

StaffelNews



Kreation/3D-Visualisierung

Von der Ideenskizze zum Endprodukt – analog und digital.

Junge Profis

Digital oder auf Papier?
Unsere Lernenden haben nachgefragt.

Das Magazin

Ein professionelles Kommunikationsmittel für viel Aufmerksamkeit.

S T A F F E L

M E D I E N

M E R R Y

X M A S

BIN ICH EIN DIGITAL NATIVE?

Liebe Leserinnen, liebe Leser

Diese Frage habe ich mir schon oft gestellt und sie meist mit «eigentlich schon» beantwortet, da ich mich «für mein Alter» in der digitalen Welt sehr gut zurechtfinde. Aber gemäss Definition: «Als Digital Native wird eine Person der gesellschaftlichen Generation bezeichnet, die in der digitalen Welt aufgewachsen ist» darf ich mich natürlich nicht dazuzählen.

Zu welcher Generation gehöre ich? Auf der Suche nach einer Antwort, natürlich von meinem täglichen Begleiter «Google», habe ich innert Sekunden eine Entgegnung erhalten: «Eine Person, die erst im Erwachsenenalter mit digitalen Medien in Berührung gekommen ist, wird als Digital Immigrant bezeichnet.» Das heisst für mich, ich bin sozusagen ein Einwanderer in die digitale Welt.

Der digitale Wandel ist da, keine Frage. Die Digital Natives navigieren in dieser Welt ganz selbstverständlich, die haben das quasi mit der Muttermilch aufgesogen. Aber auch die Digital Immigrants

sind nicht «zu spät dran» oder «zu altmodisch», um sich zurechtzufinden. Sie brauchen vielleicht etwas mehr Zeit. Sich Schritt für Schritt mit der nötigen Ernsthaftigkeit mit dem Thema auseinanderzusetzen, ist sicher nicht falsch.

Der digitale Wandel ist aufregend, schnell und unaufhaltsam. Trotzdem finde ich es wichtig, sich ab und zu von der digitalen 24/7-Multifunktionalität Pausen zu gönnen. Ein persönliches Gespräch führen, in einer Zeitschrift blättern oder einen schönen Brief schreiben. Einen guten Mix von analog und digital empfinde ich als wertvoll und gesund, sei es im privaten Alltag oder im Beruf.

Unsere Lernenden haben sich in dieser Ausgabe ebenfalls mit diesem Thema auseinandergesetzt, viel Spass beim Lesen.

In diesem Sinne wünsche ich besinnliche Feiertage, viele bunte Weihnachtskarten im Briefkasten und viele persönliche Begegnungen mit lieben Menschen.



Annette Weissbaum
Stv. Geschäftsleiterin/Marketing/HR

Annette Weissbaum

DER KREISLAUF

Ralf Weissbaum

Papier und Karton sind Rohstoffe und kein Abfall. Durch die Verbesserung von Maschinen- und Papierqualität konnte der Altpapier-/Kartonanteil in den verschiedenen Papier- und Karton sorten stetig erhöht werden. Eine Faser kann mehrere Recyclingprozesse durchlaufen.

KREISLAUF VON PAPIER UND KARTON

1 **Sammlung**
Papier und Karton werden gesammelt und an vielen Orten sogar vor der Haustüre abgeholt.

2 **Transport**
Die Wertstoffe werden gesammelt und zum nächstgelegenen Sortierzentrum oder direkt in die Papier- oder Kartonfabrik transportiert.

3 **Sortieren und Verpressen**
Dort werden die Wertstoffe zuerst von Hand oder maschinell sortiert und anschliessend teilweise in handelsübliche Ballen verpresst, vor allem Karton.

4 **Auflösung der Fasern / Entfernen der Druckfarbe**
Karton und Papier werden anschliessend im Pulper mit Wasser vermischt und es entsteht ein breiartiges Gemisch, das sich gut formen und trennen lässt. Bei Papier wird im Anschluss auch noch die Druckfarbe entfernt (Deinkingprozess), damit das Papier den entsprechenden Weissegrad aufweist.

5 **Papiermaschine**
Der Papierbrei, der gereinigt, gestrichen und geglättet wurde, wird auf einen grossen Tambour aufgerollt.

6 **Verarbeitung**
Der Recycling-Karton und das Recycling-Papier können nun erneut verwendet werden. Es entstehen beispielsweise neue Kartonschachteln, Zeitungspapier und Schaufensterdekoration daraus.



