



Alvosio Pensionskasse 2022 – der etwas andere Geschäftsbericht

Die Alvosio Pensionskasse deckt als unabhängige Sammelstiftung das gesamte Leistungsspektrum der beruflichen Vorsorge ab und orientiert sich an den individuellen Bedürfnissen von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) auf die sie mehrheitlich ausgerichtet ist. Seit Gründung vor bald 30 Jahren geht die Alvosio einen konsequent individuellen und erfolgreichen Weg. Ausdruck dieser Haltung ist auch der neue Geschäftsbericht für das Jahr 2022. Die Alvosio Pensionskasse lässt dabei auch ihre Destinatäre zu Wort kommen und räumt einigen der angeschlossenen Betriebe ein Kurzportrait innerhalb des Geschäftsberichtes ein. Dies als Zeichen der Transparenz und vor allem auch als Dank an die Destinatäre, in dessen Namen, Auftrag und Gewinn die Alvosio ihre Tätigkeiten ausgerichtet hat.

Gerne gewähren wir einen kleinen Blick hinter die Kulissen und zeigen Ausschnitte aus dem Making-of. Wir unterhalten uns mit Marcel Schläfle, Creative Director Schläfle Trittbach und verantwortlich für die Umsetzung der Projektidee.

Alvosio: Mit der Integration von Destinatären im Geschäftsbericht geht Alvosio in der Branche einen neuen Weg. Wie seid ihr auf diese Idee gekommen?

Marcel Schläfle: Wir entwickeln jeweils verschiedene Ideen-Ansätze für unsere Kunden. Das Kundenportrait-Konzept erhielt im Marketingkommunikationsgremium die meisten Stimmen. Durch unsere langjährige Zusammenarbeit mit Alvosio konnten wir feststellen, dass Alvosio eine sehr persönliche und fast familiäre Beziehung zu seinen Destinatären pflegt. Da war es für uns klar, ein Konzept muss die Destinatäre einbeziehen. Zusammen mit Markus Presta haben wir das Konzept verfeinert und umgesetzt.

Alvosio: Du bist als Creative Head auch für die Umsetzung des CI der Alvosio Pensionskasse verantwortlich. Wie passen diese Portraits in einen Geschäftsbericht?

MS: Die Portraits sind eine charmante Abwechslung zu dem technischen Zahlenteil und passen bestens in die bestehende Bildwelt. Zusätzlich erhalten die versicherten Destinatäre von Alvosio Einblicke in andere Firmen, was zu Synergien oder sogar neuen Geschäftsbeziehungen führen kann.

Alvosio: Ihr habt bei allen Firmen ein aufwändiges Fotoshooting abgehalten. Wie ist das angekommen, wie war die Zusammenarbeit mit den Partnern?

MS: „Aufwändig“ ist möglicherweise das falsche Wort. Wir haben alles sorgfältig vorbereitet und ein Fotobriefing erstellt, um den Destinatären zu zeigen, was sie erwartet. Effizienz war am Tag des Shootings gefragt, da wir pro Firma nur 2-3 Stunden für alle Bilder hatten. Die Zusammenarbeit war höchst erfreulich. Die Partner waren extrem motiviert und natürlich auch stolz, ihre Firma vorzustellen. Wir bekamen beim Besuch auch einen guten Eindruck, mit wie viel Leidenschaft die Destinatäre der Alvosio ihrer Arbeit nachgehen.



Alvoso: Ein paar wenige Destinatäre sind natürlich nicht repräsentativ, denkst Du, mit diesen Firmen konnte ein guter Ausschnitt aus dem Spektrum gezeigt werden?

MS: Mit den ersten 4 Firmen konnten wir bereits einen guten Querschnitt durch verschiedene Branchen zeigen. Doch unser Konzept ist längerfristig angelegt und wir freuen uns auf die Umsetzung mit weiteren Destinatären in zukünftigen Geschäftsberichten.

Alvoso: Was war die grösste Herausforderung bei der Umsetzung der Idee?

MS: Die Herausforderung besteht darin, im knappen Zeitfenster die besten Orte für die Bildumsetzung zu finden. Nach einem kurzen Kennenlernen beginnen wir mit dem „Scouting“ und suchen nach den idealen Plätzen und Winkeln für die Fotos. Dabei ist wichtig, dass Orte gefunden werden, wo nachher attraktive und aussagekräftige Bilder entstehen. Dann wird alles mit der Fotografin besprochen und wir positionieren Licht und Reflektoren - und das Shooting kann beginnen. Wir freuen uns schon auf die Umsetzung 2024.

Projekt-Team

Thomas Schmidiger, Geschäftsführer Alvoso / Gesamtverantwortung

Markus Presta, Kommunikation & Media GmbH / Text

Marcel Schläfle, Schläfle Trittbach / Creative Director

Fiona Piola / Fotografie