



**FOTO
GRAFIE
KOMMUNIZIERT**



Schon mal darüber nachgedacht, wie und wo Sie die Fotografie gewinnbringend für Ihr Unternehmen einsetzen können?

Die Zeit, in der einen starke Fotos lediglich in der Werbung angestrahlt haben, ist schon lange vorbei.

Die Fotografie erfüllt heute im medialen Zeitalter schon längst ganz andere, viel entscheidendere Aufgaben, sie wird in der Unternehmenskommunikation operativ und strategisch eingesetzt.

h j P R I N Z ist beides:

Profi-Fotograf und **Vertriebs- und Kommunikations-Experte**

Da sieht man manches mit ganz anderen Augen.
Da eröffnen sich einem ganz neue Perspektiven.

Auf den nächsten Seiten möchten wir Sie gern einmal mitnehmen in den kommerziellen Bereich der Fotografie.

In den Bereich, den heutzutage die **Unternehmenskommunikation** nutzt.

Die Unternehmenskommunikation und die Investor Relations

nutzen die Fotografie beispielsweise für

- JAHRESGESCHÄFTSBERICHTE
- CSR/ NACHHALTIGKEITSBERICHTE
- IMAGE-BROSCHÜREN
- UNTERNEHMENSPRÄSENTATIONEN
- VERKAUFUNTERLAGEN
- PRESSEBILDER & -BERICHTE/ KONFERENZEN
- INTERVIEWS /GL

Wir gestalten und realisieren beides:

Die Konzepte hinter den jeweiligen Aufgaben.
Und wir produzieren auch die Fotos + Texte zu den Themen.

Case Study: ANNUAL REPORTS als Lifestyle-„Magazin“



Schauen Sie sich mal den Jahres-Geschäftsbericht der Audi AG 2007 an:

Sie haben nur Zahlen erwartet?

Ja natürlich, die gibt es auch.
In einem separaten Teil dieses Annual Reports.

Aber mindestens genau so wichtig ist der Bildteil. Denn hier lernen Investoren und Stakeholder das Unternehmen wirklich kennen wie es lebt.

Wir möchten das mal eine intelligente Art der „Lifestyle“-Bericht-**erstattung** nennen.

Und genau solche Dinge machen wir.

O.k., nicht gerade für die Audi AG und sicher auch nicht in diesem Umfang von 338 Seiten.

Unsere Partner spielen zwar teilweise auf den gleichen (Börsen)Plätzen. Aber sie sind zugegebenermaßen etwas kleiner ...

Und sie haben schon lange verstanden, dass auch nicht börsen-kotierte Unternehmen ein immer stärker werdendes Interesse haben, einen Jahresgeschäftsbericht zu veröffentlichen.

Ihre Stakeholder, ihre Banken, potentielle Investoren und auch Bewerber wissen diese zeitgemäße Transparenz heutzutage sehr zu schätzen.



Der Annual Report ist im Internet bei der Audi AG downloadbar.

Oder schauen Sie sich mal die Foto-Konzepte von Tchibo oder Otto an in Sachen CSR/ Nachhaltigkeitsberichterstattung:
(Otto und Tchibo sind die Benchmarks für den CSR-Bereich)



