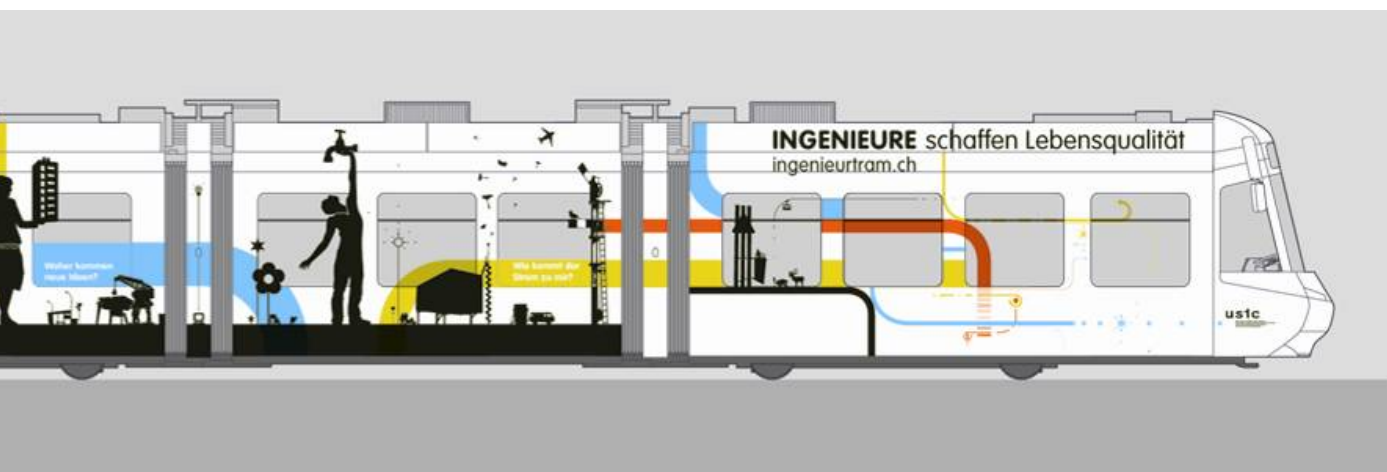


## ingenieurtram.ch **Sponsoringdokumentation**

Sensibilisierungskampagne für die Leistungen  
von Ingenieurinnen und Ingenieuren

2009-2011 auf dem Tramnetz der VBZ



## DAS INGENIEURTRAM AUF EINEN BLICK

Trägerin:	usic – Vereinigung beratender Ingenieurunternehmungen, Regionalgruppe Zürich Die usic ist die grösste patronale Planervereinigung in der Schweiz und zählt 781 Mitglied- unternehmen mit rund 6000 Mitarbeitenden. Der Regionalgruppe Zürich sind 94 Mitgliedun- ternehmen mit über 2000 Mitarbeitenden angeschlossen. Weitere Informationen zur usic finden Sie unter: <a href="http://www.usic.ch">www.usic.ch</a>
Botschaft:	«Ingenieure schaffen Lebensqualität»
Laufzeit:	Voraussichtlich ab Sommer 2009 für zwei Jahre (Option auf Verlängerung)
Tramtyp:	Cobra
Tramlinien:	Gesamtes Tramnetz der VBZ, das von der Cobra befahren werden kann: Linien 3, 4, 9, 11, 13, 14 (Stand: 3/2009)
Anzahl Fahrgäste:	Beispiel eines Trams der Linie 14 (VBZ-Statistik Fahrplanjahr 2008): - Pro Werktag (Mo-Fr): 4714 Fahrgäste - Pro Wochenend-Tag (Sa, So): 4426 Fahrgäste - Pro Monat (Mo-So): 139'122 Fahrgäste - 27 Haltestellen
Website:	<a href="http://www.ingenieurtram.ch">www.ingenieurtram.ch</a>
Zielgruppen:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Allgemeine Bevölkerung (Förderung der Wertschätzung der Ingenieurleistungen)</li> <li>- Jugendliche vor der Berufs- oder Studienwahl (Nachwuchsförderung)</li> <li>- Privatwirtschaft und öffentliche Hand (Auftraggeber der Ingenieure)</li> <li>- Medien (Berichterstatter über Ingenieurleistungen)</li> </ul>
Kommunikations- mittel:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 6 Flachbildschirme im Tram: Filme, Animationen, Standbilder, Newsticker etc.</li> <li>- Flyer, Broschüren und Plakate im Tram</li> <li>- Veranstaltungen: Tram wird als Transportmittel und Ausstellungsplattform genutzt</li> <li>- Website <a href="http://www.ingenieurtram.ch">www.ingenieurtram.ch</a></li> <li>- Medienarbeit</li> <li>- Kommunikation über das Netzwerk von usic und seinen Mitgliedunternehmen</li> <li>- Wochenweise Themenspecials, z.B. über «Ausbildung im Ingenieurbereich», «Ingenieure und Umwelt» oder «Wie sehen Ingenieure die Zukunft Zürichs?»</li> <li>- Stilistisch vielfältige Umsetzung der Inhalte: Die Inhalte werden sowohl von Ingenieurin- nen und Ingenieuren als auch von Personen aus anderen Disziplinen (z.B. Studierenden an Designfachschulen) gestaltet</li> </ul>

