

StaffelNews



Crossmedial zum Erfolg

Print, Web und Social Media im perfekten Zusammenspiel – so erreichen Sie Ihre Zielgruppen wirklich.

Magazin 2.0 – Print mit Perspektive

Warum gedruckte Kundenmagazine gerade jetzt überzeugen – und wie sie digital ergänzt zum Markenerlebnis werden.

Personalisierter Druck

Mehr Relevanz, mehr Wirkung: Wie individuelle Inhalte im Digitaldruck den Unterschied machen.

«VERÄNDERUNG BEDEUTET NICHT, ETWAS ZU VERLIEREN – SONDERN RAUM ZU SCHAFFEN FÜR NEUES.»

STARKE INHALTE AUF ALLEN KANÄLEN

Gedruckte Kommunikation hat heute einen anderen Stellenwert als noch vor einigen Jahren. Während digitale Kanäle mit Tempo, Trends und flüchtigen Inhalten dominieren, setzt Print auf Substanz, Beständigkeit und Wert. Es ist kein Rückschritt – es ist ein bewusstes Statement. Ein Kundenmagazin in den Händen zu halten, darin zu blättern, sich Zeit zu nehmen – das ist ein Erlebnis, das bleibt. Kein Wunder also, dass gedruckte Kundenmagazine ein Revival erleben. Sie schaffen Nähe, stärken die Marke und sorgen für echte Erinnerungsmomente.

In dieser Ausgabe der StaffelNews widmen wir uns der Frage, warum Print gerade jetzt so relevant ist – und wie es sich im Zusammenspiel mit digitalen Kanälen neu erfindet. Denn Print und Digital sind keine Gegensätze, sondern zwei Seiten derselben Medaille: Inhalte zählen, aber ihr Medium entscheidet über Wirkung und Reichweite. Marken müssen heute auf allen Kanälen präsent sein – mit starken, konsistenten Botschaften.

Ein weiteres Thema dieser Ausgabe: Personalisierung im Druck. Mit variablen Daten lassen sich individuelle Ansprachen realisieren, die gezielt wirken – nicht nur im Marketing, sondern überall dort, wo Beziehungen zählen.

Wir freuen uns ausserdem auf ein persönliches Gespräch mit Annette Weissbaum, die seit 20 Jahren die Entwicklung der Staffel Medien AG mitgestaltet – und

nun mit der neu gegründeten Content Creation Unit «Marconivox» kreative Inhalte für die digitale Welt schafft. Von Social Media bis Bewegtbild, von Text bis Content-Strategie: Marconivox bringt Marken in der digitalen Kommunikation zum Strahlen – immer abgestimmt auf Zielgruppe, Plattform und Wirkung.

Und natürlich werfen wir auch einen Blick in die Welt der Social Media. Hier entscheidet die richtige Balance: Kreative, organische Inhalte schaffen Vertrauen und Nähe, gezielte Werbung sorgt für Sichtbarkeit. Nur wer beides beherrscht – und den Mut hat, zu testen –, wird sich erfolgreich positionieren. Ob auf Papier oder im Feed: Am Ende geht es um Inhalte, die berühren. Um Botschaften, die nicht verpuffen, sondern wirken.

Noch ein Wort in eigener Sache: Unsere grösste Veränderung in diesem Jahr ist sicher, dass wir ab dem 1. Dezember an der Seestrasse 315 in Au/Zürich zu finden sind – mit frischem Wind, grosszügiger Infrastruktur und direktem Blick auf den See. Lesen Sie mehr auf Seite 14.

Ich wünsche viel Spass mit der neuesten StaffelNews-Ausgabe und einen schönen Sommer.

Herzlichst

Ralf Weisbaum



CROSSMEDIAL ZUM ERFOLG WIE PRINT, WEB UND SOCIAL MEDIA PERFECT ZUSAMMENSPIELEN

In einer vernetzten Welt erreichen Unternehmen ihre Zielgruppen am besten über mehrere Kanäle. Print, Web und Social Media entfalten gemeinsam ihre volle Wirkung – vor allem, wenn alles aus einer Hand kommt.

Annette Weissbaum

Die Reise Ihrer Kundinnen und Kunden beginnt auf vielen Wegen

Ob im Büro, unterwegs oder auf dem Sofa – Kundinnen und Kunden bewegen sich heute ganz selbstverständlich zwischen digitalen und analogen Welten. Wer sie erreichen will, muss dort präsent sein, wo sie sich gerade aufhalten. Multichannel-Kampagnen sind die Antwort: Sie verbinden Printprodukte mit Webinhalten und Social Media – für eine maximale Wirkung.

Doch wie gelingt diese Verknüpfung? Welche Rolle spielt Print überhaupt noch? Und was macht eine Kampagne wirklich crossmedial erfolgreich? Wir geben einen Einblick – inklusive praktischer Tipps für Ihre nächste Kampagne.

Warum Multichannel heute entscheidend ist

Die Wege, auf denen Informationen aufgenommen und Kaufentscheidungen getroffen werden, sind vielfältig. Ein Social Media Post führt zum Besuch der Webseite, ein QR-Code im Printmailing zum digitalen Anmeldeformular. Nur wer all diese Kontaktpunkte durchdacht miteinander verknüpft, erzielt echte Wirkung.

