

Zeit-Reise



*Ein Jubiläumsprojekt der speziellen Art
für die Uhrengeschäfte Bucherer, Gübelin und Embassy
in Zusammenarbeit mit der Luzern Tourismus AG
und der LZ Medien*

Gesamtprojektleitung: Adelbert Bütler
Projektleitung: Beat Heuberger
Redaktionsleitung: Stefan Ragaz
Layout: Schmid Riedmann & Partner

Prolog

Die Uhrenbranche und der Tourismus in der Zentralschweiz sind eng miteinander verknüpft und damit im höchsten Mass voneinander abhängig. Diese Wechselwirkung hat sich – wie die langjährige Geschichte zeigt – hervorragend eingeschpielt. Zu dieser Symbiose gilt es im Interesse beider Wirtschaftszweige auch in den nächsten 200 Jahren grösste Sorge zu tragen!

Daher soll die Uhrenbranche im Jubiläum 200 Jahre Gastfreundschaft Zentralschweiz, kurz 200GFZ, eine wichtige Rolle spielen. So kann diese Haltung nach aussen sichtbar gemacht und bei der einheimischen Bevölkerung viel Goodwill geschaffen werden.

Das Jubiläum im 2015

Das Jahr 2015 wird in der Zentralschweiz zum Jahr der Gastfreundschaft. Zu diesem Zweck haben sich die Kantone Uri, Schwyz, Luzern, Ob- und Nidwalden zu einem Trägerverein zusammengeschlossen, der – mit Beteiligung des Bundes und Unterstützung von Privaten – die 200-jährige Tourismusgeschichte der Region feiern wird. Eine breitgefächerte Auswahl von Aktivitäten und Projekten wird im Jubiläumsjahr die Gastfreundschaft in den Mittelpunkt stellen. Die Aktivitäten richten sich in erster Linie an die Menschen in der Zentralschweiz, an die Gastgeber in Tourismus und Kultur, und in zweiter Linie an die Gäste.

Schwimmende Plattform

Herzstück des Jubiläumsjahres ist eine schwimmende Plattform auf dem Vierwaldstättersee. Sie wird als Bühne dienen und während jeweils mehrerer Wochen in einem der fünf Kantone der Zentralschweiz anlegen.

Neben der schwimmenden Plattform wird das Jubiläumsjahr in der ganzen Region geprägt sein von Initiativen aus der Bevölkerung, von Vereinen, von Kulturschaffenden und aus der Tourismusbranche. Im Rahmen einer breitangelegten Mitmachkampagne sollen im Jahr 2015 rund 200 Aktivitäten – von Kleinstanlässen bis Grossprojekten – unter das Dach der Gastfreundschaft gestellt werden.

Weitere Jubiläumsprojekte

Tourismusgeschichte

Aufarbeitung der Zentralschweizer Geschichte in Zusammenarbeit mit dem Zentrum für Verkehrsgeschichte der Universität Bern.

Kulturwege

Neulancierung des Waldstätterwegs als Tourismus- und Kulturweg rund um den Vierwaldstättersee mit einem neuen Wanderführer und App.

Tell-Pass Plus

Ein Billett für die gesamte Zentralschweiz: Der „neue“ Tell-Pass wartet im Jubiläumsjahr 2015 mit zusätzlichen Attraktionen auf.



Neue Perspektiven

Neuer Blick auf vorhandene Dinge: „Friendly Hosts“ (von Luzern Tourismus) überall in der Zentralschweiz; Vermarktung der Zentralschweizer Küche für den Tourismus.

Macherfest

Um Wertschätzung zu zeigen und ein grosses Dankeschön zu sagen, wird das Tourismusjubiläum auch mit mindestens einem grossen Fest für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den touristischen Betrieben der Zentralschweiz begangen.

Mitmachkampagne

Mit der Mitmachkampagne soll das Jubiläum eine breite Verankerung in der Zentralschweiz erfahren. Ziel ist es, Institutionen und Einzelpersonen dazu anzuregen, sich in Form von selber erdachten und entwickelten Ideen und Projekten am Kernthema des Jubiläums, der Gastfreundschaft, zu beteiligen. Das mögliche Spektrum reicht von Kleinstprojekten bis hin zu Grossanlässen.

