

## **CASE STUDY**

### *Veredelung entdecken*

---



**Margreff** Druck und Medien  
[www.margreff.de](http://www.margreff.de)



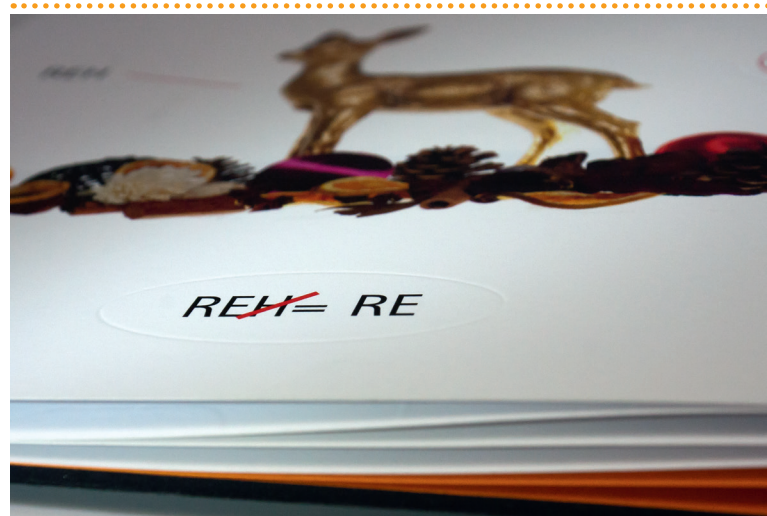
## CASE STUDY

Veredelung entdecken

*Im Grunde ist es ein Rätsel, warum die Chance der individualisierten und effektvollen Kommunikation immer noch von so wenigen Unternehmen ergriffen wird. Umso erstaunlicher ist es, dass ausgerechnet ein Rätselbuch Wege aufzeigt, die letztendlich die Zukunft gestalten können.*

Die große Herausforderung der Individualisierung ist, dass viele Kreative und Printbuyer, sei es nun bei den Marketeers selbst oder auch in Agenturen, eigentlich keine genaue Vorstellung davon haben, welche Möglichkeiten der gedruckten Kommunikation tatsächlich offen stehen. „In den letzten Jahren produzieren wir sehr viel im Bereich der individualisierten Kommunikation. Etwa 80% unserer Aufträge sind tatsächlich individualisiert. Dennoch müssen wir in den Gesprächen mit unseren Kunden immer ganz von vorn anfangen. Immer noch ist die Individualisierung ein Alleinstellungsmerkmal. Dabei sind die vorhandenen Möglichkeiten nicht nur im wahrsten Sinne des Wortes einzigartig, sie wirken sich auch sehr deutlich auf den Kommunikationserfolg aus“, erklärt Harald Margreff von Margreff Druck und Medien. „Es gibt einige interessante Projekte, die beweisen, dass die Responsequoten steigen, wenn die Ansprache individueller und die Gestaltung edler ist.“

Die neuen Generationen der Digitaldrucktechnologien zeigen sich deshalb immer öfter nicht nur bei Individualisierungen, sondern auch bei Veredelungen von ihrer besten Seite. Das gilt auch für die HP Indigo 7600. Von weltweit zwei



*4C mit Raised Print und Reversed Textured Effect Prägung.*

Betaversionen ist eine bei Margreff Druck und Medien in Essen gelandet. „Die Maschine bietet schon einige interessante Veredelungsoptionen, das beginnt beim sogenannten Raised Print, der beim Digitaldruck gerade ganz groß in Mode ist, und geht bis hin zu den (Reversed) Textured-Effekten, also dem Hoch- und Tiefprägen von Formen. Dazwischen gibt es jede Menge anderer Funktionen, die es für uns zum damaligen Zeitpunkt zu entdecken galt.“

### **BILDERRÄTSEL**

Einfach einen technischen Probelauf zu starten, schien dem Kommunikationsexperten zu simpel. Schnell war die Idee geboren, ein Objekt zu schaffen, das alle Möglichkeiten ‚effektiv‘ demonstriert. „Hinter sehr viel Technik und Leidenschaft steht gerade im Digitaldruck auch ein großer

## CASE STUDY

Veredelung entdecken

„kreativer Spielraum, etwas Neues zu gestalten,“ fügt Harald Margreff an. „Unsere Kunden sollten etwas in die Hand bekommen, das nicht nur theoretisch erklärt, welche Materialien und Methoden es gibt. Wir wollten vielmehr eine spannende Geschichte erzählen. Uns war es wichtig, dass die Leser das Buch in die Hand nehmen und spielerisch erfahren, wie Material und Druck optimal miteinander kombiniert werden können, welche gestalterische Wirkungen oft schon simple Techniken haben können und wie viel Spaß Printprodukte eigentlich machen können.“

