

# die lupe

1/18

Die Zeitschrift der **wipf**gruppe



3	Wipf Gruppe	Einleitung
4	Flyerline Schweiz AG	Sammelbox.ch – Bildschöne Lösungen der Abfalltrennung
5	Christinger + Partner AG	Referenz-Cases
6	Swiss Direct Marketing AG	Moderne Leadgenerierung
8	Elco AG	Übernahme Stickerella AG
9	Wipf AG	RC-Film auf gemeinnütziger Mission
10	Wipf AG	Erfolgreiche Messeauftritte
11	Wipf AG	Neues WICOVALVE® High Flow Ventil
12	Christinger + Partner AG	Mexico meets Switzerland
14	Wipf Gruppe	Pensionskasse der Wipf Gruppe
16	Elco AG	Viel Neues beim Schulheft-Sortiment
17	Elco AG	Rückblick Grossistenmessen
18	Elco AG	Collegeblöcke Business
19	Elco AG/SDM AG	Hockeyplausch Skitag
20	Elco AG/SDM AG	Jubilarenfeier 2017
21	Wipf AG	Jubilarenfeier 2017
22	Wipf AG	Skiweekend 2018
23	Wipf Gruppe	Pensionierungen
	Christinger + Partner AG	Personalnachrichten
	Swiss Mailing House SA	Personalnachrichten
	Flyerline Schweiz AG	Personalnachrichten
24	Elco AG	Personalnachrichten
25	Swiss Direct Marketing AG	Personalnachrichten
	Wipf AG	Personalnachrichten
26	Christinger + Partner AG	Fit für Christinger
	Flyerline Schweiz AG	Dolce Vita a Roma
27	Wipf Gruppe	Lupe Wettbewerb 2018
		Impressum

Fixe Termine für die Agenda

wipfgruppe



Pensioniertenausflug

29. August 2018

Fachpack, Nürnberg, Deutschland

25. - 27. September 2018

Jubilarenfeier

23. November 2018

Grillplausch

24. August 2018

Pensioniertentreffen

7. September 2018

Insights-X, Nürnberg, DE

4. - 6. Oktober 2018

Jubilarenfeier

16. November 2018

Family Day

22. September 2018

Weihnachtsapéro

Datum noch offen

## Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Liebe Kunden und Geschäftsfreunde

Unser Geschäftsjahr 2017/18 hat im Juli 2017 gut begonnen, haben wir doch von der Euro-Aufwertung im Export sofort profitiert. Dieser Rückenwind hat bis jetzt in den Frühling und Sommer 2018 angehalten, führte aber auch zu erhöhten Importpreisen fast aller Kunststoffe und Papiersorten in Europa und der Schweiz. Da die Konjunktur gleichzeitig weiter anzog, führte dies bei vielen Rohmaterialien zu Lieferengpässen.

So sind wir laufend gefordert, der nochmals erhöhten Volatilität der Märkte durch unsere Flexibilität in der Produktion zu begegnen. Einzelne Rohstoffe wie die Aluminium-Folie sind von US- und EU-Gegensanktionen betroffen, was zusätzlich preistreibend wirkt.

Die in den letzten zwei Jahren aufgrund des Frankenschocks getätigten Investitionen zur Erhöhung der Produktivität sollten sich weiter auszahlen und das Resultat bis Ende Geschäftsjahr weiterhin positiv beeinflussen.

Die neu akquirierten Gesellschaften im Digital Servicebereich, die Flyerline Schweiz AG und die Christinger + Partner AG, machen gute Fortschritte, sind aber noch unterhalb des budgetierten Niveaus. Die Ende Februar 2018 neu erworbene kleine Firma, Stickerella AG, mit der gleichnamigen Plattform, [www.stickerella.ch](http://www.stickerella.ch), für Permanent Sticker passt gut zu unserer bestehenden Plattform, [www.myelco.ch](http://www.myelco.ch), und wurde per Ende Mai 2018 von Oberrieden nach Brugg übersiedelt.

Wir hoffen, dass wir den momentanen Schwung und die vielen neuen Projekte ins nächste Geschäftsjahr 2018/2019 mitnehmen können.

In diesem Sinne bedanke ich mich bei allen Mitarbeitenden für die tägliche «Extra-Meile», die Sie leisten, und allen Kunden und Geschäftsfreunden für Ihre Treue.

Freundliche Grüsse



Christian Wipf  
Wipf Gruppe





# Sammelbox.ch – Bildschöne Lösungen für die Abfalltrennung

Die Flyerline startet mit sammelbox.ch einen eigenen Online-Shop für schön designte Abfalleimer und Sammelbehälter und bietet sogar die Möglichkeit, eigene Sammelboxen zu gestalten. Erhältlich sind diese mit einem Fassungsvermögen von 35, 60 oder 110 Litern als praktische Klappboxen und als 400 Liter Container zur Abfallsammlung für Veranstalter oder Recyclingunternehmen.

Mit den Sammelboxen zieht Ordnung ins Leben ein. Die praktischen Boxen sind weit mehr als gewöhnliche Abfallbehälter und bieten auch jede Menge Stauraum für Dinge, die man ordentlich aufbewahren möchte. Egal ob für die Sammlung von PET-Flaschen und Alu-Dosen oder für ein ordentliches Kinderzimmer: Die Kunststoff Boxen stehen in vielen Varianten für unterschiedliche Ansprüche zur Verfügung, sind leicht zu transportieren und lassen sich ohne grossen Aufwand reinigen.

