

Erfolgreiche Printprodukte dank Veredelungs-Vielfalt

VEREDELUNG In Zeiten der digitalen Informationsvermittlung haben es Printprodukte zunehmend schwerer. Gefragt sind nicht nur interessante Inhalte, sondern auch eine aufmerksamkeitsstarke Gestaltung. Mit Veredelungen lassen sich wirkungsvoll Akzente setzen und Botschaften fühlbar inszenieren.

VON SABINE FLACHSMANN

■ Bei der unter anderem auf Veredelung von Drucksachen spezialisierten Kasimir Meyer AG liegen neben den klassischen Veredelungen wie Prägungen, ganzflächiger oder partieller UV-Lack im Offsetverfahren die digitalen Veredelungen mit UV-Relieflack oder Laserstanzung und -gravur im Trend, teilt Marketingleiterin Irina Kiser mit. Ein Printprodukt kommuniziert vom ersten Augenblick an mit dem Betrachter. Gestaltung, Druck, Papier und Veredelung beeinflussen den Betrachter und können entscheidend sein, ob sich die Person mit dem Produkt näher auseinandersetzen möchte. Die Haptik einer Drucksache spielt dabei eine grosse Rolle. Neben der Wahl des passenden Papiers lassen sich mit einer Veredelung Akzente setzen, so dass die Drucksache an erkennbarem Wert gewinnt.

«Aus diesem Grund hat für uns die Beratung in Bezug auf Papierwahl und Veredelung einen sehr hohen Stellenwert, weil Printprodukt nicht gleich Printprodukt ist. Veredelung ist praktisch das Sahnehäubchen auf

einem Printprodukt. Mit den richtigen Zutaten wird das Printmenü optimal abgerundet und die Wertigkeit erhöht», so Kiser.

Vielfältige Veredelungen für unterschiedliche Wirkung

Bei Kasimir Meyer wird praktisch die ganze Vielfalt an Veredelungsmöglichkeiten genutzt, weil jedes Verfahren eine andere Wirkung erzielt. So eignet sich UV-Relieflack gut, um einzelne haptische Akzente zu setzen. UV-Relieflack wird gern als partielles Gestaltungselement eingesetzt. Durch den Lack erhält das Printmedium mehr Aufmerksamkeit. So können zum Beispiel das Logo, die Überschrift oder ein Muster im Hintergrund lackiert werden. Die Möglichkeiten sind praktisch unbegrenzt. Für die spezielle Formgebung wird Laserstanzen verwendet (zum Beispiel Visitenkarte in Form eines Autos für einen Autohändler), aber auch um beispielsweise Tiefenwirkung zu erzielen.

Kiser beschreibt als Beispiel eine kaschierte Karte. Auf einer Karte werden Text oder Symbol(e)

herausgestanzt und diese Karte dann auf eine zweite Karte, die zum Beispiel eine auffällige Farbe hat, kaschiert. So leuchtet die farbige Karte durch die gestanzten Elemente durch und erzielt je nach Papiergrammatur eine spannende Tiefenwirkung.

Eine weitere Möglichkeit ist die Lasergravur, mit der verschiedene Materialien (Papier, Holz, Metall usw.) graviert werden können. Mit der Lasergravur lassen sich interessante Effekte bei Kreativpapieren erzielen. Ganzflächige oder partielle Lackveredelungen im Offsetverfahren werden häufig als Schutz der Oberfläche verwendet, damit das Produkt qualitativ einwandfrei bleibt. Der partielle Lack kann auch als Gestaltungselement eingesetzt werden.

Lust auf Print schaffen

«Unsere Kunden sind über die vielfältigen Möglichkeiten der Veredelung gut informiert, da wir im Marketing aktiv sind und immer wieder neue Ideen umsetzen. Hierfür verwenden wir Kreativpapiere und kombinieren diese

dann mit verschiedenen Veredelungsmöglichkeiten. So hat der Kunde eine bessere Vorstellung, wie das Endprodukt aussehen könnte und was möglich ist.»

Kiser weist darauf hin, dass die Beratung in diesem Zusammenhang sehr wichtig ist. «Unsere Firmenphilosophie lautet ‹Lust auf Print›. Damit möchten wir unsere Kunden begeistern – und das geschieht in erster Linie über eine kompetente Beratung und die Möglichkeit, die Beratung mit kreativen Druck- und Veredelungsmustern abzurunden.»

Klimaneutrale Druckerzeugnisse

Bei Kasimir Meyer hat in diesem Zusammenhang auch das Thema Umwelt einen hohen Stellenwert. «Ökologische Achtsamkeit liegt uns sehr am Herzen. Unseren Kunden bieten wir seit 2013 klimaneutrale Druckerzeugnisse an. Basis dafür ist der sogenannte CO2-Fussabdruck. Dieser basiert auf den Eckdaten unseres Unternehmens wie Heizung, Strom, und Fuhrpark, die wir bei ClimatePartner angeben. Dadurch er-



Grosser Auftritt: Text und Hintergrund wurden digital mit UV-Relieflack veredelt.