Multichannel-Marketing bringt Ihre Botschaft dorthin, wo Ihre Zielgruppe aktiv ist – und schafft ein konsistentes Markenerlebnis über alle Kanäle hinweg.

Print wirkt – vor allem im Zusammenspiel

Printprodukte haben auch im digitalen Zeitalter einen festen Platz im Kommu-

nikationsmix. Sie wirken glaubwürdig, seriös und schaffen Vertrauen – das belegen zahlreiche Studien. Ein edles Mailing oder eine hochwertig gedruckte Broschüre transportieren Wertigkeit und Aufmerksamkeit, die digitale Formate allein oft nicht erreichen.

Gerade in Kombination mit Web und Social Media entfaltet Print seine volle Stärke: als Einstieg, Reminder oder Vertrauensanker im crossmedialen Auftritt.

So gelingt das Zusammenspiel: Drei Erfolgsprinzipien

1. Print und Social Media kombinieren

Ein klassisches Print-Mailing kann durch gezielte Social-Media-Anzeigen ergänzt werden. Während Print für Aufmerksamkeit sorgt, liefern die digitalen Kanäle Reichweite und Wiedererkennung. So entsteht eine doppelte Präsenz, die sich auszahlt.

2. Web und Print verknüpfen

QR-Codes sind längst Standard – und ideal, um Print mit Web-Inhalten zu ver-

knüpfen, zum Beispiel mit einer Landingpage, einem Video oder einem Anmeldeformular für Veranstaltungen. Auch AR-Technologien (Augmented Reality) machen Print interaktiv, zum Beispiel, wenn aus einem gedruckten Bild per Smartphone-Scan ein 3D-Produktmodell wird.

3. Personalisierte Ansprache mit PURLs

Besonders effektiv: personalisierte Mailings mit individuellen URLs (PURLs). Die Empfänger gelangen auf eine auf sie zugeschnittene Landingpage mit spezifischen Inhalten oder Angeboten. Das erhöht die Relevanz – und die Abschlussquote.

Crossmedia in der Praxis: Die Vorteile auf einen Blick

- Mehr Sichtbarkeit
Durch die gleichzeitige Ansprache über Print, Web und Social Media erreichen Sie Ihre Zielgruppe häufiger und gezielter.
- Vertrauensbildung
Print vermittelt Seriosität – digital ergänzt, entsteht ein rundes Markenerlebnis.
- Personalisierung
Individuelle Mailings und Landingpages sorgen für Relevanz – und minimieren Streuverluste.
- Messbarkeit
Digitale Verknüpfungen machen den Kampagnenerfolg nachvollziehbar – und optimierbar.
- Alles aus einer Hand
Bei Staffel Medien und Marconivox erhalten Sie Konzept, Inhalt, Design, Druck und digitale Umsetzung aus einer Hand.

Warum Staffel Medien der richtige Partner ist

Bei uns treffen analoge Stärken auf digitale Kompetenz. Als Druckspezialist mit jahrelanger Erfahrung wissen wir, wie Print wirkt. Mit unserer Content Creation Unit Marconivox bieten wir zusätzlich die

gesamte digitale Bandbreite – von Webdesign über Social Media bis hin zu Video- und Kampagneninhalten. Der Vorteil für Sie? Ein zentraler Ansprechpartner, kreative Lösungen und perfekt abgestimmte Prozesse – für Kampagnen, die auffallen, überzeugen und in Erinnerung bleiben.

Neugierig geworden?

Sprechen Sie mit uns über Ihre Ideen – wir zeigen Ihnen gerne, wie Ihre nächste Multichannel-Kampagne crossmedial zum Erfolg wird.

5 Tipps für Ihre nächste Multichannel-Kampagne

1. Kanalauswahl strategisch planen: Wo ist Ihre Zielgruppe aktiv? Stimmen Sie die Kanäle darauf ab.
2. Design und Inhalte aufeinander abstimmen: Ein einheitliches Erscheinungsbild sorgt für Wiedererkennung.
3. Technologie sinnvoll einsetzen: QR-Codes, AR-Elemente und personalisierte URLs erhöhen die Interaktivität.
4. Erfolge messen und lernen: Daten aus digitalen Kanälen zur Optimierung nutzen.
5. Partner mit Erfahrung wählen: Multichannel ist Teamarbeit – am besten aus einer Hand.

MAGAZIN 2.0: PRINT IST KEIN RELIKT. ES IST EIN STATEMENT.

Kundenmagazine erleben ein Revival: Sie schaffen Nähe, stärken die Marke und bleiben im Gedächtnis. Warum es sich auch heute noch lohnt, in gedruckte Kundenmagazine zu investieren, wie sie optimal mit digitalen Kanälen kombiniert werden können – und welche Inhalte wirklich den Unterschied machen.

Annette Weissbaum

In einer Zeit, in der digitale Kommunikation omnipräsent ist, mag es auf den ersten Blick überraschen: Gedruckte Kundenmagazine sind gefragter denn je. Immer mehr Unternehmen erkennen den strategischen Wert eines gedruckten Magazins – als authentisches, hochwertiges und vor allem wirksames Mittel zur

Kundenbindung und Markenpflege.