RICHTIG TRENNEN

WAS IN WELCHE SAMMLUNG GEHÖRT – UND WAS NICHT

Papier

Alle Arten von Papier (auch Hochglanzpapier), Zeitungen, Zeitschriften und Prospekte ohne Beschichtung, Bücher ohne Buchdeckel, Couverts aus Haushaltssammlungen (auch mit Fenster)

Karton

Unbeschichteter Karton, saubere Eier-, Früchte- und Gemüsekartons, saubere Pizzaschachteln, Ordner (ohne Metallteile), Taschenbücher, Telefonbücher, leere Waschmittelkartons, Papiertragtaschen, grosse Mengen Couverts (Industrieabfälle), Schredderware aus Aktenvernichtern sowie Zucker- und Gelierzuckerbeutel

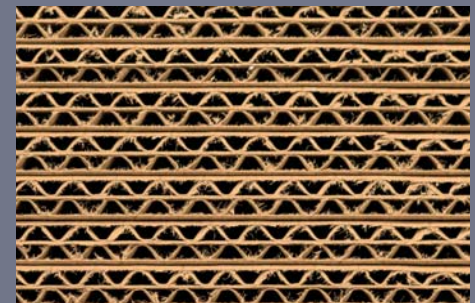
Weder in die Papier- noch Kartonsammlung gehören:

Backpapier, Blumenpapier, beschichtetes Papier sowie Karton mit dünner Plastikfolie, Fotobücher, Futtermittelsäcke, Suppenbeutel, Tiefkühlproduktschachteln, verschmutzter Karton, nassfestes Papier, Metzgerpapiere (Silikonpapier), Servietten, kunststoffbeschichtetes Papier, Getränkekarton (Tetrapak), Klebeetiketten oder -bänder, Fremdstoffe wie Styropor oder Metall

RECYCLING

VORTEILE DES RECYCLINGS

Auch bei dieser Fraktion gelten ökologische und ökonomische Vorteile: Das Recycling von Papier und Karton ist, gegenüber der Herstellung von neuen Fasern, umweltfreundlicher. Gleichzeitig ist Altpapier ein günstiger Rohstoff, ohne den die schweizerische Papier- und Kartonindustrie infrage gestellt würde. Die Sammelquote liegt bei 81,7% (2019).



1 Aufbereitung des Altpapiers

Rückgewinnung und Reinigung des Papiergrundstoffes für die Produktion. Eine Zeitung kann rund 7-mal rezykliert werden.

2 Papiermaschine

PM7 360'000 Tonnen Zeitungspapier pro Jahr, PM4 200'000 Tonnen Magazinpapier pro Jahr

3 Neues Zeitungsdruckpapier

Altpapieranteil: Zeitungspapier 85–100%, Magazinpapier 55%

4 Ihre Zeitung pünktlich auf dem Frühstückstisch

Altpapier sammeln und wiederverwerten sind ein aktiver Beitrag zum Umweltschutz.

5 Sammeln in der Gemeinde

Jährlich 60 Kilogramm Altpapier pro Einwohner

6 Ökologische Verwertung Altpapier

Wir recyceln 1300 Tonnen Altpapier pro Tag (480'000 Tonnen pro Jahr)

RECYCLING-PROZESS

DER PERLEN PAPIER AG





MEET THE TEAM

MARKETING DIGITAL ONLINE

Annette Weissbaum

«Teamwork makes the dream work» – ziemlich passend für unser Team. Wir sind Profis für Marketing, Online-Marketing, Fotografie, 3D-Visualisierung, Webseiten-Erstellung und Webshoprealisation. Wir studieren und kreieren im Team und setzen Ihre Bedürfnisse um.
Nice to meet you...

Annette Weissbaum

Stv. Geschäftsleiterin / Marketing / HR

Meine Aufgaben bei Staffel Medien AG:

Stv. Geschäftsleiterin, verantwortlich für alle HR-Belange und Leiterin von unserem Marketing/Digital/Online - Team.

Das gefällt mir an meinem Job am besten:

Die Vielfältigkeit meiner Aufgaben und die Zusammenarbeit mit meinem kreativen Team.

Das kann ich besonders gut:

Mich für «Neues» begeistern und Ferien planen.

Davon lasse ich lieber die Finger:

Pflanzen! Lassen unter meiner Obhut sehr schnell die Köpfe hängen.

