



VOGT-SCHILD / DRUCK  **ch media print**

Informativ, aktuell und sachlich – Wissenswertes für Ihre Druckprojekte

Sommer 2023

Innovatives LED-Druckverfahren schafft höchste Beachtung

Mit der Beilage «Print wirkt.» in unserem letzten Newsletter haben wir spannende Antworten bekommen und Fakten geschaffen. Die Wahrheit ist: Print schafft Werbung, die erwünscht ist. Mit sorgfältig gestalteten Anzeigen und redaktionellen Inhalten, die auf Papier gedruckt sind, erreichen Unternehmen ihre Zielgruppen auf eine Weise, die von den Menschen bewusst wahrgenommen wird. Ein weiterer Aspekt, den wir nicht ausser Acht lassen sollten, ist die Tatsache, dass Print nicht ständig um Aufmerksamkeit buhlt. In der digitalen Kakophonie aus Benachrichtigungen, Pop-ups und Werbebannern schafft Print eine Oase der Ruhe. Es ermöglicht den Lesern, sich auf die Inhalte zu konzentrieren, ohne von störenden Unterbrechungen abgelenkt zu werden. Print ist leise und doch mächtig.

Nachdem wir Anfang dieses Jahres die modernste und leistungsfähigste LED-Druckanlage überhaupt in Betrieb genommen haben, können wir nun in dieser Ausgabe über die ersten Praxiserfahrungen berichten. Die Kunden sind begeistert und die Experten verblüfft, was mit diesem innovativen System möglich ist. Lassen Sie sich anhand der beigelegten Exemplare auch mit derselben Begeisterung anstecken, was Zeitungsdruck zu leisten vermag, und sprechen Sie mit unseren Experten über die passende Lösung für Sie.

Um den steigenden Bedürfnissen im Bereich Datenschutz gerecht zu werden, haben wir unsere Prozesse professionalisiert und diese nach dem GoodPriv@cy-Standard zertifizieren lassen. Mehr dazu in diesem Newsletter.

Herzlichst



Rolf Steiner, Geschäftsführer Vogt-Schild Druck AG, Leitung Geschäftsfeld PRINTING



Modernstes LED-Zeitungsdruckverfahren für ein perfektes Leseerlebnis

Die LED-Drucktechnologie verschafft dem Geschäftsfeld PRINTING von CH Media Eintritt in neue Märkte. Als Schweizer Marktführer in der industriellen Herstellung von hochwertigen Zeitungen, Magazinen und Werbedrucksachen investieren wir laufend in unsere Druckinfrastruktur, damit unsere Kunden kurzfristig aktuelle und grosse Druckvolumen am Markt positionieren, um mit Print auf sich aufmerksam zu machen.

Wir haben unsere Zeitungsproduktion in Aarau mit zwei neuen LED-Drucktürmen ausgestattet. Dank der LED-Technik wird die Farbe auf der Papierbahn direkt eingetrocknet und ermöglicht so das Bedrucken gestrichener Papiere mit hoher Farbintensität. Mit dieser für Zeitungsrotationen neuen Technik können Magazine und Werbedrucksachen in hoher Auflage hergestellt werden.

Was bringt LED?

- Bestmögliche Durchlaufzeiten, damit Sie schneller am Markt sind.
- Kosteneinsparung bei grossen Auflagen und höchste Qualität

Wann kommt das LED-Verfahren zum Einsatz?

Bei einer Auflage ab rund 10 000 Exemplaren in Kombination mit vielen Sortensplits (Sprache, Händler etc.).

Ist das LED-Verfahren umweltschonend?

Im Vergleich zum Heatset-Verfahren ist der Druck im LED-Coldset-Verfahren (Zeitungsdruck) energie- und ressourcenschonender.

Aufmerksamkeit steigern

Damit das Produkt noch mehr Beachtung erhält, kann dieses auf der Frontseite mit Sonderwerbformen wie Add-ons oder Sticky Notes ergänzt werden.

Synergien nutzen

CH Media bietet die Möglichkeit, Beilagen in sämtlichen Tageszeitungen von CH Media einzustecken, Transportwege zu eliminieren und eine schweizweite Verteilung dank eigener Versandlogistik zu garantieren.

