



We
love to
tell your
story.

Zum Beispiel in «via», dem Reisemagazin der SBB

infel

Unsere *Leidenschaft* sind gute *Geschichten.*

Liebe Leserinnen, liebe Leser

Nur die gut erzählten Geschichten bleiben in unserer Erinnerung haften, all die anderen gehen in der allgemeinen Informationsflut ungehört unter. Für eine gute Story braucht es die richtigen Zutaten, die fein aufeinander abgestimmt werden müssen. Und das hat weder mit messerscharfen Analysen noch mit PowerPoint-Charts zu tun, sondern mit einem guten Auge für relevante Aspekte, einer Prise Kreativität, Gespür für die packende Dramaturgie und jeder Menge Leidenschaft für vielfältigen Content.

In dieser Agentur-Broschüre präsentieren wir Ihnen einen bunten Strauss an Geschichten, die wir jüngst im Auftrag unserer Kunden für Print und Online realisieren durften. Gerne unterstützen wir mit unserer breiten Erfahrung auch Sie, damit Ihre Geschichte beim Publikum gehört wird und in bester Erinnerung bleibt.

Herzlich,
Alfredo Trasatti

Alfredo Trasatti, CEO





Wer wir sind:

Unser Herz schlägt für Unternehmenskommunikation mit Qualität. Ein eingespieltes Team von ausgewiesenen Profis aus den Bereichen Journalismus und Design arbeitet Hand in Hand und kümmert sich für Sie um den gesamten Kommunikationsprozess. Wir lieben es, Ihre Story zu erzählen, reizvoll zu verpacken und kanalgerecht auszuspielen, damit sie bei Ihrem Zielpublikum die maximale Wirkung erzeugt.



Was wir machen:

Im Auftrag von Schweizer Unternehmen texten die Infel-Journalisten verständliche Botschaften, mal informativ, mal unterhaltsam und immer adressatengerecht. Unser eingespieltes Designteam ergänzt und veredelt die Inhalte mittels visueller Kommunikation – und viel Enthusiasmus. Mit einer auf Sie zugeschnittenen Content-Marketing-Strategie verbreiten wir Ihre ganz persönliche Unternehmensstory über all jene Kanäle, auf denen Ihre Zielgruppe unterwegs ist. Egal, was wir für Sie anpacken, wir machen es immer mit Leidenschaft, Sorgfalt und jeder Menge Kreativität.



Was wir bieten:

Kunden- oder Mitarbeitermagazine, Geschäftsberichte, Jubiläumsbücher, White Paper, Infografiken, Imagebroschüren, Newsletter, Blogbeiträge und Strategie-Workshops: Wir spielen für Sie auf der ganzen Klaviatur der Unternehmenskommunikation – und zwar in schön. Der Inhalt bildet dabei das Herzstück, die strategische Distribution macht den gesamten Prozess vollkommen. Von Zürich und Bern aus betreut Infel Kunden aus der ganzen Schweiz. Wo auch immer Ihr Weg hinführen soll, wir begleiten Sie individuell, kreativ und zuverlässig.

Das bietet Ihnen Infel:



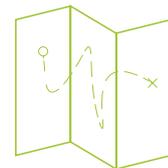
Strategie & Beratung

Wir beraten Sie bei Ihrer Content-Strategie und unterstützen Sie, Ihre Inhalte kanalübergreifend zu inszenieren. Ausgehend von Ihrer «customer journey» konzipieren und realisieren wir Inhalte für sämtliche Kanäle.



Text & Redaktion

Unsere Redaktoren und Content-Berater verstehen ihr Handwerk. Sie konzipieren, recherchieren, schreiben, redigieren – alles, um Ihre Inhalte auf Ihre Strategie und Ihre Themen abzustimmen.



Design & Infografik

Unsere Editorial- und Multimedia-Designer machen Ihre Geschichten und Botschaften visuell erlebbar.



