

IDEEN MAGAZIN

FULL SERVICE
FÜR PRINT,
ONLINE UND
WERBEMITTEL

DAS NENNEN WIR ZUSAMMENSPIEL

REICHWEITE

Auf die richtigen Karten setzen

Seite 4

AUFMERKSAMKEIT

Diese Notizbücher haben's in sich

Seite 12

STRATEGIE

So sind die Würfel schon gefallen

Seite 14



HAND IN HAND

Liebe Marketingfreunde,

damit alles Hand in Hand geht, vereinen grunewald und **bk**promotion ihre Kompetenzen und bündeln mehr und mehr die Kräfte. Sie bauen auf das Zusammenspiel in echten Erfolgsteams – im engen Austausch mit Kunden, Marketingabteilungen und Agenturen.

Dieses eingespielte Miteinander vereinfacht Ihnen die Arbeit. Denn von der Idee über die Werbemittel und die Produktion bis zum Versand steht Ihnen ein Partner zur Seite, der alle Leistungen abdeckt. So können Sie Ihre Projekte besser planen, ganzheitlich konzipieren und schneller realisieren.

NOCH MEHR IDEEN FREI HAUS

Unser IDEENMAGAZIN informiert und inspiriert. Es ist das Must-have für alle Marketingmacher in Agenturen und Unternehmen. Vorige Ausgaben haben wir im Archiv für Sie hinterlegt. Und über unseren Anfrage-Shop finden Sie ganz gezielt die passenden Werbemittel für Ihre Aktionen. Schauen Sie doch mal vorbei:

→ grunewaldkassel.de/aktuelles/archiv

→ bk.die6-werbeartikelshop.de

Im aktuellen IDEENMAGAZIN sehen Sie schon mal, was im Zusammenspiel der Kompetenzen alles möglich ist. Wir reichen Ihnen die Hand.

IMPRESSUM

Herausgeber
Grunewald GmbH
Digital- und Printmedien
Lindenbergstraße 44
34123 Kassel
0561 95183-0
info@grunewaldkassel.de
www.grunewaldkassel.de

V. i. S. d. P.: Michael Grunewald

Konzept und Projektleitung
Lara Nadler
0171 5521065
l.nadler@grunewaldkassel.de

Konzept und Redaktion
Achim H. Unger
0173 9112650
info@arrabiata.de
www.arrabiata.de

Gestaltung und Fotografie
Robert Klose
0561 95183-23
r.klose@grunewaldkassel.de

Fotos
Adobe Stock, Freepik
iStockphoto, grunewald

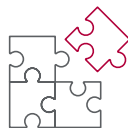
Erscheinungsweise
Zweimal pro Jahr

 **Klimaneutral**
Druckprodukt
ClimatePartner.com/53531-1905-1002

Michael Grunewald
Geschäftsführer
Grunewald GmbH

Alexander Hellwig
Geschäftsführer
bkpromotion

LEISTUNGEN IM TEAMWORK



KONZEPTION



DIGITALDRUCK



WERBEMITTEL



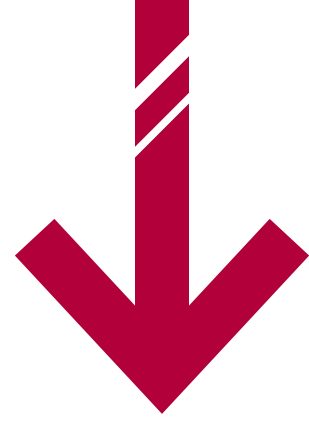
MAILINGPRODUKTION



BESTELLPORTALE



LOGISTIK



10



14



06



04 **GEHT AUF KARTE**

Für Mitglieder und Mitarbeiter

06 **POPPT AUF**

Die Schlüsselbox zum Onlineshop

08 **MACHTS KOMFORTABLER**

Das Redesign des Werbemittelshops

10 **REISST KUNDEN AUF**

Das Mailing mit der Zip-Door-Technik

12 **SCHAFFT IDENTIFIKATION**

Die Notizbücher-Kollektion des Jahres

14 **RECHNET SICH**

Die analogen Würfel 2.0

16 **IST ABGEFAHREN**

Die Werbemittelaktion mit Full Service

18 **PIMPT KLAMOTTEN**

Das leuchtende Beispiel des Textildrucks

19 **HAUT INS AUGE**

Die Sammelkarte mit Glitzer

Gesunde MISCHUNG

Unter dem Motto „Geht auf Karte“ bewarb die AOK Rheinland/Hamburg ihre Gesundheitskarte als Schlüssel zu allen Leistungen und Angeboten.

