



wipfgruppe

Your Packaging Innovator

Geschäftsbericht
2022/2023

Innovation und Nachhaltigkeit

Die Wipf Gruppe bietet mit ihren vier Geschäftsbereichen Flexible Packaging, Stationery & Tableware, Direct Marketing und Online Business ein umfassendes Angebot für ihre Kunden an. Qualität und Innovation sind ein Garant für Erfolg: für den Kunden und für uns. Die Wipf Gruppe ist fit für die Zukunft und engagiert sich ganz nach dem Motto «Innovation und Nachhaltigkeit».

Bericht des Verwaltungsrates	6
Wipf AG, Flexible Packaging	12
Inflation in Europa und starker Schweizer Franken	14
Elco AG, Stationery & Tableware	18
Das Geschäftsjahr – geprägt durch mehrere Faktoren	20
Swiss Direct Marketing AG, Direct Marketing	24
Mit smarter Technologie in die Zukunft	26
Flyerline Schweiz AG, Online Business	28
Flyerline im Wahljahr 2023	30
Christinger AG, Online Business	32
Vielfältige Herausforderungen – ein starker Partner	34
Organe und oberes Kader	36



Wir ruhen nicht aus.

Nachhaltigkeit ist der Kern unseres Wertesystems und wird bei uns in der Wipf Gruppe durch technische Innovation und Managementsysteme umgesetzt. Unsere Unternehmensgruppe stellt sich seit Jahren den Herausforderungen, einen nachhaltigen Entwicklungspfad in der gesamten Gruppe zu gehen.

Damit dies gelingt, braucht es den Menschen, der täglich durch kleine und grosse Entscheidungen und Verhaltensweisen den Alltag im Unternehmen bestreitet. Das ist dann möglich, wenn Unternehmenswerte von innen nach aussen gelebt werden. Dank unserer Kultur der Nachhaltigkeit und des Perspektivwechsels gelingt es uns, die Zukunftsvision unserer Unternehmensgruppe im Denken und Handeln wahrhaftig zu machen: nachhaltig, klimaneutral und zertifiziert. Wir erfüllen die Anforderungen des Marktes und die Bedürfnisse unserer Kunden, indem wir auf höchste Qualität setzen und sie in bester Servicekultur umsetzen.

Die Wipf Gruppe bewährt sich trotz schwierigem Umfeld

Das vergangene Jahr war von vielen Herausforderungen geprägt. Anhaltende Störungen in der Lieferkette, hohe Preisvolatilität bei Rohmaterialien sowie Unsicherheiten in deren Verfügbarkeit führten zu anhaltend hohen Lagerbeständen. Unsere grösste unternehmerische Herausforderung ist die Sicherstellung einer konstanten Lieferfähigkeit in allen Betrieben der Gruppe. Unsere Kunden zuverlässig und in gewohnt hoher Qualität bedienen zu können, ist unser grösstes Anliegen.

Intakt geblieben sind die Makrotrends, die unser Wachstum vorantreiben: Auch im Berichtsjahr konnte die Wipf Gruppe bezüglich des Umsatzes überzeugen. Dieser stieg um 4,3 Prozent (Vorjahr +8,1%).

Wir stehen mit dem Umfeld in vielfältigen Wechselbeziehungen. Ob Marktentwicklungen, technologische Neuerungen, Gesetzesänderungen oder Entwicklungen des Arbeitskräfteangebots – wir müssen uns konstant mit Veränderungen auseinandersetzen. Um erfolgreich am Markt zu bestehen, begegnen wir den Herausforderungen mit entsprechenden Anpassungsstrategien. So gewann die Flexibilität in den letzten Jahren zunehmend an Wichtigkeit und ist für uns zum Erfolgsfaktor geworden. Es bedeutet, rasch auf Änderungen und auf äussere Ereignisse reagieren zu können. Innovationen und neue Technologien spielen dabei eine wesentliche Rolle, und ebenso unterstützt uns die hohe Einsatzbereitschaft und Agilität unserer Mitarbeitenden.

Konjunkturelle Ausgangslage

Die Schweizer Wirtschaft ist verhalten ins Jahr 2023 gestartet und die Aussichten im internationalen Umfeld haben sich eingetrübt. Risiken für die globale Konjunktur gehen insbesondere von der Wirtschaftsentwicklung in China aus. Die robuste Entwicklung des Arbeitsmarkts stützt nach wie vor private Konsumausgaben und die Inflation ist im internationalen Vergleich moderat. Das kommende Jahr wird noch nicht den erhofften Aufschwung bringen; das Schweizer Wirtschaftswachstum bleibt fragil.

Rückblick Geschäftsjahr 2022/2023

Der Gruppenumsatz stieg auf CHF 182 Mio. (Vorjahr CHF 174 Mio.). Positiv hervorzuheben ist der EBITDA, der sich trotz schwieriger Wirtschaftslage stabilisiert hat. Das Jahresergebnis der Wipf Gruppe liegt leicht unter Vorjahr. Die vom Werbe- und Druckmarkt abhängigen Beteiligungen haben sich erneut belastend auf das operative Ergebnis ausgewirkt und auch Goodwill-Abschreibungen haben das Ergebnis negativ beeinflusst. Die Investitionen in Anlagen in der Höhe von CHF 7,5 Mio. (Vorjahr CHF 5,4 Mio.) konnten wir dank des hohen Geldflusses aus Betriebstätigkeit aus eigener Kraft finanzieren. Die Eigenkapitalquote erhöhte sich weiter. Der Personalbestand reduzierte sich leicht auf 569 Mitarbeitende (Vorjahr 570 Mitarbeitende).

Ausblick Geschäftsjahr 2023/2024

Um Lieferengpässe zu vermeiden, haben wir unsere Einkaufslagerbestände erhöht. Gleichzeitig haben unsere Kunden ihre hohen Einkaufslagerbestände wegen der Entspannung auf der Beschaffungsseite etwas abgebaut, was die tieferen Bestellungseingänge in den letzten Monaten erklärt. Insbesondere die geringeren Bestellungseingänge aus Europa (vor allem Deutschland) werden sich in den kommenden Monaten in unserer Auslastung und im Umsatz bemerkbar machen.

Unsere thailändische Auslandsinvestition RC-Film Co. Ltd (Joint Venture 50/50%) konnte weiterwachsen. RC-Film Co. Ltd verzeichnet erneut ein positives Ergebnis, was uns für die Zukunft und weitere Investitionen optimistisch stimmt.

Blick in die Zukunft

Mittelfristig werden die Anforderungen an unsere Flexibilität und Innovationskraft weiter steigen. Die raschere Markteinführung neuer Produkte und situative Anpassungen der Kostenstrukturen werden unsere Wettbewerbsfähigkeit erhalten und massgebend zu unserem Geschäftserfolg beitragen.