Bild, Video & Animation

Wir wissen um die Wirkung einer inhaltsstarken Bild- und Bewegungsbildsprache. Bei Bedarf greifen unsere Designer auf ein grosses Netz an Fotografen und Filmemachern zurück.



Online-PR

Das Web 2.0 hat die Kommunikation mit den Dialoggruppen rascher, direkter, günstiger, reaktiver und dialogischer gemacht. Wir helfen Ihnen, die neu geschaffenen Möglichkeiten zu erkennen und für sich zu nutzen.

Von der *Quelle* zu den *Kunden* – diese Branchen vertrauen auf *Content von Infel*:

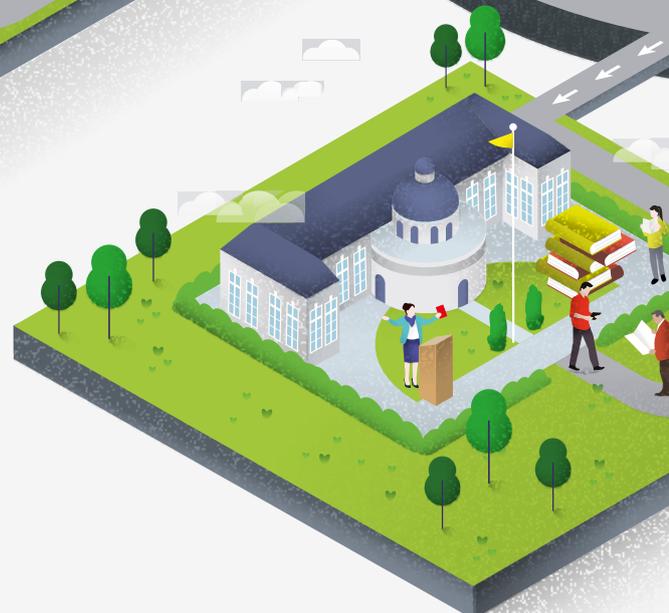
Energie und Versorgung

Seit 1926 im Energiemarkt
kompetent unterwegs.



Tourismus und Transport

Die Leistungen und Innovationen
in der Logistik menschlich darstellen:
Das verankert ihre Bedeutung.



Infel

Finanzen und Versicherungen
Zahlenlastige Inhalte spannend vermitteln:
Das sorgt für Vertrauen bei den Kunden.