75 000 Mitglieder erhielten ein Kartenmailing, bestückt mit einem Kartenhalter zur Befestigung am Smartphone. 7 800 Mitarbeiter bekamen ein Mailing in the Box, das eine Kartenhülle mit RFID-Blocker enthielt. So rückten beide Mailings die Gesundheitskarte in den Fokus.

SMARTE BOTSCHAFT AN MITGLIEDER

Die quadratische Klappkarte, im geschlossenen Format 210 x 210 mm, steckte in einer ebenfalls quadratischen Panoramahülle. Das Aktionsmotto „Geht auf Karte“ war somit schon vor dem Öffnen sichtbar.

Der Kartenhalter mit gelasertem AOK-Logo ist so in der Karte integriert, dass er wie ein Teil des Bildmotives wirkt. Die Daumenlasche fixiert das Give-away und vereinfacht auch das Herausnehmen, um den Halter dann mittels eines Stickers am Smartphone zu befestigen.

INITIALZÜNDUNG FÜR MITARBEITER

Die Geschenk-Box war der Startschuss der weitreichenden „Geht auf Karte“-Kampagne. Sie diente als initiale Information und als Dankeschön für das Engagement der Mitarbeiter.

In der Box ist ein passgenaues Inlay aus Kraftkarton eingearbeitet, das die RFID-geschützte Kartenhülle fixiert. Das Logo darauf ist in Weiß aufgedruckt. Die DIN A6-Klappkarte liegt oben auf und transportiert die wichtigsten Infos.

ZUSAMMENSPIEL IN DER PRODUKTION

bkpromotion steuerte die thematisch passenden Give-aways zur „Geht auf Karte“-Aktion bei und achtete dabei auf eine preiswerte Lösung mit wertiger Anmutung. grunewald produzierte passgenau dazu die Karten, die Box inklusive Inlay und wickelte auch das Adressmanagement sowie den portooptimierten Versand ab.



Die Panoramahülle gewährt erste Einblicke.



Raffiniert: Es sieht aus, als würde die Hand das Give-away halten.

Das gelaserte AOK-Logo mutet edel an.

Alles ist passgenau für die Aktion gefertigt

- 1 Braune Kartonbox
- 2 Klappkarte aus 250 g/m² Recyclingpapier
- 3 Individuelles Inlay aus Kraftpapier

Die Kartenhülle macht was her

- 4 Aufgedrucktes AOK-Logo in Weiß
- 5 Mit eingebautem RFID-Blocker
- 6 Dekoratives Elastikband zum Befestigen
- 7 Hülle aus leichtem Kunststoff

TEAMWORK-
PROJEKT



**KLINGT GUT?
GLEICH ANRUFEN
ODER MAILEN**

Michael Grunewald
0561 95183-11
m.grunewald@grunewaldkassel.de

SCHLÜSSELFERTIGES KRAFTPAKET ********



Pop-up (personalisiert)

Die Kernbotschaft poppt beim Öffnen auf

Clappkärtchen (personalisiert)

Podest (folienkaschiert, personalisiert)

MAILINGPRODUKTION

Die Keycard ist der Hauptdarsteller dieses Mailings in the Box. Sie liefert die individuellen Zugangsdaten zum Onlineshop der Storopack Deutschland GmbH & Co. KG.

TEAMWORK-
PROJEKT

Storopack, der Spezialist für Schutzverpackungen, stellte seinen Bestandskunden die neuen personalisierten Funktionen im Onlineshop vor. Die Agentur von Storopack, die team go direct Dialogmarketing GmbH aus Hamburg, hatte die Idee – und grunewald setzte sie im engen Teamwork um.

DAS STABILE KRAFTPAKET

Die Box besteht aus sieben miteinander verbundenen Einzelteilen. Der Korpus – also Deckel, Boden und Podest – sind aus extrastarkem 300 g/m² Karton gefertigt. Alle drei Elemente sind einseitig kratzfest folienkaschiert.

Das Pop-up-Element ist mit 200 g/m² etwas feiner, der Steg und das Inlay sind unbedruckt.

DAS SIEBTE ELEMENT

Das siebte Element ist der Schlüssel – ein kleines Kärtchen, zugeklappt 73 x 43 mm groß. Darauf sind die Kundennummer sowie ein Freischaltcode für Kollegen des Empfängers personalisiert. Diese Keycard ist mit zwei Laschen im Inlay eingefasst.

