Direct Mail Company

Für Werbung, die wirkt.

Swiss Post Advertising



MEDIADATEN 2027

10112026

directs gezielt werben

Consumo Der Konsumratgeber

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

directs
gezielt werben

- Zielgruppe, die aktiv Werbung wünscht.
- Über 3,2 Mio. Directs - Nutzerinnen und - Nutzer pro Woche
- 86,5% der Directs-Nutzerinnen und - Nutzer sind haushaltsführend
- Zugestellt durch die Schweizerische Post

Consumo
Der Konsumratgeber

- 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

Quelle: Directs, WEMF MACH Strategy Consumer 2026

Unsere Buchungsplattform – Der direkte Weg zu Ihren Kunden

Mit unserer Onlineplattform für Flyerzustellung erreichen Sie die ganze Schweiz

Direct Mail Company
Für Werbung, die wirkt.

Swiss Post Advertising



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

directs
gezielt werben



Was sind Directs?

«Directs» sind Werbe-Drucksachen, die wir für Sie säuberlich 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 (53%)
in der Schweiz leben in werbeaffinen Haushalten.



Rund 3,2 Millionen Personen (42%)
nutzen wöchentlich Directs (RUS).



Soziodemografie

86,5% 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 Zielgruppensegment ausweist. Verhältnis der Reichweite in der Zielgruppe zur Reichweite insgesamt, indexiert (auf 100 bezogen). Affinitäten über 100 weisen auf eine überdurchschnittliche, unter 100 auf eine unterdurchschnittliche Eignung hin.

Geschlecht

53,6% Frauen	Affinität 106
46,4% Männer	Affinität 94

Alter

19,2% 14–34 Jahre	Affinität 67
33,5% 35–54 Jahre	Affinität 101
47,3% 55–99 Jahre	Affinität 124

Schulbildung

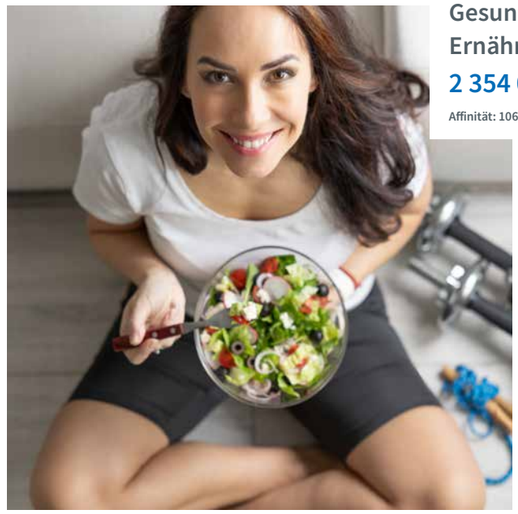
17,8% obligatorisch	Affinität 105
46,3% mittel	Affinität 108
35,9% hoch	Affinität 89

Einkommen

15,8% bis CHF 3.999.–	Affinität 112
39,8% CHF 4.000.– bis CHF 7.999.–	Affinität 126
44,4% ab CHF 8.000.–	Affinität 90

Quelle: WEMF MACH Strategy Consumer 2026

Das interessiert Directs-Nutzerinnen und -Nutzer besonders



Gesundheit und Ernährung
2 354 000 Personen
Affinität: 106



Familie, Kinder und Partnerschaft
1 901 000 Personen
Affinität: 109



Konsumenten-informationen
1 723 000 Personen
Affinität: 121



Kosmetik, Körperpflege, Schönheit
800 000 Personen
Affinität: 107



Wohnen und Einrichten
1 317 000 Personen
Affinität: 109

Quelle: WEMF MACH Strategy Consumer 2026 – Interesse: sehr stark / eher stark

Preise Zustellung 2027

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.
- Gefalzte 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 [1]	DMC-Orte Agglomeration [1]	DMC-Orte Land [1]
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

[1] Directs werden im Trägermedium Consumo zugestellt. Die Zuteilung der Ortskategorien erfolgt durch das Schweizer Bundesamt für Statistik (BfS).

