

Der integrierte Ansatz: Auf zu kreativen Druckprodukten!

Um aus dem Meer der Drucksachen hervorstechen, braucht es kreative Ansätze. Je enger Kunde, Agentur und Druckerei zusammen arbeiten, desto eher lässt sich aus dem Vollen schöpfen. Ein hoher Grad an Expertise, Freiraum für Ideen und die ständige Suche nach neuen Verarbeitungsmöglichkeiten gehören für die Düsseldorfer Druckstudio GmbH außerdem dazu.

Ein Tisch, diverse Druck- und Verarbeitungsbeispiele, viele neue Ideen – mit einem ersten Brainstorming fängt bei der Druckstudio GmbH die Arbeit an anspruchsvollen Druck- und Veredelungsprojekten an. Das Unternehmen ist seit vielen Jahren als Druckdienstleister mit hoher Veredelungskompetenz im Hochqualitätssegment aktiv. Mit 75 Mitarbeitern arbeitet es u.a. für Kunden aus der Automobil-, Kosmetik-, Mode- oder Telekommunikationsbranche.



Werner Drechsler, Geschäftsführer der Druckstudio GmbH: »Ausgiebiges Testen ist vor allem durch unsere engen Beziehungen zu Partnern möglich, die ebenso wie wir ihren Fokus auf Problemlösungen bei hohem Qualitätsanspruch legen.«

Ein Projekt, bei dem ein besonderes Ergebnis gefragt war, ist der aktuelle Geschäftsbericht des Marketingspezialisten Sinner Schrader AG. Hier lautete eine der Anforderungen, dass eine besonders hochwertige, durchgängige Wabenstruktur die Titelseite des Geschäftsberichts dominieren sollte. Wie bei jedem anspruchsvollen Projekt wurde nach einer ersten Ideensammlung mit dem Kunden ein Projektteam gebildet. Beteiligt waren ein Agenturvertreter, die technische Druckleitung, jeweils ein Vertreter der Vorstufe und der Buchbinderei sowie der zuständige Innendienstmitarbeiter. Neben eigenen Mitarbeitern zog das Druckstudio auch die Expertise externer Spezialisten für Laserstanzungen und einen Siebdrucker hinzu. Die Projektleitung und Koordination lag bei ihm.

Enge Abstimmung mit der Lösung im Blick

Das Team testete über vier Wochen hinweg die verschiedensten Verarbeitungsverfahren, z.B. unterschiedliche Stanzungen und Andrucke mit Lacken vom Iriodin- über Seidenmatt-, Matt- und Glanzlack in den feinsten Auflösungen. »Über die gesamte Testphase hinweg sorgen wir immer für Transparenz bei allen Beteiligten – auch zum Kunden hin. Treten Probleme auf, stimmen sich die Akteure ab. Beispielsweise wollte die Agentur die Wabenstruktur auf dem Einband des Geschäftsberichts ursprünglich durchgängig lasergestantzt haben«, so Geschäftsführer Werner Drechsler.

Hier war es für einen reibungslosen Prozess wichtig, dass der Buchbinder bereits ganz am Anfang mit im Boot war. Er gab frühzeitig zu bedenken, dass durch eine durchgängige Stanzung der Vorderseite der Karton nicht mehr stabil genug für die vorgesehene Klebebindung war. Letztendlich wurde die Wabenstruktur auf einer ca. 9 x 7 cm großen Fläche lasergestantzt. Auf dem Großteil der Seite zieht eine mit UV-Spotlack aufgebraachte Wabenstruktur die Blicke

auf sich und spricht darüber hinaus den Tastsinn an. Für die Bindung kam eine Two-in-one-Broschur zum Einsatz, bei der sich der Imageteil separat in den Umschlag des Geschäftsberichts einlegen lässt.

Verstärkt in der Beraterrolle

Insbesondere in den letzten Jahren steigt der Bedarf der Kunden nach kompetenter Beratung. »Vor ein paar Jahren beschäftigten



Titelseite des Geschäftsberichts der Sinner Schrader AG: Die besonders hochwertige, durchgängige Wabenstruktur wurde durch eine partielle Laserstanzung im Zusammenspiel mit einer UV-Spotlackierung erreicht.

viele Agenturen zum Beispiel noch eigene Produktioner, die viel druck- und verarbeitungstechnisches Wissen mitbrachten«, so Drechsler. »Sie testeten oft selbst und wussten von Anfang an, was machbar ist. Heute werden diese Positionen oftmals eingespart und wir übernehmen diese Rolle.«

Darüber hinaus hat sich sein Unternehmen mit der breiten Veredelungsexpertise bei vielen Kunden als Beratungspartner etabliert. »Vor kurzem verlangte der Controller eines Kunden die Ausschreibung eines Druckauftrags, den wir in der Vergangenheit produziert hatten. Unser Ansprechpartner beim Kunden aber hatte in den



Glänzender Auftritt: Das Jubiläumsmagazin der Designer-Boutique Jades wartet mit einer Tagesleuchtfarbe in Pink, schwarzen Flächen, Heißfolienprägung in Silber, einer darüber liegenden, vollflächigen Glanzcellophanierung und einem kratzfesten UV-Mattlack auf. Dadurch glänzen Pink und Silber wie Spotlackierungen.