Motto / Lieblingspruch:

«Hakuna Matata»

Meine liebste Social-Media-Plattform:

Ich mag Instagram und natürlich Youtube, Anleitungen für «fast» alles.

Meine Lieblingsserie:

«La casa de papel»

Wenn ich nicht arbeite, findet man mich:

Unterwegs mit Familie, Freunden oder mit unserem Hund «Yellow».

Mein persönlicher Wunsch fürs 2023:

Gesundheit, Frieden und viele unvergessliche Momente mit lieben Menschen.

Online Marketing Manager

Meine Aufgaben bei Staffel Medien AG:

Ich kümmere mich um das digitale Spielfeld von Staffel Medien AG und unserer Kunden.

Das gefällt mir an meinem Job am besten:

Ich kann meine Marketing-Erfahrung mit aktueller Ausbildung in die Projekte einfließen lassen... und der Humor in unserem Team ist schon fast legendär.

Das kann ich besonders gut:

Ideen generieren und Aufgaben holistisch lösen.

Davon lasse ich lieber die Finger:

Fotografie – gelingt mir nur in einem von tausend Shots.

Motto / Lieblingspruch:

Wie soll ich wissen, was ich denke, bevor ich höre, was ich sage?

Meine liebste Social-Media-Plattform:

Mit echten Menschen in meiner Stammbeiz und mit guten Freunden um ein Lagerfeuer.

Meine Lieblingsserie:

«Matrix», «Tschugger»

Wenn ich nicht arbeite, findet man mich:

Am Kochherd und danach zu Tisch.

Mein persönlicher Wunsch fürs 2023:

Neben Gesundheit genug Power für meine Bachelorarbeit.

Frank Huber



Alexandra Ennen

Marketing Buchhaltung

Meine Aufgaben bei Staffel Medien AG:

Alles rund um das Thema Marketing, ausserdem die Buchhaltung und Administratives.

Das gefällt mir an meinem Job am besten:

Durch die unterschiedlichen Arbeiten ist es sehr abwechslungsreich und es wird nie langweilig.

Das kann ich besonders gut:

Im Job bin ich sehr organisiert und habe (fast) immer alles im Blick.

Davon lasse ich lieber die Finger:

Entscheidungen zu treffen, ist definitiv nicht meine Stärke.

Motto / Lieblingsspruch:

«Wer kämpft, kann verlieren. Wer nicht kämpft, hat schon verloren.» – Brecht

Meine liebste Social-Media-Plattform:

Facebook und Youtube

Meine Lieblingsserie:

«Grey's Anatomy» und «Suits»

Wenn ich nicht arbeite, findet man mich:

Meistens in der Handball-Halle, ansonsten zu Hause oder bei Familie und Freunden.

Mein persönlicher Wunsch fürs 2023:

Gesundheit



Haris Nikolovski

Web Developer Fotograf / 3D

My responsibilities at Staffel Medien AG:

I am responsible for making sure our Web2Print Business platform works seamlessly. I create new templates for clients and customize their web portals. I am also responsible for designing websites, taking photographs in and out of the studio, and I do all the 3D visualizations.

That's what I like most about my job:

The creative side of my job excites me. Sketching an idea and building it up to the finished product.

I'm especially good at that:

Finding a solution that works best for the client.

I'm not so good at that:

Bureaucracy... Keeping track of my time.

Motto / Favorite slogan:

The only way to do great work is to love what you do.

My favorite social media platform:

Twitter

My favorite series / movie:

«Stranger Things» or «Studio Ghibli» movies

When I'm not working, you can find me:

Playing D & D or Video Games

My wish for 2023:

Getting married! :D



Thierry Weissbaum

Lernender Kaufmann EFZ

Meine Aufgaben bei Staffel Medien AG:

Zurzeit bin ich noch Lernender und helfe bei allen ein wenig.

Das gefällt mir an meinem Job am besten:

Die Vielfältigkeit im Marketing.

Das kann ich besonders gut:

Also andere sagen, dass ich sehr gut kochen kann.

Davon lasse ich lieber die Finger:

Zahlen

Motto / Lieblingsspruch:

«be legendary»

Meine liebste Social-Media-Plattform:

Snapchat

Meine Lieblingsserie:

«Prison Break»

Wenn ich nicht arbeite, findet man mich:

Auch am Arbeiten, aber nicht im Büro.

Mein persönlicher Wunsch fürs 2023:

Das es weiter geht wie 2022.

