

Eigenwerbung im Detailhandel

Was nur Wenige über Migros wissen.

Migros ist einer der grössten Detailhändler der Schweiz, organisiert in zehn Genossenschaften. Jede arbeitet autonom und realisiert ihre Kommunikation eigenständig. Die Luzerner Genossenschaft hat mit einem Nyala Grossformatdrucker den Siebdruck abgelöst und die Quadratmeterkosten um 60 Prozent gesenkt.



Jedes Kind in der Schweiz kennt Migros, einer der führenden Grossverteiler im Land. Mit Supermärkten, Restaurants, Fachmärkten, Freizeit-, Sport- und Bildungsangeboten deckt er praktisch alle Lebensbereiche ab. Er ist in zehn autonomen Genossenschaften organisiert, sodass Konsumenten zum Teil sogar am Unternehmen beteiligt sind. Abgesehen davon ist Migros ein bedeutender Arbeitgeber. Schweizweit beschäftigt er 100'000 Menschen.

Eigene Kommunikationsabteilung

Was nur Wenige wissen: Jede der zehn Genossenschaften hat ihre eigene Marketing-Kommunikations-Abteilung, die für die regionale Werbung verantwortlich ist. Und zwar von A bis Z, von der Konzeption bis hin zur Umsetzung. Im Falle der Luzerner Genossenschaft befassen sich 45 Fachkräfte mit Kampagnen, Aktionen, Dekorationen und Events. Ihr Arbeitsort ist die Migros-Verteilzentrale im Industriegebiet von Dierikon. Diese

Zentrale ist in erster Linie für die Warenwirtschaft zuständig und beliefert 50 Verkaufsstellen in fünf Zentralschweizer Kantonen.



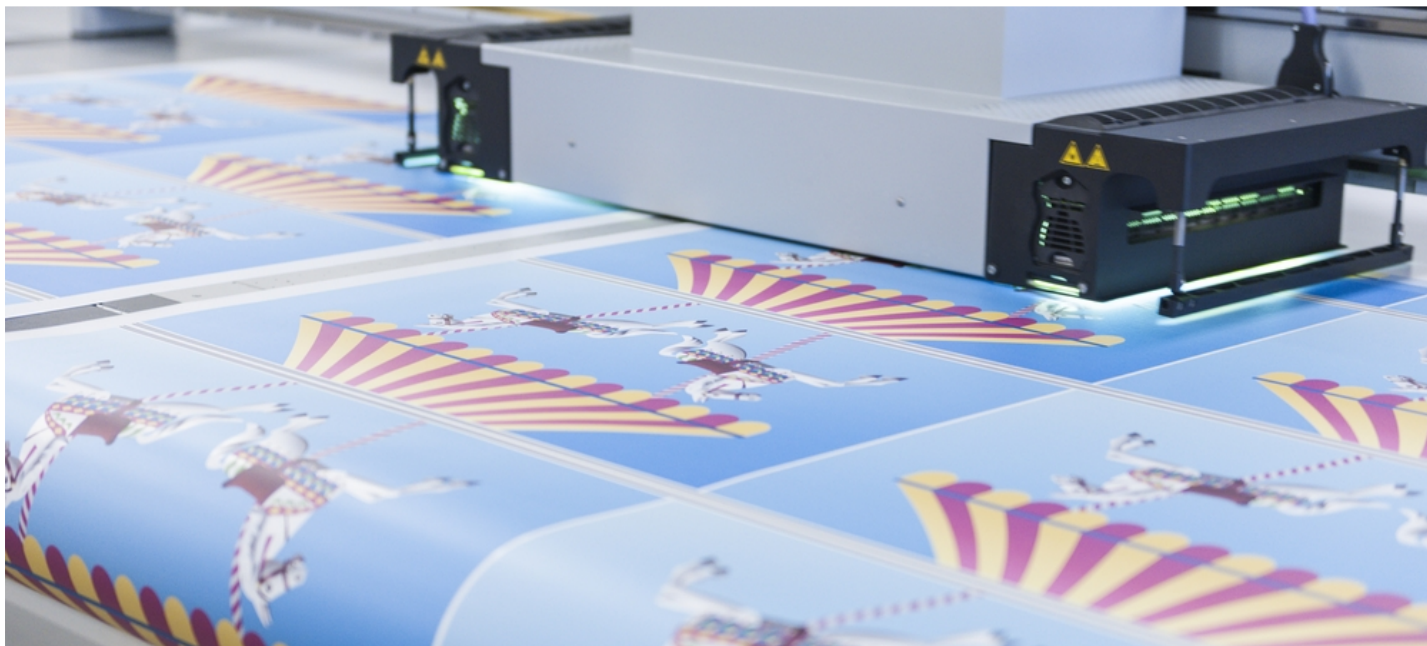
Basil Koch, Annina Härter und Zeljko Krnjic: «Heute produzieren wir schneller, flexibler und günstiger.»