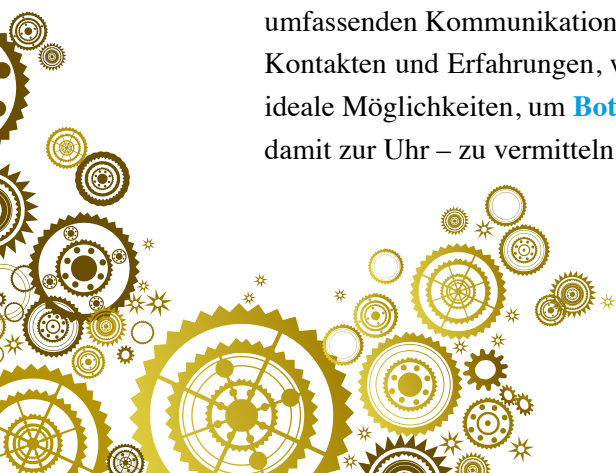
Das Gesamtprojekt wird von einem Forschungsteam der Hochschule Luzern – Wirtschaft begleitet, um die Entwicklung der Gastfreundschaft – über 2015 hinaus – zu messen.

Die Uhr im Jubiläumsjahr

Die Uhr repräsentiert einen grundlegenden Parameter des menschlichen Zusammenlebens – die Zeit. In der Symbolik steht **die Uhr für den immerwährenden Fluss der Zeit**. Für die Vergänglichkeit – aber auch für das Hier und Heute sowie für die Zukunft. Die Uhr stand und steht in einer vielschichtigen Wechselwirkung zur kulturellen, technischen und gesellschaftlichen Entwicklung der Menschheit. Sie ist zu einem unverzichtbaren Begleiter des Alltags geworden.

Auch das Jubiläum im 2015 beschäftigt sich mit Vergangenen und vor allem auch mit dem, was noch kommen wird. **Das Leitmotiv des Jubiläumsjahres – die Gastfreundschaft – hat sehr viel mit Zeit zu tun**. Gastgeber müssen für Ihre Gäste Zeit investieren, um ihre Rolle mit Freude und Überzeugung ausfüllen zu können. Gäste wiederum nehmen sich Zeit, um Energie zu tanken und um neue Kraft zu schöpfen.

Dieses Wechselspiel von Nehmen und Geben kann in einem inhaltlich gehaltvollen und umfassenden Kommunikationsrahmen thematisiert werden. In den zwischenmenschlichen Kontakten und Erfahrungen, welche der Gastfreundschaft zu Grunde liegen, ergeben sich ideale Möglichkeiten, um **Botschaften über Erlebnisse und Geschichten zur Zeit** – und damit zur Uhr – zu vermitteln.





Zeit-Reise

Ein Medienprojekt der anderen Art

Das Projekt Zeit-Reise beabsichtigt – zusammen mit den Luzerner Uhrenpartnern Bucherer, Gübelin und Embassy – das Jubiläum „200 Jahre Gastfreundschaft Zentralschweiz“ im Jahr 2015 mit einem umfassenden und aussergewöhnlichen Medienprojekt zu bereichern.

Zeit und Gastfreundschaft sind ein Kommunikationspaar, das hervorragend zusammenpasst. Gastfreundschaft entsteht erst, wenn man sich Zeit nimmt und Zeit gibt, mehr als nur ein Produkt verkauft oder eine Dienstleistung erbringt, sondern eben Zeit und Aufmerksamkeit schenkt.

Zeit – besonders die freie Zeit – ist das kostbarste, vergänglichste Gut im Leben.