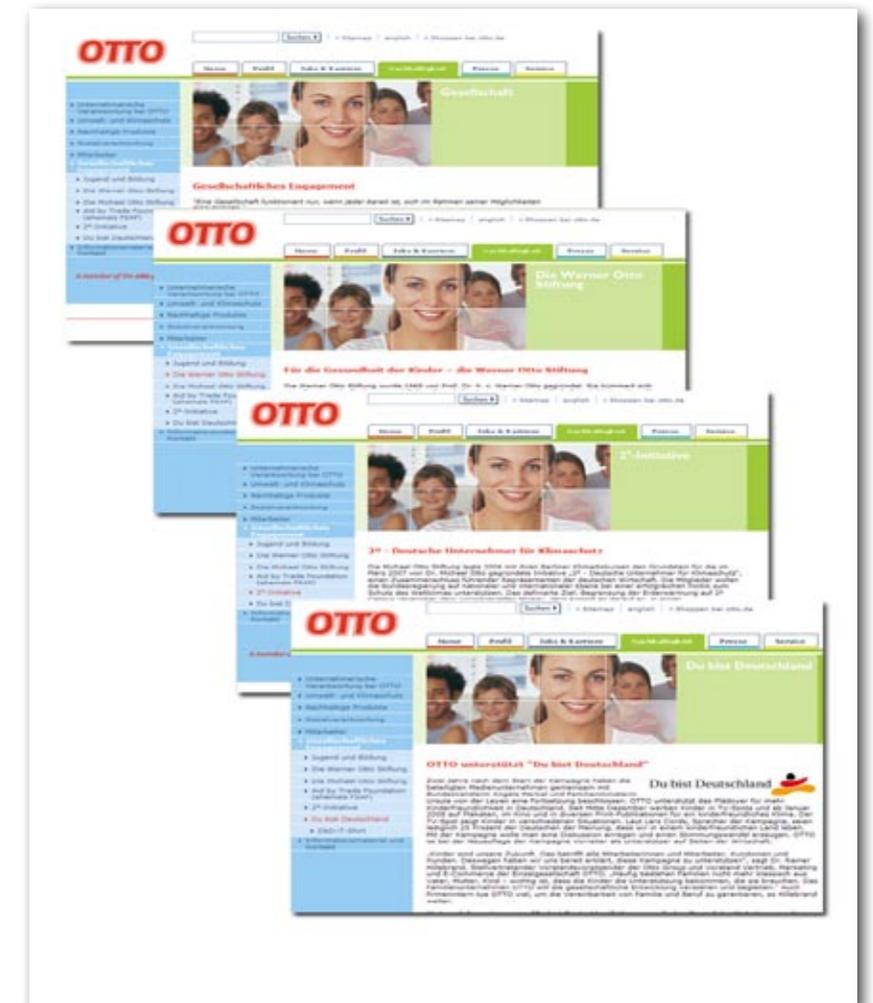
Fotografie
+ Print + Web Design sind
eng miteinander verflochten

Schauen Sie sich die online-Präsentationen und die entsprechenden Pdf-Broschüren ruhig mal in aller Ruhe im Internet an.

Wir sind sicher, dass sie schnell verstehen, wie wir denken und arbeiten, wenn wir für Sie Konzepte entwickeln und die Fotografie dabei einbinden.

Wichtig ist dabei, dass der Print- auf den Web-Bereich genau abgestimmt ist, sich der Leser also in beiden Bereichen sofort wiederfindet ... fast so als würden Sie von einem Golf in einen Passat umsteigen. Auch hier wollen Sie sich ja sofort zurecht finden, quasi zuhause fühlen.

Sie finden die entsprechenden Unterlagen übrigens in den Business Sites der beiden Unternehmen.