DIE SPEZIELLEN FEINHEITEN

Über die Klappkarte mit den Zugangsdaten hinaus sind auch der Deckel, das Pop-up sowie das unter der Klappkarte liegende Podest personalisiert. So werden der Kundename, die Kundenanschrift, die Zugangsdaten und die Kontaktdaten des Ansprechpartners kommuniziert.



Die Keycard mit den
personalisierten Daten

KLINGT GUT?

GLEICH ANRUFEN
ODER MAILEN

Katja Suchomel

0561 95183-10

k.suchomel@grunewaldkassel.de

FRISCHER WIND

Die DEVK nutzt für zahlreiche Werbemittel den Full Service von **bkpromotion** – inklusive eigenem Shopsystem. Das wurde jetzt gemeinsam rundum aufgefrischt.

Bereits seit 30 Jahren arbeitet **bkpromotion** für die DEVK. Mit etwa 6.000 Beschäftigten betreut diese rund vier Millionen Versicherte. Da lohnt sich ein eigenes Shopsystem für Werbemittel allemal.

Technische Reife

Die besonderen technischen Kennzeichen des neuen DEVK-Shopsystems sind die klare Struktur, die komfortablen Funktionen und zahlreiche zusätzliche Produkte. 470 aktive Artikel in 598 Artikelvarianten sind inzwischen hinterlegt. Umfangreiche Statistiktools verschaffen zudem tiefe Einblicke in Umfang und Wirkung der Maßnahmen.

bkpromotion hat den Full Service-Shop erstmals im Jahr 2007 eigens für die DEVK aufgebaut und betreut ihn seither von A bis Z. Die sichtbare Logistik reicht von der Lagerhaltung und Kommissionierung, über Personalisierungen und das Datenmanagement bis zum Versand und der Rechnungstellung.

Lernendes System

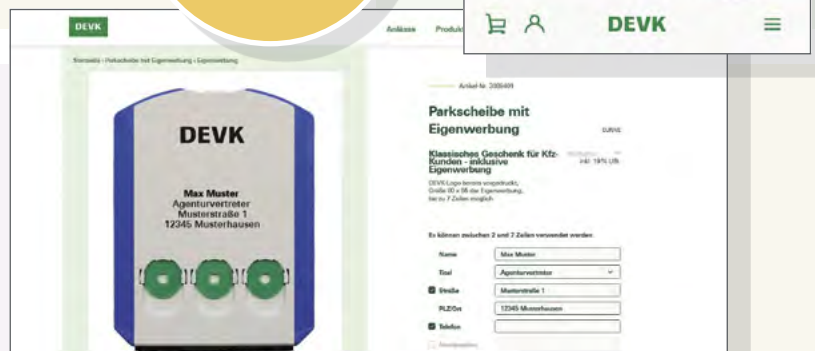
Das Shopsystem passt sich mehr und mehr den praktischen Nutzererfahrungen der DEVK an.

Ein großer Komfortsprung ist die anlassbezogene Suchfunktion, die Artikel nach thematischen Suchworten filtert, etwa „Einschulung“, „Eigenheim“, „Genesung“ etc. Sehr komfortabel ist auch die Funktion „Erneut bestellen“, mit der sich frühere Aufträge 1:1 übernehmen oder auch punktuell modifizieren lassen.

Ein eigenes Tool dient dazu, personalisierbare Give-aways für Versicherte zu ordern sowie die Geschäftsstellen im einheitlichen DEVK-Brand auszustatten. Selbst fertig geschnürte Pakete sind bereits hinterlegt, etwa ein Eismixglas plus Schokoladen-Eispulver für den Versand ins Homeoffice oder auch Motivationspakete für Webmeetings.

Die neue Artikeldetailseite liefert überdies Hintergrundinformationen zu den Werbemitteln, die weit über die reine Beschreibung hinausgehen.