Haptische Akzente setzen mit UV-Relieflack. Eine Einladung, die sich sprichwörtlich gut anfühlt.





Bei dieser Einladung mit Golddruck und Relief-lack werden alle Veredelungsregister gezogen.

Dienstleistungsmerkmale effektiv hervorgehoben werden. Veredelung ist eine Möglichkeit, die Haptik anzusprechen, um damit die Aufmerksamkeit beim Betrachter zu erhöhen. Darüber hinaus gibt es auch Veredelungsarten, die eher die technische Umsetzung einer Botschaft unterstützen.

Digitale Technologie für individuelle Lösungen

«Die Kunden kennen in der Regel die Veredelungsarten, die sie bereits auf einer Print-Publikation gesehen haben. Um eine individuelle Botschaft mittels Veredelung gezielt hervorzuheben, braucht es jedoch eine gute Beratung», weiß Vögel. Da sich das Kommunikationsverhalten ständig ändert und immer neue Möglichkeiten hinzukommen, ist es auch im Bereich der Veredelung herausfordernd, immer die optimale Lösung für die sich rasch wandelnden Kundenbedürfnisse zu finden.

Heute wird vielfach mit kleineren, individuellen Auflagen gearbeitet. Im Bereich der Veredelung sind jedoch die Grundkosten sehr hoch. «Deshalb stellen wir auch hier einen Trend zu neuen digitalen Technologie fest, die den Anforderungen an individuelle und hochwertige Drucksachen gerecht werden.»

Mit Veredelung Aufmerksamkeit generieren

Gedruckte Werbung kämpft seit Längerem gegen die allgemeingültige Ansicht, Werbung im Internet sei effektiver, günstiger und

halten wir unseren individuellen CO2-Rechner, den wir auf einzelne Aufträge anwenden können, um die entstandenen Emissionen auf Wunsch zu kompensieren.

Gemeinsam mit unseren Kunden können wir auf eine Auswahl von anerkannten Klimaschutzprojekten zugreifen und – nach der Kompensation – das entsprechende Druckprodukt als «klimaneutral produziert und zertifiziert» bezeichnen. Zudem produzieren wir mit Ökostrom.»

Investitionen in moderne Digitaldrucktechnik

Trends und Bedürfnisse erkennen, bevor sie am Markt wahrgenommen werden, ist für ein Druckunternehmen heute wichtig. «Es geht jedoch nicht nur darum, Trends zu erkennen, sondern in erster Linie den Kundenbedürfnissen gerecht zu werden und sich danach auszurichten.

Das wiederum setzt eine moderne Technik und ein umfassendes Know-how in Druck und Veredelung voraus», betont Kiser. «Wir haben deshalb vor zwei Jahren in eine neue Digitaldrucktechnologie investiert und eine HP Indigo (Digitaldruck in Offsetqualität) in Kombination mit einer digitalen UV-Relieflack-Maschine (Scodix) gekauft. Damit steht uns technisch ein «Dream-Team» zur Verfügung. Diese Produktionskombination läuft so erfolgreich, dass wir aktuell nochmals in den Digitaldruck investiert haben und demnächst zusätzlich mit der HP Indigo 10000 an den Start gehen werden.»

Die neue HP Indigo kann im Format B2 drucken und lässt sich ebenfalls optimal mit der Scodix (UV-Relieflack) kombinieren. «Als innovative Druckerei sind Investitionen in neue Technologien heute unumgänglich. Nur so sind die Voraussetzungen vorhanden,

um den heutigen Anforderungen und Kundenbedürfnissen gerecht zu werden.»

Mit Haptik den Tastsinn ansprechen

Auch bei der Vögel AG werden heute Veredelungsarten wie Folienprägungen, Stanzungen, spezielle Laminierungen und Relief-lack eingesetzt. Der Trend zielt dabei in Richtung digitaler Veredelung. So besteht die Möglichkeit, Relief-lack mittels digitalem Verfahren aufzubringen. Solche Technologien sind auch für Folienprägungen vorhanden. Dies alles trägt zu einer höheren Individualisierung bei, ist Renato Vögel, Marketingleiter Vögel AG, überzeugt.

Jedes Veredelungsverfahren hat dabei seine spezifischen Vorteile. Folienprägungen signalisieren Hochwertigkeit und mit ihnen lassen sich aussergewöhnliche Akzente setzen. Mit Relief-lacken können Produkt- oder





Schiebeelemente wecken die Neugier und veranlassen, dass sich der Empfänger mit der Drucksache beschäftigt.

© Landenberg-Druck AG

ressourcenschonender. «Kunden und Agenturen davon zu überzeugen, dass Print eine sehr gute Ergänzung zum digitalen Werbekanal sein kann, braucht starke Argumente», betont Daniel Rogger, Geschäftsleiter Landenberg-Druck AG.

