

Cover mit der Stämpfli AG

Ingredienzen für feine Guetzli und erfolgreiche Kommunikation

Mit den richtigen Zutaten hat Kommunikation Erfolg. Dafür steht das Backcover symbolisch. Es macht «gluschtig» auf das Heft und führt über weitere Ingredienzen zu crossmedialen Inhalten von Stämpfli Kommunikation.

■ **ROMEO HUTTER** Backe, backe, Publisher. Rechtzeitig zur Backsaison zeigt unser Cover eine Momentaufnahme beim Backen des Publisher-Guetzlis. Ausgewallter Teig, Mehl, Backpapier: Wir backen für unsere Leser alle zwei Monate ein neues Heft und hoffen, Sie «gluschtig» auf den Inhalt zu machen.

Doch hinter dem Umschlag steckt mehr. Unser Cover-Partner, die Stämpfli AG, backt Spitzbuben und veranschaulicht damit, wie erfolgreiche Kommunikation entsteht und funktioniert.

Gaumenfreude

Kommunikation ist ein emotionales Erlebnis und durch das Anregen mehrerer Sinne erst richtig erfolgreich. So soll dieser Umschlag über die visuelle Ebene auch den Gaumen kitzeln, ein Schmunzeln auslösen und eben Emotionen und damit auch Neugier wecken. «Mit dem Cover, aber auch mit unserer Arbeit im Bereich der Marken- und Unternehmenskommunikation wollen wir mit einzigartigen, zielorientierten, innovativen und vor allem kreativen Kommunikationslösungen überraschen», sagt Dominic Eichenberger, Leiter von Stämpfli Kommunikation. In der Kommunikation ist es wie beim Backen, für den Erfolg braucht es die passenden Zutaten: Das richtige Handwerk und viel Leidenschaft, um



Das Backcover ist Glustigmacher in doppelter Hinsicht: Einerseits für den Heftinhalt, andererseits löst es auf der Rückseite ein Schmunzeln aus und macht damit neugierig auf mehr.

ein stimmiges Endprodukt zu erreichen und damit ein Lächeln auf das Gesicht des Empfängers zu zaubern.

Die Aussage «Print ist tot» mag für gewisse Drucksachen durchaus zutreffen, emotional gestaltet und in einen durchdachten Kommunikationsmix integriert, wird Print aber noch lange seine Berechtigung haben. Für uns ist das Cover Aushängeschild, für Stämpfli ist der Umschlag mehr, er führt per URL

und QR-Code auf eine Landingpage, wo die Geschichte über den Spitzbuben weiter erzählt wird.

Alles aus einer Hand

Initiiert wurde das Cover durch Siegfried Alder, Senior Expert Marketing bei Canon. Für crossmediale Kampagnen setzt Stämpfli auf die Lösungen von Direct Smile, welche in der Schweiz durch Canon betreut werden. Ausser-

dem werden bei Stämpfli in der Druckvorstufe zwei Canon imagePRESS C700 eingesetzt. Die Stämpfli AG ist längst nicht mehr nur Druckerei, sie bietet heute ein breites Dienstleistungsspektrum in den fünf Leistungsgebieten Kommunikation, Verlagsservice, Internet, Publikationssysteme und Produktion an. Mit diesem Cover zeigt die seit 2011 bestehende Kommunikationsagentur von Stämpfli, was sie aus einer

Produktionspartner

Bei der Produktion des Covers dieser PUBLISHER-Ausgabe unterstützten uns folgende Partner, bei denen wir uns herzlich bedanken:

Stämpfli AG

Konzeption, Gestaltung und Druck des Covers. Projektverantwortung: Dominic Eichenberger, Isabel Furrer www.staempfli.com

Canon (Schweiz) AG

Druck auf Canon imagePRESS C700 Projektinitiator: Siegfried Alder www.canon.ch

Schlaefli & Maurer AG

Druck Heftinhalt und Ausrüsten der Zeitschriften Projektleitung: Kurt Saurer www.schlaefli.ch



Das Cover vergleicht Backen mit Kommunikation und zeigt, dass der gezielte Einsatz der verschiedenen Zutaten entscheidend ist. Denn selbst gemacht, schmeckt besser.