Ein Kundenmagazin landet nicht im Spam-Ordner, wird nicht weggeklickt und verschwindet nicht in der täglichen Informationsflut. Es wird bewusst wahrgenommen, durchgeblättert, gelesen – oft mehrfach.

Die Vorteile von Kundenmagazinen auf einen Blick

• Markenbindung durch hochwertige Inhalte

Ein Kundenmagazin bietet Raum für Geschichten. Es kann zeigen, wer hinter einem Unternehmen steht, wie Produkte entstehen oder welchen Mehrwert die Dienstleistungen bieten. Diese Inhalte stärken die emotionale Bindung und fördern die Identifikation mit der Marke.

• Längere Verweildauer

Ein Magazin liegt oft über Wochen oder sogar Monate auf dem Schreibtisch oder Couchtisch. Es wird immer wieder zur Hand genommen – und mit jeder Nutzung verstärkt sich die Markenpräsenz.

• Differenzierung im Wettbewerb

In Zeiten von austauschbarer Social Media Posts ist ein hochwertiges Printprodukt ein echter Hingucker. Es unterstreicht die Professionalität und hebt das Unternehmen vom Wettbewerb ab – insbesondere im B2B-Umfeld.

• Vertrauen durch redaktionelle Inhalte

Kundenmagazine ermöglichen informa-

tive, beratende und inspirierende Inhalte jenseits der klassischen Werbung. Das schafft Glaubwürdigkeit und positioniert das Unternehmen als kompetenten und verlässlichen Partner.

• Multichannel-Potenzial durch Crossmedia

Print ist heute nicht mehr isoliert zu denken: Durch den Einsatz von QR-Codes, Augmented Reality (AR) oder personalisierten URLs wird das Magazin zur Brücke in die digitale Welt. Inhalte lassen sich vertiefen, z.B. mit begleitenden Blogposts, Videos oder interaktiven Landingpages. So entsteht ein nahtloses Markenerlebnis über alle Kanäle hinweg. **Zielgruppengerechte Kommunikation: B2B, B2C und darüber hinaus**
Ein Kundenmagazin funktioniert im

«
Ein Kundenmagazin ist kein Werbeflyer – es ist ein Vertrauensbeweis. Es zeigt, dass wir den Dialog mit unseren Kundinnen und Kunden ernst nehmen.

– Michael T., Geschäftsführer, Kommunikationsberater

»
B2B-Bereich anders als im B2C-Umfeld. Während im B2B oft tiefere Einblicke, Experteninterviews oder Projektberichte gefragt sind, wirken im B2C vor allem emotionale Stories, starke Bilder und persönliche Kundenmomente. Wichtig: Auch jüngere Zielgruppen zeigen Wertschätzung für hochwertiges Print – vor allem, wenn Inhalte und Design modern, mutig und authentisch sind. Print spricht Generationen an – analog und digital.

Design und Haptik: Die Sprache der Wertigkeit

Ein gutes Kundenmagazin spricht auch



ProTier Magazin: Druck, Ausrüstung, Adressierung und Versand – viermal jährlich.

durch seine Gestaltung. Die Wahl von hochwertigem Papier, die Haptik des Umschlags, die Typografie und das Layout transportieren eine Botschaft: Wir nehmen Qualität ernst. Visuelle Konzepte, grosszügige Bildstrecken und kreative Doppelseiten sorgen dafür, dass Inhalte gerne gelesen – und das Magazin gerne aufbewahrt wird.

Fazit: Kundenmagazine sind Print mit Perspektive

Ein gutes Kundenmagazin ist weit mehr als eine schöne Broschüre. Es ist ein strategisches Kommunikationsmittel, das Vertrauen schafft, Nähe aufbaut und Markenbindung fördert. Gerade im digitalen Zeitalter wird Print zum bewussten Zeichen von Qualität und Dialogbereitschaft.

Wer bereit ist, in hochwertige Inhalte und Gestaltung zu investieren, wird belohnt – mit Aufmerksamkeit, Loyalität und einer Kundenbeziehung, die weit über den Klick hinausgeht.

«
Ein gutes Printmagazin fühlt sich nicht nur gut an – es bleibt. Es liegt auf dem Tisch, es wird weitergegeben, es erzählt Geschichten, die nachhallen.

