



# Knecht informativ

Aktuelle Infos und News der Knecht GmbH

## Digital begegnen – Print erleben Zwei Themen ein Ziel



Liebe Leserinnen und Leser,

„Digital begegnen, Print erleben“ lautete das Thema unserer Vortragsreihe „Wissen in 60 Minuten“, zu der wir Ende Oktober eingeladen hatten. Die erfahrenen Referenten Frank Denninghoff und Peter Schuler schilderten die Unterschiede, aber auch die Gemeinsamkeiten beider Fachgebiete. Ihr Fazit am Ende des Abends: Beim Digitalen liegt der Reiz in der Schnelligkeit des Informationsaustauschs, bei Print in der Haptik und Ästhetik. Trotzdem schließen sie sich nicht aus, sie haben sogar Gemeinsamkeiten.

Wer unserer Einladung im Oktober nicht nachkommen konnte, hat in dieser Ausgabe direkt auf Seite 1 noch einmal die Möglichkeit, der interessanten Diskussion zu folgen. Außerdem freue ich mich, Ihnen mitteilen zu können, dass ab sofort unser neues Knecht Web-to-Print-Portal für Sie bereit steht. Das Portal unterstützt Sie bei der Erstellung Ihrer Printerzeugnisse im firmeneigenen Design. Es ist einfach zu bedienen und erfordert daher keine besonderen Druck-Fachkenntnisse. Lesen Sie mir dazu auf Seite 3.

*Frank Denninghoff*



**Die digitale Welt ist schnell und ergebnisorientiert. Sie generiert und verliert Kunden in Sekunden. Die Printwelt setzt auf Optik und Haptik. Sie ruft Gefühle und Emotionen hervor.**

So lautet das Fazit der Veranstaltung „Wissen in 60 Minuten“, zu der die Knecht GmbH Ende Oktober 2012 ins Mainzer 70 Café eingeladen hatte. Im Mittelpunkt stand die Frage, wie funktional und interessant beide Medien in der heutigen Zeit sein müssen, um

Erfolg zu haben. Um es vorweg zu nehmen: Digital und Print sind nicht konträr. Im Gegenteil: Beide betreiben Kommunikation und vermitteln Informationen. Beide müssen die Aufmerksamkeit des Kunden erzeugen, um nicht im (virtuellen) Papierkorb zu landen. Den Einstieg ins Thema machte Pharmamarketer und Arzt Peter Schuler mit seiner lebendigen Präsentation „Digital begegnen“. Schuler ist Kopf der Marketing-agentur Cloverline medplus in

Ludwigsburg und zählt zu den Pionieren des SocialMedia-Marketings im deutschen Healthcare-Markt. Seit über 25 Jahren entwickelt er integrierte Kommunikations- und Vermarktungskonzepte für die Pharmaindustrie. Anhand des „Lake Google“-Prinzips erklärte Schuler unseren rund Anzahl geladenen Gästen aus Wirtschaft und ??, wie Online-Marketing funktioniert.

Über 80 Prozent der 39- bis 59-Jährigen sind im Internet unterwegs, sei es beruflich oder privat – so das Ergebnis einer Studie der Forschungsgruppe Wahlen von 2010. Und fast jeder von ihnen nutzt die Suchmaschine Google, um sich im Datenmeer zurecht zu finden. Die Orientierung muss schnell gehen. „Das Netz ist überflutet mit Informationen. Digitale Leser sind ungeduldig und lesefaul. Sie wollen ihre offenen Fragen schnellstmöglich beantwortet wis-“

*Fortsetzung auf Seite 2*







### Fortsetzung von Seite 1

sen, ohne lange suchen zu müssen“, schildert Schuler die Situation. Um sich von seinen Wettbewerbern abzuheben, sei es daher im Lake Google wichtig, den passenden Köder (ergebnisorientierte Informationen) zum Fisch (Besucher) zu finden. „Die digitalen Leser haben eine hohe Erwartungshaltung an die bereit gestellten Informationen. Sogenannte Eye-Tracking-Studien ergaben, dass jeder Besucher nur 1,7 Sekunden benötigt, um sich einen Eindruck von einer Seite zu verschaffen. Findet er die gewünschte Information innerhalb von acht Sekunden dort nicht, klickt er weiter und kommt auch nie mehr auf diese Seite zurück.“

