



# MEDIADATEN 2026

# Stimmen aus der Fachwelt

## Weniger Einkäufe ohne Print-Flyer

*Haushalte, die keine gedruckten Prospekte mehr erhalten, tätigen deutlich weniger Einkaufstrips und geringere Ausgaben beim betroffenen Händler.*

Kernaussagen aus der Studie „Lidl Niederlande – Effekte des Verzichts auf Print-Flyer“  
Quelle: van Lin, A.; Keller, K.O.; Guyt, J.Y. (2025): Retiring the Store Flyer – Effects of Ceasing Print Store Flyers on Household Grocery Shopping Behavior, Tilburg University / University of Amsterdam / University of North Carolina

## Prospekte geniessen höchstes Vertrauen

*47 % der Europäer haben hohes Vertrauen in gedruckte Prospekte.  
Damit liegen sie deutlich vor TV, Social Media und digitalen Bannern.*

Kernaussagen aus der ELMA Sonderstudie 2025  
Quelle: ELMA – Europäische Verbraucherperspektiven zur Prospektwerbung, Sonderstudie 2025  
(basierend auf Two Sides Trend Tracker, 28 000 Befragte in 10 europäischen Ländern).

## Prospekte wirken – und führen zu Handlungen

*42 % der Konsumenten stöbern aktiv im Prospekt, 31 % besuchen danach ein Geschäft, und 27 % planen gezielt ihre Einkäufe.*

Kernaussagen aus der ELMA Sonderstudie 2025  
Quelle: ELMA – Europäische Verbraucherperspektiven zur Prospektwerbung, Sonderstudie 2025  
(basierend auf Two Sides Trend Tracker, 28 000 Befragte in 10 europäischen Ländern).

## Print & Digital – ein starkes Duo

*Verbraucher nutzen Prospekte hybrid, sowohl gedruckt als auch digital. Kein anderer Kanal wird als so verlässlich und nützlich für die Angebotssuche wahrgenommen.*

Kernaussagen aus dem Fach-Dossier „Die Kraft des Gedruckten“ (2024)  
Quelle: Fach-Dossier „Die Kraft des Gedruckten“, Dirk Engel (2024),  
EGRO Mediengruppe / IFH Media Analytics „Prospektmonitor 2024“ / „Prospekt wirkt!“ 2022.



# Ein zuverlässiges Trio – für Ihren Erfolg

Die Produkte der Direct Mail Company –  
reichweitenstark und für eine werbeaffine Zielgruppe



- Zielgruppe, die aktiv Werbung wünscht.
- Über 3,2 Mio. Directs - Nutzerinnen und - Nutzer pro Woche
- 86,6% der Directs-Nutzerinnen und - Nutzer sind haushaltsführend
- Zugestellt durch die Schweizerische Post



- Einzigartiges und unabhängiges redaktionelles Werbemedium über 1,6 Mio. gedruckten Exemplaren in der ganzen Schweiz
- Wöchentlich redaktionelle Beiträge und Tipps zum Thema Konsum
- Online - Konsumratgeber und Werbeplattform [consumo.ch](https://consumo.ch)

## Unsere Buchungsplattform – Der direkte Weg zu Ihren Kunden

Mit unserer Onlineplattform für Flyerzustellung erreichen Sie die ganze Schweiz

Quelle: Directs, WEMF/MACH Strategy Consumer 2025

# MEHR REICHWEITE ALS MANCH INFLUENCER



Jede Woche bringen wir Ihre Botschaft in rund 1,7 Millionen werbeinteressierte Haushalte – gezielt, zuverlässig und direkt in die Hände Ihrer Zielgruppe.

Zugestellt durch die Schweizerische Post.



Jetzt Ihre Werbezustellung buchen

[www.dm-company.ch](http://www.dm-company.ch)



## Was sind Directs?

«Directs» sind Werbe-Drucksachen, die wir für Sie sauberlich im Consumo bündeln und die jede Woche in Ihrer Wunschregion oder Postleitzahl durch die Schweizerische Post verteilt werden.

## Was macht Directs so erfolgreich?



Nationales, reichweitenstarkes Werbeinstrument



Entspanntes Werbewirkungsumfeld (zu Hause)



Lukrative Zielgruppe (werbeaffin, haushaltsführend)



Messbarer Rücklauf



Sehr attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis auch im Intermediavergleich



Frequenz-Generator im POS/POP



# Wissenswertes über Directs-Nutzerinnen und -Nutzer

## Mediennutzung Directs

Mehr als die Hälfte der Bevölkerung nutzt Werbesendungen via Briefkasten.

**Rund 4 Millionen Personen (52%)**  
in der Schweiz leben in werbeaffinen Haushalten.

52%

48%

**Knapp 3,3 Millionen Personen (43%)**  
nutzen wöchentlich Directs (RUS).

43%

57%

## Soziodemografie



**86,6%** der Directs-Nutzerinnen und -Nutzer sind haushaltsführend und entscheiden somit über den Einkauf und die Anschaffungen.

Prozentuale Berechnung auf das Universum der MACH-Studien (ab 14 Jahre)

Affinität/Affinitätsindex ist der Indikator, der die Nähe eines Mediums zu einem Zielgruppen-segment ausweist. Verhältnis der Reichweite in der Zielgruppe zur Reichweite insgesamt, indiziert (auf 100 bezogen). Affinitäten über 100 weisen auf eine über-durchschnittliche, unter 100 auf eine unterdurchschnittliche Eignung hin.

### Geschlecht



**52,8%**  
Frauen

Affinität 105

**47,2%**  
Männer

Affinität 95

### Alter



**20,1%**  
14–34 Jahre

Affinität 70

**34,5%**  
35–54 Jahre

Affinität 104

**45,4%**  
55–99 Jahre

Affinität 120

### Schulbildung



**17,6%**  
obligatorisch

Affinität 102

**46,6%**  
mittel

Affinität 108

**35,7%**  
hoch

Affinität 90

### Einkommen



**15,4%**  
bis CHF 3.999

Affinität 106

**39,7%**  
CHF 4.000.–  
bis CHF 7.999

Affinität 106

**44,9%**  
ab CHF 8.000.–

Affinität 94

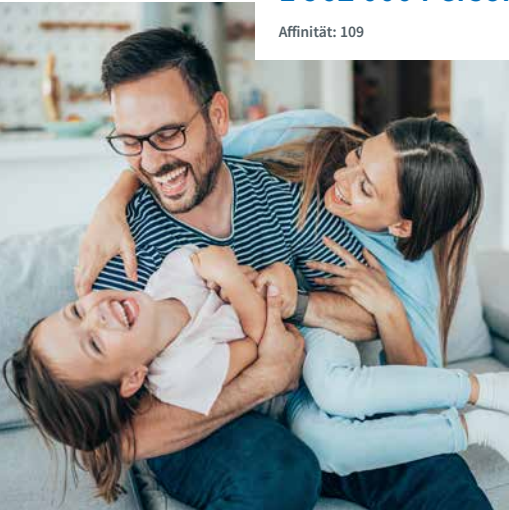
Quelle: WEMF MACH Strategy Consumer 2025