– Sabine G., Leiterin Marketing & Kommunikation

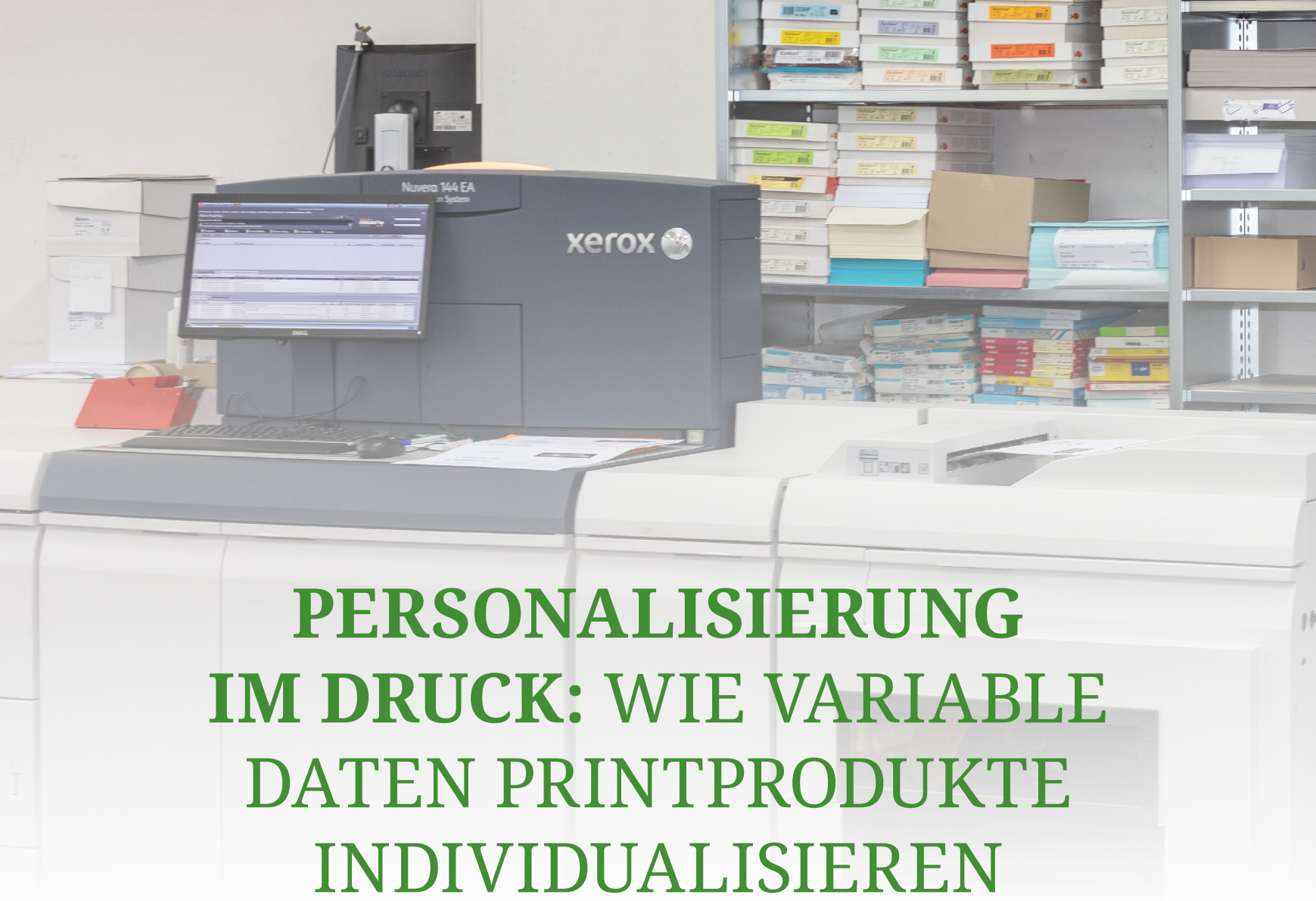
Staffel Medien: Ihr Partner von A bis Z

Damit aus einer Idee ein wirkungsvolles Kundenmagazin wird, braucht es mehr als nur guten Content. Wir begleiten Sie ganzheitlich – von der ersten Konzeptidee über die Redaktion, Gestaltung und Produktion bis hin zum Versand an Ihre Kundinnen und Kunden. Ob Print oder digital erweitert: Wir setzen Ihre Inhalte professionell und zielgruppengerecht um – damit Ihr Kundenmagazin nicht nur gelesen, sondern auch geschätzt wird.

Kontaktieren Sie uns für ein unverbindliches Erstgespräch.



SGHW Handballmagazin: Komplettbetreuung von Redaktion bis Versand – zweimal jährlich.



PERSONALISIERUNG IM DRUCK: WIE VARIABLE DATEN PRINTPRODUKTE INDIVIDUALISIEREN

Ob Werbebrief, Broschüre oder Verpackung – Print lebt, wenn es persönlich wird. Digitaldruck und variable Daten ermöglichen individuelle Inhalte, die nicht nur auffallen, sondern auch wirken.

Annette Weissbaum

In einer Welt voller Reize und Botschaften sticht das heraus, was uns persönlich anspricht. Was in der Online-Kommunikation längst Standard ist, funktioniert auch im klassischen Druck: Personalisierung. Dank moderner Digitaldrucktechnologien und Variable Data Printing (VDP) lassen sich Inhalte ganz gezielt auf einzelne Empfänger zuschneiden – mit nachweislichem Effekt auf Aufmerksamkeit, Relevanz und Kundenbindung.

Warum überhaupt personalisieren?

Die Kundinnen und Kunden von heute sind anspruchsvoll. Sie erwarten Inhalte, die auf ihre Bedürfnisse, Interessen und Lebensrealitäten zugeschnitten sind.

Wer in einem vollen Briefkasten mit einer standardisierten Massenbotschaft auf sich aufmerksam machen will, hat es schwer. Anders sieht es mit personalisierten Mailings oder Broschüren aus: Wer direkt angesprochen wird, liest mit größerem Interesse, fühlt sich verstanden und reagiert eher.

