

## Lust auf Print!



■ Printprodukte kommunizieren vom ersten Moment an – die Gestaltung, der Druck, das Papier und die Veredelung wirken auf den

Betrachter und entscheiden, ob man sich die Zeit nimmt, genauer hinzuschauen oder eben nicht. Und genau da kommt die Haptik einer Drucksache ins Spiel. Trifft man die richtige Wahl des Papiers und setzt man, wenn's passt, Akzente mit einer Veredelung, gewinnt die Drucksache an erkennbarem Wert und der Empfänger verweilt länger damit. Eventuell hebt er sie sogar auf.

Das haptische Erlebnis bleibt im Gedächtnis haften, weckt Emotionen. Aus diesem Grund ist für uns die Beratung in Bezug auf Papierwahl und Veredelung enorm wichtig, denn Printprodukt ist nicht gleich Printprodukt. Mit den richtigen Gewürzen wird das Printmenu optimal abgerundet.

*Beni Kiser,  
Geschäftsführer*