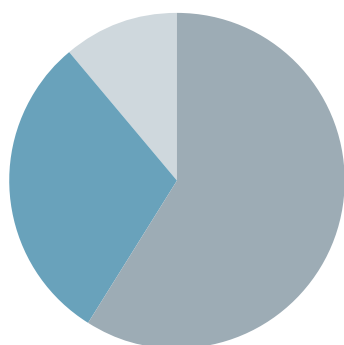
Verwaltungsrat (von links): Beat Wipf, Kaspar Kelterborn, Christian Wipf (Präsident), Markus Diggelmann, Philipp Sutter

Nach Regionen	2022/2023	2021/2022
Wipf Gruppe	Mio. CHF	Mio. CHF
Nettoumsatz	181,8	174,3
Schweiz	108,0	102,8
EU/EWR	54,3	52,9
Übrige Länder	19,5	18,6

Nach Divisionen	2022/2023	2021/2022
Wipf Gruppe	Mio. CHF	Mio. CHF
Nettoumsatz	181,8	174,3
Flexible Packaging	88,2	85,7
Stationery & Tableware	63,1	59,3
Direct Marketing	12,3	12,7
Online Business	18,2	16,6

Umsatzanteile Länder

(100% = 181,8 Mio. CHF)



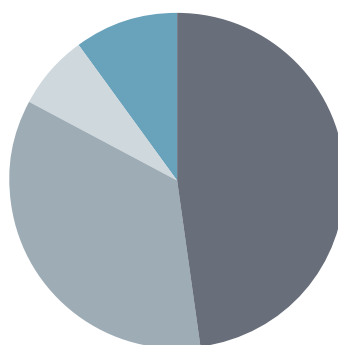
Schweiz 59% (VJ 59%)

EU/EWR 30% (VJ 30%)

Übrige Länder 11% (VJ 11%)

Umsatzanteile Divisionen

(100% = 181,8 Mio. CHF)



Flexible Packaging 48% (VJ 49%)

Stationery & Tableware 35% (VJ 34%)

Direct Marketing 7% (VJ 7%)

Online Business 10% (VJ 10%)

Die Geschäftslage der Wipf Gruppe präsentiert sich per Ende Juni 2023 gut und stabil. Aufgrund der konjunkturellen Unsicherheiten in unseren Absatzmärkten, insbesondere in Deutschland, müssen wir aber die wirtschaftliche Entwicklung aufmerksam beobachten. Im erreichten Ergebnis unterscheiden sich die Unternehmen der Gruppe aber wesentlich. Im verarbeitenden Gewerbe und im Detailhandel ist die Marktlage derzeit stabiler und mit dem Vorjahr vergleichbar. Die Unternehmen, die in die grafische Industrie und an Werbedienstleister liefern, sind trotz leichter Entspannung mit weit grösseren Herausforderungen und einem Nachfragerückgang konfrontiert. Der Markt ist hier noch nicht auf das Vor-Corona-Niveau zurückgekehrt.

Umfeld und Risiken

Die Wipf Gruppe erwartet weiterhin einen starken Schweizer Franken und eine stabile wirtschaftliche Entwicklung sowohl in der Schweiz als auch im Export, obwohl die konjunkturellen Risiken weiter zunehmen.



Gruppenleitung (von links): Oliver Fankhauser, CEO Wipf AG, John Zoellin, CEO Elco AG, Hans-Rudolf Schafflützel, Leiter Division Flexible Packaging (FP), Fabienne von Stauffenberg, Leiterin Division Online Business (OLB), Hans-Jörg Aerni, CEO Wipf Gruppe, Roman Martin, Leiter Finanzen (Gruppe, STD und OLB), Roger Didden, Leiter Finanzen (FP)

Dank

Ich möchte allen unseren Kunden für ihr anhaltendes Vertrauen und ihre Partnerschaft danken. Ihr Erfolg ist unser oberstes Ziel. Unsere Leistungen können wir nur dank dem grossen Engagement und dem unermüdlichen Einsatz unserer Mitarbeitenden erbringen. Unsere Mitarbeitenden stehen «bei jeder Wetterlage» zur Wipf Gruppe und unseren Kunden, was in dieser herausfordernden Zeit nicht selbstverständlich ist und mich immer wieder aufs Neue stolz macht.

Brugg, 20. September 2023

Christian H. Wipf
Präsident



Wipf AG, Flexible Packaging



Eine kleine Auszeit
vom Alltag.
Egal wo, egal wann.
Ein Austausch unter
Freunden. Ein kleiner
Moment, der den
Unterschied macht.

*Wipf Innovative Packaging
Solutions entwickelt
massgeschneiderte und
nachhaltige Verbundfolien
und Beutel, die für jede
Anwendungsart ein perfektes
Endprodukt zusichern. Für
Food, Pet Food, Non Food
und Pharma.*

Wipf AG, Volketswil

Inflation in Europa und starker Schweizer Franken

Nach einer wahren Explosion der Rohmaterialpreise im Vorjahr und den sehr hohen Energiepreisen stieg die Inflation in der Schweiz zeitweise bis auf 3,5 Prozent an. Die Notenbanken gaben mit steigenden Zinsen erfolgreich Gegensteuer, sodass die Inflationszahlen wieder zurückgingen. Das alte Preisniveau wurde aber nicht wieder erreicht, sondern lediglich ein weiterer Anstieg gebremst. In vielen europäischen Ländern musste mit Lohnanpassungen nachgezogen werden und die Wirtschaft kühlte sich deutlich ab. Zudem sind die Lager teilweise prall gefüllt und die Nachfrage aufgrund nachlassender Kaufkraft gedämpft.

Diese ungünstigen Marktumstände führten zu einem deutlichen Rückgang der Nachfrage insbesondere nach Verpackungen.

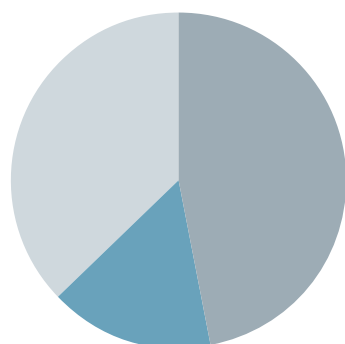
In der Schweiz war die Inflation zum Glück nicht so hoch wie im umliegenden Ausland. Dafür erstarkte der Schweizer Franken deutlich, was für uns als exportorientiertes Unternehmen keine einfache Situation darstellt.