≈ 600
Artikelvarianten



Diverse Artikel auch personalisiert

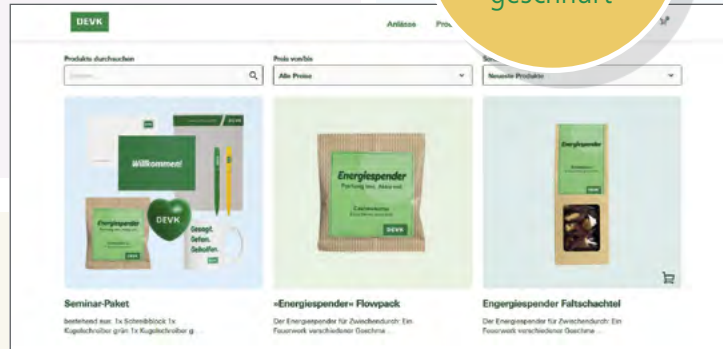
SHOPSYSTEM

Auch
thematische
Pakete sind
geschnürt

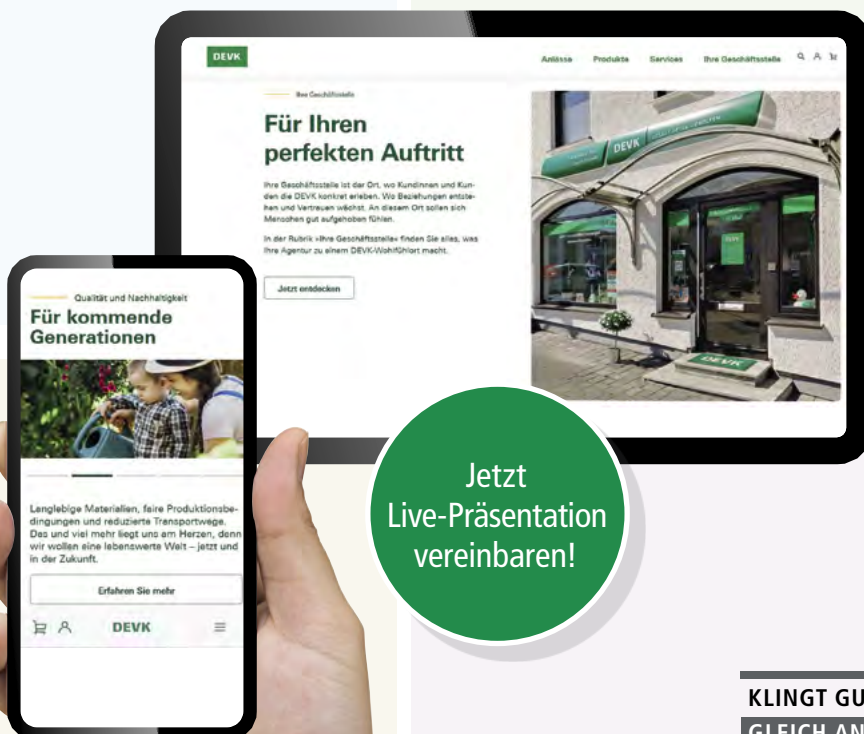
Teamwork-
Projekt

Gekonntes Zusammenspiel

Das Design des Webshops gestaltete EchoEcho, eine Agentur der DEVK. Die Imagefotos wurden vom Marketing der DEVK ausgewählt. Von gut drei Viertel aller Werbemittel im Shop schoss grunewald die professionellen Fotos, stellte sie frei und bearbeitete sie final. **bk**promotion führte alles technisch in einem Guss zusammen.



Komfortabel und inspirierend – die Filter- und Sortierfunktion



Jetzt
Live-Präsentation
vereinbaren!

GERN PRÄSENTIEREN WIR IHNEN
DAS SHOPSYSTEM, SEINE VORTEILE
UND FUNKTIONEN IN EINEM
LIVE-WEBMEETING. VEREINBAREN
SIE IHREN TERMIN GLEICH AUF
IHRER LANDINGPAGE.

KLINGT GUT?
GLEICH ANRUFEN
ODER MAILEN

Alexander Hellwig
0561 207507-27
alexander.hellwig@bkpromotion.de

REISENDER ABSATZ

hagebau nutzt sie. Und grunewald nutzt sie ebenfalls. Selfmailer!
Denn sie sind ideal für große Auflagen, brauchen kein Kuvert und kurbeln den Umsatz an.

Selfmailer gibt es in verschiedensten Varianten. Alle eint, dass sie ohne Kuvert auskommen. Sie tragen selbst die Adresse und sind durchgängig personalisierbar. Und sie sind auf die eine oder andere Art verschlossen: hier als Aufreißmailing.

