

N^o. 1.
Zürcher
Mittwoche,



1780.
Zeitung.

den 12. Jenner.

Nachricht.

Schon einige Jahre hatten wir das Vorhaben, alhier eine politische Zeitung herauszugeben. Verschiedene Zwischenbegebnisse machten es uns unmöglich. Ist aber haben wir den besten Entschluß genommen, damit den Anfang zu machen. Alle Mittwochen und Samstags, auf den Mittag, soll davon ein halber Bogen auskommen, und man bezahlt uns für den vollständigen Jahrgang Ein Gulden und ein Kreuzer, Zürich, Valuta, gegen Entpfangschein zum voraus.

Es wird uns zwar, so wie andere Weltbegebenheiten früher anzuzeigen, Französischen, Englischen, Italienischen, durch zuverlässige Privat, Correspondenzen in unsere Zeitungen einzusuchen die Preise aller dieser Hülfsblätter vergleicht, wird uns mit unserm Nutzen, auch die Beschleunigung der Sache selbst; und wenn wir ten, so bitten wir zu bedenken, Woche bis zur andern unsre Eindrücke Interesse geben werden. Das erste Stück soll den 1. Jenner erscheinen.



nicht möglich seyn, die als sie auswärtige Zeitungen, vermittelt der besten immer so bald zu erhalten, und auch nachbarn thun können. Wer nun mit dem Kosten dieser unsrer Zeitungen lassen: Daß wir in diesem Fall, eine wichtige Aufmunterung seyn, für die das leisten, was wir gerne leisten wollen, lange schwer seyn, und daß wir von ein andern, und der Zeitung selbst dadurch, nicht verbunden.

Kurze Nachricht von dem Seezuge des Grafen von Estaing, seit seiner Abreise von Martinique, so wie selbige zu Nantes gedruckt, und daselbst den 14. December ausgegeben worden.

Den 4ten Julii 1779. eroberte der Graf von Estaing Grenada; zwei Tage nachher fiel die Seeschlacht vor. Den 10ten gieng er zu einer Expedition auf St. Christoph ab, wo er den 3. ten ankam; doch ohne etwas auszuführen, gieng er den 15ten August wieder nach St. Domingo. Von hier segelte er sogleich nach Savannah, und kam daselbst den 30sten an. Den 10ten

September landete er auf der Küste von Aien, und nahm sein Lager zu Minghar Meilen von Savannah.
Der Herr von Estaing war von St. Domingo mit 20 Kriegsschiffen, 10 Fregatten und 3000 Mann, 10 Transport-Schiffen und 3000 Mann abgesegelt. Als er an der Mündung von Savannah-Flusses gekommen war, warf er bis zu dem Ort mit kleinen Schiffen aufzukommen, mit kleinen Schiffen, so war

SWA
ASA

Jahresbericht 2009 + INFO

Warum die Schweizerische Mobiliar auf Unihockey-Sponsoring setzt:



Im November 2008 hatte WEMF-Geschäftsführer Marco Bernasconi in einem INFO-Interview zur Einführung der MA Sponsoring von 15% Anteil des Sponsoring am Marketing-Mix gesprochen - bei rasch steigender Tendenz. Eine detaillierte Untersuchung im INFO vom Juni 2009 bestätigte die zunehmende Bedeutung des Sponsoring. Nun kommen wir zur Praxis: Remo Rusca (Felten & Compagnie) und Alexandra Stiegler (WEMF AG) erläutern eine geradezu klassische «case history» unseres SWA-Mitglieds Schweizerische Mobiliar.

Die Mobiliar - 1826 in Bern gegründet - ist die älteste private Versicherungsgesellschaft der Schweiz. Sie bietet im Schweizer Markt die ganze Palette der Versicherungen an. Rund 1,4 Millionen Kundinnen und Kunden vertrauen der Mobiliar, wenn es um ihre Sicherheit geht. Der Allbranchenversicherer mit der starken Marke pflegt eine ausgeprägte Kundenorientierung und Kundennähe über ein flächendeckendes Netz von über 80 Generalagenturen. Die Mobiliar hat einerseits durchaus Produkte für junge Menschen, andererseits aber ein eher konservatives Profil und einen überdurchschnittlich in den Agglomerationen und ländlichen Gebieten vertretenen Kundenstamm. Soviele vorweg zur Erklärung der Wahl des Sponsoring-Partners.

