



# FOR EVER YOUNG

**Print wird beachtet.**

Auch von jungen Menschen.

77.5% der 14- bis 34-jährigen werden mit Print erreicht.



**VOGT-SCHILD / DRUCK** 

Informativ, aktuell und sachlich – Wissenswertes für Ihre Druckprojekte

Frühling 2023

## Mehrwerte und Lösungen, nachhaltig verpackt

Seit etwas mehr als einem Jahr bieten wir unseren Kunden die innovative Paper-Wrap-Verpackungslösung für Magazine, aber auch Werbetrucksachen an. Die Nachfrage nach einer solchen Lösung hat unsere Erwartungen massiv übertroffen. Wir werden in diesem Jahr voraussichtlich mehr als sechs Millionen Zeitschriften und Kundenmagazine mit Papier anstelle einer Plastikfolie verpacken. In diesem Newsletter fragen wir bei Ihnen nach, was Ihre Bilanz dazu ist, und wie Ihre Kunden wiederum darauf reagiert haben. Exklusiv für Sie liegt dieser Ausgabe die SAC-Verbandszeitschrift «Die Alpen» bei – der Schweizer Alpen-Club SAC setzt beim Versand ab sofort auf Paper-Wrap.

Dieser Erfolg der coolen nachhaltigen Verpackung mit sehr hoher Benutzerfreundlichkeit ist kein Zufall. Wir analysieren laufend die Bedürfnisse unserer Kunden, spüren Trends auf und verbinden diese mit technischen Innovationen, sodass daraus neue Angebote mit einem Mehrwert entstehen. Als Kunde sind Sie somit immer ganz vorne dabei, ohne irgendetwas zu verpassen.

Aktuell haben wir einige weitere spannende Projekte mit Mehrnutzen in der Umsetzung. Wir werden im nächsten Newsletter über die ersten Praxiserfahrungen mit unserem brandneuen und innovativen LED-Zeitungsdruck berichten und auch entsprechende Muster dazu bereitstellen.

Auch ist diesem Newsletter eine Beilage «Print wirkt» beigelegt. Darin werden Fragen, Argumente und Irrtümer rund um Printprodukte behandelt und mit Zahlen und Fakten untermauert. Sie bekommen wertvolle Informationen, welche Sie für Ihren Bereich einsetzen können.

Ich wünsche Ihnen einen überraschenden Frühling mit frischen Lösungen und Mehrnutzen für Ihre Kunden.

Herzlichst



Rolf Steiner, Geschäftsführer Vogt-Schild Druck AG, Leitung Geschäftsfeld PRINTING



# Paper-Wrap – die Verpackung mit echtem Zusatznutzen

Es muss am Umschlag liegen! Mit der Versandverpackung aus Papier sieht jeder Einwurf umwerfend aus und macht beste Werbung für den Inhalt, bevor dieser gelesen wird. Kein Wunder, haben bereits einige namhafte Kunden von der Plastikfolie auf den nachhaltigen Paper-Wrap umgestellt.

## SAC-Verbandszeitschrift «Die Alpen»

Die SAC-Verbandszeitschrift «Die Alpen» erscheint sechs Mal pro Jahr in Deutsch, Französisch und Italienisch in einer Auflage von knapp 122 000 Exemplaren. Für SAC-Mitglieder ist die Zeitschrift in der Mitgliedschaft inbegriffen, Nichtmitglieder können die grösste Schweizer Bergsportzeitschrift auch abonnieren. «Die Alpen» entführt in die Bergwelt mit Tourentipps in allen Bergsportdisziplinen wie Wandern, Hoch- und Skitouren und Klettern. Sie liefert aber auch Hintergründe zu aktuellen Themen rund um Sicherheit und Umwelt, alpine Geschichte und Naturwissenschaften. Meldungen zu Spitzenleistungen und Porträts spannender Bergsportpersönlichkeiten runden die Zeitschrift ab.

Die Abonnenten der Verbandszeitschrift des Schweizer Alpen-Clubs SAC erhalten bereits zum zweiten Mal in diesem Jahr die «Die Alpen»-Ausgabe im trendigen Paper-Wrap. Wir haben bei Fabienne Bögli, Leiterin Kommunikation, nachgefragt, welche Nutzen und Vorteile sie aus dieser Versandlösung zieht:

**Wie viel Beachtung schenken Ihre Abonnenten und Abonnentinnen der Versandverpackung?**  
Wir haben dieses Jahr im Rahmen eines Relaunches unserer Verbandszeitschrift «Die Alpen» auf den Paper-Wrap gewechselt. Unsere Leserschaft hat uns in einer Umfrage klar aufgezeigt,

dass sie sich eine Alternativlösung zur bisherigen Folie wünscht. Wir sind begeistert vom nachhaltigen Paper-Wrap und auch die durchwegs positiven Rückmeldungen unserer Mitglieder zeigen, dass sich der Wechsel gelohnt hat.



