

Über das zu Erwartende hinaus

Die Kasimir Meyer AG begeistert in ihrem »Musterbuch« mit Drucken, die staunend machen

Egal, ob es Einkäufer aus Industrie, Handel, Organisationen oder Agenturen sind: sie alle möchten nicht nur das Übliche geboten bekommen – auf dass eine neue Runde im Preiskampf eröffnet wird – sondern mehr. Diese Situation vor Augen hat man beim Grafischen Betrieb Kasimir Meyer AG in Wohlen seit Jahren die Konsequenzen gezogen. Zumal das Unternehmen eher ungünstige Marktbedingungen hat: Zwar einerseits im weiteren Zürcher Umland mit Nähe zu Olten und nicht ungünstig gelegen, mit einigem vor allem an mittelständischer Industrie »vor der Haustüre«. Aber eben auch irgendwie überall dazwischen, überall und auf allen Gebieten mit viel Wettbewerb konfrontiert.

Also musste man sich etwas einfällen lassen. Cyrill Heimgartner, Inhaber und aktiver Geschäftsleiter des traditionsreichen Betriebes, gelang es im Laufe einiger Jahre, ein intensiv durchdachtes und intelligent umgesetztes Konzept zu verwirklichen. Ein Konzept, das einerseits die Leistungen der Crew fordert und fördert und andererseits auf dem Markt ein USP schafft, ohne dem Kerngeschäft, dem »normalen Drucken« zu weit davon zu laufen. Indem er und seine Mitarbeiter längst auf das

Pferd »Veredelung« setzten, als es noch nicht zum Modewort geworden war. Letzen Endes kann man das Gesamtkonzept sogar auf einen sehr simplen, dafür aber um so wirkungsvolleren und langfristig überzeugenderen Nenner bringen als es alle aus der IT-Hektik stammenden Begrifflichkeiten vermögen.

Bei Kasimir Meyer wollte man für die Kunden Drucksachen herstellen, die gegenüber der Flut an gedruckter Information positiv auffallen. Und damit den Zweck erfüllen, den Goethe meisterlich formuliert mit: »Die Masse könnt ihr nur durch Masse zwingen, Ein jeder sucht sich endlich selbst was aus. Wer vieles bringt, wird manchem etwas bringen; und jeder geht zufrieden aus dem Haus.« Will sagen: Wer mit Gedrucktem Menschen in immer indifferenteren Märkten begeistern will, muss glänzen – wortwörtlich. Er muss auffallen – mit Außergewöhnlichem. Und er muss beeindrucken. Mit Druck, der einen staunend macht.

Leichter gesagt als getan. Denn erstens sind die Budgets auch nur endlich und zweitens muss man solches ja auch so herstellen können, dass es im Rahmen der realen Möglichkeiten von Printbuyern akzeptiert, sprich geordert wird.

Dazu bedarf es der mühsamen Kleinarbeit, der Kunst, zu überzeu-

Wenn einer für Erkenntnisse zuständig ist, dann ja wohl Goethe. Und der schrieb, unter anderem: »Sie sitzen schon mit hohen Augenbrauen gelassen da und möchten gern erstaunen ...«. Er meinte zwar das Publikum im Allgemeinen, aber Druckereien können ein Lied davon singen, wie Printbuyer gerne animiert werden möchten.

Von Dipl.-Ing. Hans-Georg Wenke





Wenn schon das Auspacken aus einer eigens geschaffenen Umverpackung und einem gestanzten Schubser zum Erlebnis wird, sollte der Inhalt dem nicht nachstehen. Und in der Tat wird der Leser in eine völlig neue Welt der Veredelung gezogen. Seite für Seite perfekte Druckkunst.

gen. Das kann Cyrill Heimgartner gut, ihm ist das Talent eigen, progressiv und geduldig in einer Person zu sein. In dutzenden verschiedener Aktivitäten »mischt er den Markt auf«. Ob Firmenanlässe, immer wieder pointiert überraschende Werbeaktionen, ein kontinuierlich erscheinendes Hausmagazin – oder Informationskampagnen, die über das Normale hinausgehen. Eine solche wurde jetzt mit dem Druckmarkt Award ausgezeichnet.