Die umweltfreundlichen Kunststoff-Sammelboxen werden aus 3mm starken Hohlkammerplatten hergestellt und mit UV-beständigen Farben digital bedruckt. Das Material ist wasserdicht, abwaschbar und kann zu 100 Prozent recycelt werden.

### Massgeschneidertes Branding

Das Lionsoul-Gym nutzt massgeschneiderte Sammelboxen für ihr Branding. Die farbenfrohen Behälter stehen den Fitnessfreaks an den Standorten in Frauenfeld und Zürich zur Verfügung. Durch die anstrengenden Trainingseinheiten im Gym leeren sich die Alu-Dosen und PET-Flaschen im Minutentakt. Die Sammelboxen sind deshalb die perfekte Lösung und integrieren sich hervorragend in die attraktive Fitnesslandschaft.





# Referenz-Cases



## Kulinarische Gegensätze

«gusto18» – die Plattform für den Schweizer Kochnachwuchs ist um eine Ausgabe reicher. Nach einem packenden Wettkochen am 16. März 2018 feierten rund 400 Galagäste den Sieger Lukas Heller vom Hotel Schönbühl in Hilterfingen und seine acht Mitstreiter im Congress Center Basel. Christinger + Partner AG realisierte für diesen Anlass verschiedene Werbematerialien für den Aussen- und Innenbereich, wie z.B. Plakate, Leuchtplakate, Blachen und Banner in diversen Formaten, die Fahrzeugbeschriftung sowie auch den überdimensionalen Gewinner-Gutschein und vieles mehr.



## Schweizerischer Marketing-Tag 2018

Zum 13. Mal jährte sich der Schweizerische Marketing-Tag im KKL Luzern. Ein Hingucker dabei, die unübersehbaren Megaposter von Christinger sowie die modellorientierte Beschriftung des neuen Kompakt-SUV Skoda Karoq.



## Edle und authentische Atmosphäre in der Casinowelt Zürich

Im Casino Zürich lässt es sich verweilen. Fünf Matrix-Rahmen, einer über dem Eingang und vier hinterleuchtete in der Spielhalle, ziehen die Blicke aller Besucher auf sich und sorgen für eine edle und authentische Atmosphäre in der Casinowelt. Der Textildruck wurde nach Vorgabe realisiert, umweltfreundlich und technisch selbstverständlich auf dem neuesten Stand. Der Sublimationsdruck sorgt für satte Farben und fotorealistische Darstellungen. Für die Installation vor Ort war natürlich das Christinger Werbetechnik-Team verantwortlich.



## Why wait for summer?

In 300 ausgewählten Valora kiosk Filialen wurden die Glacé-Truhen von Froneri mittels einer Magnetfolie sowie einer speziellen Sortiments-Tafel aus Forex im Nu zum Winterlook umgebrandet. Somit wird auch im Winter clever die Aufmerksamkeit auf das Glacé-Sortiment gelenkt und bei den Kunden das Bedürfnis nach einem Eis-Dessert geweckt. Glacéabsatz ist auch im Winter möglich, dank perfektem Branding, Visibilität und Präsenz.

Giuliana Ambrosio

# Leads by SDM

## Instrumente zur Leadgenerierung



Die Swiss Direct Marketing AG in Brugg steht mit dem Claim «creating response» für die Entwicklung und Umsetzung von personalisierten, individualisierten, Direct Marketing Kampagnen in Print, Online und Multichannel.

In der zunehmend digitalisierten Welt ist ein Printmailing ein wertvoller Kundentouchpoint. Kein elektronisches Medium ist persönlicher, sinnlicher, inspirierender, nachhaltiger und wird besser akzeptiert als das physische Mailing. Naturgemäss bringen die elektronischen Medien auch keine haptischen Eigenschaften mit. Sobald das physische Mailing mit dem Onlinekanal kombiniert wird, spricht man von Multichannel. Hier sollte man den Mailingempfängern die Wahl lassen, wie sie mit dem Absender in Kontakt treten möchten. Dafür bietet SDM medienübergreifende Kommunikationslösungen an. Denn der Adressat bestimmt den gewünschten Kanal, um zu antworten und nicht der Anbieter. Die Empfänger können orts- und zeitunabhängig mit physischer Antwortkarte oder online mittels Landingpage reagieren. Ob Print oder Online: Die Inhalte sind personalisiert, individualisiert und bei allen Formularen sind vorhandene Daten bereits eingetragen. So wird es dem Adressaten so einfach wie möglich gemacht, mit dem

Anbieter in den Dialog zu treten. Der potenzielle Kunde erhält eine physische Karte per Post. Mittels QR-Code oder PURL gelangt er auf seine persönliche Landingpage. Im Formular sind bereits all seine Daten vorhanden. Mit nur einem Klick kann er sich für ein neues Zeitungsabo anmelden. Eine äusserst komfortable Antwortmöglichkeit.

Um den Aboverkauf zu verstärken, wird ein Wettbewerb angeboten. Unter allen angemeldeten Personen wird ein Preis verliehen.

Unabhängig davon, ob der Adressat lediglich am Wettbewerb teilgenommen oder ein Abo abgeschlossen hat, wird unmittelbar nach der Anmeldung automatisiert ein E-Mail als Bestätigung versendet. Je nach getätigter Wahl ist der Inhalt dieses E-Mails unterschiedlich. Der Kunde von SDM kann den Verlauf der Kampagne auf seinem webbasierten Cockpit jederzeit und überall in Echtzeit verfolgen.

