

INTERVIEW

Erfolgreiche Druckprodukte entwickeln



Marko Hanecke arbeitet als Print-Produktioner, Autor und Speaker und betreibt die Seite Printelligent. Im Interview stellt er sein neues Projekt „Print by Design“ vor.

Auf Printelligent.de schreibst du über gedruckte Kommunikation. Worum geht es dir dabei?

Auf Printelligent werfe ich einen Blick durch die Produktioner-Brille auf die Druckindustrie, Technik und Menschen unserer Branche. Ich äußere mich meinungsstark und teile Fachwissen. In meinen Interviews kommen Persönlichkeiten verschiedener Disziplinen zu Wort. Kurzum: Über Printelligent.de begeistere ich seit drei Jahren die Kreativwirtschaft mit Artikeln, die das faszinierende Potenzial unserer Branche aufzeigen.

Ein Herzensprojekt von dir ist Print by Design. Was verbirgt sich dahinter?

Print by Design ist eine Kreativitätstechnik, mit der zündende Ideen für erfolgreiche Druckprodukte entwickelt werden. Dabei definieren wir Kommunikationsziele und finden heraus, welche Effekte geeignet sind, um diese Ziele über Print sinnlich erfahrbar zu machen. Der Clou: die Konzentration auf rund 20 Effekte, wie beispielsweise Form-, Bewegungs- oder Überraschungseffekte. Üblich ist ja der Blick auf Techniken und Veredelungen, die aber den meisten Teilnehmern unbekannt sind. Um Kreativität zu fördern und um Unsicherheit in Neugierde zu wandeln, benötigen wir ein universelles

Kommunikationsmittel. Und das liefert Print by Design.

Für wen ist diese Methode geeignet?

Sie richtet sich an alle am Entwicklungsprozess beteiligten Akteure. Das schließt Grafiker, Werber, Werbende, Verlage und Druckereien ein. Print by Design wird vor, während oder nach einem Briefing eingesetzt. Es funktioniert allein und in Gruppen. Ist eine Idee geboren, aber der Marktzugang fehlt? Dann finden Anwender auf Printelligent.de künftig kreative Drucker, die gerne Produkte abseits der Standards entwickeln und produzieren.



Druckprodukte „von der Stange“ sind nicht geeignet für die sinnliche Übermittlung von Kommunikationszielen?

Es kommt auf das Ziel an. In einigen Fällen ist der Standard durchaus okay. Aber klar ist: Nur ein Maßanzug sitzt perfekt.

Spielt Nachhaltigkeit eine Rolle?

Unbedingt! Wir sollten Nachhaltigkeit aber völlig anders betrachten als es heute in der Branche üblich ist. Der Blick auf Zertifikate und Emissionen ist wenig aussagekräftig. Die dem Druck vorgelagerten Prozesse sind für mich entscheidend.

Ein Denkanstoß: Ist ein Pizzaflyer, der mit dem Blauen Engel für Druckerzeugnisse zertifiziert wird, wirklich nachhaltig? Was, wenn die Umsetzung so beliebig ist, dass die meisten Exemplare ungesehen und ohne eine Bestellung auszulösen, im Papierkorb landen? Macht es nicht deutlich mehr Sinn, Print so zu gestalten, dass es erfolgreicher wird und von der Zielgruppe geschätzt wird? Der Flyer muss so zielführend sein, dass der Pizzabäcker nur 15.000 anstatt 30.000 Stück benötigt, um seinen Ofen auszulasten. So funktioniert Nachhaltigkeit.

Was sind die nächsten Schritte?

Print by Design übertrage ich auf eine Art Kartenspiel. Die Effekte werden so multisensorisch erlebbar und fördern zusätzlich die Kreativität. Außerdem ermöglichen sie einen niedrigschwelligen und spielerischen Zugang. Auf diesen Erlebniskarten baut ein Workshop auf, der sich optional buchen lässt – hier könnte ich mir eine Zusammenarbeit mit dem VDM Nord-West vorstellen. ■

Mehr Informationen:
Printelligent.de