# Das interessiert Directs-Nutzerinnen und -Nutzer besonders



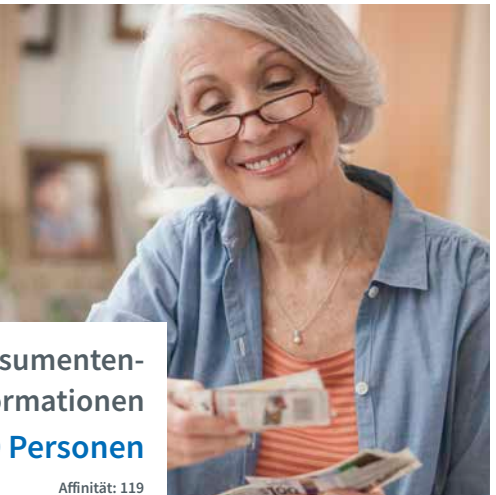
**Gesundheit und Ernährung**  
**2 342 000 Personen**

Affinität: 105



**Familie, Kinder und Partnerschaft**  
**1 962 000 Personen**

Affinität: 109



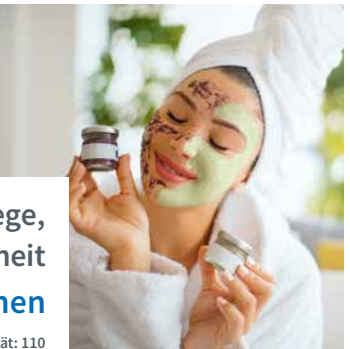
**Konsumenten-  
informationen**  
**1 777 000 Personen**

Affinität: 119



**Wohnen und Einrichten**  
**1 381 000 Personen**

Affinität: 109



**Kosmetik, Körperpflege,  
Schönheit**  
**841 000 Personen**

Affinität: 110

Quelle: WEMF MACH Strategy Consumer 2025 – Interesse: sehr stark / eher stark



# Preise Zustellung 2026

## Directs

- Preis pro tausend Exemplare
- Mindestformat: 105 × 148 mm (B × L).
- Maximalformat: 250 × 353 × 4 mm (B × L × D).
- Mindestpapiergewicht für Einzelblätter bis Format A4, ungefaltet: 160 g/m².
- Fremdbeilagen sollen in ihrem Format kleiner sein als das Trägerobjekt, gegebenenfalls sind Fremdbeilagen vor Anlieferung zu falzen.
- Bestehen Directs aus mehreren Teilen, bedarf es einer Abklärung.
- Mehrseitige Directs > DIN A5 müssen den Falz an der längeren Seite und vorzugsweise eine Klebebindung aufweisen.
- Gefaltete Directs müssen wie folgt verarbeitet sein: Wickel-, Parallelmittel-, Kreuz- oder 8-seitiger Fensterfalz (Altarfalz). Altarfalz und Leporello (Zickzack) müssen zugeklebt sein.
- Falze resp. Heftungen müssen stets an der vertikalen (langen) Kante angebracht sein.

Drucksachen, die nicht dem Directs-Standardformat entsprechen, werden der Schweizerischen Post zur Verteilung übergeben und zu den entsprechenden Tarifen abgerechnet. Ein Rabatt entfällt.

	DMC-Orte Stadt <sup>(1)</sup>	DMC-Orte Agglomeration <sup>(1)</sup>	DMC-Orte Land <sup>(1)</sup>
Gewicht	Preis pro Tsd.	Preis pro Tsd.	Preis pro Tsd.
1–25g	CHF 125.–	CHF 131.–	CHF 140.–
26–50g	CHF 142.–	CHF 148.–	CHF 157.–
51–75g	CHF 159.–	CHF 165.–	CHF 174.–
76–100g	CHF 176.–	CHF 182.–	CHF 191.–
101–125g	CHF 193.–	CHF 199.–	CHF 208.–
126–150g	CHF 210.–	CHF 216.–	CHF 225.–
151–175g	CHF 227.–	CHF 233.–	CHF 242.–
176–200g	CHF 244.–	CHF 250.–	CHF 259.–

Weitere Gewichte auf Anfrage

Preis- und Terminänderungen vorbehalten

<sup>(1)</sup> Directs werden im Trägermedium Consumo zugestellt. Die Zuteilung der Ortskategorien erfolgt durch das Schweizer Bundesamt für Statistik (BFS).

Termine		Kontakt
Zustellfenster	Anlieferung Produktion und Logistikzentrum Niederbipp	Anfragen über Tel. +41 58 341 62 00 möglich
Dienstag – Mittwoch	Montag der Vorwoche, 11 Uhr	Adresse
Vor oder nach Feiertagen	Auf Anfrage	Direct Mail Company AG - Produktion & Logistikzentrum Fenchackerweg 1, CH-4704 Niederbipp

# Sonderleistungen, Rabatte und Konditionen

## Bandierung

Um eine einwandfreie maschinelle Verarbeitung zu gewähren, müssen die Directs einheitlich, nicht verschränkt und mit Plastikband bandiert geliefert werden.  
Bei un- oder schlecht bandierten Warenanlieferungen müssen diese kostenpflichtig nachbandiert werden.  
Maximales Bundgewicht: 7 kg.

Gewicht	Preis DMC pro Tsd. <sup>(2)</sup>	Gewicht	Preis Post pro Tsd. <sup>(2)</sup>
1–50 g	CHF 6.– pro Tausend	1–250 g	CHF 32.– pro Tausend
51–100 g	CHF 8.– pro Tausend		
101–150 g	CHF 10.– pro Tausend		
151–250 g	CHF 12.– pro Tausend		

<sup>(2)</sup> Bei unförmigen, nicht bündel- bzw. stapelbaren Sendungen, die einen höheren Verarbeitungsaufwand erzeugen, wird ein Handlingzuschlag nach effektivem Aufwand verrechnet.

## Lagerung

Werden Directs mehr als 10 Werktage vor dem Zustelltermin angeliefert, trägt der Auftraggeber die Kosten für die Lagerung. Preis: CHF 15.– pro Palette und für angebrochene 30 Tage.

## Rabatte Directs

von CHF	bis CHF	Kundenrabatt	von CHF	bis CHF	Kundenrabatt
0.–	49.999	–	500.000.–	599.999	9,0%
50.000.–	99.999	2,5%	600.000.–	699.999	10,0%
100.000.–	199.999	5,0%	700.000.–	799.999	11,0%
200.000.–	299.999	6,0%	800.000.–	899.999	12,0%
300.000.–	399.999	7,0%	900.000.–	999.999	13,0%
400.000.–	499.999	8,0%			