Für Unternehmen heißt das schlichtweg: Erstens, sie müssen die wichtigsten Informationen ins obere Drittel ihrer Webseite stellen. Zweitens, sie sollten nur hochwertige Informationen veröffentlichen und mit hochwertigen Links verknüpfen. Und drittens, sie sollten dem Leser ihre Produkte bzw. Dienstleistungen übersichtlich darstellen. Ansonsten ist die Konkurrenz nur einen Klick entfernt. Ein weiteres Muss: „Meine Webpräsenz muss dem Besucher schnell und verständlich zeigen, was ich ihm als Unternehmen bieten kann. 90 Prozent aller Webauftritte erfüllen diese Auflage nicht und sind damit funktionslos. Denn sie schöpfen ihre Potenziale nicht aus“, endete Schuler seinen digitalen Exkurs.



### Peter Schuler

Erfahrener Pharmamarketer und Arzt, [www.CLOVERLINE-medplus.de](http://www.CLOVERLINE-medplus.de), seit 25 Jahren entwickelt er erfolgreiche integrierte Kommunikations- und Vermarktungskonzepte für die Pharmaindustrie. Einer der Pioniere des SocialMedia-Marketing im Health-care-Markt in Deutschland. Freut sich darauf, einige spannende Einblicke in das innovative Online-Marketing zu vermitteln.

Freut sich darauf, einige spannende Einblicke in das innovative Online-Marketing zu vermitteln.

### Frank Denninghoff

Geschäftsführer und Gesellschafter der Gräfe Druck & Veredelung in Bielefeld beschäftigt sich mit seinem Unternehmen bereits seit 20 Jahren aktiv in der Druckveredelung.

Als Spezialist auf diesem Gebiet ist er auch Vorsitzender des Arbeitskreises Prägefoliendruck e.V. Sein Credo: In der Druckveredelung ist weniger oft mehr.



