
*Sie wollen mit Ihrer Marke ein Thema mit Inhalt besetzen?
Dann lassen Sie NZZ Content Solutions für sich sprechen!*

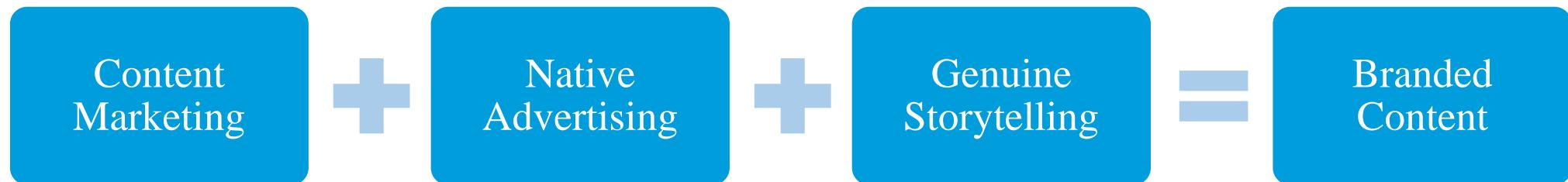
**WHAT'S
YOUR
STORY?**

Zürich, September 2017

NZZ

Ihr Dienstleister für Corporate Publishing mit NZZ-Format

NZZ Content Solutions



NZZ Content Solutions ist der kundenorientierte Corporate-Publishing-Dienstleister für Unternehmensmedien mit journalistischem Storytelling nach NZZ-Qualitätsstandards. Unser Projektmanagement-Angebotsspektrum reicht von Konzeption und Gestaltung über Redaktion und Korrektorat bis hin zu Produktion und Distribution – für Corporate Print, Digital, Crossmedia oder PR. Die massgeschneiderten Inhaltslösungen können via NZZ-Trägertitel oder über kundenspezifische Kanäle verbreitet werden.

Unsere Verlagssynergien werden Ihre Agentur-Werkbank

Projektmanagement

NZZ Content Solutions

Konzeption

NZZ Content Solutions

Gestaltung/Layout

NZZ media services

Vorstufe/Druck

NZZ media services

Distribution

NZZ media services

Vermarktung Print

NZZ Media Solutions

Vermarktung Digital

audienzz

Videoproduktion

tele¹

*Publizistischer USP:
Informeller Austausch
mit den Redaktionen*

Neue Zürcher Zeitung **NZZamSonntag**

Bellevue
NZZ

z Stil

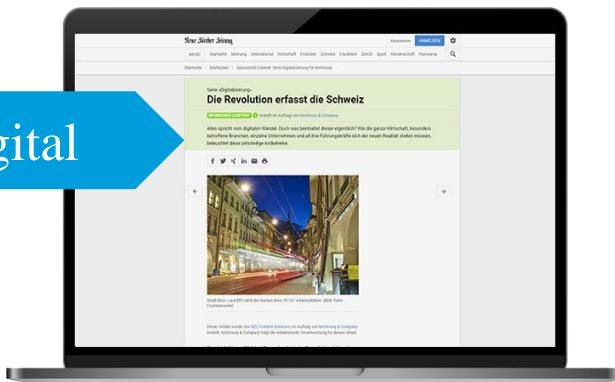
NZZ Content Solutions

Journalistisches Storytelling nach NZZ-Qualitätsstandards

Corporate Print



Corporate Digital



Corporate Crossmedia



Corporate PR

Neue Print-Distributionskanäle – Owned Media @ NZZ



NZZ-Verlagsbeilage im
Broadsheet-Format zu
«Neue Zürcher Zeitung»
oder «NZZ am Sonntag»



Themenheft
im Guide-
Format zu
Magazinen
«Stil» oder
«NZZ Folio»



Sonderdruck im Magazin-
Format mit Artikelserien
aus «Neue Zürcher Zeitung»
oder «NZZ am Sonntag»

Neues Print-Werbeformat – Sponsored Content @ NZZ

Genuss

Sponsored Content für Mastercard

Das 3. Street Food Festival findet vom 7. bis 24. September im ehemaligen Harturmstadion in Zürich statt.