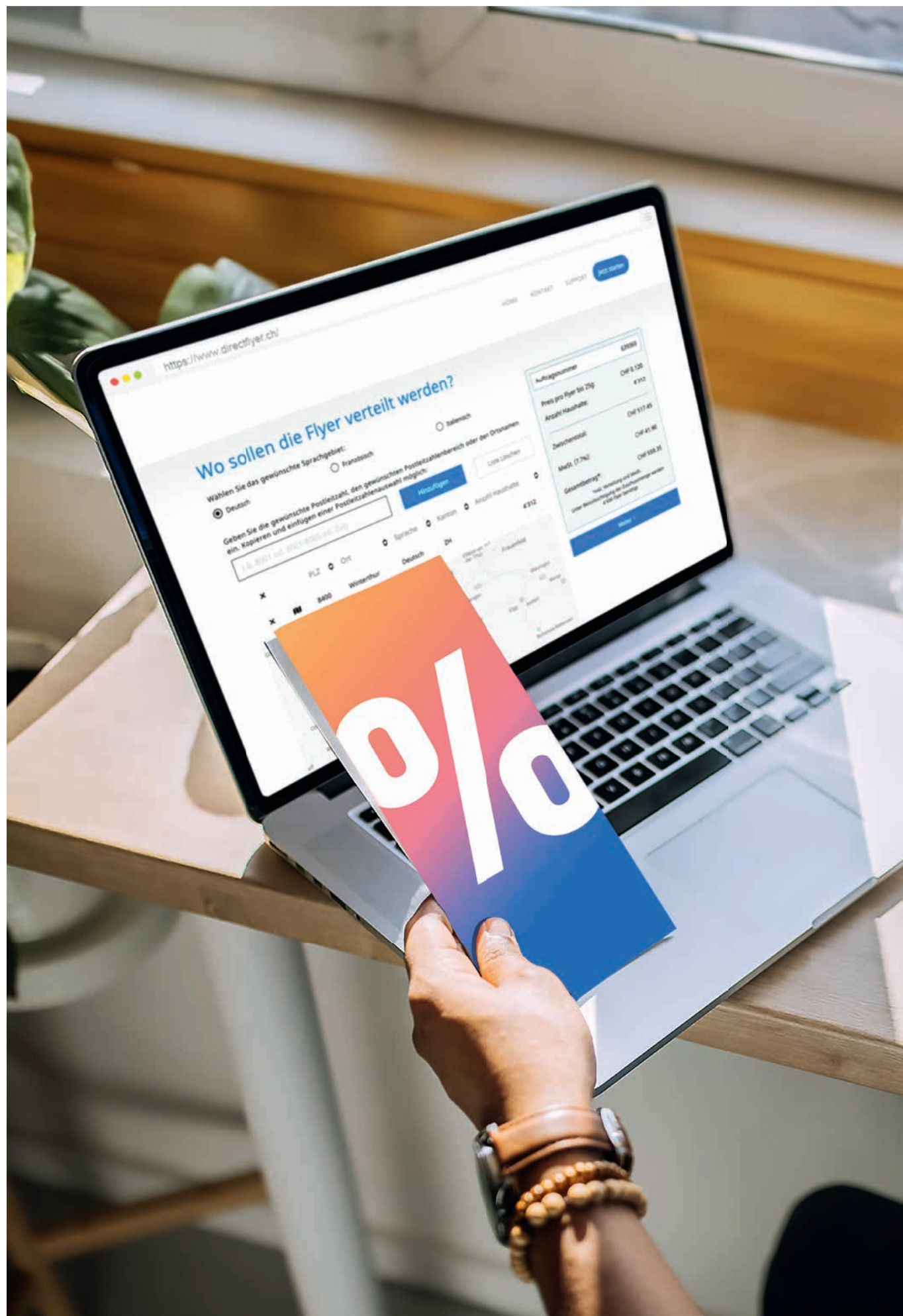
- Höhere Volumen auf Anfrage
- Laufzeit: Kalenderjahr

## Konditionen

30 Tage netto zuzüglich MwSt. Der Mindestfakturbetrag beläuft sich auf CHF 75.– pro Auftrag/Aufgabe für Directs jeglicher Art. Zuschläge sind nicht rabattberechtigt.

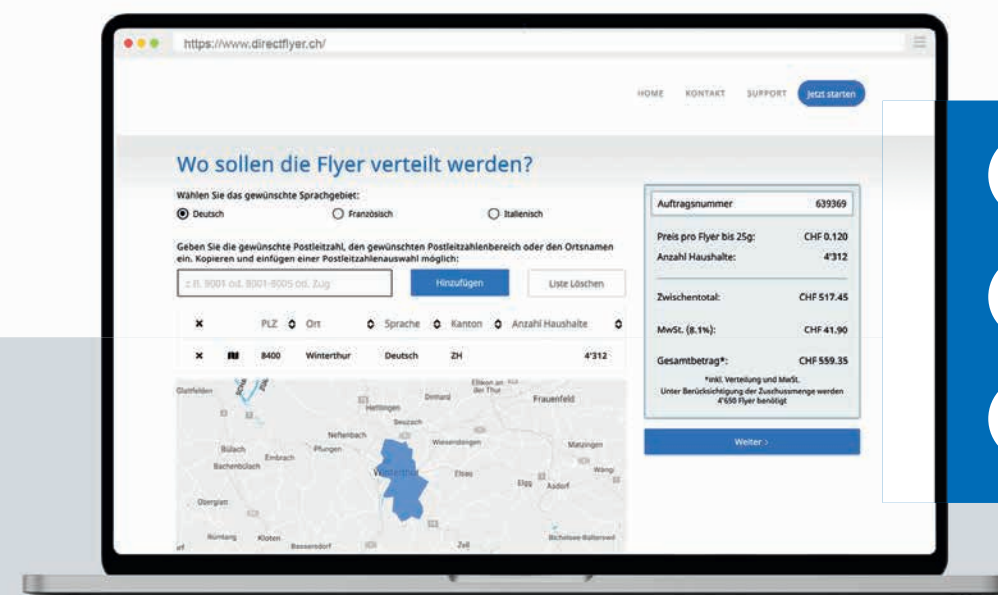


Bitte beachten Sie unsere «AGB» und «Technischen Richtlinien» unter [www.dm-company.ch/downloads](http://www.dm-company.ch/downloads)



# Die Buchungsplattform der Direct Mail Company AG klicken – planen – buchen

Buchen Sie auf [www.directflyer.ch](https://www.directflyer.ch) einfach und günstig Ihre nächste Flyerzustellung. Wählen Sie optional die Druckdienstleistung dazu. Die Schweizerische Post stellt für Sie die Flyer zu – schnell und günstig.



 Gebucht

 Gedruckt

 Verteilt

## Wie nutze ich die Buchungsplattform?

So einfach geht's:

1. Planen Sie Ihr gewünschtes Zustellgebiet.
2. Sie haben bereits gedruckte Flyer? Dann können Sie uns diese gleich anliefern. Sie haben noch keine gedruckten Flyer? Dann laden Sie Ihr PDF (Druckdaten) hoch. Wir erledigen für Sie den Druck und die Anlieferung.
3. Jetzt nur noch Zustelldatum wählen. Mit Karte oder Twint bequem und sicher bezahlen. Fertig!



Auf [www.directflyer.ch](https://www.directflyer.ch) kommen Sie  
direkt zur Buchungsplattform.



# Consumo

Der Konsumratgeber

## Konsumratgeber für 6 Themenwelten



Consumo positioniert sich als crossmedialer Konsumratgeber mit wöchentlichen Beiträgen rund um die Themen Freizeit & Fitness, Essen & Trinken, Haus & Garten, Vitalität & Gesundheit, Mobilität & Reisen sowie Mode & Beauty.

Die Leserinnen und Leser profitieren von Wettbewerben, Coupons und Vergünstigungen, Werbetreibende ihrerseits von einem attraktiven Medium zur Platzierung ihrer Botschaft.