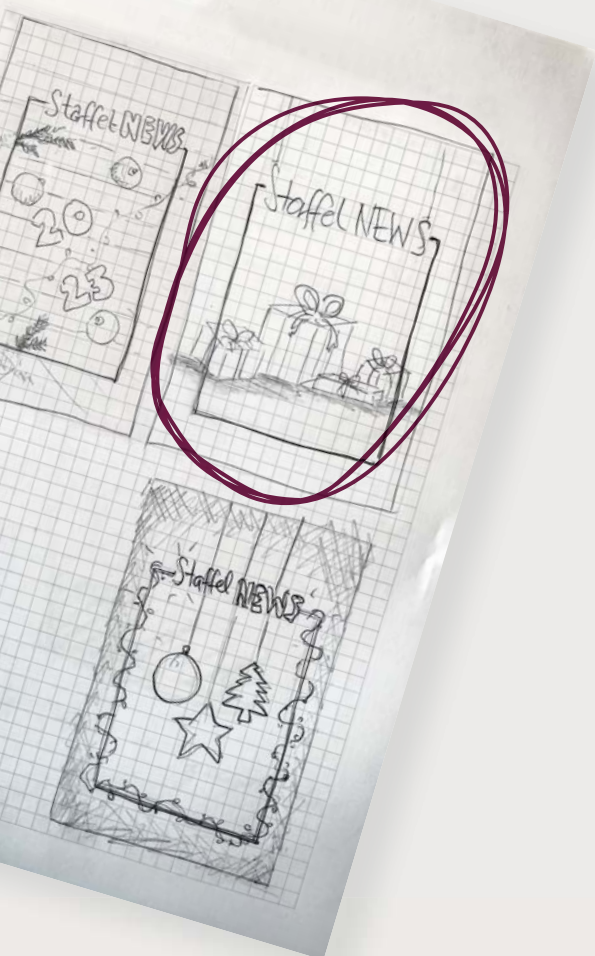
VON DER IDEENSKIZZE ZUM ENDPRODUKT.

Bei den Überlegungen für das Titelblatt unserer StaffelNews 02/2022-Ausgabe, haben wir uns entschieden, das Thema mit den bevorstehenden Feiertagen in Verbindung zu bringen. Es gab einige kreative Ideen dazu, die wir mit der Auswahl auf dieses Bild eingegrenzt haben.

Haris Nikolovski

Nachdem ich eine Skizze erstellt habe, fertige ich ein 3D-Modell an oder versuche eines online zu finden. Dazu arrangiere ich meine Szene in einem 3D-Programm und richte den Kamerawinkel und die Grundbeleuchtung ein. In einer halben Stunde habe ich bereits einen ersten Rendering-Entwurf, den ich mit meinem Team teilen kann. Wir besprechen das Layout der Geschenkboxen, den Kamerawinkel und die Stimmung, die wir in der Szene erzeugen wollen. Wir machen das in Echtzeit auf einem grossen Bildschirm im Büro oder per Zoom-Anruf.

Das gesamte Team kann die Ergebnisse sofort sehen, über das Design diskutieren, Anpassungen besprechen und sich schlussendlich für eine Variante entscheiden. Wir gehen verschiedene Looks mit mehreren Farboptionen, in verschiedenfarbiges Papier verpackten Geschenken und unterschiedlichen Lichtkonfigurationen durch.





Nachdem wir die endgültige Entscheidung getroffen haben, erstelle ich ein hochauflösendes Bild, das wir für die Druckproduktion verwenden können. Diese Datei kann auch für weitere Anwendungen, wie zum Beispiel Social Media Content oder Website angepasst werden.

Von diesem Punkt an diskutieren wir im Team weitere interessante Marketingideen. Wir entscheiden uns für ein kurzes Video für unsere sozialen Medien sowie auch AR einzusetzen, um die Interaktion mit den Lesern zu fördern. All dies kann in nur wenigen Stunden erledigt werden.

Info:

AR – steht für Augmented Reality. Dabei werden die digitalen 3D-Objekte mit der realen Welt vermischt. Wir können mit ihnen interagieren und sie durch unsere Geräte (Telefone, Tablets) oder AR-Brillen sehen.

VR – steht für Virtual Reality. Hier tauchen wir zu 100% in die 3D-Welt ein und interagieren mit ihr. Alles, was in ihr existiert, wird digital für uns erstellt.

