

Grobkonzept

Weiterentwicklung der Medien des Regierungsrates

Inhaltsverzeichnis

Anspruch	3
1. Ausgangslage	4
2. Herausforderungen des Auftrages	4
2.1 AnwenderInnen aus der Staatskanzlei und den Direktionen	4
2.2 Fazit aus den Herausforderungen	4
3. Situationsanalyse	5
3.1 Analyse der bestehenden Medien	5
3.2 Kurzumfrage im Netzwerk	6
3.2 Bedürfnisse der Zielgruppen	7
3.3 Fazit aus der Analyse	8
4. Idee	9
4.1 Funktionsweise der Idee auf einen Blick	9
4.2 Das Kantorama.zh	10
5. Umsetzungsplan & Phasen	12
6. Ressourcen	13
7. Umsetzung / Organisation	14
8. Nächste Schritte	15



Bernet
Relations

Anspruch

Im Sinne einer nachhaltigen Kommunikation erarbeiten wir einen Vorschlag, der sich in seiner Form, seinem Inhalt und im Betrieb gemäss den Bedürfnissen der Staatskanzlei einheitlich umsetzen lässt. Dabei sorgen die neu erarbeiteten Medien bei der heterogenen Zielgruppe für einen Wow-Effekt und in der Anwendung bei den Direktionen für Begeisterung. Gleichzeitig sind sie so ressourcenschonend, dass sie gegenüber den Anspruchsgruppen, wie z.B. den Steuerzahlenden, vertretbar sind.

Ein innovativer und zeitgemässer Auftritt für die Staatskanzlei unterstreicht die Bedeutung des Kantons Zürich und bildet den Kanton als Ganzes ab. Zugleich erhält die Staatskanzlei als Dienstleister Medien für die Direktionen, die entsprechend im Alltag eingesetzt werden und eine Erleichterung darstellen.

1. Ausgangslage

Die bestehenden Kommunikationstools sind historisch gewachsen, unabhängig voneinander entwickelt und deshalb nicht aus einem Guss. Zwar entsprechen alle Medien dem existierenden CI/CD Manual, doch es ist sichtbar, dass sie nicht aufeinander abgestimmt sind und sich nicht unbedingt ergänzen. Der 7-jährige Imagefilm ist erstaunlich aktuell, aber im Vergleich zu den anderen Medien sehr emotional und bildgewaltig. Das Leporello sowie die Präsentation wurden immer wieder inhaltlich aktualisiert. Eine gestalterische Aktualisierung auf aktuelle Bedürfnisse wurde aber nicht gemacht. Somit entsprechen diese Medien nicht mehr unbedingt dem Bild, das die Staatskanzlei kommunizieren möchte. Darum soll evaluiert werden, wie man die aktuellen Bedürfnisse bestmöglich abdecken kann und welche Medien in welcher Form dafür nötig sind.

2. Herausforderungen des Auftrages

Die neuen Medien sollen nicht nur die Direktionen, ihre Themen und den Kanton inhaltlich abbilden, sondern für verschiedene Anwendungsfälle vielseitig einsetzbar sein. Sie müssen auch den Kanton so abbilden, dass die Diversität der zwölf Bezirke und die regionalen Zentren zum Ausdruck kommen und sich niemand benachteiligt fühlt.

2.1 AnwenderInnen aus der Staatskanzlei und den Direktionen

Für die verschiedensten Anwendungsfälle werden Medien gewünscht, die offline wie online einsetzbar sind. Die neuen Medien sollen zudem multifunktional sein und je nach Use Case nach dem Baukastenprinzip zusammenstell- und anwendbar sein. Die Adaptierbarkeit muss aber so einfach wie möglich, ohne Zusatzleistungen und Energieaufwand, im Alltag anwendbar sein.

2.2 Fazit aus den Herausforderungen

Multimedial, multifunktional und modular: So sollen die neuen Medien der Staatskanzlei aussehen. Aber noch viel mehr. Sie sollen bei den EmpfängerInnen für einen Wow-Effekt sorgen und den Kanton zeitgemäss und nahbar repräsentieren und von den Mitarbeitenden mit Stolz verwendet werden. Die Medien bilden inhaltlich die Vielfalt des Kantons ab und benachteiligen niemanden, weder Personen, Direktionen noch Bezirke (und Städte).