Schlemmen und spenden

An den Events von FOOD ZURICH und am Street Food Festival können Besucherinnen und Besucher nicht nur geniessen, sondern auch Gutes tun.

795 Millionen Menschen weltweit sind hungrig

Aber das Thema Essen ist nicht nur mit Genuss verbunden, sondern auch mit Ambitionen: Zeigen Workshops gegen Food Waste oder karitative Events gegen den Hunger, die ebenfalls Teil von FOOD ZURICH sind, werden nicht nur das Leid nicht direkt vor unseren Augen abspülen, wissen wir, dass es den Hunger gibt – und dass es umso mehr lebt: 795 Millionen Menschen weltweit haben jeden Abend hungrig zu Bett und jede dritte Person leidet unter einer Form von Unterernährung, das ist der Stand der Dinge.

Kinder unter 5 Jahren sind die Folge von Unterernährung – das sind 3 Millionen Kinder pro Jahr, die nicht ausreichen, um zu überleben. Das Dilemma ist offensichtlich: In reichen Ländern gibt es Nahrung im Überfluss, in Entwicklungs- und Schwellenländern aber Mangelernährung und besondere Zukunftschancen zu sichern. Für jedes Mastercard-Transaktion im Zusammenhang mit dem Ankauf von FOOD ZURICH und am Street Food Festival spendet Mastercard mit Hilfe des World Food Programmes (WFP) eine Schüssel mit 100g im Wert von 0,20 Euro an Kinder in Afrika.

Das Street Food Festival findet im Rahmen von FOOD ZURICH statt, einem offiziellen Fest, das in über 100 Städten und Orten vom 7. bis 17. September Genuss und Kulinarik zelebriert. In dieser Zeit scheint es, ist in Zürich das Schlafsaalland zu Gast. Es locken eine urbane Trubelwucht, Kochkurse, köstliche Spargelinge, Degustationen und vieles mehr. Auch für Familien und Kinder ist gesorgt.

Mit Mastercard zahlen für Schulmahlzeit in Afrika

Mastercard unterstützt mit seinen Aktionen das WFP-Schulmahlzeitprogramm, um Schuleingang und -besuch zu ermöglichen und besser Zukunftschancen zu sichern. Für jede Mastercard-Transaktion mit World Food Programme (WFP) der Kategorie „Geniessen und dabei Gutes tun“ ist eine Aktion von Mastercard, die sich für das WFP-Schulmahlzeitprogramm einsetzt, um Kindern weltweit Bildung und bessere Zukunftschancen zu sichern.

♦ mastercard.ch/food

Aktuelle Beispiele
aus Magazin «Stil»
(vor Redesign per
15. Oktober 2017)

Reisen

Sponsored Content für Globus Reisen

Von oben links im Uhrzeigersinn: Imam-Moschee in Isfahan (Iran), Ngorongoro-Krater (Tansania), Victoria-Wasserfälle (Sambia und Simbabwe) und Menara-Gärten in Marrakesch (Marokko)

Der Kreuzflug beginnt im Kopf

Exklusive Rundreisen im Privatjet sind Plänsche. Doch die Gäste in der Business Class sollen gar nicht merken, wie viel Aufwand und Akribie hinter der Organisation stecken.

Die Faszination von mehr wöchigen Kreuzfahrten für Reisende bei Heimathafen ist längst auf einen Neuanfang gebracht. Unter seinegleichen in relativ kurzer Zeit möglichst Unbekanntes auf ungewohntem Meereskontinent zu entdecken und dabei abseits von Massentourismus und Linienverbindungen nicht auf ein gewisse Massenreise zu verzichten. Erschwinglich ist das jedoch nicht, wenn sie gleichzeitig einen Haushalt sowie ein Bordloch, Monika Peter weiß, wovon sie spricht. Sie gehört nächstes Jahr erneut zum eingespielten Team an Reiseleitern, die aktiv mit von der Partie sind. Sechs der Fläze sind laut Monika Peter abwechseln, um sich in der Luft und am Boden auf Deutsch oder Französisch um das Wohl der Kunden zu kümmern. Auch die Planung der Kreuzfahrt & Orient von Globus Reisen vom 8. bis 29. Mai 2018 abfließt Zürich und führt durch verschiedene Geflogen wird mit einer 96-pilotigen VIP Boeing 767-300ER der Chartergesellschaft Air Europa, die eine exklusive Business-Class-Bestuhlung. Die Preise starten bei 39'800 Franken pro Person in der Double-Kabine.