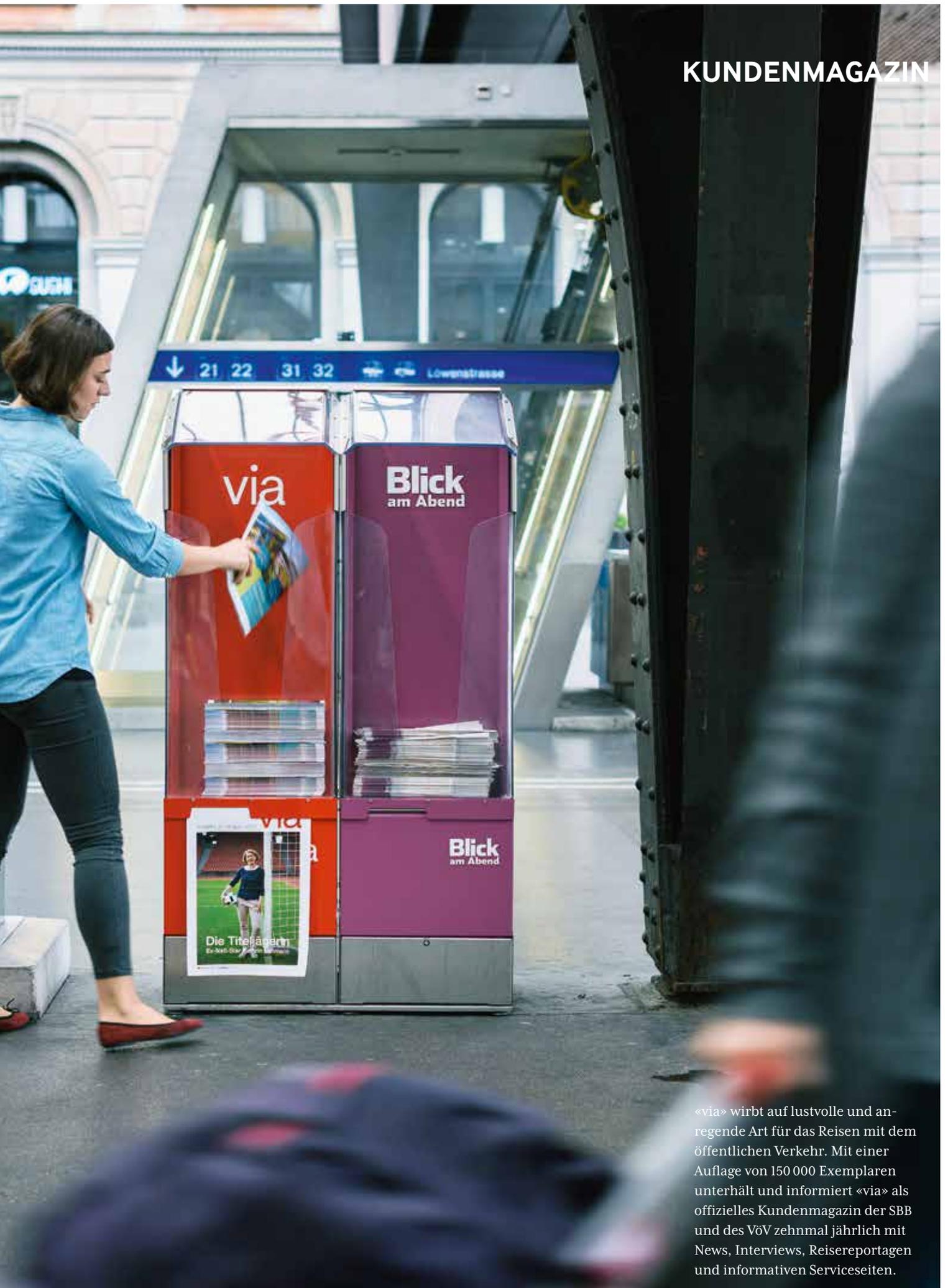
Verbände und Bildung
Politische Anliegen in fesselnde
Geschichten fassen:
Das wirkt bei allen Stakeholdern.

Industrie und Technologie
Komplexe Themen verständlich
machen und emotionalisieren:
Das bindet Kunden an Marken.

SBB: mit *via* durch die Schweiz

Auf Reisen lernt man Neues, kommt ins Gespräch, hat Zeit für Inspiration. Die Schweizerischen Bundesbahnen (SBB) und der Verband öffentlicher Verkehr (VöV) wünschten sich ein journalistisch gemachtes Magazin, das die Vielfalt der Schweiz zeigt und die Reisenden unterhält. Entstanden ist das Magazin «via», das grösste Reisemagazin der Schweiz. Infel erarbeitete das Konzept und verantwortet Redaktion, Produktion, Gestaltung und Anzeigenverkauf.

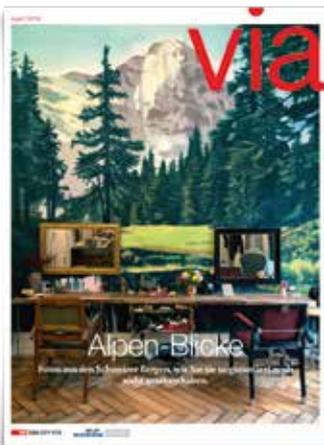




«via» wirbt auf lustvolle und anregende Art für das Reisen mit dem öffentlichen Verkehr. Mit einer Auflage von 150 000 Exemplaren unterhält und informiert «via» als offizielles Kundenmagazin der SBB und des VöV zehnmals jährlich mit News, Interviews, Reisereportagen und informativen Serviceseiten.



Kulturtipps, Reisereportagen aus dem In- und benachbarten Ausland, Interviews mit spannenden Persönlichkeiten und faszinierende Bilder-geschichten: Das ist «via».