3. Situationsanalyse

Die bereits existierenden Medien stehen auf dem Prüfstand: Es soll genauer betrachtet werden, was bereits in welcher Form vorhanden ist und welche Funktion diese Medien erfüllen. Unsere Analyse basiert auf drei Quellen: dem Briefing der Staatskanzlei, unserer eigenen Expertise und einer Kurzumfrage in unserem Netzwerk.

Mit einer Bewertung der einzelnen Medien leiten wir eine erste Empfehlung für das weitere Vorgehen ab. Es soll sichtbar werden, welche Medien aus welchen Gründen weiterentwickelt werden und welche vorerst nicht in diesen Prozess miteinbezogen werden.

3.1 Analyse der bestehenden Medien

Leporello

Das Leporello wird vielfältig eingesetzt und wird zum Beispiel an Schulen sowie an diversen Veranstaltungen verteilt und wird jedes Jahr mit einem neuen Foto des Gesamtregierungsrates aktualisiert. Es fokussiert sehr stark auf die einzelnen Direktionen und beinhaltet Informationen zu deren Aufgaben und Funktionen. Jeder Direktion ist auf der Vorderseite eine Farbe zugeordnet, auf der Rückseite finden sich Facts zu den sieben Direktionen. Emotionale Aspekte sind, im Vergleich zum Imagevideo, gar nicht enthalten und der Kanton Zürich als Ganzes wird lediglich über ein Panoramabild auf der Rückseite abgebildet. Auf die Wichtigkeit und die Rolle des Kantons Zürich in der Schweiz wird nicht eingegangen.

Powerpoint

Die Powerpoint-Präsentation entspricht zwar noch in groben Zügen dem CI/CD Manual, wurde aber schon so oft im Alltagsgeschäft angepasst, dass eine konsistente Gestaltung verloren gegangen ist. Dies ist zwar in vielen Organisationen ein altbekanntes Phänomen, führt aber leider dazu, dass eine Präsentation eher als Pflicht empfunden wird als eine Chance, sich auf ein Neues bestmöglich zu präsentieren.

Imagefilm

Der Imagefilm wurde zwar vor sieben Jahren erstellt, ist aber bis auf wenige Sequenzen immer noch sehr aktuell. Der Film ist ausserordentlich bildgewaltig und stellt mit diesen Bildern und Wortbildern den Kanton Zürich und indirekt die jeweiligen Direktionen emotional vor.

Website

Die Staatskanzlei ist auch verantwortlich für die Website des Kantons Zürich, die sowohl nach Themen wie auch Organisation strukturiert ist. Die Website entspricht auch dem aktuellen CI/CD und ist absichtlich schnörkellos und zweckorientiert designet.

Geschäftsbericht

Der Geschäftsbericht hat ein klares Zielpublikum und einen klar definierten Inhalt: Er muss Fakten und Zahlen kommunizieren. Zudem ist er im aktuellen CI/CD gestaltet und erfüllt auch diesen Anspruch.