Technologie, die's möglich macht

Der Schlüssel liegt im Zusammenspiel von Digitaldruck und variablen Daten. Während der Digitaldruck schnelle, flexible und qualitativ hochwertige Auflagen ermöglicht, sorgt der VDP dafür, dass Inhalte dynamisch angepasst werden – automatisiert und punktgenau.

Was kann individualisiert werden?

- **Texte:** Namen, Anreden, persönliche Empfehlungen.
- **Bilder:** Nach Alter, Region oder Interessen.
- **Barcodes und QR-Codes:** Individuelle Links zu Landingpages, Gewinnspielen oder Produktinformationen.
- **Augmented Reality (AR):** Brücke zwischen Print und Digital – per Scan in interaktive Welten eintauchen.

Vielfältige Einsatzmöglichkeiten

Mailings sind nach wie vor ein Klassiker. Mit personalisierten Angeboten, Produktvorschlägen oder lokalem Bezug erreichen sie mehr als generische Wer-



Nachhaltig gedacht:

Personalisierung kann auch grün sein. Dank Variablem Datendruck (VDP) wird nur produziert, was wirklich gebraucht wird. Das vermeidet Überproduktion, spart Ressourcen und leistet so einen stillen, aber wirksamen Beitrag zur ökologischen Verantwortung.

bung. Auch Magazine und Broschüren lassen sich zielgruppenspezifisch aufbereiten, zum Beispiel mit variierenden Artikeln, Bildwelten oder Sprachstilen.

Im Eventbereich sind personalisierte Einladungen, Namensschilder oder Tischkarten nicht nur hilfreich, sondern unterstreichen auch die Wertschätzung gegenüber den Gästen. Und auch Verpackungen bieten Spielraum für kreative Ansprache, sei es mit individuellen Labels, Seriennummern oder limitierten Sondereditionen.

Mehr Relevanz = mehr Wirkung

Wer Printprodukte individualisiert, erzielt nachweislich höhere Öffnungsraten, bessere Conversion Rates und stärkt die Markenbindung. Menschen reagieren auf das, was sie betrifft – genau darin liegt die Stärke personalisierter Kommu-

nikation. Ein Beispiel aus dem Alltag: Ein Reisebüro verschickt ein Mailing an seine Stammkundinnen und -kunden. Statt allgemeiner Pauschalreise-Werbung erhalten Sportbegeisterte ein Angebot für Aktivferien, Familien Informationen über kinderfreundliche Hotels und Städtereisende Tipps für Kulturmetropolen. Die Rücklaufquote? Deutlich höher als bei nicht personalisierten Kampagnen.

Was bedeutet das für Ihr Unternehmen?

Personalisierung muss weder teuer noch kompliziert sein. Mit den richtigen Daten und einem Partner wie der Staffel Medien AG lassen sich personalisierte Printlösungen effizient umsetzen – vom Konzept über das Design bis hin zu Produktion und Versand. Gerade im B2B-Bereich, wo es oft um

langfristige Beziehungen geht, kann personalisierter Druck den entscheidenden Unterschied machen: Er zeigt Nähe, Interesse und Professionalität – und hebt Ihr Unternehmen von der Masse ab.

Fazit: Personalisierung ist mehr als ein Trend

Personalisierter Druck ist ein starkes Instrument moderner Kommunikation. Er verbindet die haptischen Qualitäten von Print mit der Relevanz digitaler Botschaften. Unternehmen, die hier investieren, profitieren von mehr Sichtbarkeit, besseren Kundenkontakten und einer Markenkommunikation, die wirklich ankommt.

Unser Team berät Sie gerne zu den technischen Möglichkeiten und kreativen Ansätzen.

PRODUKTE PERFEKT INSZENIERT: 3D-VISUALISIERUNG ALS ZUKUNFT DER DARSTELLUNG

Wenn Präzision auf Kreativität trifft, entsteht Innovation. Wie 3D-Visualisierung die Produktpräsentation neu definiert – und wie Staffel Medien gemeinsam mit Inca SA neue Maßstäbe setzt.

Haris Nikolovski

In einer zunehmend digitalen Welt ist die Art und Weise, wie Produkte präsentiert werden, oft genauso entscheidend wie das Produkt selbst. Staffel Medien begegnet diesem Wandel mit modernsten Lösungen. Eine davon: die 3D-Visualisierung – ein Service, der Unternehmen neue kreative Freiheiten eröffnet. Ein aktuelles Projekt mit Inca S.A. zeigt eindrucksvoll, was mit dieser Technologie möglich ist.

Das Unternehmen Inca S.A. mit Sitz in La Chaux-de-Fonds ist spezialisiert auf die Herstellung von Membranboxen, die vor allem in der Uhren- und Feinwerkindustrie zum Einsatz kommen. Die Verpackungen bieten empfindlichen Produkten einen optimalen Schutz. Für ihren neuen Produktkatalog suchte Inca S.A. eine visuelle Lösung – aber ohne klassische Fotografie. Stattdessen wandte sie sich an Staffel Medien mit einem innovativen Wunsch: realistische 3D-Renderings ihrer Produkte.

Haris, Fotograf und 3D-Künstler bei Staffel Medien, erhielt 28 Musterboxen per Post, um auf deren Basis exakte digitale Modelle zu erstellen. Ziel war es, hoch-

wertige, freigestellte Produktbilder zu generieren – ohne Kameraklick, aber mit maximaler Präzision.