# 1. ZIEL DER KAMPAGNE

## Sensibilisierung für Ingenieurthemen

Ingenieurinnen und Ingenieure in den Bereichen Bau, Umwelt und Verkehr tragen mit ihrer Arbeit massgeblich zur Förderung der allgemeinen Lebensqualität bei. Ihre vielfältigen Produkte und Dienstleistungen werden in der Öffentlichkeit aber nur beschränkt als wertvolle Ingenieurleistungen wahrgenommen. Dies hat bedeutende Folgen: Die Ingenieurbranche leidet unter gravierendem Nachwuchsmangel, bescheidener Medienpräsenz sowie einem verhältnismässig tiefen Honorar- und Salärniveau.

Die Regionalgruppe Zürich der Vereinigung beratender Ingenieurunternehmungen usic setzt sich intensiv mit dieser Herausforderung auseinander und hat einen Vorschlag für eine Sensibilisierungskampagne ausgearbeitet. Sie will in der Stadt Zürich ein Thementram lancieren.

Mit dem Tram soll eine Plattform für Ingenieurleistungen im Zusammenhang mit gesellschaftlich relevanten Themen geschaffen werden: Ingenieurleistungen und ihre Bedeutung für die Lebensqualität und die wirtschaftliche Attraktivität eines Standorts. Das Thementram soll auf eindrückliche, lebendige und vielseitige Weise den vielfachen Nutzen von Ingenieurleistungen für die Gesellschaft aufzeigen.

*Wir laden Sie ein, das Ingenieurtram mitzugestalten.*

## Zielgruppen

Das Tram als Kommunikationsplattform soll ein möglichst breites Publikum erreichen. Mit seinen wechselnden Inhalten rund um die Ingenieurwelt können aber auch einzelne Zielgruppen spezifisch angesprochen werden. So sollen zum Beispiel Jugendliche mit Informationen über Ausbildungsmöglichkeiten bedient werden (s. Inhaltskonzept).

Unsere Zielgruppen sind:

- allgemeine Bevölkerung (Förderung der allgemeinen Wertschätzung von Ingenieurleistungen)
- Jugendliche vor der Berufs- oder Studienwahl (Nachwuchsförderung)
- Privatwirtschaft und öffentliche Hand (Auftraggeber der Ingenieure)
- Medien (Berichterstatter über Ingenieurleistungen)

## 2. THEMENTRAM ALS PLATTFORM

### Einsatz des Ingenieurtrams

Das Tram - Typ Cobra - wird zwei Jahre lang auf wechselnden VBZ-Linien verkehren. Damit wird es in vielen Quartieren der Stadt präsent sein und eine grosse Anzahl von Menschen erreichen. Geplanter Start: Sommer 2009

### Kommunikationsmittel

Vielfältige Kommunikationsmittel werden eingesetzt: Im Tram werden sechs Flachbildschirme eingebaut, über die Filme, Standbilder und Newsticker präsentiert werden können (kein Ton verfügbar). Zudem können die Fahrgäste über Plakate, Broschüren und Flyer erreicht werden.

Das Tram wird für verschiedene Veranstaltungen (z.B. Aktionstage der Stadt Zürich) und auf Sonderfahrten als Ausstellungsplattform, Treffpunkt und Transportmittel eingesetzt. Über Medienarbeit wird die Öffentlichkeit über die Trameinsätze informiert.