Die Idee der Zeit-Reise ist nicht nur die Versinnbildlichung des Jubiläumsgedankens, der eine Reise durch die Zeit ist – von der Vergangenheit über die Gegenwart in die Zukunft. Sie eignet sich auch in idealer Weise für die journalistische Umsetzung, weil sie Fakten (d.h. gehaltvolle, relevante Information) und Emotionen (d.h. Lebensfreude, Sinnlichkeit) verbindet. Weil sie Menschen in den Vordergrund stellt und eine grosse Vielfalt von Themen erschliesst, drängt sich eine lebendige journalistische Umsetzung geradezu auf.

Fakten prägen die Vergangenheit. History sells. Wissenswertes aus der eigenen Geschichte findet grosse Aufmerksamkeit beim regional verankerten Medienpublikum.

Menschen gestalten die Gegenwart. Portraits, Reportagen aus dem eigenen Lebensraum sind unabdingbar für einen lebendigen Journalismus.

Visionen zeigen in die Zukunft. Interviews mit Akteuren aus der Tourismusbranche geben authentische Einschätzungen zu den Herausforderungen der Zukunft.

Die Zeit-Reise und ihre inhaltlichen Ansätze

Denkbar sind unter anderen folgende Beispiele:

Zeitreise durch die 200-jährige Geschichte des Tourismus als roter Faden für eine Magazinreihe: Eine Uhr zeigt jeweils die Jahreszahl von historischen Ereignissen und Begegnungen, zu denen die Geschichte erzählt wird.

Menschen werden in den Mittelpunkt gerückt: **Portraits von Gastgebern**, die sich Zeit nehmen für ihre Gäste; Gäste erzählen, warum sie die kostbarste Zeit des Jahres in der Zentralschweiz verbringen; Statements von Gastgebern: Wie finde ich meine Zeitinsel? als wiederkehrendes Element; Portrait einer Stadtführerin („ein Tag im Leben von“), die Stress hat, um Entspannung zu vermitteln.

Die Tourismusbranche gibt **Einblick hinter die Kulissen**: Was läuft im Hintergrund ab, wenn 5000 Gäste auf den Titlis wollen, ohne Zeit zu verlieren? Wie sieht die Logistik einer Bergbahn aus (Reportage). Wirtschaftsfaktor Uhren: Was unternehmen die Uhrengeschäfte, um die ausländische Kundschaft zu bedienen (Wirtschaftsgeschichte, Interview mit Experten zum Zukunftsmarkt China plus Portrait einer chinesischen Uhrenverkäuferin)?

Unternehmer formulieren Visionen für die Zukunft: Was wird die Zeit bringen? Interview mit Tourismusunternehmern und/oder -experten zu Herausforderungen und Plänen, speziell in der Zentralschweiz. Berichte über Innovationen und Erfolgsmodelle, welche die Zeit überdauern.

Diese inhaltlichen Ansätze sollen zudem mit Stories, Fakten und Zahlen zum Jubiläum ergänzt werden, sodass ein medienübergreifendes, umfassendes und einzigartiges Medienprojekt entsteht. Mögliche Inhalte dazu sind:

- eine umfassende redaktionelle Berichterstattung zu den einzelnen Jubiläumsprojekten,
- eine Begleitung der Projekte aus der Mitmachkampagne,
- Köpfe und Geschichten zu Gästen und Gastgebern in der Zentralschweiz,
- redaktionelle Bearbeitung der aufgearbeiteten 200-jährigen Tourismusgeschichte.

Bei allen inhaltlichen Umsetzungen soll ein Wechselspiel zwischen den Medien Print, Radio, TV und Web erfolgen. Dabei sollen primär die Uhrenpartner – eventuell auch weitere Unternehmen und Institutionen – die Möglichkeit haben, Werbung und Produkte-PR zu platzieren.

Die Medienprodukte

Sämtliche nachstehend definierten Projekte und Medienprodukte wurden mit den Verantwortlichen der LZ Medien (Neue Luzerner Zeitung, Tele1 und Radio Pilatus) entwickelt und aufeinander abgestimmt.