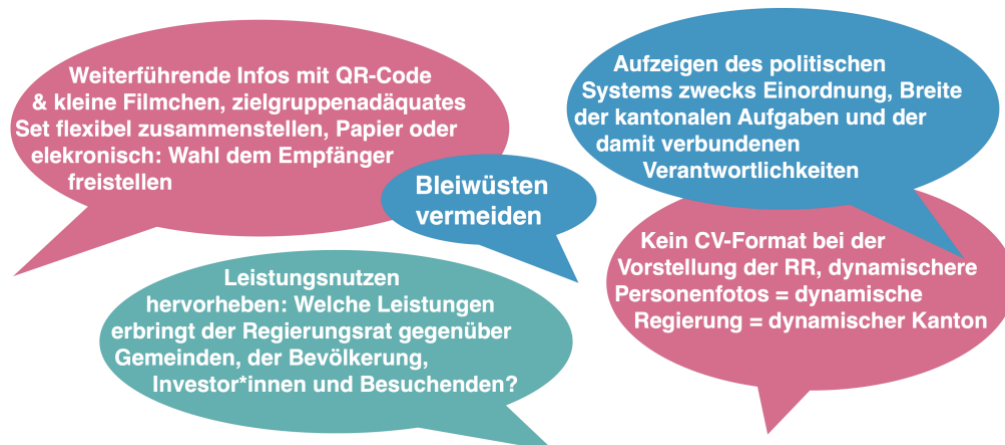
Social Media

Diese Kanäle sind topaktuell und werden regelmässig mit attraktiven, diversen Inhalten bespielt.

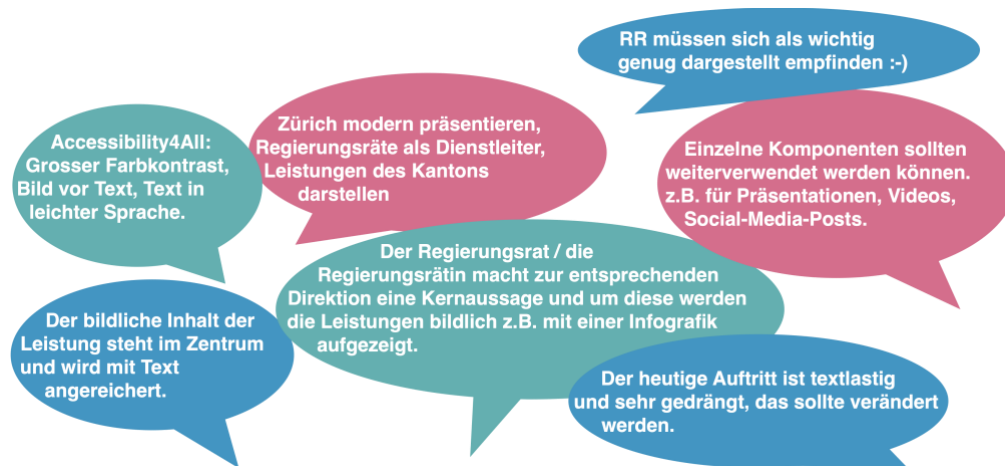
3.2 Kurzumfrage im Netzwerk

Wir haben eine vertrauliche und kleine Kurzumfrage bei erfahrenen Fachpersonen aus Kommunikation und Verwaltung durchgeführt und sie um ihre Einschätzung gebeten.

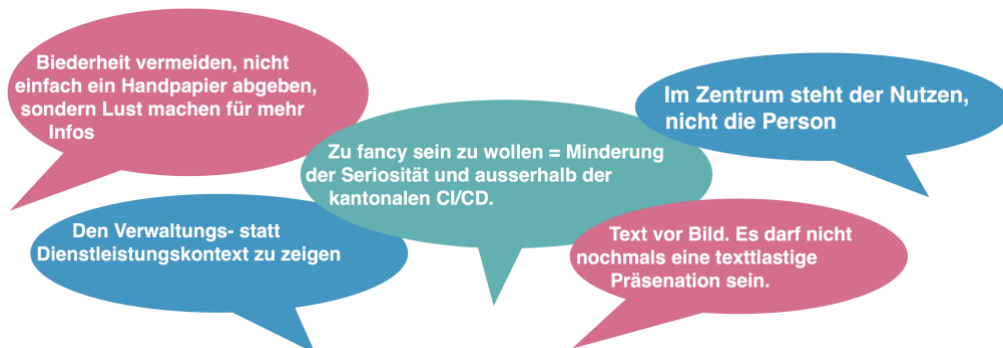
Frage 1: Was scheint Euch für eine künftige Lösung inhaltlich besonders wichtig?



Frage 2: Auf was wäre formal besonders zu achten?



Frage 3: Was ist inhaltlich oder formal tunlichst zu meiden?



