

ENDLICH 20!

grunewald
KUNDENMAGAZIN

NACH MASS

Was rauskommen kann, wenn ein Mailing maßgeschneidert wird, sehen Sie auf Seite 3.

AUF EDEL

Wie die Veredelung von Printprodukten Ihre Kommunikation belebt, steht auf den Seiten 4 bis 9.

MIT RESPONS

Warum 30 % Respons auf eine Messeeinladung kein Zufall sind, erfahren Sie auf Seite 10.



»Endlich 20!«

Liebe Marketingfreunde,

seit 20 Jahren zählt grunewald zu den Pionieren im Digitaldruck und prägt die rasante technische Entwicklung entscheidend mit. So bleiben wir stets am Puls der Zeit und eröffnen Ihnen immer wieder neue Möglichkeiten für einen effektiven Kundendialog. **Persönlich, individuell** und **auffällig** heißt die Devise.

Pünktlich zum Jubiläum präsentieren wir Ihnen im aktuellen Magazin ein ganzes Paket neuer digitaler Veredelungstechniken. Damit zeigt sich der Digitaldruck **jünger, moderner** und **innovativer** denn je. Das Stichwort lautet: Digitale Veredelung.

Einen Appetizer liefern der Umschlag dieses Magazins und das zugehörige Anschreiben. Zum Hauptgang serviert dieses Magazin ganz neue

Möglichkeiten, richtig gute Ideen und allerbeste Erfolgsaussichten. Und zum Dessert gibt's eins auf den Deckel (S. 7).

Von Erfolg gekrönt könnte auch Ihre Teilnahme an unserem Gewinnspiel sein. Also machen Sie mit. Jeder Gewinner bekommt ein Poloshirt, digital veredelt und individualisiert mit der eigenen Wunschzahl. Ich wünsche Ihnen viel Glück.

Auf die Innovation.

Michael Grunewald
Geschäftsführer

Neu!
Jetzt mit neuen digitalen Veredelungen

EIN FÄCHER FÜR DIE SINNE

20 Veredelungsmuster zum Sehen, Spüren, Riechen und Erleben.

GLEICH KOSTENLOS PER FAX BESTELLEN!

GEWINNSPIEL „ENDLICH 20!“

Gewinnen Sie eins von **20 Poloshirts** mit Ihrer Wunschzahl, Glückszahl, Lieblingszahl oder was sonst so zählt. Zur Teilnahme nutzen Sie einfach die Fax-Antwort.

Impressum

HERAUSGEBER
Grunewald GmbH
Digital- und Printmedien
Lindenbergstraße 44
34123 Kassel

Konzept und Design
Grunewald GmbH
Tel.: 0561 95183-0
info@grunewaldkassel.de
www.grunewaldkassel.de

Text
Achim H. Unger
www.arrabiata.de
Lars Hofmann
www.tausendworte.de

Fotos
Istockphoto / Fotolia
Grunewald GmbH
Erscheinungsweise
Zweimal pro Jahr

ClimatePartner
**klimaneutral
gedruckt**

AB EINS GEHT'S LOS

Die REHAU AG + Co schickte ein Mailing an Kunden und Interessenten in vier Ländern. Um einen neuen Service vorzustellen, verpackte der international aktive Polymerverarbeiter die Einladung zum Testen in eine edle Metallbox. Ein Präsent gab's noch dazu.

Per Mailing hat REHAU Händler und potenzielle Partner im Geschäftsbereich Möbelkomponenten zu Service-Testwochen eingeladen. Das Angebot konnte einen Monat lang gebührenfrei getestet werden. Rein äußerlich bestand das Mailing aus einer Geschenkbox aus mattsilbernem Metall mit vierfarbiger Banderole.

Die inneren Werte waren einladend und klappbar.



Die edle Geschenk-Box mit Banderole

ECHT EINLADEND

Die Einladungskarte in der Box erläuterte den neuen Abrollservice „Jede Menge, jede Länge“ für Veredelungen im Bereich Kanten-Design. Unter dem Anschreiben verbarg sich ein Mini-Zollstock, eingebettet in eine exakt ausgestanzte Schaumstoffeinlage. Auf der einen Seite war das REHAU-Logo aufgedruckt, auf der anderen Seite der Name des Empfängers. Da sich das Serviceangebot auf Kanten ab einem Meter Länge bezog, war der Zollstock einen Meter lang.