Nadine Krienbühl



## Multichannel Direct Marketing – die Verknüpfung von Print und Online

Wir verbinden traditionelle Printmedien mit dynamischen Online-Tools für ein Optimales Zusammenspiel aller Kanäle. Ihre Kunden haben die Wahl, über welches Medium sie mit Ihnen kommunizieren möchten. Das garantiert Ihnen einen schnellen und hohen Rücklauf.

**Moderne  
Leadgenerierung**  
schnell, wirtschaftlich,  
messbar

Bestätigungs-E-Mail



**Response-  
Management**



Live-Reporting



Rückführung in  
Ihr CRM

#### Die neue Kampagnenlösung Leads by SDM

SDM hat für die Kunden ein Instrument entwickelt, welches ermöglicht, wirtschaftlich, schnell und messbar Leads zu generieren. Dabei wird ein Printmailing mit Landingpages und E-Mails kombiniert. Der Kunde kann die Kombinationen der unterschiedlichen Touchpoints individuell zusammenstellen. Die Ziele, welche mit dem Einsatz der Kampagnenlösung «Leads» erreicht werden können, sind vielfältig:

- E-Mail-Adressen sammeln für weiteren Touchpoint
- Katalogbestellung initiieren
- Offertbestellung
- Terminvereinbarung
- Promotionsangebot kommunizieren
- Loyalitätsprogramm anbieten

**Um den Erfolg der beabsichtigten Ziele  
zu verstärken, können Multiplikatoren  
eingesetzt werden:**

- Incentive Marketing (Wettbewerb)
- Gewinnspiele
- Coupons
- Produktproben
- Aktionsangebote

#### Unsere Leistung

Wir bieten Ihnen State-of-the-Art Direct Marketing aus einer Hand. Von der Konzeption über die Produktion bis zum Responsemanagement und zur Rückführung der Daten in Ihr CRM.

#### Ihre Vorteile

Kombinieren Sie die Vorteile von Print und Online. Reduzieren Sie Ihren Streuverlust und erhöhen Sie den Response sowie gleichzeitig den ROI Ihres Marketingbudgets.



# Stickerella AG neu Teil der Elco-Familie



Stickerella ist ein etablierter Anbieter im Bereich der Online-Sticker-Produkte. Auf ihrer Website [stickerella.ch](http://stickerella.ch) bietet das Unternehmen individuell gestaltbare Etiketten an. Elco hat das Unternehmen per 1. Januar 2018 übernommen.

Im Privatbereich werden die Sticker vor allem von Eltern genutzt, um Kleidungsstücke, Schuhe und persönliche Gegenstände ihrer Kinder mit deren Namen zu versehen, die sie dorthin mitnehmen, wo es viele andere Kinder hat – in die Schule, den Hort oder ein Lager. So kann der Besitzer eines Gegenstandes dank des Stickers rasch und zweifelsfrei ermittelt werden.

Die Produktpalette reicht von Universalstickern über Schuh- und Kleidersticker bis hin zu Bügeletiketten, die auf Socken, Shirts, Hosen und dergleichen aufgebügelt werden können. Namensetiketten können individuell gestaltet werden. Aber auch beliebte Figuren wie Bibi Blocksberg, Benjamin Blümchen, Prinzessin Lillifee und viele mehr schmücken die hochwertigen Sticker aus Schweizer Produktion.

Stickerella bietet auch für Unternehmen vielfältige Lösungen. Das Sortiment umfasst Etiketten für Weinflaschen, Kleidersticker und Bügeletiketten, Papier-Labels sowie spezifische Anwendungen für Firmenevents oder Messen, die im Corporate Design des Anlasses realisiert werden können. Dabei ist nicht nur das Sujet, sondern auch die Form frei wählbar. Umfassende Informationen zum Angebot finden Sie auf der Website [solutions.stickerella.ch](http://solutions.stickerella.ch)



Mit [myelco.ch](http://myelco.ch) und [stempelblitz.ch](http://stempelblitz.ch) ist die Elco AG bereits seit einigen Jahren im Bereich der online personalisierbaren Produkte aktiv. Die Übernahme der Stickerella ist eine logische/konsequente/gezielte Erweiterung des Angebotes im Rahmen der Digitalisierungs- und Online-Strategie im B2C-Geschäft der Elco AG.

Barbara Buchegger

Aus aktuellem Anlass sind auf [www.stickerella.ch](http://www.stickerella.ch) auch Fussball-Fan-Sticker für die Länder Schweiz, Deutschland, Spanien, Portugal, Frankreich und Brasilien erhältlich.

**20%  
Rabatt**  
mit Code «Lupet18»  
gültig bis 31.08.2018





# RC-Film auf gemeinnütziger Mission

Während wir in Europa das Weihnachtsfest im Kreise der Familie feiern, ist es in anderen Kulturen üblich, an diesen Feiertagen etwas Gutes für die Gemeinschaft zu tun.

Auch die Mitarbeitenden unserer Schwesterfirma RC-Film in Thailand haben in einer Grundschule das Gebäude und den Zaun frisch gestrichen. Die bunte Farbe ist nicht nur die Farbe der Schuluniform, sondern auch Ausdruck der fröhlichen Stimmung im Unternehmen und ganz generell der Mentalität unserer Kolleginnen und Kollegen in Thailand. Neben der Freiwilligenarbeit gehört auch ein gemeinsames Essen mit den Kindern zum Anlass und dies trägt zum positiven Image im Umfeld unserer Unternehmung bei.

Besten Dank allen Beteiligten für Ihren Einsatz und für das Weitertragen des Wipf-Spirit.