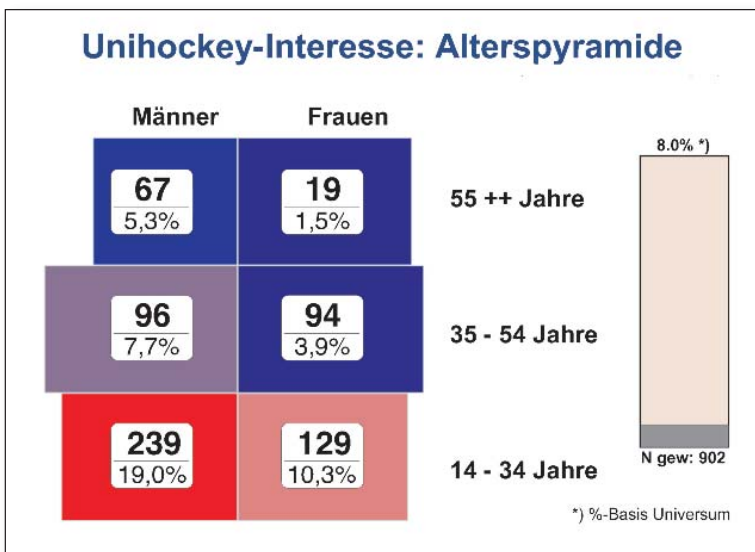
Unihockey-Sponsoring als effektives und vollwertiges Marketinginstrument und als ideale Plattform zur optimalen Erreichung der Zielgruppe

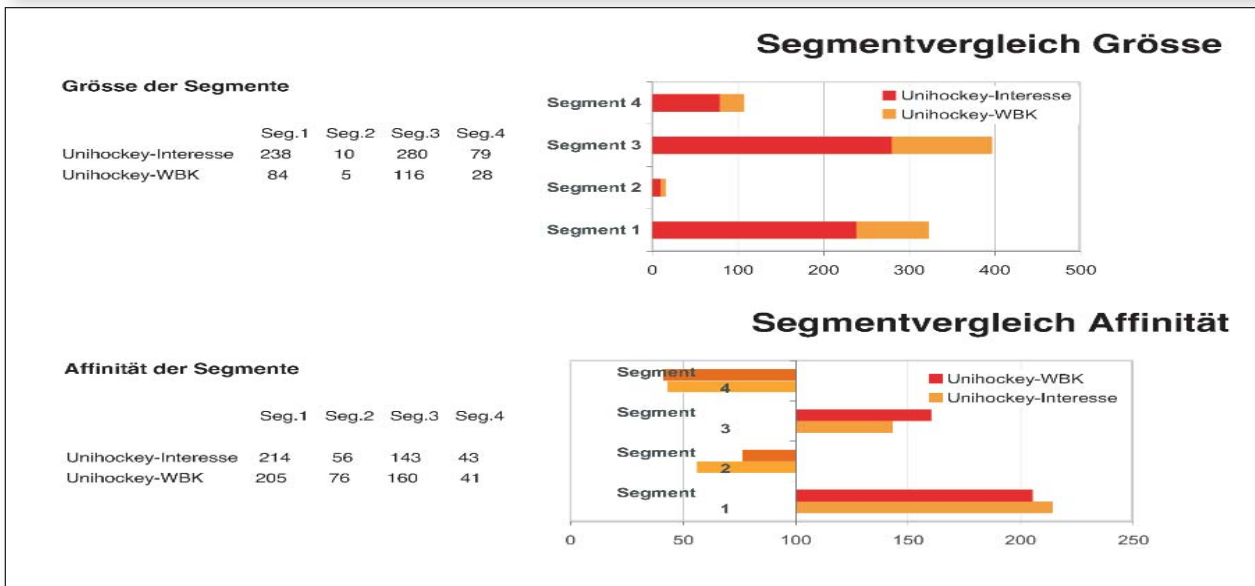
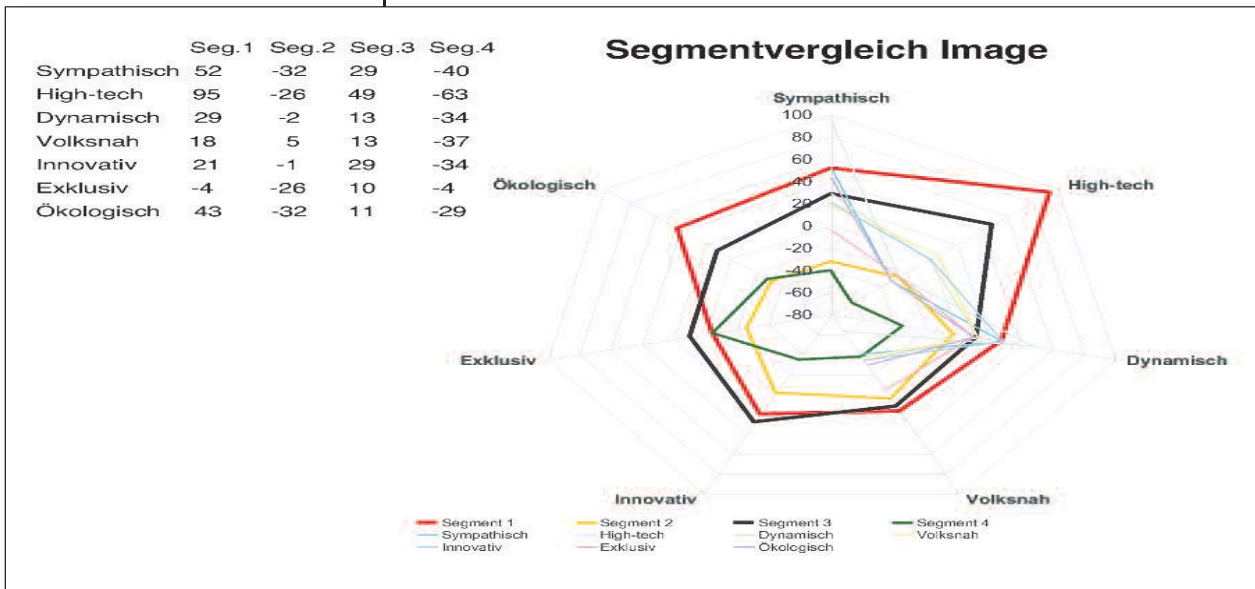
Mit lokalem und regionalem Sponsoring engagiert sich die Mobiliar in vielen Belangen für unsere Gesellschaft.