Termine	
Zustellfenster	**Anlieferung Produktion und Logistikzentrum Niederbipp**
Dienstag – Mittwoch	Montag der Vorwoche, 11 Uhr
Vor oder nach Feiertagen	Auf Anfrage

Kontakt

Anfragen über Tel. +41 58 341 62 00 möglich

Adresse

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. [2]	Gewicht	Preis Post pro Tsd. [2]
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		

[2] 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 19.– pro Palette und für angebrochene 30 Tage.

Rabatte Directs

von CHF	bis CHF	Kundenrabatt
0.–	49.999	–
50.000.–	99.999	2,5%
100.000.–	199.999	5,0%
200.000.–	299.999	6,0%
300.000.–	399.999	7,0%
400.000.–	499.999	8,0%

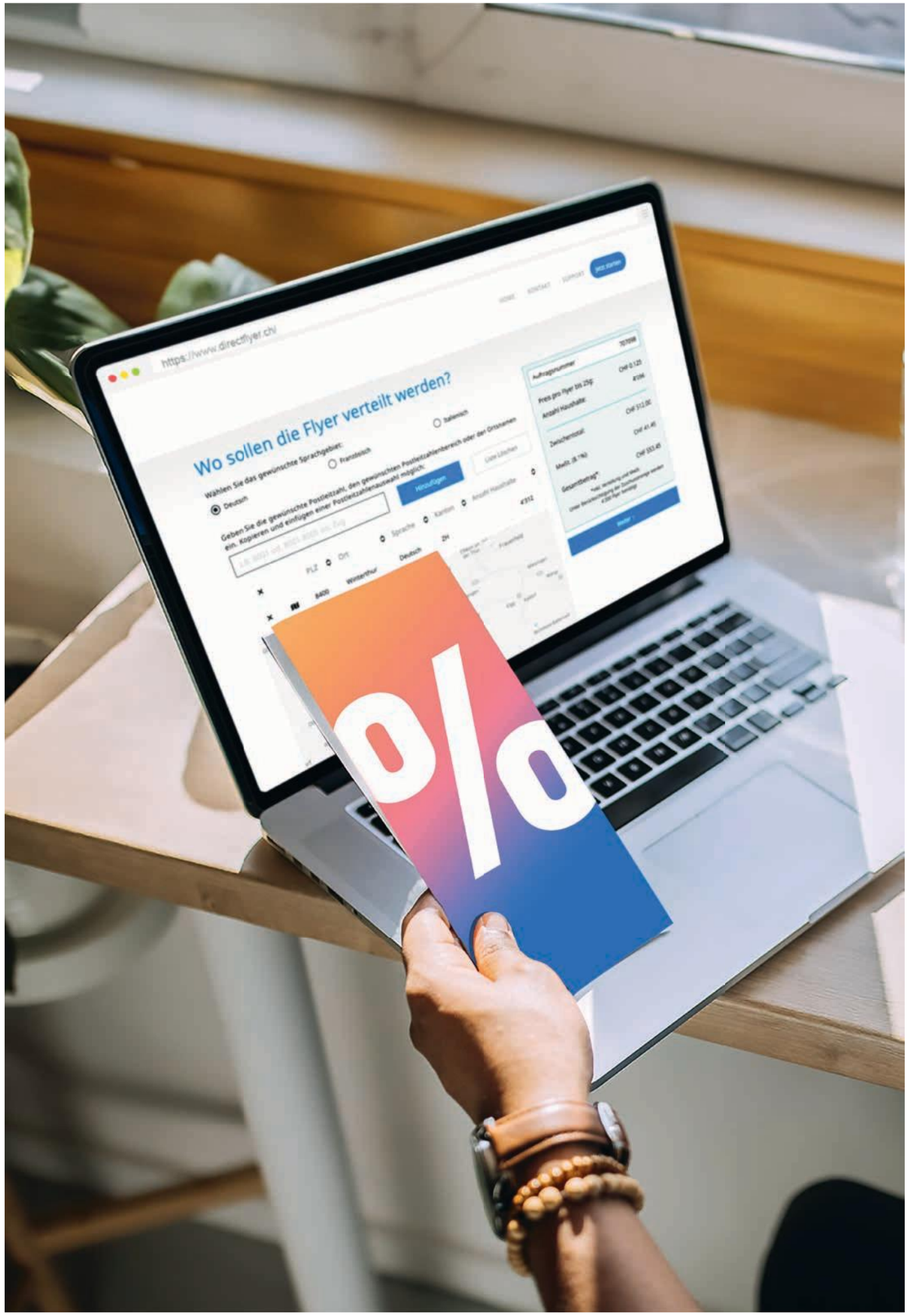
von CHF	bis CHF	Kundenrabatt
500.000.–	599.999	9,0%
600.000.–	699.999	10,0%
700.000.–	799.999	11,0%
800.000.–	899.999	12,0%
900.000.–	999.999	13,0%

