

«Wir sind kein Marketingwunder»
Ricola-Chef Felix Richter über die schwierige Balance zwischen Tradition und Moderne. Seite 52

Special Marken



Rang 1, Ricola: 1950 gründet Emil Richter die Bonbonfabrik in Laufen. Zehn Jahre später stellt er erstmals den Schweizer Kräuterzucker her

«Influencer sind wichtig für Junge»

Monique Bourquin, designierte Präsidentin von Promarca, über die Rolle der Beeinflusser und den Markt Schweiz. SEITE 49

Diesen Marken wird vertraut

Zum dritten Mal kürt der Markenartikelverband Promarca die besten Marken aus der Reihe ihrer Mitglieder. SEITE 53

Marker für die Fingernägel

Weshalb der deutsche Schreibwarenhersteller Edding ins umkämpfte Geschäft mit Nagellack eingestiegen ist.

Desk-Sharing Warum Mitarbeiter den Hype hassen. Seite 25

et kommt ohne Leder...
Valco Chef Michael Müller will per App handeln
Cappuccino den Kunden sein Personalieren.

Schweizer haben Deutschland
Hilfswerte Touristen können im
großen Kantone in Rosen Klingeln.



Erreichen Sie 200 000 Leserinnen und Leser in Ihrer Zielgruppe.

Draht zum Ku

stellern ermöglichen die digitalen Technologien e... Doch auch die traditionellen Kanäle haben nich

gute Ideen hat, kann er n. Wir sind uns nicht zu erne Hilfe zuzugreifen.» igt, dass selbst grosse, Konzerne nach wie vor chen, wie sie die unzäh- lten nutzen können, wel- erung mit sich bringt. Das bezüglich weit offen. Das er auch, dass mit der Digi- nteraktion mit den Kun- an Bedeutung gewonnen auf den wohl nicht ganz Hilferuf würde Procter & über einen der vielen näle erreichen, sei dies nstagram oder Twitter.

In der Kommunikation mit den Konsumenten ist die Digitalisierung für Markenartikelhersteller eine Chance. Schliesslich bestehen heute, nicht nur über die sozialen Medien, deutlich mehr Kontaktpunkte zu den Kunden. Über diese können die Hersteller den Verbrauchern ihre Besonderheiten und Leistungsversprechen vermitteln, beispielsweise verpackt in Erlebniswelten, die sich digital hervorragend und relativ kostengünstig inszenieren lassen. Die Marke wird immer mehr mit Leben gefüllt, wird greifbar. Die Markenhersteller können ihre Welten besser zum Endkunden bringen. Dazu übernehmen sie auch klassische Handelsfunktionen.

Kun-
Vie-
tali-
Demn die Kunden wollen ni Austausch über den Bildschirm auch die echte Konversation stellen. Diese ist über Promomithilfe des Handels mögldieser doch über einen starke den Konsumenten. Am besten wohl über die eigenen, physkeshops, in denen die Prodt«Welten» bestmöglich inszen Dies gilt selbst für eine hoch Firma wie Apple, die mit den, auch den traditionellen Kana

SPECIAL «MARKEN»

Das Special «Marken» erscheint als nationale Ausgabe in den Wirtschaftstiteln «Le Temps» und «Handelszeitung». Somit erreichen Sie gesamthaft 200 000 Leserinnen und Leser.

MARKEN IN DER SCHWEIZ

Markenunternehmen sorgen hierzulande für Arbeitsplätze, tätigen Investitionen und fördern Innovationen. Damit tragen sie wesentlich zum hiesigen Wohlstand bei. Gleichzeitig sind Markenartikelhersteller wichtige Botschafter für die Schweiz und stützen das gute Image der Eidgenossenschaft. Gleichwohl wird der hohe Wert von Markenunternehmen für die Schweiz vielfach unterschätzt.