Print

- 3 Magazine Zeit-Reise als Beilage in der Zentralschweiz am Sonntag, Auflage: ca. 105'000 (Das Magazin „Unsere Gäste“ erscheint im Jubiläumsjahr 2015 nicht)
 - Magazin 1: Jubiläums-Spezialausgabe im Januar
 - Magazin 2: Saphir-Ausgabe zum Jubiläum im März
 - Magazin 3: Jubiläums-Spezialausgabe im September
 - 52 Seiten / hochglanz / 4-farbig
 - je 1 Schwerpunktthema pro Ausgabe, Eventkalender 200GFZ
 - halb- und ganzseitige Werbeinserate (davon 7 Seiten reserviert für die Uhrenpartner und weitere maximal 7 Seiten für Drittinserenten (kalk. Seitenpreis: CHF 15'000)
- Zusatzaufgabe und Streuung des Magazins an die drei Uhrenpartner, an ausgewählten Hotels, im Tourist Office, an die Teilnehmer der Mitmachkampagne, an Partner des Jubiläums, auf der schwimmenden Plattform und an weiteren Standorten
- Insertionen in der Gesamtausgabe der Neuen Luzerner Zeitung, welche auf die Publikation aufmerksam machen (präsentiert von ...)
- PR-Berichte mit Zusammenfassung des jeweiligen Monatsschwerpunkte sowie einigen Gastfreundschafts-Hinweisen (Agenda, Hintergrundinformationen, usw.), wiedererkennbares Layout, verteilt über das Jubiläumsjahr

TV

- Zeit-Reise als TV-Publireportage, von April bis Oktober (Einsatzdauer der schwimmenden Plattform), 25 Magazine à zirka 1 ½ Minuten, Ausstrahlung mit mindestens 20 Wiederholungen (präsentiert von ...)
- 3 Spezialportraits à 15 bis 20 Minuten mit inhaltlicher Abstimmung zu den Schwerpunktthemen in den Printausgaben (u.a. mit Agenda, Veranstaltungen, Sonderausstellungen, Mitmachprojekte, usw.); Erscheinung: Dienstag nach Printbeilage
- zusätzliche DVD's sowie Integration ins Web (evtl. Übersetzung auf Englisch)
- Einbettung der Uhrenpartner in einen Gesamtablauf der Sendungen oder in Form eines Intro / Outro zum Sendegefass sowie mittels Trailer



Radio

- Teaser-Spots für das Printmagazin sowie die TV-Sendungen
- Zeit-Reise als Teil eines regelmässig wiederkehrenden Radio-Gastgebermagazins während des Jubiläumsjahres (präsentiert von ...)
- oder als Alternative drei Wochenmagazine mit inhaltlicher Abstimmung zu den Schwerpunktthemen der Printausgaben
- Wie tönt Gastfreundschaft? Eine gastfreundliche Musikreise durch die Zentralschweiz
- Was ist Gastfreundschaft? Episoden aus der Zentralschweiz
- wöchentlicher Wettbewerb Zeit-Reise mit Wochengewinn und Hauptgewinn am Ende des Jubiläums (3 Top-Uhren werden verlost); Verlinkung zum Web (z.B. Anmeldung, usw.)

Web

- Zeit-Reise als wichtiger und integraler Bestandteil der Jubiläumsweb
- tagesaktuelle Eventagenda und Ticketing-Website zum Jubiläum
- Hintergrundinformationen und vertiefte Informationen zum Schwerpunktthema im Magazin
- Wettbewerbsintegration
- Tagebuch Gäste / Gastgeben und Fotoalbum „Zeit-Reise durch die Zentralschweiz“
- Videoclips von Tele1

Plakat

- Plakat-Teaserkampagne im Vorfeld zu den Zeit-Reise-Magazinen (mit Partnerintegration)

Medien-Agenda 2015

Medium	Kommunikation	Jan	Feb	März	Apr	Mai	Juni	Juli	Aug	Sept	Okt	Nov	Dez
Print	Magazin als Beilage	Anf.		Ende	Saphir					Anf.			
Print	Magazin als Zusatzaufgabe												
Print	Inserate	Anf.		Mitte					Ende				
Print	PR-Berichte												
TV	3 TV-Magazin / Spezialportraits	Anf.		Ende						Anf.			
TV	25 Publireportagen												
TV	Trailer												
Radio	Radio-Magazin «Gastgeber»												
Radio	Musikreise / Heitere Episoden												
Radio	Wettbewerb												
Radio	Spots	Anf.		Ende					Ende				
Web	Event-Agenda / Ticketing												
Web	Ergänzungsmaterial / Doku												
Plakat	Teaser	Anr.		Mitte					Ende				

