

die lupe

2/18

Die Zeitschrift der **wipf**gruppe



3	Wipf Gruppe	Einleitung
4	Christinger + Partner AG	Car Wrapping
5	Christinger + Partner AG	Referenzarbeiten
6	Wipf AG	Fachpack 2018 WICOVALVE® Bioventil
7	Wipf AG	Flexible Monomaterial-Verbunde
8	Swiss Direct Marketing AG	Highspeed-Digitaldruck
9	Swiss Direct Marketing AG	SDM COLOR DAY 2018
10	Elco AG	Stickerella.ch
11	Swiss Mailing House SA	The Mud Day Swiss
12	Flyerline Schweiz AG	Rundum-Sorglos Paket für Messestände
13	Christinger + Partner AG	Gecko Plus Rhino Board
14	Wipf AG	Ein Hobby für Naturliebhaber
15	Wipf AG	Paletten-Sitzlounge
16	Christinger + Partner AG	Sommerfest
18	Swiss Direct Marketing AG	Kampagnenlösung für SUVA
20	Flyerline Schweiz AG	Flyerline und Best of Swiss Gastro
22	Wipf AG	InlineCan
23	Elco AG	Schultrendmesse
24	Christinger + Partner AG	Digital Signage
26	Elco AG	Lehrlingsausflug
27	Wipf AG	Auf der Suche nach jungen Talenten
	Elco AG	Elco goes to Amsterdam
28	Elco AG	Musterraum
29	Wipf AG	Lehrlingsausflug
30	Wipf Gruppe	Pensioniertentreffen
31	Wipf Gruppe	Pensionierungen
32	Elco AG	Personalnachrichten
	Christinger + Partner AG	Personalnachrichten
33	Swiss Direct Marketing AG	Personalnachrichten
	Flyerline Schweiz AG	Personalnachrichten
	Wipf AG	Personalnachrichten
34	Christinger + Partner AG	QV Absolventen 2018 Werbetechnik
	Wipf Gruppe	Lehrlingsabgänger 2018
35	Wipf Gruppe	Wettbewerbsgewinner 2018
		Impressum

Fixe Termine für die Agenda



Aerosol & Dispensing Forum, Paris, Frankreich

30. - 31. Januar 2019

Skiweekend

22. - 24. Februar 2019

NCA Convention, Atlanta, USA

7. - 9. März 2019

CFIA, Rennes, Frankreich

12. - 14. März 2019

wipf day

27. Juni 2019

Weihnachtessen

21. Dezember 2018

Weihnachtsfeier

8. Dezember 2018

Weihnachtsapéro

13. Dezember 2018

Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Liebe Kunden und Geschäftsfreunde

Rückblick Geschäftsjahr 2017/2018

Die Wipf Gruppe verzeichnete über die letzten sechs Jahre ein kontinuierliches Wachstum. Im vergangenen Geschäftsjahr betrug dieses 6,6%, womit der Gruppenumsatz netto 175,6 Mio. CHF erreichte.

Die Gewinnsteigerung der Wipf Gruppe konnte aufgrund höherer Rohstoffpreise und starken Margendrucks leider nicht mit dem Umsatzwachstum mithalten. Das Jahresergebnis der Wipf Gruppe konnte nur leicht erhöht werden. Nach wie vor belastend für das operative Ergebnis waren die Auslandsinvestitionen. Ordentliche Goodwill-Abschreibungen auf Neuakquisitionen haben das Ergebnis zusätzlich belastet. Weiterhin hohe Investitionen in Anlagen von 9,3 Mio. CHF (Vorjahr 6,8 Mio. CHF) konnten dank dem Geldfluss aus Betriebstätigkeit aus eigener Kraft finanziert werden. Der Personalbestand ist mit 601 Mitarbeitenden konstant (Vorjahr 602 Mitarbeitende).

Ausblick Geschäftsjahr 2018/2019

Um unsere Position im Bereich Digital Services weiter zu stärken, haben wir den Nischenanbieter Stickerella AG, www.stickerella.ch, im Berichtsjahr erworben.

Für die Auslandsinvestition RC-Film Co. Ltd (Joint Venture 50/50%) in Thailand erwarten wir im kommenden Geschäftsjahr einen positiven Ergebnisbeitrag.

Blick in die Zukunft

Höhere Einkaufspreise wirken mit nachfragebedingt höheren Rohmaterialpreisen und dem gegenüber dem Vorjahr schwächeren Franken belastend. Diese Erhöhungen werden in der Regel an unsere Kunden weitergegeben. Teilweise ist dies aber nur mit einer gewissen Verzögerung möglich, was temporär zulasten unserer Gewinnmarge gehen wird.

Umfeld und Risiken

Zu den potenziellen Gefahren im internationalen Bereich gehören geopolitische Risiken und protektionistische Tendenzen oder gar ein möglicher Handelsstreit. Bezüglich Europa belasten weiterhin ungelöste strukturelle Probleme in Italien die Situation. Auch eine neuerliche Aufwertung des Frankens kann als Risikoindikator bezeichnet werden.

Vor uns liegen wie immer Herausforderungen, denen wir uns mit Entschlossenheit stellen, um weiterhin erfolgreich zu sein. Ob sich Herausforderungen als Chancen erweisen, ist eine Frage von unternehmerischem Mut, genügend Biss sowie der konsequenten Umsetzung der strategischen Ziele. Die Geschichte zeigt, dass die Wipf Gruppe über diese drei Eigenschaften verfügt. Nun gilt es, darauf aufzubauen und die Erfolgsgeschichte weiterzuschreiben.

Freundliche Grüsse



Christian Wipf
Wipf Gruppe



Car Wrapping

Das Car Wrapping der Christinger + Partner AG, unter dem Begriff Fahrzeugvollverklebung bekannt, bezeichnet die grossflächige Anbringung von selbstklebender, hochelastischer und dehnfähiger Folie auf Fahrzeugen und wird zu Gestaltungs-, Farbwechsel-, Werbe- oder Dekorzwecken eingesetzt.

Ein bekanntes Anwendungsgebiet zu Werbezwecken ist die Vollwerbung auf Verkehrsmitteln, sowie die Beschriftung bestimmter Fahrzeuge im öffentlichen Bereich, aber auch Fahrzeuge aus dem Flottenbereich.

Die Arbeit benötigt eine gewisse Routine und einen sensiblen Umgang mit den Folien, das Kennen ihrer Fähigkeiten, aber auch ihrer Grenzen. Was ist mit welcher Folienart machbar und wo kann die Applikation möglicherweise Probleme aufweisen? Beim Car Wrapping ist es zudem die grosse Kunst, ein gelayoutetes 2D Objekt vom Papier auf das 3D Produkt in Natura zu bringen. Das Herausfordernde dabei ist, ein Sujet flüssend und ohne unschöne Unterbrüche oder schräglauflende Linien um das ganze Fahrzeug zu verkleben. Denn zwischen 2D und 3D besteht ein sehr grosser Unterschied, der einem erst bewusst wird, wenn man einmal ein Fahrzeug foliert hat.

Unser Profi

Orlando Valà ist einer der Profis für Car Wrapping aus dem Christinger Werbetechnik Team. Seine Leidenschaft für Car Wrapping entfachte bereits während der Lehre und bis heute begeistert ihn das filigrane und genaue Arbeiten mit Cutter und Raketel. Mit dem Stellenwechsel zu Christinger + Partner AG im Jahre 2014, wurde ihm eine Weiterentwicklung auf diesem speziellen Berufszweig ermöglicht. Er besuchte einen anspruchsvollen 3M-Kurs, durch dessen Abschluss er nun 3M-zertifizierter Fachverleger für Car Wrapping ist. Seit 2017 ist er bei Christinger auch für die Lehrlinge verantwortlich.