- Höhere Volumen auf Anfrage
- Laufzeit: 12 Monate

Konditionen

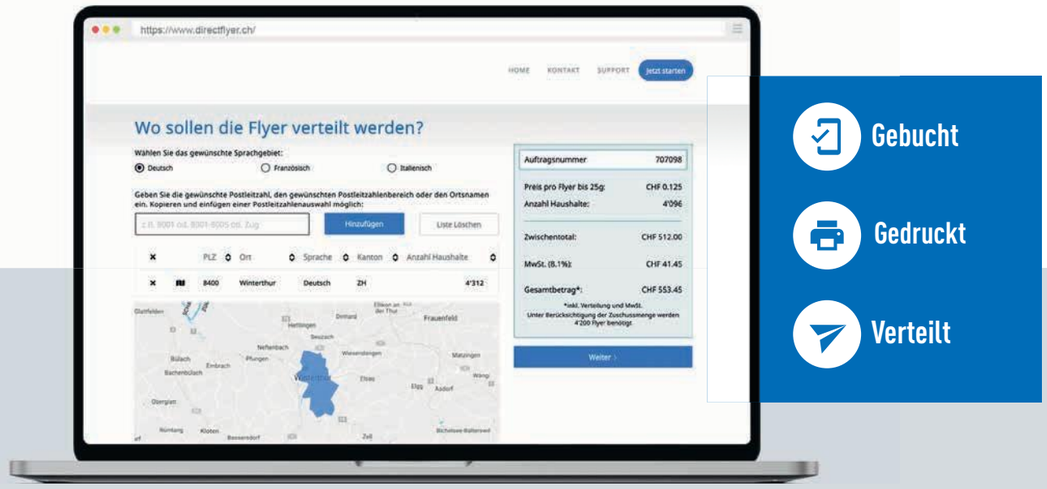
30 Tage netto zuzüglich MwSt. Der Mindestfakturabetrag beläuft sich auf CHF 75.– pro Auftrag/Aufgabe für Directs jeglicher Art. Zuschläge sind nicht rabattberechtigt.

Bitte beachten Sie unsere «AGB» und «Technischen Richtlinien» unter www.dm-company.ch/downloads



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

Buchen Sie auf 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.



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 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