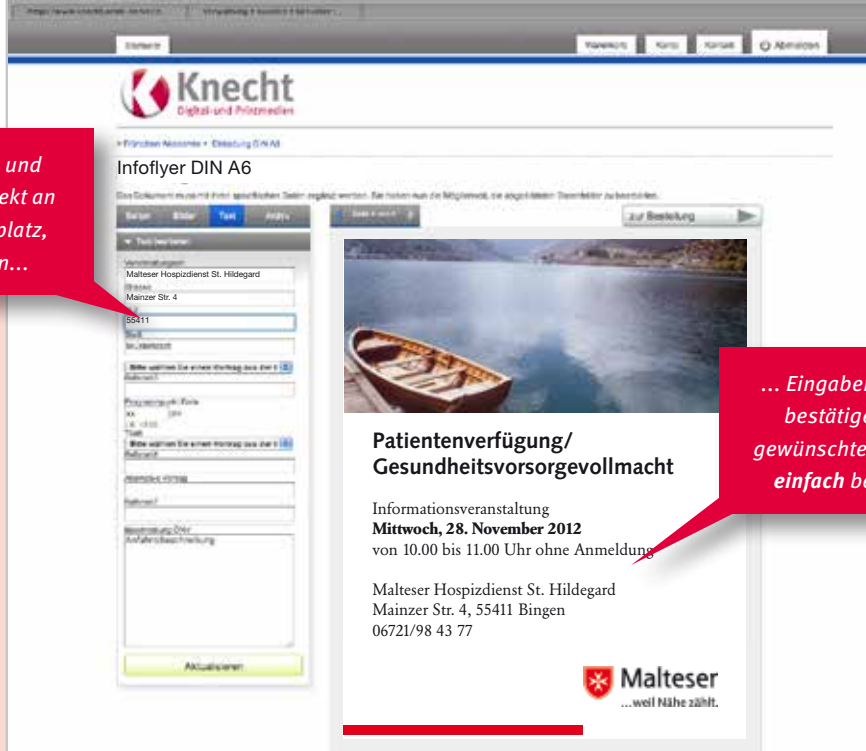
## Print erleben

Ein überzeugendes Plädoyer für die „Haptik“ und damit für die Printmedien hielt Frank Denninghoff. Er ist Geschäftsführer und Gesellschafter der Gräfe Druck & Veredelung in Bielefeld. Sein Spezialgebiet: die Druckveredelung. „Hier ist weniger oft mehr“, sagte Denninghoff, „denn auch in der Printwelt herrscht Reizüberflutung. Das Weniger trägt zu einer Entschleunigung bei.“ Im Gegensatz zur digitalen Welt können Printprodukte erfühlt und damit erlebt werden. Es entstehen Gefühle und Emotionen. Als Beispiel führte Denninghoff die edle Verpackung von Gütern an: Sie ist in der Regel reduziert gehalten, drückt aber durch ihre Farbgebungen, bevorzugt in Gold oder Silber, eine hohe Wertigkeit aus. „Der Inhalt hält nicht immer das, was die Verpackung verspricht. Aber dennoch gilt: Die Veredelung von Produkten trägt zu einer Markenbildung bei. Sie ist pure Wertschöpfung“, verrät der Geschäftsführer.

Veredelt wird heutzutage überall: angefangen bei Süßigkeiten über Etiketten und Büchern bis hin zu Zeitschriften und Magazinen. Zur Verdeutlichung teilte Denninghoff an uns Zuhörern diverse Werbeflyer aus, die in seinem Haus hergestellt wurden. Jetzt konnten wir Veredelungen nicht nur am Bildschirm sehen, sondern Prägnungen tatsächlich auch ertasten wie zum Beispiel die Croco-Prägung einer Handtasche von Sappi oder der Kinderwagen von Novum. Die Vielfalt der Möglichkeiten ist beeindruckend. Ob Prägefoliendruck, Blindprägung, Folienkaschierung, Kaltfolientransfer oder Lackierung – die Bandbreite der kreativen Gestaltung ist bei allen fünf Techniken groß. „Veredelte Produkte positionieren sich im Markt viel besser als nicht veredelte. Außerdem trägt eine Veredelung zur Differenzierung der Marke bei“, so Denninghoff. Das können wir spätestens jetzt nach dieser beeindruckenden Präsentation gut nachvollziehen.







Texteingaben und  
Korrekturedirekt an  
Ihrem Arbeitsplatz,  
aktualisieren...

... Eingaben prüfen,  
bestätigen und  
gewünschtes Produkt  
einfach bestellen

freie Dateneingabe. „Aber auch hier hilft Ihnen unsere intelligente Datenbankstruktur. Feststehende Daten, dazu zählen Adressen, Telefonnummern oder Bankverbindungen, müssen nur in einem Dokument geändert werden“, sagt Lisa. „Wir übernehmen dann die Aktualisierung dieser Daten in allen anderen Dokumenten. „Selbstverständlich erkennt das Portal Abhängigkeiten innerhalb eines Dokumentes und setzt sie sofort um. „Jeder, der im Internet surfen kann, kann auch mit unserem neuen Knecht Web-to-Print-Portal arbeiten.“

## Knecht Web-to print-Portal

# Ab sofort können Druckdaten automatisch erstellt werden

Mit unserem neuen Portal können Sie Ihre Standard-Printerzeugnisse im firmeneigenen Design selbst erstellen.

Visitenkarten, Briefbögen, Einladungen – das Layout ist bereits festgelegt und die variablen Daten, wie z.B. Namen oder Uhrzeiten sind editierbar. Mit unserem neuen Knecht Web-to-Print-Portal kann man die Vorlagen für eine Vielzahl von Printerzeugnissen über das

Internet im firmeneigenen Corporate Design inklusive Logo anlegen, jederzeit aktualisieren und direkt in Auftrag geben. Denn das System erstellt Ihnen automatisch eine fertige Druckdatei.

