

Mit Inkjet und Mailings weiter wachsen

Die ungebrochene Wirkung des Direktmarketing beschert dem Direct Mail House in St.Gallen-Winkeln anhaltendes Wachstum. Das 20 Jahre alte Unternehmen ist einer der führenden Schweizer Anbieter für personalisierte Werbung und hat jetzt zwei Millionen Franken in eine neue Druckmaschine investiert.

Bei der Firmengründung vor 20 Jahren hätte sich Inhaber Erich Zaugg die heutige Entwicklung nicht einmal erträumt: «Heute beschäftigen wir 50 Mitarbeitende und betreuen Grossauflagen für Kundenwerbung bis zu 1,5 Millionen Sendungen. Jährlich gehen heute rund 50 Millionen Couverts auf die Post. Damals rechnete ich mit fünf Mitarbeitenden und Kleinauflagen mit 50.000 Mailings.» Indes, so Zaugg: «Wir wollen gesund wachsen. Auch für die Zukunft rechne ich mit kontinuierlichen Zuwachsraten bei Umsatz und Mitarbeiterbestand.»



Erich Zaugg hat in die neue Hochleistungsmaschine für den Werbedruck zwei Millionen Franken investiert und will sich mit seinem Direct Mail House als Schweizer Technologieführer positionieren.

Banken, Kreditkartenorganisationen und Versicherungen, die den Versand von Rechnungen und Kontoauszügen auslagern und mit auf Kunden abgestimmter Werbung ergänzen. Dank der neuen Inkjet-Technologie könnten die Dokumente mit farbigen Bildern auf jeder Seite vollständig individualisiert gedruckt werden, sagt Zaugg.

Qualität oberstes Gebot

Mit der neuen ColorStream setzt das Direct Mail House einmal mehr technologische Massstäbe in der Branche, ist Zaugg überzeugt. Besonders beeindruckend sei die Druckkapazität von 90.000 personalisierten A4-Seiten pro Minute.

Bei dieser Geschwindigkeit werde der Qualitätskontrolle grosse Bedeutung beigemessen. Gerade bei sensiblen Bankdaten sei dies oberstes Gebot, sagt Zaugg: «Wir haben rund ein Dutzend automatisierte Kontrollmechanismen – zum Beispiel Kameras und Waagen – eingebaut und arbeiten mit Strichcodes, die der Empfänger auf den Sendungen sehen kann.»

› www.dmh.ch

Gezielte Kundenkommunikation

Das Wachstum des Direct Mail House von Erich Zaugg verdeutlicht die Bedürfnisse der Kunden und die technologische Weiterentwicklung in der Werbedruck-Branche: «Seit 20 Jahren drucken wir ausschliesslich personalisierte Mailings. Dabei ist wichtig, dass wir dank der neuen Technologien die Botschaften auf das Konsumverhalten der Adressaten abstimmen können. Die Empfänger erhalten Werbung, die sie wirklich interessiert. Die Streuverluste werden minimiert.»

Werbung sei dann gut, wenn sie gezielt eingesetzt werde, und habe sich dadurch zur effizienten Kundenkommunikation entwickelt. Auf das Know-how des Unternehmens setzen zum Beispiel Marken wie Ochsen Sport, Porsche, SBB, Globus, Banken und Versicherungen.

Trend Transpromo

Erich Zaugg hat als neuen Trend den Transpromotions-Bereich erkannt, weshalb er zwei Millionen Franken in eine neue Druckmaschine, eine

Canon ColorStream 3700, investiert hat. Transpromotion – oder kurz Transpromo für Transaktion und Promotion – bezeichnet laut Zaugg die Nutzung des Versands von Transaktionsdokumenten wie Rechnungen oder Kontoauszügen an Kunden für zusätzliche Vertriebs- und Werbezwecke. Dabei werden Werbebotschaften auf Flächen des Transaktionsdokumentes gedruckt, die bisher leer geblieben sind.

Zu den Kunden, die diese besondere Art von Dokumenten einsetzen, gehören laut Zaugg immer mehr auch



Weg von der Insel! Hin zur umweltfreundlichen Gesamtlösung.

Mit Harald Sexl, Sachverständiger und akkreditierter Prüfer für das EU Ecolabel in der Schweiz, in Liechtenstein und Österreich.

MESSEN | PRÜFEN | SCHULEN | ZERTIFIZIEREN

WWW.SEXL.CH