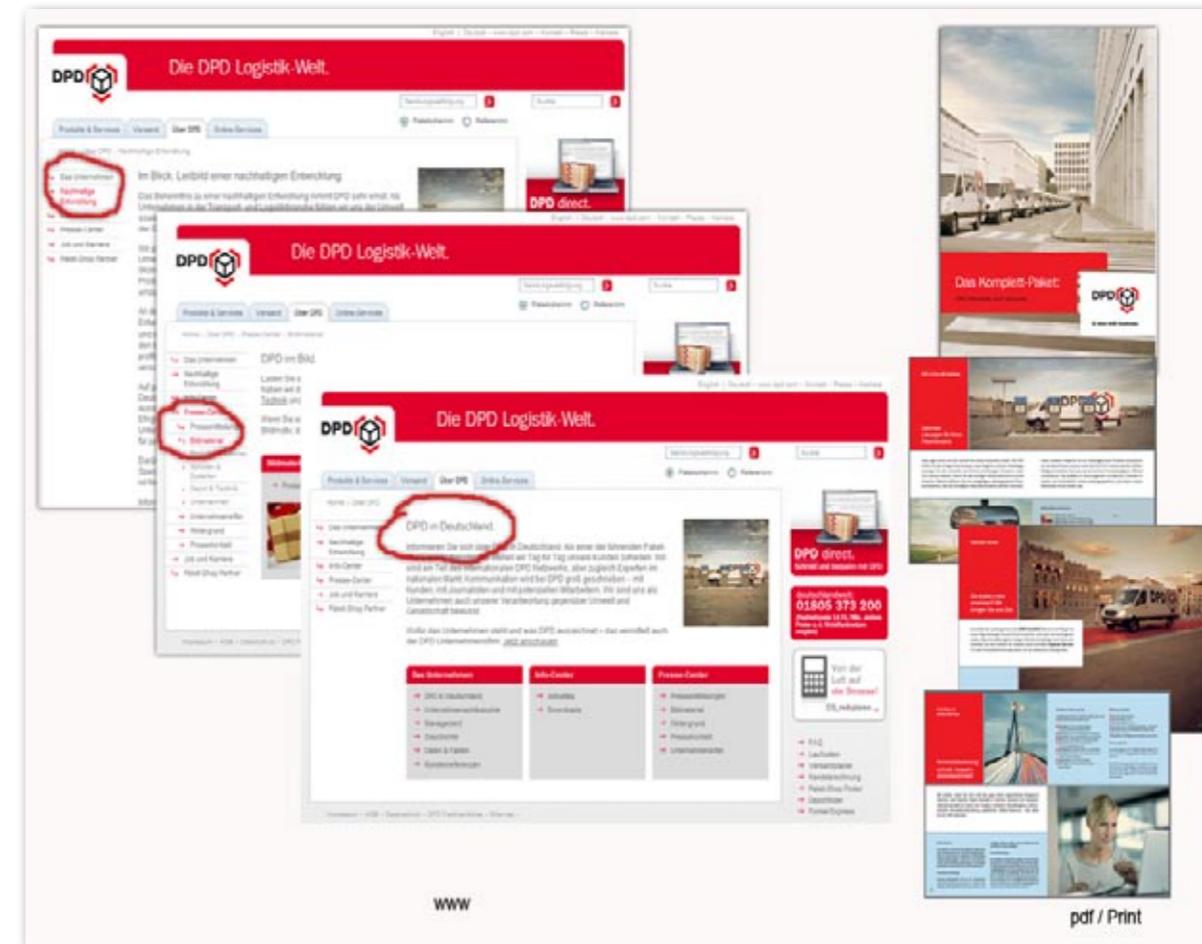


Case Study: Unternehmens-Broschüre + Homepage mit übereinstimmendem Farb- und Foto-Konzept und entsprechendem Wiedererkennungswert

Der Unternehmensauftritt der DPD: Ein weiteres Beispiel für ein sofort verständliches Beispiel eines einheitlichen Erscheinungsbildes

Durchgängige Farb- &
Foto-Konzepte durch alle
Print- und online-Bereiche:

- Homepage
- Verkaufsunterlagen
- Firmenbroschüre
- Flyer
- Preisliste
- CSR-Report
- Annual Report





Wir könnten Ihnen jetzt natürlich eine Menge unserer Arbeiten zeigen

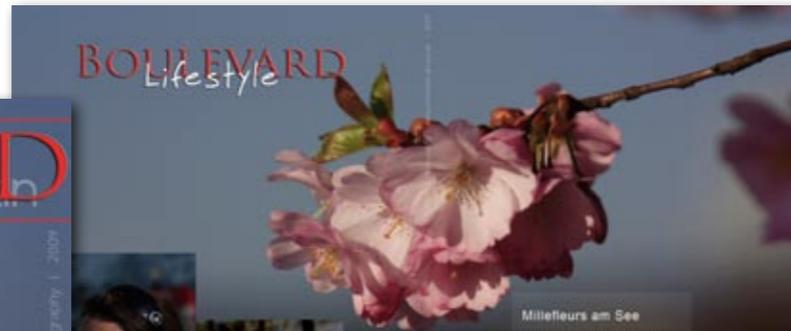
- Aufnahmen
- Annual Reports
- CSR-Reports
- Broschüren
- Kalender/ Business/ Erotik
- Flyer

- ... Konzepte

Wir zeigen Ihnen stattdessen etwas ganz anderes.

Wir zeigen Ihnen einige Seiten unserer **Foto-Life-style-Magazin-Stories**, die wir kürzlich für eine Fluggesellschaft erarbeitet und produziert haben, 6-sprachig ... als Beilage im Flight-Journal ...

