

TRENDS

KÖNIGSKLASSE INTERACTIVE PRINT

Noch vor zehn Jahren wurde das nahe Ende von Print prognostiziert. Fünf Jahre später wurde diese Aussage bereits relativiert und nur noch von einer existenziellen Krise gesprochen. Inzwischen ist von einer Print-Renaissance die Rede. Es häufen sich die Eingestände, nach denen Print im Medienmix nach wie vor eine wesentliche Rolle spielen wird. Allerdings sind damit nicht billig gemachte Drucksachen auf minderwertigem Papier gemeint, sondern anspruchsvolle Druckproduktionen, die ihre Empfänger begeistern, emotional in ihren Bann ziehen und mit aufwendigen Veredelungs-Komponenten spielen.



Umschreiben lässt sich dieser Trend mit dem Schlagwort Interactive Print. Das ist kein neuer, aber dennoch nicht genau spezifizierter Begriff, der sporadisch eingesetzt wird, wenn Print als Brückentechnologie zu Online-Kanälen eingesetzt wird. Das greift allerdings viel zu kurz. Interactive Print ist weit mehr.

Interactive Print sollte als multisensorische und individualisierte Kommunikation verstanden werden, die durch Techniken wie Digitaldruck, Veredelungen, Printed Electronics sowie Video und Sound beflügelt wird. Dahinter steht aber mehr als nackte Technologie. Es geht bei Interactive Print vor allem um den gezielteren Zugang zu den Kunden, ohne die Individualisierung wertlos wäre.

Dazu muss Print nicht neu erfunden, sondern neu positioniert werden. In Zeiten der Digitalisierung, der digitalen Transformation und eines veränderten Konsum-Verhaltens der Verbraucher erscheint es immer weniger sinnvoll, Print nur an den verschiedenen Verfahrenstechniken festmachen zu wollen. Jede Drucktechnik kann bei genauer Betrachtung nur ein Teilaspekt von Print sein und sollte auch als solche betrachtet werden. So ist etwa der Digitaldruck nichts mehr als eine »Enabler«-Technologie für Individualisierungen und als »Möglichmacher« damit eine Facette von Interactive Print.

Das Drucken muss aber noch aus einem anderen Grund neu betrachtet werden. Befeuert durch neue Techniken hat Print die 2. Dimension (Papierformat in Höhe x Breite) längst verlassen. Haptik, fühlbare Veredelungen, Stanzen und dreidimensionale Erlebnisse gehören inzwischen zum Standard-Repertoire zeitgemäßer Druckproduktionen. Und

längst wird nicht mehr nur Papier bedruckt. Interactive Print ist das Zusammenspiel von Technik und Materialität zur Animation aller Sinne. Dabei werden Druck-Erzeugnisse mit Elementen angereichert, die den Nutzer mit Gedrucktem interagieren lassen. Ziel ist, dass der Empfänger die Drucksache als »Hub« für eine Reise über verschiedene Medienkanäle nutzt. Interactive Print schlägt dabei die Brücke zur digitalen Welt, visualisiert komplexe Inhalte via Bewegtbild und vertieft die Eindrücke. Folge sind die Intensivierung des Kommunikations-Erlebnisses und die Erhöhung des Impacts der Informationen oder Werbebotschaften mit gesteigerten Erinnerungswerten. Durch die Ausstattung mit zusätzlichen Elementen animiert der Interaktive Druck den Nutzer, sich intensiver mit einem Printprodukt zu beschäftigen. Diese »Zusatzausstattung« kann aus mehreren (auch kombinierbaren) Elementen bestehen. Und genau damit wollen wir uns in Zukunft intensiver beschäftigen. In dieser Ausgabe geht es schon um Digitaldruck, Veredelungen und den Einsatz von Video und Sound in Print – eine spannende Welt, die Gedrucktes in ein ganz neues Licht rückt. Deshalb sind wir überzeugt, dass sich Interactive Print zur Königsklasse im Druck entwickeln wird.



Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay



IMAGINE

Das Optimum lässt sich jetzt noch steigern

Die Jet Press 720S hat das zuvor übliche Leistungsvermögen von Digitaldruckmaschinen verbessert und neue Maßstäbe für Qualität und Produktivität gesetzt. Unsere neue Jet Press 750S der dritten Generation bietet jetzt eine Geschwindigkeit von 3.600 Bogen pro Stunde und einen gesteigerten Nutzungsgrad bei derselben atemberaubenden Qualität. Im Austausch oder als Ergänzung zu Ihren Offsetdruckmaschinen bringen Sie deshalb mit der Jet Press 750S Ihr Unternehmen im Hinblick auf sich ändernde Marktanforderungen einen großen Schritt nach vorne.

www.imagineinkjet.com/Druckmarkt

FUJIFILM
Value from Innovation