Ein Fahrzeug aus der Christinger Flotte war zu beschriften und es war Orlandos Idee, dieses mit einem etwas auffälligen, knalligen und frischen Artwork Design zu gestalten. Hier sieht man Orlando Valà mit Team-Kollegin Ramona Cristaudo an diesem Car Wrapping Job in Aktion.



Steckbrief Orlando Valà

Bei Christinger + Partner AG seit: 2014

Bildung und Weiterbildungen:

- Gestalter Werbetechnik EFZ, 2014
- 3M Zertifizierungsprogramm für Fachverleger, 2016
- Berufsbildner, 2017



Referenzarbeiten



Schweizer Gemüse - nah und frisch

Für die aktuelle Imagekampagne des Verbandes Schweizer Gemüseproduzenten (VSGP), durfte Christinger + Partner AG die Plakate produzieren. Diese schweizweite Kampagne vermittelt Gemüsefacts zu Regionalität, Saisonalität, Qualität und Nachhaltigkeit und macht Schweizer Gemüse im wahrsten Sinne des Wortes «schmackhaft». Zugleich sensibilisiert sie die Konsumentinnen und Konsumenten für die Herkunft, die saisonale Vielfalt sowie für frisches, knackiges und gesundes Gemüse. Die Plakate erschienen in den Formaten F12, F12L, F12LR, F200 und F200L und waren während Wochen in der ganzen Schweiz zu sehen.

Kunde: Verband Schweizer Gemüseproduzenten

Wertschöpfung: Datenaufbereitung, Produktion



Florale by Triumph Werbetrain

Wie die Models erstrahlt in zeitgemässer, stilvoller Eleganz diese Cobra Tram-Vollbeschriftung mit der Kampagne von «Florale by Triumph». Die komplette Folierung wurde im Digitaldruck produziert. Für die Teilbeschriftung im Innenbereich fallen besonders die Beschriftung der Dachblenden, der Innenwände, das Fahrerrückwandplakat sowie im Durchgang das Gelenkposter auf. Fahrgäste können sich mit einem Triumph-Werbeflyer bedienen, sich während der Fahrt von der atemberaubenden Kollektion inspirieren lassen und beim nächsten Halt aussteigen und gleich shoppen gehen.

Kunde: GroupM Services AG

Wertschöpfung: Beratung, Projektbetreuung, Digitaldruck, Montage



Flagshipstore in the City

Die kalifornische Schuhmarke Skechers ist an der Uraniastrasse in Zürich präsent. Für den neuen Flagshipstore in der Nähe der Zürcher Bahnhofstrasse, durfte Christinger + Partner AG alle Leuchtkasten, die Panel über den Regalen sowie die Blockout-Blachen im Schaufenster produzieren. Der Druck der verschiedenen Motive aus dem Lifestyle- und Sportsegment für Kinder, Damen und Herren, wurde für die Panels und die Wände auf lichtdurchlässiger Backlit-Leuchtkasten-Folie erstellt, welche die Farbkraft der Werbebilder besonders gut zur Geltung bringt. Somit erstrahlt auch das neue Zürcher Geschäft ganz im Look der Skechers USA Stores.

Kunde: Skechers

Wertschöpfung: Beratung, Projektbetreuung, Datenaufbereitung, Pro-



Fleet Branding für Rivella

Christinger + Partner AG verwandelte durch ein professionelles Fleet Branding die Rivella Fahrzeugflotte von vierundzwanzig SEAT Alhambra in ein effektives Werbemedium. Die Beschriftung erstrahlt unter dem aktuellen Rivella Markenauftritt und die Fahrzeuge tragen nun die Botschaft auf den Schweizer Strassen.

Kunde: Rivella AG

Wertschöpfung: Digitaldruck, Montage

Giuliana Ambrosio

Erfolgreicher Messeauftritt auf der Fachpack in Nürnberg

Die Wipf AG präsentierte sich während drei Tagen, vom 25. bis 27.09.2018, als Aussteller auf der Fachpack 2018, einer der grössten Verpackungsmessen in Europa. Wir behalten die diesjährige Fachpack mit vielen Fachbesuchern, einigen spannenden Gesprächen und neuen interessanten Kundenkontakten in bester Erinnerung. Die Wipf AG stellte vielversprechende Entwicklungen und Produktneuheiten vor.

Im Mittelpunkt stand das Thema nachhaltige flexible Verpackungen. Die Wipf AG brachte den Besuchern das Thema flexible Monomaterial-Verbunde näher. Monomaterialien sind eine revolutionäre ökologische Entwicklung in der Verpackungsindustrie. Die Wahl für nur ein ökologisches Material ermöglicht eine selektive Sortierung und ein optimales Recycling.

Zusätzlich stellte das Verkaufsteam die WICOVALVE® Bioventile vor, die für die Kaffeindustrie entwickelt worden sind.

Karin Marino



Das Standteam der Wipf AG

Das neue WICOVALVE® Bioventil W616E

Die Wipf AG bietet seit Neuestem das WICOVALVE® Bioventil für gemahlene Kaffee an. Es lässt sich in Kombination mit bioabbaubaren Verbundmaterialien nach dem industriellen Standard EN 13432 kompostieren.

Mit dem Bioventil für gemahlene Kaffee wird das Sortiment optimal ergänzt. Das Bioventil W606E, wie auch das W616E, sind speziell für die Kaffeindustrie entwickelt worden. Sie basieren auf den weit verbreiteten Kaffeeventilen W606 und W616 und werden aus dem qualitativ hochstehenden Biokunststoff Ecovio® hergestellt. Beide Ventile sind für die thermische Einsiegelung vorgesehen.

Erfahren Sie mehr über unser Ventilsortiment unter: www.wicovalve.com

Karin Marino



Flexible Monomaterial-Verbunde

Die Verpackung der Zukunft

Verbraucher achten immer mehr auf eine umweltfreundliche Produktion und Nachhaltigkeit beim Kauf von Produkten. Darüber hinaus werden auch die gesetzlichen Anforderungen an Verpackungen immer strenger. Wollen Lebensmittelhersteller sich mit ihren Produkten optimal auf dem Markt positionieren und zugleich den anstehenden Gesetzesänderungen vorgeifen, haben sie mit den flexiblen Monomaterial-Verpackungen die ideale Lösung gefunden.

Wie der Name «Monomaterial-Verpackungen» schon vermuten lässt, handelt es sich hierbei um eine Verpackung, die lediglich aus einem Material gefertigt ist. Zwar bestehen Monomaterial-Verpackungen, genau wie Verbundstoff-Verpackungen, aus mehreren Schichten, um etwa die Gestaltung der Packung zu ermöglichen. Es kommt aber lediglich ein Grundmaterial zum Einsatz, was die spätere Sortierung und Wiederverwertung immens vereinfacht und den Bedarf an neuen Ressourcen reduziert. Zudem vereinfacht es sowohl den Produzenten als auch den Konsumenten die Sicherstellung eines sauberen Recyclings.