3.3 Bedürfnisse der Zielgruppen

Die Empfängerinnen und Empfänger der Medien sind sehr heterogen: Auf der einen Seite ist es die Bevölkerung des Kantons, die sich in komplett verschiedenen Lebensrealitäten befindet, je nachdem wo sie zum Beispiel wohnt oder welchen Hintergrund sie hat. Es gibt auch grosse Unterschiede bezüglich der bevorzugten Medien. Eine weitere Zielgruppe sind hier tätige Firmen, die einen anderen Zugang zum Kanton Zürich haben. Der Blickwinkel von Gästen des Regierungsrates aus dem In- und Ausland ist noch einmal ein anderer als zum Beispiel der von Personen, die sich für offene Positionen in der kantonalen Verwaltung interessieren.

Hier einige Beispiele, wie die Medien konkret in Anwendung kommen:

- Veranstaltung in einem der zwölf kantonalen Bezirke zum Thema Verkehr: Hier möchte man informieren, sich nahbar und sympathisch zeigen.
- Politischer Besuch: Hier möchte man die Bedeutung des Kantons in der Schweiz kommunizieren und beeindrucken, um die jeweiligen Ziele des Besuches zu erreichen.
- Schulen im Kanton: Hier ist eine einfache Sprache gefordert und eine Komplexitätsreduktion, um möglichst gut Nähe herzustellen und je nach Ziel der Veranstaltung, für Akzeptanz des entsprechenden Anliegens sorgen.

3.4 Fazit aus der Analyse

Wir schliessen aus der obenstehenden Analyse folgende Punkte:

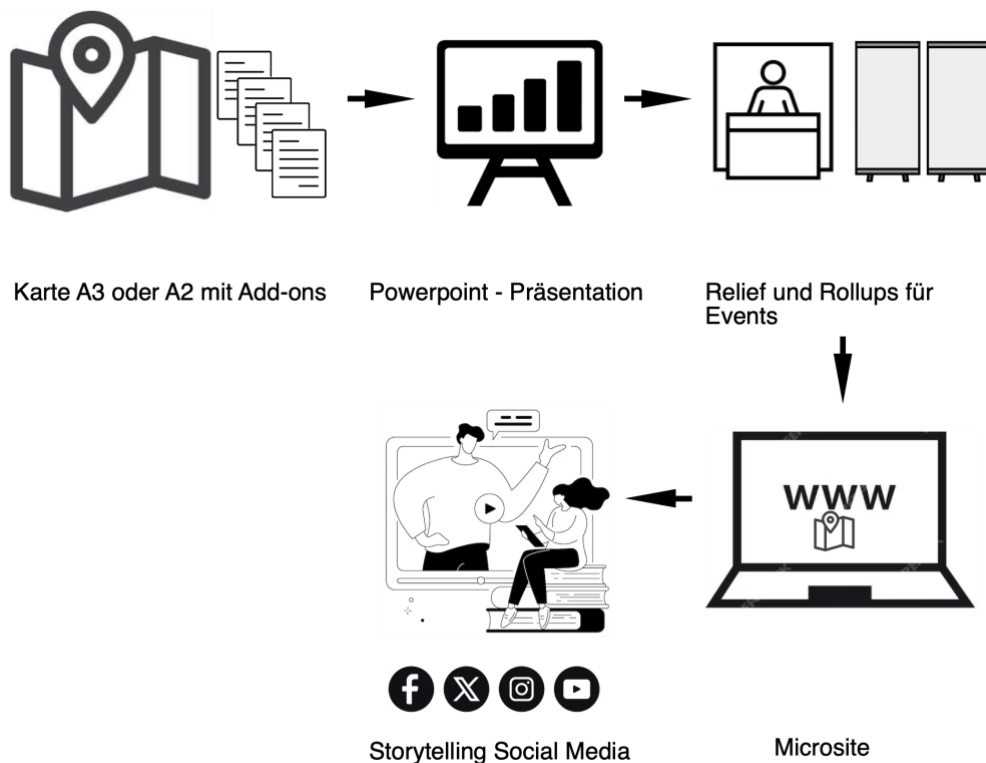
- **Leporello**
Das statische Leporello entspricht nicht mehr den aktuellen Bedürfnissen des Regierungsrates und der Direktionen. Es soll deshalb adaptierbar für die verschiedenen Anwendungsfälle gestaltet werden.
- **Powerpoint**
Die Powerpoint-Präsentation wurden schon öfter totgesagt, mangels Alternativen hat sie aber immer wieder ein Revival erfahren. Genau so ergeht es Drucksachen. Ein guter Foliensatz mit adaptierbaren Slides ist immer noch unverzichtbar. Eine aktuelle, konsistente Gestaltung mit einer digitalen Verknüpfung könnte hier helfen, wieder zeitgemäss aufzutreten und für einen Wow-Moment sorgen.
- **Imagefilm**
Die nicht mehr zeitgemässen Sequenzen könnten entfernt oder ersetzt werden, falls dies technisch möglich ist. Aber eine komplette Neuerstellung ist momentan nicht notwendig. Indem man die im Film verwendeten Sprachbilder in anderen Medien aufgreift, könnte man dadurch ein verbindendes Element zwischen den Medien schaffen.
- **Website**
Mit einer separaten Landingpage, einer sogenannten Microsite, könnte man hier die digitale Verbindung schaffen zwischen dem neuen Leporello, der neuen Präsentation und den Emotionen aus dem Imagefilm.
- **Geschäftsbericht**
Längerfristig könnte man auch Gestaltungselemente aus den erneuerten Medien hier einfließen lassen, aber das würden wir im Moment nicht prioritär behandeln.
- **Social Media**
Diese Kanäle könnte man nutzen, um eine weitere digitale Verbindung zwischen den neu konzipierten Medien herzustellen und mit den neuen Medien neue Geschichten zu erzählen.
- **Zielgruppen**
All diese diversen Zugänge, Blickwinkel und Hintergründe müssen bei der Erstellung der neuen Medien bestmöglich beachtet werden, um eine zielgruppengerechte Lösung zu haben.