... eine von uns erarbeitete **Marketing-Strategie**, mit der besonders der Anteil weiblicher Geschäftsreisender erheblich gesteigert wurde.





Hans-Jürgen Prinz

ist Kommunikations- & Vertriebs-Experte mit seiner eigenen Firma SESTO-SENSO.net. Er ist Norddeutscher. Und er lebt mittlerweile seit 20 Jahren am Bodensee. Direkt an der Schweizer Grenze. Kein Zufall.

Hans-Jürgen Prinz kommt ursprünglich aus dem Zentraleinkauf, der Vertriebsleitung und dem Produkt-Management großer Textil-Industrieunternehmen. Er war lange Jahre u.a. auch in Südeuropa und in Asien unterwegs. Einige Jahre hat Hans-Jürgen Prinz auch in Hongkong gelebt und gearbeitet.

1988 gründete er seine erste eigene Firma. 10 Jahre führte er als Inhaber und geschäftsführender Gesellschafter seine Mode-Marke ECCETERA. Er hat dieses Unternehmen in den 2-stelligen Millionen-Umsatzbereich p.a. geführt. Bis zum Verkauf der Firma. Weil ihn neue Herausforderungen gereizt haben.

Hans-Jürgen Prinz übernahm den Aufbau und die Leitung einer anfangs recht kleinen Schweizer Telekom-Firma. In nur 6 Jahren führte er die Firma zu einer börsennotierten Unternehmensgruppe mit einer Umsatzentwicklung von 3 Mio CHF auf 100 Mio. US\$ p.a. Und mit zahlreichen Tochtergesellschaften in der EU und Asien, selbst aufgebauten und Firmenübernahmen. Hans-Jürgen Prinz wurde als der eigentliche Macher dieser Entwicklungen in den Vorstand berufen.

Die gesamte Unternehmensgruppe wurde im großen Börsenboom des neuen Jahrtausends gewinnbringend verkauft.

Heute ist Hans-Jürgen Prinz der kreative Kopf eines kleinen Teams von Spezialisten rund um den Kommunikations- und Vertriebsbereich. Denn seiner Meinung nach lassen sich erst aus dem Blickwinkel der Kommunikation + dem Vertrieb wirklich entscheidende Unternehmensentwicklungen initiieren und gestalten.

Gemeinsam mit seinem Team entwickelt er Marketing-, Produkt-, Vertriebs- und Kommunikationslösungen. Zu seinen Kunden zählen große, mittelständische, aber auch kleinere Unternehmen aus ganz unterschiedlichen Branchen. Seit 2 Jahren arbeitet er viel mit Logistikunternehmen zusammen. Und mit deren Kunden.

Hans-Jürgen Prinz bietet dabei in einer Anfangsphase typische Agenturleistungen. Seine Kunden verstehen in der Regel sehr schnell seine weiterführende und umfassende Führungskompetenz. Deswegen agiert er in fortgesetzten Phasen meist als Stabsstelle seiner Partner. Für Strategische Kommunikation. Und für intelligente Unternehmensentwicklungen. Natürlich gehört da der gesamte Komplex des CSR mit dazu.

Lesen Sie mehr über Hans-Jürgen Prinz und das Team der SESTO-SENSO.net: in der Business-Site:

www.sesto-senso.net

Hans-Jürgen Prinz

ist selbst auch Profi-Fotograf.

Wissen, wie kommerzielle Aufnahmen + Layouts auszusehen haben ...