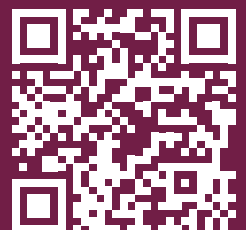


Wir haben ein kleines Spiel für Sie

Auf der Landingpage, auf die Sie mittels QR-Code oder Link gelangen, sehen Sie die 3D-Szene, die wir für Sie erstellt haben. Irgendwo in der Szene haben wir ein kleines «Geschenk» für Sie versteckt. Wenn Ihr Telefon oder Tablet auf AR-Inhalte zugreifen kann, können Sie die Szene in Ihrem direkten Umfeld platzieren und das «Geschenk» suchen.

Konnten Sie es finden? Lassen Sie es uns wissen und schon können Sie sich auf eine kleine Überraschung freuen. Dazu das Formular auf der Landingpage ausfüllen oder über unsere Social-Media-Kanäle kommentieren.

www.staffelmedien.ch/AR





DIGITAL ODER AUF PAPIER? ODER GLEICH BEIDES?

Es gibt Produkte, die digital praktischer, aber in gedruckter Form schöner sind – entsprechend macht es Sinn, die Vorteile des jeweiligen Formats abzuwägen.

**Thierry Weissbaum,
Lernender KV**

**Kim Wohlgemuth,
Lernende Polygrafin**

Ist es in der heutigen Zeit nachhaltiger, eine Zeitung online statt gedruckt zu lesen? Mit welchem Medium kommen wir schneller zum Ziel? Wer liest digital, wer gedruckt? Alles Fragen, deren Antworten teils zugunsten digitaler Medien ausfallen, teils aber auch zugunsten der gedruckten.

Gerne möchten wir ein paar Vergleiche genauer anschauen, wie zum Beispiel die Frage: Was ist ökologischer, gedruckt oder digital?



Printmedien benötigen generell Holz als Ressource. Dieses Holz wird zu Fasern umgewandelt, anschliessend zu Papier

verbunden, bedruckt und letztlich gelangt es an die Leser. Danach wird das Papier in zirka. 80% der Fälle zu Recyclingpapier verarbeitet. Es wird gesagt, dass Papier 5 bis 7-mal recycled werden kann, bis es nicht mehr zur Papierherstellung verwendet werden kann. Aus unserer Sicht sehr ökologisch.



Digitale Medien – Smartphones und Tablets – bestehen nicht aus nachwachsenden Rohstoffen, sondern aus vielen verschiedenen Metallen und seltenen Erden wie zum Beispiel Tantal, Gold, Palladium, Silber, Kobalt und Kupfer. Tantal wird zum Beispiel aus Coltan-Erz ge-

wonnen. Die grössten Vorkommen davon liegen in Zentralafrika. Um an das seltene und kostbare Metall zu gelangen, werden Regenwälder gerodet und das Erz unter menschenunwürdigen Bedingungen sowie durch Kinderarbeit abgebaut. Die Recyclingquote für Elektrogeräte liegt bei rund 45%. Aus unserer Sicht sehr unökologisch.

Ein weiterer Vergleich, den wir gemacht haben, ist das Bestellen eines Produkts.



Früher haben wir einen Katalog durchgeblättert, die Bestellkarte ausgefüllt, eine Briefmarke draufgeklebt und die Karte in den nächsten Briefkasten geworfen. Das Paket wurde nach 5 bis 7 Tagen geliefert. Man hat sich Zeit genommen und sich gut überlegt, was man bestellt.



Heute gehen wir online, geben das gesuchte Produkt in der Suche ein, klicken uns kurz durch, füllen den Warenkorb – sind wir ehrlich, oft wohl mit unnötigen Dingen – bezahlen und schliessen die Bestellung ab. Meist kommt die Ware am nächsten Tag bereits an. Wenn nicht, sind wir enttäuscht. Alles ganz bequem, digital, schnell und mit äusserst wenig Aufwand verbunden.

UMFRAGE IN DER STAFFEL MEDIEN AG

Wir wollten es selber testen und haben unsere Arbeitskollegen befragt...

Das Ergebnis: ein Kopf-an-Kopf-Rennen mit bemerkenswerten Antworten und einem interessanten Fazit.

Wer liest digital, wer gedruckt?