Diese Idee ist natürlich alles andere als neu, aber bisher waren die technischen Anforderungen so hoch, dass keine wirklich praxistaugliche Lösung gefunden wurde. Schliesslich muss eine (flexible) Monomaterial-Verpackung auch sämtlichen Anforderungen genügen, die an eine «normale» Verpackung gestellt werden. Sie muss den Inhalt also optimal vor Umwelteinflüssen wie UV-Strahlung und Feuchtigkeit schützen und eine Verunreinigung von aussen zuverlässig verhindern. Darüber hinaus muss sie robust genug sein, um Transport und Gebrauch durch den Konsumenten zu überstehen, sie darf nicht zu schwer werden und muss sich problemlos bedrucken, beziehungsweise gestalten lassen.

Diese Anforderungen zu erfüllen, ist alles andere als trivial, aber der Wipf AG ist es nun gelungen, eine Monomaterial-Verpackung auf PP-Basis herzustellen, die voll alltagstauglich ist. Sie bietet alle Eigenschaften, die man von Verbundstoff-Verpackungen gewohnt ist, besteht aber nur aus einem Material, sodass sie sich beim Recycling wesentlich leichter und zuverlässiger sortieren lässt. Das wiederum erhöht die Recycling-Quote und sorgt so für eine umweltchonendere und nachhaltigere Produktion.

Karin Marino



Monomaterial-Verpackungen garantieren ein einfaches Recycling

Highspeed-Digitaldruck der nächsten Generation

Die Swiss Direct Marketing AG ist die führende Anbieterin von personalisierten und individualisierten Multichannel Direct Marketing Kampagnen und investiert kontinuierlich in die Mitarbeitenden und die Infrastruktur. Mit der Investition in eine Canon Océ Prostream 1000 wird es möglich, Direct Mailings und andere personalisierte und individuali-

sierte Produkte in nie dagewesener Qualität herzustellen. Kunden profitieren von der grossen Auswahl an Medien, der hohen Wirtschaftlichkeit auch in hohen Auflagen und der weitgehenden Formatunabhängigkeit, sowohl für gestrichene als auch für ungestrichene Materialien.

Nadine Krienbühl



Lebendige Farben



Feinste Detailzeichnung



Gleichmässiger Farbauftrag in Flächen



Offsetqualität im Digitaldruck

Erfolgreicher SDM COLOR DAY 2018

Am 20. September 2018 trafen sich rund 40 Marketeers aus allen Branchen in Brugg. Mit einem spannenden Programm rund um die Themen Kampagnenmanagement entlang der Customer Journey und variabler Datendruck gelang es SDM, das Publikum zu beeindrucken. Hauptattraktion der Veranstaltung war die Live-Demo des variablen Datendruckes in brillianter Qualität mit der neuen Highspeed-Digitaldruckmaschine. Der Anlass wurde mit einem Apéro Riche abgerundet.

Event Invitation by SDM: Die massgeschneiderte Einladungskampagne für Print und Online wurde für die SDM DAYS von A bis Z angewendet. Von der Save the Date Karte, über das Ticketing bis hin zum Dankesmailing mit der Impressionsseite standen den eingeladenen Gästen viele Services zur Verfügung.

Nadine Krienbühl



Together we achieve more ...



The Mud Day c'est une course extrême, unique, mettant à l'épreuve les capacités physiques et mentales. C'est un challenge d'environ 13 kilomètres et 22 obstacles inspirés des parcours du combattant. Au menu, de l'eau, de l'électricité, de la glace mais surtout de la boue et de la gloire.

Etes-vous prêts à vous dépasser? Swiss Mailing House a relevé le défi ! L'objectif n'était pas de réaliser le meilleur temps, mais bien de trouver ses limites et de les dépasser. Et aussi de passer une journée dans un esprit fun entre collègues. Participer au Mud Day nécessite bien entendu des qualités d'endurance, mais les obstacles apportent une autre dimension: il faut faire preuve de coordination et de force physique pour ramper, sauter, escalader, s'accrocher...

Une épreuve de solidarité

Plus qu'un événement sportif, une expérience. Impossible de terminer cette course sans s'aider mutuellement et sans aider les autres coureurs.

Together we achieve more ...

Ensembles nous sommes meilleurs, en réunissant les forces de chacun. Prenons-le comme expérience pour notre quotidien, et pour notre futur!

We did it!

Jonathan Picco



Rundum-Sorglos Paket für Messestände

Neuer Service: Messestand und Messebau aus einer Hand

Die Flyerline bietet bereits seit Jahren mit ihrem modular aufgebauten Messesystem aus Wabenkarton eine 100% individuelle Lösung für Messen, Events und Promotionszwecke. Neu profitieren Kunden von einem all-inclusive Service. Das Team der Flyerline ist von der ersten Idee über die Gestaltung und Produktion, den Auf- und Abbau bis zur Einlagerung da und kann Wünsche innerhalb weniger Tage realisieren.

Das dürfen Kunden von uns erwarten: Persönliche und kompetente Beratung

Niemand kennt unser Messesystem besser als wir. Wir zeigen Kunden unterschiedliche Varianten auf, die sich durch ihre Wirtschaftlichkeit und ihre Verwendungsmöglichkeiten unterscheiden. Es gibt pro Kunde nur einen Ansprechpartner. Er ist die Schnittstelle zu allen Beteiligten und koordiniert Grafik, Produktion, Anlieferung, Auf- und Abbau sowie Lagerung.

Konzeption und Design

Unsere Grafiker und Farbexperten mit langjähriger Erfahrung im Messebau erwecken Messekonzepte zum Leben und erarbeiten Entwürfe, die perfekt auf die Messeziele abgestimmt sind.

Druck und Produktion

Jeder Messestand wird vollflächig im hochwertigen Digitaldruckverfahren bedruckt. Dabei garantiert die hochwertige UV-Drucktechnologie eine langfristige Farbechtheit und brillante Farben. Nach dem Druck werden die einzelnen Elemente präzise und in exzellenter Ausgabequalität geschnitten und sicher in der Transportbox auf Rollen verpackt.



Transportlogistik innerhalb der Schweiz

Pünktlich und termingetreu liefern wir den Messestand an die gewünschte Lieferadresse in der Schweiz. Wir sorgen dafür, dass die notwendigen Papiere zur Verfügung stehen und sind bis zuletzt flexibel, damit garantiert alles glatt läuft.

Auf- und Abbau vor Ort

Mit einem erfahrenen und eingespielten Team sorgen wir für einen reibungslosen Auf- und Abbau. Die Profis der Flyerline stellen sicher, dass pünktlich zum Messebeginn alles bereit steht.

Einlagerung

Auf Wunsch lagern wir den Messestand mit allen dazugehörigen Elementen ein.

Stephanie Gross

Produkt Neuheiten

Gecko Plus – Neueste Saugnapf Technologie

Die Gecko Plus Folie mit neuester Saugnapf Technologie ist ideal für kurz- oder langfristige, saisonale oder wiederkehrende Wechselwerbung. Gecko Plus ist eine bedruckbare und selbsthaftende Folie, die es in zwei Ausführungen gibt: Gecko Plus white und Gecko Plus clear. Beide Gecko Plus Produktvarianten lassen sich auf glatten, feuchten sowie rutschigen Oberflächen anbringen und jederzeit ganz einfach rückstandslos ablösen. Das Besondere an Gecko Plus ist die adhäsive Rückenbeschichtung dank neuester Saugnapf Technologie. Die Form, das Design, die Grösse, die Farben und die Auflage der Wechselwerbung sind frei wählbar und die Anwendungsoptionen im Innenbereich sind vielfältig.

