



### WAS EINSTEIGER WISSEN SOLLTEN

Welche Technologie im digitalen Etikettendruck eignet sich eigentlich für welche Anwendungen? Seite 20



### PUBLISHING ALS ERLEBNIS

Beim Multichannel-Publishing rückt die Steigerung des Nutzererlebnisses immer mehr in den Fokus. Seite 30



### DIGITALE PROPHEZEIUNG

Koenig & Bauer Coding bringt mit Kyana Künstliche Intelligenz in die Kennzeichnungstechnik. Seite 18

# Deutscher Drucker

VORSTUFE · CROSS MEDIA · DRUCK · WEITERVERARBEITUNG

2. November 2018 · Nr. 22 · 54. Jahr



## Großer Beifall für die Besten der Druck & Medien Awards

Großer Jubel und strahlende Sieger bei den „Druck & Medien Awards“ 2018 in Berlin. Über 470 Gäste feierten beim Gala-Event des Verlags Deutscher Drucker die Preisträger in 25 Kategorien. Seite 8

# Fahrplan für verpackte Mailings

**EFFIZIENTES DIALOGMARKETING** ■ Zielgerichtet Inhalte übermitteln und den Empfänger direkt ansprechen: Dialogmarketing gewinnt auch in Zeiten der digitalen Informationsflut weiter an Bedeutung. Dabei ist das klassische Werbemailing längst von aufwändigen, individuellen Mailingprodukten abgelöst worden. Das Printprodukt Mailing hat sich neu positioniert. Eine ansprechende, personalisierte Versandverpackung ist heute gefragter als ein einfacher Flyer.

■ Das klassische gedruckte Werbemailing ist nach wie vor im Trend. Auch im digitalen Zeitalter schicken Unternehmen ihren Kunden auf ganz konventionellem Wege Post zu. Jedes dritte Unternehmen macht Bestandskundenwerbung; wichtigstes Medium ist hier das physische gefolgt vom digitalen Mailing, wie eine aktuelle Studie des Dialogmarketing-Monitors 2018 der Deutschen Post ermittelte. Dabei sind postalische Werbesendungen zwar häufig teurer als die digitale Kundenansprache, doch erfahrene Marketingexperten wissen, dass sich dies langfristig auszahlt. Vor allem die persönliche Kundenansprache, der Kundenbindungseffekt und die hohe Wertigkeit sind Gründe für den Einsatz adressierter Printmailings, so die Studie der Post. Und genau das macht dieses Dialogmarketing-Segment zu einem spannenden Markt, nicht zuletzt auch für Hersteller von Verpackungen.

**VERPACKTE MAILINGS.** Aufgrund der wachsenden Nachfrage hat sich das Unternehmen Faltschachtel Hamburg bereits vor Jahren des Themas „verpackte Mailings“ angenommen und ist inzwischen ein Spezialist auf dem Gebiet aufwändiger Produktmailings. Denn die Mehrheit der Kunden wolle keine Standardlösungen. Viele der Auftraggeber seien bereit, mehr Geld für anspruchsvolle Mailings zu zahlen, wie Martin Lemcke, Geschäftsführer des Unternehmens, zu erzählen weiß.

Der Weg eines Mailings beginnt oft mit einer genauen oder grob gefassten Idee. „Bereits zu diesem Zeitpunkt ist es wichtig, dem Kunden die richtigen Fragen zu stellen und ihm den Weg durch die Planung zu weisen“, so Lemcke. Viele der Kunden würden eher selten Mailingkartons in Auftrag geben und somit auch nicht mit Spezialagen-



Der Mailingkarton-„Fahrplan“, den Faltschachtel Hamburg seinen Kunden zur Verfügung stellt, ist Bestandteil des Musterkits und beantwortet erste Fragen der Kunden zur Produktion von Mailings mit Verpackung.

turen zusammenarbeiten. „Deshalb haben wir eine Art Fahrplan entwickelt, den wir jetzt als unseren Mailing-Leitfaden umgesetzt haben. Diesen geben wir unseren Kunden an die Hand, um erste Fragen zu beantworten und die richtigen Impulse zu setzen“, erklärte der Geschäftsführer.