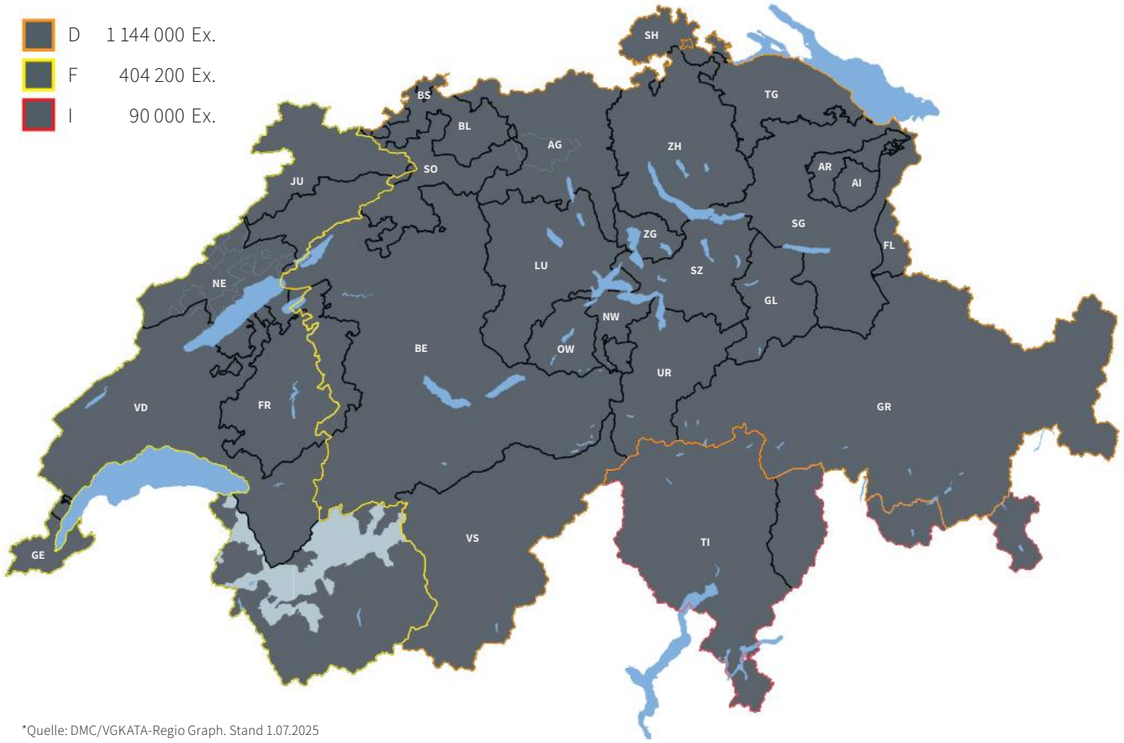
Consumo – das reichweitenstarke Printmedium

- **Nationales, reichweitenstarkes Medium**
- **Vielfältiger redaktioneller Inhalt**
- **Zielgruppe: Kaufentscheiderinnen und Kaufentscheider (haushaltsführend)**
- **Entspanntes Werbewirkungsumfeld (zu Hause)**
- **Hohe Werbeaffinität bei der Zielgruppe**
- **In der Schweiz gedruckt**

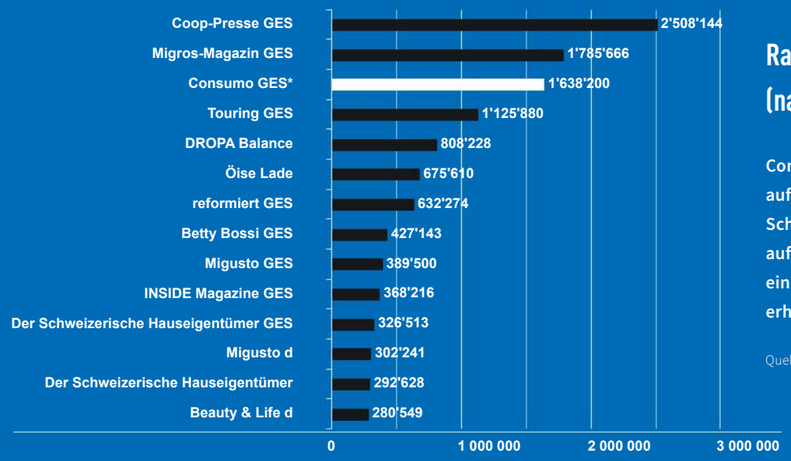
Zustellgebiete und Auflage

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



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 2026

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

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:

92,3% der Consumo-Leserinnen und Leser sind haushaltsführend und entscheiden somit über den Einkauf und die Anschaffungen.