Abb.: Mögliche Screengestaltung für die Bildschirmbeiträge



Abb.: Gestaltungsentwurf für Broschüren (Titel- und Innenseiten)

Abb.: Rohentwurf der Tramgestaltung



### 3. INHALTSKONZEPT

#### Generelle Inhalte

Mit dem Tram möchte die usic die Bedeutung von Ingenieurleistungen für die Bevölkerung zeigen: Wie beeinflussen diese Leistungen unseren Alltag, unsere Umwelt, unser Leben? Wie schaffen Ingenieure Lebensqualität?

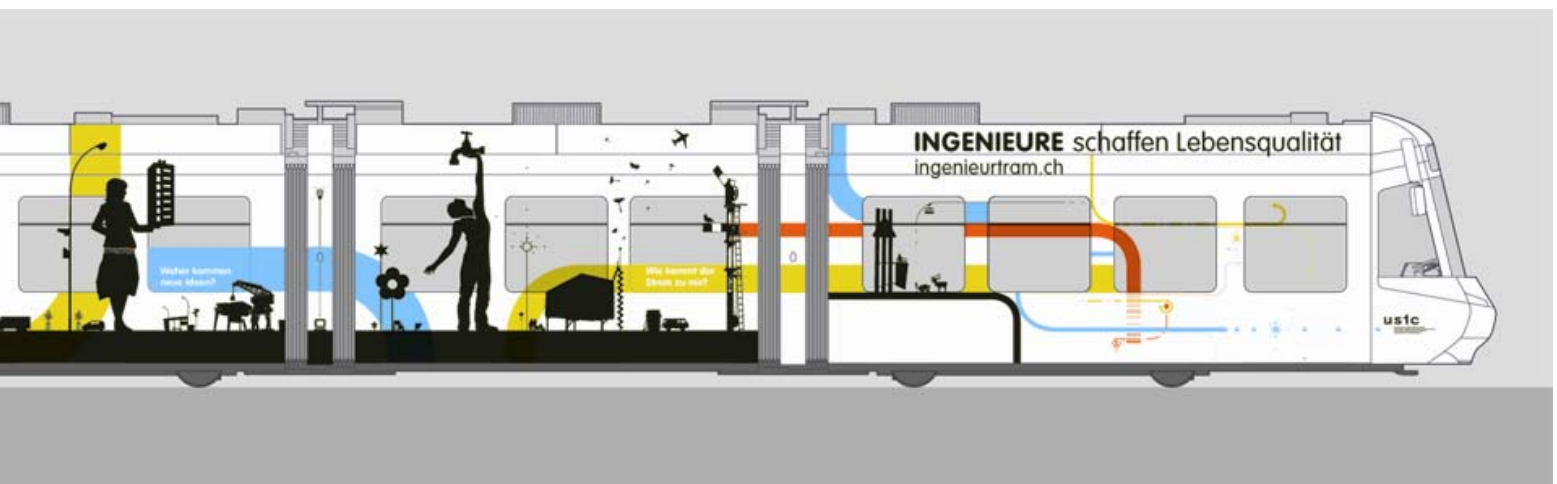
Eindrückliche Ingenieurprojekte, die unser Leben nachhaltig beeinflussen, sollen präsentiert werden (z.B. Durchmesserlinie der SBB). Aber auch alltägliche Dinge, hinter denen sich spannende Ingenieurlösungen verbergen, werden thematisiert (z.B. das Tram selbst). Wichtig ist es, einen überraschenden und spannenden Blick aus der Nutzerperspektive zu ermöglichen.

Die Inhalte für die Bildschirme werden in unterschiedlichen Stilen umgesetzt, um lebendige Geschichten bieten zu können. So sollen sowohl technische Gestalter wie auch Studentinnen und Studenten von Design- und Kunsthochschulen Filme für das Tram produzieren.

#### Themenspecials

Spezialthemen wie «Ausbildung im Ingenieurbereich», «Ingenieure und Umwelt» oder «Wie sehen Ingenieure die Zukunft Zürichs?» sollen jeweils für die Dauer von wenigen Wochen ausgewählte Botschaften der Kampagne verstärken und unterschiedliche Zielgruppen spezifisch ansprechen. Im Rahmen dieser Specials werden einzelne Fachbereiche des Ingenieurwesens gezielt präsentiert.