„Die Templates werden einmalig inklusive Beschreibung und Abbildungen angelegt“, erklärt Kundenberaterin Lisa Buchmann den Vorgang. „Sie können dann fortlaufend mit variablen Daten versehen

werden. Hierfür benötigen Anwender keine besonderen Kenntnisse. Schließlich werden Sie intuitiv durch die Bedienung geführt.“ Der Zugriff auf gespeicherte Daten (Artikel, Adressen, Bilddaten) ist zudem komfortabel und effizient zugleich. Eine Vorschau im Sinne des WYSIWYG (What you see is what you get) zeigt, was die Eingaben am Produkt verändern. Unabdingbar ist nur eine fehler-

### Das Knecht Web-to-Print-Portal auf einen Blick

- Außer einem Standard-PC mit Internetanbindung sind keine weiteren Programme oder Geräte notwendig.
- Software-Updates werden vollautomatisch implementiert.
- Eine Anbindung ans firmeneigene Intranet ist möglich.
- Für jeden Kunden kann ein eigenes Portal mit eigenen Gestaltungsmöglichkeiten eingerichtet oder das Portal an Datenbanken angebunden werden.
- Die Auftragserteilung ist zeit- und ortsunabhängig.

## Neu: Mobiles Farbmessgerät

# Pantone Capsure macht Farbfächer fast überflüssig

Wer mit Farben arbeitet, kommt um eine professionelle Farbbestimmung nicht herum. Der Systemanbieter Pantone erleichtert mit seinem neuen Produkt Capsure die Identifikation unterschiedlicher Töne.

Selbst für Profi-Augen ist die exakte Bestimmung einer Farbe eine nahezu unlösbare Aufgabe. Schließlich gibt es zu viele kleine, aber feine Unterschiede. Designer, Layouter und Drucker setzen daher Farbfächer ein. Auch die Agentur Knecht nutzt sie, um den Farbton aus unterschiedlichen Farbsystemen zu bestimmen. „Das kann durchaus eine Herausforderung

sein“, weiß Philipp Knecht, der seinen Meister im Offsetdruck gemacht hat. Heute arbeitet er bei uns als Kundenberater und Projektmanager. Dort bringt er seine fundierten Druck-Kenntnisse immer wieder ein.

### Über 8000 abgespeicherte Farben

Philipp hat sich für uns das neue Produkt von Pantone genauer angeschaut. Der Systemanbieter brachte mit Capsure ein mobiles Messgerät auf den Markt, das mit einer Kamera die Farbnuancen ermittelt und sie über 8000 abgespeicherten Farben zuordnet. Das Gerät verfügt ab Werk über acht

Farbfächer. Mit der mitgelieferten Software können weitere Fächer auf das Messgerät geladen werden.

„Pantone Capsure ist einfach zu bedienen“, sagt Philipp: „Die Linse auf die gewünschte Farbe legen, den Auslöser drücken und wenige Sekunden warten, bis das Ergebnis erscheint.“ Der Capsure muss regelmäßig kalibriert werden um konstante Ergebnisse zu erzielen. Hierfür genügt es, wenn Sie bei geschlossenem Schieber den Auslöser drücken. Auf der Abdeckung, die die empfindliche Messtechnik schützt, befindet sich eine Weißfläche zum Farbabgleich.





## Deutsch-französischer Auszubildendenaustausch Nous parlons français

### Unsere Azubine Juliane Eifel war in Bordeaux.

Vor ein paar Tagen war Juliane Eifel noch in Bordeaux. Mittlerweile ist sie wieder bei uns in Ockenheim: Juliane ist unsere Auszubildende im Bereich Beratung und Planung tätig. Drei erlebnisreiche Wochen in Frankreich liegen hinter ihr. Zunächst besuchte sie in Bordeaux die Partnerschule Lycée les Iris, büffelte Französisch und nahm an einer Projektarbeit teil. Dann wurde es ernst, und der französische Arbeitsalltag in einem Ausbildungsbetrieb erwartete sie. Zwei Wochen lang unterstützte Juliane ihre französischen Kollegen tatkräftig. „Durch die Sprachbarriere, war es nicht immer ganz einfach, sich auszudrücken und die Kollegen zu verstehen. Aber mit der Zeit ging es immer besser“, schildert sie ihre Erfahrungen.