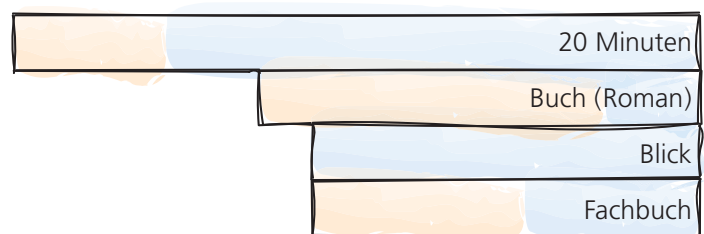
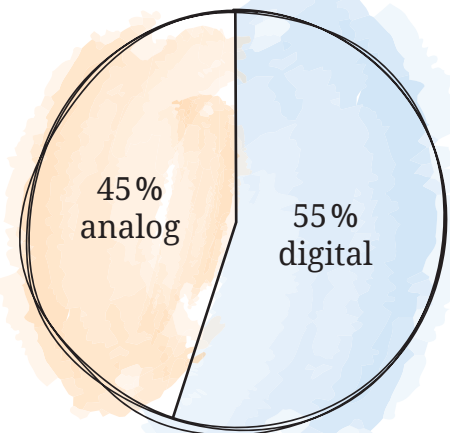
Laut einer Befragung in der Schweiz gaben 95% der 50- bis 79-Jährigen an, in den letzten 3 Monaten eine gedruckte Zeitung genutzt zu haben. Bei den 15- bis 29-Jährigen waren es nur 86%. Die Generationenunterschiede gibt es sehr wohl.

Mit gedruckten Zeitungen und mit Fernsehen erreicht man eher die ältere Generation. Auch der Radiokonsum ist bei der älteren Generation höher, während Social Media sowie Video- und Musik-Streaming-Angebote verstärkt von Jüngeren genutzt werden.

Wir sind der Meinung, der richtige Mix von gedruckt und digital macht's aus.

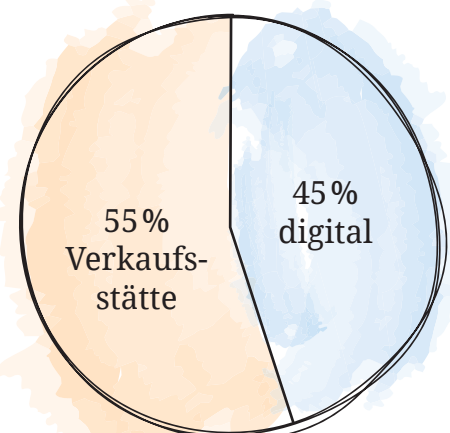
lesen und informieren (Zeitungen, Magazine, Bücher usw.)

Lieber analog oder online?



Besorgungen und Shopping (Kleidung, Lebensmittel usw.)

Lieber in der Verkaufsstätte oder online?



MAGAZIN

« HORGÄWÄDIHERZ »

Das Magazin – ein wesentliches Kommunikationsinstrument von Unternehmen, Verbänden, Organisationen oder wie in diesem Fall eines Sportvereins. Es zeigt das Vereinsleben durch Reportagen, Interviews, Porträits, Mannschaften und diverse weitere Rubriken. Das Vereinsmagazin prägt die Wahrnehmung von aussen und somit war unser Anspruch klar: Qualität und das in jedem Schritt, von der Idee bis zur Umsetzung.

Alexandra Ennen

Ausgangslage

Der Handballclub Wädenswil realisierte drei Mal pro Jahr den «SPRUNGWURF». Eine gedruckte Version für die Chilbi Wädenswil, die jeweils im August stattfindet und zwei digitale Versionen, die nach der Vorrunde im Januar und nach der Rückrunde im Mai per Mail versandt, und auf der Website veröffentlicht wurden.

Die gedruckte Version erschien mit einer Auflage von 700 Exemplaren, die per Post an die Mitglieder und Sponsoren versendet wurden.

Der Handballclub Horgen realisierte zwei Mal pro Jahr die «HCH NEWS» in gedruckter Form, die jeweils im Herbst und Frühjahr an alle Haushalte (ohne Stopp-Werbung-Kleber) in Horgen, Hirzel und Oberrieden verteilt wurden. Eine digitale Version wird auch auf der Website veröffentlicht.

Die Auflage betrug rund 7000 Exemplare, wovon zirka 5500 Exemplare an die Haushalte verteilt wurden. Auch in Horgen haben Mitglieder und Sponsoren ihre Exemplare erhalten.

Zielsetzung

An der Vorstandssitzung der Spielgemeinschaft SGHW vom 30. März 2022 wurde vereinbart, dass beide Kommunikationsorgane in einer Ausgabe, zwei Mal pro Jahr, erscheinen sollen. Die Erstausgabe sollte bereits auf Anfang August 2022 realisiert werden.