Einen halb Jahr vorarbeit

Und was man alles Recht für die Verantwortlichen hat, wenn sie die Gäste zum Schluss dankbar und mit Tränen in den Augen von der Besatzung und den Reiseleitern verabschieden. Späteren kann man wieder, wie sich unsere Mühe und Energie, die wir in den vergangenen einhalb Jahren in dieses Grossprojekt investierten,

gelohnt haben, erklärt Monika Peter, Praktisch-Direktor Special Tours bei Heimathafen. Das Voranfahren organisiert seit bald 30 Jahren regelmäßig solch exklusive Rundreisen im Privatjet, seit rund 15 Jahren unter seinem Premium-Marken-Globus-Reisen – das nächste Mal im kommenden Mai (siehe Kasten rechts).

Nicht alles lässt sich planen

Die hohe Kunst besteht laut Monika Peter darin, dass die Passagiere in der Business Class nicht den Eindruck bekommen, dass sie nichts merken, wie viel Aufwand und Akribie hinter den Plänsche stecken. «Der noch nicht dagewordene Kreuzflug soll wie selbstverständliche Sache überzeugen, aber während der Rundreise geht es um Erlebnisse und Emotionen. «Die Weltensummler sollen sich perfekt befinden und dementsprechend das Gefühl von Freiheit und Abenteuer spüren», sagt Monika Peter.

♦ www.globus-reisen.ch/kreuzfug

Neues digitales Werbeformat – Sponsored Content Video @ Bellevue



PASSIONE ENGADINA

Mit italienischen Oldtimern über 7 Pässe in 7 Stunden – Film ab!

Vom 18. bis 20. August 2017 massen sich Classic Cars «Made in Italy» auf den Bergstrassen um St. Moritz. Bei der 6. Ausgabe des Familientreffens war ein historischer Alfa Romeo nicht der Schnellste, dafür der Schönste.

SPONSORED CONTENT

Neues digitales Werbeformat – Sponsored Content Story @ Bellevue

Kopfzeile

IM AUFTRAG VON IWC
SCHAFFHAUSEN

YouTube-Video



«Zeit kann man nicht managen»: Die Modedesignerin Kazu Huggler. (Bild: Michele Limina)

Story/Serie

WIE FRAUEN ZEIT ERLEBEN
«In Japan wird die Zeit fliessender erlebt»

NZZ Content Solutions | Sponsored Content
17.5.2017

Kazu Huggler, Modedesignerin mit japanisch-schweizerischen Wurzeln, begreift Zeit nicht als lineare Linie, sondern als Raum – für Konzentration auf eine einzige Sache, um etwas zu erschaffen.



Über uns
Seite 8



Seit ich Mutter bin, muss ich meine Zeit noch besser einteilen. Bei meiner Arbeit verfliegt die Zeit, man will also noch mehr davon haben. Es gab drum Zeiten, da stand ich schon um 5 Uhr morgens auf, um ungestört und intensiv bis 6.30 Uhr arbeiten zu können. Dann weckte ich die Kinder auf, frühstückte, machte sie bereit für die Schule, und danach ging der Trubel im Laden los. Doch es geschah etwas Seltsames: Je mehr Zeit ich mir einräumte, um Herrin über sie zu werden, desto mehr wurde ich zu ihrer Sklavin. Ich könnte noch früher aufstehen, dreimal so schnell arbeiten oder jede Minute genau verplanen – der Kampf gegen die Zeit ist letztlich aussichtslos. Man hat ihn schon in dem Moment verloren, da man auf die Welt kommt, denn wir sind vergänglich. Ich lernte: Je mehr man gegen die Zeit kämpft, desto weniger hat man von ihr.