Den Auszubildendenaustausch haben ihr die Berufsbildende Schule 1 in Mainz und das Deutsch-Französische Sekretariat für den Austausch in der beruflichen Bildung (DFS) ermöglicht. „Mir haben die drei Wochen in Frankreich sprachlich und fachlich unheimlich viel gebracht“, resümiert Juliane.

Auch wir stehen dieser Art von Austausch sehr positiv gegenüber. „Ich bin mir sicher, dass diese Erfahrung Juliane in ihren fachlichen und sozialen Kompetenzen weiter gestärkt hat. Außerdem konnte sie neue berufliche Möglichkeiten kennen lernen“, sagt Geschäftsführer Bernhard Knecht.

Der Gegenbesuch eines französischen Auszubildenden fand bereits Mitte September statt. Auch er hat nur positive Erinnerungen in der Agentur hinterlassen. „Ich kann Firmen nur ermuntern, am Austausch teilzunehmen“, sagt Knecht. „Er ist wirklich eine Bereicherung für das Team.“ Der Auszubildendenaustausch ist eine offizielle Partnerschaft der beiden Verbände der Druck- und Medienindustrie und wird seit sechs Jahren vom Bundeswirtschaftsministerium und dem französischen Innenministerium gefördert.



## Knecht inTeam

**Michelle Hellbach verstärkt seit dem 1. August 2012 unser Team im Printbereich**

**Michelle, du hat im Juni deine Ausbildung als Mediengestalterin, Gestaltung und Technik, in Mainz abgeschlossen und arbeitest jetzt für uns. Was fasziniert dich an deinem Beruf am meisten?**

*Mich reizt das abwechslungsreiche Tätigkeitsfeld, vor allem das kreative Arbeiten. Durch den technischen Fortschritt innerhalb der Medienbranche ändert sich das Berufsbild des Mediengestalters ständig. Auch die kundenorientierte Gestaltung von Produkten im Hinblick auf Corporate Identity-Richtlinien und die Bildoptimierung sind Aufgaben, die ich sehr gerne mag.*

**Was magst du hier ganz besonders?**

*Printprodukte zu erstellen, in all seinen Prozessschritten – dazu zählen beispielsweise das Datenmanagement und die Bildbearbeitung – setzt ein gutes Gefühl für Ästhetik und großes technisches Verständnis voraus. Eine interessante Kombination, wie ich finde.*

**Michelle, du bist 21 Jahre alt und kommst aus Nieder-Olm. Was machst du in deiner Freizeit?**

*Ich treibe gern Sport, lese viel und bilde mich im Zeichnen weiter. Dazu belege ich auch Kurse.*

Selbstverständlich gibt es „Knecht informativ“ auch als Online-Version auf unserer Homepage.



Knecht GmbH  
Gaulsheimer Straße 16  
55437 Ockenheim

Telefon 0 67 25-30 14 0  
Telefax 0 67 25-30 14 41  
info@knecht-online.de

[www.knecht-online.de](http://www.knecht-online.de)



*Gegenbesuch von Juliane Eifel in Bègle, einem Vorort von Bordeaux, bei der Firma Graphit's imprimeur*



*Die beiden französischen Auszubildenden Maud Recalt und Christophe Thèbault an ihrem "Gast-Arbeitsplatz" in Ockenheim*

## Knecht kreativ(2)

### FACHBEGRIFFE

unserer Branche mal ganz anders gesehen...

*Die Idee und Skizze stammen auch dieses Mal wieder von unseren Mediengestaltern Patrick Ochs und Alexander Horstmann – entstanden auf einem Notizzettel in einer kleinen „kreativen Pause“.*



Kabelsalat