Diese Themenschwerpunkte bieten unseren Sponsoren geeignete Präsentationsmöglichkeiten, weil sie sich im Kontext von themenverwandten Projekten, Unternehmen, Organisationen positionieren können. In diesem Bereich streben wir eine enge Zusammenarbeit mit möglichen Sponsoren an.



## 4. SPONSORING: FORMEN DER UNTERSTÜTZUNG

### Finanzen, Inhalte und Dienstleistungen

Das Ingenieurtram ist in zweierlei Hinsicht auf verbandsexterne Unterstützung angewiesen: Einerseits werden zusätzliche Sponsoren für die Finanzierung des Trams gesucht. Andererseits ist das Tram auf weitere inhaltliche und kommunikative Mithilfe angewiesen – sei es in Form von Informationen und Bildmaterial (Foto, Film, Grafiken) zu Ingenieurprojekten, oder sei es in Form von weiterer Bearbeitung solcher Bilder zu Filmen und gedruckten Publikationen.

### Imagetransfer

Nicht zuletzt hängt der Erfolg des Themen-trams davon ab, ob seine Botschaften glaubwürdig dargestellt und weit bekannt gemacht werden können. Das Tram ist deshalb darauf angewiesen, dass seine Unterstützer sich als Botschafter des Trams engagieren und auf seinen Informations- und Unterhaltungswert hinweisen.

Wie können Sponsoren das Ingenieurtram unterstützen?

Finanzielle Unterstützung:	Jede Kampagne kann nur auf Basis einer gesicherten Finanzierung wirkungsvoll geplant und umgesetzt werden. Das Ingenieurtram ist auf zusätzliche finanzielle Unterstützung angewiesen, um den angestrebten Effekt zu erreichen.
Inhalte:	Sie haben spannende Ingenieurprojekte? Senden Sie uns Informationen und Bildmaterial (Fotos, Grafiken, Filme etc.). Wir produzieren daraus Beiträge für die Filme, Broschüren, Plakate und Events.
Technische / gestalterische Unterstützung:	Verfügen Sie über spezielle Kommunikations-Fertigkeiten? Dann unterstützen Sie uns bei der Umsetzung der Inhalte: Zum Beispiel bei der Produktion von Filmen, Podcasts, Webinhalten oder Events.
Informationen und Services:	Haben Sie interessante Informationen zum Beispiel zu Ausbildungsangeboten oder zu themenrelevanten Veranstaltungen? Senden Sie uns diese. Wir machen daraus Mehrwert für die Fahrgäste.
Kontaktnetz und Kommunikationsplattform:	Sind Sie gut vernetzt? Dann nutzen Sie Ihr Netzwerk, um das Tram weit herum bekannt zu machen. So erreicht unsere Kampagne viele interessierte Menschen.

## 5. SPONSORING: MEHRWERT FÜR DEN SPONSOR

### Individuelle Zusammenarbeit

Das Ingenieurtram lebt von seinen vielseitigen Inhalten. Seine Sponsoren und ihre Projekte sollen deshalb prominent in die Kampagne integriert werden. Mit jedem Sponsoren suchen wir hierzu nach wirkungsvollen Möglichkeiten zur Positionierung des Unternehmens, der Organisation oder von Projekten. Unsere Kommunikationsmittel bieten hierbei flexible Plattformen. Im Rahmen der Themenspecials können zudem attraktive Themenkontexte geschaffen werden (s. Inhaltskonzept).



Abb.: Mögliche Innengestaltung des Trams mit Nennung der Sponsoren

Wie werden die Sponsoren in der Kampagne präsentiert?