Mediawert

Medium	Kommunikation	Mediawert	Bemerkungen
Print	Magazin als Beilage (davon 1 x Saphir)	420'000	Total 21 Inseratseiten, PR, Logointegration, Diverses
Print	Magazin als Zusatzaufgabe	30'000	dito.
Print	Inserate	40'000	Logointegration
Print	PR-Berichte (12 Wo à 1 Seite)	30'000	Logointegration, Kleininserate
TV	3 TV-Magazine / Spezialportraits	70'000	Intro, Outro
TV	Publireportagen	65'000	Intro
TV	Trailer	20'000	Logointegration
Radio	Radio-Magazin	20'000	Intro
Radio	Musikreise / Episoden	15'000	Intro
Radio	Wettbewerb	15'000	Preisnennungen
Radio	Spots	40'000	Präsentiert von ...
Web	Event-Agenda	10'000	Logointegration, Banner
Web	Wettbewerb	10'000	Logo, Banner, Preis-Bebilderung
Web	Ergänzungsmaterial / Doku	5'000	Diverses
Plakat	Teaserkampagne	80'000	Logointegration
200GFZ	Web, Programmheft usw.	15'000	Logointegration
200GFZ	Projektleitung	35'000	Schätzung Projektleitung und -koordination
200GFZ	Redaktion	30'000	Schätzung Redaktionsleitung und Disposition
Total	Mediawert Zeit-Reise	950'000	Grobschätzung

Davon profitieren Sie

Auszug Partnerleistungen

- Nennung als Presenting-Partner des Mediaprojektes „Zeit-Reise“
- Logointegration bei allen Printmedien
- 7 Seiten Inserate je Printmagazin (total 21 Seiten, davon 2. / 3. / 4. Umschlagseite)
- zusätzliche Nennungen in den Printmagazinen (z.B. Berichterstattungen, Bilder, usw.)
- wenn möglich Integration in PR-Berichte
- Logopräsenz in den TV-Wochenmagazinen
- Logointegration in den Trailer zu den TV-Wochenmagazinen
- Nennung als Partner der Radio-Magazine
- Nennung beim Wettbewerb
- Logointegration sowie Produkteintegration im Web (Wettbewerb)
- Presenting-Partner beim Tagebuch / Fotoalbum im Web
- Logointegration in der Plakat-Teaserkampagne (präsentiert von ...)
- Berechtigung, das Jubiläums-Logo zu verwenden
- visueller Auftritt in der Jubiläumskommunikation (Web, weitere Gefässe)
- Privilegien und Rabatte bei speziellen Jubiläumsangeboten

... und ein sympathischer und frischer Auftritt in der gesamten Zentralschweiz im 2015!



Engagement

*Die vorliegende umfangreiche Partnerschaft
erfordert folgendes Engagement der Partner:*

*Beitrag von total CHF 650'000.— **

** davon CHF 315'000.—*

*für 21 ganzseitige Inserate à CHF 15'000.—
zum Verkauf an Uhrenhersteller*

** davon CHF 335'000.— für den Auftritt der
drei Partner Bucherer, Gübelin und Embassy
(über die Jahre 2013, 2014 und 2015 ver-
teilt, gemäss intern zu definierendem
Verteilschlüssel)*

*Dreifach ist der Schritt der Zeit:
Zögernd kommt die Zukunft hergezogen,
pfeilschnell ist das Jetzt entflogen,
ewig still steht die Vergangenheit.*

Friedrich Schiller, Sprüche des Konfuzius

Anwendungen



Inseratseiten im Magazin



Logobalken bei PR-Bericht



Titelseite Magazin



Intro/Outro TV