



Foto : Druckerei Vogl

Am 22. Oktober 2019 findet in München erstmals die Konferenz „Druck und Design“ statt. Sie will Drucker und Designer enger vernetzen – mit dem Ziel, perfekte Printprodukte entstehen zu lassen. Marko Hanecke, Print-Produktioner und Autor, spricht dazu mit Ralf Vogl, Chef der Druckerei Vogl und Referent auf der „Druck und Design“.

**Was reizt dich an der Druckbranche und was treibt dich an?**

Die vielen Möglichkeiten finde ich super spannend, jeden Tag gibt es eine neue Herausforderung. Unsere Kunden gestalten tolle Produkte und wir freuen uns immer noch wie die Kinder über jede schöne Umsetzung! Was mich antreibt? Natürlich einen super Job abzuliefern, die Kunden zufriedenzustellen und einen soliden Laden zu leiten, bei dem auch die Zahlen stimmen!

**Du hast oft Umgang mit Kunden, die Druckprodukte abseits der Norm verwirklichen möchten. Wie gelingt dir eine erfolgreiche Kommunikation mit diesen kreativen Kunden?**

Wir werden oft schon früh mit ins Boot geholt. Sprich, bereits bei einer umfangreichen Anfrage sprechen wir den Kunden an und kommunizieren mit ihm über mögliche Stolpersteine. Wir lassen uns rechtzeitig Daten zur Kontrolle schicken und beraten hier bereits bei der Datenerstellung, denn auch wir können nur so gut drucken, wie es die Daten hergeben. Nicht selten erstellen wir mehrere Blindmuster, beraten den Kunden hinsichtlich des Papiers und schlagen Alternativen vor. Damit sind unsere Kunden sehr happy!

**Auch du bist auf der neuen Konferenz „Druck und Design“ und gibst ein Work-Panel zum Thema Kernkompetenz Kommunikation. Was genau möchtest du den Teilnehmern vermitteln?**

Eigentlich geht es für mich darum, mehr Kommunikation zu schaffen. Kreative, Kunden, Endkunden davon zu überzeugen, dass es Sinn macht, den Drucker schon früh mit ins Boot zu nehmen. Oft ist es doch so, dass sich die Agentur eine schöne Broschüre ausdenkt, mit tollen Verarbeitung- und Veredelungstechniken, und wir die Sachen dann fix und fertig vorgelegt bekommen. Dann poppen manchmal Aufgabenstellungen auf, die schwer zu lösen sind, und die Terminuhr läuft. Wenn hier im Vorfeld kommuniziert wird, haben alle einen entspannteren Job, der auch noch zu deutlich besseren Ergebnissen führt. Alle gewinnen!

### Wie ticken kreative Druckereikunden?

Unsere Kunden stehen einfach auf Beratung. Da es in den meisten Agenturen keine Print-Produktioner mehr gibt, ist das nun unser Job. Wir haben bei den Agenturen dann meistens mit den Kreativen direkt oder mit den Kundenberatern zu tun. Sehr oft entstehen im Dialog die tollsten Dinge und unsere Kunden sind sehr offen für unsere Vorschläge!

### Wohin entwickelt sich die Druckbranche? Wie wird die Branche von den Kreativen wahrgenommen und welche Rolle nimmt Print künftig ein?

Wir haben immer wieder von den Universitäten der Umgebung junge Nachwuchskreative bei uns zur Druckereiführung. Hier hören wir stets, dass Print für sie immer noch eine große Rolle spielt. Natürlich hat der digitale Content seine klaren Vorteile, aber wenn es um qualitativ nachhaltige Produkte geht und diese Werte und Wertigkeit transportiert werden sollen, spielt Print eine große Rolle. Print ist einfach glaubwürdiger als Online! ■



printQ

WIR  
REVOLUTIONIEREN  
WEB TO PRINT



Wir gratulieren dem **Bundesverband Druck und Medien e. V.** zum **150-jährigen Jubiläum**. Besuchen Sie uns auf unserem Stand auf dem **Deutschen Druck- und Medientag** oder auf der **FachPack (Halle 4, Stand 4-434)**.