### Auflagenstarkes redaktionelles Medium

- + Wöchentliche Zustellung durch die Schweizerische Post
- + Consumo reiht sich in die Top 3 der auflagenstärksten Publikationen der Schweiz ein

## Consumo – der Konsumratgeber für die Schweiz

Consumo ist das Trägermedium für unadressierte Direktwerbung in der Schweiz: Die gedruckte Ausgabe erreicht einmal pro Woche, jeweils Dienstag/Mittwoch, über 1,6 Millionen Haushalte, die Werbung wünschen.

Consumo ist das einzige Medium seiner Art auf dem gesamten Schweizer Markt. Und auch aus vielen anderen Gründen einzigartig:

- Optimales Werbeumfeld aufgrund redaktionell aufbereiteten Themen
- Hohe Leserakzeptanz dank ansprechender Aufmachung und zahlreichen Mehrwerten (Leserrabatte, Gutscheine usw.)
- Viel Spielraum für Kreativität und individuelle Gestaltung (Spezialformate, Muster usw.)
- Klar messbarer Werbeerfolg mittels vielfältigen Dialog- und Response-Möglichkeiten (Coupons, Wettbewerbe usw.)
- Nahe beim Heimkonsum und Entscheidungsumfeld, primäre Ansprache haushaltsführender Personen

## Consumo – das reichweitenstarke Printmedium



Nationales, reichweitenstarkes Medium



Vielfältiger redaktioneller Inhalt



Zielgruppe: Kaufentscheiderinnen und Kaufentscheider (haushaltsführend)



Entspanntes Werbewirkungsumfeld (zu Hause)



Hohe Werbeaffinität bei der Zielgruppe



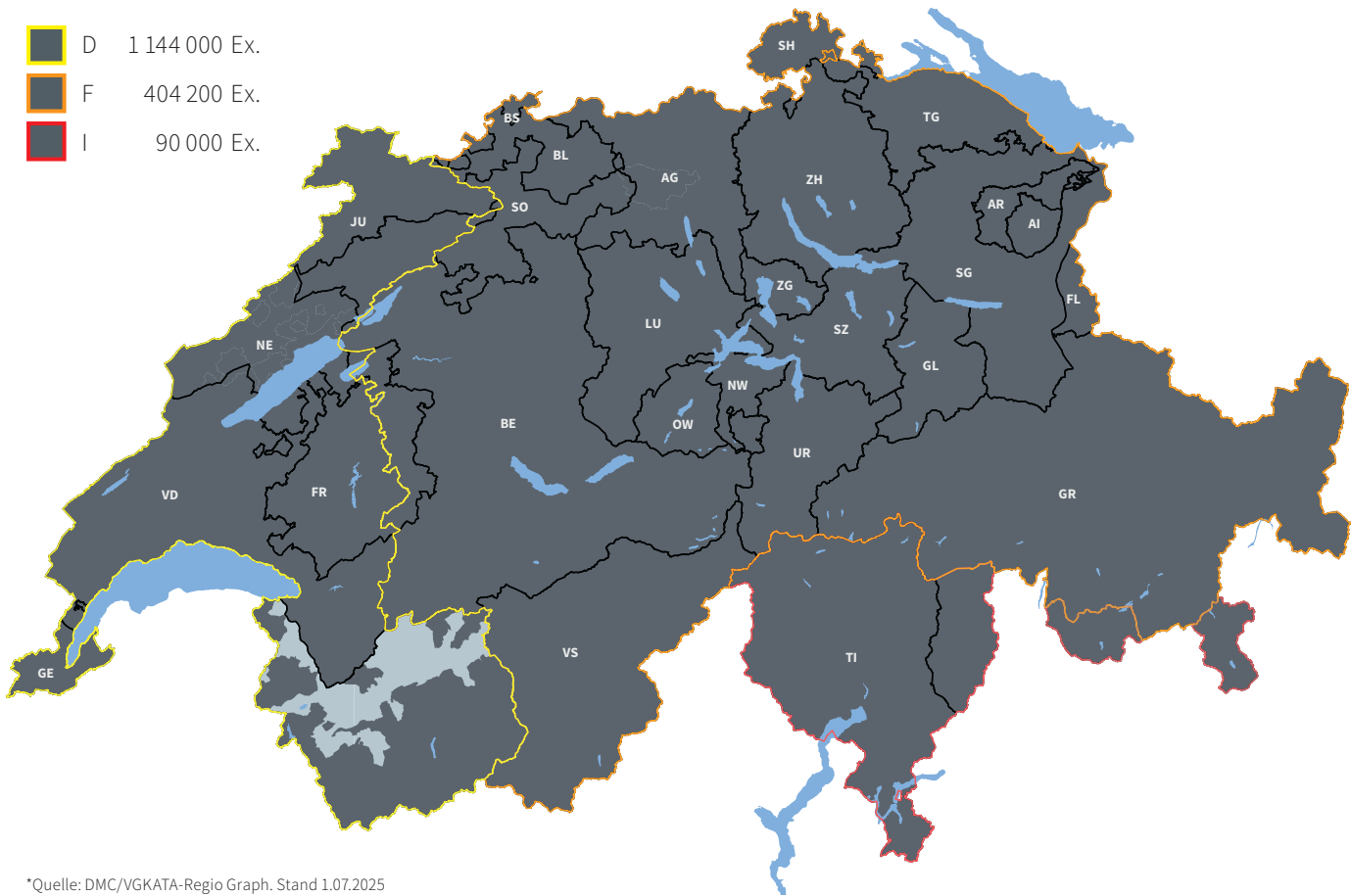
In der Schweiz gedruckt



# Zustellgebiete und Auflage

Gesamtauflage: 1 638 200 Ex.\*

- D 1 144 000 Ex.
- F 404 200 Ex.
- I 90 000 Ex.



\*Quelle: DMC/VGKATA-Regio Graph. Stand 1.07.2025

# Zusammensetzung der Leserschaft

Die Consumo-Kernleserschaft besteht aus Familien, Best Agers und Singles, die auf Basis der Gesamtleserschaft visualisiert wurden. Alle informieren sich mittels Consumo und beigelegter Werbung über interessante Themen und aktuelle Aktionen.



Lukas, 35, berufstätig

«Ich arbeite viel, aber Freizeit ist mir wichtig – am liebsten bin ich unterwegs oder mache Sport.»

Lukas lebt allein in einer modernen Mietwohnung und arbeitet in einer Führungsposition. Er ist digital affin, kauft oft online und sucht smarte, effiziente Lösungen für den Alltag.

«Beim Einkaufen zähle ich auf gute Deals und ein faires Preis-Leistungs-Verhältnis.»

**Daniela, 55, verheiratet**

«Unsere Kinder gehen langsam ihre eigenen Wege – jetzt haben mein Mann und ich wieder mehr Zeit für uns.»

Daniela lebt mit ihrem Mann in einem Einfamilienhaus in der Agglomeration. Sie arbeitet Teilzeit und achtet beim Einkaufen auf Qualität, Schweizer Herkunft und faire Preise.

«Ich kaufe bewusst, vergleiche Angebote – aber Qualität steht für mich immer an erster Stelle.»