Die Verkaufsargumente

Selfmailer sind ideal für große Auflagen. Sie sparen den Arbeitsschritt der Kuvertierung und somit auch Versandgewicht. Sie lassen sich günstig produzieren, rundum bedrucken, veredeln und auch personalisieren. Außerdem schüren sie schon auf den ersten Blick die Neugier und wecken den Spieltrieb. Man muss sie einfach öffnen ...

Der Türöffner

Als endlich wieder Präsenz-Events möglich waren und auch die Messen wieder ihre Türen öffneten, verschickte grunewald ein Aufreißmailing, das passende Einladungen dazu bewarb.



CROSSMEDIA EINGEBAUT:
Außen macht ein Geschenkinweis neugierig, innen lotst eine PURL auf die individuelle Landingpage

Der geschlossene Selfmailer im DIN A4-Format klappt auf stattliche 444 x 297 mm auf. Wegen des großen Formats ist das Mailing zusätzlich zur Aufreißblase oben und unten mit je einem Tabberpunkt verschlossen. Der 300 g/m² Karton ist digital bedruckt, einseitig kratzfest folienkaschiert und partiell mit Reliefflack veredelt. Auf der Vorderseite kam zudem die Sonderfarbe Silber zum Einsatz.

SELFMAILER



DOPELT AUFREISSEN:
Die beiden Perforationen dienen zum Öffnen und gleichzeitig zum Abtrennen der Rabattkarte

Das Reißverschlussprinzip

Aufreißmailings nutzen einen perforierten Streifen, der zum Öffnen des Mailings aufgerissen wird. Das ist vergleichbar mit einem Reißverschluss, auch Zip Door-Technik genannt.

Der Tapetenwechsel

hagebaumarkt brachte mit seinem Aufreißmailing im geschlossenen Format von 220 x 115 mm die neuen Trendfarben ins Spiel.



DOPELT GÜNSTIG:
Bei 250 000 Exemplaren in neun Varianten sparen die günstige Produktion und die niedrigen Portokosten richtig Geld

In neun Varianten ging es an rund eine Viertelmillion Partner-Card Kunden. grunewald personalisierte jedes einzelne davon mit dem Vornamen und der Partner-Card Nummer des Kunden sowie mit den Daten des jeweiligen hagebaumarktes. grunewald übernahm auch das komplette Datenmanagement und wickelte mit 25 Postauslieferungen an sieben Terminen den portooptimierten Versand ab – insgesamt eine logistische Meisterleistung.

Das Mailing auf 200 g/m² Bilderdruckpapier hat zwei Perforationen, die im perfekten Abstand parallel zueinander stehen. Denn dadurch hält der Kunde nach dem Aufreißen gleich gesondert seine personalisierte Rabattkarte in Händen, die er in seinem hagebaumarkt einlösen kann.



**KLINGT GUT?
GLEICH ANRUFEN
ODER MAILEN**

Karl-Heinz Harbusch
0561 95183-40
k.harbusch@grunewaldkassel.de

SCHULBUCHMÄSSIGE LOGISTIK

Für die Logwin Air + Ocean International GmbH organisierte grunewald die Produktion komplett individueller Notizbücher, stellte sie im Bestellportal online und machte sie versandfertig.

Über verschiedene Kalender und Jahresplaner hinaus zählten 2022 auch Notizbücher zur jährlichen Werbemittelaktion des weltweit tätigen Logistikunternehmens.

Die Hasen-Editionen

Die Notizbücher gibt es in vier Varianten: mit Logwin-Logo in A4, mit geprägtem Logwin-Logo im Sonderformat 120 x 190 mm sowie mit zwei verschiedenen Designs im quadratischen Format.

Die beiden quadratischen Notizbücher messen jeweils 170 x 170 mm und haben je 160 Seiten. Je acht Seiten sind mit individuellen Serviceinformationen und einem Logwin-spezifischen Kalender versehen. Die übrigen Seiten sind kariert und passend zum variierenden Titel mit einem Hasen- beziehungsweise Ostermotiv gestaltet.

Die weltweiten 100

grunewald setzte für Logwin ein Bestellportal auf und hinterlegte dort die Vorschauen der vier Notizbücher-Varianten. Mehr als 100 Logwin-Niederlassungen von Amsterdam bis Zhengzhou bestellten darüber ihre gewünschten Exemplare.

Die versandfertige Logistik

Alle Bestellungen, die bis zum Stichtag eintrafen, gingen prompt in die Produktion. grunewald konfektionierte sie, übernahm das komplette Datenmanagement und sortierte alle Bestellungen der Werbemittelaktion vor.