Hansruedi Schafflützel





# Erfolgreiche Messeauftritte in Frankreich und den USA

Die Wipf AG präsentierte ihre innovativen Produkte



Von links: Malte Jonsson, James Finlay

## Aerosol & Dispensing und PCD Forum

Die Wipf AG präsentierte sich während zwei Tagen erfolgreich als Aussteller auf dem Aerosol & Dispensing und PCD Forum vom 31. Januar bis 1. Februar 2018. Jede Menge Besucher, interessante Fachgespräche und vielversprechende Kundenkontakte sind das Ergebnis der diesjährigen Fachmesse. Die Wipf AG zeigte einige interessante Entwicklungen aus ihrem Produktportfolio.

Im Mittelpunkt stand das Verbundfoliensortiment für das Bag-on-Valve-System. Das System kombiniert einen hygienisch reinen Aluminiumbeutel mit einem Ventil in einer unter Druck gesetzten Spraydose. Die Barriere-Eigenschaften der drei- und vierlagigen POLIALUVEL® Verbundfolien bieten Schutz gegen das Eindringen von Licht, Sauerstoff und Wasserdampf. Sie erfüllen die höchsten hygienischen Anforderungen und einen hohen Sicherheitsstandard zum Schutz der chemischen und aggressiven Füllgüter aus dem Kosmetikbereich.

Auch zum Thema Digitaldruck stellten Malte Jonsson, VP Sales & Marketing und sein Team die verschiedenen Möglichkeiten zur Personalisierung, Sortenvielfalt und Serialisierung von Verpackungen für Fälschungsschutz vor. Letzteres stieß insbesondere auf sicherheitsspezifischen Aspekten auf grosses Interesse.

## CFIA, Rennes

Auf der CFIA in Rennes vom 13. bis 15. März 2018 präsentierten wir uns als erfahrene Verpackungsexperten im Lebensmittelbereich. Dabei unterstützt wurden wir von unseren Landesvertretern Alexandre Allimant und Jean Baptiste Quintrie. Im Mittelpunkt der Ausstellung standen der Digitaldruck für sterilisationsfähige Füllgüter, die tiefziehfähige Verbundfolie WICOFLEXCAN® sowie das Bioventil W606E. Für die Wipf AG war die CFIA in Rennes sehr erfolgreich. Zahlreiche Kontakte und Anfragen waren das Ergebnis der 3-tägigen Messezeit.



Von links: Malte Jonsson, Jean Baptiste Quintrie, Alexandre Allimant

Von links: Frank Bräuning, Alison Rose-Ped, Malte Jonsson

### NCA Annual Convention

Fast zeitgleich dazu ging auch die NCA Annual Convention vom 15. bis 17. März 2018 erfolgreich über die Bühne. In diesem Jahr war der Austragungsort New Orleans – die Heimat des Jazz und Blues. Malte Jonsson, VP Sales & Marketing, Frank Bräuning, Key Account Manager, und Alison Rose-Ped, US-Vertreterin, blicken auf drei beratungsintensive Tage zurück. Zahlreiche Besucherinnen und Besucher informierten sich über das breite Produktportfolio sowie das WICOVALVE® Sortiment. Insbesondere sorgte das Bioventil W606E für regen Gesprächsstoff bei den wichtigsten Entscheidungsträgern der US-Kaffeebranche.



### Neuer WICOVALVE® E-Shop

Ab sofort kann man die WICOVALVE® Ventile wieder online unter [shop.wicovalve.com](http://shop.wicovalve.com) bestellen. Der neue E-Shop präsentiert sich zeitgemäss und mit diversen neuen Funktionen. Der Shop wurde auf die Bedürfnisse der Kunden abgestimmt und individuell entwickelt.



# Wipf AG lanciert neues WICOVALVE® High Flow Ventil

**Das WICOVALVE® Ventil W059 löst das W008 ab und glänzt mit einer verbesserten und stabileren Qualität. Das neue Ventil ist für Grossverpackungen geeignet, die bei der Stapelung rasch Luft evakuieren müssen, um ein Platzen zu verhindern. Zielpublikum für das neue High Flow Ventil ist die Lebensmittel-, Pet-Food-, Non Food- und Pharma-industrie.**

Das W059 hat vergleichbare Eigenschaften wie das Vorgängermodell, besticht aber durch eine verbesserte Qualität und Vakuumdichtigkeit. Überarbeitet wurde auch der Öffnungsdruck, der neu einen Wert von 3.0 – 9.0 mbar aufweist. Der Ventiltyp W059 wird aus qualitativ hochstehenden Komponenten und Materialien (Polyethylen) hergestellt. Damit wird sichergestellt, dass das Ventil jederzeit perfekt arbeitet. Während des Entgasens bei der Stapelung und auch danach verhindert das Ventil jederzeit das Eintreten von Luft in die Verpackung.

Das High Flow Ventil W059 wird in der Regel bei grossen Beuteln eingesetzt, bei welchen in kürzester Zeit viel Luft entweichen muss. So wird die Gefahr eines Aufplatzens der Verpackung bei der Stapelung verhindert. Durch den Einsatz dieses Ventils ist eine stabile Stapelung für den Transport und die Lagerung gewährleistet.

Ein weiterer Vorteil: Das Ventil W059 verfügt über eine gleichbleibende Qualität während mindestens drei Jahren - wie übrigens das gesamte WICOVALVE® Sortiment.



Karin Marino



# Mexico meets Switzerland

Im Restaurant Grünwald in Zürich treffen sich ganz viele «Mexikaner» zum Frühlingsfest. Der Anblick ist herrlich. Die Mitarbeitenden haben sich mit viel Fantasie und Aufwand in waschechte Mexikaner verwandelt. Der Anblick ruft sofort grosse Smileys in den Gesichtern hervor.