Fabienne Bögli, Leiterin Kommunikation, Schweizer Alpen-Club SAC

### Was darf bei Ihnen auf der Verpackung nicht fehlen?

Der Relaunch von «Die Alpen» hat sehr viele Veränderungen mit sich gebracht: neues Papier, neue Verpackung, neues Layout, neue Inhaltsformate. Der Wechsel von der über viele Jahre im Einsatz gestandenen Folie auf den Paper-Wrap war für uns ein grosser Schritt. Entsprechend schlicht halten wir es beim Aufdruck auf der Verpackung und setzen auf das SAC-Logo sowie den Schriftzug der Zeitschrift.



## Tierdörfli



Susanne Klein, Geschäftsführerin, und Miriam Walker, Chefredaktorin (auf dem Bild Schützling Sancho, stellvertretend für das Tierdörfli-Team)

**Gönnermagazin, Auflage 22 000, Format gefalzt A5**

So herzig wie die Tiere vom Titelblatt des Gönnermagazins schauen, so wichtig ist, dass die Botschaft im Namen der Vierbeiner des Tierdörfli in Olten ankommt. Der Newsletter wird vierteljährlich an die Gönner und Gönnerinnen versendet, um Spenden für die Fellnasen zu generieren. Der Newsletter gibt Einblicke in die tägliche Arbeit mit den Tieren und hilft diese an neue Tierliebhaber zu vermitteln. Neu setzt das Tierdörfli Olten auf Paper Wrap. Weshalb, verrät Susanne Klein.

### Warum setzen Sie auf Paper-Wrap?

Der Paper-Wrap ist zu 100 % recycelbar, kann mit der Papiersammlung entsorgt werden und ist somit eine umweltfreundliche und günstige Alternative zum traditionellen Kuvert. Der Zusatznutzen mit Adressen- und grosszügigem Logoaufruck vermittelt Vertrauen, was wiederum im Bereich der Gönnbeiträge einen positiven Effekt erzielt.



## Pro Natura Magazin



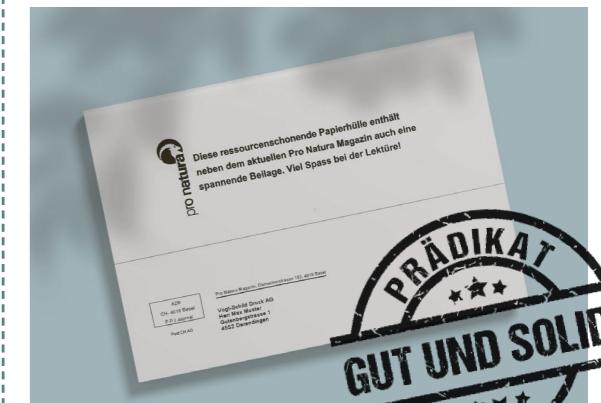
Raphael Weber, Chefredaktor

**Auflage: ca. 170 000, Erscheinung: 5x jährlich**

Das Pro Natura Magazin, die Zeitschrift für den Naturschutz, berichtet exklusiv für Mitglieder über kleine Wunder, grosse Projekte und spannende Persönlichkeiten. Prchtige Bilder und exklusive Angebote runden das Lesevergnügen ab. Dabei steckt nicht nur ganz viel Natur im Magazin, sondern seit Neustem wird das Magazin zum Teil auch im nachhaltigen Paper Wrap versendet.

### Warum setzen Sie auf Paper Wrap?

Falls unser Magazin mit losen Beilagen verschickt wird, wählen wir für die Verpackung gerne den Paper Wrap. Dass wir als Naturschutzorganisation auf einen wiederverwertbaren Rohstoff setzen, ist schon fast selbstredend. Dieses Produkt passt auch gut zum Erscheinungsbild des Magazins und kommt bei unseren Mitgliedern viel besser an als die Plastikfolie.