Die Post: *strategisch* Content- Marketing

Wer wie die Schweizerische Post als Spezialistin für Dialogmarketing wahrgenommen werden will, darf mit einem aufmerksamen Publikum rechnen. Im Auftrag von PostMail haben wir eine umfassende Multichannel-Content-Strategie entwickelt, die das Unternehmen auf allen Kanälen gut aussehen lässt.



es

DirectPoint

November 2017
Sind Sie smartphonesüchtig?
Ulrich Egger über die Tücken
der Handynutzung.

Eine Kultur, die
und Mitarbeiter
Die Mobilität



MULTICHANNEL- LÖSUNG



Nach einem Kick-off-Workshop durften wir PostMail bei der Konzeption und Umsetzung einer umfassenden Content-Strategie unterstützen. Im Zentrum stehen die Inhalte, die kanalübergreifend kreiert und ausgespielt werden. Die Website, der Newsletter und das Printmagazin erhielten ein neues Design und Konzept. Wir produzieren das dreimal jährlich erscheinende Magazin von A bis Z, in Deutsch und Französisch. Zusätzlich liefern wir für die Website multimediale Beiträge.



Aufgabe

Positionierung der Schweizerischen Post als Dialogmarketing-spezialist

Lösung

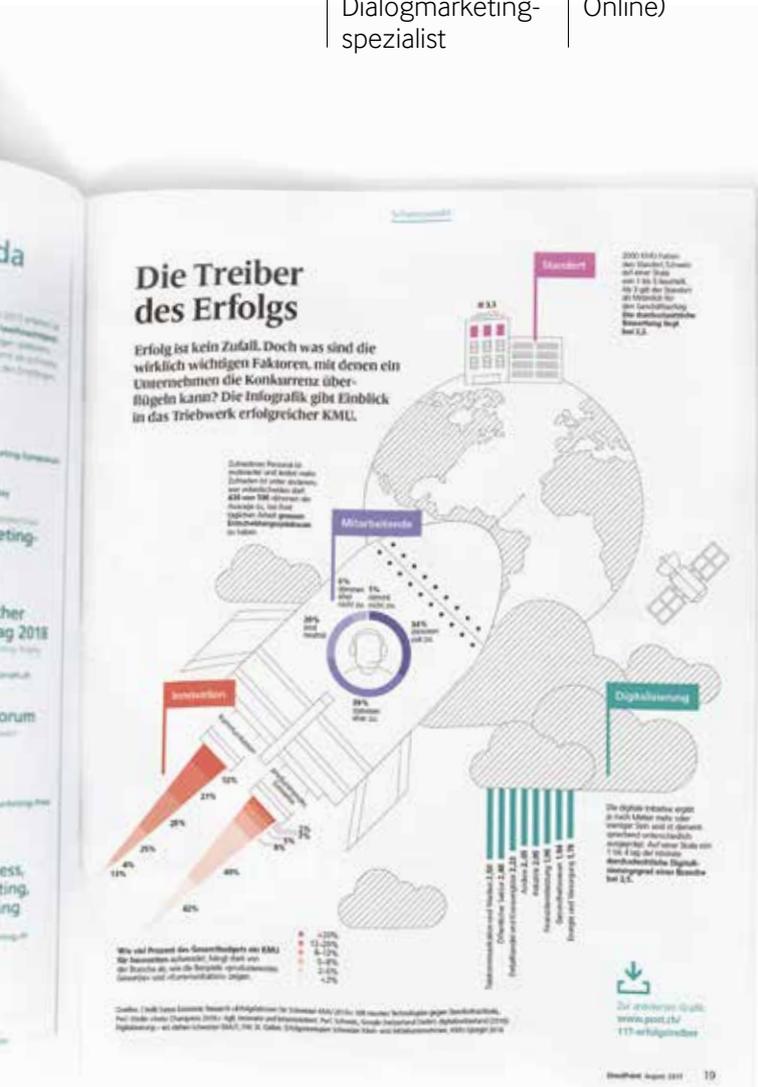
Multichannel-Content-Strategie (Print & Online)

Zeitraum

Oktober 2016 – heute

Link

www.directpoint.ch



Kompakt und ansprechend präsentierte Informationen – darauf können sich die Leserinnen und Leser von «DirectPoint» auf allen Kanälen verlassen.