NIE MEHR OHNE LED!

- Kosteneinsparung
- Industrielle Fertigung von Grossauflagen in Kombination mit Sortensplits
- Energie- und ressourcenschonendes Coldset-/Zeitungsdruckverfahren
- Sonderwerbformen wie Add-ons oder Sticky Notes
- Transportwege eliminieren dank Inhouse-Produktion



Heinz Meyer, Geschäftsführer CH Media Print AG
Head of Marketing & Sales Geschäftsfeld PRINTING

Erfolgreiche Erstaufträge



Emmanuel Rutz,
Verkaufsleiter
PRINTING,
CH Media Print AG

Die neusten Produkte im LED-Zeitungsdruckverfahren überzeugen auf der ganzen Linie. Die auflagenstarke Produktbroschüre von Suzuki und die Zeitungsbeilage von liQuidata sind zwei Beispiele, die bereits erfolgreich mit der LED-Technologie produziert wurden. Und die Druckergebnisse übertreffen sämtliche Erwartungen. Wir haben die wichtigsten Anforderungen an ein Druckprodukt für Sie zusammengefasst.

«Wir verfügen über die nötige Kapazität, Grossauflagen innert kürzester Zeit industriell zu fertigen und logistisch umzusetzen. Dies geschieht parallel zu den täglichen Zeitungsproduktionen.»

Was sind die Vorteile vom LED-Druckverfahren?

Wir haben schnelle Durchlaufzeiten. Auf dem Papier entsteht keine Wellenbildung, da wir im Coldset-Verfahren produzieren. Aufgrund der Produktionsanlagen können grosse Volumen verarbeitet werden. Wir haben eine industrielle Fertigung dank Know-how seitens Zeitungsproduktion. Daraus resultiert eine hohe Qualität bei absoluter Termintreue. Die Produktbroschüre Suzuki wurde mit rund 100 Sortenwechseln hergestellt. liQuidata wurde als Zeitungsbeilage produziert und konnte somit ohne Transportkosten in die entsprechenden Zeitungen inhouse eingesteckt werden.

Gibt es Einschränkungen?

Es gibt keine Einschränkungen. Dank optimaler Papierrollenausnutzung kann das Endformat A4 oder grösser hergestellt werden. Durch die Inline-Fertigung mit Falzen, Heften und Endbeschnitt können grosse Volumen innert kürzester Zeit qualitativ hochstehend gefertigt werden. Die Preise sind vor allem bei vielen Sorten- und Sprachwechseln sehr attraktiv.

Was sind die Papieranforderungen?

Wir haben die Möglichkeit, Papiergrammaturen von 42 bis 120 g/m² zu bedrucken, egal ob Offset, matt oder glänzend gestrichen. Es kann zum Beispiel in einem Durchgang eine Broschüre mit 120 g/m² Umschlag und 60 g/m² Inhalt Inline fertig produziert werden. Natürlich sind auch andere Grammaturlösungen möglich.

SUZUKI News Frühling/Sommer 2023 im LED-Druckverfahren

Kompakt ist eben alles andere als klein! Und ein Druckverfahren ist nicht wie das andere. Die aktuelle Ausgabe der Produktbroschüre Suzuki News ist genau das richtige Printprodukt, um die Vorzüge des LED-Druckverfahrens kompakt und von A bis Z einzusetzen. Durch die erstklassige Bildqualität erzielt das Magazin deutlich mehr an Aufmerksamkeit und bleibt nachhaltig in Erinnerung.



Sandra Fichte,
Leiterin
Marketing,
Kommunikation
& PR, Suzuki
Schweiz AG

Um auf der ganzen Linie den Endkonsumenten vom Kauf eines Suzukis zu überzeugen, braucht es noch weit mehr an Emotionen und Leidenschaft. Hierzu haben wir die Leiterin Marketing, Kommunikation & PR von Suzuki Schweiz AG befragt:

Wie funktioniert heute die Werbung im Autobereich?

