

FREQUENTE New Generation

Relaunch										Mitarbeiterzeitung									
+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

Brigitte Gschiegl
Corporate Communications
Frequentis AG





Ausgangslage

→ 1. Ausgabe Mitarbeiterzeitung 1994

- Impuls aus Betriebsversammlung (damals 150 MitarbeiterInnen)
- ausschließlich interne Redaktion & Gestaltung
- keine Zensur, allerdings auch keine anonymen Beiträge erlaubt
- 4 Ausgaben pro Jahr, Information und Unterhaltung
- Ente als Gestaltungselement

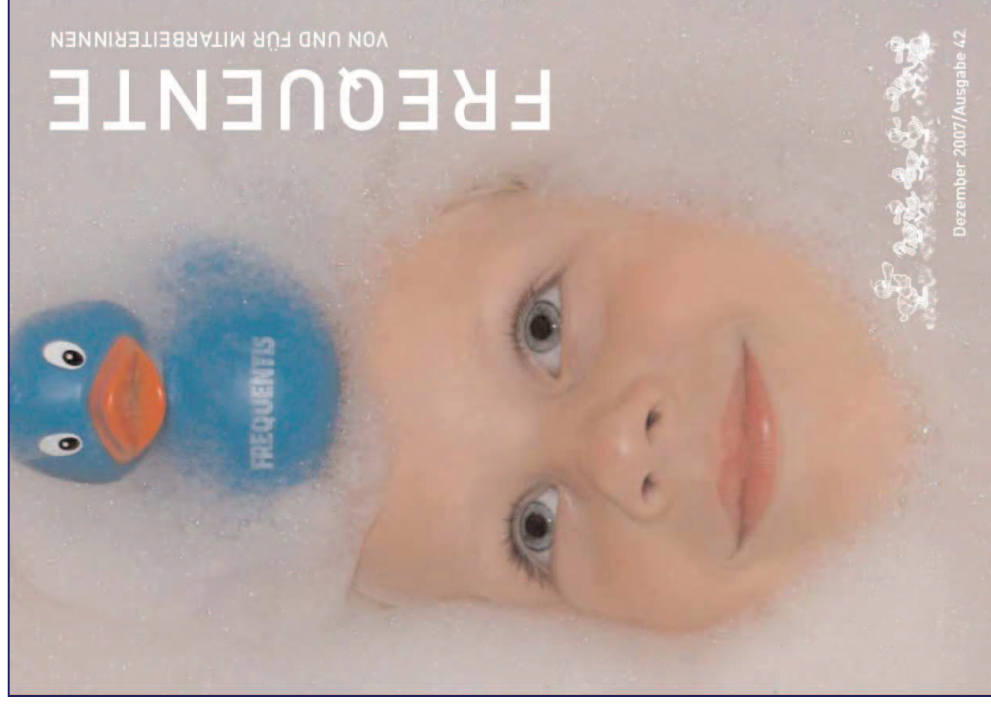


→ Bewährte sich durch die Jahre hindurch

- von Kopieren umgestellt auf Druck, nach wie vor Erscheinung in s/w
- vom Grundkonzept her genauso weitergeführt (Redaktions-Richtlinien / 1998)



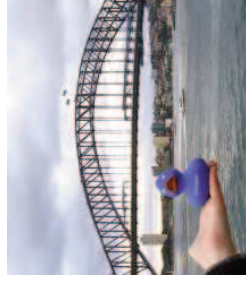
Relaunch 2007





Eckpunkte für den Relaunch

- Zeitung wird gerne genutzt / mit nach Hause genommen (MA-Befragung)
- 700 MitarbeiterInnen, das neue Firmengebäude, zunehmende Internationalisierung erfordern eine professionellere Aufmachung
- Das Leben ist bunt – so soll auch unsere Frequentis sein
- Rubriken
 - News
 - Look inside
 - People
 - Frequentis vital
 - Culture
 - „Enten“-Rubrik
- Und natürlich „Maurice“ ;-)





Aspekte, die „Sensibilität“ verlangen

- Nach wie vor keine Zensur, aber Artikelliste / kritische Artikel im Vorhinein abzustimmen
- Akquisition „interner Schreiber“ Zusatz-Aufwand Sanftes Redigieren wo notwendig
- Internes Medium / trotzdem „dringt es nach außen“ „for internal use only“
- Ungelöst – Thema der Sprache / Internationalität