RICHTIG REIZVOLL

Die Geschenk-Boxen in verschiedenen Sprachvarianten gingen an Empfänger in Deutschland, Österreich, Frankreich und den Niederlanden. Unter allen Teilnehmern an den Service-Testwochen verlorste REHAU als zusätzlichen Anreiz ein exklusives Kundenevent.

Der personalisierte Mini-Zollstock mit Name des Empfängers

ORIGINELL VERPACKT

grunewald war für die personalisierte Mailingproduktion in vier Sprachen und den internationalen Versand verantwortlich. Auch für dieses Mailing hatte grunewald wieder die ideale Verpackung und das passende Give-away parat: kreativ, personalisiert und kundennah.



KEYFACTS

- Ziel: Markteinführung Abrollservice
- Adressen: bestehende Händler in Deutschland, Österreich, Frankreich und den Niederlanden
- Laufzeit der Aktion: 1 Monat
- Mehrwert: Kundenbindung und Neukundenakquise



Das wäre etwas für Sie?

Fragen Sie unsere Spezialisten
Andrea Petrus
0561 95183-16
a.petrus@grunewaldkassel.de

DER SPÜRBBARE EFFEKT

Der Tastsinn ist nach Ansicht vieler Hirnforscher der stärkste Sinn. Daher ist die Wirkung von Printmedien enorm – insbesondere dann, wenn sie fühlbar veredelt sind. Verschiedene Studien belegen, dass haptisch optimierte Dialogmedien die Responsquote deutlich erhöhen.

In der zunehmend digitalisierten Werbewelt gewinnen echtes Erleben und Spüren immer größere Bedeutung. Den Haptik-Effekt „im multisensorischen Marketing“ erläutern Olaf Hartmann und Sebastian Haupt in ihrem Buch „Touch!“. Sie zeigen auf: „In der audiovisuell überreizten Welt erzeugen haptische Medien Aufmerksamkeit“, und fühlbare Kampagnen, Produkte und Verkaufsprozesse stechen erfolgreich „aus dem Marketing-Einerlei heraus“.

»EDEL SEI DAS MAILING ...«

Veredelte Mailings aus dem Hause grunewald erledigen genau das für Ihre Botschaft. Sie schaffen fassbare Erlebnisse, die sich richtig gut anfühlen. Spezielle Lacke bieten Relief-, Glitzer- und Thermo-effekte, Reibe- und Rubbelfläche, Sandstruktur und einiges mehr.

SPIEL MIT OPTIK UND HAPTİK

Einen Vorgeschmack auf das, was technisch möglich ist, haben Sie ja bereits gesehen und gefühlt: Das aktuelle Kundenmagazin spielt in seiner Metallbox-Anmutung gekonnt mit Optik und Haptik, das Motto auf der Titelseite sieht gut aus und fühlt sich auch gut an. Bereits der Versandumschlag transportiert den metallischen Effekt – im wahrsten Sinne des Wortes.

»WAS DU WEISS AUF ROT BESITZT, ...«

Das Anschreiben trumpft mit der außergewöhnlichen Kombination aus rotem Papier und weißer Druckfarbe auf. Weiße Druckfarbe mit Personalisierung? Genau, mit der neuen digitalen Technik bei grunewald leicht realisierbar.



Die Titelseite: metallische Anmutung, Motto zum Anfassen

DAS ARIVA-MODELL UND SEINE WIRKDIMENSIONEN*

ATTENTION

Was wir in den Händen halten können, erzielt mehr Aufmerksamkeit.



RECALL

Informationen auf Papier und die Berührung verstärken unsere Erinnerung.



INTEGRITY

Gefühlte Botschaften sind besonders glaubwürdig und schaffen mehr Vertrauen.

* nach Olaf Hartmann/Sebastian Haupt: „Touch – der Haptik-Effekt im multisensorischen Marketing“; Haufe Fachbuch 2014.



