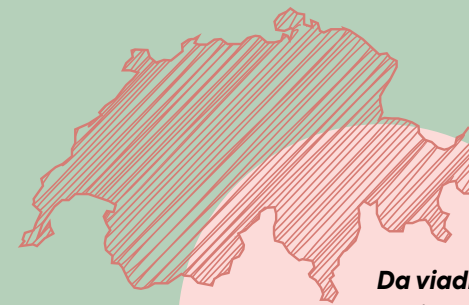
**Dapli che 3 onns.
Dapli che mo in project.**

Varga 70 % da nossa clientella
accompignein nus sur in liung
temps e cun fidonza carschenta.



**Wer begleitet,
braucht auch Ausgleich**

Mehr als die Hälfte unserer
Mitarbeitenden war schon auf
einer privat organisierten
comunicaziun.ch-Reise dabei,
ist Mitglied in unserem
Bastel- und Dart-Club oder im
Tennis-Team.



**Da viadi tras l'entira Svizra –
e mintgaton aunc pli lunsch**
Cun treis posts e cun projects
en varga 18 cantuns (ed en
nossas tiaras vischinas) essan
nus dapertut, nua ch'ei
drova ina buna comunicaziun.

**COMMU-
CAST**

**Durchschnittlich 36 Minuten lang
und jede Menge Aha-Effekte**

Lust auf frische Impulse rund ums
Unternehmertum? Unser
Podcast auf Spotify liefert Ideen,
Einsichten und echte
Geschichten direkt ins Ohr.



**«nus»
im Abo?**



Du willst noch mehr von uns?
Scanne den QR-Code und trage
dich in die Liste unserer Magazin-
abonent*innen ein. Dort findest du
übrigens auch die Onlineversion
dieser und aller bisherigen Ausgaben.

nus accum- pignein



glennerstrasse 17 · 7130 ilanz
filiale sommeraustasse 32 · 7007 chur
filiale hauptstrasse 55 · 8750 glarus
werbetechnik via fussau 8 · 7130 ilanz
081 925 27 00 · info@communicaziun.ch
communicaziun.ch