**DER LEITFADEN ZUR MAILINGPLANUNG.** Dabei sind grundlegende Parameter ganz am Anfang einer Mailingproduktion zu klären. Dazu gehören beispielsweise die Fragen nach Auflage,

Füllprodukten, Versandspezifikationen und die Art der Personalisierungen. Ganz besonders wichtig sei der Faktor Zeit, lässt der Geschäftsführer wissen. Würden interne und externe Abstimmungsschleifen einkalkuliert, gerate man aufgrund der exakten Vorplanung später nicht unter Druck. Es lohne sich also, die Wünsche und Maßnahmen gleich zu Beginn genau zu beschreiben. Und das wiederum spare sowohl Zeit als auch Geld.

Faltschachtel Hamburg setzt schon in diesem Stadium auf die umfangreiche Beratung der Kun-



Bei auflagenstarken Produktionen ist die maschinelle Verarbeitung eine wichtige Voraussetzung.



In der Entwicklungsabteilung entstehen auch Verpackungen in ungewöhnlichen Formaten.



In den Mailingkarton integrierte Bild- und Soundmodule erzielen besondere Effekte.





Neben der Herstellung der Kartonage gehören auch Konfektionieren, Bestücken und Versand dazu.



Gewicht und Versandart des Mailings bestimmen, woraus der Mailingkarton hergestellt werden sollte.



Eine von vielen Möglichkeiten für maßgeschneiderte Promotionverpackungen.

den durch die Mitarbeiter. Ab diesem Zeitpunkt werden bereits die möglichen Veredelungstechniken angesprochen. Der neue Mailing-Leitfaden des Verpackungsunternehmens verdeutlicht diese Punkte des Vorgehens anschaulich in einem Mailing-booklet. Das Printprodukt, das im sogenannten Mailingkarton an die Kunden des Unternehmens versendet wird, ist selbst ein gutes Beispiel, wie Faltschachtelhersteller mit der eigenen Expertise auf sich aufmerksam machen und gezieltes Eigenmarketing betreiben können.

**EINE ERSTE PREISIDEE.** Jedes Mailing hat, ebenso wie auch andere Printprodukte, einen Budgetrahmen, der einzuhalten ist. Dabei hilft es unheimlich, diesen mit dem Druckdienstleister zu besprechen. Beginnt man erst einmal eine gute Idee zu entwickeln und zu bemustern, so ist es schade, wenn im Anschluss klar wird, dass die Umsetzung außerhalb des zur Verfügung stehenden Budgets steht. So verfügt Faltschachtel Hamburg mittlerweile über ein großes Portfolio an Produktionsbeispielen, anhand derer man sich eine grobe Etatkalkulation

berechnen lassen kann. Auf diese Weise, so die Erfahrung, die man im Unternehmen gesammelt hat, ist es leichter, den Weg in die gewünschte Richtung einzuschlagen. Im weiteren Verlauf der Produktion werden die Kosten schrittweise angepasst. Hierbei sei es wichtig, die Balance zwischen Kosten, Qualität und Stabilität des Mailingkartons zu halten. „Zu Gunsten des Preises darf man nicht an der Stabilität sparen, sonst gibt es am Ende böse Überraschungen“, weiß der Geschäftsführer.



**Zu Gunsten des Preises darf man nicht an der Stabilität sparen, sonst gibt es am Ende böse Überraschungen.**

Martin Lemcke, Faltschachtel Hamburg

telhersteller abhängig von der Auflagenhöhe und dem Qualitätsanspruch der Kunden. Die Heidelberger-XL-Kartonmaschinen des Unternehmens im Format 75 x 105 cm mit fünf bzw. sechs Farbwerken plus Lack eignen sich besonders für Großauflagen im Verpackungs- und Faltschachtelbereich. Der ebenfalls für Großauflagen bereitstehende Bobst Stanzautomat verarbeitet bis zu 8000 Bogen pro Stunde und Kartonstärken bis zu 700 g/m<sup>2</sup>. Für Kleinserien ist ein Anapurna-M2540-Flachbettdrucker mit UV-härtenden Tinten von Agfa wie geschaffen. Außerdem verfügt das Unternehmen über Faltschachtel-Klebestraßen, Facon-Anleimmaschinen sowie Hohlkammer- und Fensterklebemaschinen. Auf diese Weise können auch schwierige Klebetechniken umgesetzt werden. Nicht zuletzt werden die Faltschachteln und Verpackungen durch eine sorgfältig ausgewählte Veredelung im Lack-, Folien- und Prägeverfahren hervorgehoben oder geschützt.