Den weltweiten Versand der fertig auf Paletten und in Paketen verpackten Sendungen übernahm das internationale Logistikunternehmen selbst.



NOTIZBÜCHER



Individuelles Leistungsprofil integriert

Vor- und Nachsatz auf die Umschlagfarbe abgestimmt

Innenseiten kariert mit Hasenmotiv als Wasserzeichen

Bedrucktes Lesezeichen händisch eingelegt

Individuelle Service- und Kalenderseiten integriert

STANDARDISIERTE NOTIZBÜCHER in vielfältigen Variationen, bei denen lediglich der Einband und das Cover bedruckt werden, haben grunewald und bkpromotion selbstverständlich ebenfalls im Programm.



IMMER AUF LAGER:
weiße Notizbücher mit individuell bedruckbarem Hardcover in A4 und A5

Im zweisprachigen Onlineshop gehen die Bestellungen aus aller Welt ein

**KLINGT GUT?
GLEICH ANRUFEN
ODER MAILEN**

Andreas Nadler
0561 95183-28
a.nadler@grunewaldkassel.de

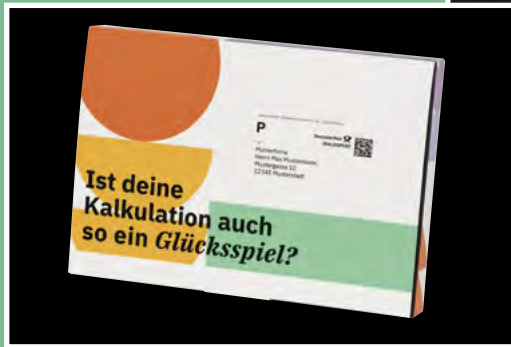
GROSSER WURF



Die Zaikio GmbH bietet smarte Software für die Druckbranche an. Ihre Agentur mediaport production, grunewald und **bk**promotion packten das Angebot in eine Mailingbox.



MAILINGBOX



Knalliger Vierfarb-Digitaldruck mit zusätzlicher Sonderfarbe auf Deckel und Boden



Die edlen Zaikio-Würfel von **bk**promotion lösen das Mailingmotto spielerisch auf

Mit diesem Mailing in the Box zeigt das Entwicklerstudio auf, dass die Kalkulation von Druckaufträgen kein Glücksspiel ist – und bewarb damit seine Dienstleistungen.

DER WÜFELTRICK

Um die zentrale Botschaft zu transportieren, beschaffte **bk**promotion schwarze Holzwürfel für Zaikio. Jeweils vier davon steckten in jedem Mailing. Die sechs Seiten sind in weißem Tampondruck mit Schlagworten aus der Druckereiwelt sowie mit dem Zaikio-Logo versehen.

DIE VORTEILSKARTE

Mehr Spaß, mehr Übersicht und schnellere Abläufe lobt die zugehörige Karte als Vorteile aus. Mit 207 x 145 mm passt sie exakt in die Box. Gedruckt ist sie auf 340 g/m² starkem, reinweißen Naturpapier, was den hochwertigen Charakter betont. Auch hier kommt die hellgrüne Sonderfarbe ins Spiel.

DIE GLÜCKSBX

Die Box fertigte grunewald individuell in den Maßen 210 x 148 mm für Zaikio an. Der Deckel und der Boden sind einseitig kratzfest folienkaschiert und digital bedruckt. Die hellgrüne Sonderfarbe ist eigens entsprechend der Farbe des Zaikio-Logos gemischt. Der Deckel ist zudem mit dem Kundennamen personalisiert.

Das Inlay fixiert die vier Würfel im Mailing. Die beiden halbmondförmigen Aussparungen dienen dazu, sie einfach herausnehmen zu können.

DAS ZUSAMMENSPIEL

Die mediaport production GmbH & Co. KG, die auf individuelles Dialog- und Direktmarketing spezialisierte Produktionsagentur von Zaikio, hatte die Idee zum Mailing und entwickelte auch das Konzept dazu. Für die technische Umsetzung und die Produktion holten sie grunewald ins Boot. In enger Kooperation fanden Theorie und Praxis perfekt zueinander. **bk**promotion steuerte schließlich die gewünschten individuellen Würfel bei.

TEAMWORK-PROJEKT

KUNDE

Zaikio

IDEE & PROJEKTMANAGEMENT

mediaport production

UMSETZUNG & WERBEMITTEL

grunewald & **bk**promotion

KLINGT GUT?