Am aktuellen Cover-Projekt waren Berater und Texter, Foto- und Videokünstler gleichermassen beteiligt. Jeder

Papiersponsoring

Naturpapier. Ein Begriff, der exakt das trifft, was die Plano-Papiere auszeichnet. Sie wirken natürlich, vermitteln mit ihrem Volumen und einer hochwertigen Oberfläche eine angenehme Haptik und besitzen zudem eine hohe Weisse und Opazität. Damit sorgen die Plano-Papiere für eine rundum sinnliche Erfahrung, die einen nachhaltigen Eindruck hinterlässt. In der Herstellung bleiben diese Naturpapiere genau das: so natürlich wie möglich, so wenig bearbeitet wie nötig.

Das aktuelle Cover ist auf Plano-Jet mit 240 g/m² gedruckt. Die PlanoJet-Papiere sind erste Wahl für Preprint. Es ist hochweiss, matt und weist ein 1,3-faches Volumen auf. Es ist im Digitaldruck sowohl mit Trockentoner- als auch mit Ink-jetdrucksystemen einsetzbar. Das Grammaturspektrum reicht von 80 bis 400 g/m². Die PlanoJet-Naturpapiere sind alterungsbeständig, holzfrei und FSC-zertifiziert.

www.papyrus-plano.de/ch/

Hand bieten kann. Gleichzeitig aber auch, wie die verschiedenen Bereiche zusammenarbeiten.

Guetzli backen: von der Idee zur Kampagne

Für das Publisher-Cover waren bei Stämpfli Kommunikation Berater und Texter, Art- und Creative Director, Interactive Designer und Foto- und Videokünstler beteiligt. Gemeinsam erarbeiteten sie das Konzept. Das Backen des Spitzbuben veranschaulicht die Arbeitsschritte zum fertigen Cover und der dahinterliegenden Crossmediakampagne. Die richtigen Ingredienzen sorgen für die erfolgreiche Kommunikation. Und dabei verhält es sich wie bei selbst gemachten Guetzli: Individuell abgestimmte Lösungen «schmecken» besser als Massenware.

Vom Konzept über die Fotografie und die Bildbearbeitung bis hin zum

fertigen Layout waren etwa zehn Mitarbeitende involviert. Die Cover wurden schliesslich mit den zwei Canon imagePRESS C700 der Druckvorstufe auf das Volumenpapier Plano-Jet (240 g/m²) von Papyrus gedruckt. Obwohl die beiden Systeme von der Druckvorstufe als Proof- und Konzeptdrucker im Alltag eingesetzt werden, konnte die Produktion der über 10 000 Umschläge gut bewältigt werden.

Leidenschaft für Kommunikation

Über den QR-Code oder die URL gelangt der Leser auf eine Landingpage, die von Stämpflis Internetagentur umgesetzt wurde. Hier finden sich das Spitzbubenrezept, Video und Fotogalerie mit einem Making-of zum Cover-Projekt und ein Kontaktformular.

Bei der Stämpfli Kommunikation hat das integrierte Denken und Handeln im Kommunikationsprozess eine zentrale Bedeutung und so steht die Verschmelzung der analogen mit der digitalen Kommunikationswelt im Zentrum jeglicher Aufgaben.

Wie bei vielem gibt es auch für erfolgreiche Kommunikation kein Patentrezept. Es gilt, den individuellen Geschmack zu treffen und wie beim Backen eigener Guetzli bestehende Rezepte stetig zu verfeinern.

Parallelen zum Backen finden sich nicht nur beim Rezept oder den Zutaten. Ein wichtiges Objekt in der Backstube oder der Küche ist der Tisch. Er ist das verbindende Element aller Tätigkeiten – auch von Stämpfli Kommunikation: für ein Brainstorming, für die erste Auslegeordnung zusammen mit dem Kunden, um Entwürfe auszulegen und ganzheitlich zu erfassen. Der Tisch steht bei Stämpfli für Inspiration, Kreativität, Dialog und vieles mehr.