Natürlich haben die Digitalisierung und das damit verbundene Informationsverhalten des Endkunden die Werbung in der Automobilbranche beeinflusst. Wir setzen in unserer Werbestrategie auf einen guten und ausgeglichenen Mix zwischen On- und Offline-Werbemassnahmen – natürlich ist deren Gewichtung abhängig von der jeweiligen Zielsetzung der Kampagne. Durch unsere langjährige Erfahrung kennen wir die SUZUKI-Kundschaft bestens und wissen, wie wir sie erreichen können. Printwerbung hat bei uns nach wie vor einen grossen Stellenwert. Egal ob wir hier von klassischen Werbekampagnen sprechen oder von einer Kundenbindungsmassnahme, beispielsweise in Form eines physischen Mailings wie die SUZUKI News. Dieser 24-seitige Prospekt existiert seit Jahrzehnten und hat sich als fixes Instrument in der Marketingplanung, bei den Händlern wie auch bei den Endkunden, etabliert.

Mit welchen «Mitteln» wecken Sie nebst dem gedruckten Händlerkatalog Emotionen bei Ihren Kundinnen und Kunden?

SUZUKI steht für Swisness, Tradition, Bodenständigkeit und Zuverlässigkeit. Diese Werte lassen sich perfekt emotionalisieren und es ist uns wichtig, dass wir diese in der gesamten integrierten Kommunikation einbinden. Wie beispielsweise im Sponsoringbereich. Hier pflegen wir langjährige Partner-

schaften mit Organisationen wie dem Jodlerverband, der Fondation Barry oder dem Verband Schweizer Volksmusik. Alles Organisationen, die die SUZUKI-Werte teilen und bestens repräsentieren. Je nach Kampagne werden unsere Partner auch gerne in Werbeaktivitäten mit eingebunden. So wurden in der Vergangenheit auch schon Videospots produziert, in dem ein Bernhardinerhund mit seinen Welpen aus einem SUZUKI-Kofferraum sprang. Egal ob Bewegt-

«Printwerbung hat bei uns nach wie vor einen grossen Stellenwert.»

oder Standbild, ob für den On- oder Offline-Gebrauch, in der SUZUKI-Bildsprache spiegeln sich immer wieder die typischen Werte, mit denen sich auch unsere Zielgruppe identifizieren kann.

Wie wichtig ist der Autosalon in Genf für die Marke Suzuki?

Der Autosalon Genf ist vor allem für den Hersteller aus Japan von grosser strate-

gischer Bedeutung. Der Salon gehört in Europa zu den wichtigsten Autoausstellungen. Für die SUZUKI Motor Corporation war diese Plattform immer eine perfekte Gelegenheit, aufgrund der Grösse und des internationalen Besucheraufkommens, Neuheiten dem Europäischen Markt zu präsentieren.

Wo liegen die Stärken von Suzuki?

SUZUKI verfolgt seit jeher das Ziel, Produkte für den täglichen Gebrauch herzustellen, die sich jeder leisten kann und die die Kunden im Alltag unterstützen. Zudem setzt SUZUKI auf ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis für Kompaktfahrzeuge, speziell im Allradsegment. Dank der breiten Palette an 4x4-Modellen eignen sich unsere Fahrzeuge bestens für die Schweiz – ein wesentlicher Grund für den Erfolg in unserem Land. Mit über 200 Suzuki-Händler in der Agglomeration und in ländlichen Regionen haben wir eines der dichtesten Händlernetze der Schweiz. Die Markenbotschaft ist unser Versprechen und bleibt auch künftig bestehen: «SUZUKI – die kompakte Nr. 1».



SUZUKI-Markenbotschafter: Lisa Stoll, Alphornsolistin; Remo Käser, Spitzenschwinger; und ein Bernhardiner der Fondation Barry zusammen mit dem Geschäftsführer SUZUKI Schweiz AG, Stefan Gass.