Ausgestattet für Unabhängigkeit

Das Kommunikationsteam kreiert und realisiert von Werbeanzeigen über POP-Kommunikation bis hin zu Gebäude- und Fahrzeugbeschriftungen oder Schulungsunterlagen. Für die Bewältigung dieser Aufgaben ist es gut ausgerüstet: Im hauseigenen Fotostudio entstehen Produkt- und Personenaufnahmen. Ein voll ausgestatteter Copy-Shop erledigt Reproduktionen bis Format A3. In der Grossformat-Abteilung arbeiten drei wasser- beziehungsweise lösungsmittelbasierende Rollendrucke, eine Fotoba Schneidanlage, ein Summa Cutter und ein swissQprint Nyala 2 UV-Flachbettdrucker. Im Mock-up-Raum testen Dekorateur neue Kreationen. Alles in allem ist die Luzerner Genossenschaft so gut wie unabhängig von externen Dienstleistern. Das war nicht immer so.

Nyala ersetzt Siebdruck

Dort, wo jetzt der Grossformatdrucker Nyala seine Dienste verrichtet, war früher die Siebdruckabteilung angesiedelt. Was die nicht bewältigen konnte, ging extern. Oft gab es Engpässe. Vieles wurde auf Platten aufgezogen. Basil Koch, Leiter Produktion der Marketing Kommunikation, hat über sechs Jahre hinweg die Entwicklung des Digitaldrucks beobachtet. Als die Zeit gekommen war, den Siebdruck abzulösen, evaluierten sein Team und er vier Flachbettdrucker. «Es war schnell klar, dass es Nyala sein würde», fasst er zusammen.



Zwei Plakatbahnen parallel eingespannt. Das halbiert die Produktionszeit im Rollendruck.

Offensichtliche Schweizer Qualität

Den Ausschlag gaben mehrere Faktoren: Zunächst die Druckqualität. Zeljko Krnjic, stellvertretender Leiter Produktion MarKom, sagt dazu: «Ich staune immer wieder, bei welchem Tempo dieses super Druckbild entsteht.» Dann die Qualität der Maschine an sich. «Man sieht ihr die Schweizer Herkunft einfach an», findet Annina Härter, eine der drei Operators. Nyala sei stabil, einfach zu bedienen und schnell einsatzbereit. Auch sei die Flachbettgrösse ideal, die Maschine selbst aber sehr kompakt. Sie erlaube grosse Formatvielfalt. Annina Härter schätzt zudem, dass Nyala leise und zuverlässig arbeitet.

Natürlich war das Preis-/Leistungsverhältnis ein wichtiges Kriterium. Die Investition sei etwas höher gewesen als geplant, aber sie habe sich schon mehrfach ausbezahlt, schildert Basil Koch. «Wir sparen jährlich mindestens 80'000 Schweizer Franken an externen Kosten.» Im Vergleich zum Siebdruck habe man die Quadratmeterkosten um 60 Prozent gesenkt. Zeljko Krnjic ergänzt: «Und dabei setzen wir die Maschine nur einschichtig ein und nutzen bloss einen Bruchteil davon, was sie eigentlich alles könnte.»

Sechs Farben plus Weiss

Auch der Farbraum des Grossformatdruckers hat bereits in der Evaluationsphase überzeugt. «Die Nyala trifft den Pantone-Farbtone unseres Logos ohne Weiteres», sagt Basil Koch. Der Drucker ist sechsfarbig konfiguriert, das heisst mit CMYK sowie Light-Cyan und Light-Magenta. Zusätzlich ist einer der gesamthaft neun Farbkanäle mit Weiss bestückt.

«Wir bedrucken transparente und schwarze Medien mit Weiss», so Annina Härter, «das sind beispielsweise Fensterfolien oder schwarze Hartschaumplatten.»



Nyala trifft den Migros-Corporate-Farbtton.

Gezielter Einsatz

Mit Nyala entstehen Regalrückwände und Dekorationshintergründe, Rotairs und Klebefolien für Promotionen, Wand- und Schaufensterplakate, Dekorationselemente und sogenannte Kassenloops, also Werbung beim Check-out. Der grösste Teil dieser Artikel ist nur für kurze Zeit und im Innenbereich im Einsatz. Dementsprechend bestehen sie aus Vollkarton, Wellpappe, Hartschaumplatten oder Papier.

«Oft drucken wir zwei Plakatbahnen parallel», erklärt Annina Härter. Nyala nimmt bis zu 3,2 Meter breite Rollen auf oder eben zwei entsprechend schmalere Bahnen. Dieser Paralleldruck halbiert die Produktionszeit. «Auch der Tandem-Modus ist sehr effizient», ergänzt die begeisterte Anwenderin. Sie könne damit grössere Serien rasch abarbeiten. Im Tandem-Modus druckt die Maschine auf der vorderen Tischseite, während der Operator auf der hinteren Seite Material auflegt und umgekehrt. Der Drucker ist ununterbrochen an der Arbeit, Wartezeiten entfallen.

Basil Koch erwartet, dass die Auslastung der Nyala zunehmen wird. «Immer mehr interne Kunden entdecken die Vorzüge der Maschine», freut er sich, denn damit dürfte auch die Rentabilität weiter steigen.

MIGROS

Firma	Genossenschaft Migros Luzern, Schweiz
Webseite	www.migrosluzern.ch
Branche	Detailhandel
Gründung	1925 (Migros), 1941 (Genossenschaft Luzern)
Belegschaft	1007000 (Schweiz) 6100 (Genossenschaft Luzern) 500 (Verteilzentrale Dierikon)
Drucker	Nyala 2