FLAGGSCHIFF MIT FLÜSSIGTONER

Die **HP Indigo 7600 Digital Press** gilt als das Flaggschiff unter den digitalen Bogendruckmaschinen. Bei grunewald kommt sie jetzt zum Einsatz. Sie liefert höchste Qualität – auch für besondere Druckaufträge. Die Indigo nutzt Flüssigtoner, der im Vergleich zu Pulvertoner mit weniger Hitze aufgebracht wird und dadurch eine höhere Qualität sowie ein deutlich größeres Spektrum an Bedruckstoffen ermöglicht.

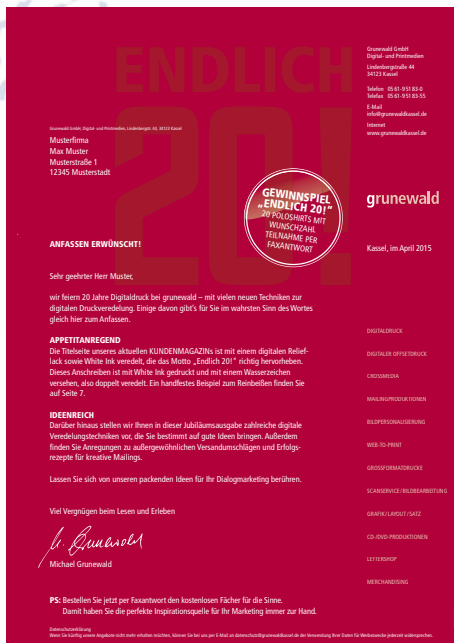
MEHR FARBTREUE BEIM CD

Zusätzlich zu den vier Prozessfarben können zwei Sonderfarben eingesetzt werden, was zum Beispiel die Farbtreue beim Corporate Design verbessert. Auch Lack, Weiß oder Sicherheitsfarbe können eingesetzt werden.

ALLES SCHON IM ERSTEN GANG

Schneller und günstiger als bei gängigen Druckmaschinen werden digitale Veredelungen durch die HP Indigo 7600 Digital Press, weil sie den gewünschten Effekt bereits im ersten Druckdurchgang erreicht – und einen erneuten Bearbeitungsprozess überflüssig macht. Und das alles mit der Möglichkeit der Personalisierung.

ALLE
DIGITALEN
VEREDELUNGEN
LASSEN SICH 1:1
ANDRUCKEN!



Das Anschreiben: weiß auf rot, mit digital gedrucktem Wasserzeichen

VALUE

Was wir fühlen können, wirkt wertvoller und erhöht die Wertschätzung.

ACTION

All diese Wirkungen steigern die Handlungs- und Kaufbereitschaft.



Das wäre etwas für Sie?

Fragen Sie unseren Spezialisten
Michael Grunewald

0561 95183-11

m.grunewald@grunewaldkassel.de

DAS PERFEKTE OUTFIT

Wie in der Mode, so beim Mailing: Die Verpackung macht's. Darum sollte ein Mailing schon auf den ersten Blick eine gute Figur machen. Das gelingt mit den richtigen Versandhüllen und Umschlägen.

Edle Folientaschen, auffällige Kuverts und raffiniert bedruckte Umschläge stechen optisch und haptisch aus der Alltagspost hervor. Das sind die besten Voraussetzungen für ein perfekt verpacktes Mailing.

DER ERSTE EINDRUCK ZÄHLT

Kleider machen Leute, und Umschläge machen Mailings. Unterbewusst und unwiderruflich fällt der Betrachter sein Urteil in den ersten Sekunden. Gefällt der Umschlag und macht er neugierig auf den Inhalt, ist die größte Hürde genommen – das Mailing wird geöffnet und gelesen. Der Dialog ist eröffnet.

GANZ MEIN STYLE

Ob klassisch, verführerisch oder futuristisch, ob edel, lässig oder extravagant: Ansprechende Umschläge und Hüllen gibt es in zahlreichen Arten, Formaten, Farben und Materialien. Die grunewald-Kollektion bietet für jeden Mailing-Typ das perfekte Outfit – maßgeschneidert für Ihr Unternehmen, Ihr Angebot und Ihre Zielgruppe.