Anwendungsbereiche:

- Glas: Schaufenster, Fenster, Glastüren, Vitrinen
- Möbel mit glattem Untergrund
- POS-Displays, Kühlregale, Tiefkühltruhen (ausssen)

Gratis-Muster Bestellung mit dem Vermerk «Gecko Plus Muster» per Email an: office@christinger.ch

Gecko Plus

NEUESTE
SAUGNAPF
TECHNOLOGIE



Rhino Board – harte Schale, sanfter Kern

Rhino Board ist ideal für Werbung und Beschilderung und lässt sich hervorragend bedrucken. Die Anwendungsmöglichkeiten sind sowohl für den Innen- wie auch Aussenbereich vielseitig. Rhino Board ist eine innovative, mehrschichtige Platte. Die ko-extrudierte PVC-Hartschaumplatte besteht aus weissen Deckschichten und einem rezyklierten, schwarzen Kern. Im Gegensatz zu einer herkömmlichen PVC-Platte ist die Oberfläche des Rhino Boards hart, ebenmässig, robust und kratzfest. Rhino Board besticht durch seine hohe Festigkeit und Biegefestigkeit, ist zudem stabil und leichtgewichtig. So ganz nach dem Motto «harte Schale, sanfter Kern» ist sie die ideale Leicht-Alternative zu Alu-Verbundplatten (Dibond).

Anwendungsbereiche:

- Beschilderung für: Werbung, Industrie, Baustellen
- Warenpräsentation: POS-Displays und POP-Displays
- Hygienische und dekorative Verkleidungen
- Wandverkleidungen
- Raumteiler/Raumtrenner
- Bauteile
- Formteile: 2D Konturschnitt-Formen und 3D Objekt-Formen

Gratis-Muster Bestellung mit dem Vermerk «Rhino Board Muster» per Email an: office@christinger.ch

Giuliana Ambrosio

Rhino Board

HARTE SCHALE
SANFTER KERN



Pilze suchen, ein Hobby für Naturliebhaber

Pilze suche ich schon seit meiner Kindheit und unterdessen kenne ich etwa 100 verschiedene Sorten. Viele Speisepilze, aber auch die ungenießbaren und die giftigen Arten.

Die ersten Pilze gedeihen bereits Ende März. Die Morchel ist der erste Speisepilz, der im Frühjahr zum Vorschein kommt. Man findet den ausgezeichneten Speisepilz entlang von Flussläufen oder in Parks.

Was viele Leute nicht wissen ist, dass es verschiedene Morchel-Arten gibt. Die Speise- und die Spitzmorchel sind die zwei gängigsten Sorten, es gibt aber auch noch die Käppchen-Morchel und die Verpel.

Die Hauptsaison für Pilze ist aber der Herbst. Während dieser Zeit findet man, je nach Wetter, eine Unmenge an verschiedenen Sorten wie Maronen, Reifepilze, Trompetenpfifferlinge, Waldchampignons, Kuhmaul, Parasol uva. Natürlich gibt es auch Steinpilze und Eierschwämme. Auch die giftigen Pilze, wie Knollenblätter, Risspilze, Pantherpilze, gedeihen nun und sind manchmal ganz in der Nähe der essbaren Pilze. Daher empfehle ich, die gefundenen Pilze an einer Kontrollstelle überprüfen zu lassen. Denn ein Knollenblätter-Pilz kann tödlich sein.

Mathias Illi



Parasol



Spitzmorchel



Speisemorchel



Kratarelle



Kuhmaul



Verpel

Paletten-Sitzlounge – ein Projekt der Lernenden



Seit diesem Jahr dürfen alle Lernenden aus der Produktion und Administration gemeinsam ein Projekt auf die Beine stellen. Mit diesem Projekt konnten wir unsere Selbstständigkeit unter Beweis stellen, indem wir Informationen beschafften, Abklärungen machten und Entscheidungen trafen. Zudem verstärkte auch das Projekt die Zusammengehörigkeit zwischen uns Lernenden. Was unser Projekt sein sollte, war uns überlassen und durfte frei entschieden werden. Wir entschieden uns nach langem Hin und Her, eine Sitzlounge aus Paletten zu bauen.

Glücklicherweise konnten wir die Paletten direkt von unserer Spedition beziehen und mussten diese somit nicht extern beschaffen. Als alle Paletten lackiert und geschliffen waren, mussten wir diese aufeinander schrauben, was ziemlich anspruchsvoll war, da die Paletten nicht alle gleich aufgebaut sind und somit jedes Mal die Masse unterschiedlich waren. Nach langem Ausprobieren haben wir es schliesslich geschafft, die Paletten zusammenzuschrauben. Anschliessend haben wir die äussersten Kanten erneut geschliffen und lackiert, damit diese sicher jede Witterung überstehen.

Nach 10 Monaten und mehreren Stunden Arbeit konnten wir die Sitzlounge endlich in unserem «Pärkli» aufstellen. Es hat Spass gemacht, mit allen Lernenden gemeinsam etwas zu unternehmen. Leider haben wir die Arbeit völlig unterschätzt und es ging länger als geplant. Obwohl es nicht immer leicht war, alle gleichzeitig am Projekt arbeiten zu können, sind wir nun sehr zufrieden mit dem Resultat und wünschen allen ein gemütliches Sitzen auf den Loungesesseln.

Jastine Kern



Sommerfest

Alle Jahre wieder und jedes Jahr mit grosser Freude, wird das Christinger Sommerfest erwartet.

Nach der Mitarbeiter-Information von CEO Stephan Koch und COO Martin Blättler, fing es ganz kurz zu regnen an. Die Wettergötter meinten es jedoch gut mit uns und bald war es wieder trocken und sonnig. Es wurde grilliert, geplaudert und gelacht. Das Fest fand unter dem Motto «Fussball-Weltmeisterschaft» statt und auf einer Grossleinwand konnten die aktuellen Fussballspiele verfolgt werden. Das Christinger-Töggeli-Turnier haben die «IT-Altstars», Daniel Zeier und Oliver Schmitter, gewonnen.

Als Überraschung kam Luzius Wipf mit seinem «Luzikafi Roaming Roaster» vorbei. Serviert wurde Cold Brew auf vietnamesische Art und später durften wir einer interessanten Röstshow beiwohnen.