Der Weg zum Rätselbuch war nicht weit. „Zwar ist das Rebus ein wenig aus der Mode gekommen, aber für unsere Zwecke passte es optimal. Die Idee beim Rebus ist, aus zwei Bildern einen neuen Begriff zu raten. Wir haben zum Beispiel auf einer Doppelseite links Wasser und rechts Sternzeichen abgebildet. Bei Letzterem werden die ersten fünf Buchstaben gestrichen. Zusammengesetzt ergibt sich daraus das Wasserzeichen. Auf diese Weise haben wir nicht nur direkt verschiedene Begrifflichkeiten aus der grafischen Industrie, aus der Werbung und aus der Typografie aufgegriffen und bildtechnisch umgesetzt, die Leser beschäftigen sich auch für den Einsatz im Marketing wertvolle Sekunden länger mit dem Buch und seinem Inhalt.“

### EFFEKT(IV)

Natürlich wurde im Rebus-Buch nicht nur mit Worten, sondern in erster Linie mit Materialien und Effekten gespielt. Neben klassischen Bilder-



*Kaltfolie und Bilderdruck, WhiteInk, 4C, Textured Effect und partiell transparente Farbe auf der Prägung.*

druckpapieren kamen etwa auf einigen Seiten Feinstpapiere in Schwarz und Dunkelbraun zum Einsatz. „Wir haben mit Deckweiß, mit 5. 6. und 7. Farbe experimentiert, und daraus tolle Effekte gezaubert“, ergänzt Harald Margreff. „Wenn White Ink einmal, drei-, fünf- oder neunmal aufgebracht wird, kann man nicht nur sehen, wie sich das Druckbild bzw. der Deckungsgrad verändert, es entstehen auch unglaublich schöne Ergebnisse. Gerade beim Deckweiß werden immer noch lange nicht alle Möglichkeiten ausgeschöpft. Das betrifft die Verwendung auf schwarzen bzw. dunklen Materialien. Genauso kann man damit aber auch Textzeilen unterdrucken, um Skalen oder einfach ein sauberes Druckbild auf einem durchgefärbten Material zu bekommen.“

## CASE STUDY

Veredelung entdecken



Auch goldfarbene Materialien und im Offset vorgedruckte Kaltfolie haben eine spektakuläre Wirkung. „Solche Materialien verwenden wir im Digitaldruck, um damit ganz spezielle Effekte zu erzielen. Im Prinzip ist dies nichts anderes als eine Folienveredelung, die wir im Digitaldruck mit Deckweiß, mit 4c-Farben oder Lack bedrucken. Eine bemerkenswerte Wirkung erzeugen auch Hoch- und Tiefprägungen, vor allem wenn man sie geschickt miteinander kombiniert.“

### RESONANZEN

Das Rebus-Buch wurde tatsächlich komplett im Digitaldruck produziert - sieht man davon ab, dass einige Druckmedien wie zum Beispiel die Kaltfolie vorgefertigt wurden. „Wir hatten das Konzept schon länger in der Schublade liegen, um es ursprünglich im Offset umzusetzen. Doch das war bislang schlicht und ergreifend zu aufwändig und hätte auch durchaus horrenden Summe an Kosten verursacht. Mit der Indigo 7600 können wir jetzt im Prinzip alles in einem Durchgang und auch in kleinen Auflagen herstellen“, erklärt Harald Margreff. Immerhin war das Rätselbuch zunächst nur als Give-away für Kunden und Interessenten gedacht, die mit der Visualisierung verschiedener Möglichkeiten für den Digitaldruck begeistert werden sollten. Doch die ursprüngliche Auflage von 200 Exemplaren reichte bei Weitem nicht aus. Das Interesse war so groß, dass zuletzt 2400 Exemplare nachproduziert werden mussten, um der großen Nachfrage gerecht zu werden. Für eine kleine Eigenwerbung ist das schon eine beachtliche Auflage.

„Es ist eine spannende Geschichte, dass wir mit der Indigo 7600 tatsächlich mittlerweile mehr Veredelungen bzw. individualisierte Veredelungen produzieren als klassischen 4c-Druck. Bei den letzten Zahlen, die ich gesehen hatte, schlug allein Raised Print mit 800.000 Klicks zu Buche, bei 4c waren es etwa 600.000 Klicks. Das heißt, die Nachfrage am Markt ist eindeutig vorhanden“, so Harald Margreff. „Ich glaube, dass besonders die Kombination aus Veredelung mit Individualisierung reizvoll ist. Eben weil das noch Neuheitswert besitzt. Es entstehen einfach unglaublich spannende Effekte, und damit wichtige und richtige Schritte in die Zukunft“

Das Rebus-Buch kann nur Anhaltspunkte für das geben, was technisch möglich ist. Die Kreativität, der Ideenreichtum, ist zwar durch die technischen Gegebenheiten immer ein klein wenig limitiert. Doch wenn Agenturen und Kreative diese spannend verpackt präsentiert bekommen, dann erschließen sich auch wieder ganz neue Wege der Kommunikation.



**PRINT digital!**  
eine Initiative des f:mp.  
Waldbornstraße 50  
56856 Zell/Mosel

**T** +49 (0) 6542 5452  
**F** +49 (0) 6542 5422  
info@print-digital.biz  
www.print-digital.biz