»Trend.Sinn.Bilder«, allein das Wortspiel als Titel, Motto und Leitlinie ist genial: erzeugt Spannung und zeugt von Kreativität. Entstanden ist ein Musterbuch, eingebettet in eine sehr außergewöhnlichen Präsentationsverpackung, das exemplarisch die Möglichkeiten zeigt, die Veredelung generell und natürlich vor allem die Veredelungsmöglichkeiten im Hause Kasimir Meyer zeigt. Doppelseite für Doppelseite wird so ein »Lustmachbuch« daraus. Für Kunden, für Agenturen, für Designer. Für alle, die Sinn und Gespür dafür haben, dass Drucken und Druckkunst mehr ist, als Farbe colormangement-gesteuert zu Papier zu bringen. Ach ja, dass das Unternehmen die Grundlagen des modernsten Workflows samt Proof und Standardisierung »drauf hat«, versteht sich von selbst.

Cyrril Heimgartner hat bewusst nicht das Konzept gewählt, seinen Kunden zu präsentieren, was eine Maschine, ein Lack, eine Folie oder Farbe, ein bestimmtes Papier »kann«. Nein, er offenbart, was seine Mannschaft kann. Wie man in dieser Druckerei mit Fingerspitzengefühl und technischer Raffinesse gewissermaßen »zu kochen weiß« – Gourmet-Printing eben. Dabei stand als Chefkoch gewissermaßen Jules Bittel, der Technische Leiter, an allen Töpfen, Tiegeln und Pfannen, so sie denn Material, Maschine und manuelle Leistung an allerlei Apparaten der Alchemistenküche namens Satz, Repro und Druck waren.

Cyrril Heimgartner präsentiert seinen Kunden nicht was eine Maschine, ein Lack, eine Folie oder Farbe, ein bestimmtes Papier kann. Er zeigt, was seine Mannschaft kann.



In knappen, illustrativen und informativen Texten wird beschrieben, wie, warum, womit man die Effekte einsetzen, erzeugen, nutzen kann. Die Unmittelbarkeit, mit der die Effekte gesehen, erfüllt werden können, ist das ungemein Nützliche und Praktische. So sind die meisten Effekte konsequent auf der Hälfte eines Blattes oder Doppelseite, oder zwei Effekte auf einer Doppelseite zu sehen und zu begutachten.

»Mit« und »ohne« liegen nebeneinander, und so erschließt sich der Unterschied, der Effekt, um Dimensionen besser, als wenn man ihn solo betrachtet. Auch das ist zwar nicht neu und einzigartig, aber gut und solide gemacht und verdient daher Lob und Anerkennung.

Wenn eine Druckerei ein solches »Musterbuch« zeigt, erübrigen sich weitere Argumente, in welcher Leistungsliga man spielt. Wer, als Print-buyer, dann noch Erläuterungen benötigt, wüsste die Vorteile ohnehin nicht zu nutzen und zu schätzen. Und so hat man aus und in Wohlsein einen qualitativen Paukenschlag getan, der inzwischen »durchs Land hallt«. Denn die Resonanz, so bestätigt Cyrill Heimgartner, ist absolut positiv und erfreulich.

Er und sein Unternehmen, die gesamte beteiligte Produktionscrew, haben damit bewiesen, dass Drucken auch in angestammten Feldern

und entgegen vielerlei digital-netz-basierter-IT-Trend eine Attraktivität hat, die noch längst nicht alle Trümpfe ausgereizt hat. Die Kasimir Meyer AG aber hat viele davon neu oder intensiv genug auf den Tisch gelegt.

Bleibt zu erwähnen, dass ihr dabei viele Lieferanten und einige Berater zur Seite standen. Denn man hat sich durchaus auch auf Neuland gewagt und an Experimenten war kein Mangel. Das hat nicht nur Zeit, sondern auch Geld gekostet. Hätte er das als mittelständische Druckerei alleine stemmen müssen, durchbräche es wohl bald die eigenen Grenzen. So aber können sich alle, die am Zustandekommen des außergewöhnlichen Werkes beteiligt waren, zufrieden anschauen und sagen: Ziel erreicht. Verblüfft und dennoch auf dem Boden geblieben dabei.

Daran hätte, so sei spekuliert, auch ein Herr Goethe seinen Spaß gehabt: »Wie machen wir's, dass alles frisch und neu und mit Bedeutung auch gefällig sei?« schreibt er im Vorspiel zu Faust. Nun, wer das Musterbuch »Trend. Sinn. Bilder« der Kasimir Meyer AG in Händen hält, hat auf die Frage eine exzellente Antwort gefunden.

➤ www.kasi.ch