Info-Box

Kazu Huggler wurde 1969 als Tochter einer Japanerin und eines Schweizer Unternehmers in Tokio geboren. Nach der Matura in Zürich studierte sie an der Keio Universität in Tokio Japanische Kunstgeschichte und Ästhetik und am Central Saint Martins College of Art and Design in London Modeldesign. Sie absolvierte ein Praktikum bei Vivienne Westwood und gründete 2002 ihr Label «KAZU». Sie ist Gründerin der «Three Cranes Association», die die Tsunami-betroffene Region im Norden Japans beim Wiederaufbau unterstützt.

Die neue Da Vinci-Kollektion von IWC

IKONISCHES DESIGN

Als eine der weltweit führenden Marken im Segment der Luxusuhren kreiert IWC Schaffhausen Meisterwerke der Haute Horlogerie, die Engineering und Präzision mit exklusivem Design vereinen. Mit der neu lancierten Da Vinci-Kollektion knüpft die Traditionsmarke mit einer modernen Interpretation der runden Gehäuseform nahtlos an den ikonischen Designcode der 1980er-Jahre an.



KREIERT FÜR FRAUEN

Zwei Linien der neuen Uhrenkollektion wurden eigens für Frauen kreiert: Die Da Vinci Automatic 36 und die Da Vinci Automatic Moon Phase 36. Alle Referenzen haben auf dem Gehäusesoben die «Blume des Lebens» eingraviert. Diese geometrische Figur wurde von Leonardo da Vinci ausgebildet gezeichnet. Sie repräsentieren seine unermüdliche Suche nach mathematischen Regeln für Schönheit und Proportion.

BRILLANZ DURCH REDUKTION

Als klassische und schlichte Dreizeiger-Uhr wurde die Da Vinci Automatic sowohl für Damen als auch für Herren konzipiert. Der elegante Zeitmesser mit einem Durchmesser von 40 Millimeter ist entweder mit einem ardoisefarbenen Zifferblatt und Edelstahlarmband oder mit einem versilberten Zifferblatt und schwarzem Alligatorlederarmband erhältlich.



Einklinker



WIE FRAUEN ZEIT ERLEBEN
«Die Auktion gibt einem ein kurzes Zeitfenster, um einen ewigen Wert zu erwerben»

Fussnote

Dieser Artikel wurde von NZZ Content Solutions im Auftrag von IWC erstellt. IWC trägt die redaktionelle Verantwortung für diesen Inhalt. Hier geht es zu den NZZ-Richtlinien für Sponsored Content.

NZZ Content Solutions

Neues digitales Werbeformat – Sponsored Content Dossier @ NZZ.ch

Print-Anzeige



Infeed-Teaser

Landing-Page

Vielfältige crossmediale Möglichkeiten

Beispiel: Sponsored Content auf Bellevue und Sponsored Content in Magazin «Stil»

The screenshot shows the Bellevue NZZ website with a navigation bar at the top. Below it, there's a banner for a sponsored content piece about the Street Food Festival. The banner includes a large image of a festival scene at sunset, the festival's name, and some descriptive text. Below the banner, there's a section titled "SCHLEMMEN und spenden" with more text and images related to the festival.

Beispiel: Sponsored Content auf Bellevue und Kundenmagazin zu «Neue Zürcher Zeitung»

The screenshot shows a computer monitor displaying a sponsored content piece from NZZ. The monitor is positioned on a desk next to a keyboard and mouse. The content features a large image of a BMW car, with text overlaying it. Below the monitor, there's a separate image of a landscape with mountains and a lake, with text overlaid on that image as well.

Beispiel: Sponsored Content auf Bellevue und Publireportage in Magazin «Stil»

The screenshot shows the Bellevue NZZ website on the left and a magazine spread from «Stil» on the right. The website has a banner for a sponsored content piece. The magazine spread features a large image of people at a social gathering, with text and smaller images related to the event. The right side of the spread contains a sidebar with more content and images.

