



Qual der Wahl

Es gibt verschiedenste Druckverfahren, die sich für unterschiedliche Erzeugnisse eignen.

Wie druck ich's bloß?

Flyer, Prospekte, Schilder oder Liegestühle – wie sie hergestellt werden und welche Drucktechniken sich für welche Materialien eignen.

WIEN. Die Vielzahl unterschiedlicher Druckverfahren und Materialien hat in den vergangenen Jahren zu einer Trendwende innerhalb der Druckbranche geführt – weg von Massenaufträgen und hin zu individuellen Werbemitteln.

Die gängigsten Druckverfahren:

Offsetdruck

Bei diesem indirekten Verfahren ist die Druckform eine dünne Metallplatte, die um den Formzylinder in der Druckmaschine gespannt wird. Nach der Einfärbung der Platte wird die Farbe auf ein Gummiband übertragen

und gelangt erst von hier auf das Papier. Offsetdruck eignet sich vor allem für klassische Werbemittel auf Papier wie Flyer, aber auch für Verpackungen.

Digitaldruck

Anders als beim Offsetdruck ist keine feste Druckform vorhanden. Dadurch wird nicht nur Zeit für das Einrichten der Druckmaschine gespart, sondern es bringt auch den Vorteil mit sich, dass jeder Bogen anders bedruckt werden kann, was etwa Individualisierungen möglich macht.

Qualitativ rangiert der Digitaldruck zwar minimal hinter

dem Offsetdruck, jedoch lassen sich gerade Aufträge in geringer Auflage oder personalisierte Werbemittel schnell, hochwertig und vor allem kostengünstig im Digitaldruck produzieren.

Thermosublimationsdruck

Wird vor allem für Fotowerbemittel und Textilien benutzt.

Dabei wird eine spezielle Tinte in das zu bedruckende Material regelrecht eingedampft, also sublimiert; die darin enthaltenen Farbwachse wechseln bei großer Hitze sofort in den gasförmigen Zustand. Dieses Verfahren zeichnet sich deshalb vor allem durch extrem hohe Haltbarkeit aus.

Digitaler UV-Direktdruck

Das eigentliche Druckverfahren ähnelt dem Digitaldruck, die Besonderheit liegt in der Farbe und deren Trocknung.

Während bei gewöhnlichen Tintenstrahldruckern die Farbe vollständig in das jeweilige Material eindringt, sorgt eine chemische Reaktion (Polymerisation) für eine schnelle Aushärtung der Tinte, sodass diese als Farbfilm auf dem Material verbleibt und nicht in es eindringt.

Dadurch ergibt sich eine riesige Vielfalt an Materialien – und auch bei diesen (und ihrer Werbewirkung) sind verschiedenste Möglichkeiten gegeben. (pj)

GEZIELTE KUNDENANSPRACHE

Trendwende bei den Marketing- und damit bei den Druckstrategien

Individuell

Bedruckte Werbemittel gehören heute zur Marketingstrategie vieler Firmen. Laut „Individualized Marketing“-Studie von Forbes setzen mittlerweile 70%

der Marketing-Verantwortlichen auf gezieltes Marketing. Viele Betriebe vertrauen dazu auf Flyer und Broschüren in kleinen Auflagen, die genau auf die Zielgruppen



eingehen. Oder sie entwerfen außergewöhnliche Werbemittel wie Liegestühle, für die mehrere Materialien verwendet werden können: Dekostoff zeichnet sich durch Blick-

dichte und UV-Beständigkeit aus; Fahnenstoff hingegen eignet sich aufgrund Witterungs- & UV-Beständigkeit hervorragend für Einsätze im Außenbereich. (pj)