Warum also 3D statt Fotografie? Die Vorteile liegen auf der Hand:

Zunächst die Flexibilität: Bilder können in jeder gewünschten Auflösung gerendert werden – von grossformatigen Druckdaten bis zu kleinen Web-Vorschauen. Mit oder ohne Hintergrund, als Einzelbild oder Serie, jederzeit anpassbar. Auch Farbvariationen – etwa bei Verschlüssen – lassen sich im Handumdrehen umsetzen.

Ein weiterer Pluspunkt: Reinheit und Konsistenz. 3D-Renderings sind frei von Staub, Kratzern oder Reflexionen. Die aufwendige Bildbearbeitung im Nachgang entfällt. Darüber hinaus lassen sich die digitalen Modelle für Animationen, 360°-Ansichten oder Augmented Reality nutzen – ein starkes Tool für moderne Produktkommunikation.



Einmal erstellt, können die 3D-Modelle langfristig verwendet und vielseitig eingesetzt werden – konsistent und markengerecht.

Natürlich bringt die Methode auch Herausforderungen mit sich: Wenn keine CAD-Daten vorhanden sind, müssen Modelle manuell erstellt werden. Das ist zeitintensiv und erfordert Fachwissen. Doch wie das Projekt mit Inca S.A. zeigt, zahlt sich dieser Initialaufwand langfristig aus.

Bei Staffel Medien stehen nicht nur Bilder, sondern Lösungen im Mittelpunkt. Unser 3D-Service richtet sich an alle, die

Inca S.A., David Farine

Sichtbar schützen – mit Membrandosen von Inca S.A. Empfindliche Objekte verdienen mehr als nur Schutz – sie verdienen auch Sichtbarkeit.

Unsere Membrandosen tun beides: Sie umhüllen Uhrwerksteile, archäologische Funde oder medizinische Komponenten sicher und lassen gleichzeitig ihre Schönheit sichtbar werden.

Seit über 50 Jahren fertigen wir bei Inca S.A. in La Chaux-de-Fonds diese kleinen Wunder der Verpackungstechnik – mit Leidenschaft, Innovationsgeist und einem klaren Bekenntnis zur Qualität.

Über 25 Patente zeugen davon. Und wir entwickeln weiter – für Menschen, die Wertvolles bewahren und präsentieren wollen.

Mehr erfahren und direkt bestellen: inca-sa.ch



mehr wollen als klassische Produktfotos: mehr Kontrolle, mehr Gestaltungsspielraum, mehr Möglichkeiten.

Ob für Produktneuheiten, Printkataloge oder digitale Markenauftritte – mit 3D-Visualisierung gewinnen Unternehmen an Qualität und Effizienz. Und mit unserem Know-how, von der Modellierung bis zur Animation, setzen wir Ihre Produkte ins rechte Licht – auch virtuell.

Die Technik entwickelt sich weiter. Wir auch. Lassen Sie sich inspirieren von den neuen Möglichkeiten der 3D-Visualisierung – und entdecken Sie, wie Staffel Medien Ihre visuelle Kommunikation auf ein neues Niveau hebt. Genau wie bei Inca S.A..



MIT HERZ UND VISION: ANNETTE WEISSBAUM IM INTERVIEW

Seit 20 Jahren prägt Annette die Entwicklung der Staffel Medien AG mit. Heute steht sie an der Spitze von Marconivox – der neuen Content Creation Unit der Staffel Medien AG, die Markenbotschaften mit innovativen Inhalten zum Leben erweckt.



Alexandra Ennen

Wer Annette kennt, weiss: Sie steht nie still. Seit 20 Jahren gestaltet sie bei der Staffel Medien AG den Wandel der Medienbranche aktiv mit. Als sie 2005 anfang, waren Facebook und YouTube noch neu – heute leitet sie Marconivox, unsere Content Creation Unit, die seit September 2024 frische Inhalte für die digitale Welt liefert. Wir sprachen mit ihr über prägende Erlebnisse, den Wandel der Branche und ihre Sicht auf die Zukunft der Medienkommunikation.



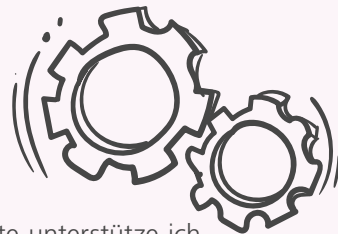
Annette, herzlichen Glückwunsch zum 20-Jahre-Jubiläum! Wie würdest du deinen Weg bei der Staffel Medien AG beschreiben?

Vielen Dank. Nach der Geburt unserer Kinder war es für mich der ideale Wiedereinstieg ins Berufsleben. Ich begann mit administrativen Aufgaben, baute bald die Marketingabteilung auf und fand meinen Platz. Die grafische Branche war Neuland – aber das Lernen

hat sich gelohnt. Heute unterstütze ich Ralf bei der Geschäftsleitung und ich bin stolz darauf, wie wir uns entwickelt haben – vor allem digital mit der Gründung von Marconivox. Und auch nach 20 Jahren macht mir die Arbeit immer noch grossen Spass!