In diesem Grobkonzept fokussieren wir uns auf die Neukonzeption des Leporellos und der Powerpoint-Präsentation, da diese am meisten in die Jahre gekommen sind und nicht mehr den Bedürfnissen der internen und externen Anspruchs- und Zielgruppen entsprechen. Ergänzend dazu schaffen wir neue, digitale und interaktive Verbindungen.

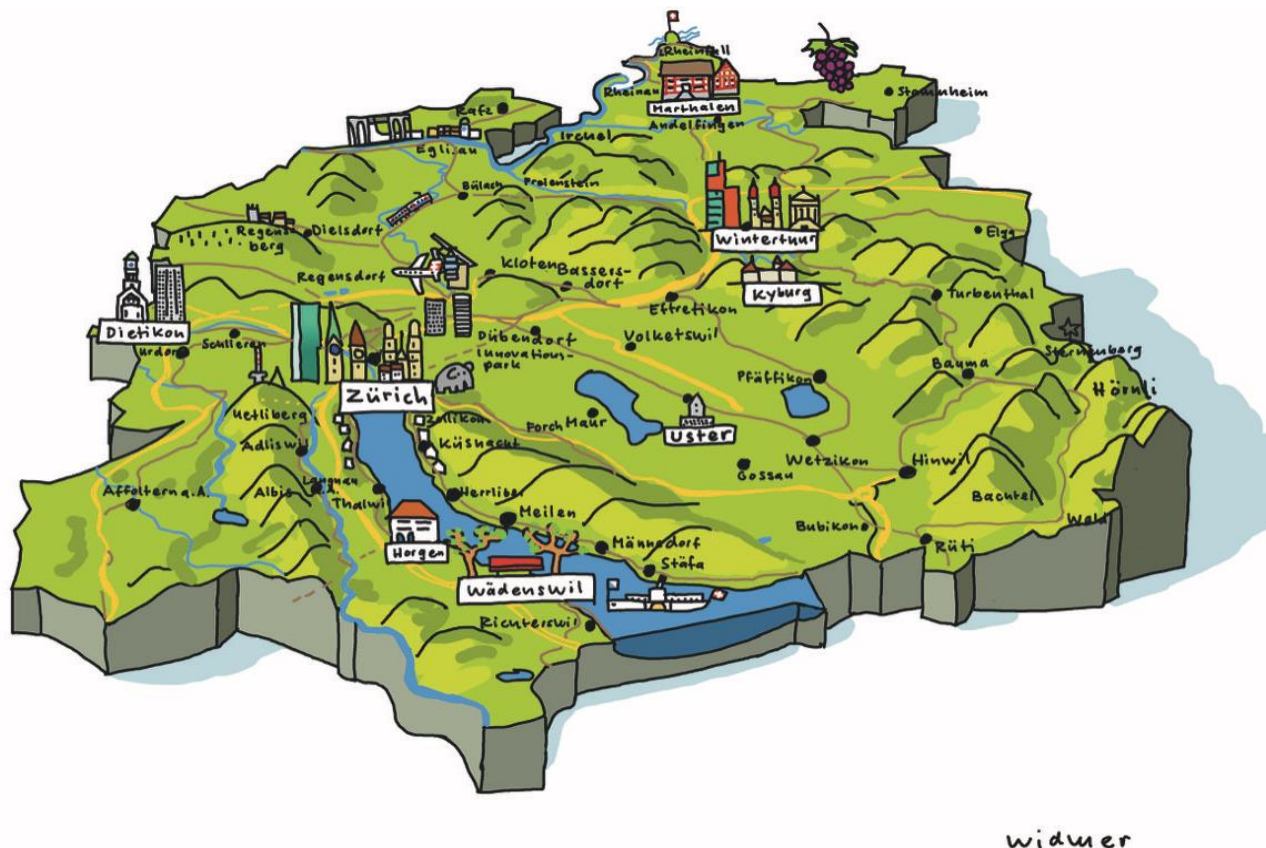
4. Idee

4.1 Funktionsweise der Idee auf einen Blick

Wir erarbeiten und installieren ein innovatives Kommunikationskonzept, das speziell auf das heterogene Publikum des Kantons Zürich zugeschnitten ist. Unter diesem Namen entsteht ein modulares System, das unterschiedliche Kommunikationskanäle miteinander vereint – von Printmedien über digitale Präsentationen bis hin zu interaktiven Online-Plattformen, Live-Kommunikation (wie Messestände oder 3D-Modelle) und sogar Social Media, wo mit diesen neuen Inhalten neue Geschichten erzählt werden können. Das modulare System ist für die Anwenderinnen und Anwender aus den Direktionen einfach einsetzbar und adaptierbar für diverse Use Cases und Zielgruppen. Das modulare System ist ressourcenschonend in der Anwendung, da bei Anpassungen nicht das ganze System neu produziert werden muss. Die Zielgruppen haben neu einen einfachen, verständlichen und fokussierten Zugang zu den Informationen.



4.2 Das Kantorama.zh



Basis des Kantoramas ist ein Wimmelbild des ganzen Kantons Zürich. Wir haben hier eine erste Skizze vom Winterthurer Illustrator Ruedi Widmer herstellen lassen. Das Kantorama ist aber keineswegs an diesen Künstler gebunden, sondern kann mit einem oder sogar mehreren lokalen Künstlerinnen und Künstlern umgesetzt werden. Eine Illustration hat den Vorteil, dass der Masstab nicht detailgetreu sein muss und somit sehr gut auf die individuellen Bedürfnisse bezüglich Region, Personen und Anlass eingegangen werden kann.

Massnahme 1: Print

Wir stellen uns das Kantorama als grosse, zusammengefaltete Karte in einer Grösse von mindestens A3 oder sogar A2 vor. Auf der Vorderseite befindet sich die Karte, auf der Rückseite die Basisinformationen. Im Baukastensystem kann diese grosse Karte mit Karteikarten (sogenannte Add-ons) ergänzt werden. Mögliche Add-ons sind dabei: Direktionen, Personen, Bezirke, Spezialkarten. Mit QR-Codes wird die Möglichkeit gegeben, zu mehr Informationen oder zum Imagefilm zu gelangen.