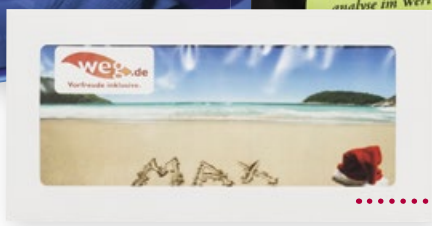
INDIVIDUELLE TYPBERATUNG

Wir beraten Sie gern schon in der konzeptionellen Phase und begleiten Sie von der Kreation über das Datenmanagement, die Produktion und den Versand bis zur Erfolgskontrolle.



KEYFACTS

- Vielfältige Versandhüllen und Umschläge
- Druck, Produktion und Konfektionierung
- Daten- und Versandmanagement
- Mailingberatung
- Erfolgskontrolle



VERFÜHRERISCH

Halbtransparente Einblicke machen Lust auf mehr

EXTRAVAGANT

Der Panoramaumschlag mit großzügigem Ausschnitt

EDEL

Das kleine Schwarze oder doch der große?

LÄSSIG

Ein Hauch von Nichts, der fast alles zeigt



Das wäre etwas für Sie?

Fragen Sie unsere Spezialistin
Andrea Petrus
0561 95183-16
a.petrus@grunewaldkassel.de

DAS SANDWICH-PRINZIP

MultiLoft ist eine neue Methode, Printprodukte digital zu veredeln. Schicht für Schicht entstehen damit optische und haptische Leckerbissen.

Darf's ein bisschen mehr sein? Mehr Haptik, mehr Optik, mehr Eindruck? Bitte schön: MultiLoft ist Papierveredelung im Sandwich-Prinzip mit delikaten Zutaten. Ganz nach Ihrem Geschmack. Die innovative Papiertechnologie verfeinert Gruß- und Visitenkarten, Einladungen, Mailings und viele weitere Produkte. Wie Sie hier selbst sehen und fühlen können: auch personalisierte Bierdeckel.

WEISSE SCHALE, BUNTER KERN

Des Pudels Kern sind die schichtweise verarbeiteten Papierbögen. MultiLoft besteht aus zwei weißen bedruckbaren Papierschichten und mindestens einem Insert. Die Skala für die Innenteile bietet zwölf Farben – von Hellgrün bis Purple.

MEHR SCHICHTEN, MEHR STÄRKE

Die gewünschte Stärke des Produkts lässt sich durch die Anzahl der Bögen variieren, die verklebt werden. Daraus können Karten mit einem Gewicht von bis zu 1 300 g/m² entstehen. Das Spezialpapier ist bereits mit Kontaktkleber beschichtet, der durch Anpressdruck aktiviert wird: Er verbindet die einzelnen Teile zu einem wirkungsvollen Ganzen.

LOGOS ZUM FÜHLEN

Die Wirkung verstärkt sich noch durch Aussparungen in den äußeren Papieren. So können Sie beispielsweise Ihr Logo auf Visitenkarten eindrucksvoll betonen: zum einen haptisch durch die Aussparung, zum anderen optisch, weil Ihr Logo in der Farbe des Inserts erscheint.

Das Sandwich-Prinzip gibt's in zahlreichen Farben für jeden Geschmack



KEYFACTS

- Papier: beidseitig bedruckbar
- Inlayvarianten: Hellgrün, Dunkelgrün, Rot, Weiß, Schwarz, Türkis, Blau, Yellow, Orange, Magenta, Pink und Purple
- Gewicht: bis zu 1 300 g/m²



Das wäre etwas für Sie?

Fragen Sie unsere Spezialistin
Andrea Petrus
0561 95183-16
a.petrus@grunewaldkassel.de

DAS GEWISSE ETWAS

Mit diesen digitalen Veredelungen setzen Sie Zeichen im Marketing – von Visitenkarten über Mailings und Prospekte bis zum Geschäftsbericht. Sie lenken die Aufmerksamkeit aufs Wesentliche und verleihen Ihrer Produkt- und Markenkommunikation das gewisse Etwas.