Zielgruppen

Das Magazin soll an alle Privathaushalte (ohne Stopp-Werbung-Kleber) in Wädenswil, Au/ZH, Schönenberg, Hütten, Horgen, Horgenberg, Hirzel und Oberrieden versendet werden. Zusätzlicher Versand an alle Mitglieder des HCW und HCH sowie auch an alle Sponsoren und Zugewandte.

Ebenfalls soll eine Auflage im Handballzelt an der Chilbi Wädenswil aufgelegt werden.



VON DER IDEE BIS ZUR UMSETZUNG

1. Offerte mit Budget-Entwurf

Nach der Vorstandssitzung, dem Entscheid für ein gemeinsames Magazin, haben wir uns an die Offerte gesetzt.

2. Terminplan erstellt

Für die erste Ausgabe haben wir einen Plan mit Tätigkeiten, Terminen und Verantwortlichkeiten erstellt. Dieser beinhaltete Text- und Bildabgabe, Druckfreigabe, Produktion und Versand.

3. Idee zur Gestaltung und Rubriken (Layout-Vorschläge)

Zur Ideenfindung haben wir uns von unterschiedlichen Magazinen inspirieren lassen und verschiedene Design-Varianten erstellt. Für den Umschlag hatten wir fünf Vorschläge und für die Inhaltsseiten zwei bis drei pro Thema. Im nächsten Schritt haben wir intern eine Selektion getroffen, die Vorschläge für die Präsentation fertig gemacht und danach die finalen Layouts ausgearbeitet. Als Letztes stand noch die Wahl der Rubriken für den Inhalt an.

4. Mannschaftsfotos erstellt

Für den ganzen Verein, insgesamt 26 Mannschaften, durften wir die Mannschaftsfotos schießen, die nach der Bildbearbeitung ebenfalls in der Ausgabe gezeigt wurden.

5. Namensfindung

Für den Titel des Magazins gab es von den Vereinen bereits verschiedene Vorschläge und wir haben noch zusätzliche Namensideen ins Rennen gebracht. Um eine Entscheidung zu treffen, haben wir eine Umfrage erstellt und an alle Entscheidungsträger gesendet. Gewonnen hat «HORGÄWÄDIHERZ – Das Handball-

Magazin Horgen/Wädenswil», der Name entstand durch den Hashtag #horgäwädiherz und den Zusatz als Erklärung.

6. Inserenten kontaktieren

Als Inserate-Annahmestelle haben wir eine Landingpage erstellt, auf der alle Angaben zu Grössen, Layouts, Preise und allgemeinen Informationen ersichtlich sind. Auf dieser können Inserenten direkt über das Kontaktformular eine Rückmeldung abgeben und ein neues Inserat hochladen. Die Liste der Inserenten führen, einen Brief für die Insertion schreiben und versenden, Inserenten telefonisch nachfassen und die Inserentenliste für den Abgleich mit der Sponsorenliste und für die Verrechnung aktualisieren, gehört ebenfalls zu unseren Aufgaben. Teilweise haben wir auch Inserate gestalterisch angepasst.

7. Erstellung und Text-Korrekturat/-Ergänzung

Die gelieferten Texte haben wir in das erarbeitete Grund-Layout gefüllt, umbrochen, korrigiert und teilweise ergänzt oder angepasst. Die Fotos und Inserate kontrolliert und auf den unterschiedlichen Magazin-Seiten platziert. Mit einem Link konnten alle involvierten Personen den Entwicklungsstand des Magazins verfolgen und allfällige Rückmeldungen abgeben.

8. Druckfreigabe und Produktion

Nach mehrfachen internen Kontrollen gab es ein erstes Gut zum Druck (PDF) an die Redaktion, worauf ein weiterer Korrekturlauf, das zweite GzD und die Umsetzung letzter Korrekturen folgte. Eine finale Druckdatei und ein erster Probedruck wurden erstellt. Gedruckt haben wir 200 Stück für die Chilbi Wädenswil

im Digitaldruck und die restlichen 9000 Exemplare im Offsetdruck.

9. Ausrüsten

Die bedruckten Bogen wurden gefalzt und auf einem Sammelhefter gleichzeitig mit Draht geheftet und auf drei Seiten auf Format geschnitten.