Weil Kommunikation nicht nur von Überzeugung, sondern auch von Überraschung lebt: In jedem «Direct-Point» garantieren wir einen Hingucker.



Weil bewegte Bilder bewegen: Auf der Informationsplattform «DirectPoint» bieten Video-Cases einen emotionalen Zugang zu Marketingthemen.



MOVE Mobilität *online* den aufrollen



Kernstück bildet die MOVE-Website mit Anmeldeformular für die Fahrer von Elektrofahrzeugen. Darum herum realisierte Infel Online-Massnahmen wie Social Media, Google AdWords, Display-Ads sowie Newsletter-Marketing.

Quality: Markt



Die MOVE Mobility AG hat für die Fahrer von Elektroautos ein cleveres und bedienerfreundliches Ladenetz aufgebaut. Hinter dem 2017 gegründeten Gemeinschaftsunternehmen stehen die Energiedienstleister Alpiq, Groupe E, EBM und ewb. Wir haben die dazugehörige Online-Kommunikationskampagne konzipiert und umgesetzt. MOVE hat sich im jungen Markt schnell etabliert und zählt bereits heute zu den führenden Lade-netzbetreibern in der Schweiz.



Aufgabe

Marketingkommunikation für MOVE Mobility

Lösung

Online-PR,
Multi-Channeling

Zeitraum

Februar
2018 – heute

Link

www.move.ch

Maxon Motor: driven *by* content

Was tun, wenn man der weltweit führende Produzent von präzisen Antriebssystemen ist, jedoch als Zulieferer im Endprodukt nicht zu erkennen ist? Maxon Motor entschied sich für spannende Geschichten und für ein Magazin, das sowohl digital als auch zusammengefasst gedruckt erscheint.

Wir haben das Kundenmagazin «Driven» für Maxon Motor als Digital- und Printpublikation konzipiert und setzen die Printausgabe zweimal im Jahr um. Jede Ausgabe widmet sich einem Thema und beleuchtet es von allen Seiten: als Kundengeschichte, Hintergrundbericht, Interview oder Reportage. Ein Magazin, das nicht nur voller Informationen steckt, sondern auch Relevanz bietet. Mit Content als Antrieb.

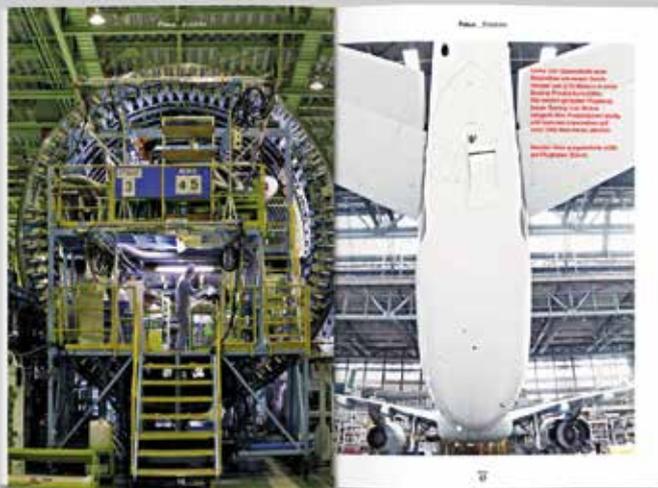
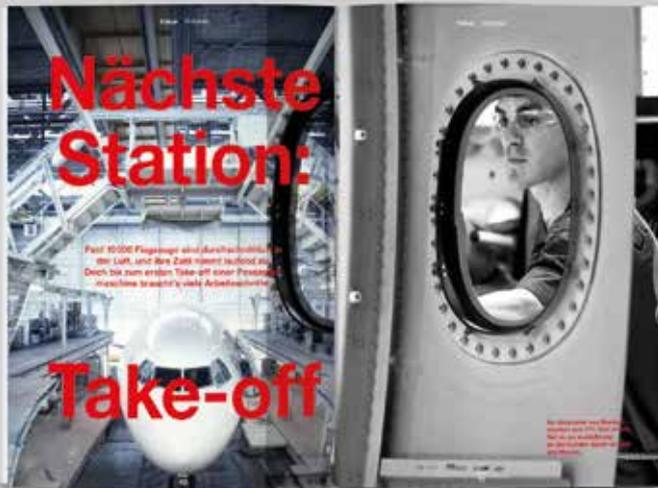
DRIVEN