# Starke Argumente für die Printwerbung

**Print wirkt! Das ist die Botschaft und diese untermauern und belegen wir mit Fakten und Argumenten. Der Verlegerverband SCHWEIZER MEDIEN rückt mit dieser Kampagne die Vorzüge und Qualitäten der Gattung Print in den Fokus und verdeutlicht, wie erfolgreich gedruckte Medien wirken.**

Aufmerksamkeit, Glaubwürdigkeit und Vertrauen sind die starken Eigenschaften von Printmedien. Von dieser Stärke profitieren die Werbekundinnen und -kunden – kein anderes Medium zieht die volle Aufmerksamkeit der Leserinnen und Leser derart ungeteilt und intensiv auf sich wie eine gedruckte Publikation. Werbung in Printmedien wird positiv wahrgenommen sowie als glaubwürdig und informativ empfunden. Im Rahmen der Kampagne «Print wirkt» stellen

wir verschiedene Werbemittel zur Verfügung. Beispielsweise eine gedruckte Zeitung im Tageszeitungsformat mit Fakten und Argumenten zur Gattung Print. Auf der Website [www.printwirkt.ch](http://www.printwirkt.ch) sind alle Argumente und Fakten nachzulesen, zusätzlich können sämtliche Anzeigen-Sujets heruntergeladen werden. Wir freuen uns, wenn diese aktiv genutzt und in Medien, Newslettern und Websites eingesetzt werden.

## SCHWEIZER MEDIEN



Martin Voigt, Projektleiter Gattungsmarketing

Der Verlegerverband SCHWEIZER MEDIEN (VSM) ist die Branchenorganisation der privaten schweizerischen Medienunternehmen mit Schwerpunkt Print und Digital. Er vereinigt über

100 Unternehmen und branchennahe assoziierte Mitglieder, die zusammen rund 300 Zeitungen und Zeitschriften herausgeben sowie verschiedene Newsplattformen und elektronische Medien anbieten. [www.schweizermedien.ch](http://www.schweizermedien.ch)

# Die Logistik der Zukunft

Durch ein fahrerloses Transportsystem (FTS) maximieren wir unser Potenzial an Produktivität. Standardisierte Transportwege sind durch die Intralogistik vorprogrammiert und ein Lösungsweg, um die Ressourcen zu bündeln. Der vollelektrische Superstapler ist jederzeit einsetzbar und ist ein Schritt in die Richtung einer automatisierten zukunftsweisenden Logistik. Der Mensch wird nicht durch einen Roboter ersetzt, sondern sie bilden zusammen einen integrativen Bestandteil, um die Logistikflächen intelligent zu nutzen.

Im Interview Roger Wolf, Leiter Produktion:

## Was sind die Voraussetzungen, um ein fahrerloses Transportsystem in die Produktion zu integrieren?

Es gibt drei Kernpunkte, die den Ausschlag für die Implementierung des FTS gaben:

1. Die hohe Anzahl (> 30000) interner Transportbewegungen von Teilprodukten zwischen unseren Produktionslinien pro Jahr, Volumen steigend.
2. Eine klare Gebäudestruktur und funktionierende Materialflüsse mit identischen Fahrmustern.
3. Fix definierte Fahrstrecken, Stell- und Lagerplätze.

## Wo liegen die Stärken von Agilox?

Im minimalen Wendekreis; das Fahrzeug kann an Ort 90° Richtungsänderungen fahren und sehr platzsparend agieren. Die Bedienung mit dem Agilox Tablet ist einfach, intuitiv und sehr benutzerfreundlich aufgebaut.

## Agilox ist nicht mehr wegzudenken, weil...

... er bei einer hohen Produktions- und Auftragslage mehr Kapazität schafft.



## VOGT-SCHILD / DRUCK

print- & publishing-services

Vogt-Schild Druck AG, Gutenbergstrasse 1, 4552 Derendingen  
058 330 11 95, www.vsdruk.ch, info@vsdruk.ch

## ch media print

CH Media Print AG  
Neumattstrasse 1, 5000 Aarau, und Im Feld 6, 9015 St. Gallen  
058 200 42 70, print@chmedia.ch

Falls Sie den Newsletter künftig nicht mehr erhalten wollen, melden Sie dies bitte Bettina Lanz, Marketingverantwortliche, 058 330 11 95, bettina.lanz@chmedia.ch



printed in  
switzerland



Ein Engagement des Verlagsverbands SCHWEIZER MEDIEN

# Es ist Zeit.

KLAR

Print erhält Aufmerksamkeit.  
Bis zu 64 Minuten durchschnittliche Lesezeit pro Ausgabe.  
Ohne Störung durch Pop-ups.

PRINT WIRKT

Quelle: MACH Basic 2022