

Welche Nachhaltigkeit bietet Druckveredelung für die Markenkommunikation?

Frank Denninghoff über die wirksame Inszenierung von Marken und darüber, dass nachhaltig produzierte Printprodukte mit Veredelung keinen Widerspruch darstellen.

Entwicklung zur nachhaltigen Markenkommunikation

Angesichts der Tatsache, dass die berechtigte Nachhaltigkeitsdebatte in allen Gesellschaftsschichten eine immer höhere Relevanz erreicht hat, wird gelegentlich die These aufgeworfen, dass die Zukunft der Druckveredelung ein überflüssiger Luxus sei.

Klimaschutz, Erhaltung der Artenvielfalt, weniger Plastikeinsatz, Emissionseinsparungen, Einsatz von erneuerbaren Energien... alles Themen, die Markeninhaber dazu veranlassen ihre Produkt- und Logistikstrategie im Sinne der Markenbildung aus Überzeugung neu auszurichten und dabei Nachhaltigkeit als essentiellen Teil ihres Markenkerns glaubhaft zu etablieren.

Damit bei diesem Wandlungsprozess hochattraktive Print-Produkte entstehen, sind sorgfältig durchdachte Designkonzepte nötig, deren multisensorische Sprache Kunden erreichen, wirksam ansprechen und dabei die Auswirkungen auf die Klimabilanz mit diesem Anspruch belegen können.

Hierbei sind folgende Ansätze essentiell:

1. Markenkommunikation muss im Ergebnis verkaufen, so erfolgreich wie möglich und so nachhaltig wie möglich.

2. Um Menschen erfolgreich anzusprechen, ist es notwendig, diese nicht nur logistisch zu erreichen, sondern

die Botschaft muss bei ihnen multisensorisch wirken und stimmig im Rahmen der Customer Journey funktionieren. Dies belegen Ergebnisse der CREATURA Metaanalyse.

3. Druckveredelung ist das Mittel der Wahl zur multisensorischen und nachhaltigen Ansprache mit Print. Vorausgesetzt, dass strategisch und produktionstechnisch alle Nachhaltigkeitsaspekte in vollem Umfang ausgeschöpft werden.

4. Dabei geht es nicht einfach nur um Weglassen, um durch Vermeiden, Reduzieren und Ausgleichen nachhaltig zu werden. Sondern um Beratung und strategische Hilfestellung gegenüber dem Kunden, wie sich mit sinnvollen Alternativen nachhaltig veredelte Drucksachen konzipieren lassen, die Markenartiklern helfen, über die reine Kommunikation im Ergebnis wirksam zu verkaufen.

Hierzu gilt es, Designern, Werbeagenturen, Markenartiklern und Druckereien über genau diese Grundlagen zu informieren und über die Werkzeuge zu sensibilisieren, um diesen vermeintlichen Widerspruch aufzulösen und ganzheitliche und nachhaltige Markenauftritte für ihre Kunden wirksam zu inszenieren.

Nachhaltigkeitsaspekte:

_Funktionierende getrennte Materialkreisläufe mit Recycling von Wertstoffen wie Papier/Karton, PET-Trägerfolien mit Zielrichtung Einstoff-Lösungen und Trennbarkeit.

_Recyclingfreundliche Veredelungsverfahren wie Prägetransfer- und Kalttransferverfahren auf Papier mit ihren nur in my-Stärke übertragenen Lack- und Bedampfungsschichten – wobei deren Trägerfolien nicht übertragen, sondern schon beim Übertragungsprozess gesammelt und später sortenrein als Wertstoff verarbeitet werden können.

_Erstellung eines Status zum CO₂-Footprint für den Prozess-Standort und über die gesamte Wertschöpfungs-



fungskette. Ebenfalls kontinuierliches Monitoring und Umsetzung der Maßnahmen zur Senkung durch Prozessoptimierung in den Produktionen.

_Einsatz ausschließlich erneuerbarer Energien, bis hin zu klimaneutraler Produktion.

_Individuelle Beratung zu Konzept-, Design- und Projektoptimierungen für Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit.

Wichtiges Fazit für Markenartikler, Designer, Werbeagenturen und Medienproduktions:

Mit unseren weitgefächerten Kombinationsmöglichkeiten können auch in Zukunft hochwertig veredelte Druckprodukte für einen wirksamen Markenauftritt hergestellt werden, die allen Aspekten nachhaltiger Markenstrategie gerecht werden und die auch unseren gesellschaftlichen Anspruch an verantwortungsvolles, ökologisches Handeln widerspiegeln.

Gemeinsam mit unseren Partnernetzwerken Forum Prägetransfer Veredelung, Fachverband Medienproduktion f:mp. und der Veredelungsinitiative CREATURA haben wir uns bei GRÄFE zur Aufgabe gemacht, nachwachsende Generationen aus Design, Medienproduktion, Werbeagenturen, Druckereien und auch Markenherstellern über die weitgefächerten Möglichkeiten und Ansätze einer wirksamen multisensorischen und nachhaltigen Kommunikation zu informieren, zu sensibilisieren und zu begeisterten Multiplikatoren zu machen.

Die Zukunft der Druckveredelung liegt in ihrer Kombination aus Wirksamkeit und Nachhaltigkeit. GRÄFE – Nachhaltig prägend!

+ Die Creatura-Initiative ist Herausgeber der weltweit ersten Metaanalyse zur Werbewirkung von Print und Druckveredelung. Wir informieren Sie gerne zu THE POWER OF PRINT.

🖱️ graefe-druckveredelung.de