by
maxon motor

Let's get high

— Elektroantriebe auf
10000 Meter über Meer S.18

— Diese Aviatiktrends
erwarten uns in Zukunft S.30



Vielfalt – in den Anwendungen der Antriebssysteme von Maxon Motor, in den Geschichten und in der Darstellung.

Aufgabe

Steigerung der Bekanntheit von Maxon Motor

Lösung

Kundenmagazin
Print und Online

Zeitraum

2012 – heute

Link

www.maxonmotor.ch



«Driven» ist am Puls der Zeit. Schon 2012 erscheint das Magazin als Tablet-Version. Und weil sich sowohl Zeiten als auch Gewohnheiten ändern, heute als Blog.

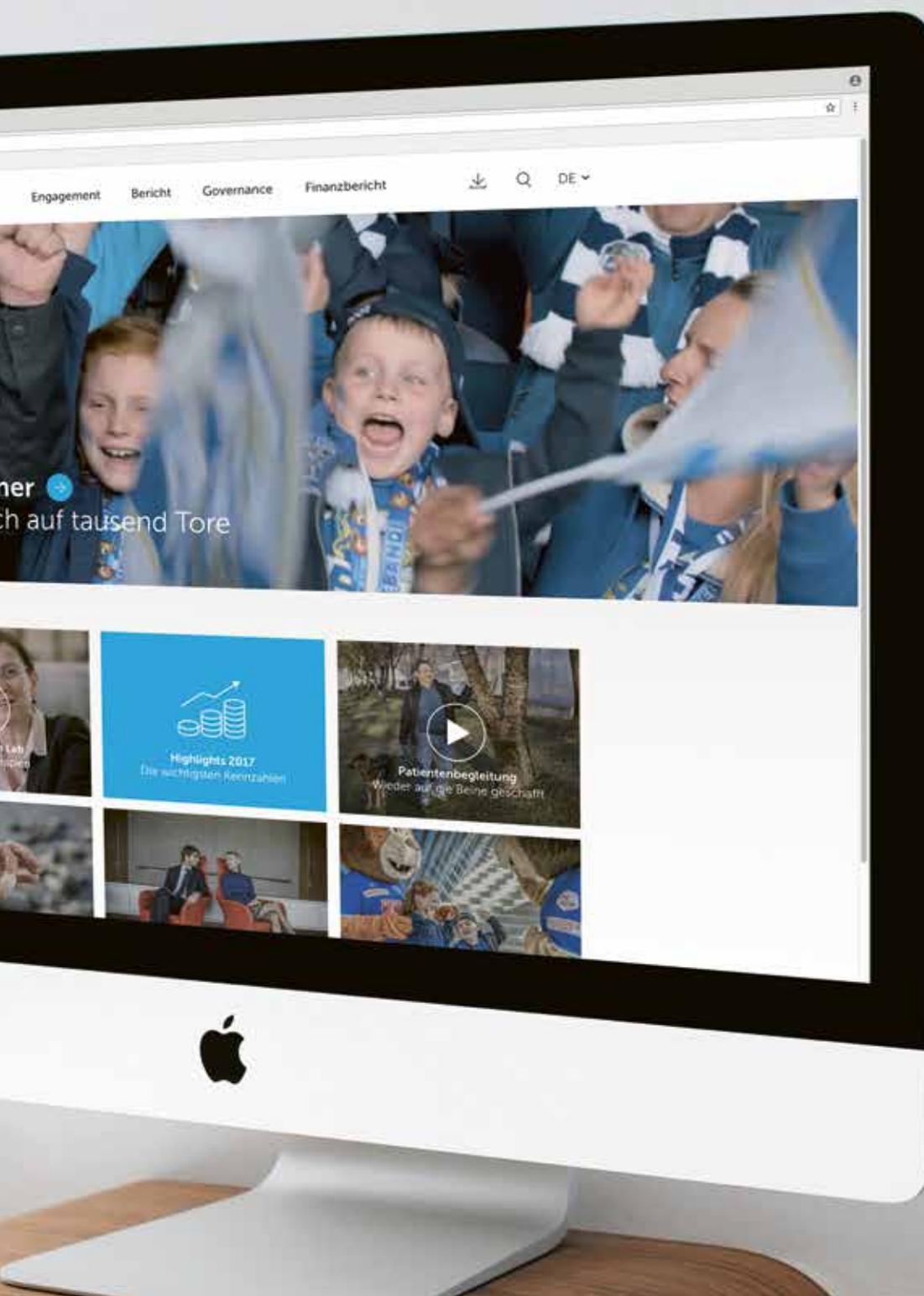
CSS Versicherung *Emotionen* wecken

Krankenkassen sind ein Zahlenbusiness. Wie kann sich da ein Versicherer in der Geschäftsberichterstattung von den Mitbewerbern abheben? Die CSS Versicherung wählt einen einfachen Auftritt, der zugleich emotional wirkt. Dieses Credo haben wir beim Geschäftsbericht, der 2016 erstmals nur online erschienen ist, konsequent umgesetzt.



nerung:

ONLINE-
GESCHÄFTSBERICHT



