

**EIGENMANN**

Die Zürcher Agentur Eigenmann Unternehmenskommunikation bietet ihre Dienstleistungen im Bereich Kommunikationsberatung und Medientraining an.

Sie unterstützt Unternehmen und öffentliche Institutionen wie Spitäler, Städte und Bundesämter durch vorgängige Recherchen, Themensetzen und Fokussieren. Zu den Kunden zählen unter anderem das Berner Inselspital, die Hirslanden-Klinik, American Express, das Staatssekretariat für Wirtschaft (seco) und die Stadt Zürich.



## Grösser als der Markusplatz in Venedig

Ab 2012 soll die Zürcher Sechseläutenwiese zur Flaniermeile werden. Der Münsterhof wird von Parkfeldern befreit. Eigenmann Unternehmenskommunikation hat die Stadt beim «Schmackhaft-Machen» dieser Projekte beraten.

**W**ie können Themen so zugeschnitten werden, dass sie in den Medien eine positive Resonanz erfahren? Wie können bei einer Medienkonferenz die zu erwartenden heiklen Fragen schon vorweg abgeholt werden? Solche kommunikativen Aufgaben gehören zum Beratungsmandat von Andreas Eigenmann für die Stadt Zürich. Seit drei Jahren arbeitet seine Unternehmenskommunikation projektbezogen für das Tiefbauamt. Zu einer spannenden Geschichte wurde dabei das Begleiten der Umgestaltung der beiden

Plätze Sechseläutenwiese und Münsterhof. Wie können hier einschneidende Veränderungen der vorerst noch misstrauischen Bevölkerung als positive Neuerung schmackhaft gemacht werden? – Denn von einem auf den ersten Blick noch nicht sichtbaren Mehrwert sind die Planer überzeugt. Dazu wartete



Richtig kommunizieren ist entscheidend: Weil 55 Parkplätze in das Opernparkhaus verschoben werden, kann der Zürcher Münsterhof bald wie eine italienische Piazza von Einheimischen und Touristen genossen werden.

aber die Knacknuss: Wie kann die Stadtverwaltung die unterschiedlichen Interessen von Gewerbe, Bevölkerung, Opernhaus und Autofahrer unter einen Hut bringen? Die Clippings einer Medienresonanzanalyse haben Eigenmann gezeigt, wo bei diesen Bauprojekten «kritische Töne» zu erwarten sind. Bei der Sechseläutenwiese gab es zum Beispiel Vorbehalte, weil der traditionelle Platz für den Circus Knie und die Böögg-Verbrennung in Zukunft keine Rasenfläche mehr bietet. Im Vorfeld der Medienkonferenz waren in den Medien negative Stimmen zu vernehmen, die kritisierten, dass der Platz mit Valser Quarzit «zugepflastert» werden soll.

«Für mich war klar: Wir müssen in unserer Kommunikation ein Gegenbild zum toten Platz schaffen. Dieses Gegenbild ist das Lebendige», erklärt Eigenmann das Konzept, welches schliesslich in enger Zusammenarbeit mit François Aellen den Weg in die öffentliche Meinung gefunden hat. Der Direktor des Tiefbauamtes ist überzeugt, dass das italienische Lebensgefühl sinnbildlich für das Flair der umgestalteten Plätze stehen soll. So ist schliesslich die Idee für das Projekt «Piazza» entstanden. Eigenmann und Aellen suchten: Wo gibt es einen solch grossen Platz wie den Sechseläutenplatz? Die Lösung war der Markusplatz in Venedig. Dieser wird von Millionen Touristen bewundert, obwohl er auch mit einem schönen Stein statt Rasen bedeckt ist. Er grenzt ans Meer – der Sechseläutenplatz an den See. Dazu ist der Markusplatz sogar kleiner. Das führte somit zur Schlagzeile: «Grösser als der Markusplatz in Venedig», wie es die NZZ nach der Medienkonferenz wohlwollend in ihrem Titel aufgenommen hat.

Als ein «Juwel nach italienischem Vorbild» hat die Agentur anschliessend auch den Münsterhof verbal zu einer Zürcher «Piazza» umgestylt. Den Rest versprechen die Architekten zu tun.

**Andreas Panzeri**