Maria, 67, pensioniert

«Ich genieße die Zeit mit meinem Mann – wir wandern, reisen durch die Schweiz oder entspannen im Garten.»

Maria lebt mit ihrem Mann in einer Eigentumswohnung in der Stadt. Sie legt grossen Wert auf Nachhaltigkeit und kauft bevorzugt regionale Produkte. Reisen, Lesen und gemütliche Stunden im Freien bereichern ihren Alltag.

«Wann immer möglich, kaufe ich regionale Schweizer Produkte.»

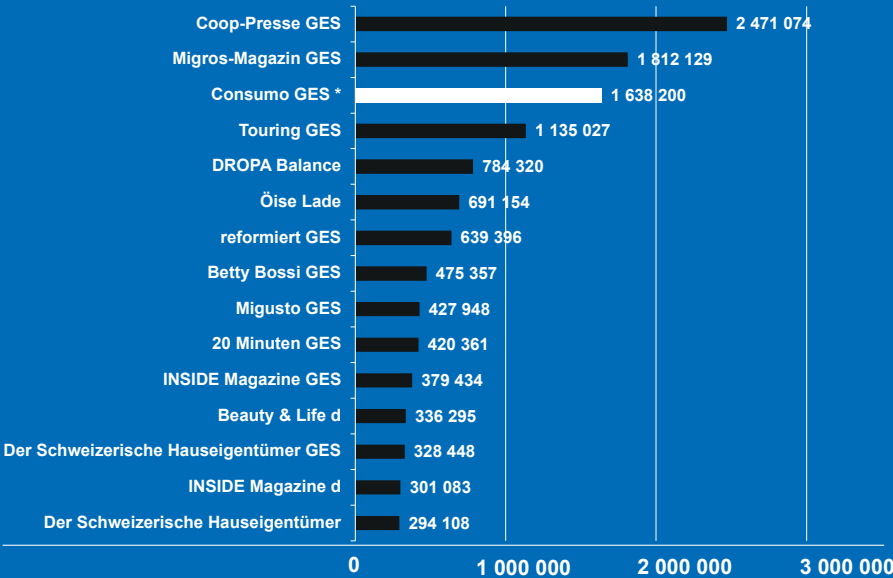


QR-Code scannen und mehr über Consumo erfahren

## Ranking Top-Printpublikationen (nach Auflage)

Consumo gehört zu den Top 3 der auflagenstärksten Publikationen der Schweiz. Mit Consumo profitieren Sie aufgrund der Exklusivität der Anzeigen von einer hohen Sichtbarkeit und damit einer erhöhten Werbewirkung.

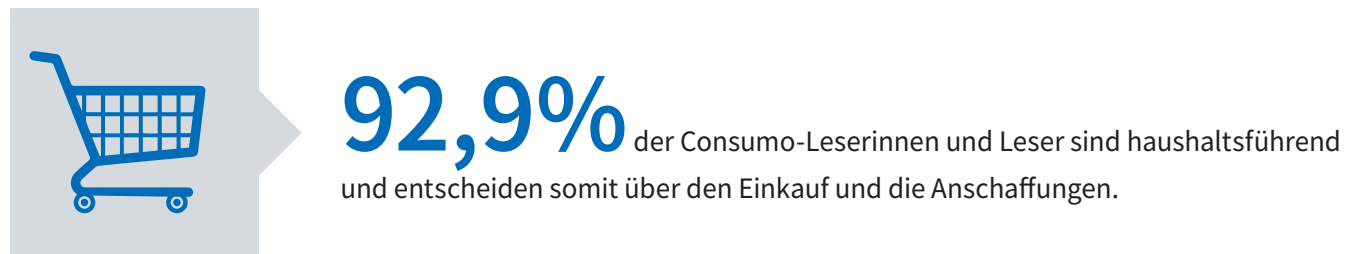
Quelle: WEMF Auflagebeglaubigung 2025



# Soziodemografie

Die Soziodemografie-Daten zu den Leserinnen und Lesern liefern wichtige Informationen, die es ermöglichen, die Leserschaft zu klassifizieren und damit Rückschlüsse auf Interessen, Werte und Konsumverhalten zu ziehen.

Die Leserschaft von Consumo hat folgenden soziodemografischen Hintergrund:



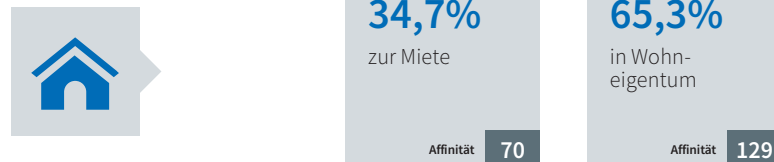
## Geschlecht



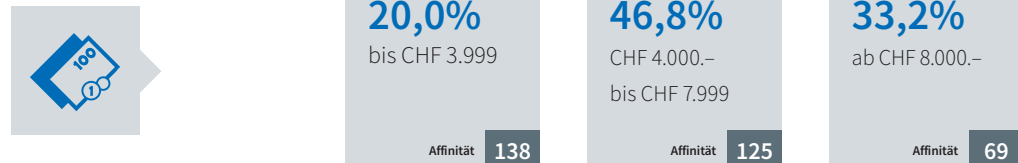
## Alter



## Wohnsituation



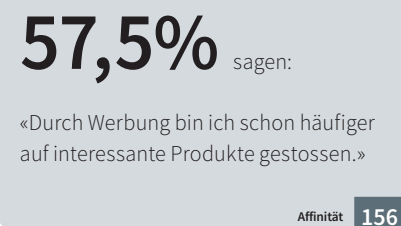
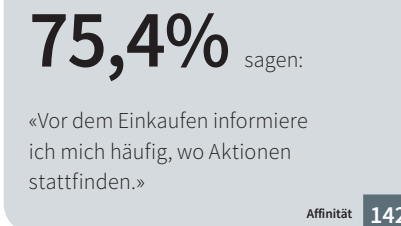
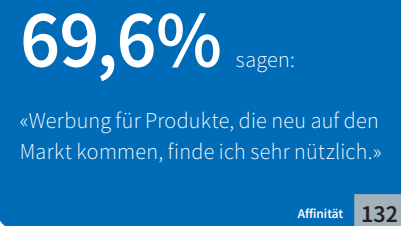
## Einkommen



Quelle: WEMF MACH Consumer 2025  
Consumo Leserschaft RRS (Heavy+Medium User)  
778 000 regelmässige Leserinnen und Leser

# Werbeakzeptanz

Consumo-Leserinnen und -Leser sind werbeaffin und informieren sich gezielt über Produkte. Folgende Aussagen bewerten diese mit «trifft voll und ganz/ eher zu»:

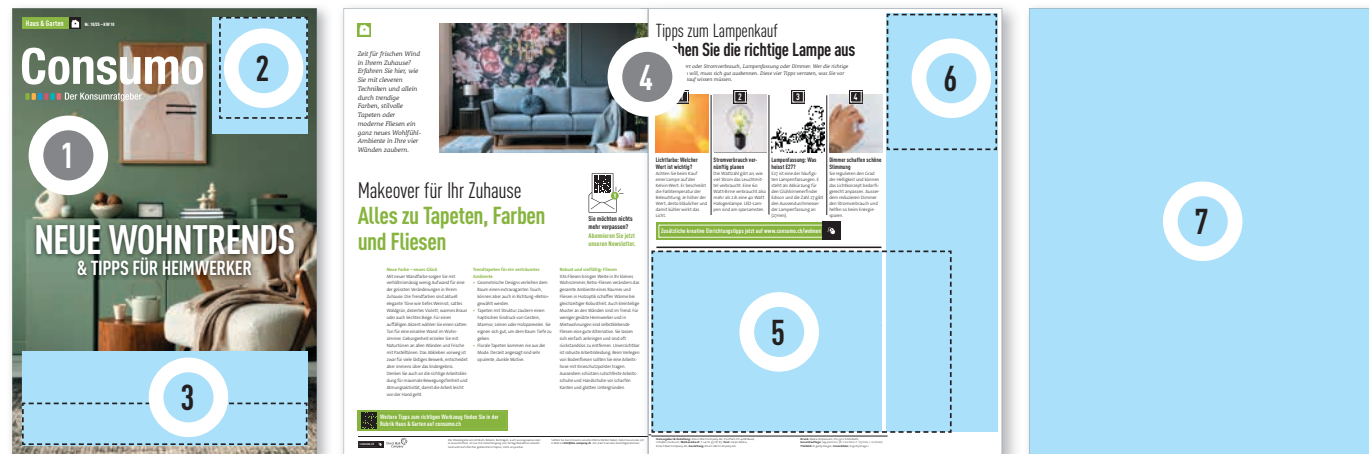


Quelle: WEMF MACH Consumer 2025  
Consumo Leserschaft RRS (Heavy+Medium User)



# Ihre Werbebotschaft im Consumo

Erreichen Sie Ihre Kundschaft mittels Consumo. Verschaffen Sie sich einen Überblick wie Consumo aufgebaut ist und kontaktieren Sie uns für die Planung und Erscheinung Ihrer Werbebotschaft.



## 1 Consumo-Cover

(Umschlagsseite 1, Umsetzung Redaktion)

Das Titelbild baut Emotionen auf und weckt Interesse für die Story.

## 2 Werbefläche: Kopffeld (Umschlagsseite 1)

Das Kopffeld auf der Cover-Seite dient entweder als eigenständige Werbefläche oder als ideale Ergänzung zu weiteren Inseraten oder Prospekten im Consumo.

## 3 Werbefläche: Kopf- und Fussstreifen

(Umschlagsseite 1)

Die Anzeige am Kopf oder am Fuss der Cover-Seite dient entweder als eigenständige Werbefläche oder als ideale Ergänzung zu weiteren Inseraten oder Prospekten im Consumo. Ein Kopf- und Fussfeld auf dem gleichen Cover bzw. ein Kopfstreifen und ein Kopffeld sind nicht möglich.

## 4 Inhalt (Innenseiten 2/3, Umsetzung Redaktion)

Auf anderthalb bis zwei Seiten findet die Leserschaft spannende Berichte, Tipps und regelmässige Wettbewerbe zu den verschiedensten Themen, die auf unserer Website weitergeführt werden.

## 5 Werbefläche: 1/2-Seite Inserat (Innenseite 3)

Die halbe Seite wird als Textanschluss platziert und hat damit eine hohe Beachtung.

## 6 Werbefläche: Coupons (Innenseite 3)

Alternativ zur Werbefläche 1/2 Seite können max. 3 Coupons als Streifen platziert werden.

## 7 Werbefläche: 1/1-Seite Inserat (Umschlagsseite 4)

Die gesamte Umschlagsseite wird als Inserateplatz an Werbetreibende vermarktet.

# Interesse an einer Publireportage?

Geben Sie den Ton an und holen Sie das Maximum aus Consumo mit einer Publireportage

## So geht's

- Bei Buchung von drei Werbeflächen (A Kopffeld auf Titelseite, B 1/2 Seite Inserat und C Umschlagsseite 4) können die Inserate in einem themenaffinen Umfeld platziert werden.
- Kunden liefern ein möglichst detailliertes Briefing des Themas an die Redaktion. Die Redaktion erarbeitet daraufhin ein Textmanuskript, das den kommerziellen Ansprüchen gerecht wird. Bilder und Grafiken werden gegen Verrechnung erstellt oder durch den Auftraggebenden geliefert. Urheber- und Nutzungsrechte sind Sache der Auftraggebenden.



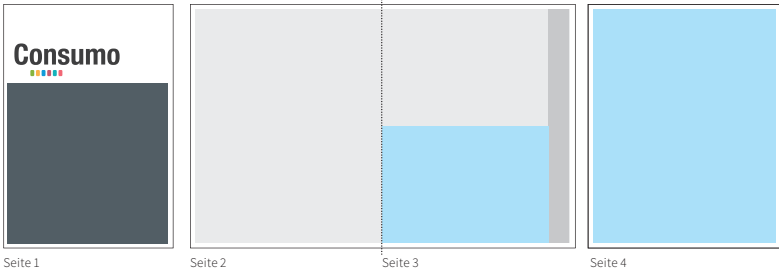
## Weitere Informationen

Die Redaktion ist in der Umsetzung der Ausgabe (Inhalt und Gestaltung) unabhängig. Jede Consumo-Ausgabe hat den Anspruch, ein möglichst grosses Interesse bei den Leserinnen und Lesern auszulösen. Produktennennungen sind möglich, wenn sie aufgrund des Inhaltes eine erklärende Wirkung haben oder kontextuell nötig sind. Logo-Platzierungen sind ausserhalb der Werbeflächen nicht möglich. Die Redaktion behält sich das Recht vor, einen Text oder ein Thema ohne Begründung abzulehnen.



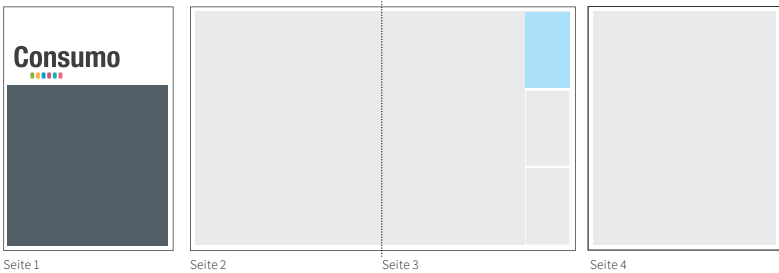
# Formate und Preise Consumo-Print (Gesamtausgabe)

Preise für die Teilausgaben Deutsch, Französisch oder Italienisch auf Anfrage.