Die Mobiliar unterstützt als Titelsponsor die junge, dynamische Sportart Unihockey von der Basis bis zur Spitze. Unihockey ist eine sich weltweit schnell verbreitende neue Hallensportart - ein Stockspiel für Damen und Herren: Einfach zu lernen, spannend, kreativ, schnell und für jeden erschwinglich, denn es braucht dazu keine teure Ausrüstung.

Die Versicherung nutzt das Sponsoring als effektives und vollwertiges Marketinginstrument. Mit der Sponsoring-Studie der WEMF, die im Herbst 2009 in Zusammenarbeit

mit Felten & Compagnie auf den Schweizer Markt gebracht wurde - und mit der ein integriertes Service-Offering von Sponsoringplanung, -führung und -kontrolle aus einer Hand angeboten wird - kann die Mobiliar das Sponsoring nun viel besser planen. Die MA Sponsoring ist die landesweit einzige, umfassende single-source-Studie zum Thema Sponsoring, die durch die Verknüpfung mit den bestehenden Medienforschungsstudien der WEMF den kosteneffizienten Zugang zu Daten und Einsichten gewährleistet. Die Erreichung der Marketingziele wird somit in wesentlich professionellerer Weise ermöglicht. Mit der Studie werden Sponsorings für Anbieter und Nachfrager transparenter und somit erstmals planbar, was für die Mobiliar einen grossen Pluspunkt bedeutet.





Unihockey ist die ideale Plattform für die Mobilair im Rahmen ihrer Sponsoring- und Marketingstrategie. «Im Unihockey geniessen wir bei den Umsetzungsmassnahmen im Sponsoring viele Freiheiten, können neue Formen ausprobieren und sind sehr nahe an der Basis», meint Beat Ackermann, Leiter Sponsoring & Events bei der Mobilair. «Ich denke, dass sich der Sponsoringmarkt derzeit in einer sehr spannenden Erneuerungsphase befindet.»