Die Veredelung im Digitaldruck bringt entscheidende Vorteile gegenüber dem Offsetdruck. Der Digitaldruck erzielt die gewünschten Effekte schneller, günstiger und sicherer. Zudem lassen sich Veredelungen und Personalisierungen vielfältig kombinieren und vorher 1:1 andrucken.

IMMER EINE GUTE IDEE

Alle Veredelungen können Sie übrigens im Original erleben: mit dem kostenlosen Fächer für die Sinne. Damit haben Sie sämtliche Möglichkeiten im Blick und alle Techniken zur Hand – als perfekte Inspiration für außergewöhnliche Mailings, Aktionen und Kampagnen.

FÄCHER FÜR DIE SINNE

Gleich kostenlos per Fax bestellen!

- Jetzt mit den neuen Digitaltechniken!
- Muster für Druckveredelung
- zum Sehen, Spüren, Riechen und Erleben
- 20 Inspirationen in einer Metallbox



FEINER GLANZ

Partieller Relieflack (Raised Print):
Die gewünschten Stellen erhalten bis zu 50 Schichten glänzenden Lack, sodass selbst filigranste Motive fühlbar rüberkommen.



MEHR WERT

Wasserzeichen (Watermark):

Der einfache Auftrag von Lack steigert ganz dezent die Wertigkeit, beispielsweise von Briefbogen, Zertifikaten, Gutscheinen oder auch Broschüren. Ganz nebenbei entsteht ein fälschungssicheres Merkmal.

SPÜRBARE VERSUCHUNG

Digitale Prägung (Texture-Effect):
Nicht nur Marie hinterlässt einen prägenden Eindruck. Auch Ihre Printprodukte können das, indem die gewünschten Stellen digital geprägt werden.





SELTENER ANBLICK

Weißdruck (White Ink):

Auf der gedruckten Landschaft liegt eine Folie, darauf ist die Silhouette des Hirschs weiß grundiert und anschließend farbig bedruckt. Und das gewünschte Bildelement – hier der Hirsch – rückt sichtlich in den Vordergrund.

OPTISCHES TUNING

Weißdruck (White Ink):

Der silbrig schimmernde Materialuntergrund wird in Teilen mit weiß abgedeckt. Dadurch entsteht an den offenen Stellen ein Metallic-Effekt.



GLÄNZENDE IDEE

Spezialeffekte (Digital Sleeking):

Mit partiellen Metallic-Folien, Glanzeffekten oder auch Hologrammen setzen Sie Glanzpunkte in der Werbung.



SO KANN'S GEHEN!

Mit einer variablen CrossMedia-Kampagne gelang der Gebr. Bode GmbH & Co. KG der perfekte Einstieg in die crossmediale Kundenkommunikation. Die Einladung zu 2 Fachmessen ging an 3 Zielgruppen – und erzielte bis zu 30 % Respons.



Das Mailing-in-the-Box: Auffällig, persönlich, unwiderstehlich ...

Bode, der Hersteller von Fahrzeug-Türsystemen für Busse und Bahnen sowie Schiebetür-Lösungen für Kleintransporter, hat eingeladen: zur IAA Nutzfahrzeuge in Hannover (für die beiden Sparten Automotive und Straße) sowie zur nahezu zeitgleich laufenden InnoTrans in Berlin (für die Sparte Schiene).

fanden darin eine Klappkarte sowie als Überraschung einen Design-Schuhlöffel aus Edelstahl. Die persönliche Ansprache, das hochwertige Geschenk und die Teilnahmemöglichkeit an einem Gewinnspiel motivierten zum Besuch der personalisierten Landingpage.

PERSÖNLICHE NOTE

Im Kern war die Kampagne für beide Messen und alle drei Zielgruppen identisch. Im Detail war sie allerdings variabel abgestimmt – je nach Messe und Zielgruppe variierten Messelogos, Messedaten, Einladungstexte und Unterzeichner. Die Kampagne wurde sowohl auf Deutsch als auch auf Englisch umgesetzt. So ergaben sich aus einer einheitlichen Kampagne sechs Varianten. Für einen ausgewählten Kundenkreis gab es auf der Messe obendrauf noch eine Einladung zum Bode-Messe-Event.