Geschlecht

64,2% Frauen	**35,8%** Männer	
Affinität 127	Affinität 72	

Alter

8,6% 14–34 Jahre	**28,0%** 35–54 Jahre	**63,4%** 55–99 Jahre
Affinität 30	Affinität 84	Affinität 166

Wohnsituation

35,7% zur Miete	**64,3%** in Wohneigentum
Affinität 72	Affinität 128

Einkommen

18,4% bis CHF 3.999.–	**47,7%** CHF 4.000.– bis CHF 7.999.–	**33,8%** ab CHF 8.000.–
Affinität 131	Affinität 131	Affinität 68

Quelle: WEMF MACH Consumer 2026
Consumo Leserschaft RRS (Heavy+Medium User)
874 000 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»:

70,5% sagen:

«Werbung für Produkte, die neu auf den Markt kommen, finde ich sehr nützlich.»

Affinität 134

75,7% sagen:

«Vor dem Einkaufen informiere ich mich häufig, wo Aktionen stattfinden.»

Affinität 141

60,2% sagen:

«Durch Werbung bin ich schon häufiger auf interessante Produkte gestossen.»

Affinität 160



Quelle: WEMF MACH Consumer 2026
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

1. • 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.

2. • 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.

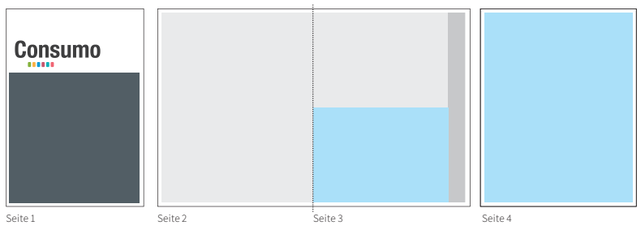


Weitere Informationen

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. Produktnennungen 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

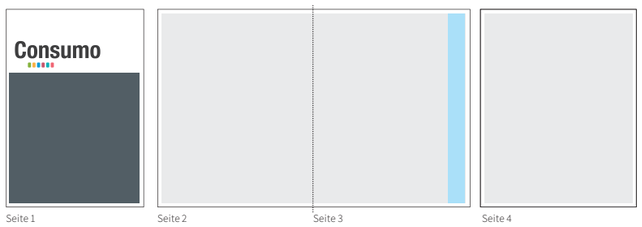
1/1 Inserat US 4
234 × 293 mm
Brutto: CHF 29.850



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.