vergangenen Jahren gute Erfahrungen mit unseren Druckprodukten gemacht, sodass die Ausschreibung aufgeteilt wurde in Beratungsleistungen und die Umsetzung«, sagt Drechsler. Sein Unternehmen erhielt den Zuschlag für die Beratung in Sachen Veredelung. Die Ausschreibung für den Druckauftrag läuft derzeit noch. »Ich bin überzeugt, dass dieses Modell einer zweigeteilten Ausschreibung noch großes Potenzial für uns birgt.«

Mit Partnerschaft punkten

»Wir setzen bei jeder Zusammenarbeit – sei es mit Kunden oder zuliefernden Unternehmen – immer auf eine Partnerschaft«, so Drechsler. Seine Firma arbeitet mit vielen ihrer Papier- und Farblieferanten seit Jahren zusammen. »Das ausgiebige Testen im Vorfeld einer Produktion ist vor allem durch unsere engen Beziehungen zu Partnern möglich, die ebenso wie wir ihren Fokus auf Problemlösungen bei hohem Qualitätsanspruch legen. Wir tauschen uns ständig über neue Produkte aus. Dadurch sind wir immer auf dem aktuellen Stand, was Neuentwicklungen angeht.«

Letztendlich stellt Druckstudio auf diese Weise eine schnelle Reaktionsfähigkeit sicher: »Wenn wir vor einer neuen Anforderung stehen, wissen wir immer, welche neuen Möglichkeiten wir haben, diese Anforderungen umzusetzen. Anders herum kommen auch Lieferanten zu uns, um beispielsweise neues Papier oder neue Lacke zu testen – und wenn wir überzeugt sind,

nutzen wir die Tests gleich für aktuell anstehende Jobs.«

Beweisen, dass es doch geht

Auch das Magazin zum Jubiläum des zehnjährigen Bestehens der Designer-Boutique Jades forderte die Düsseldorf: »Der Kunde kam mit vier Magazinen zu uns. Die Titelseiten waren unterschiedlich veredelt und er wollte alle vier Effekte auf dem Titel seines Magazins umsetzen. Dabei ging es um eine Tagesleuchtfarbe in Pink, die UV-spotlackiert werden sollte, eine Mattcellophanierung und eine großflächige Heißfolienprägung in Silber.«

Der Kunde hatte bereits Angebote eingeholt. Alle Mitbewerber waren der Meinung, dass eine Heißfolienprägung auf einer Mattcellophanierung nicht möglich sei. Druckstudio hatte dagegen eine Lösungs-idee und präsentierte nach etwa zehn Testläufen einen Vorschlag: Nach dem Druck in Pink und Schwarz wurde in einem weiteren Arbeitsgang die Heißfolienprägung in Silber aufgebracht. Darüber wurde eine vollflächige Glanzcellophanierung aufgebracht und in einem weiteren Arbeitsgang wurden alle in matt gewünschten Stellen mit einem kratzfesten UV-Mattlack versehen. Dadurch glänzen die Tagesleuchtfarbe Pink und die Heißfolienprägung in Silber wie Spotlackierungen.

Eine Schwierigkeit lag auch im Schwarzflächenanteil des Umschlags: »Nachdem wir ihn mit UV-Lack kratzerunempfindlich gemacht haben, wurde der Klebebinder

aufwendig mit Samt ausgekleidet, damit auch keine Weiterverarbeitungsspuren sichtbar werden«, so Drechsler. »Der Kunde war begeistert und wir hatten den Auftrag.«

ds

Gebündeltes Wissen für neue Veredelungsprojekte

»Drucken auf hohem Niveau braucht Erfahrung und Kreativität in der Umsetzung«, so Werner Drechsler, Geschäftsführer der Druckstudio GmbH (Düsseldorf). »Das bedeutet, man muss analytisch denken, Spaß an der Lösung von Problemen haben und sie selbstständig in die Hand nehmen. Uns liegt sehr daran, im Unternehmen Transparenz über Kundenwünsche und Anforderungen zu schaffen – denn je transparenter wir kommunizieren, desto motivierter sind die Mitarbeiter bei der Entwicklung von entsprechenden Lösungsansätzen.« Bereits seit über einem Jahr spielt die interne Wissensdatenbank eine wichtige Rolle. Bei neuen Projekten recherchieren die Mitarbeiter zunächst dort, welche Informationen zu den entsprechenden Themen vorhanden sind. »Dadurch können wir uns auf bisher ungelöste Probleme konzentrieren. Das spart uns viel Zeit und trägt dazu bei, auch ausgefallene Lösungen schnell zu entwickeln und umsetzen zu können«, so Drechsler.

NEU... ...UND OHNE VERSANDKOSTEN* ... die Internet-Druckerei!	1.000 Visitenkarten 8,6 x 5,4 cm, 350g/m ² BD matt, 4/4-farbig Euroskala doppelseitig, Offsetdruck, versandkostenfrei*	2.500 Flyer DIN A4 DIN A 4, 100g/m ² BD glänzend, 4/4-farbig Euroskala doppelseitig, Offsetdruck, versandkostenfrei*	1.000 Briefbogen DIN A4, Printspeed weiß 80g/m ² (Top- Qualität!), 4/0-farbig Euroskala einseitig, Offsetdruck, versandkostenfrei*	www.print3.de (034202) 3 40 30 Feldsiedlung 18 04509 Delitzsch
	netto nur 20,95 € inkl. MwSt. 24,93 €	netto nur 81,06 € inkl. MwSt. 96,46 €	netto nur 46,25 € inkl. MwSt. 55,04 €	

* Bei Standardlieferung