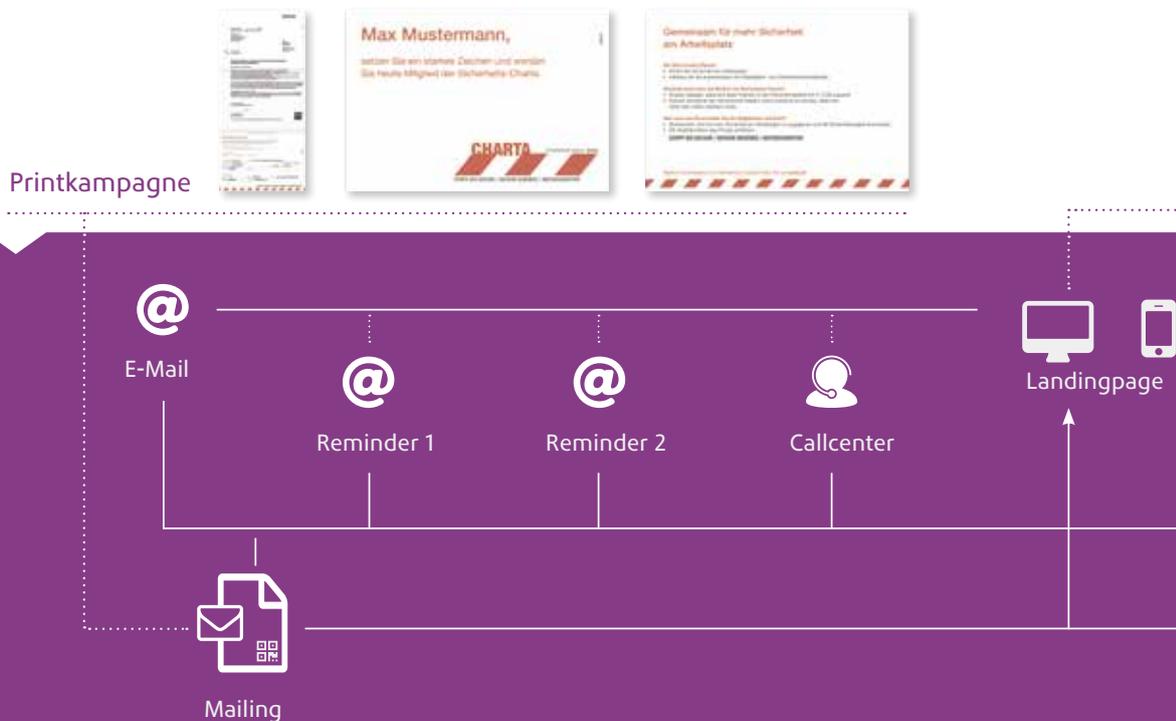
Den ganzen Tag bis in den Abend hinein wurde gefeiert und von den selbstgemachten Köstlichkeiten geschlemmt. Es war wieder ein ganz tolles Fest in einem angenehmen Ambiente, mit fröhlichen und aufgestellten Mitarbeitenden. Eine schöne Oase im Berufsalltag.

Jette Süss





Responsesteigerung mittels konsequenter Multichannel-Strategie



Zielsetzung

Mit der Multichannel-Direct-Marketing-Kampagne verfolgte die Suva das Ziel, 1500 Firmen aus insgesamt 19900 Adressaten für den Beitritt zur Sicherheits-Charta zu gewinnen.



Ausgangslage

Die Sicherheits-Charta ist das öffentliche Bekenntnis für mehr Arbeitssicherheit und wurde von der Suva gemeinsam mit den Arbeitgeber- und Arbeitnehmerverbänden lanciert. Die Schweizerische Unfallversicherungsanstalt forderte ihre Kunden auf, dieser Sicherheits-Charta beizutreten und sich somit auch aktiv mit dem Thema Arbeitssicherheit auseinander zu setzen.



Ausführung

Ein kleiner Teil der Suva-Kunden wurde in der ersten Phase per E-Mail angeschrieben. Die personalisierte E-Mail-Nachricht enthielt einen Link, der direkt zur persönlichen Landingpage führte. Dort konnte der Adressat Online dem Beitritt zur kostenlosen Sicherheits-Charta zustimmen. Kontakte, welche elektronisch nicht erreicht werden konnten – zum Beispiel infolge unzureichender E-Mail-Daten – wurden automatisch zur zweiten Kundengruppe migriert und erhielten die Botschaft via Direct Mailing per Post. Dieses Direct Mailing erfolgte in verschiedenen Wellen, der Versand fand im zwei Wochen Rhythmus bis Ende Juli 2018 statt.

Das kuvertierte Mailing enthielt neben einem Begleitbrief, mit abtrennbarem Anmeldeformular, einen personalisierten Flyer sowie ein Antwortkuvert. Der Brief mit dem Talon, wie auch der Flyer, waren personalisiert. Das Formular war mit allen vorhandenen Daten vorausgefüllt, so dass die Anmeldung für die Adressaten möglichst komfortabel und einfach vonstatten ging. Mittels PURL oder QR-Code aus dem Begleitbrief konnten die Empfänger alternativ auch auf ihre persönliche Landingpage zugreifen und online dem Beitritt zur kostenlosen Sicherheits-Charta zustimmen.

Daniel Kohler
Experte Kundenkampagnen, Suva



«Es war wichtig, dem Kunden unterschiedliche Response-Möglichkeiten anzubieten. Alle vorbefüllt, personalisiert und so gestaltet, dass der Kunde möglichst wenig Zeit investieren musste. Die Zusammenarbeit mit Swiss Direct Marketing war von Anfang an sehr effizient und hoch professionell.»

Landingpage



Multi-Device-fähig: Responsive Design



Beitritt

Bestätigung
des Beitritts



Bestätigungs-
E-Mail



Welcome
Package

Live-Reporting



Antwortkarte Verarbeitung durch SDM



E-Mail-Benachrichtigung an Suva



Rückführung in CRM

Bei beiden Anmeldewegen – in Print und Online – konnte der Adressat zudem seine Adresse mutieren und Ansprechpartner korrigieren. Beim Online-Formular bestand zudem die Möglichkeit, weitere Filialen bekannt zu geben oder den Newsletter zum Thema Sicherheits-Charta zu abonnieren.

E-Mail-Empfänger, welche dem Beitritt nicht zugestimmt hatten, erhielten eine Woche nach dem Initialversand eine weitere Benachrichtigung als Friendly Reminder per E-Mail. Nach einer weiteren Woche wurde den Nichtreagierern ein zweiter E-Mail-Reminder zugestellt. Dank einer zentralen Datenbank – für Print und Online – und der täglichen Responseverarbeitung der physischen Antwortkarten durch die Swiss Direct Marketing AG war sichergestellt, dass es zu keinen ungewollten oder doppelten Zustellungen kam. Zudem konnte der Kampagnenverlauf durch den Kunden in Echtzeit mitverfolgt werden.

Adressaten, welche auf die Beitrittsaufforderung nicht reagierten, wurden im Nachgang durch ein Callcenter kontaktiert. Mittels einem eigens für das Callcenter kreierte Anmeldeverfahren wurde es den Callagents ebenfalls so einfach wie möglich gemacht, die Calls systematisch zu dokumentieren.

Der Beitritt zur Sicherheits-Charta wurde mit einem Welcome Package abgeschlossen, welches die Swiss Direct Marketing ebenfalls wöchentlich verschickte. Das personalisierte Welcome Package enthielt weitere Informationsmaterialien rund um das Thema Arbeitssicherheit.



Resultat

Durch die zwei Reminder per E-Mail konnte der Response verdreifacht werden. Weiter konnten Adressen korrigiert und mit den richtigen Ansprechpartnern ergänzt werden. Auch der Response von den Direct Mailings war überdurchschnittlich. Die Verbindung von analogen und digitalen Kanälen zeigte bereits in der Halbzeit der Kampagne, dass ein überdurchschnittlicher Response erzielt wird. Die Wahlfreiheit des Responsekanales und die komfortable und schnelle Beitrittmöglichkeit sind probate Mittel, um den Return on Investment einer Kampagne massgeblich zu verbessern.

Nadine Krienbühl



Showcase: Flyerline und Best of Swiss Gastro

Der Best of Swiss Gastro Award ist der Publikumspreis der Schweizer Gastronomie, der jedes Jahr die besten Gastrobetriebe der Schweiz auszeichnet. Die Flyerline ist seit den Anfängen vor 15 Jahren als Druckpartner mit an Bord.

Hunderttausende Votingcards, Best of Books, Plakate, Flyer und Visitenkarten wurden produziert und viele kreative Produkte entwickelt, um den Brand ins beste Licht zu rücken und eine starke positive Assoziation bei Partnern, Betrieben und Gästen zu erzeugen.



