

CHF 2.60

# persönlich

Die Zeitschrift für Werbung und Medien

September 2004



## KONGRESS DER SCHWEIZER PRESSE

Titel: Die wahren Helden der Presse von Matter & Partner • 25 Einschätzungen und Voraussagen  
Hans-Peter Rohners Strategien • Was Christoph Blocher in Ankers Bildern sieht  
Die Medien-Schlachten, von Kurt W. Zimmermann • Roger Köppel für Daheimgebliebene

# DIE WAHREN HELDEN DER PRESSE

**Erfolgreich:** Wer sind die wahren Helden der Schweizer Presse? Die Zürcher Werbeagentur Matter & Partner hat sich auf die Suche nach den erfolgreichsten Kioskverkäuferinnen der Schweiz gemacht; dies als Gegenpol zu jenen Medienunternehmern, die ab Seite 28 ihre Prognose zur Entwicklung der Schweizer Presselandschaft abgeben. Die Hommage an die Kioskfrauen ist der Auftakt zum "persönlich"-Sonderteil anlässlich des traditionellen Jahrestages der Schweizer Presse.

Fotos: **Noë Flum**



Daniel Matter,  
Creative Director



Simon Staub, Art Director



Michael Kathe, Texter

Sie wissen ganz genau, welche Zeitungen oder Zeitschriften wann erscheinen, wo sie zu finden sind und wie oft sie an wen verkauft werden. Und – sie tun etwas dafür, dass sie verkauft werden: die Kioskfrauen. Gestern, heute und morgen ein nicht wegzudenkender Teil dessen, was die Existenz eines Printprodukts ausmacht, finden sie trotzdem kaum Beachtung.

Anlässlich des Jahreskongresses "Schweizer Presse" in Lausanne widmet die Werbeagentur Matter & Partner ihre "persönlich"-Titelgeschichte den stillen, aber wichtigen Repräsentanten des Schweizer Blätterwaldes. In Szene gesetzt von Fotograf Noë Flum, wird den wahren Helden der Presse mit der Miss-Schärpe für höchste Kioskverkäufe Würde und Ehre verliehen.

Matter & Partner hat sich in den vergangenen Jahren um den Markt der Printmedien immer wieder verdient gemacht. Die Agentur betreut heute unter anderem so unterschiedliche Titel wie den Beobachter, das St. Galler Tagblatt, das Anlegermagazin Stocks und das Trendheft Massiv sowie ein Projekt der TA-Media – und praktisch in logischer Konsequenz auch den Verband Schweizer Presse.

Matter & Partner gilt als eine der mittelgrossen, inhabergeführten Kommunikationsagenturen, deren Kampagnen eine zentrale, der Beziehung zwischen Konsument und Markt entsprechende Idee zugrunde liegt und die an

die Wirkung herausragender kreativer Werbung glaubt. Im Ranking der Top Ten der CH-Kreativagenturen steht sie derzeit auf Rang sechs. ■

## TITELSEITE

### Miss Boulevard

Magdalena Mrank  
Verkaufte Boulevardblätter:  
48 900 seit 1992

Prognose für die Schweizer Printmedien:  
"Für Klatsch und nackte Haut wird immer  
Geld ausgegeben."



MISS TAGESPRESSE

MISS TAGESPRESSE

EMMI SCHNEIDER

VERKAUFTE TAGESZEITUNGEN: 326 843 SEIT 1995.

PROGNOSE FÜR DIE SCHWEIZER PRINTMEDIEN: "STEIGT DIE KRIMINALITÄT, STEIGEN AUCH DIE VERKÄUFE."



MISS WOCHENTITEL ATT

MISS WOCHENTITEL

SILVIA TSCHANZ

VERKAUFTE WOCHENTITEL: 11 681 SEIT 2002.

PROGNOSE FÜR DIE SCHWEIZER PRINTMEDIENTEN: "DER BEDARF BESTIMMT DIE NACHFRAGE."

# LOTTO ONLINE



Verkauf  
nach 16 Jahren  
OKP

ck  
anken zu gewinnen  
die  
d warum F  
OKP

PHILIP MORRIS

MISS ADULT  
P.K.  
VERKAUFTE HERRENMAGAZINE: 14 650 SEIT 1994  
PROGNOSE FÜR DIE SCHWEIZER PRINTMEDIEN: "DIESE  
HEFTLI LAUFEN, SO LANGE ES MÄNNER GIBT."



MISS LIFESTYLE

MISS LIFESTYLE

MARTINA CALEGARI

VERKAUFTE MAGAZINE: 20 443 SEIT 1996.

PROGNOSE FÜR DIE SCHWEIZER PRINTMEDIEN: "NUR DIE BESTEN WERDEN BLEIBEN."