Was waren aus deiner Sicht die grössten Veränderungen in der Medienlandschaft in den 20 Jahre bei uns?

Die grösste Veränderung war ganz klar die Digitalisierung. Als ich bei Staffel Medien anfang, war Print noch das zentrale Medium – heute findet ein grosser Teil der Kommunikation digital statt. Der Medienkonsum hat sich total verändert, viele Druckereien mussten schliessen. Für uns hiess das: nicht stehen bleiben, sondern mitgehen. Wir haben unser Angebot erweitert, neue Wege gesucht – und gefunden. Dass wir heute nebst dem Druck auch digital stark aufgestellt sind, macht mich sehr stolz.



Du bist die treibende Kraft hinter Marconivox, unserer neuen Content Creation Unit. Was macht dieses Projekt so besonders?

Marconivox ist ein echtes Herzensprojekt für mich. Wir haben bei Staffel Medien schon lange digitale Inhalte gemacht, aber so richtig wahrgenommen wurde das nicht. Mit Marconivox haben wir jetzt eine eigene Bühne, auf der wir zeigen können, was wir können – kreativ, digital und mit viel Storytelling. Besonders stolz bin ich auf unser engagiertes Team – mit viel Herzblut und Humor haben wir etwas aufgebaut, das wirklich funktioniert – das macht Marconivox für mich so besonders.

Wie lässt sich der Ansatz von Marconivox beschreiben?

Bei Marconivox denken wir ganzheitlich und kreativ. Uns geht es nicht nur um schöne Inhalte, sondern um echte Geschichten, die wirken. Wir arbeiten eng mit unseren Kundinnen und Kunden zusammen, hören zu und entwickeln massgeschneiderte Ideen. Was uns auszeichnet? Leidenschaft, Freude und der Anspruch, immer das Beste zu geben.



In 20 Jahren erlebt man sicher auch Höhen und Tiefen. Was war deine grösste berufliche Herausforderung?

Meine grösste berufliche Herausforderung ist es, die Balance zwischen Innovation, Weiterentwicklung und einem



starken Teamgeist zu halten. Ich möchte, dass wir als Unternehmen nicht nur vorne mit dabei sind, sondern auch, dass jede und jeder im Team seine Stärken einbringen kann und sich wertgeschätzt fühlt. Das alles in eine gemeinsame Richtung zu bringen, ist nicht immer einfach – aber genau das macht meine Arbeit so spannend und erfüllend.

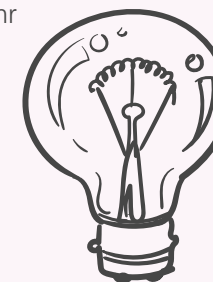
Wenn du auf deine Anfangszeit zurückblickst: Was würdest du deinem jüngeren Ich raten?

Hmm, gute Frage! Meinem jüngeren Ich würde ich sagen: «Habe Mut, probiere Dinge aus und hör auf, alles perfekt machen zu wollen!» Offen bleiben, Neues lernen und nicht stehen bleiben, das war (und ist) der Schlüssel. Und ganz ehrlich: Ich würde den Weg wieder genauso gehen – vielleicht manchmal etwas ruhiger, aber mit genauso viel Herz.

Welche Tipps würdest du jungen Talenten geben, die in der Medienbranche Fuss fassen wollen?

Die Medienbranche ist unglaublich vielfältig und ständig im Wandel – genau das macht sie so spannend. Mein Tipp: Seid offen, probiert verschiedene Dinge aus und bildet euch weiter. Wer seinen Platz findet, kann hier viel bewegen. Das zeigt auch unsere Tochter

Jill, die seit einem Jahr bei uns ist. Sie hat ihren Platz in der Branche gefunden und ist mit Leidenschaft dabei – das macht mich richtig stolz.



Was motiviert dich persönlich, jeden Tag mit so viel Engagement und Leidenschaft bei der Arbeit zu sein?

Mich motiviert, dass wir in der Branche wirklich etwas bewegen können – und das mit einem Team, das sich super entwickelt hat und richtig mitzieht. Veränderung treibt mich an, Stillstand ist nichts für mich. Und ganz ehrlich: Ich liebe meinen Job!

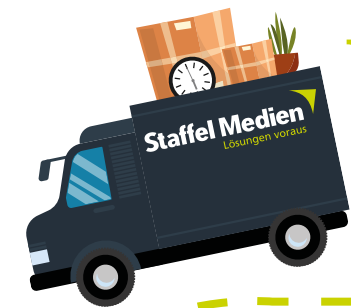


Was sind deine Pläne für die nächsten Jahre mit der Staffel Medien AG und Marconivox?

Dass wir als Team weiterhin erfolgreich unterwegs sind – in einem Arbeitsumfeld, in dem sich jeder wohlfühlt und entfalten kann. Und dass wir unsere Kundinnen und Kunden weiterhin so unterstützen, dass sie ihre Ziele erreichen und erfolgreich bleiben. Am Ende zählt für mich: gemeinsam etwas bewegen und Freude an dem haben, was wir tun. Ich danke Ralf von Herzen, dass er mir vor 20 Jahren diese Chance gegeben hat.