**AUF DEN WEG GEBRACHT.** Hochwertige Mailings in kleinen Auflagen konfektioniert und versendet der Verpackungshersteller selbst. Anders verhält es sich bei aufwändigen Personalisierungen und großen Auflagen. Hier arbeitet Faltschachtel Hamburg mit langjährigen Lettershoppartnern zusammen. Das nach ISO 9001: 2105 zertifizierte Unternehmen setzt hohe Priorität auf Datensicherheit und gewährleistet so ein kontrolliertes Qualitätsmanagement. Bei besonders aufwändigen oder sehr auflagenstarken Produktmailings empfehle es sich, in einen Testversand zu investieren. Diese Vorab-Prüfung sei gerade dann zu empfehlen, wenn dem Mailing zusätzlich Ware wie Produktproben oder Give-Aways beigelegt werden, denn hierbei werde die Kartonage auf Herz und Nieren geprüft, meint Martin Lemcke. Dafür fertigt der Faltschachtelhersteller eine Kleinserie des Mailings und schickt es zur Versandprüfung ein. Eventuell fällt danach die Entscheidung für ein stärkeres Material, oder die Stabilitätsstufe wird reduziert. Das spare besonders bei größeren Auflagen Kosten.

**FAZIT.** Die Nachfrage nach interaktiven Druckerzeugnissen steigt. Im Fokus stehen Individualität, Funktionalität und Qualität. Umso wichtiger sind Planung und Organisation einer Mailingkampagne im Vorfeld der Produktion. [6900] (pe)

## Verpackte Mailings – was zu beachten ist

- Die Produktion von Mailings mit Verpackung wird deutlich vereinfacht, wenn Kunde und Dienstleister zu Beginn nachfolgende Punkte klären:
- Zeitrahmen – Standardlösung oder individuelle Entwicklung?
- Auflage – wird im Digital- oder Offsetdruck produziert?
- Mögliche Füllprodukte – wie groß wird die Verpackung, wie stabil muss das Material sein, werden Inlays benötigt?
- Budget – welche Veredelungsmaßnahmen sind realistisch?
- Optik – Adressticket oder Fenster?
- Haptik – welches Material wird verwendet?
- Versandweg – Paketdienst, Post oder persönliche Übergabe, evtl. Testversand?

**DIE MAILINGPRODUKTION.** Nach ersten Gesprächen über Auflage, Einsatz und Materialfindung produziert das fünf Mann starke Entwicklerteam des Hamburger Unternehmens ein Weißmuster des gewünschten Produkts. Dieses soll garantieren, dass das spätere Stanzwerkzeug passgenau ist. „Oft wünschen sich unsere Kunden Vorschläge für die Umsetzung ihrer Ideen ohne strikte Vorgaben. Dann macht die Arbeit besonderen Spaß, weil wir kreativ werden können. Wir haben schon einige knifflige oder sogar unmöglich erscheinende Aufgaben auf den Entwicklertisch bekommen und umgesetzt“, erzählt Lemcke.

„Zum Beispiel haben wir in einem Exklusivmailing für Abonnenten zwei Weingläser und eine Flasche Wein ansprechend und bruchstabil verpackt. Beim Öffnen des Mailings sollte zudem ein Konzertausschnitt abgespielt werden. Diese Anforderung haben wir mit kaschierter E-Welle, Schaumstoffinlay und einem verdeckten Soundmodul mit Ziehmechanik umgesetzt und die 500 Sendungen bruchstabil auf die Reise zum Empfänger geschickt.“ Ob im Offset- oder im Digitaldruck produziert wird, ist beim Hamburger Faltschach-