Die Gewinnertrophäe aus Holz ist dabei das zentrale Element. Jedes Jahr wird in der Zentralschweiz eine Tanne ausgesucht, aus der die Pokale für die Gewinner in Handarbeit geschnitzt werden. Im gesamten Erscheinungsbild von Best of Swiss Gastro wird mit dieser Thematik gespielt und auch die Flyerline sorgt durch die entsprechende Gestaltung der Werbemittel für einen hohen Wiedererkennungswert.





Für den Auftritt von Best of Swiss Gastro an der Igeho in Basel hat die Flyerline einen Messestand produziert, der Aussteller und Besucher begeisterte. Dabei sorgte unter anderem die 9 Meter lange und 2,40 Meter hohe, freistehende Rückwand und die überdimensionalen «Holzkreuze» aus Wabenkarton für Aufsehen.

Für den Award wurde eine Klappdeckelverpackung mit Magnetverschluss konstruiert. Der Verschluss funktioniert nicht wie üblich durch Anziehung der Magnete, sondern durch ein gegenseitiges Abstossen. Dadurch ergibt sich beim Schliessen der Verpackung ein sanfter Widerstand, der die Wichtigkeit des Inhalts noch einmal unterstreicht.

Das hochwertige Sponsoringdossier, welches in Handarbeit gefertigt wurde, ist das Erfolgsinstrument für die Gewinnung hochkarätiger Partner.



Die Einwurfboxen für Gästebewertungen sind ein erster Schritt für die nominierten Betriebe auf dem Weg zum Master.

Stephanie Gross



InlineCan – die revolutionäre Verpackung



Seit Mitte März steht der Mahlkaffee «COFFEE³» in den Verkaufsregalen. Die Besonderheit: der Mahlkaffee ist in der InlineCan erhältlich. InlineCan ist eine würfelförmige Kartonverpackung, die Optima gemeinsam mit weiteren Unternehmen entwickelt hat. Wipf AG produzierte für das neue Produkt eine qualitativ hochstehende Peelfolie. Was ist so besonders an der Verpackung? Die Verpackung ist durch die auffallende Optik ein Eyecatcher im Regal. Im Vergleich zu herkömmlichen Vakuumverpackungen ist ein individueller Marktauftritt möglich. Die InlineCan wird direkt an der Maschine geformt und ist dadurch ökologisch sinnvoll. Der Raum, den der Kunde zur Lagerung von 1'000 vorgefertigten herkömmlichen Dosen benötigt, kann nun zur Lagerung von nur zwei Papierrollen genutzt werden. Dies verschafft Kapazitäten bis zu 30'000 Dosen.

Und was war die grösste Herausforderung? Ein schönes Öffnungsverhalten zu erreichen, das sich durch ein sehr gutes Peelverhalten und rückstandloses Entfernen der Membrane auszeichnet und gleichzeitig die hohen Anforderungen an die Sauerstoffdichtigkeit erfüllt. Bei der Entwicklung standen vor allem die Bedürfnisse des Konsumenten im Mittelpunkt. Dank des wiederverschliessbaren Deckels ist kein Umfüllen mehr nötig, das Öffnen gestaltet sich einfach und komfortabel. Die Würfelform erleichtert die Entnahme von Kaffeeresten. Die hochwertigen Aromen und die Frische des Kaffees gilt es zu schützen. Mit der gasdichten Verpackung eignet sich die InlineCan optimal für luft- und feuchtigkeitsempfindliche Produkte.

Von der ersten Idee bis zur Realisierung des neuen Produkts lagen mehrere Jahre intensiver Teamarbeit mit der Firma Optima. Dank dieser grossartigen Zusammenarbeit feiert die InlineCan bereits ihren ersten Erfolg im Kaffeesektor. Hergestellt wird COFFEE³ in der ALDI SÜD Kaffeerösterei in Ketsch (Deutschland), eine der beiden Produktionsstandorte des ALDI SÜD Tochterunternehmens NewCoffee GmbH & Co. oHG.

Karin Marino



Melanie Hauser, Wipf AG, Ulrich Burkart, Optima

Rückblick Schultrendmesse

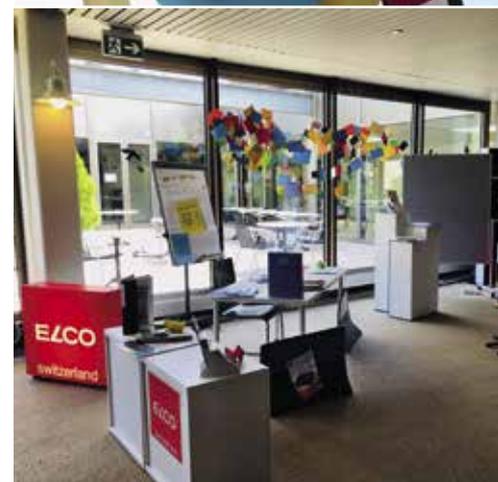
Am 10. und 11. September wurden für interessierte Kunden die Tore der Schultrendmesse in Aarburg geöffnet. Im grossen Showroom der Papedis zeigten rund zehn Lieferanten ihre schönsten Produkte. Wir nahmen zum ersten Mal an dieser Messe teil.

Unseren Messestand verkleideten wir in ein kleines Schulzimmer und setzten auf 15m² unsere Schulartikel in Szene. Selbstgebastelte Frösche, Papierschiffe und andere bunte, kreative Artikel rundeten die Präsentation ab. Nebst den neuen Schulheften der Deutschschweizer Basisschrift in den pffiffigen Farben Orange, Grün und Gelb, haben wir auch die klassischen blauen Schulhefte gezeigt, welche einem Facelifting unterzogen wurden. Neu dazu kamen die fröhlichen Schuhsticker von Stickerella, die in einem hübschen Display optimal ausgestellt werden konnten. Die Klassiker, wie unsere Organisations-mappen ELCO Ordo in allen Farben sowie Creative Kids, Ringbucheinlagen und Colledgeblöcke, durften natürlich auch nicht fehlen.

Ein weiterer Hingucker war unser Wettbewerb. Von der Decke hingen rund 150 farbige Kuverts, welche mit Preisen gefüllt waren. Mit etwas Glück gewann man beim Auswählen eines Kuverts zwei Kinotickets.

Als sich am Dienstagabend die Messe zu Ende neigte und wir uns bereit für den Abbau machten, wurden wir von der Marketingchefin der Papedis angefragt, ob unser Messestand noch weitere drei Monate stehen bleiben könne. Ihnen gefällt die Idee vom Schulzimmer so sehr, dass sie uns die Fläche gerne weiterhin zur Verfügung stellen möchten, um unsere Produkte zu präsentieren. Nicht nur ein wunderschönes Kompliment, sondern auch eine perfekte Gratis-Werbefläche für uns.

Patrizia Künemann



Digital Signage

Der Trend geht klar zu digitalen Werbeflächen hin, die mit klassischen Werbemitteln kombiniert werden. Vermehrt werden Screens, eingefasst in eine traditionell bedruckte Überkonstruktion aus Metall oder einem alternativen, starren Material, zu sehen sein. Christinger + Partner AG ist überzeugt: Kombinationen, bestehend aus dem Besten beider Welten, haben sehr viel Potenzial und verstärken die Attraktivität der bewährten Klassiker.

Warum Digital Signage? Weil Bewegtbild und Interaktivität wirken

Mit unseren Gesamtlösungen unterstützen wir Unternehmen in der Realisierung ihrer Geschäftsziele. Wir sorgen durch perfekte visuelle Lösungen für einen steigenden Umsatz, eine höhere Kundenbindung und einen höheren Markenwert. Dabei wird ein positives Kundenerlebnis zum Aufbau und zur Erhaltung einer emotionalen Bindung zwischen Anwender und Anbieter oder Produkt an jedem Kundenkontaktpunkt geschaffen.