Nicht zuletzt ist aber auch die Herangehensweise entscheidend. Bei Stämpfli geht man mit Enthusiasmus und Leidenschaft an Aufgaben heran. Und oft kommt es – wie beim Guetzliessen – vor, dass man nicht mehr damit aufhören kann. ■

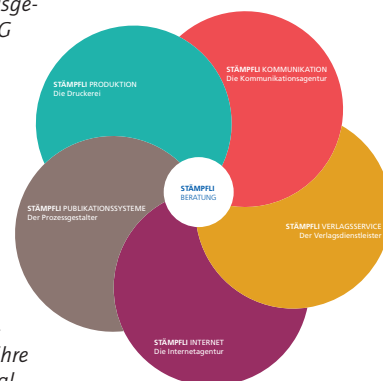
Stämpfli – Kommunikation Mensch zu Mensch

Die 1799 gegründete Stämpfli AG gehört zur Stämpfli Gruppe Bern, die in der sechsten Generation durch Rudolf und Peter Stämpfli geführt wird. Die 330 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Stämpfli AG in Bern und Zürich bieten Leistungen in den Bereichen Kommunikationsagentur, Internetagentur, Verlagsservices, Publikationssysteme und Produktion an. Ob über den gesamten Prozess oder bei ausgewählten Schritten: Die Stämpfli AG ist Ansprechpartner für Unternehmens- und Verbandskommunikation.

Die Kernkompetenzen von Stämpfli liegen in der Konzeption und in der Umsetzung von Zeitschriften, Katalogen, Geschäftsberichten, E-Shops, Websites und Mobile Solutions sowie in der Programmierung und Integration von Publikationssystemen, mit denen die Kunden ihre Inhalte effizient und medienneutral verwalten und Publikationen automatisch erstellen können. Daneben bietet Stämpfli eine Reihe von Specialservices an – vom Erstellen von Kommunikationskonzepten über ein mehrsprachiges Korrektorat und Lektorat bis hin zum Inseratemanagement und Abomarketing.

Ob «Business-to-Business» oder «Business-to-Consumer», Unternehmenskommunikation findet immer «Mensch zu Mensch» statt. Stets sind es Menschen, die entscheiden, zusammenarbeiten und leisten. Der Leitspruch «Kommunikation – Mensch zu Mensch» ist Ausdruck des Anliegens von Stämpfli, dass sich alle an den vielseitigen Projekten Beteiligten immer auf gleicher Augenhöhe begegnen und den Menschen in den Vordergrund stellen.

www.staempfli.com



Canon imagePRESS C700

Das Farbdrucksystem Canon imagePRESS C700 verfügt bei einer geringen Stellfläche über eine Reihe von neu entwickelten Technologien, um zuverlässig hohe Qualität, Produktivität und Flexibilität sowie einen vielseitigen Medieneinsatz zu bieten.

Der für die C700 und C800 entwickelte Consistently-Vivid (CV)-Toner verbessert die Übertragungseffizienz und die Konsistenz bei der Farbwiedergabe und sorgt für gleichmässige Ergebnisse auf einer Vielzahl von Medien. Die neue Registertechnologie gewährleistet eine hohe Genauigkeit, egal ob ein Bogen oder viele Tausende gedruckt werden. Dazu kommt, dass die Lasereinheit eine Auflösung von 2400 dpi erreicht, was eine noch höhere Präzision bei Text und Bildern ermöglicht. Zur Verfügung stehen mehrere Halbton-Rasterarten, damit eine grössere Flexibilität und höhere Qualität erreicht werden können. Diese Fortschritte, zusammen mit der automatischen Farbkalibrierung, liefern die bei anspruchsvollen Druckproduktionen verlangte Stabilität und Druckqualität.

Die imagePRESS C700 druckt mit einer konstanten Geschwindigkeit von bis zu 70 A4-Seiten pro Minute auf einer breiten Palette von Medien. Sie kann mit maximaler Geschwindigkeit auf schweres Material von bis zu 220 g/m² drucken und im Schön- und Widerdruck mit bis zu 300 g/m² verarbeiten. Verbesserungen in der Belt-Fusing-Technik ermöglichen es der imagePRESS C700, komplexe Aufträge auf einer Vielzahl von Substraten zu produzieren.

Die imagePRESS C700 bietet eine kontinuierliche Produktivität vom Anfang bis zum Ende, mit einer umfangreichen Auswahl an Finishing-Optionen einschliesslich der Broschüreneerstellung mit Dreiseitenbeschnitt, integrierter Klebebindung, leistungsfähiger Stapelablage, mehreren Falzoptionen und Lösungen für das Inline-Finishing von Drittanbietern.

www.canon.ch



Art- und Creative Director, Interactive Designer und hat mit Leidenschaft zum Gelingen beigetragen.



Das richtige Handwerk und Leidenschaft sorgen für erfolgreiche Kommunikation.

