

November 2009 CORE PAPIER – die gute Wahl in schwierigen Zeiten



Zur Unterstützung der Druckereien in dem derzeit herrschenden rauen Wirtschaftsklima beginnt jetzt in ganz Europa eine neue, dynamische Kampagne, die den Druckern eine der führenden europäischen Marken für gestrichenes Papier wieder ins Gedächtnis rufen soll: CORE. Unter dem Slogan "Voll alltagstauglich, und man muss es nicht einmal gern haben" stellt die Kampagne die Besonderheit der Marke als hochwertiges, gestrichenes Papier heraus, das ein perfektes Preis-Leistungsverhältnis bietet.

Als mehrfach gestrichenes Papier ist CORE in den Qualitäten Hochglanz und Seidenmatt auf Rollen und in Bögen erhältlich. Zum Unterschied von anderen gestrichenen Papieren legt CORE jedoch den Fokus auf jene Grammaturen und Formate, die von den Druckereien am häufigsten nachgefragt werden. Das reduziert den Service-Aufwand und ermöglicht die problemfreie Herstellung von Drucken zu erschwinglichen Kosten.

"Die Botschaft von CORE ist einfach. Eine begrüßenswerte Folge der aktuellen wirtschaftlichen Schwierigkeiten auf der ganzen Welt ist, dass einem kommerziellen Grundfaktor wieder mehr Aufmerksamkeit geschenkt wird: der Kapitalrendite (ROI). Dazu verhilft CORE als attraktive Hausmarke den Druckbetrieben, weil es mit seiner Qualität, Verlässlichkeit und Erschwinglichkeit die Erwartungen übertrifft," wie Stephan Grötzschel, Geschäftsführer von PaperNet dazu erklärt.

Zur Unterstützung der Kampagne wurden verschiedene kreative Werbemittel entwickelt. Die schön gestalteten CORE-Broschüren beweisen klar die Druckqualität des Papiers und ermöglichen es den Druckereien, seine Oberflächenqualität den Kunden vor Augen zu führen. Dazu gibt es eine neue, maßgeschneiderte Mappe mit Mustern aller verfügbaren Grammaturen, die bei der alltäglichen Arbeit mit gestrichenen Papieren nützlich sind.

Die Nahaufnahmen für die Kampagne zeigen drei Artikel, deren Funktion für unser Alltagsleben wesentlich ist: einen Stöpsel, ein Zündholz und einen Flaschenöffner. Dazu Stephan Grötzschel: "Von einem Stöpsel, einem Flaschenöffner und anderen Artikeln erwarten wir, dass sie jeden Tag ihre Funktion erfüllen, ohne dass wir über sie nachdenken müssen. In ähnlicher Weise erwarten die Druckereien von ihrem Papier, dass es funktioniert, weil sie sich im Alltag mit genügend anderen Dingen beschäftigen müssen. Sie wollen ein Papier, das den Anforderungen genügt, ohne sich darüber Gedanken machen zu müssen."

Nähere Informationen unter www.corepaper.eu

Stephan Grötzschel bemerkt: "In diesen schweren Zeiten müssen die Druckereien wissen, dass ihnen ein von Extravaganzen freies Sortiment an hochwertigen gestrichenen Papieren zur Verfügung steht, die ihnen Alltagstauglichkeit und Druckqualität zu einem erschwinglichen Preis bieten. Damit bleiben sie wettbewerbsfähig und unter dem Strich bleibt durchaus noch etwas übrig."

Weitere Informationen erhalten Sie bei:
PaperNet Gmb & Co KG
Herrn Dietmar Fuchs (Product Manager)
Tel.: +43 (664) 510 68 01
Email: dietmar.fuchs@papernet.at
www.papernet.at