Trotz der aktuell schwierigen Rahmenbedingungen rücken wir nicht von unserem Vorhaben ab, Massnahmen zu ergreifen mit dem Ziel, die Erderwärmung bei maximal 1,5 Grad (SBTi fixed 1.5 near-term) zu halten. Damit sind wir weiterhin der einzige Hersteller von flexiblen Verpackungen in der Schweiz, der sich zu diesem Ziel verpflichtet hat und damit nicht einfach Greenwashing betreibt.

Flexible Packaging	2022/2023	2021/2022
	Mio. CHF	Mio. CHF
Nettoumsatz	88,2	85,7
Food	41,6	39,6
Pet Food	13,9	14,5
Non Food, Pharma, Medical	32,7	31,6

Umsatzanteile Flexible Packaging

(100% = 88,2 Mio. CHF)



Food	47% (VJ 46%)
Pet Food	16% (VJ 17%)
Non Food, Pharma, Medical	37% (VJ 37%)



Oliver Fankhauser, Hans-Rudolf Schafflützel

Wipf AG

Dank einem ausgewogenen Produktmix konnte der Nachfragerückgang bei Lebensmittelverpackungen kompensiert und sogar ein bescheidenes Wachstum erzielt werden. Die Verschiebung von Food-Produkten zu Non-Food-Produkten setzte sich weiter fort. Trotzdem konnten wir für verschiedene Kunden im Food-Bereich Monomaterial-Verpackungen produzieren und sind mit einer Vielzahl von Lösungen auf gutem Weg, die erhöhte Nachfrage der Brand Owner nach Einstoffverpackungen zu befriedigen.

Die Wipf AG liefert mit ihrem Ergebnis den nötigen Beitrag zum erfolgreichen Abschluss der Gruppe.



Der neue Ventilmontageautomat der Wipf AG. Kapazitätserweiterung zur Herstellung der WICOVALVE®- Einwegaromaschutz-Ventile.

RC-Film Co. Ltd. Thailand (Joint Venture 50/50%)

Das CPP-Folien-Geschäft war im Berichtsjahr – nach einem sehr starken Geschäftsjahr 2021/2022 – geprägt von einem deutlichen Rückgang der Nachfrage. Auch in Asien verlangsamte sich das Wachstum. Vor allem im zweiten Halbjahr ging die Nachfrage auch aufgrund von vollen Lagern zurück. Zudem haben fallende Rohmaterialpreise die Kunden wenig animiert, grössere Bestellungen im Voraus zu tätigen, was nochmals auf das Volumen drückte. Dank diversen Sparanstrengungen ist es uns aber gelungen, ein positives Jahresergebnis zu erreichen.

Die erfreuliche wirtschaftliche Entwicklung und auch technische Neuerungen haben uns motiviert, weiter in Asien und in die Folienherstellung zu investieren.

Im nächsten Geschäftsjahr werden wir eine neue Cast-Anlage mit einer Orientierungseinheit in Betrieb nehmen. Die Anlage ermöglicht uns, auch Barrierefolien herzustellen und uns damit für Monomaterial-Lösungen zu empfehlen.



Die neue Drahterodiermaschine zur hochpräzisen Produktion von metallischen Werkzeugen und komplexen Formen.

Michel Werkzeugbau AG

Die bedeutenden Investitionen im vergangenen Geschäftsjahr haben sich sehr positiv auf den Umsatz und das Ergebnis ausgewirkt. Wir konnten dank unserer Kompetenz als Werkzeughersteller und Spritzgiesser neue Kunden hinzugewinnen. Damit ist der Transformationsprozess vom erfolgreichen Einzelunternehmen zur wichtigen Organisationseinheit innerhalb der Gruppe geglückt.

Positive Zukunftsaussichten

Wir erwarten ab Ende 2023 ein Erstarren der Nachfrage sowohl in Europa als auch in Asien. Die Lager dürften sich bis zu diesem Zeitpunkt geleert haben und sich die Nachfrage erholen. Bei allen Kunden im Bereich Flexible Packaging haben wir ein deutliches Wachstum budgetiert, welches wir dank vielen neuen Produkten realistisch erreichen werden. Wir blicken mit grosser Zuversicht in die Zukunft.

Hans-Rudolf Schafflützel
Leiter Division Flexible Packaging





Durch die Stadt
schlendern.
Auslagen im Schau-
fenster anschauen.
Staunen. Kaufen. Ein-
packen lassen und
nach Hause tragen.

*Elco engagiert sich für
nachhaltige Produkte und
produziert klimaneutral. Der
Experte für Papiertragetaschen,
Kuverts, Schreibblöcke, Gruss-
karten und vieles mehr macht
alles, um den ökologischen
Fussabdruck zu verringern,
damit Menschen umweltfreund-
licher leben.*

Elco AG, Brugg

Das Geschäftsjahr – geprägt durch mehrere Faktoren

Volatiles Umfeld wirkt sich auf operatives Geschäft aus

Das Geschäftsjahr wurde von mehreren Faktoren geprägt. Die Corona-Pandemie ist zwar mehrheitlich aus dem Blickfeld verschwunden, dafür warfen geopolitische Ereignisse ihre Schatten. Versorgungsprobleme, steigende Energiepreise und inflationäre Tendenzen beeinflussen das wirtschaftliche Umfeld und damit unser operatives Geschäft. Vor diesem Hintergrund entwickelte sich der Gesamtmarkt für Briefumschläge über das ganze Geschäftsjahr leicht rückläufig, wovon auch wir nicht verschont blieben.

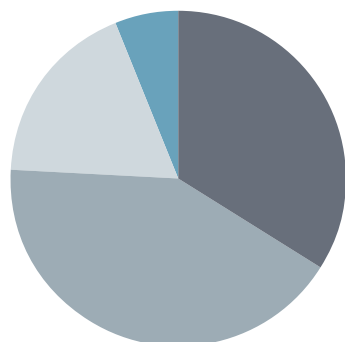
Teuerung beeinflusst die Preise nachhaltig

Die Produktivitätsfortschritte, die wir erzielen, konnten die Preissteigerungen nicht kompensieren. So mussten wir unsere Preise anheben. Dank den partnerschaftlichen Kundenbeziehungen, unserem hohen Kundenfokus und unserer Marktnähe konnten wir die Preiserhöhungen durchsetzen. Die Erhöhungen wirken langfristig nach, da nicht nur die Rohmaterialkosten, sondern auch die Preise für Treibstoff, Energie und Transport erheblich gestiegen sind. Und als verantwortungsvoller Arbeitgeber zahlen wir unseren Mitarbeitenden einen an die Teuerung angepassten Lohn. Wir gehen davon aus, dass die Gestehungskosten nicht mehr auf das sehr tiefe Niveau früherer Jahre sinken werden.