Seit vielen Jahren prägt Annette das Gesicht der Staffel Medien AG mit – und ein Ende ist nicht in Sicht. Ihr Jubiläum steht für persönliche Beständigkeit und unternehmerischen Wandel. Mit Marconivox hat sie ein Projekt ins Leben gerufen, das die Stärken des Unternehmens im Bereich Content Creation bündelt und weiterentwickelt.

Annettes Leidenschaft und Begeisterung spürt man sofort – seit 20 Jahren und auch in Zukunft. Die Staffel Medien AG kann sich glücklich schätzen, eine solche Visionärin in ihren Reihen zu haben.



WIR ZIEHEN UM – IHR ERFOLG BLEIBT



Annette Weissbaum

Manchmal hält das Leben Veränderungen bereit, ob man will oder nicht. Nach über drei Jahrzehnten an der Staffelstrasse und Binzstrasse packen die Staffel Medien AG und Marconivox ihre Kisten. Wir verlassen unseren langjährigen Standort, sehen darin aber die grossartige Chance, Sie mit frischem Wind und moderner Infrastruktur noch besser zu unterstützen.

Ihr neuer Treffpunkt ab 1. Dezember

Ab dem 1. Dezember finden Sie uns an der Seestrasse 315 in Au/Zürich. Direkt am See, mit herrlichem Blick aufs Wasser und optimaler Anbindung. Der Bahnhof ist gleich gegenüber, und egal ob Sie mit dem Auto, Zug, Bus oder sogar dem

Schiff kommen, Sie erreichen uns ganz unkompliziert. Selbstverständlich stehen Ihnen vor Ort ausreichend Kundenparkplätze zur Verfügung. Ein Standort, der nicht nur charmant, sondern auch äusserst praktisch ist!

Was das für Sie bedeutet: Alles bleibt, nur der Ort ist neu

Ihre vertrauten Ansprechpersonen bleiben Ihnen erhalten, und alle Abläufe, Prozesse sowie unsere Dienstleistungen laufen wie gewohnt weiter. Für Sie entsteht keinerlei Mehraufwand, wir kümmern uns um alles.

Die Distanz spielt ohnehin keine Rolle. Unser neuer Standort ist hervorragend erreichbar, und selbstverständlich kommen wir jederzeit zu Ihnen, wenn es nötig ist. Viele Projekte begleiten wir ohnehin direkt bei Ihnen vor Ort oder

stimmen alles unkompliziert digital ab. So bleiben wir nah, persönlich und partnerschaftlich an Ihrer Seite – genau so, wie Sie es von uns gewohnt sind.

Ein Aufbruch in die Zukunft

Für uns ist dieser Standortwechsel mehr als nur ein organisatorischer Schritt; er ist ein Aufbruch. Wir sehen ihn als Chance, uns weiterzuentwickeln, Bestehendes zu optimieren und unsere Leistungen auf ein neues Level zu heben. Gleichzeitig bleiben wir das, was Sie an uns schätzen: zuverlässig, flexibel und mit voller Leidenschaft bei der Sache.

Wir freuen uns, Sie an unserem neuen Standort zu begrüßen. Kommen Sie vorbei, geniessen Sie den wundervollen Seeblick und sehen Sie, wie wir auch in unserer neuen Umgebung weiterhin mit voller Leidenschaft für Ihre Projekte da sind.



GOOD TO KNOW

Farbtrends Frühjahr / Sommer 2025

Die Farbe des Jahres bringt Wärme ins Spiel: Mocha Mousse (PANTONE 17-1230) ist ein sinnlicher Brauntönen, inspiriert von Kakao, Schokolade und frisch gebrühtem Kaffee. Der Trend zu natürlichen, erdigen Nuancen spiegelt unser Bedürfnis nach Geborgenheit, Authentizität und kleinen Alltagsfreuden wider – auch im Design. Eine Einladung zum Innehalten und Wohlfühlen.

Haptik als Premiererlebnis

Fühlen, was Qualität bedeutet: Strukturierte Papiere, feine Prägungen oder Soft-Touch-Lackierungen sprechen unsere Sinne an – und bleiben im Gedächtnis. Besonders im Premiumbereich wird Haptik gezielt eingesetzt, um Markenbotschaften emotional zu verstärken und Produkten eine exklusive Anmutung zu verleihen. Print wird dadurch zum spürbaren Erlebnis.

Programmatic Printing: Zukunft des Print-Marketings

Individuell, effizient, intelligent: Programmatic Printing bringt die Vorteile der digitalen Welt ins Print-Universum. Datenbasierte, automatisierte Prozesse ermöglichen personalisierte Druckerzeugnisse – zielgerichtet auf die jeweilige Zielgruppe, ressourcenschonend und messbar wirksam. So wird Print zum smarten Bestandteil moderner Marketingstrategien.

B-ECONOMY

DIE POST 



Gesamtverantwortung

Annette Weissbaum
Alexandra Ennen

Redaktion

Annette Weissbaum
Ralf Weissbaum
Alexandra Ennen
Haris Nikolovski
Jill Weissbaum

Social Media



Gestaltung und Layout

Alina Gabathuler

Fotografie und 3D-Visualisierung

Haris Nikolovski

Gedruckt auf

LuxoArt® samt weiss FSC, 150 g/m²

Druck

Staffel Medien AG

Staffel Medien
Lösungen voraus

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