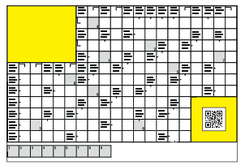


Hinterfalz S. 3
28 × 283 mm
Brutto: CHF 6.490

Regionalisierbare Formate

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



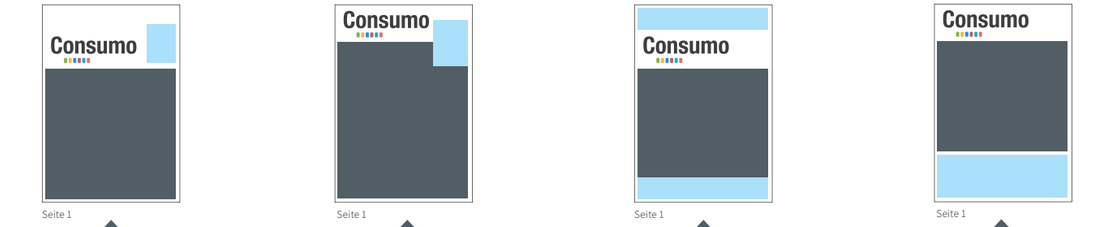


Rätsel-Sponsoring

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

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

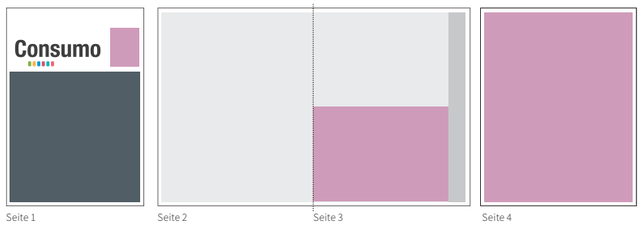


Kopffeld
60 × 69 mm
Brutto: CHF 8.970

Kopffeld gross
64 × 80 mm
Brutto: CHF 11.490

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

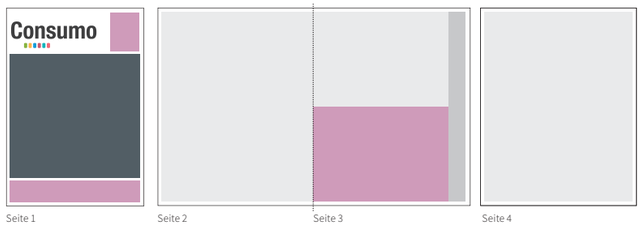
Fussstreifen gross
196 × 64 mm
Brutto: CHF 18.990



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

CHF 49.612

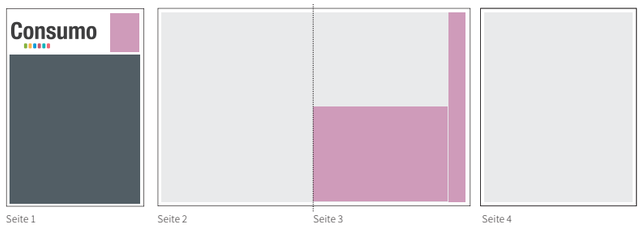
Bild- und Gestaltungskosten werden nach Aufwand in Rechnung gestellt und sind nicht rabattberechtigt. Weitere Anzeigenkombinationen auf Anfrage.



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

CHF 21.852

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



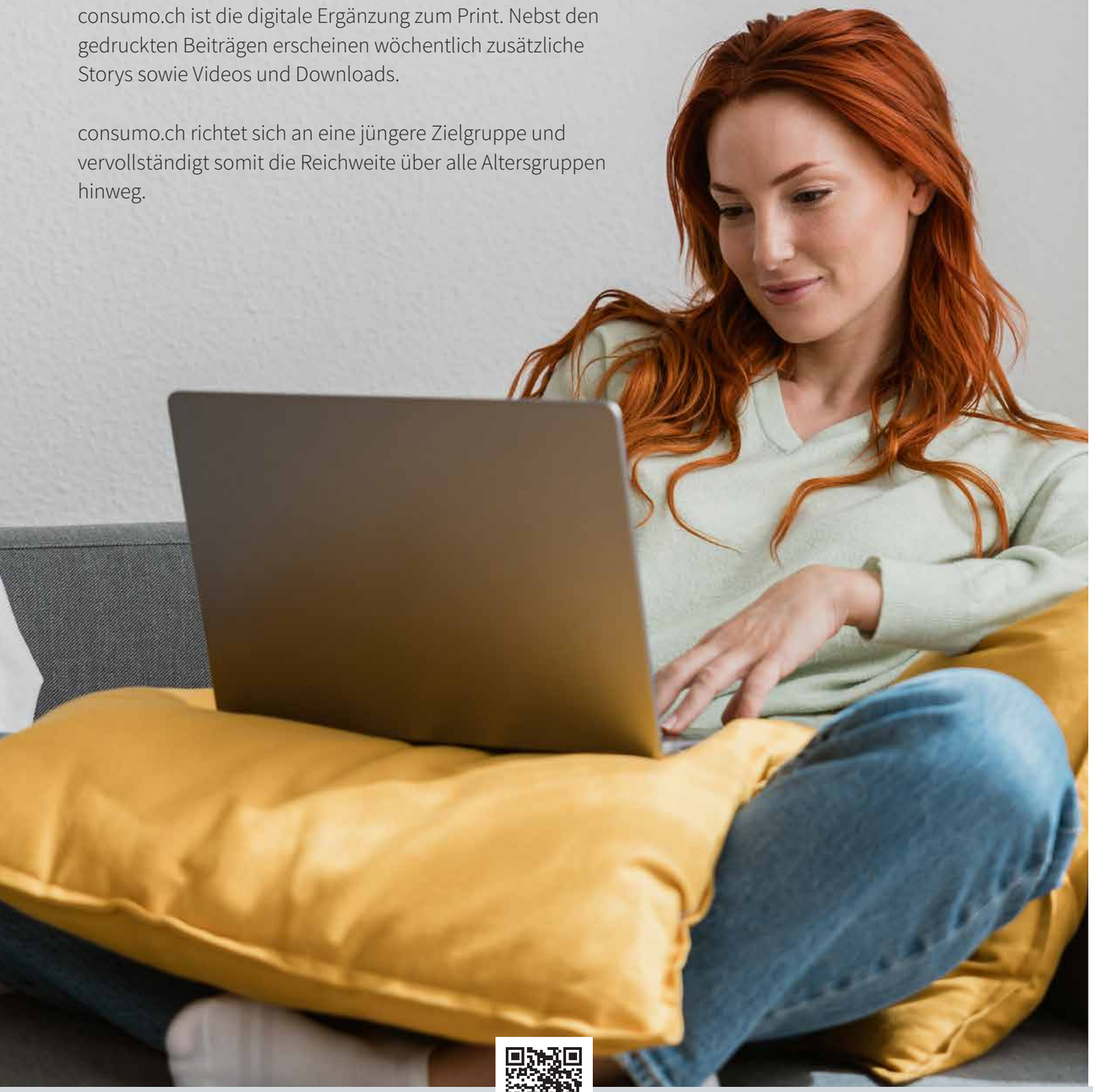
Publitext
(Logo, max. 500 Zeichen inkl. Headline)
56 × 90 mm
Brutto: CHF 4.570