Die Microsite führt die Besucher intuitiv durch die einzelnen Berichtsteile. Nicht nur Zahlen finden sich dort, sondern spielerisch erzählte Kundengeschichten. Und Videobeiträge, in denen die Mitarbeiter zu Wort kommen. Das Resultat überzeugt nicht nur die Kundin: Der Geschäftsbericht der CSS unterhält und transportiert nebenbei die Werte des Unternehmens. Content, der sich auszahlt.



CSS Jahresbericht 2017 | Engagement | Patientenbegleitung

Das Hirn umprogrammieren

Das Hirn umprogrammieren

Das Hirn umprogrammieren

Wenn man für jeden Handgriff plötzlich Hilfe braucht – dann sind persönliche Gespräche unbezahlbar. CSS-Kunde Roman Bont stüt von einem Tag auf den anderen im Rollstuhl. Auch dank der persönlichen Patientenbegleitung seiner Versicherung hat er es wieder auf die Beine geschafft.

CSS Health Lab

Patientenbegleitung

Family Corner

QualiCheck

Rechnungsprüfung



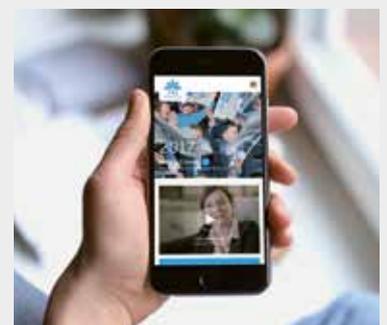
«Ich dachte, man habe mich in den falschen Operationssaal geschoben und mir etwas amputiert.»