LIQUIDATA

Die Zeitungsbeilage liQuidata wurde auf dem Papier «Perlentop Satin, matt gestrichen, 60 g/m²» produziert. **Auflage:** rund 100 000 Ex. **Sprachwechsel:** keine **Umfang:** 12 Seiten **Format:** 270x400 mm, gefalzt auf 270x200 mm **Verteilung/Logistik:** Beilage in diversen Zeitungstiteln von CH Media



SUZUKI

Die Produktbroschüre Suzuki wurde auf dem Papier «UPM Star Silk, matt gestrichen, 90 g/m²» produziert. **Auflage:** rund 2 000 000 Ex. **Sprachwechsel:** 3 Sprachen (DE, FR und IT) **Umfang:** 24 Seiten **Format:** A4 (210x297 mm) **Besonderheit:** rund 100 Sortenwechsel (Händlereindrücke 1- oder 4-farbig) auf Seite 24 **Verteilung/Logistik:** An diverse Händler und Verteilstellen für Mailing oder als Beilage

Uns können Sie vertrauen

Seit Jahren arbeiten wir auf die Ziele und die damit verbundenen Zertifizierungen hin, diese aufrechtzuerhalten oder neue dazuzugewinnen. Seit Neuestem sind wir Träger des Zertifikats GoodPriv@cy:2018 und garantieren so ein funktionierendes Datenschutzmanagement. Wer bei uns produziert, kann sicher sein, dass wir im Umgang mit Daten, Umwelt und der gesamten Handhabung der Kreislaufwirtschaft immer auf dem neusten Stand sind, uns stetig in jegliche Richtung verbessern sowie die Augen für innovative und neue Denkansätze offen halten.



Marco Blum,
Leiter Qualität
und Umwelt,
Vogt-Schild
Druck AG

Die GoodPriv@cy-Zertifizierung garantiert Ihnen einen vorbildlichen Umgang mit dem Datenschutz und der damit verbundenen Informationssicherheit! Ein funktionierendes Datenschutzmanagementsystem erfüllt wirksam die datenschutzrechtlichen und vertraglichen Grundlagen und schliesst die Informationssicherheit ein und somit auch die des Persönlichkeitsschutzes.

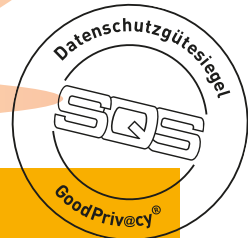
«GoodPriv@cy bedeutet: Der Kunde hat die Gewissheit, dass uns der Schutz von sensiblen Daten wichtig ist und dass wir uns in diesem wichtigen Bereich stetig weiterentwickeln.»

- GoodPriv@cy:2018 erhöht Ihr Vertrauen gegenüber den Lesern und Leserinnen.
- GoodPriv@cy:2018 fördert nachhaltig Ihr Image im Umgang mit sensiblen Daten.
- GoodPriv@cy:2018 sorgt bei Ihren Konsumenten für Sicherheit in der Handhabung von persönlichen Daten.
- GoodPriv@cy:2018 – Setzen Sie ein Zeichen für mehr Kundenzufriedenheit



NICHT MEHR OHNE GOODPRIV@CY

Die Anforderungen im Umgang mit sensiblen Daten werden immer komplexer. Gerade auch in der Bearbeitung von bereitgestellten Adressdaten werden anhand von Datenschutzvereinbarungen Rahmenbedingungen festgelegt, die direkt in den Arbeitsprozess einfließen müssen. Dies bedeutet schlussendlich eine Risikominimierung und eine Erhöhung der Aufmerksamkeit beim Umgang mit sensiblen Adressdaten. Der GoodPriv@cy-Ansatz hilft uns, den Aspekt der Informationssicherheit direkt in die Arbeitsprozesse zu integrieren.



VOGT-SCHILD / DRUCK
print- & publishing-services

Vogt-Schild Druck AG, Gutenbergstrasse 1, 4552 Derendingen
058 330 11 95, www.vsdruck.ch, info@vsdruck.ch

ch media print

CH Media Print AG
Neumattstrasse 1, 5000 Aarau, und Im Feld 6, 9015 St. Gallen
058 200 42 70, print@chmedia.ch

Falls Sie den Newsletter künftig nicht mehr erhalten wollen, melden Sie dies bitte Bettina Lanz, Marketingverantwortliche,
058 330 11 95, bettina.lanz@chmedia.ch



printed in
switzerland



myclimate
neutral
Drucksache
myclimate.org/01-23-620560