Stationery & Tableware	2022/2023	2021/2022
	Mio. CHF	Mio. CHF
Nettoumsatz	63,1	59,3
Grossverbraucher	21,5	20,6
Handelskanäle	26,3	23,4
Grafische Industrie	11,3	10,7
Export	4,0	4,6

Umsatzanteile Stationery & Tableware

(100% = 63,1 Mio. CHF)



Grossverbraucher	34% (VJ 35%)
Handelskanäle	42% (VJ 39%)
Grafische Industrie	18% (VJ 18%)
Export	6% (VJ 8%)



Stephan Zwick, John Zoellin

Online etabliert sich als stabiler Verkaufskanal

Unsere Konzentration auf Onlineaktivitäten zeigt sich im Umsatz und in der positiven Entwicklung unserer Kundenbasis in den Bereichen Business-to-Consumer (B2C) und Business-to-Business (B2B). Mit gezielter Werbung wollen wir unsere Reichweite erhöhen und damit das Onlinegeschäft sukzessive ausbauen. Im Berichtsjahr haben wir den Onlineshop stickerella.ch komplett überarbeitet. Unsere Kunden profitieren neu von einer wesentlich breiteren Produktpalette und von noch mehr Möglichkeiten in der Individualisierung. Der Release wurde sehr positiv aufgenommen, was sich in einem stark erhöhten Umsatz bemerkbar macht.

Nachhaltige Investitionen und nachhaltiges Handeln

Wir setzen uns hohe Standards betreffend Umwelt, Soziales und Unternehmensführung. Wir übernehmen hier

klar Verantwortung, indem wir die ökologischen und sozialen Folgen unseres Geschäftsmodells erkennen und es den Anforderungen der nachhaltigen Entwicklung anpassen. Die Produktion ist darauf ausgerichtet, den Material- und Energieeinsatz bei der Herstellung von Produkten und Dienstleistungen zu minimieren. Bereits bei der Entwicklung achten wir darauf, dass die einzelnen Bestandteile im Kreislauf bleiben können oder keine für das Recycling problematischen Chemikalien enthalten. Gleichzeitig sollen Abfälle möglichst vermieden werden. Die im Berichtsjahr neu installierte Fotovoltaikanlage deckt bei idealen Bedingungen über 10 Prozent unseres Strombedarfs ab, was dem jährlichen Stromverbrauch von mehr als 160 Einfamilienhäusern entspricht.



Das beliebte ELCO Ordo feiert dieses Jahr sein 35. Jubiläum!

Festag AG: Zunahme der Festaktivitäten bringt Umsatzwachstum

Die Festag AG erzielte im abgelaufenen Geschäftsjahr ein ausgezeichnetes Ergebnis. Der gesteigerte Umsatz ist vor allem auf eine wachsende Nachfrage (Nachholeffekt nach der Corona-Pandemie) und die Weitergabe der gestiegenen Beschaffungskosten zurückzuführen. Der Umsatz liegt wieder auf dem Niveau der Jahre vor der Pandemie. Dieses gute Ergebnis ist die Folge unserer erfolgreichen Reaktion auf das veränderte Einkaufsverhalten der Händler. Diese haben strengere Vorgaben in Bezug auf die Nachhaltigkeit, die von verschiedenen Interessengruppen (Staat, Medien und Konsum) verlangt wurden, an uns weitergegeben. Dank schnellem Handeln und innovativen Konzepten konnten wir die nachgefragten Produkte rasch anbieten und erfolgreich vertreiben.

Abholmarkt im Aufwind

Im Verkaufskanal Abholgrosshandel gelangen uns in den ersten acht Monaten des Geschäftsjahres grössere Umsatzsteigerungen, da in den Vergleichsmonaten des Vorjahres noch pandemiebedingte Einschränkungen galten. Nach Aufhebung sämtlicher Pandemiebeschränkungen im März 2022 konnten wieder Anlässe durchgeführt werden. Die Nachfrage stieg Monat für Monat und ermöglichte ein erfreuliches Umsatzwachstum.



Festag – elegante und attraktive Produkte rund um den gedeckten Tisch.

Neulistung im Detailhandel

Für den Detailhandel war die Pandemie deutlich weniger einschneidend. Er profitierte sogar von den durch die Pandemie verursachten Gewohnheitsänderungen wie Homeoffice und vermehrtem Zuhausebleiben. Wir reagierten darauf und erreichten mit einer kundenorientierten und marktnahen Strategie viele Neulistungen. Das Resultat waren ein substanzielles Wachstum und Zufriedenheit bei einem Grossteil unserer Retailkunden.

Zuverlässiger Partner im Schweizer Handel

Die Beschaffungssituation entspannte sich im Lauf des vergangenen Geschäftsjahres deutlich. Das erste Halbjahr war von Unsicherheiten in Bezug auf Beschaffungspreise und die Verfügbarkeit von Rohstoffen und Energie geprägt. Die Situation entspannte sich im zweiten Halbjahr merklich. Das darauffolgende, deutlich höhere Produktionsvolumen konnte unsere leistungsfähige Logistik gut bewältigen. Wir konnten einmal mehr unter Beweis stellen, dass wir für unsere Kunden ein höchst zuverlässiger Partner sind. Unsere massgeschneiderten Lösungen auf Produktseite und im Bereich der Logistik sind der Schlüssel zum Erfolg und generieren zusätzliche Leistungen im Schweizer Handel.

Zuversichtlich in die Zukunft

Wir blicken positiv in die Zukunft und sehen sowohl für Elco wie auch für Festag ein weiteres Wachstums- und Entwicklungspotenzial. Mit Innovationen, hoher Kundenzentrierung und mit unserem hoch motivierten Team werden wir unsere Marktposition in der Schweiz weiter ausbauen und den Erfolgskurs halten können.

John Zoellin, CEO

Leiter Division Stationery & Tableware



Swiss Direct Marketing AG, Direct Marketing



Alleine sein. Sich eine
Pause gönnen.
Inmitten der Natur.
Nimm dir die Freiheit.
Und sei trotzdem
verbunden.