Roman Bont

Aufwachen: Der erste Blick geht an die Zimmendecke, kein Schmerz, nur das Piepsen der Instrumente, nichts Ungewöhnliches. Erst jetzt bemerkt er die grossen Augen, die ihn anschauen. Er ist nicht allein. Seine Familie hat sich ums Bett versammelt, kein Mucks. «Warten sie schon lange? Wie lange stehen sie schon hier um mich herum? Warum ist es so still?», schreit es ihm durch den Kopf. Er will seine Hand bewegen, möchte sich ein wenig aufrichten – es gelingt nicht. Seine linke Körperhälfte ist taub und lehmig, so als wäre sie nicht da. Er weiss: Es muss etwas passiert sein. «Ich dachte, man habe mich in den falschen Operationssaal geschoben und mir etwas amputiert», erinnert sich Roman Bont an den Schreckmoment. «Doch dann erklärte mir der Arzt, dass ich während der Operation einen schweren Hirnschlag erlitten hätte und von nun an halbseitig gelähmt sei.» Dieses Erwachen tat weh.

Kleine Wunder

Drei Jahre später stockt dem Besucher der Atem, Bont steht vom Küchenstuhl auf, streicht seiner Hundohrner im Vorbeigehen über den Kopf, läuft hinter dem Trepp und lässt sich kaffee in die Tasse lauten. «Sie auch?» All das kleine Wunder. Der Joke? In Neurologieabteilung ein Wimpernschlag. Bont erzählt stolz von Momenten, in denen selbst Mediziner sprachlos waren, als er kaffee – ohne Rollstuhl und ohne Krücken – ins Behandlungszimmer spazerte. «Sie sind der Patient!», guckte man verwirrt von den Ältern auf. «Dabei kommt der erst nach!»



Ob Video, CEO-Interview, Kundenstory oder Reporting: Der Geschäftsbericht der CSS glänzt auf allen Geräten.

**Aufgabe**

Überarbeitung
des Geschäfts-
berichts der CSS
Versicherung

Lösung

Digitaler Geschäfts-
bericht, Videos und
Storytelling

Zeitraum

2017 – heute

Link

report2017.css.ch



Swissmem *Stimme für* die Industr



Über 1000 Mitglieder zählt der Verband der schweizerischen Maschinen-, Elektro- und Metall-Industrie, Swissmem. Ihnen eine Publikation zu bieten, ist deshalb keine einfache Aufgabe. «Swissmem Network» überlässt Experten das Wort. Infel führt spannende Interviews, schreibt Porträts mit Tiefgang und recherchiert Hintergrundberichte, welche den Bedürfnissen der Industrie gerecht werden.

VERBANDSMAGAZIN



«Fundiert» muss nicht «trocken» heissen: Spielerische Elemente beleben die Ausgaben von «Swissmem Network» ebenso wie eine hochwertige und grosszügige Bebilderung. Denn als Content-Spezialisten wissen wir: Hochwertiger Inhalt ist nichts ohne Präsentation.

ie



Aufgabe

Kommunikationsorgan für den Industrieverband Swissmem

Lösung

Fachmagazin, 2-sprachig D & F, 4 Ausgaben/Jahr

Zeitraum

2007 – heute

Link

www.swissmem.ch

Strom: Ene für *digitale* Kommunik



Seit Jahrzehnten ist das Magazin «Strom» Leitmedium für die Unternehmenskommunikation von Energieversorgern in der ganzen Schweiz. Mit «Strom Online» gibt es jetzt das digitale Pendant. Flexibel und einfach für den eigenen digitalen Informationsfluss. Direkt bei den Zielgruppen. Energie erleben.

rgie

MULTIMEDIA- MAGAZIN



«Strom Online» ist als digitales Magazin an keine Erscheinungstermine gebunden. Es wird aus dem Printmagazin gespeist, enthält Zusatzmaterial und auf Wunsch auch neue, digitale Storys. Auch mit einer gebrandeten Startseite und exklusivem EVU-Content erhältlich!

ation



Aufgabe

Entwicklung eines kanalübergreifenden Kundenmagazins für die Energiebranche

Lösung

Online-Portal und Magazin mit Regionalsplit für über 50 Energiedienstleister

Zeitraum

1926 – heute

Link

www.strom-online.ch



Infel AG

Löwenstrasse 30
8001 Zürich

Laupenstrasse 8
3008 Bern

+41 44 299 41 41
infel.ch