Wir starten mit einer Mitarbeiter-Information von Stephan Koch (CEO) und Martin Blättler (COO), begleitet von einem Aperitif.

Danach werden wir mit Schweizer Spezialitäten kulinarisch verwöhnt. Nach dem Hauptgang hat uns die Band unseres Mitarbeiters Markus Fischler, «La Guggaratscha», als Überraschung mit ihrer coolen Musik stimmungsvoll unterhalten und animiert, das Tanzbein zu schwingen.

Nach dem Dessert wurde Dino Meier zum schönsten Mexikaner gekürt, gefeiert und durfte einen mexikanischen Geschenkkorb entgegennehmen. Alle Mitarbeitenden konnten abstimmen, das Resultat ist sehr knapp ausgefallen, aber gewonnen ist gewonnen. Auch unsere «Hof-Fotografin» Katja Aldi durfte sich für ihren Einsatz über ein Geschenk freuen.

Weiter ging es mit «La Guggaratscha», Tanz und guten Gesprächen. Es war ein sehr schöner, lustiger und entspannter Abend. Alle Mitarbeitenden sind fröhlich und zufrieden nach Hause gegangen und wer weiss, vielleicht haben sie noch ein wenig von Sonne und Mexiko geträumt.

Jette Süss









# Viel Neues beim Schulheft-Sortiment

Die Elco hat ihr Schulheft-Sortiment einer kritischen Prüfung unterzogen und eine eingehende Markt- und Konkurrenzrecherche vorgenommen. Der Outcome dieser Analyse ist eine Reihe von Veränderungen am Sortiment – gleich blieben nur die Formate und Lineaturen.

Da die Elco-Schulhefte eine grosse Bekanntheit aufweisen, ist sehr früh im Projekt der Entscheid gefallen, dass die neuen Schulhefte einen optischen Wiedererkennungswert haben sollen. Somit war die blaue Farbe fix gesetzt und auch die aufgeklappte Ecke unten rechts, die die Lineatur des Heftes sehr gut verdeutlicht.

Das Blau wurde allerdings etwas dunkler gewählt – zum einen aus optischen Gründen, aber auch um den Heften eine ökologischere Anmutung zu geben. Die Ecke unten rechts wurde etwas realistischer gestaltet. Die Form ist naturgetreuer und der Schatten vermittelt einen 3D-Effekt. Bei den karierten Heften ist zudem die Grösse der Kästchen am Cover (ob 4 oder 5mm) angegeben.

Den grössten Nutzen für den Kunden liefert das Beschriftungsfeld. In der neuen Version ist es nicht mehr blau, sondern weiss und vom Lack ausgespart, um ein Verschmieren zu vermeiden. Die Lineatur des Heftes kommt durch, weil das Beschriftungsfeld optisch als aufgerissener Teil des Covers gestaltet wurde, was dem Heft etwas mehr Pepp verleiht.

Die Ecken sind abgerundet, um Eselsohren vorzubeugen. Die Ökologie war ein wichtiger Faktor, so haben die Elco-Schulhefte neu das Ökolabel «Der blaue Engel» und sind weiterhin FSC-zertifiziert. Die Grammaturn wurde auf 90 Gramm erhöht, der Weissegrad hingegen leicht reduziert, was für die Augen angenehmer zu lesen ist – dennoch erscheint das Papier rein weiss. Elco hat sich für leicht satiniertes Papier entschieden – es bietet für diese Anwendung den besten Kompromiss zwischen nicht Verschmieren und leichtgängigem Schreiben.

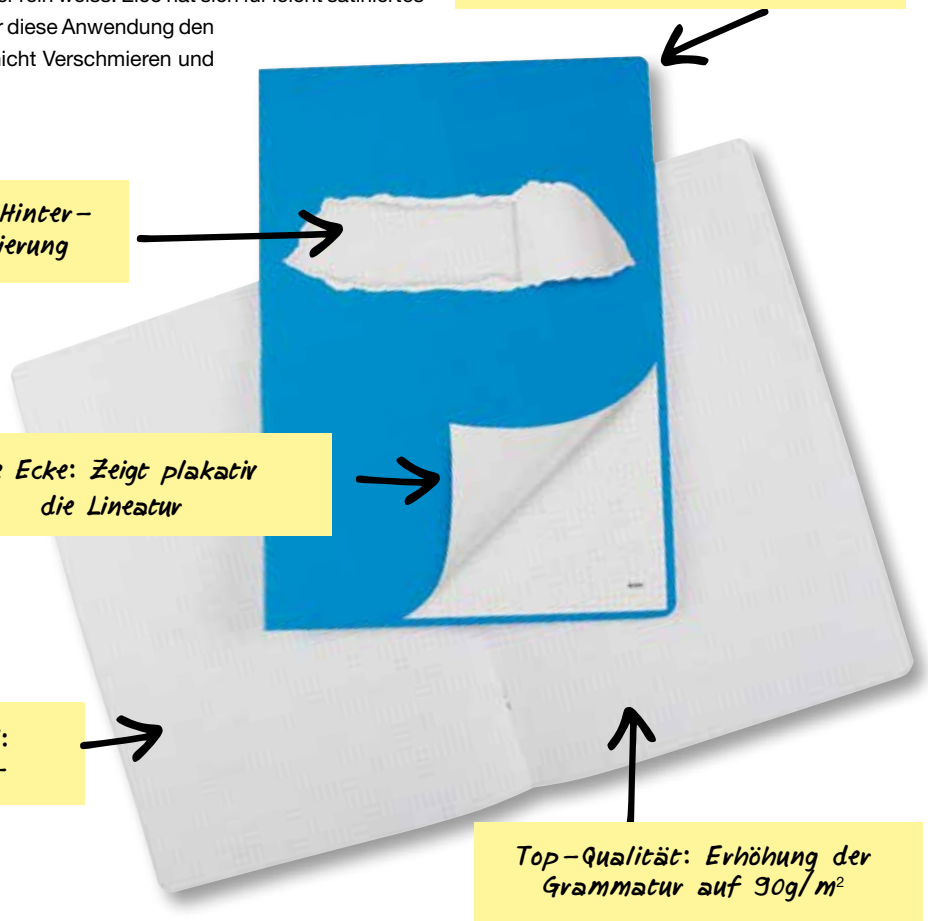
*Keine Eselsohren mehr: Durch runde Ecken*

