



Das Prinzip Landkarte

Landkarten haben ausgedient, nur noch jeder Dritte nutzt traditionelles Kartenmaterial – so lautet eine aktuelle Meldung des Bundesverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V., kurz Bitkom. Fast zwei Drittel der Unter-30-Jährigen setzen danach auf Navigationsgeräte. Klar, die Vorteile liegen auf der Hand. Die Angaben sind aktuell und im besten Fall kann das Navi vor Staus und Straßensperren warnen. Das heißt aber auch: Wieder ein Printprodukt weniger, das uns über Jahrzehnte im Alltag begleitet hat ... wäre da nicht der Stuttgarter Verlag

Way Ok (www.way-ok.de), der sich der Pläne und Karten angenommen hat und völlig neue Produkte daraus zaubert: Umhängetaschen, Notizbücher, Liegestühle, Papierkörbe, Kaffeetasen, Frühstücksbrettchen, Brillenputztüchlein ... selbst Stoffvorhänge sollen schon mit den Stadtplänen von Frankfurt, München oder Berlin bedruckt worden sein.

Die Auftraggeber kommen aus dem Büro- und Schreibwarenhandel, der Gastronomie und dem Merchandising. Oder es sind Unternehmen mit weltweit verstreuten Standorten. Grundlage ist das bereits vorhandene

Kartenmaterial, das der kartografische Verlag so zu neuem Leben erweckt. Wer will, kann sich von ihm selbstverständlich weiterhin auch richtige Landkarten produzieren lassen – mit werbewirksamer Spezialfunktion. So wie die Fast-Food-Kette Burger King, die eine Standortübersicht über ihre deutschen Filialen an ihre Kunden verteilen ließ – Landkarte quasi inklusive.

Vorschau

Unser täglich Brot ...

- **Wie die Lebensmittelbranche kommuniziert:** Nach einigen Anläufen scheint jetzt auch der Online-Verkauf von Lebensmitteln zu funktionieren. Trotzdem braucht die Branche nach wie vor Printprodukte. Beispielsweise Anzeigen, Verpackungen, Displays, aber auch Broschüren und Kundenmagazine.

Online-Druckerei oder den Dienstleister vor Ort?

- **Printbuying:** Oder gibt es noch ganz andere Kriterien zu beachten, bis der Druckdienstleister des persönlichen Vertrauens gefunden ist? *versio!* hat die Experten befragt und gibt zahlreiche Tipps, wie Angebote, Leistungen und Services einzuschätzen und zu vergleichen sind.

Echte Hingucker

- **Corporate Publishing:** Glitzer, Glanzeffekte oder mal ein Wackelbild? Auch Kundenmagazine, Geschäftsberichte, Mitarbeiterzeitschriften oder Corporate Books können aufmerksamkeitsstarke Druckveredelungen oder Add-ons gebrauchen, um



in der Flut der Medien aufzufallen und nachhaltig beim Leser und Kunden in Erinnerung zu bleiben. *versio!* zeigt aktuelle Beispiele, fragt Spezialisten und verrät, wie sich die Zusatzeffekte relativ kostengünstig realisieren lassen.

Damit die Post auch ankommt

- **Dialogmarketing:** Falsche Namen, Datensätze von Verstorbenen oder gar Dubletten – wenn der Datenpool nicht sauber ist, hilft das schönste und beste Mailing nichts. Zuverlässige Adress- und Datenhändler, die seriös beraten und arbeiten, sind das A und O beim Dialogmarketing.

RFID & Co.

- **Packaging:** Wie intelligent kann eine Verpackung heute sein? Ziemlich clever, wenn man sich die neuesten Entwicklungen anschaut! So kann sie nicht nur Warenbestände kontrollieren. Die Verpackung von heute bietet noch viel mehr. Indem sie etwa die Haltbarkeit eines Produkts verlängert, es lückenlos rückverfolgen kann oder fälschungssicher ist.