



Bildquelle: Heidelberg

## DRUCKSACHEN MUSTERMAPPEN SOLLEN INSPIRIEREN

Die Idee einer Mustermappe ist ja alles andere als neu. Und doch scheint eine Musterkollektion für viele Drucker ein Ideengeber par excellence und noch immer ein hilfreiches Instrument für die Kunden-Kommunikation zu sein.

Das hat Heidelberg offenbar auch erkannt und bietet nach dem Winter-Kit mit Beispielen zum Winter-Sale jetzt das Versafire Wedding-Kit als Druckmustermappe für ein Hochzeitskonzept mit sieben Applikationen an. Es soll zu neuen Produkten inspirieren, die Druckereien aus einer Hand anbieten können.

Für den »schönsten Tag im Leben« investieren Brautpaare viel Zeit und Geld. Hochzeiten sind hoch emotionale Ereignisse mit

unvergesslichen Momenten. Die Paare zählen seit je her auf hohe Qualität und Individualität. Und vor, am und nach dem Hochzeitstag dürfen es auch gerne besondere Drucksachen sein.

Die Druckmustermappe veranschaulicht mit beispielhaften Produkten die Einsatzmöglichkeiten des Digitaldrucks für Hochzeiten. »Damit wollen wir unseren Kunden zeigen, welche Druckprodukte sie für den Hochzeitsmarkt anbieten könnten,« erläutert MANUELA GOMEZ,

General Manager Versafire bei Heidelberg. »Alle Produkte lassen sich personalisieren und somit in ihrer Wertigkeit steigern.«

Im Wedding Kit sind Aufkleber zum Junggesellenabschied, eine Einladungs- und Menükarte, Namenskarten und eine Dankesagungskarte enthalten. Das Kit veranschaulicht dabei die Vielfalt an Substraten wie selbstklebende und transparente Materialien oder Naturpapier mit Struktur. Die Dankeskarte ist auf metallisiertem Pa-

pier gedruckt mit Weiß als fünfter Farbe, das Teilbereiche abdeckt und den Metalleffekt hervorhebt. Die kupferfarbene Box, die mit einer Praline befüllt werden kann, ist bereits gestanzt und lässt sich zusammenstecken. Auf der speziellen Landingpage im Internet sind die Partner von Heidelberg aufgeführt, die bei dem Wedding Kit unterstützt haben und über die gegebenenfalls Materialien bestellt werden können.

Heidelberg nennt es »Partnerschaftlichen Know-how-Transfer« und zitiert MANUELA GOMEZ noch einmal: »Wir sehen uns als Partner der Kunden und möchten mit den Möglichkeiten unserer Produkte zu deren Erfolg beitragen.«

Natürlich haben wir uns in der Redaktion die Frage gestellt, ob das nun eine reine Marketing-Maßnahme von Heidelberg ist oder ob Druckereien tatsächlich so wenig Fantasie aufbringen, eine solche Mappe nicht längst für den eigenen Bedarf zusammengestellt zu haben? Uns jedenfalls sind spontan noch weit mehr Drucksachen eingefallen, mit denen Druckereien Geld verdienen könnten: Hochzeitszeitung, Etiketten für den Hochzeitssekt, Fotobücher und zig Dinge mehr. Sollte es aber wirklich an Fantasie fehlen, wird eine Mustermappe samt Digitaldrucksystem wohl auch nicht mehr helfen.

> [www.heidelberg.com/de/weddingkit](http://www.heidelberg.com/de/weddingkit)