Im Special «Marken» – in Kooperation mit dem Schweizerischen Markenartikelverband Promarca – zeigen die «Handelszeitung» und «Le Temps» mit Zahlen und Fakten sowie Reportagen und Beiträgen die wirtschaftliche Bedeutung der Markenartikelhersteller auf und beleuchtet, wie die Unternehmen mit den aktuellen Herausforderungen aus Politik und Wirtschaft umgehen. Weiter stehen die Gewinner des «Promarca Brand of the Year 2018» mit Interviews und Porträts im Fokus der Beilage.

ERSCHEINUNGSDATEN

Erscheinung Handelszeitung	Erscheinung Le Temps	Anzeigenschluss	Druckmaterial- schluss
14.06.2018	21.06.2018	07.06.2018	11.06.2018

PREISE, KUNDENKONDITIONEN UND LESER

Seiten- format	Randanschnitt Breite x Höhe in mm Handelszeitung	Randanschnitt Breite x Höhe in mm Le Temps	Preis Brutto in CHF, 4c Handelszeitung	Preis Brutto in CHF, 4c Le Temps
1/1 Seite	291 x 438	290 x 440	13 500	10 125
Junior Page Mini	173 x 250	192 x 260	6 954	5 216
Junior Page Maxi	232 x 300	241 x 318	10 173	7 630
1/2 Seite quer	291 x 219	290 x 220	8 505	6 379
1/3 Seite quer	291x145mm	290x150mm	5 631	4 223
1/4 Seite quer	291x110mm	290x110mm	4 272	3 204

15% Sonderrabatt für Mitglieder von Promarca

Distribution

Beilage in der Handelszeitung und im Le Temps. Zusatzaufgabe und Abgabe an die Teilnehmer am Tag der Marke vom 14. Juni 2018.

Konditionen

Anzeigenpreise gültig ab 01.01.2018; alle Angaben in CHF brutto, BK/JUP 15% bzw. 5%, zzgl. 7,7% MwSt. Preisänderungen vorbehalten. Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen unter www.admeira.ch. Preise in Le Temps gelten nur bei gleichzeitiger Buchung mit Handelszeitung.

Kennzahlen Handelszeitung

Verbreitete Auflage: 38 259 Exemplare
 Leserschaft: 88 000 Leserinnen und Leser
 Reichweite: 1,8 %
 Männer/Frauen: 72%/28 %

Kennzahlen Le Temps

Verbreitete Auflage: 32 535
 Leserschaft: 112 000 LeserInnen
 Reichweite: 7 % in der F-CH
 Männer/Frauen: 56%/44 %

Quelle: MACH 2018-1, deutsche Sprachgruppe: 4805000 Personen
 Französische Sprachgruppe: 1604000

THEMEN

Gewinner

Die erfolgreichste Marke (Sieger Promarca Brand of the Year 2018).

Nachhaltigkeit

Best Practice: Die Vorreiter aus der Markenartikel-industrie.

Leistung

Welchen Dienst Markenhersteller für die Gesellschaft erbringen.

Weniger Fett und Zucker

Wie sich die Bedürfnisse der Konsumenten ändern.

Lebensmittel

Was die Industrie gegen die Verschwendung unternimmt.

Fälschung & Piraterie

Zehn Jahre Stop Piracy.

Export

Gefragte Schweizer Exportschlager.

Generation Y

Das Konsumverhalten der Millennials und ihre Markenbindung.

E-Commerce

Die Marken auf Amazon, Alibaba und Co.

Massgeschneidert

Der direkte Draht zum Konsumenten über persönliche Produkte.

Marken erleben

Schokoladenhersteller setzen auf Erlebniswelten.

Dialog

Markeninszenierung statt Verkaufsfläche – Der neue Einkauf.

Interviews

Gewinner des Brand-Awards sowie Promarca-Präsidentin Monique Bourquin.

Kontakt

Admeira

Handelszeitung

Michael Germann, michael.germann@admeira.ch
 Tel. +41 58 909 98 16

Le Temps

Lorris Kennel, lorris.kennel@admeira.ch
 Tel. +41 58 909 98 10

Anlieferung Druckmaterial

prepresse@ringier.ch (LT)
 handelszeitung@ringier.ch (HZ)