Durch die Digital Signage Lösungen bieten wir die Möglichkeit, LCD- oder LED-Screens mit bewegten Bildern zu bespielen.

Die vielfältigen interaktiven Digital Signage Lösungen ermöglichen die Gestaltung von unterhaltsamen und interagierenden Content-Welten. Warum nicht einmal die Produkte dem Benutzer und dem Kunden als einzigartiges Erlebnis am Verkaufspunkt ermöglichen? Oder warum nicht die Kunden mit attraktiven und unterhaltsamen Wettbewerben oder Spielen durch Interaktivität begeistern?

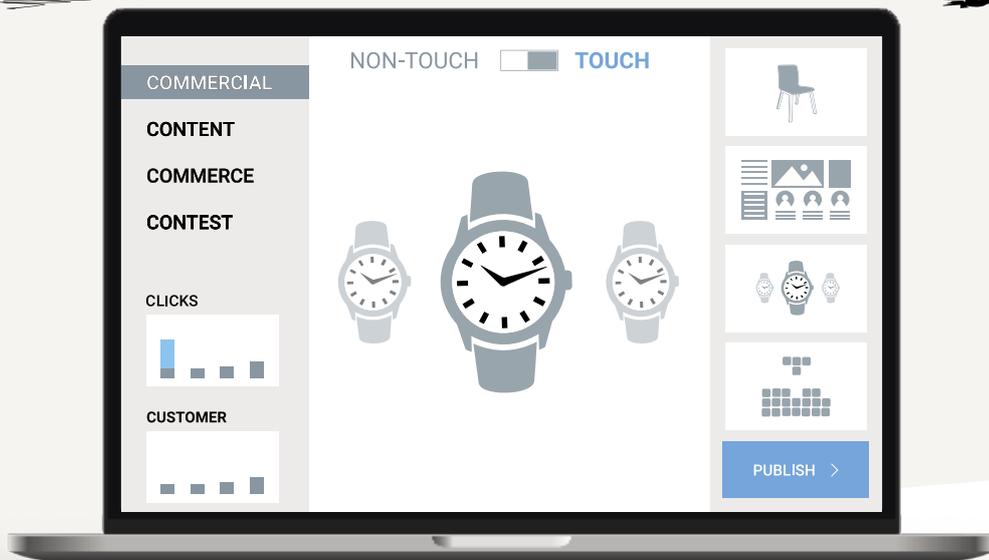
Und das Beste daran: Digital Signage bietet sich in jeder Branche an. Ob Detailhandel, Automobilhandel, Verkehr und Transport, Bildungswesen, Banken und Versicherungen, Öffentliche Verwaltungen, Hotel, Gastronomie, Messen und Events u.v.a.

Giuliana Ambrosio



DIGITAL SIGNAGE

Wir sorgen für ein unvergessliches digitales und interaktives Kundenerlebnis.
Erfahren Sie mehr unter: digital.christinger.ch



Lehrlingsausflug 2018

Im Mai haben wir Lernenden der Elco AG einen Ausflug zur Christinger + Partner AG gemacht. Unsere Berufsbildnerin Patrizia Künemann und Praxisbildner Dennis Waterkamp haben uns dabei begleitet. Fröhlichmorgens haben wir uns alle am Bahnhof in Brugg versammelt, um gemeinsam den Zug nach Schlieren zu nehmen. Nach einem kurzen Fussweg erreichten wir die Christinger + Partner AG. Wir wurden sehr freundlich von Martin Blättler und den drei Lernenden mit Gipfeli und Getränken empfangen. Die Auszubildenden der Flyerline Schweiz AG, die ebenfalls an dem Ausflug teilgenommen haben, waren bereits eingetroffen.

Bei einer sehr spannenden Präsentation von Herrn Blättler wurden uns die Tätigkeiten der Firma nähergebracht. Die Christinger + Partner AG ist in den folgenden vier Bereichen tätig: Aussenwerbung, Beschriftung, Interieur und Verkaufsförderung. Die Firma wurde 1963 als Druckerei gegründet und vieles wurde durch Handarbeit angefertigt. Heute haben sie rund 50 Mitarbeitende und fast alles wird im Digitaldruck hergestellt. So produzieren sie verschiedene Verkleidungen und Beschriftungen, wie zum Beispiel die der SBB Züge oder Busse. Sie stellen auch verschiedene Wandbilder und Riesenplakate her, die man beispielsweise am Flughafen Zürich betrachten kann.

Im Anschluss an die Präsentation haben uns die drei Lernenden der Firma ihren abwechslungsreichen Arbeitsalltag nähergebracht, wie auch die verschiedenen Werkzeuge und Produkte, die sie dafür brauchen. Alle absolvieren eine vierjährige Ausbildung als Werbetechniker/in. Für den anschliessenden Betriebsrundgang teilten wir uns in zwei Gruppen auf, somit bekam man sehr viel mit und auch Anliegen, sowie Fragen konnten sehr genau beantwortet werden. Wir durften das Verkaufsbüro, die Datenaufbereitung, sowie verschiedene Bereiche der Produktion besichtigen. Die Vielfältigkeit der Produkte und deren Herstellung waren sehr spannend.

Nach dem Rundgang haben wir in einer Pizzeria in der Nähe ein gemeinsames Mittagessen genossen. So hatten wir nochmals die Gelegenheit, uns mit den anderen Lernenden auszutauschen und konnten vieles über ihre Ausbildung erfahren. Wieder zurück in der Firma schenkte uns Christinger zum Abschied Schokolade und einen Kugelschreiber. Es war ein sehr gelungener und abwechslungsreicher Tag, bei dem wir sehr viele spannende Eindrücke sammeln konnten.

Alina Zeindler



Mit Flyern und Plakaten auf der Suche nach jungen Talenten!



Die Wipf AG beschäftigt aktuell 12 Lernende aus dem kaufmännischen Bereich, der Logistik und der Druckabteilung. In diesem Jahr konnte das Unternehmen zwei neue Auszubildende für den Lehrberuf Anlagenführer EFZ gewinnen. Bis ins Jahr 2021 will die Wipf AG das Lehrstellenangebot ausbauen und insgesamt 20 Lernende ausbilden. Um dieses Projekt erfolgreich anzugehen, wurden die Suchkanäle modernisiert und erweitert. Unter anderem lancierte das Unternehmen eine Plakatkampagne, auf welcher der Auszubildende Edon Berisha aus der Abteilung Tiefdruck zu sehen ist. Ergänzend dazu werden Flyer in diversen Ortschaften, wie Volketswil, Dübendorf, Schwerzenbach und Nänikon-Greifensee verteilt. Damit möchte die Wipf AG sich als Ausbildungsbetrieb mehr Bekanntheit verschaffen und spezifisch über das aktuelle Lehrstellen-Angebot informieren.

Stefania Fratto

Elco goes to Amsterdam

Zehn Mitarbeitende haben sich für den Kurztrip am Wochenende vom 25. – 27. Mai nach Amsterdam angemeldet, welcher leider viel zu schnell zu Ende ging.