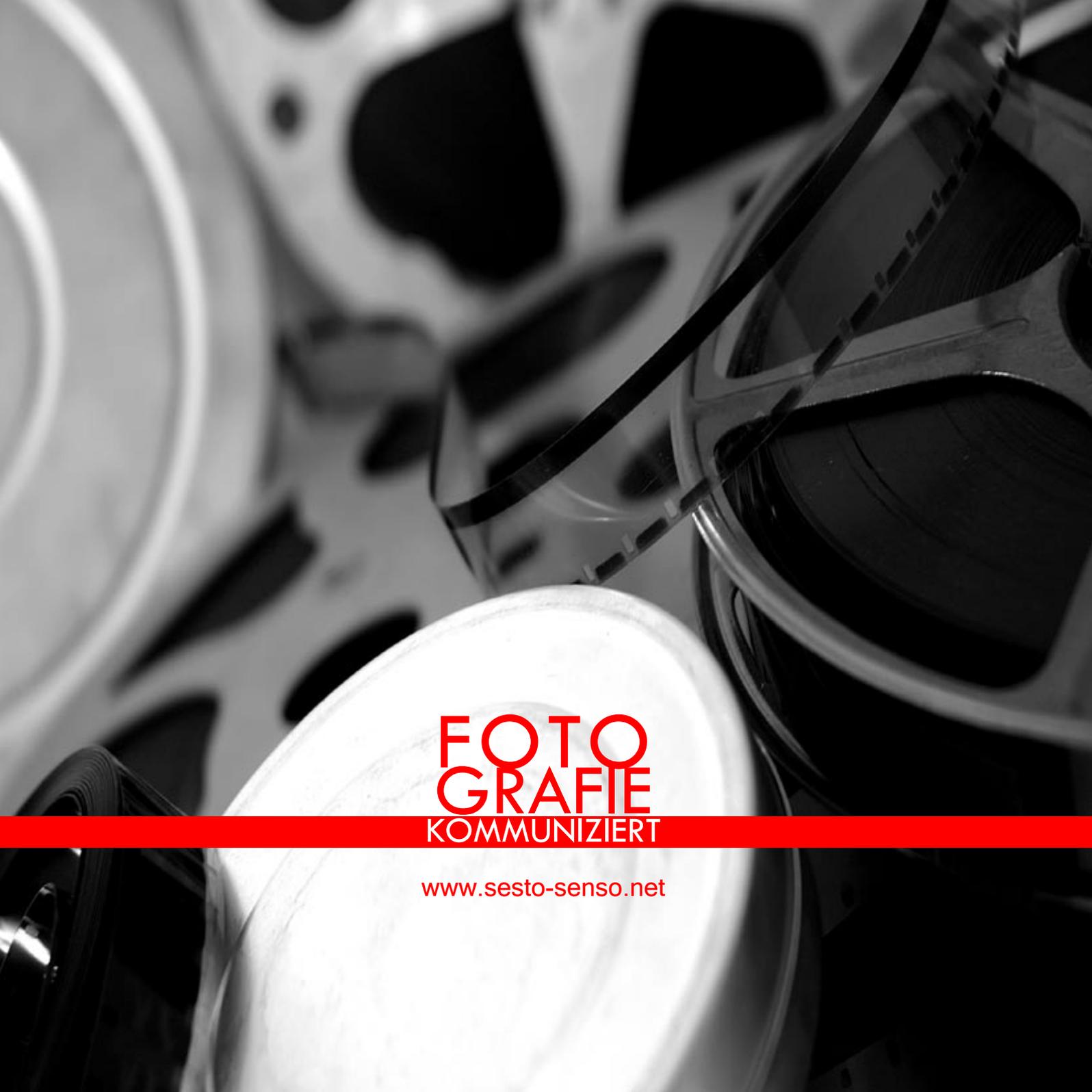
Fast 20 Jahren stand HJ Prinz neben der Kamera. Bei den Aufnahmen für die Kampagnen seiner Arbeitgeber. Und die seiner eigenen Mode-Firma.

Da weiß man einfach, wie kommerzielle Aufnahmen gemacht werden. Wie fotografische Ergebnis auszusehen hat. Und das Layout der Kampagnen.

Seit rund 10 Jahren steht er gelegentlich auch selbst hinter der Kamera. In seinem eigenen Studio. Und outdoor bei Produktionen vor Ort.

Aber sein Core-Business ist natürlich nach wie vor die Strategie-Beratung und das Erarbeiten von intelligenten Unternehmensentwicklungen.

Deshalb engagiert er für seine Aufträge meist externe Berufskollegen. Das sind hoch professionell arbeitende Fotografen-Kollegen, die er schon lange kennt und deren Arbeit er schätzt. Profis eben wie er selbst.



**FOTO
GRAFIE**
KOMMUNIZIERT

www.sesto-senso.net