Starkes Unihockey-Sponsoring mit viel Vernetzungspotenzial

Aufgabe war es, erstmals ein integriertes Sponsoring-Controlling aufzubauen, um die einzelnen Segmente und strategisch relevanten Fragen zu überprüfen sowie die bestehenden Sponsorings zu bewerten. Hierzu hat sich die Mobilair für die Einführung des Sponsoring-Evaluations- und Controllingtools PerforMind und den Einsatz der MA Sponsoring für die strategische Planung entschieden. Dies ermöglicht ihr die Erreichung der Marketingziele auf professionellere Art und Weise.

Unihockey ist das grösste Sponsoringengagement der Mobilair. Seit 2007 unterstützt die Mobilair Unihockey, das an fast allen Schulen mit Begeisterung gespielt wird.



Remo Rusca,
Senior Advisor Felten
& Compagnie,
Winterthur.



Alexandra Stiegler,
Leiterin Kommunika-
tion, WEMF AG,
Zürich.

Ebenfalls seit 2007 ist die Mobiliar auch Hauptsponsor der Schweizer Nationalteams Frauen und Männer sowie sämtlicher Schiedsrichter.

Mit dem Engagement im Unihockey richtet die Versicherung ihr Sportsponsoring auf die Breite aus und versucht zukünftig noch stärker, die gewünschten Marketingsegmente in der Tiefe mit dem Thema Unihockey zu erreichen. Sie prägt das Bild der Unihockeyszene deutlich mit. So heisst die Nationalliga A seit dem Einstieg der Mobiliar «Swiss Mobiliar League» und der Schweizer Grossfeld Cup «Swiss Mobiliar Cup». Der nationale Verband swiss unihockey ist international sehr erfolgreich. So fordert die Schweiz regelmässig die skandinavischen Gründernationen des Unihockey heraus und hat auch schon Weltmeistertitel errungen.

Glaubwürdige und regional verankerte Sportart

Für Mobiliar-Marketingchef Klaus Volken ist klar: «Unihockey ist eine junge, laufend erfolgreichere Sportart, die vor allem durch unsere Jugend getragen wird. Deshalb fördern wir diesen Teamsport mit grossem Engagement. Unihockey ist glaubwürdig und regional verankert und passt deshalb gut zu den Werten der Mobiliar.»

«Wir wollen unser Sponsoring künftig noch stärker nach Kundensegmenten ausrichten und dies ist u.a. mit dem Thema Unihockey möglich», sagt Beat Ackermann. «Die Daten der MA Sponsoring zeigen uns, welche Segmente wir wie und wo gewichten sollten und mit welchen Themen wir diese Teil-Zielgruppen mit einer effektiven Begleitkommunikation medial erreichen.»

Auch bei swiss unihockey freut man sich über die Perspektiven, die der Einstieg der Mobiliar in den Unihockeysport eröffnet hat. Geschäftsführer Patrick Falk ist es ein besonderes Anliegen, die Medienpräsenz von swiss unihockey und den Bekanntheitsgrad des Unihockeysports zu erhöhen.

Unihockey ist, gemessen an der Anzahl Lizenziierter (29'000), hinter Fussball (230'000) und Volleyball (30'000) die Schweizer Teamsportart Nummer 3. «Wir haben eine grössere öffentliche Aufmerksamkeit verdient», so Falk. Ein Aspekt, für den sich auch die Mobiliar im Interesse des Verbandes engagiert, u.a. durch die Finanzierung der TV-Produktion, welche im Schweizer Sportfernsehen und auf dem Webportal www.swissmobiliarleague.ch und in der Zweitverwendung im Rahmen von Zusammenfassungen im Schweizer Fernsehen ausgestrahlt wird.



Fünffährige Zusammenarbeit – langfristige Präsenz sowie Erreichung und Bindung der Zielgruppen

Das Engagement zwischen der Mobiliar und swiss unihockey läuft vorerst bis zum Jahr 2012. Aus der fünfjährigen Zusammenarbeit ergeben sich für die Mobiliar Auftritte und damit Präsenz an Verbands-spielen, Schweizer Cupfinals, Sommer-Camps der Junioren, Schweizer Schülermeisterschaft, Star Games sowie Weltmeisterschaften, insbesondere bei den Titelkämpfen 2011 (Frauen) und 2012 (Männer), welche in der Schweiz stattfinden werden.