Massnahme 2: Präsentation

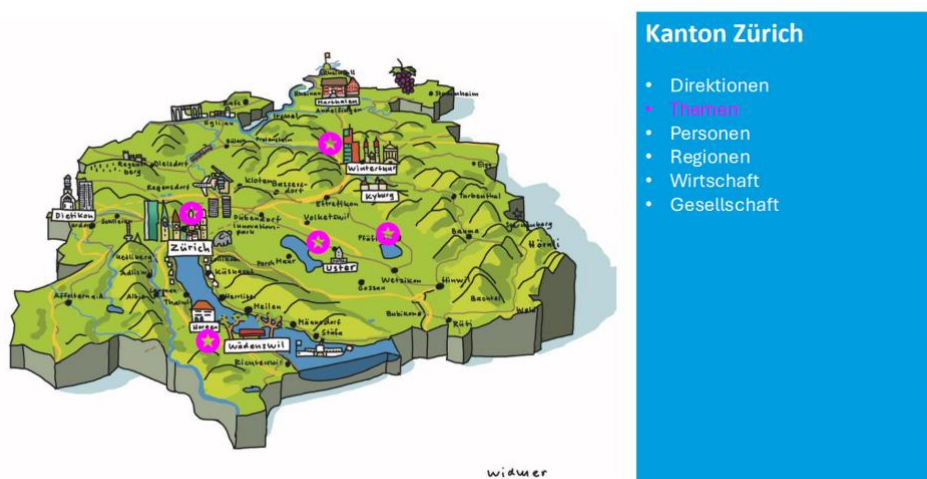
Das Wimmelbild, Ausschnitte davon und die Add-ons können auch als Basis für die neue Powerpoint-Präsentationsvorlage verwendet werden. Auch hier soll wieder sichergestellt werden, dass die Verwendung im Alltag möglichst einfach umzusetzen ist und je nach Bedürfnis modular und adaptierbar ist nach Region, Thema, Direktion.

Massnahme 3: Events und Messestände

Der Kanton im Koffer: Das Kantorama.zh gibt es auch als Relief, um es an Veranstaltungen und an Messeständen aufzustellen. So ist der Kanton noch näher und sogar anfassbar. Mit QR-Codes wird eine digitale Verlinkung sichergestellt.

Massnahme 4: Microsite Kantorama.zh

Zum Kantorama.zh wird es eine Microsite mit der Karte geben. Diese ist aber interaktiv und über Verlinkungen gelangt man zu mehr Informationen: Imagefilm, Texte, Interview / Statements von den RegierungsrätInnen. Die Karte kann laufend angereichert und schnell aktualisiert werden. Mit einem Seitenmenü kann man wählen, ob man mehr zu den Direktionen, den Personen, Bezirken oder zu Spezialthemen möchte. Hier ein Visualisierung:



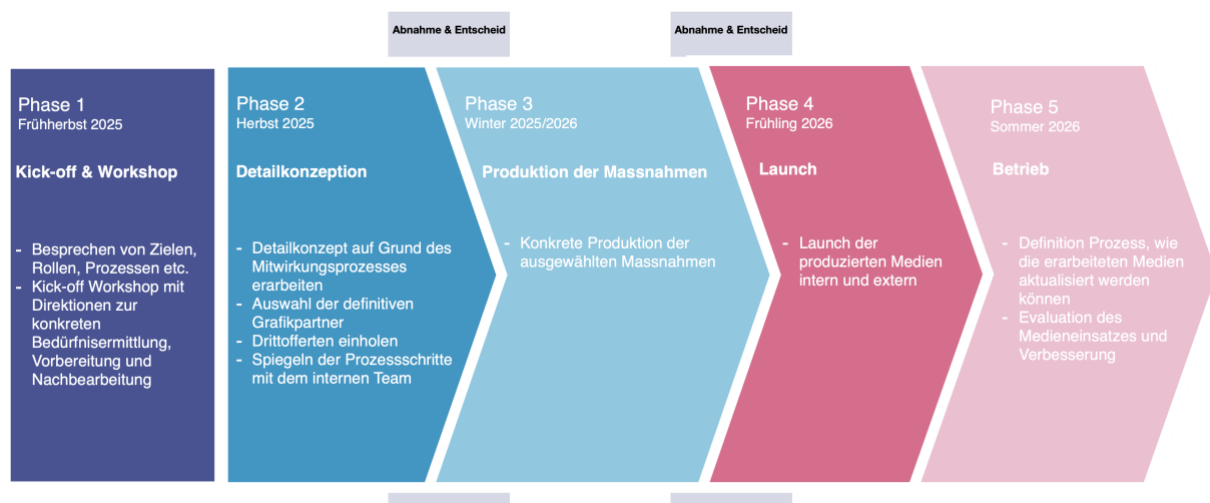
Skizze Microsite

Massnahme 5: Storytelling & Social Media

Die kreierte Inhalte des Kantorama.zh können auch über die Social-Media-Kanäle des Kantons ausgespielt werden und könnten mit animierten Sequenzen zum Leben erweckt und mit weiteren Geschichten weiterentwickelt werden.

5. Umsetzungsplan & Phasen

In einer ersten Phase wird das Kantorama.zh entwickelt. Dabei wirken die von Anfang an mit, damit ihre Bedürfnisse miteinbezogen werden. Ausgehend von der grossen Skizze werden anschliessend die weiteren Medien entwickelt. Die Erstellung der Medien soll nach einer Priorisierung, die von der Staatskanzlei und den Direktionen festgelegt wird, realisiert werden. Wir empfehlen die Kreation der grossen Karte mit einer anschliessenden Kreation der Microsite und der Powerpoint Präsentation.



6. Ressourcen

Wir erlauben uns eine grobe Schätzung der Kosten im Grobkonzept. In einem Detailkonzept werden die Schätzungen mittels Einholen der Drittofferten (Illustration, Grafik, Produktion) konkreter.

Phase	Geschätzte Kosten CHF
Kick-Off (Kick-off Sitzung mit Workshop zur Bedarfsermittlung, Vorbereitung und Nachbearbeitung)	10'000 – 15'000
Detaillkonzeption (Konzept auf Grund des Mitwirkungsprozesses erarbeiten, Auswahl der definitiven GrafikpartnerInnen, Drittofferten einholen, Spiegeln der Prozessschritte mit dem internen Team)	20'000 – 25'000
Produktion Massnahmen exkl. Produktionskosten wie Druck etc., aber inkl. GrafikpartnerInnen (Schätzung schwierig, da die Zahl von der Auswahl der zu produzierenden Medien abhängt)	40'000 – 50'000
Launch (Launch der produzierten Medien intern wie extern)	15'000 – 20'000
Betrieb (pro Jahr) (Aktualisierung der Medien und Evaluierung des Medieneinsatzes und laufende Verbesserung)	10'000 – 15'000

7. Umsetzung / Organisation

Bernet übernimmt die Koordination zwischen der Staatskanzlei und den externen Partnerinnen und Partnern und gewährleistet so eine reibungslose Kommunikation und Organisation.



Dominik Allemann
Inhaber/Co-CEO

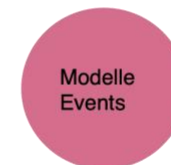


Selina Villiger
Beraterin



Sven Gutknecht
Berater

Externe PartnerInnen Produktion



Externe Partner Illustration und Grafik



Ruedi Widmer
Illustrator



Sven Fischer
Grafiker



Bernet
Relations

8. Nächste Schritte

Am 6. März 2025 dürfen wir unser Grobkonzept sowie unsere Idee für die Neugestaltung der Medien des Regierungsrates des Kantons Zürich persönlich präsentieren. Es würde uns sehr freuen, wenn wir gemeinsam mit der Staatskanzlei eine neue Art der Regierungsratskommunikation schaffen können, um den Dialog noch besser zu gestalten. Wir freuen uns auch sehr auf das Feedback und die gemeinsame Weiterentwicklung des Konzeptes.