*Besseres Beschriften: weisser Hintergrund und ausgesparte Lackierung*

*Die Ecke: Zeigt plakativ die Lineatur*

*Besseres Schreibgefühl: Dank leichter Satinierung*

*Top-Qualität: Erhöhung der Grammaturn auf 90g/m<sup>2</sup>*





Parallel zum Relaunch der Schulhefte hat sich Elco für eine Line Extension entschieden. 3 neue Produkte wurden ins Sortiment aufgenommen – entwickelt anhand der Vorgaben für die neue Deutschschweizer Basisschrift. Elco sieht grosses Potential in diesen Heften, weil seit 2018 fast alle deutschsprachigen Kantone die Basisschrift lernen. Es handelt sich dabei um eine Ablösung der Schnürlischrift.

Je nach Alter und damit einhergehend Geübtheit der Kinder wird von den Entwicklern der Basisschrift, der Deutschschweizer Erziehungsdirektorenkonferenz, eine spezielle Lineatur empfohlen. Für Schreib-Anfänger ist dies eine Lineatur mit 3 Gassen zu je 9mm Höhe. Elco hat für dieses Heft das Format A4 gewählt, um den Kindern mehr Platz zum Üben zu geben. Erkennbar ist das Elco-Heft an der Giraffe auf orangem Hintergrund.

Etwas geübtere Kinder verwenden ebenfalls eine Lineatur mit 3 Gassen. Diese sind allerdings um 1/3 kleiner, nämlich je 6 mm. Bei Elco erkennbar ist das passende Heft am Zebra auf grünem Hintergrund.

Die nächste Stufe stellt dann das Heft mit dem Löwen auf gelbem Hintergrund dar – es ist eine 2-gassige Lineatur, wobei die obere Gasse 10mm hoch ist, die unter 5.

Barbara Buchegger



## Rückblick Grossistenmessen

An den ersten zwei Februar-Wochenenden dieses Jahres fanden unsere Grossistenmessen statt. Die Innopap öffnete die Tore am 4. Februar. Während drei spannenden Messetagen konnten wir den Kunden unsere Neuheiten zeigen und sie mit unseren kreativen Ideen inspirieren. Die Innopap verkleidete das Reisezentrum in Windisch in eine Erlebniswelt, die mit ihren rund 50 Ausstellern eine Art grosse Papeterie erschaffen hat. Nebst den Ständen gab es einen Neuheiten-Corner, ein Bistro, sowie eine Camera-Booth und eine Feedback-Ecke.

Bereits wenige Tage später konnten wir auf rund 16m<sup>2</sup> nochmals unseren schicken Stand mit unseren pfiffigen Produkten zum Besten geben. Die Waser Sourcing-Days in Suhr dauerten vom 11.-13.02.2018 und haben ebenfalls viele Besucher angezogen.

Unser Messekonzept für beide Ausstellungen war identisch. Fokussiert auf die Neuheiten, darunter auch die neuen Schulhefte der neuen Deutschschweizer Basisschrift, Colleagueblöcke aber auch New Prestige und vieles mehr hat unsere Kundschaft angezogen. Die Hingucker waren vor allem die bunten Boxen und Taschen aus Karton, welche im angesagten Handlettering-Stil verziert wurden. Viel zu erzählen gab es auch zum neuen Look der James-Linie. An einer Wandtafel zeigten wir die neue Deutschschweizer Basisschrift und die dazugehörigen Elco-Schulhefte.

Wir blicken auf zwei spannende Messen zurück mit vielen begeisterten Kunden und leuchtenden Augen. Die vielen Beratungsgespräche und fleissig bestellenden Kunden machten die Tage kurzweilig und abwechslungsreich.

Patrizia Künemann



# Collegeblöcke Business

**Im Büroalltag wird immer mehr auch zu den praktischen Collegeblöcken gegriffen. Sie haben die Einfachheit eines Perforation-Blockes aber auch die Vorteile eines Notizheftes.**

Viele positive Aspekte sind beim Collegeblock vereint. So kann man wie bei einem Perfo-Block die einzelnen Seiten durch die Mikroperforation einfach aus dem Heft trennen. Dank der vorgelochten Blätter erspart man sich das zusätzliche Lochen. Will man die notierten Informationen lieber bei sich tragen, so lässt man die Blätter im Heft. Durch den Deckel des Collegeblockes werden die Notizen wie bei einem klassischen Notizheft verdeckt. Die Spirale, die die Blätter zusammenhält, eignet sich hervorragend, um die Seiten möglichst einfach umblättern zu können.

Collegeblöcke, die auf den alltäglichen Bürogebrauch ausgerichtet sind, gibt es heute kaum auf dem Markt. Wir haben deshalb unser Sortiment mit 8 Blöcken erweitert.