MESSAGE IN A BOX

Insgesamt 1 483 Kunden, Partner und Interessenten erhielten ein Mailing-in-the-Box, das sofort neugierig auf den Inhalt machte. Die Empfänger

WEBSITE NACH MASS

Auf seiner persönlichen Landingpage konnte sich der Interessent einloggen, mit wenigen Klicks sein elektronisches Messe-Ticket abrufen, den Besuchstag nennen und seine vorausgefüllten persönlichen Daten verifizieren. Außerdem konnte er am Messe-Gewinnspiel teilnehmen: Zu gewinnen gab es, passend zum exklusiven Design-Schuhlöffel, eines von drei edlen, handgefertigten Paaren Maßschuhe.

Per automatisch generierter E-Mail bekam der Anmelder unmittelbar ein Bestätigungsschreiben nebst elektronischem Messeticket und Messeplan sowie sein personalisiertes Los für das Messe-Gewinnspiel. Der Vertrieb wurde in Echtzeit über alle Klicks jedes einzelnen Besuchers informiert – und wusste, wer wann zum Bode-Messestand kommt. Das ermöglichte die perfekte Vorbereitung.



Auf direktem Weg: In 4 Schritten ging's zur Messe



WIE AUF SCHIENEN

Die Einladung zur InnoTrans (Sparte Schiene) ging an 781 Empfänger. Alle Nichtreagierer erhielten ein im Kampagnendesign gestaltetes Nachfass-E-Mailing. 235 aller 781 Adressaten, also 30,1 %, besuchten ihre Landingpage. Nahezu alle dieser 235 Besucher (228) meldeten sich zur Messe an. Ähnlich eindrucksvolle Responsquoten erzielten auch die Einladungen zur IAA Nutzfahrzeuge für die Bereiche Automotive (19,1 %) und Straße (22,7 %).

VOLLES PROGRAMM

grunewald realisierte für Bode die komplette Kampagne, vom Druck und Versand des Mailings über die individuellen Landingpages bis zum Datenmanagement und der Auswertung. Alle eingesetzten



Das passt: Der hochwertige Design-Schuhlöffel als Mailing-Highlight, die zugehörigen Maßschuhe als Hauptgewinn

Medien waren mehrfach personalisiert. Das erhöht die Aufmerksamkeit, stärkt den Dialog und motiviert, sich anzumelden.



CROSSMEDIA ERLEBEN

Die komplette CrossMedia-Kampagne der Bode GmbH sehen Sie unter:

www.bildperso.de/demo_bode/Max.Muster

Ihr Zugangscod zur Testseite: z9342wu3r



KEYFACTS

- Ziel: Messbar höhere Besucherfrequenz
- Kunde: Gebr. Bode GmbH & Co. KG
- CrossMedia: Mailing-in-the-box, Nachfass-E-Mailing, persönliche Landingpage
- Vertriebsinformation
- Feature: Geschenk, Gewinnspiel, Event-Einladung
- Adressen: 781 Schiene, 494 Straße, 220 Automotive (Gesamt: 1 483)
- Respons: 30,1 % Schiene, 22,7 % Straße, 19,1 % Automotive (Gesamt: 26,2 %)
- Gestaltung: neue formen GmbH & Co. KG

KUNDENSTIMME

Thomas Giebisch | Geschäftsbereichsleiter Schiene
Gebr. Bode GmbH & Co. KG

»Unsere CrossMedia-Kampagne zur Messeeinladung war messbar noch erfolgreicher, als erhofft: Die Messestände waren hoch frequentiert, unsere Messe-Teams konnten die einzelnen Tage perfekt vorbereiten und auf jeden angemeldeten Messebesucher individuell eingehen.«

Die Gestaltung durch die Werbeagentur und die Umsetzung durch grunewald gingen dabei Hand in Hand, und unser Aufwand war denkbar gering. Auch die tolle Gewinnspiel-Idee mit den handgefertigten Maßschuhen kam ausgezeichnet bei unseren Kunden an. Für die kommenden Leitmesen wird eine CrossMedia-Einladung daher wieder die erste Wahl sein.«



Das wäre etwas für Sie?

Fragen Sie unseren Spezialisten
Oliver Rödl
0561 95183-12
o.roedl@grunewaldkassel.de