Michael Grunewald

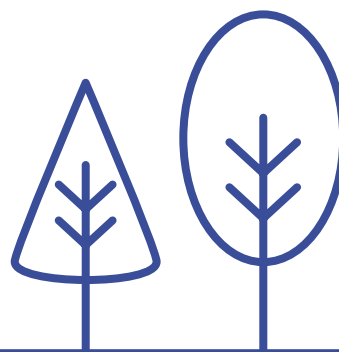
GLEICH ANRUFEN ODER MAILEN

0561 95183-11

m.grunewald@grunewaldkassel.de

MÄRCHENHAFTER SERVICE

Weil die Zusammenarbeit des Nordhessischen Verkehrsverbunds, NVV, mit **bk**promotion richtig rund läuft, fahren auch Mitarbeiter und Kunden echt gut.



Seit 2020 arbeitet der NVV eng mit **bk**promotion zusammen. Wann immer Werbemittel für Mitarbeiter oder auch Kunden gewünscht sind, ist die Expertise von **bk**promotion gefragt.

MUSTERGÜLTIG MITDENKEN

Für 2021 waren Werbemittel als Weihnachtsgeschenke für Mitarbeiter gewünscht. **bk**promotion hatte die Idee, sie in den Kontext der zeitgleich laufenden NVV-Kampagne „Offensive für den ländlichen Raum“ zu stellen. Das fand sofort Anklang und **bk**promotion machte gleich eine Handvoll passende Vorschläge.

Hieraus wählte der NVV seinen Favoriten aus. Die Wahl fiel auf eine edle Bento Lunchbox.

Einheitlich Gestalten

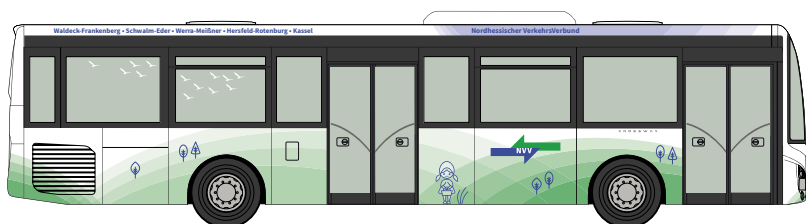
Das neue Gestaltungskonzept für die Busse des NVV ist ein wichtiger Bestandteil der Kampagne. Es zeigt die stilisierte nordhessische Hügellandschaft und illustrative Märchenfiguren der Brüder Grimm-Region. Genau hier setzte auch **bk**promotion gestalterisch an und erstellte einige Entwürfe für das Werbemittel-Design. Auf kurzem Dienstweg wählte der NVV wieder seinen Favoriten aus, sodass es unmittelbar in die Produktion ging.

Für die Weihnachtsgeschenke 2022 schrieben der NVV und **bk**promotion die Idee dann mit stylischen Einhandbechern im gleichen Design fort, wodurch sich eine märchenhafte Serie ergab.

Ganzheitlich Unterstützen

Je nach Bedarf hält **bk**promotion die Werbemittel auf Lager vor, um sie jederzeit schnell wieder bereitstellen zu können.

Ist das Ganze in eine Mailingaktion eingebunden, übernimmt grunewald die Produktion der zugehörigen Printmedien. Das Datenmanagement sowie den Versand erledigen grunewald und **bk**promotion dann ebenfalls für den NVV.



DAS NEUE BUS-DESIGN: Nordhessische Hügellandschaft mit märchenhaften Illustrationen.



Sonja David
Kundenbetreuung + Grafik
bei **bk**promotion

„Weil der NVV uns auch konzeptionell und planerisch einbindet, können wir umso individuellere Lösungen bieten. Das macht richtig Spaß.“



BENTO LUNCHBOX „AKITA“: märchenhafte Impressionen und NVV-Logo, beides lasergraviert



Cornelia Pflugpeil
Marketingverantwortliche
beim NVV

bkpromotion denkt sich in unsere Aktionen rein und versteht, worauf es uns ankommt. Dadurch ist die Zusammenarbeit immer zielführend und effizient.