Nachdem wir uns alle am Freitagabend nach einer individuellen Anreise in Amsterdam getroffen hatten, ging es weiter zum Abendessen in ein argentinisches Restaurant. Danach konnten wir ausgiebig das Nachtleben von Amsterdam erkunden. Nach einem intensiven ersten Abend starteten wir am Samstag mit sommerlichen 28° Grad in den neuen Tag. Nachdem wir einige Fotos mit Prominenten im «Madame Tussauds» geschossen hatten, lud das ideale Wetter zu einer Grachtenfahrt quer durch die Stadt ein. Im Anschluss blieb noch Zeit für Shopping, Museumsbesichtigung oder einfach nur um ein kühles Bier zu trinken. Am Abend feierten wir im «Supperclub», ein ziemlich angesagter und gefragter Club in Amsterdam. Für feines Essen, gute Cocktails und teilweise etwas spezielles Entertainment war gesorgt.

Am Sonntag trafen wir uns im Hard Rock Café zu einem kühlen Getränk und genossen zusammen die letzten Stunden vor dem Abflug. Ein wirklich tolles Weekend, welches wir gerne wiederholen möchten.

Nick Sommer





Musterraum

Vor rund einem Jahr wurden wir KV-Lernende angefragt, ob wir nach der Pensionierung von Richard Runser den Musterraum mit all seinen Aufgaben übernehmen wollen. Nach mehreren Lehrlingsmeetings und Gesprächen mit Richard war uns schnell klar, dass es keine leichte Aufgabe werden wird. Dennoch haben wir die herausfordernde Aufgabe auch als Chance gesehen. Schnell wurde uns klar, dass wir einen Hauptverantwortlichen, einen «Chef», bestimmen müssen, der für eine reibungslose Übergabe sorgt, sich um die Administration und eine klare Einführung kümmert. Mit Richard Runser wurde dann eine detaillierte Planung für die Übergabe definiert. Anfangs war es für uns sehr aussergewöhnlich, da es eine wirklich anspruchsvolle Aufgabe ist, die viel Disziplin und Genauigkeit fordert.

Der Musterraum ist eine eigene Abteilung, neu geführt durch uns KV-Lernende. Wir sind selber für die Administration, Ordnung und Auslieferung der Muster verantwortlich. Anhand von einem Dienstplan führen wir den Musterraum nach Wocheneinteilung. Das heisst, eine Person führt den Musterraum inkl. Musterauslieferung von Montag bis Mittwoch und eine andere Person am Donnerstag und

Freitag. In der Folgewoche führen zwei andere Lernende nach demselben Konzept. Dadurch ist eine gute Koordination gewährleistet. Des Weiteren haben wir einige neue Regeln eingeführt, so werden beispielsweise alle E-Mails, welche bis 15.00 Uhr an unsere Adresse (musterraum@myelco.ch) eingehen, noch am selben Tag ausgeliefert.

Jährlich gehört ebenfalls zu unseren Aufgaben, die Auffrischung und Aktualisierung des Musterraums. Auf Wunsch einzelner Abteilungen erstellen wir auch spezielle Musterbunde. Gibt es neue Produkte, so müssen wir diese sinnvoll im Raum integrieren und in einer Übersichtsliste führen. Seit bereits vier Monaten sind wir nun für den Musterraum verantwortlich. Tag für Tag lernen wir Neues dazu und helfen uns gegenseitig, die Aufgaben zu meistern. Der Musterraum gilt als «Herz» der Elco, die Muster sind die Visitenkarte der Firma. Gerade deshalb sind wir dankbar für das Vertrauen, welches uns entgegengebracht wird. Zudem ist es eine grosse Freude, diese Abteilung zu führen und eine tolle Abwechslung zum Büroalltag.

Suemi, Noemi, Alina, Jana, Marijana und Severin



Lehrlingsausflug 2018



Schon wieder ist ein Jahr vergangen und der Lehrlingsausflug stand vor der Tür. Am Mittwoch, 4. Juli, war es endlich soweit. Wir fuhren mit zwei Autos Richtung Buchs AG in das Chocolat Frey Besucherzentrum. Dort hatten wir die Möglichkeit, unsere persönliche Schokolade herzustellen. Die Geschmäcker sind ja bekanntlich unterschiedlich und so gab es sehr viele verschiedene Eigenkreationen. Von Karamellmeersalz bis zum prickelnden Spruso war alles vorhanden. Im Anschluss an unsere Eigenproduktion erkundeten wir die Erlebniswelt der Chocolat Frey gefolgt von einer Degustation aller Schokoladenvariationen der Firma.

Nachdem wir nun genug Süsses degustiert hatten, gingen wir nach Aarau, um dort eine feine Pizza zu geniessen. Nach dem gemütlichen Mittagessen und Beisammensein fuhren wir nach Oftringen für den sportlichen Teil des Tages. Bowling war angesagt, in zwei Gruppen kämpften wir uns durch die Spiele. Die einen hatten mehr Glück, die anderen wurden vom Pech während beiden Durchgängen verfolgt. Es war ein gemütlicher Tag mit vielen verschiedenen Aktivitäten und Gesprächsthemen. Danke an die Firma Wipf, die uns diesen Lehrlingsausflug jährlich ermöglicht.

Jastine Kern





Pensioniertentreffen 2018



EZCO
switzerland



«Jasmine Mathis und Andrin Furrer bleiben der Christinger-Familie erhalten und arbeiten auch weiterhin bei uns»

QV Absolventen 2018 Werbetechnik

Vom Schriftsteller über den Schrift- und Reklamegestalter bis hin zum heutigen Werbetechniker! Unser Beruf geht mit der Zeit und dies sieht man auch in den aktuellen Prüfungsfächern unserer Lehrlinge. Berufskunde, Grafikdesign und Marketing bilden dabei den Schwerpunkt einer über mehrere Wochen hinweg dauernden Prüfung. Vier Jahre konnten sich Jasmine Mathis und Andrin Furrer im Betrieb und in der Schule das nötige Know-how aneignen, um die Abschlussprüfung zu bestehen. Nichtsdestotrotz hat jeder Mitarbeitende mitgefiebert und versuchte, noch letzte mentale und technische Tipps zu geben.

Nach schweisstreibenden Rechenaufgaben, Layout-Gestaltungen in Rekordzeit und filigranen Montagearbeiten unter den Argusaugen der Experten ist es nun endlich so weit:

Die ganze Firma Christinger + Partner AG gratuliert unseren beiden Schützlingen zum bestandenen Qualifikationsverfahren. Das habt ihr toll gemacht, wir sind richtig stolz auf euch!

Sandra Gabrieli

Den jungen Berufsleuten wünschen wir auf ihrem weiteren Lebensweg viel Glück, Erfolg und alles Gute.



Lehrlingsabgänger 2018

Elco AG

Marco Aschwanden
Polymechaniker



Jan Elmiger
Logistiker



Irina Reisinger
Kauffrau



Cédric Zürcher
Kaufmann



Wipf AG

Edon Hyseni
Drucktechnologe



Fabienne Holzinger
Kauffrau



Glückliche Wettbewerbs- Gewinner 2018



Dino Meier
Stv. Leiter Vorstufe
Christinger + Partner AG



Jasmin Reif
Auftragsmanagement
Wipf AG



Anita Zemp
FICO
Elco AG



Kiri Veerasingamudaliyer
Data Management
Swiss Direct Marketing AG

Herzliche Gratulation und viel Spass mit dem Lotus-Grill.

Die richtige Gesamtzahl Lotus Grill ist: 9

Carla Heiniger



Innovative Packaging Solutions

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
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



Stickerella AG
Wildschachen
CH-5201 Brugg
Tel. +41 56 462 83 02
info@stickerella.com
stickerella.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@mismh.ch
mismh.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 «Wanderstöcke» / shutterstock
Druck Swiss Direct Marketing AG, Brugg

