

Schweizer Ideen auf allen Kanälen



Die SRG SSR idée suisse hat ihren aktuellen Geschäftsbericht erstmals in einer gedruckten und einer digitalen Version veröffentlicht. Konzipiert und realisiert hat das doppelte Blattwerk die Zürcher Agentur Heusser Communicates.



Da steckt was dahinter: Die Titelseite des Geschäftsberichts Print (rechts) und Online.



Wer Print schon geschmökert hat, kann sich online noch einen Filmausschnitt anschauen.



In Bewegung: Animierte Schrift und Werbespots machen Radio online zum Hingucker.

Lesen am Bildschirm ist hart: Warum sich nicht zwischendurch mal ein Filmchen schauen?



Schon der rote Play-Button auf der Titelseite des SRG-Geschäftsberichts 2009 macht klar: Weitere Informationen warten nach dem Klick. Wer die Printfassung des 156-seitigen Berichts in der Hand hält, bekommt nach einem bilderreichen Einstieg wichtige und spannende Informationen über das Radio-, Fernseh- und Multimedia-Angebot der SRG und über das soziale und gesellschaftliche Engagement des Unternehmens. Dann folgt der obligatorische Zahlenteil. Die wichtigsten Zahlen, Daten und Fakten hat die Agentur noch einmal in einem handlichen Extraheft für die Westentasche zusammengefasst, das in die Printversion eingeklebt ist und in die Online-Fassung als PDF integriert wurde.

Die Online-Fassung ist ein Abbild der gedruckten, wartet aber mit einigen Gadgets auf: In der Printversion informiert beispielsweise eine Doppelseite über das Open-Air Lumnezia, online kann der Leser auf der gleichen Seite auf einen Button klicken und sich eine SF-Reportage über das Festival anschauen. Vom Online-Inhaltsverzeichnis kann der Leser direkt in die gewählten Kapitel springen, ausserdem hat er die Möglichkeit, nach Begriffen zu suchen. Die Tabellen, die im Print klassisch daherkommen, sind im Online animiert und bauen sich erst vor den Augen des Lesers auf. Und im Fliesstext der Online-Version sind Links platziert, die direkt auf die Angebote ausserhalb des Geschäftsberichts führen, um die sich der Text dreht. Durchblättern können Leser die Online-Fassung genauso wie den gedruckten Geschäftsbericht: Statt des benetzten Zeigefingers nehmen sie allerdings die Maus zur Hilfe. In der gedruckten Fassung wiederum geben Play-Buttons auf Bildern sowie farbig markierte Links das Signal, dass die Online-Fassung an den entsprechenden Stellen Zusatzmaterial bereithält.

Verzahnung in Perfektion

«Die SRG wollte nicht auf den gedruckten Geschäftsbericht verzichten, aber auf jeden Fall eine Online-Fassung anbieten – denn das Unternehmen steht schliesslich für Medienkonvergenz», erläutert Thomas Heusser, Geschäftsführer von Heusser Communicates. «Wir haben uns dagegen entschieden, eine extra Website für den Geschäftsbericht aufzubauen, weil das ein völlig anderes Konzept von Gestaltung, Struktur und Navigation bedeutet hätte. Der Kosten- und Zeitaufwand wäre demzufolge stark gewachsen. Stattdessen haben wir ein konvergentes Konzept für Print und Online entwickelt, das die Vorzüge beider Medien verbindet.» Einfach einen analogen Geschäftsbericht zu produzieren und diesen zu digitalisieren, hätte den Ansprüchen der SRG und der Agentur jedoch nicht genügt. Die Verzahnung von Analog und Digital musste von Anfang an mitgedacht werden.

«Wir haben die Online-Fassung des SRG-Geschäftsberichts animiert und verlinkt, Videos und Ton eingebunden. Natürlich gibt es etliche weitere Möglichkeiten, den Online-Bericht mit Gadgets zu versehen», sagt Heusser. «Man könnte zum Beispiel die Bilder der Geschäftsleitungsmitglieder, die im hinteren Teil vorgestellt werden, mit kurzen Videostatements unterlegen. Man muss allerdings aufpassen, dass man die Online-Version eines Magazins oder eines Geschäftsberichts nicht überfrachtet», warnt Heusser. «Es ist nicht immer gut, alles umzusetzen, was geht.»

Das doppelte Blattwerk konnte mit Mehrkosten von rund 15 Prozent realisiert werden. Sie entstanden hauptsächlich durch die Programmierung und Implementierung der Online-Fassung. Da die SRG aus einem grossen Fundus von Video- und Audiomaterial schöpfen konnte, fielen keine weiteren Kosten für die Erstellung von multimedialen Inhalten an. Die SRG bedient mit den beiden Versionen perfekt ihre breit gefächerte Zielgruppe und stellt auch allen Gebührenzahlern spannendes Material zur Verfügung. Die Online-Fassung ist bereits öffentlich zugänglich, die Printfassung wird in den nächsten Tagen verschickt.

Anne-Friederike Wilhelm

TV ONLINE
www.srg-ssr.ch/gb2009
www.heussercom.ch