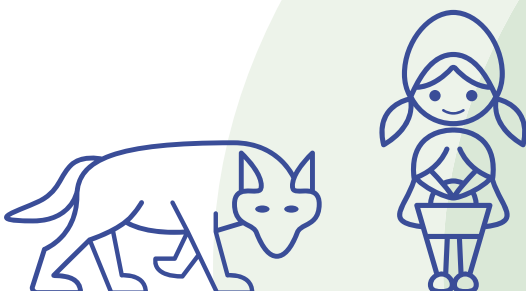


EINHANDBECHER: ebenfalls im Bus-Design und mit dem NVV-Logo als 3D Lasergravur



DIE TRINKBECHER: Die Märchenmotive greifen das Fahrzeugdesign auf

**TEAMWORK-
PROJEKT**



**KLINGT GUT?
GLEICH ANRUFEN
ODER MAILEN**

Sonja David
0561 207507-185
sonja.david@bkpromotion.de

LEUCHTENDES BEISPIEL

Die BKK B. Braun Aesculap verschickte auch 2022 Warnwesten an die neuen Erstklässler ihrer Versicherten. Für grunewald war das wieder eine heiße Geschichte ...

FÜR ABC-SCHÜTZEN

Alle Warnwesten tragen auf der Rückseite den Namen des Kindes – in Schwarz auf Leuchtendblau für die Jungs und in Schwarz auf Leuchtendrosa für die Mädchen. Vorne ist ebenfalls in Schwarz das Logo der BKK B. Braun Aesculap aufgedruckt.

SUBLI... WAS, BITTE?

Sublimationsdruck! Bei diesem Verfahren drucken wir die Motive zunächst mit umweltfreundlicher, wasserbasierter Farbe auf ein Trägerpapier. Das legen wir dann mit der bedruckten Seite auf die Textilie und bringen das Ganze mit einer Hitze- und Druckpresse auf bis zu 200° Celsius. Das löst die Sublimation aus: Die Farbe

wird gasförmig und dringt in die Fasern der Textilie ein. Beim Abkühlen verfestigt sich die Farbe wieder und ist nun praktisch Teil des Stoffs.

Das klappt übrigens auch mit bunten und detailreichen Motiven.



DIE HEISSE KOLLEKTION

bkpromotion hat allerhand bedruckbare Textilien für Sie. Und grunewald trägt gern Ihre Motive darauf auf. Schauen Sie mal:

GRILLSCHÜRZEN

Zieht Grillmeister an ...



LÄTZCHEN

Kleckern macht Spaß ...



MUTTERPASS-SCHUTZHÜLLE

Macht Mamas froh ...



KLINGT GUT?

Sven Strauchmann

**GLEICH ANRUFEN
ODER MAILEN**

0561 95183-12

s.strauchmann@grunewaldkassel.de



SENSORISCHES FEUERWERK

Multilofts liegen gut in der Hand,
und Papiere mit Glitzerpartikeln
springen ins Auge. Das macht diese
Ideen-Sammelkarte haptisch wie
optisch zum Knaller.

Die Ideen-Sammelkarte, die hier aufgespendet war,
besteht aus zwei miteinander verklebten Lagen 380 g/m²
Multiloft Glitter und 240 g/m² Multiloft extrarough white.
Sie wurde 4-farbig plus Sonderfarbe Weiß auf einer
HP Indigo gedruckt.

Auf Multiloft wirken partielle Glitzereffekte doppelt gut.

Wir bilden aus

GUTER PLAN FÜR JUNGE WILDE

bkpromotion und grunewald engagieren sich als anerkannte IHK-Ausbildungsbetriebe seit Jahren für den Nachwuchs. Und am 1. August 2023 starten wir wieder in die neue Ausbildungsrunde.

Wir freuen uns auf die Bewerbungen, sagen Sie es gerne weiter ...



www.grunewaldkassel.de/ausbildungsberufe



www.bkpromotion.de/ausbildung

Berufsausbildung bei grunewald

- Medientechnologe (m/w/d) Druck – Fachrichtung Digitaldruck
- Medientechnologe (m/w/d) Druck – Fachrichtung Großformatiger Digitaldruck
- Medientechnologe (m/w/d) Druckverarbeitung
- Mediengestalter (m/w/d) Digital und Print – Beratung und Planung
- Mediengestalter (m/w/d) Digital und Print – Gestaltung und Technik

Berufsausbildung bei bkpromotion

- Fachkraft für Lagerlogistik (m/w/d)
- Industriekaufmann/-frau (m/w/d)



IDEENSAMMLUNG

Weitere IDEENMAGAZINE finden Sie unter:
www.grunewaldkassel.de/aktuelles



DAS NÄCHSTE IDEENMAGAZIN ERSCHEINT IM HERBST 2023.