Sponsoringformen:	Nennung auf der Sponsorentafel im Tram	Nennung auf der Website <a href="http://www.ingenieurtram.ch">www.ingenieurtram.ch</a>	Nennung auf Broschüren und in Filmen zu Projekten	Nennung im Tram (Aufdruck des Logos auf Wand oder Decke)	Nennung auf der Tramhülle	Auflage von Unternehmensbroschüren und Flyern im Tram (gestaltet im Tram-Layout)	Werbespots/-Standbilder auf den Bildschirmen im Tram	Themenspecials: Nennung auf Plakaten und Broschüren	Sonderfahrten: Nennung auf Plakaten und Broschüren	Einsatz des Trams für eigene Veranstaltungen
Mitglieder der usic Regionalgruppe Zürich	x	x	x <sup>1</sup>					x <sup>1</sup>	x <sup>1</sup>	x <sup>5</sup>
Sponsoren von Projektinhalten, Bildmaterial, Dienstleistungen, Services etc.	x	x	x			x <sup>2</sup>		x <sup>3</sup>	x <sup>3</sup>	x <sup>5</sup>
Goldsponsoren: über CHF 50'000.-	x	x	x	x	x	x	x	x <sup>3</sup>	x <sup>3</sup>	x <sup>4</sup>
Silbersponsoren: CHF 10'000-50'000.-	x	x				x <sup>2</sup>	x <sup>2</sup>	x <sup>3</sup>	x <sup>3</sup>	x <sup>4</sup>
Sponsoren unter CHF 10'000.-	x	x								x <sup>5</sup>

<sup>1</sup> sofern das Mitgliedunternehmen einen inhaltlichen Beitrag leistet

<sup>2</sup> in beschränktem Umfang

<sup>3</sup> sofern thematisch passend

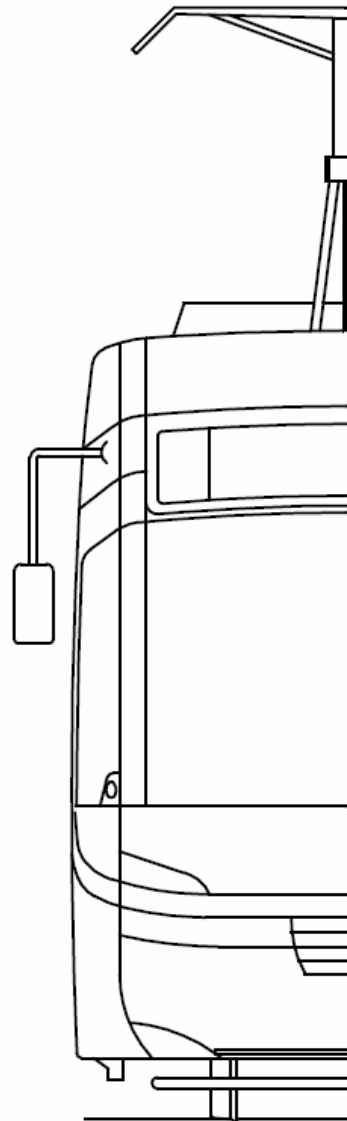
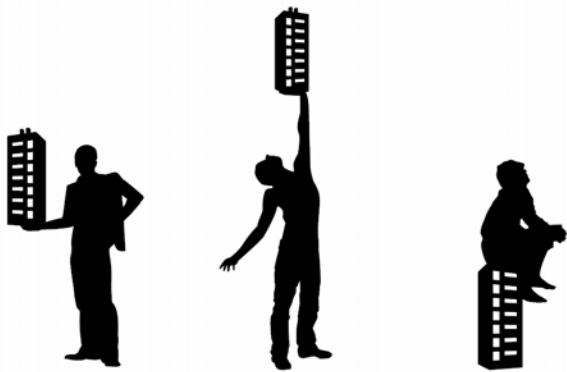
<sup>4</sup> das Tram wird *vergünstigt* zur freien Verfügung gestellt: Grundkosten sind gedeckt, weitere Kosten (z.B. Catering) übernimmt der Sponsor

<sup>5</sup> das Tram wird zur freien Verfügung gestellt: alle Kosten (Trammiete, Catering, Beschriftung etc.) gehen zu Lasten des Sponsors

## Treten Sie mit uns in Kontakt.

Für Fragen, Anregungen und Inhalte für das Tram wenden Sie sich bitte an:

Christian Salis, Projektleiter Ingenieurtram  
Basler & Hofmann, Forchstrasse 395, 8032 Zürich  
Tel. direkt 044 387 12 73 oder 079 712 64 61  
christian.salis@bhz.ch



# USIC

Union Suisse des Sociétés d'Ingénieurs-Consells  
Schweizerische Vereinigung Beratender Ingenieurunternehmen  
Unione Svizzera degli Studi Consulenti d'Ingegneria  
Swiss Association of Consulting Engineers  
Member of FIDIC and EFCA

Regionalgruppe Zürich