■ **1/2 Inserat S. 3**  
202 × 143 mm  
Brutto: CHF 14.930

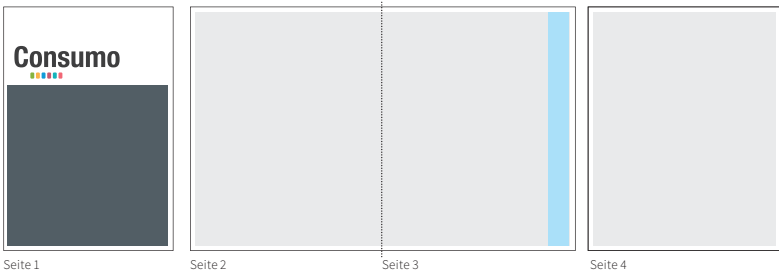
■ **1/1 Inserat US 4**  
234 × 293 mm  
Brutto: CHF 29.850



■ **Coupon** (Text, Produktabbildung, EAN-Code)  
**Headline:** max. 50 Zeichen inkl. Leerzeichen  
**Lauftext:** max. 230 Zeichen inkl. Leerzeichen  
**Bild:** 45 × 37 mm / 300 dpi  
**Brutto: CHF 14.940** (3 Boxen)  
**Brutto: CHF 4.980** (1 Box)

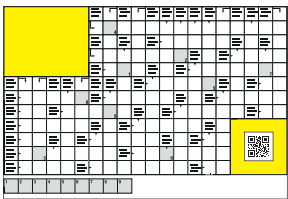
Umsetzung gemäss Gestaltungsrichtlinien.

■ **Hinterfalz S. 3**  
28 × 283 mm  
Brutto: CHF 6.490



## ■ Regionalisierbare Formate

**Post-It** und **Frontkarte DIN A6/A7** sind geografisch nur begrenzt zustellbar. Bitte fragen Sie uns an.

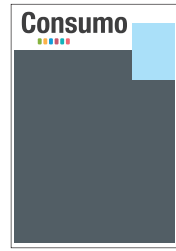


## ■ Rätzel-Sponsoring

Ein Preis kann gestellt und die Marke im Wettbewerbsumfeld platziert werden. Optional ist der Erwerb von Teilnahmedaten möglich. Wir informieren Sie gerne persönlich.



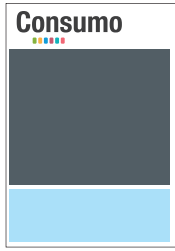
■ **Kopffeld**  
60 × 69 mm  
Brutto: CHF 8.970



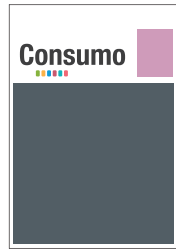
■ **Kopffeld gross**  
64 × 80 mm  
Brutto: CHF 11.490



■ **Fuss-/Kopfstreifen**  
196 × 33 mm  
Brutto: CHF 9.870



■ **Fussstreifen gross**  
196 × 64 mm  
Brutto: CHF 18.990



■ **Publireportage**  
(Text, Kopffeld von 60 × 69 mm, 1/2 Inserat S.3, 1/1 Inserat US4)

**CHF 49.612**

Bild- und Gestaltungs-kosten werden nach Aufwand in Rechnung gestellt und sind nicht rabattberechtigt. Weitere Anzeigenkombinationen auf Anfrage.



■ **Publireportage klein, Version A**  
(Text, Kopffeld von 60 × 69 mm, Fussstreifen 196 × 33 mm, 1/2 Inserat S3)

**CHF 21.852**

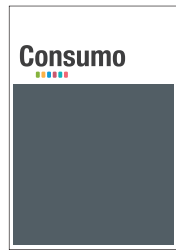
Bild- und Gestaltungs-kosten werden nach Aufwand in Rechnung gestellt und sind nicht rabattberechtigt. Weitere Anzeigenkombinationen auf Anfrage.



■ **Publireportage klein, Version B**  
(Text, Kopffeld von 60 × 69 mm, Hinterfalz S.3 28 × 283 mm, 1/2 Inserat S3)

**CHF 21.852**

Bild- und Gestaltungs-kosten werden nach Aufwand in Rechnung gestellt und sind nicht rabattberechtigt. Weitere Anzeigenkombinationen auf Anfrage.



■ **Publitext**  
(Logo, max. 500 Zeichen inkl. Headline)

56 × 90 mm

**Brutto: CHF 4.570**



**Downloads:**  
dm-company.ch/downloads  
• Druckprofil für Inserate  
• Gestaltungsrichtlinien Coupons  
• Technische Daten Consumo

**Datentransfer bis 2 GB:**  
in-media.wetransfer.com/ oder an  
redaktion@consumo.ch

Preis- und Terminänderungen vorbehalten

consumo.ch ist die digitale Ergänzung zum Print. Nebst den gedruckten Beiträgen erscheinen wöchentlich zusätzliche Storys sowie Videos und Downloads.

consumo.ch richtet sich an eine jüngere Zielgruppe und vervollständigt somit die Reichweite über alle Altersgruppen hinweg.

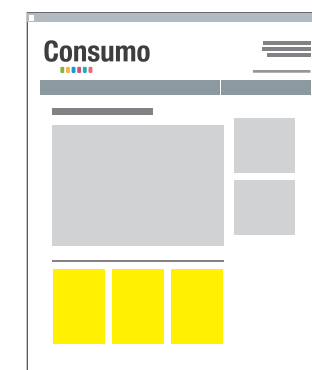


[www.consumo.ch/der-konsumratgeber](http://www.consumo.ch/der-konsumratgeber)

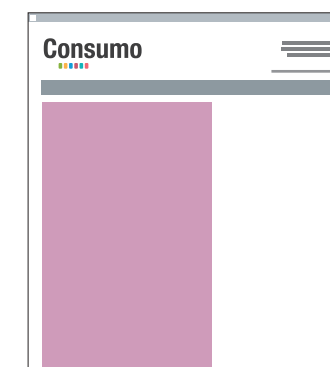
## Display-Werbeformen



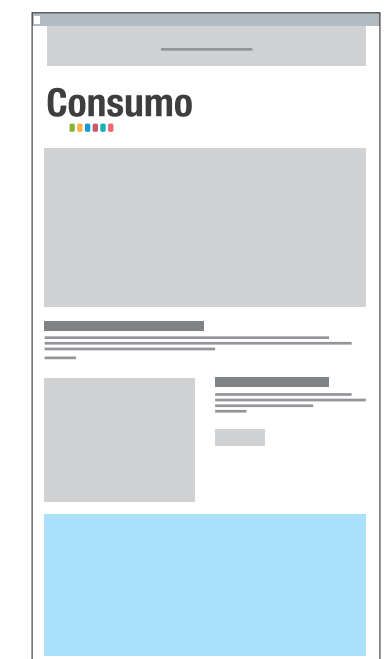
**Rectangle\***  
 300 × 250 Pixel  
**Grösse:** max. 70 KB  
**Auflösung:** 72 dpi  
**Format:** HTML5, GIF, JPEG  
 Laufzeit: 4 Wochen  
**Brutto CHF 2.000.–**



**Coupons**  
 Laufzeit: solange  
 Gültigkeit  
 max. 4 Wochen  
**Brutto CHF 2.000.–**



**Advertorial**  
 Artikel + Rectangle\* + einmaliger Newsletterversand  
**Text: 2500–3000 Zeichen (D/F/I)**  
 Bilder: max. 4 Stück  
 Bildgrösse: 1016 × 680 Pixel (72 dpi)  
 Inhalt: Von extern geliefert oder durch die Redaktion gegen Aufpreis erstellt. Timing nach Absprache. Video-Integration auf Anfrage möglich.  
 Laufzeit: 4 Wochen  
**Brutto: CHF 2.950**



**Kommerzieller Banner auf Newsletter**  
 Bildgrösse: 600 × 300 Pixel (72 dpi)  
**Pro Versand: CHF 500.–**

Preis- und Terminänderungen vorbehalten

### \* Erscheinungsweise

Die Display-Werbeflächen werden innerhalb des gebuchten Zeitraums nach dem Rotationsprinzip auf der Website (run of site) ausgegeben. Es besteht kein Anspruch auf eine minimale Anzahl «Ad Impressions» während des Buchungszeitraums sowie auf die Reihenfolge der Platzierung. Nach Abschluss der Kampagne erhält der Kunde ein Reporting über den erreichten Wert. Bewegtbildanimationen dürfen nicht als zu dominant oder störend für den Leser empfunden werden. Um dies sicherzustellen, müssen diese vor der Aufschaltung von der Redaktion freigegeben werden.