Diese Marken lassen für uns sprechen



Vielen Dank für Ihr Interesse an unseren massgeschneiderten Produkten



Norman Bandi
Leiter NZZ Content Solutions

NZZ Content Solutions
c/o NZZ Media Solutions AG
Falkenstrasse 11, 8021 Zürich
Telefon direkt +41 44 258 13 21
norman.bandi@nzz.ch
www.nzzcontentsolutions.ch



Elmar zur Bonsen
Leiter Corporate Publishing

NZZ Content Solutions
c/o NZZ Media Solutions AG
Falkenstrasse 11, 8021 Zürich
Telefon direkt +41 44 258 13 41
elmar.zurbonsen@nzz.ch
www.nzzcontentsolutions.ch



Sandrine Gehriger
Projektmanagerin Content

NZZ Content Solutions
c/o NZZ Media Solutions AG
Falkenstrasse 11, 8021 Zürich
Telefon direkt +41 44 258 11 83
sandrine.gehriger@nzz.ch
www.nzzcontentsolutions.ch

*Sie wollen mit Ihrer Marke ein Thema mit Inhalt besetzen?
Dann lassen Sie NZZ Content Solutions für sich sprechen!*

Anhang: Referenzen

Zürich, September 2017

NZZ

Anhang: Print-Referenzen – Kundenmagazine 2017

RailAway (DE)



Kundenmagazin zu
«NZZ am Sonntag»
am 09/04/2017

SJF (DE, FR, IT)



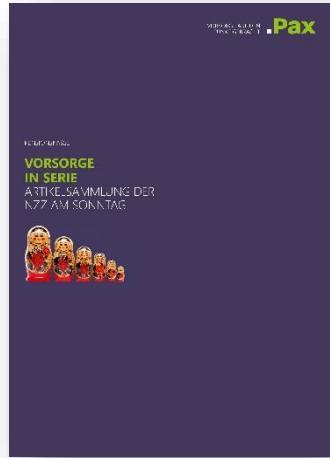
Festschrift für
Schweizer Jugend
forsch (SJF)
im 04/2017

Credit Suisse
(DE, FR, IT, EN)



Erste Ausgabe
«forward» für
Credit Suisse
im 04/2017

Pax (DE)



Sonderdruck von
Artikelserie aus
«NZZ am Sonntag»
im 06/2017

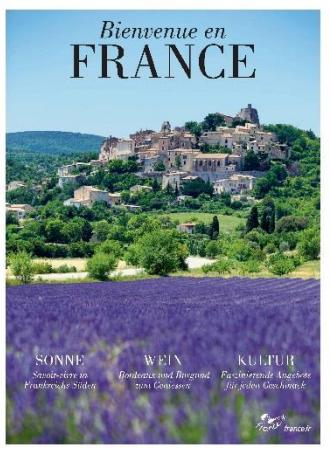
REHAB Basel (DE)



Kundenmagazin zu
«NZZ am Sonntag»
am 07/05/2016

Anhang: Print-Referenzen – Kundenmagazine 2016

Atout France (DE)



Kundenmagazin zu
«Neue Zürcher Zeitung»
am 13/04/2016

BMW Schweiz (DE)



Kundenmagazin zu
«Neue Zürcher Zeitung»
am 24/06/2016

PostFinance (DE)



Kundenmagazin zu
«Neue Zürcher Zeitung»
am 04/11/2016

**ABB Schweiz
(DE, FR, IT, EN)**



Kundenmagazin zu
«Neue Zürcher Zeitung»
am 22/11/2016 und
«NZZ am Sonntag»
am 23/11/2016

Schweiz Tourismus (DE, FR)