*Swiss Direct Marketing bietet
perfekte Lösungen für Direct-
Marketing-Kampagnen an, die
eine nachhaltige Wirkung
garantieren.*

*Swiss Direct Marketing AG,
Brugg
Swiss Mailing House SA,
Givisiez*

Mit smarter Technologie in die Zukunft

Direktwerbung bleibt Spitzenreiter im Werbemarkt

Der Schweizer Werbemarkt ist im Jahr 2022 um 6,3 Prozent gewachsen, die Umsätze liegen aber noch gut 6 Prozent unter dem Niveau von 2019. Der Markt für Werbe- und Promotionsartikel konnte im Vergleich zum Vorjahr um 26,6 Prozent zulegen. Auch die Aussenwerbung erfuhr eine deutliche Zunahme. Die Presse, das Fernsehen und die Direktwerbung mussten aber einen Rückgang um –2,6 Prozent hinnehmen. Trotz des leichten Rückgangs im Bereich Direct Marketing gehört dieser Werbekanal weiterhin zu den Spitzenreitern und präsentiert sich mit einem Umsatz von CHF 793 Mio. sehr stabil. Die Abnahme geht vor allem auf das Konto von unadressierter Werbung; diese verlor 6,7 Prozent, während die adressierte Werbung praktisch auf gleichem Niveau verharrte.

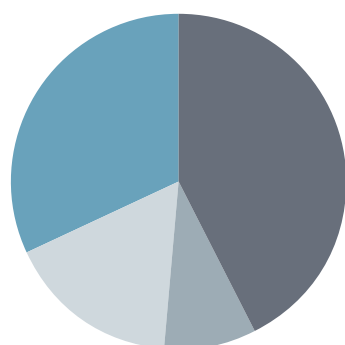
Verbesserte Ablauforganisation und smarte Verschlinkung im Prozess

Wir haben unsere Ablauforganisation nochmals optimiert. Die erzielten zeitlichen sowie räumlichen Arbeitsabläufe ermöglichen deutliche Einsparungen. Zudem wurde der Materialfluss mit neuen Standplätzen einzelner Maschinen vereinfacht und übersichtlicher gestaltet. Neue Bodenmarkierungen gewährleisteten zudem Sicherheit und Effizienz. Dank weniger Arbeitsschritten steht uns nun mehr Zeit für Qualitätskontrollen zur Verfügung. Der dadurch verringerte Ausschuss ist ressourcenschonend. Mit dem Inkjet-Druck haben wir in Brugg aufgehört und diesen in der Swiss Mailing House SA in Givisiez konzentriert. Dadurch konnten Doppelspurigkeiten eliminiert und Abläufe harmonisiert werden – ein weiterer wichtiger Schritt auf dem Weg zu einer integrierten Zusammenarbeit beider Produktionsstandorte.

Direct Marketing	2022/2023	2021/2022
	Mio. CHF	Mio. CHF
Nettoumsatz	12,3	12,7
Grossverbraucher	5,3	5,3
Verarbeiter	1,1	1,2
Agenturen	2,1	2,2
Dienstleister	3,8	4,0

Umsatzanteile Direct Marketing

(100% = 12,3 Mio. CHF)



Grossverbraucher 43% (VJ 42%)
Verarbeiter 9% (VJ 9%)
Agenturen 17% (VJ 17%)
Dienstleister 31% (VJ 32%)



Jonathan Picco, Thomas Keller

Turbulente, aber spannende Zeiten

Die Zukunft bleibt spannend. Wir haben eine sehr grosse Expertise im Bereich Direct Marketing. Die Anforderungen unserer Kunden werden sicher weiter steigen. Die vielfältigen Herausforderungen nehmen wir an – mit Kreativität, innovativen Lösungen und mit motivierten und qualifizierten Mitarbeitenden, die wir mit einem attraktiven Arbeitsplatz langfristig an uns binden möchten.

Direct Marketing weiterentwickeln

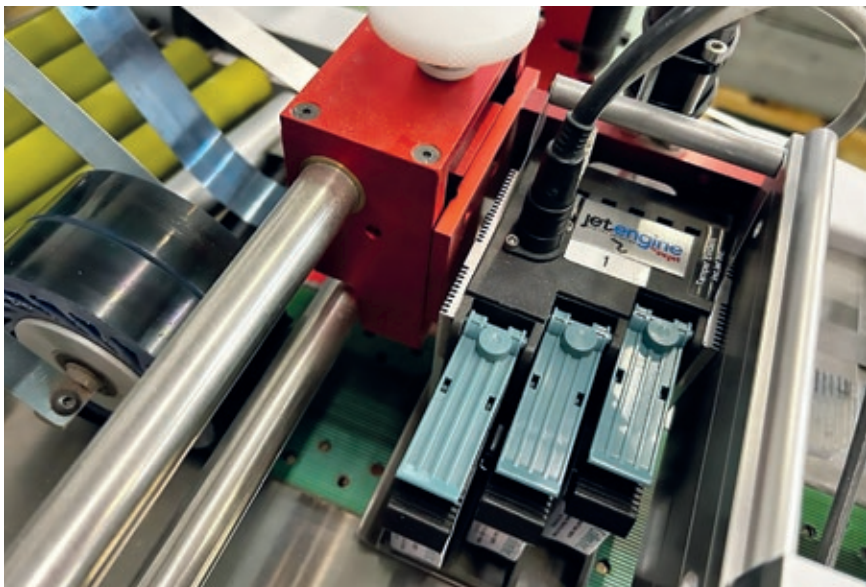
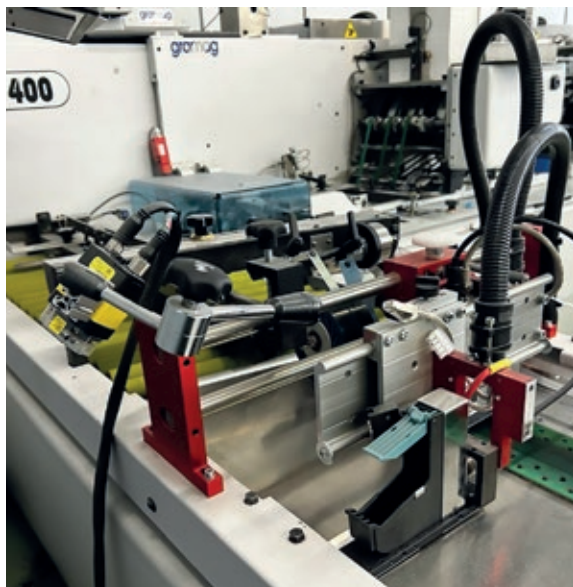
Wir stehen mit dem Claim «creating response» für die Entwicklung und Umsetzung erfolgreicher Direct-Marketing-Kampagnen. Dank modernsten Technologien und einem markttauglichen Angebot wollen wir weiterhin eine führende Rolle einnehmen. Die Zugehörigkeit zur Wipf Gruppe eröffnet uns dabei Chancen und verschafft uns die Ressourcen, um unser Potenzial voll zu entfalten.

