

29.03.2022 - 22:20 Uhr

Total modular, echt regional: Das «Wir Kaufleute» geht neue Wege



Total modular, echt regional:

Das «Wir Kaufleute» geht neue Wege

Die neueste Ausgabe des Magazins «Wir Kaufleute» markiert einen Meilenstein: Erstmals in seiner Geschichte erscheint das Mitgliedermagazin des Kaufmännischen Verbands Zürich (kfmv Zürich) als Mantelpublikation für weitere Sektionen des Kaufmännischen Verbands. 30'000 Stück erreichen so eine interessierte Leserschaft in der Deutschschweiz. Im Lead ist der kfmv Zürich und die Zürcher Kommunikationsagentur Panta Rhei PR.

«Arbeitsformen der Zukunft»: Aktueller könnte das Thema nicht sein – der Schwerpunkt der neuesten Ausgabe setzt zugleich den Auftakt für eine neue Ära von «Wir Kaufleute». Gestern Abend wurde im Zürcher «Kaufleuten» das neukonzipierte Magazin feierlich aus der Taufe gehoben. Ab sofort erscheint das Mitgliedermagazin des Kaufmännischen Verbands Zürich in einer Auflage von 30'000 Stück als Mantel für weitere Sektionen des Kaufmännischen Verbands Schweiz. Mit dabei sind neben Zürich auch die Sektionen Basel, Baselland, Bern, Glarus, Grenchen, Oberengadin, Ostschweiz, Schaffhausen, Südostschweiz und Wetzikon-Rüti. Die Sektionen liefern massgeschneiderte Inhalte für ihren individuellen Einleger, mit dem sie ihre Mitglieder künftig über Neuigkeiten und Themen aus ihrem unmittelbaren Umfeld informieren. Der Kaufmännische Verband Schweiz verantwortet die Inhalte der Mantel-Rubriken «Engagement» und «Politik».

Der Lead für Konzeption, Produktion und Redaktion liegt weiterhin beim Kaufmännischen Verband Zürich – fachkundig unterstützt von der Kommunikationsagentur Panta Rhei PR. Das Design stammt aus der bewährten Hand von Sonja Studer Grafik.

Relevante Inhalte, beste Unterhaltung, keine Tabus

Der Mantel des Magazins liefert wie bisher aktuelle Interviews und fundierte Hintergrundberichte zu arbeits- und bildungsrelevanten Themen: informativ, pointiert und unterhaltsam. Jede Ausgabe widmet sich vertieft einem Schwerpunktthema – in diesem Fall «Arbeitsformen der Zukunft» – und lässt Fachpersonen aus dem kaufmännisch-betriebswirtschaftlichen Bereich sowie aus Wissenschaft und Bildung zu Wort kommen. Dies nicht in Form einer nüchternen Publikation, sondern mit dem Anspruch, aktuell, attraktiv und aufrüttelnd zu sein. Das

moderne Design und die gepflegte Bildsprache bilden die Klammer, spannende Rubriken das Fleisch am Knochen. Es gibt nur ein Tabu: Die gleichnamige Rubrik, die heikle Themen aufgreift, die alle beschäftigen, über die aber niemand spricht, wie sexuelle Belästigung, psychische Gesundheit oder Diebstahl am Arbeitsplatz. «Wir freuen uns darauf, mit der Ergänzung durch die Sektionen noch mehr Kaufleute mit interessanten und relevanten Themen aus Arbeitswelt, Beruf und Bildung zu bedienen. Wir zeigen damit, dass unser Verband am Puls bleibt mit Themen, die uns alle etwas angehen, in der Stadt und auf dem Land. Viermal im Jahr erscheint das logistische Meisterwerk, das an über 30'000 Lesende in der Deutschschweiz geht», sagt Amalia Zurkirchen, Geschäftsführerin des Kaufmännischen Verbands Zürich und Herausgeberin des «Wir Kaufleute».

Medienkontakt

Panta Rhei PR AG, Dr. Reto Wilhelm

T +41 44 365 20 20, info@pantarhei.ch

www.pantarhei.ch

Medieninhalte



Zentral produziert, schweizweit präsent: Der Kaufmännische Verband Zürich bedient mit dem Mitglieder magazin «Wir Kaufleute» neu zusätzliche KV-Sektionen (Foto: ©Jesca Li)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018582/100887164> abgerufen werden.