Kundenmagazin zu
«NZZ am Sonntag»
am 23/12/2016

Anhang: Digitale Referenzen – Sponsored Content 1

NZZ.ch



McKinsey



Wildbiene



PostFinance



Sunrise

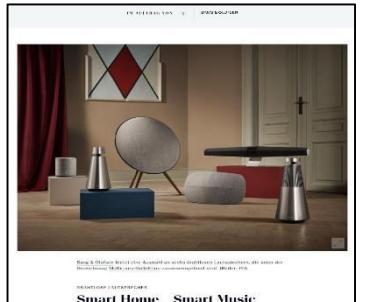
Bellevue



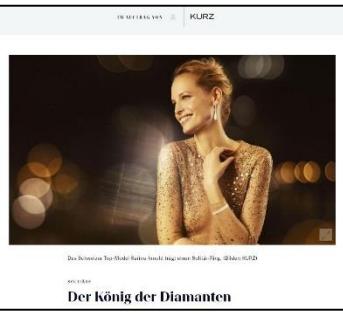
Microsoft



E-Domizil



B&O



Juwelier Kurz



RailAway



VW

Anhang: Digitale Referenzen – Sponsored Content 2

Bellevue – 2016

- BMW: <https://bellevue.nzz.ch/ld.114634>
- Lacoste: <https://bellevue.nzz.ch/ld.112653>
- V-Zug: <https://bellevue.nzz.ch/ld.115141>
- Schweiz Tourismus: <https://bellevue.nzz.ch/ld.116427>
- Globus: <https://bellevue.nzz.ch/ld.113751>
- Österreich Werbung: <https://bellevue.nzz.ch/ld.153393>
- Südtirol: <https://bellevue.nzz.ch/ld.111661>
- Carl F. Bucherer: <https://bellevue.nzz.ch/ld.112698>
- VIU: <https://bellevue.nzz.ch/ld.111668>
- Zalando: <https://bellevue.nzz.ch/ld.129097>

Domizil – 2017

- E-Domizil (1/4): <http://www.nzzdomizil.ch/ferien-im-baudenkmal>
- E-Domizil (2/4): <http://www.nzzdomizil.ch/ferien-wie-gutsbesitzer>
- E-Domizil (3/4): <http://www.nzzdomizil.ch/ferien-in-designer-villa>

Bellevue – 2017

- Microsoft: <https://bellevue.nzz.ch/ld.148374>
- ENIT / Italien: <https://bellevue.nzz.ch/ld.148844>
- E-Domizil (1/4): <https://bellevue.nzz.ch/ld.149353>
- Michael Kors: <https://bellevue.nzz.ch/ld.149461>

Bellevue – 2017 (Fortsetzung)

- Österreich Werbung: <https://bellevue.nzz.ch/ld.147238>
- Geberit (1/2): <https://bellevue.nzz.ch/ld.148657>
- RailAway (1/4): <https://bellevue.nzz.ch/ld.149494>
- Bang & Olufsen: <https://bellevue.nzz.ch/ld.152981>
- Ticino Turismo: <https://bellevue.nzz.ch/ld.153937>
- RailAway (2/4): <https://bellevue.nzz.ch/ld.1288663>
- Juwelier Kurz: <https://bellevue.nzz.ch/ld.1289369>
- IWC (1/3): <https://bellevue.nzz.ch/ld.1290319>
- VW / Amag (1/2): <https://bellevue.nzz.ch/ld.1292389>
- IWC (2/3): <https://bellevue.nzz.ch/ld.1291855>
- E-Domizil (2/4): <https://bellevue.nzz.ch/ld.1292148>
- IWC (3/3): <https://bellevue.nzz.ch/ld.1295642>
- VW / Amag (2/2): <https://bellevue.nzz.ch/ld.1293373>
- Alfa Romeo (1/2): <https://bellevue.nzz.ch/ld.1300029>
- RailAway (3/4): <https://bellevue.nzz.ch/ld.1309595>
- Möbel Pfister (1/5): <https://bellevue.nzz.ch/ld.1310084>
- Alfa Romeo (2/2): <https://bellevue.nzz.ch/ld.1311855>
- Möbel Pfister (2/5): <https://bellevue.nzz.ch/ld.1313210>
- Mastercard: <https://bellevue.nzz.ch/ld.1314567>
- E-Domizil (3/4): <https://bellevue.nzz.ch/ld.1314725>
- Möbel Pfister (3/5): <https://bellevue.nzz.ch/ld.1315705>