Die Mailingproduktion ist äusserst anspruchsvoll und setzt viel Know-how voraus. Die grosse Herausforderung für das kommende Geschäftsjahr wird sein, einen Rückgang von Volumen zu kompensieren.

Mit dem Forcieren technologischer Entwicklungen, einem ausgeprägten Cross-Selling-Denken, einem starken und motivierten Team, einer gezielten Marktkommunikation unserer Leistungen und einem guten Kostencontrolling suchen wir den Erfolg.

Direct Marketing entwickelt sich in der Schweiz rasch weiter. Diese Entwicklung wird angetrieben durch technologische Fortschritte und durch sich stetig ändernde Kundenerwartungen. Der Standort Givisiez, Marktführer in der Westschweiz, bleibt daher ein entscheidendes strategisches Element für unseren Markterfolg. Zukunftsfähig zu sein, bedeutet, unsere Agilität und Innovationskraft immer weiter zu verbessern und damit die finanzielle Gesundheit des Unternehmens und unsere starke Position zu sichern.

Thomas Keller, COO, Swiss Direct Marketing AG
Jonathan Picco, CEO, Swiss Mailing House SA



Mit der flexibel positionierbaren Inline-Inkjet-Anlage lassen sich Adressen, Logos oder Barcodes drucken.





Individuelle Genuss-
erlebnisse zum
Mitnehmen.
Take-away macht
es möglich.

*Flyerline produziert ein viel-
fältiges Sortiment an umwelt-
freundlichen Verpackungen,
Point-of-Sale-Materialien und
Drucksachen.
Seit über 20 Jahren ist sie die
führende Online-Druckerei, die
intelligente Lösungen entwickelt.*

Flyerline Schweiz AG, Altnau

Flyerline im Wahljahr 2023

Wahlwerbung für das grosse Wahljahr

Alle vier Jahre finden in der Schweiz die Parlamentswahlen statt. Diese sind geprägt von grossen Wahl- und insbesondere Plakatkampagnen in allen Regionen der Schweiz. Das Jahr 2023 ist so ein Wahljahr mit Austragung im Oktober. Als Anbieter von Drucksachen aller Art sind politische Parteien eine wichtige Zielgruppe von Flyerline.

Für das Wahljahr haben wir eine informative Landingpage zum Thema Wahlen erstellt, welche über diverse Medien und Kanäle beworben wird, und ein neues, schnell wiedererkennbares Design entworfen. Mit einer crossmedialen Kampagne, die im April startete, machten wir auf unser Wahlsortiment aufmerksam. Inserate bei grossen Newsportalen wie nau.ch, Social-Media-Kampagnen über Facebook, Instagram, LinkedIn und Twitter sowie zielgerichtete Newsletter sind nur einige der vielen Massnahmen, die während dieser Zeit getroffen wurden. Zum krönenden Abschluss durften wir eine Plakatkampagne am Bahnhof in Bern schalten, um die Politiker nochmals direkt vor Ort gezielt anzusprechen.

Allwetterleichtplakate® aus Recyclingmaterial

Flyerline setzt schon immer auf nachhaltige Produktion. Um den Bedürfnissen unserer Kunden und den Marktentwicklungen gerecht zu werden, verbessern wir konstant unsere Produkte und erweitern unser Sortiment mit nachhaltigen und recycelbaren Materialien, die besten-

falls wieder in den Produktionskreislauf zurückgeführt werden können. So können Unternehmen ihre Kommunikation noch nachhaltiger gestalten.

Neu gibt es jetzt das Allwetterleichtplakat® auch mit Recyclingmaterial. Die Hohlkammerplatten verfügen hierbei über einen hohen Recyclinganteil, der aus recycelten Hohlkammerplakaten und weiteren Polypropylen-Kunststoffen gewonnen wird. Die Vorderseite ist weiss für die Bedruckung, die Rückseite ist aufgrund des Recyclinganteils grau und kann nicht bedruckt werden. Auch die Kanten sind weiss/grau. Die graue Fläche bietet jedoch auch einen Vorteil: Sie ist weniger lichtdurchlässig, was einer höheren Opazität entspricht, sodass Werbebotschaften noch prägnanter wahrgenommen werden. Das Recyclingmaterial kann für alle Formate –



Steffen Tomasi

Standard, Freeform und Faltschilder – ab sofort bestellt werden.

Individuelle Genusserlebnisse zum Mitnehmen.

Das Verpackungssortiment von Flyerline ist in den vergangenen Jahren immer wieder um neue Produkte erweitert worden. Die Nachfrage nach individuell bedruckten Verpackungen erhältlich in kleinen Stückzahlen hält weiter an. Dies hat uns dazu inspiriert, ein weiteres, individuell bedruckbares Produkt einzuführen – die Pizzakartons.

Individuell bedruckte Pizzakartons bieten eine einzigartige Möglichkeit, eine Marke, ein Unternehmen oder eine Veranstaltung auf eine kreative und ansprechende Weise zu präsentieren. Egal ob man ein Restaurant

oder einen Lieferdienst besitzt und seine Gäste beeindrucken möchte, ein Unternehmen, das seine Markenbekanntheit steigern will, oder jemand, der eine Veranstaltung plant – ein individuell bedruckter Pizzakarton kann Werbebotschaften vermitteln und der eigenen Zielgruppe einen Mehrwert bieten.