Preis- und Terminänderungen vorbehalten

consumo.ch – der Online-Ratgeber

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

Formate und Preise bei Consumo.ch

Display-Werbeformen



Rectangle*

600 × 500 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. Bewegtanimationen 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.

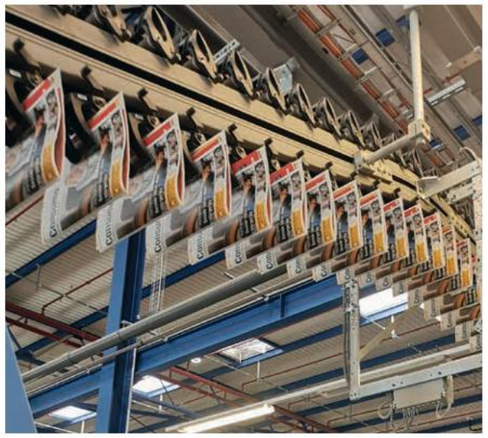
Der Zeitraum zur Bemessung des Werbevolumens beträgt, sofern nicht anders schriftlich festgehalten, 12 Monate. Grundsätzlich gilt für den ganzen Zeitraum der gleiche Rabattsatz. Der Volumenrabatt kann sich nur auf das Werbevolumen eines einzigen Auftraggebenden beziehen. Nicht bezogene Volumen können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

Rabatte sind nicht kumulierbar.









Unser Produktion- und Logistikzentrum in Niederbipp

Rund 600 Mio. Drucksachen pro Jahr werden in unserem Logistikzentrum für die ganze Schweiz aufbereitet. Unsere Grundpfeiler:

Über 60 engagierte Mitarbeitende

3 Setiermaschinen von Müller Martini

55 000 Sets pro Stunde

Kontakt

Directs



Roger Koblet
Verkaufsleiter
T +41 58 341 61 02
roger.koblet@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

Tessin



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

www.dm-company.ch

Ein Unternehmen der Schweizerischen Post