Farbig, trendig und dennoch neutral sind unsere Collegeblöcke für den täglichen Businessgebrauch. Die praktische Lineatur mit Titel- und Datumsfeld in hellgrauem Druck sind angenehm für das Auge. Auf 80 Blätter Offsetpapier können die Notizen niedergeschrieben werden. Die farblich passende Spirale rundet den Auftritt ab.

Ein spezieller Hingucker ist der Collegeblock mit dem Aufdruck unseres Klassikers. Ein Collegeblock verkleidet als Elco-Perfo-Block.

Weiter im Sortiment sind die etwas hochwertigeren Collegeblöcke mit satiniertem Papier als Inhalt. Das Cover ist aus hochwertigem Wachstuchmaterial. Ebenfalls abgestimmt sind die dezenten Wiro-Bindungen. Erhältlich sind diese Blöcke in den Formaten A4 und A5 in den Farben schwarz und braun.

Patrizia Künemann





# Hockeyplausch

Der Hockeyplausch findet zwar nicht jährlich, aber dennoch schon zum zweiten Mal statt. Dieses Mal haben sich 18 Mitarbeitende der Elco angemeldet und so konnten wir zwei gleich starke Teams bilden. Sehr schnell war aber klar, dass es doch einige gibt, die diesen Sport mehr als nur hobbymäßig ausüben, denn die einen kamen schon mit der eigenen Ausrüstung an und auch auf dem Eis machten sich die «Profis» schnell bemerkbar. Während gut zwei Stunden gaben wir auf dem Eis alles und kämpften mit vollem Körpereinsatz (mit der doch sehr umfangreichen Ausrüstung waren wir Anfänger alle ein bisschen mutiger), um dann den Match unentschieden zu beenden. Den Abend haben wir gemütlich im Restaurant der Eishalle mit einem feinen Fondue ausklingen lassen.

Anne-Joëlle Kessler



## Skitag

Der diesjährige Elco / SDM Skitag fand am 10. März in der Lenzerheide statt. Da sich die Temperaturen fürs Wochenende bereits frühlingshaft angekündigt haben, fanden nur wenige den Weg in die Lenzerheide, um den Samstag nochmals im Schnee zu verbringen. Den gemeinsamen Tag haben dennoch alle bei herrlichem Panorama und einem feinen Zmittag genossen.

Anne-Joëlle Kessler





# Jubilarenfeiern 2017

Ein herzliches Dankeschön an alle Jubilarinnen und Jubilare für ihren Einsatz und die langjährige Treue.

5



10



20



25



15



35



30



40





Unter dem Motto «Selfie»

5



20



25



10



15



30





# Skiweekend 2018

Das alljährliche Schneesport-Weekend der Wipf AG führte uns dieses Jahr auf den Flumserberg, wo wir am Freitag und Samstag im Januar zwei fantastische Tage erleben durften.

Am Freitagmorgen trafen sich die ersten Sportbegeisterten im Hotel Bruggmann, wo wir auch übernachteten, zu einem aufmunternden Kaffee oder einer wärmenden Schokolade. Das Wetter war besser als erwartet und wir waren bereit, die fantastischen Schneeverhältnisse auszukosten. Das Mittagessen wurde auf dem Prodkamm eingenommen und brachte die Energie für den bevorstehenden Nachmittag. Am Abend trafen wir die letzten Ankömmlinge bei der Talstation von Prodalp-Express in der SonderBar zum Après-Ski. Das Abendessen und der Ausklang des Tages im Hotelrestaurant und -bar ergänzten den ersten der beiden Sporttage.

Für den einen etwas früher und für den anderen etwas später, begann der nächste Tag mit einem ausgewogenen Frühstück. An diesem Morgen zeigte sich die Sonne etwas weniger und manchmal auch gar nicht. Im Verlauf des Vormittags fand sie aber immer mehr zu ihrer Stärke und am Mittag konnten wir alle zusammen im Bergrestaurant Prodkamm an der Sonne unser Mittagessen geniessen. Der Nachmittag verlief für die einen eher gemütlich auf der Terrasse des Bergrestaurants und für die anderen etwas sportlicher auf der Piste.

Zum Après-Ski traf man sich in der Hinna-Stall-Bar, etwas oberhalb der Talstation. Nach der gemeinsamen Fahrt talwärts zum Hotel liessen wir den Abend bei Fondue Chinoise und netten Gesprächen ausklingen. Danke an alle, die an diesem sportlichen Wochenende teilgenommen haben und vor allem dem Organisator, Martin Schaad, für die gelungene Vorbereitung und Durchführung dieses Anlasses.

Jochen Castellazzi



# Fit für Christinger



Nach der Übernahme von Christinger + Partner AG durch die Wipf Gruppe haben Stephan Koch, CEO, und Martin Blättler, COO, sich Überlegungen über Personal-Politik gemacht. Ein Teil der bestehenden Traditionen wurde übernommen und neue angegangen. Die Idee entstand unter dem Motto «Fit für Christinger» etwas Sportliches oder eine Weiterbildung über den Mittag anzubieten. In einem Rundmail wurden die Mitarbeitenden aufgefordert, Ideen zu bringen.

Aus den vielen Ideen wurden zwei zur Abstimmung ausgesucht und Yoga hat am meisten Stimmen erhalten.