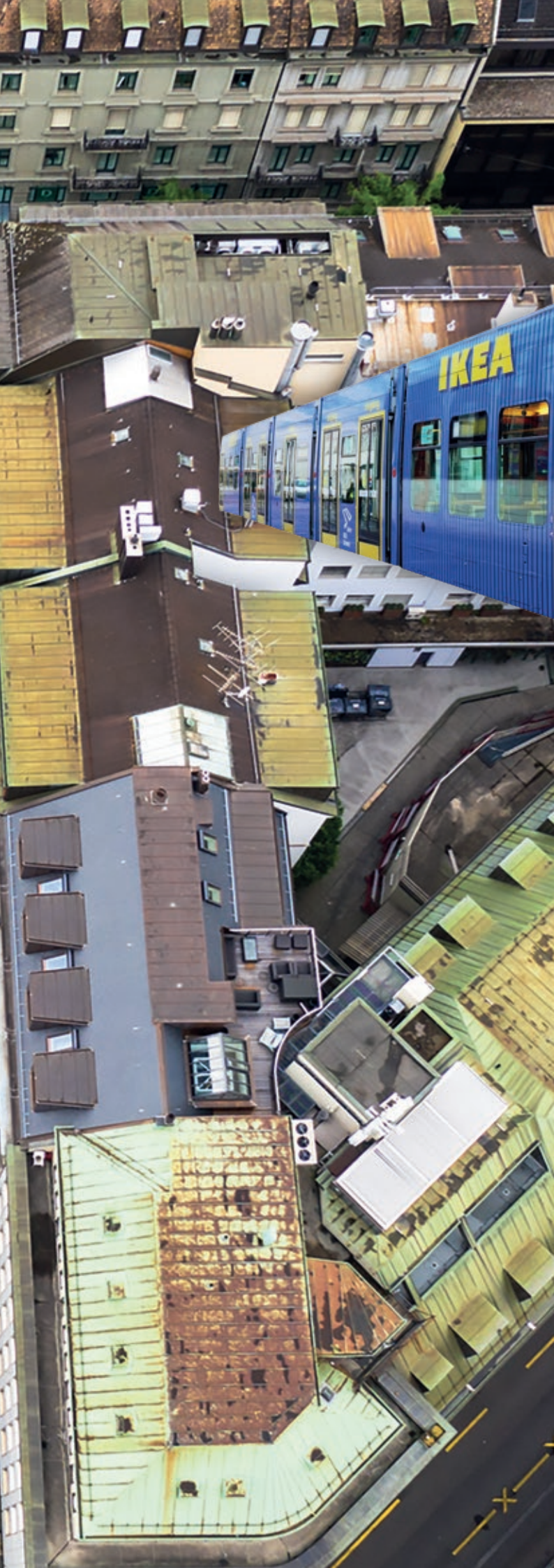
Mit individuell bedruckten Verpackungen kann der Wiedererkennungswert eines Unternehmens gesteigert werden. Ob Pizzakarton oder Produktverpackung – der Ideenvielfalt steht nichts im Wege.

Steffen Tomasi, CEO
Flyerline Schweiz AG



Die Allwetterleichtplakate® von Flyerline sind der perfekte Werbeträger für langfristige Werbeaktionen.





Die Stadt mit dem
Tram entdecken.
Bekannteste Plätze,
Museen, Strassen-
cafés, aber auch den
Italiener an der Ecke.
Entspannt schauen
und geniessen.

*Christinger ist der innovative
Profi, wenn es um Werbetechnik
geht: Aussenwerbung, POS,
Beschriftungen, Raumdesign
und Digital Signage-Lösungen
für In- und Outdoor.*

Christinger AG, Brugg

Vielfältige Herausforderungen – ein starker Partner

Unsere Welt wird immer schneller und komplexer und stellt alle vor immer grössere Herausforderungen. In der Werbetechnik ist man auf die Unterstützung von Fachspezialisten angewiesen. Darauf haben wir reagiert und uns vom reinen Produzenten und Umsetzer hin zum Dienstleistungsanbieter gewandelt. Unsere Kunden erhalten professionelle Beratung und Dienstleistungen, die von der Projektabwicklung über professionelle Vorstufenleistungen bis hin zur fachgerechten Montage reichen und den höchsten Qualitätsansprüchen genügen. Jedes Projekt ist anders. Entsprechend vielfältig sind die Herausforderungen. Wir helfen unseren Kunden, diese Herausforderungen zu meistern, und passen unsere Dienstleistungen ihren individuellen Bedürfnissen an.

Der Ausbau und die stärkere Fokussierung auf konzeptionelle Dienstleistungen und Montage sind und bleiben ein wichtiger strategischer Entscheid – um einen Mehrwert für unsere Kunden zu schaffen und um unsere Ertragskraft langfristig zu stärken.

Unser Produktportfolio kommt dabei nicht zu kurz. Wir entwickeln dieses mit nachhaltigen und qualitativ hochwertigen Produkten stetig weiter. So haben wir beispielsweise unser Produktsortiment bei den Magnetfolien, die in erster Linie im POS-Bereich eingesetzt werden, umgestellt. Die neu dünneren Magnetfolien weisen eine grössere Magnetkraft auf, vereinfachen aufgrund des geringeren Gewichts die Logistik und schonen darüber hinaus die Umwelt.

Unser Sortiment an PVC-freien Produkten wächst kontinuierlich weiter. Inzwischen umfasst es Magnetfolien mit PVC-freier Beschichtung. Einige der Folien kommen mittlerweile vollständig ohne Kunststoff aus. Die Produktpalette reicht dabei von wetterfestem Karton für kurzfristige Outdoor-Anwendungen bis zu Substraten auf der Basis von Papier oder Naturmaterialien. Die Christinger-Fachspezialisten stehen unseren Kunden

mit ihrer grossen Expertise beratend zur Seite, um für die jeweiligen Anwendungen das optimale Material zu wählen.

Nachhaltigkeit ist uns bei unseren Produktionsprozessen überaus wichtig und auch ein vorrangiges Kriterium bei Investitionsentscheiden und Prozessoptimierungen. Im Berichtsjahr konnten wir die Energieeffizienz dank Druckplottern weiter steigern und gleichzeitig die Qualität verbessern. Energie lässt sich heute mit smarten Produkten sparen. Neuartige Sonnenschutzfolien beispielsweise reduzieren die Wärmeentwicklung in Räumen um bis zu 60 Prozent. Davon profitieren immer mehr unserer Kunden. Sie sparen nicht nur Energie bei der Klimatisierung, sondern steigern auch das Wohlbefinden und die Produktivität ihrer Mitarbeitenden.



Martin Blättler, Renato Bolt

Für eine funktionierende Kreislaufwirtschaft braucht es Produkte, die sich auf eine sinnvolle, wirtschaftlich attraktive Art und Weise wiederverwenden und wiederverwerten lassen. Hier arbeiten wir mit Partnern zusammen, die mit uns nach Wegen suchen, um unsere Produkte für die Circular Economy tauglich zu machen. Diese zeichnet sich dadurch aus, dass ein möglichst grosser Teil der Produkte bzw. der darin enthaltenen Materialien am Ende des Lebenszyklus in irgendeiner verwertbaren Form wieder in den Kreislauf rückgeführt werden.

Die Welt dreht sich schneller und das Leben wird komplexer – in mehr als nur einer Hinsicht. Wir stehen mit unserem Team bereit, um unsere Kunden bei ihren vielfältigen Aufgaben zu unterstützen. Wir freuen uns auf jede Herausforderung.