Veredelungen bieten vielfältige Möglichkeiten, um Wertigkeit zu vermitteln und die Aufmerksamkeit zu steigern. Die Palette reicht von speziellen Papieren über Stanzungen, Blind- und Folienprägungen sowie Lackierungen bis zur Verwendung von Sonderfarben und Gravuren. «Wir stellen seit einiger Zeit eine vermehrte Nachfrage nach dreidimensionalen Produkten fest. Mailings mit Pop'up-Teilen, Schiebe- und Drehelementen, Aufklapper, speziellen Falzungen und Stanzungen sind gegenwärtig vor allem bei uns gefragt.»

Haptik statt Visualisierung im Netz

Im Vergleich zu den digitalen Kanälen ist gedruckte Werbung in der Herstellung kostspielig und aufwändig. Für gedruckte Medien auf Papier und Karton spricht jedoch, dass sie einen direkten haptischen Kontakt zwischen Unternehmen und Kunde herstellen. «Haptik anstelle von virtueller Visualisierung ist hier das Zauberwort», so Rogger. Dies lässt sich jedoch nur dann erreichen, wenn Kreativität, Qualität und Wertschätzung des Kunden zusammenspielen.

Standarddrucksachen im 08/15-Stil entfalten kaum mehr Wirkung als digitale Werbung. Lackierungen mit Glanz- und Matteffekten lenken die Blicke des Betrachters gezielt auf zentrale Bild- oder Textelemente innerhalb des Gesamtproduktes. Mit

der Verwendung von partiellen Folien, seien es Gold-, Silber oder farbige Metallicfolien, lassen sich ähnliche Effekte erzielen. Mit Strukturlacken kann eine Botschaft stilistisch verstärkt werden, zum Beispiel durch tropfenförmige Lackierungen im Zusammenhang mit dem übergeord-

nete Thema Wasser. Duftlacke wecken Assoziationen und aktivieren den Geruchssinn.

Fehler vermeiden durch frühzeitige Beratung

Das Know-how für alle Arten von Veredelung liegt grundsätzlich beim Lieferanten. Die meisten Ersteller von Publishing-Daten bewegen sich im Standardbereich zwischen Bildbearbeitung und Layoutoptimierung und haben

keine Erfahrung mit Spezialgebieten wie beispielsweise der Konstruktion dreidimensionaler Produkte. Für Rogger muss die Beratung durch den Veredler deshalb umfassend und verständlich sein, um im nachfolgenden Produktionsprozess keine teuren Fehlleistun-

gen aufzunehmen. Diese wissen, was bei der Entwicklung einer Drucksache beachtet werden muss, und sie kennen die Wechselwirkungen von Bedruckstoff, Druckverfahren und Weiterverarbeitung sowie die entsprechenden Kostenrelationen.

Ausbildung geeigneter Mitarbeiter

«Nachhaltigkeit und Umweltschutz werden bei uns in die Produktionsüberlegungen einbezogen, sei es bezüglich Materialauswahl oder Recyclingfähigkeit. Es gilt, jeweils einen akzeptablen Kompromiss zwischen Veredelungseffekt und Umweltgedanke zu finden. Das primäre Ziel ist, sich aus der Masse von Informationen abzuheben und beim Empfänger eine wirkungsvolle Botschaft zu platzieren», sagt Rogger.

Verkauf sei hier ein wichtiges Stichwort. Im Spezialbereich der gestanzten Werbemailings sieht er die grösste Herausforderung in der Ausbildung geeigneter Mitarbeiter. Ein längerer Prozess ist ausserdem das Erarbeiten von Know-how. Im Weiteren sind bei der Suche nach Lösungen das räumliche Denken und die Umsetzung in zunächst zweidimensionale Produktionsabläufe zentral. Die Erarbeitung dreidimensionaler Mailings setzt des Weiteren konstruktive Kreativität voraus.

Auf der Investitionsseite sind verschiedene Maschinen im Bereich Stanzen, Falzen, Kleben erforderlich. Im Vergleich zur Drucktechnik sind diese jedoch nicht einem ganz so rasanten Erneuerungszyklus unterworfen. Zusammenfassend gilt, aktiv alle Aufgaben und Fragen zu lösen, die den Kunden beschäftigen könnten. ■



Hier sitzt der Betrachter in der ersten Reihe. Dreidimensionale Drucksachen mit speziellen Stanzungen sind gefragt.

© Landenberg-Druck AG

gen zu verursachen. Der Aufwand dafür ist im Vergleich zu Standarddrucksachen erheblich. «In unserem Fall reicht das vom Erstellen der Funktionsmuster über Stanzzrisse, Hinweise zu Platzierung, Ausrichtung der Sujets bis zu Empfehlungen bezüglich Materialauswahl und Hinweisen zur Einhaltung von Postnormen.»