# Umsatzrabatte Consumo (Jahresabschluss)

Sämtliche Rabatte und Kommissionen werden auf die Bruttopreise berechnet.

Gilt bei Inserate bei Schaltungen innerhalb von 12 Monaten. Beliebige Format- und Sujetwechsel sind möglich. Sonderangebote mit Spezialrabatten sind nicht umsatzrabatt-berechtigt. Nicht kumulierbar mit anderen Rabatten.

Beraterkommission für anerkannte Agenturen: 5% bei kommerziellen Inseraten und Reportagen.

Gestaltungs-, Produktions-, Logistik-, Handlings-, Directs- sowie sonstige technische Kosten sind nicht rabatt- oder kommissionsberechtigt.

Umsatz/CHF	Rabatt
30.000.–	2%
50.000.–	3%
100.000.–	5%
150.000.–	7%
200.000.–	10%
250.000.–	12%
350.000.–	15%
500.000.–	17%
750.000.–	20%

## Volumenrabatte

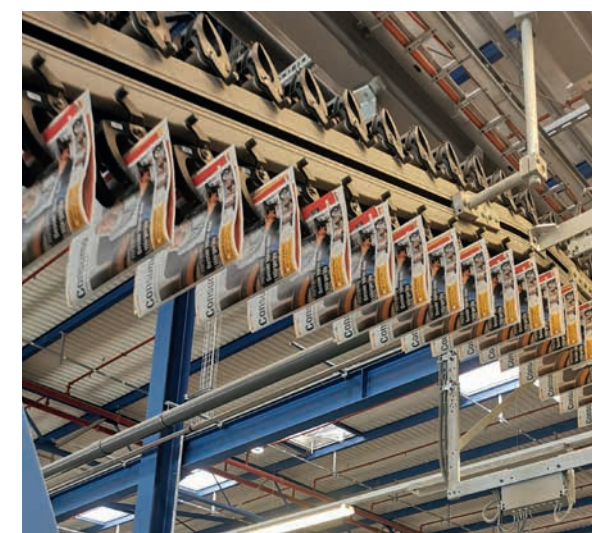
Für den Bezug von bestimmten Werbevolumen (Umsatz oder Menge) während eines vereinbarten Zeitraums (Volumenabschluss) können die Tarife Volumenrabatte vorsehen.

Die Rabattierung bezieht sich immer auf den Werbewert gemäss Rechnungsstellung und nicht auf die technischen, vertriebsbedingten oder administrativen Kosten. Wird vereinbartes Volumen in diesem Zeitraum übertroffen und dadurch eine höhere Rabattstufe erreicht, wird nach Ablauf des Abschlusses rückwirkend der höhere Rabatt vergütet.

Wird das vereinbarte Volumen in diesem Zeitraum nicht erreicht, wird der zu viel bezogene Rabatt nachbelastet. Dem Auftraggebenden wird dabei eine Toleranz von 3% auf vereinbartem Volumen gewährt.

Der Zeitraum zur Bemessung des Werbevolumens beträgt, sofern nicht anders schriftlich festgehalten, 12 Monate. Grundsätzlich gilt für den ganzen Zeitraum der gleiche Rabattsatz. Der Volumenrabatt kann sich nur auf das Werbevolumen eines einzigen Auftraggebenden beziehen. Nicht bezogene Volumen können nicht übertragen werden.

Rabatte sind nicht kumulierbar.



## Unser Produktion- und Logistikzentrum in Niederbipp

*Rund 650 Mio. Drucksachen pro Jahr werden in unserem Logistikzentrum für die ganze Schweiz aufbereitet. Unsere Grundpfeiler:*



3 Setiermaschinen von Müller Martini



Über 60 engagierte Mitarbeitende



55 000 Sets pro Stunde



Kontakt

Directs



**Yannick Schiess**  
Head of Sales  
T +41 58 341 61 02  
yannick.schiess@dm-company.ch



**Anita Thom**  
Leiterin Customer Services  
T +41 58 341 61 20  
anita.thom@dm-company.ch



**Stephan Meili**  
Strategic Account Manager  
T +41 58 341 61 03  
stephan.meili.1@dm-company.ch



**Andi Gemperle**  
Account & Media Analyst  
T +41 58 341 61 33  
andreas.gemperle@dm-company.ch



**Stefanie Müller**  
Product Manager Directs  
T +41 58 341 61 34  
stefanie.mueller@dm-company.ch

📍 Bern, Mittelland und Zentralschweiz



**René Brodbeck**  
Key Account Manager  
T +41 58 341 61 07  
rene.brodbeck@dm-company.ch

📍 Ostschweiz



**Erwin Stixenberger**  
Key Account Manager  
T +41 58 341 61 05  
erwin.stixenberger@dm-company.ch

📍 Zürich



**Alexander Steinmann**  
Key Account Manager / Agenturen  
T +41 58 341 61 04  
alexander.steinmann@dm-company.ch

📍 Westschweiz



**Olivier Buchilly**  
Key Account Manager  
T +41 58 341 61 09  
olivier.buchilly@dm-company.ch



**Karine Pongan**  
Key Account Manager  
T +41 58 341 61 08  
karine.pongan@dm-company.ch



**Customer Services**  
T +41 58 341 61 01  
vid@dm-company.ch

Consumo



**Roberto Blank**  
Sales Manager  
T +41 58 341 61 31  
roberto.blank@dm-company.ch



**Fabienne Kaufmann**  
Product Manager Consumo  
T +41 58 341 12 92  
fabienne.kaufmann.1@dm-company.ch



**Massimo Moretti**  
Leiter Marketing Services / Sales Manager  
T +41 58 341 61 32  
massimo.moretti@dm-company.ch

Allgemein

**Direct Mail Company AG**  
Basel – Genf – Niederbipp –  
St. Gallen – Urdorf – Vevey  
Reinacherstrasse 131  
4053 Basel  
T +41 58 341 61 00  
info@dm-company.ch  
www.dm-company.ch

Notizen

Bilder: Direct Mail Company, Consumo, Getty Images



Direct Mail  
Company



Für Werbung, die wirkt.



Swiss Post  
Advertising

## Direct Mail Company AG

Basel – Genf – Niederbipp – St. Gallen – Urdorf – Vevey

Reinacherstrasse 131

4053 Basel

T +41 58 341 61 00

[info@dm-company.ch](mailto:info@dm-company.ch)

[www.dm-company.ch](http://www.dm-company.ch)



Ein Unternehmen der Schweizerischen Post