Renato Bolt, CEO
Martin Blättler, COO
Christinger AG



Mitarbeitende der Christinger AG beim Montieren eines Sonnenschutz-Projekts.

wipfgruppe

Wipf Holding AG

Wildschachenstrasse 30
CH-5200 Brugg
Tel. +41 56 462 82 00
info@wipfgruppe.ch
www.wipfgruppe.ch

Verwaltungsrat

Christian Wipf, Küsnacht ZH,
Präsident und Delegierter
Markus Diggelmann, St. Gallen SG
Kaspar Kelterborn, Wangen SZ
Philipp Sutter, Bremgarten AG
Beat Wipf, Davos GR

Wipf Management AG

Wildschachenstrasse 30
CH-5200 Brugg
Tel. +41 56 462 82 01
info@wipfgruppe.ch
www.wipfgruppe.ch

Gruppenleitung

Hans-Jörg Aerni, CEO
Hans-Rudolf Schafflützel,
Leiter Division Flexible Packaging (FP)
Oliver Fankhauser, CEO Wipf AG
John Zoellin, Leiter Division Stationery &
Tableware, Direct Marketing (STD)
Fabienne von Stauffenberg,
Leiterin Division Online Business (OLB)
Roger Didden, Leiter Finanzen (FP)
Roman Martin, Leiter Finanzen (Gruppe,
STD, OLB)



Innovative Packaging Solutions

Wipf AG

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

Verwaltungsrat

Hans-Rudolf Schafflützel,
Niederurnen GL, Präsident
Hans-Jörg Aerni, Brittnau AG
Oliver Fankhauser, Rapperswil AG

Geschäftsleitung

Oliver Fankhauser, CEO
Roger Didden, CFO
Stefano Di Maiolo, VP Sales & Marketing
Stefan Sigrist, COO
Othmar Wohlhauser, CTO

Finanzen und Controlling

Roger Didden

Human Resources

Franziska Plüer

Informatik

Bryan Ruther

Verkauf

Stefano Di Maiolo
Melanie Hauser
Malte Jonsson

Marketing

Kerstin Heck

Auftragsmanagement

Piero Rapagna

Werksleitung

Stefan Sigrist

Sourcing

Yvonne Zuberbühler

Research & Development

Othmar Wohlhauser
Fabian Tanner

Qualitätsmanagement

Roger Reich



Michel Werkzeugbau AG

Gewerbestrasse 12
CH-8606 Nänikon
Tel. +41 44 945 42 63
info@michel-ag.ch
www.michel-ag.ch

Verwaltungsrat

Hans-Rudolf Schafflützel, Niederurnen
GL, Präsident
Roger Didden, Wangen-Brüttisellen ZH
Oliver Fankhauser, Rapperswil AG

Geschäftsleitung

Timo Brugger, CEO
Alexander Furrer, COO



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
www.rc-film.com

Verwaltungsrat

Ananchat Thangkasemvathana,
Bangkok, Thailand
Chitraporn Tangsuwan,
Bangkok, Thailand
Christian Wipf, Küsnacht ZH
Hans-Rudolf Schafflützel, Niederurnen GL

Geschäftsleitung

Paponsun Manoonpanit, GM



Elco AG

Wildschachen
CH-5201 Brugg
Tel. +41 56 462 80 00
info@myelco.ch
www.myelco.ch

Verwaltungsrat

Hans-Jörg Aerni, Brittnau AG, Präsident
John Zoellin, Zürich ZH

Geschäftsleitung

John Zoellin, CEO
Cäsar Lombard-Martin, COO
Roman Martin, CFO
Fabienne von Stauffenberg

Finanzen und Controlling

Roman Martin

Human Resources

Christine Lenggenhager

Informatik

André Wetter
Daniel Zeier

Sourcing

Fabrizio Sommovigo

Technik & Entwicklung

Silvan Frei

Verkauf

Dominik Nussbaumer (Grafische
Industrie und Direktgeschäft)
Stephan Zehnder (Export)
Stephan Zwick (Handel)
Gregor Gross (Innendienst)
Hayri Tasdemir (Innendienst)

Marketing

Cäsar Lombard-Martin

Online Business Development

Fabienne von Stauffenberg

Produktion

Pradeep Anton



Festag AG

Wildschachenstr. 30
CH-5200 Brugg
Tel. +41 44 855 60 00
info@festag.ch
www.festag.ch

Verwaltungsrat

Hans-Jörg Aerni, Brittnau AG, Präsident
John Zoellin, Zürich ZH

Geschäftsleitung

Stephan Zwick, CEO

Sourcing/Verkauf

Uwe Sahmer



Swiss Direct Marketing AG

Wildschachen
CH-5201 Brugg
Tel. +41 56 462 85 00
info@mysdm.ch
www.mysdm.ch

Verwaltungsrat

Hans-Jörg Aerni, Brittnau AG, Präsident
John Zoellin, Zürich ZH

Geschäftsleitung

John Zoellin, CEO
Thomas Keller, COO
Roman Martin, CFO

Verkauf

Thomas Keller
Leon Sarkis
Christian Riziotis (Innendienst)

Produktion

Jürg Huber

Information Technology

Kurt Woodtli



Swiss Mailing House SA

Route André-Piller 33D
CH-1762 Givisiez
Tel. +41 26 466 82 82
info@mysmh.ch
www.mysmh.ch

Verwaltungsrat

Hans-Jörg Aerni, Brittnau AG, Präsident
John Zoellin, Zürich ZH

Geschäftsleitung

Jonathan Picco

Verkauf

Jonathan Picco
Marc Boesch
Stéphane Ramirez

Assistenz

Brigit Zbinden

Produktion

José Ferreira



Flyerline Schweiz AG

Landstrasse 30
CH-8595 Altnau
Tel. +41 71 686 84 70
info@flyerline.ch
www.flyerline.ch

Verwaltungsrat

Christian Wipf, Küsnacht ZH, Präsident
Hans-Jörg Aerni, Brittnau AG
Steffen Tomasi, Tägerwil TG

Geschäftsleitung

Steffen Tomasi, CEO
Stefano Biasella, CPO
Bettina Perler

Fabio Senese, CFO

Finanzen und Controlling

Fabio Senese

Human Resources

Bettina Perler

Verkauf und Marketing

Steffen Tomasi

Produktion

Stefano Biasella



Christinger AG

Wildschachenstrasse 30
CH-5200 Brugg
Tel. +41 44 738 10 20
office@christinger.ch
www.christinger.ch

Verwaltungsrat

Hans-Jörg Aerni, Brittnau AG, Präsident
Christian Wipf, Küsnacht ZH

Geschäftsleitung

Renato Bolt, CEO
Martin Blättler, COO

Verkauf

Renato Bolt
Zoe Dillier (Head Project Management)

Marketing

Marc Meier

Produktion

Martin Bachmann

wipfgruppe

Your Packaging Innovator

Wipf Holding AG
Wildschachen
5201 Brugg
Schweiz
www.wipfgruppe.ch

 **Klimaneutral**
Druckprodukt
ClimatePartner.com/10990-2309-1002