Im August 2017 wurde mit der ersten Lektion gestartet. Jeweils donnerstags von 12 bis 13 Uhr finden die beliebten Lektionen statt. Die Yoga-Lehrerin, Alexandra Berg, kommt zu uns in die Firma, die Teilnehmer brauchen lediglich bequeme Kleidung, zwei Yoga Blöcke und eine Matte, und schon kann auch ohne Vorkenntnisse mitmachen wer will. Die positive Wirkung von Yoga ist durch unzählige Studien eindeutig belegt. Yoga wirkt durch sein System von körperlichen und geistigen Übungen positiv auf den physischen als auch den psychisch-mentalen Bereich. Die Yogis gehen nachher zufriedener und fitter zurück an den Arbeitsplatz. Ein tolles Angebot, das ohne grossen Aufwand ein gutes Gefühl hinterlässt und eine Win-win-Situation ermöglicht.

Jette Süss

# Dolce vita a Roma

Der längst fällige Teamausflug der Produktion Grossformat startete am frühen Freitagabend mit dem Flug nach Rom. Nach einem kurzen Zwischenstopp im Hotel ging es direkt zum Aperitif zur Piazza Navona. Nach dem Essen haben wir einen kleinen Abstecher zum Campo de' Fiori gemacht.

Die Nacht war kurz. Beim Frühstück haben wir einen Plan für den Tag geschmiedet. Und wie kommt man in Rom am schnellsten von A nach B? Man mietet sich einen Roller. Einzige Verkehrsregel: Wo immer Platz zum Fahren ist, da fährt man.

Unsere erste Station war die Piazza di Spagna mit der wunderschönen spanischen Treppe. Danach fuhren wir zur Fontana di Trevi. Auch wir haben eine Münze in den Brunnen geworfen, um unsere Wünsche in Erfüllung gehen zu lassen. Dann ging es weiter zum Kolosseum. Nach einem kurzen Aufenthalt an der Piazza Venezia fuhren wir zum Vatikan. Vom Vatikan aus fuhren wir nach Gianicolo, einem wunderschönen Platz, von dem aus man über ganz Rom schauen kann.

Um den Tag ausklingen zu lassen, fuhren wir nach Trastevere, um zu essen. Trastevere ist das ursprünglichste und authentischste Viertel Roms, sowohl bei Touristen als auch bei Einheimischen sehr beliebt. Zur falschen Zeit und ohne Reservierung wartet man dort allerdings Stunden auf einen Tisch. Aber um 23 Uhr haben wir es dann endlich geschafft. Und das Warten hatte sich gelohnt. Nach einer weiteren kurzen Nacht hiess es für uns arrivederci Roma! Es war schön bei dir!

Carlo Ricchiuto






# Lupe Wettbewerb: Gewinne einen LotusGrill

Mit etwas Glück gewinnen Sie einen rauchfreien Holzkohlengrill

Wiegt weniger als 4 kg / Ø Grillrost 32 cm / Geeignet für bis zu 5 Personen / Grillrost und Innenschale sind aus Edelstahl gefertigt und können in der Spülmaschine gereinigt werden.



## Wie gehen Sie vor?

- «LotusGrill»  suchen und Gesamtzahl in das gelbe Feld schreiben (ohne S. 27)
- Wettbewerbstalon ausfüllen
- Talon in die Wettbewerbsbox einwerfen.

Viel Glück!



NEU! Teilnahme auch online unter:

[www.wipfgroup.com/lupe-wettbewerb.html](http://www.wipfgroup.com/lupe-wettbewerb.html)



Name / Vorname

Teilnahmeberechtigt sind alle Mitarbeitenden der Wipf Gruppe. Die Mitglieder der Geschäftsleitung und der Redaktion nehmen am Wettbewerb nicht teil. **Einsendeschluss: Freitag, 6. Juli 2018.**



**Wipf AG**  
Industriestrasse 29  
CH-8604 Volketswil  
Tel. +41 44 947 22 11  
info@wipf.ch  
wipf.ch



**RC-Film Co., Ltd**  
7/451 Moo 6  
Amata City Industrial  
Estate Mabyangporn  
Pluakdaeng  
TH-Rayong 21140  
Tel. +66 38 9136 98  
info@rc-film.com  
rc-film.com



**Elco AG**  
Wildschachen  
CH-5201 Brugg  
Tel. +41 56 462 80 00  
info@myelco.ch  
elcoswitzerland.ch



**Swiss Direct Marketing AG**  
Wildschachen  
CH-5201 Brugg  
Tel. +41 56 462 85 00  
info@mysdm.ch  
mysdm.ch



**Swiss Mailing House SA**  
Route A.-Piller 33D  
CH-1762 Givisiez  
Tel. +41 26 466 82 82  
info@mysmh.ch  
mysmh.ch



**Flyerline Schweiz AG**  
Landstrasse 30  
CH-8595 Altnau  
Tel. +41 71 686 84 70  
info@flyerline.ch  
flyerline.ch



**Christinger + Partner AG**  
Grabenstrasse 11  
CH-8952 Schlieren  
Tel. +41 44 738 10 20  
office@christinger.ch  
christinger.ch

## Impressum

Herausgeber Wipf Gruppe, Postfach, Wildschachen, 5201 Brugg  
Redaktion Christian Wipf, Wipf Holding AG, Carla Heiniger, Wipf Holding AG, Giulia Hermann, Wipf AG, Karin Marino, Wipf AG, Barbara Buchegger, Elco AG, Anne-Joëlle Kessler, Elco AG / SDM AG, Nadine Krienbühl, SDM AG, Daniela Ziegler, Elco AG / SDM AG, Stephanie Gross, Flyerline Schweiz AG, Giuliana Ambrosio, Christinger + Partner AG  
Gestaltung Francesco Ballato, Elco AG  
Titelbild «Sommerferien» / shutterstock  
Druck Swiss Direct Marketing AG, Brugg