10. Versand

200 Exemplare für die Chilbi Wädenswil haben wir direkt angeliefert und die 7646 Exemplare an alle kommerziellen Privatkunden (ohne Stopp-Werbung-Kleber) über PromoPost aufgegeben. Weitere 1200 Exemplare wurden mittels personalisierten Kuverts an die Mitglieder und Sponsoren versendet und die Reserve von 400 Stück dem Verein ausgehändigt. Zusätzlich erstellten wir ein PDF, in erster Linie für die Website und auch für weitere Verwendungszwecke, wie den E-Mail-Versand.

Ein sehr anspruchsvolles Projekt, das wir von A bis Z begleiten endete für alle erfolgreich. Aber nur fürs Erste, denn bald schon stand die Redaktionssitzung der zweiten Ausgabe zur Saison 2022/23 auf dem Plan. Wir freuen uns, dieses Projekt auch weiterhin zu realisieren, mit allem was dazu gehört, von der Layoutgestaltung über die Textkorrekturen bis hin zur Produktion und dem Versand.

Möchten auch Sie ein Projekt dieser Grössenordnung realisieren? Dann sind wir der richtige Partner dafür. Mit unserer Erfahrung und unserem Know-how können wir Sie in allen Schritten unterstützen.



FEEDBACK DES AUFTRAGGEBERS

Welche Erwartung oder Vorstellung hattest du vorgängig an das Magazin?

Mathias Sigg,

Präsident HC Wädenswil: Da wir bei der Planung des neuen Magazins eingebunden waren und unsere Vorschläge einbringen konnten, wussten wir schon früh, wie das Vereinsmagazin am Schluss aussehen könnte. Die Zusammenarbeit zwischen der Staffel Medien AG und der SG Wädenswil/Horgen war sehr angenehm und konstruktiv.

Sasha Mackintosh,

Präsident HC Horgen: Bereits bei der Kreation der Idee hatte ich hohe Erwartungen an das Magazin aber auch ein Bewusstsein für die Herausforderung, unsere beiden langjährigen und geschichtsträchtigen Vereinsmagazine in einem zu verbinden. Die zentrale Erwartung

war, unsere Spielgemeinschaft zwischen dem Handballclub Horgen und Handballclub Wädenswil aktuell, neuzeitlich, lebendig und in all unseren Farben von der besten Seite zu zeigen, ohne die Verbundenheit und Identität zu den einzelnen Vereinen zu verlieren. Redaktionell aufgestellt und geschrieben, soll es alle Top-News, Insider, Porträits und alle Teams in der bestmöglichen Form darstellen. Die Vorbereitung mit uns als Vereinsverantwortliche in Zusammenarbeit mit der Staffel Medien AG lief von Anfang an sehr gut.

Was sagst du zum Endergebnis?

Mathias Sigg

Das Ergebnis übertraf meine Erwartungen. Die durchs Band positiven Reaktionen der Vereinsmitglieder, Sponsoren und interessierten Leser bestätigte unseren

Entscheid, eines überarbeiteten Vereinsmagazins, sprich das Zusammenführen zweier Vereinszeitschriften zum «HORGÄWÄDIHERZ». Ich bin sehr froh, dass wir diesen Weg gemeinsam bestritten haben.

Sasha Mackintosh

Das neue Vereinsmagazin «HORGÄWÄDIHERZ» mit neuem Namen/Brand und neuem Look ist rundum sehr gelungen. Wirklich eine tolle Lektüre, sehr schön im Design und spannende Inhalte. Ich habe es mir genau so vorgestellt. Es zeigt unsere Farben, auch bildlich gesprochen, und präsentiert unsere grosse Handballfamilie hoch professionell. Top Arbeit vom Staffel Medien-Team, das Resultat macht allen grosse Freude.



Es guets Nois
vom Staffel Medien-Team

B-ECONOMY

DIE POST 



Gesamtverantwortung

Annette Weissbaum
Alexandra Ennen

Redaktion

Annette Weissbaum
Ralf Weissbaum
Alexandra Ennen
Haris Nikolovski
Kim Wohlgemuth
Thierry Weissbaum

Gestaltung und Layout

Kim Wohlgemuth

Fotografie und 3D-Visualisierung

Haris Nikolovski

Gedruckt auf

LuxoArt samt weiss FSC®, 150 g/m²

Druck

Staffel Medien AG

Social Media



Staffel Medien
Lösungen voraus

Staffel Medien AG
Binzstrasse 9
8045 Zürich
T 044 289 89 89
info@staffelmedien.ch
www.staffelmedien.ch