

„Die haben einfach Bock“

Wie MUNDSCHEMK in der Agenturszene zur Crème de la Crème avanciert

„Bett, Fernseher, Tisch und Minibar: Das finden Sie standardmäßig in jedem Hotelzimmer. Doch sind wir mal ehrlich, für viele Anbieter im Gastgewerbe ist es genau deswegen schwer, sich vom Wettbewerb abzuheben. Hier entscheiden Nuancen – ob es der Service oder Sondergeräte in der Zimmerausstattung sind“, so Heiko Mehnert über die Herausforderungen im Hotel-Marketing. Er ist Geschäftsführender Gesellschafter der seit 2012 bestehenden Berliner Agentur Brand Campus. „Viel Luft nach oben ist da allerdings nicht für Hotels in der 3- bis 4-Sterne-Kategorie, ohne dass die Gäste es preistechnisch zu spüren bekommen.“ Wie aber sonst die Oberhand in der Hotel-Szene gewinnen? Medienspezialist Heiko Mehnert weiß die Antwort und riet hierunter der Direktion des Ellington Hotels in Berlin, auf ausgefallene und hochwertige Werbemittel und Kampagnen zu setzen. Was dabei neben Idee, Konzeption und Gestaltung stimmen muss: die Druckqualität. Und da arbeitet der Inhaber der Medienagentur nur mit ausgewählten Dienstleistern zusammen. Wen er immer im Hinterkopf hat: das Wittenberger Unternehmen MUNDSCHEMK Druck+Medien. Die durften ihr Können schon mehrmals für Brand Campus unter Beweis stellen – so auch für das Berliner Ellington Hotel in der Nürnberger Straße.

Gern auch mal außerhalb von Standards

„Insgesamt sind wir als Druck- und Mediendienstleister ein sehr routiniertes Unternehmen“, so Jan P. Pajak, Produktioner bei MUNDSCHEMK Druck+Medien. „In unserer über 100-jährigen Firmengeschichte haben wir schon zahlreiche Printprodukte umgesetzt, viele Anfragen laufen recht unkompliziert von Konzeption bis Druck durch. Umso spannender und schöner ist es dann, wenn wir Kunden mit solch ausgefallenen Ideen und Projekten haben und wir uns als Druckerei auch mal außerhalb von Standards bewegen dürfen.“ Das traf mit der Anfrage von Brand Campus auch zu. Der Geschäftsführer der Berliner Agentur, Heiko Mehnert, konzeptionierte und gestaltete ein Magazin für das Ellington Hotel in Berlin. Was es damit auf sich hatte: Mit diesem Magazin sollten im Schwerpunkt mehr Business-Kunden angelockt werden. Da das Hotel zudem sein 10-jähriges Bestehen feierte, nutzte man dieses Magazin gleichzeitig als eine Art Jubiläumsbroschüre, in der man die Entwicklung sowie Veranstaltungen und Aktionen der vergangenen Jahre Revue passieren ließ. „Dementsprechend hochwertig und aufwendig in der Gestaltung musste dieses Printprodukt sein. Hotels haben es bei der Austauschbarkeit im 4-Sterne-Segment nicht immer leicht, sich von der Masse abzuheben. Mit dieser Broschüre sollte uns das aber gelingen“, erinnert sich Mehnert.

MUNDSCHEMK: Partner für die hochwertigen Geschichten

Als Geschäftsführer einer renommierten Medienagentur muss sich auch Heiko Mehnert outen: „Ja, für bestimmte Werbemittel beauftragen wir Online-Druckereien. Das Preis-Leistungs-Verhältnis ist hier einfach unschlagbar. Das trifft aber meines Erachtens nur auf die Standard-Druckprodukte zu, wie einfache Visitenkarten oder Flyer ohne große Veredelungen.“ Dennoch ist sich Heiko Mehnert dem „Risiko“ beim Beauftragen von Online-Druckereien bewusst – von einer schlechten Qualität bis hin zu verspäteten Lieferzeiten. Seine Erfahrungen haben ihn gelehrt, für die Produktionsphase immer eine Pufferzeit einzuplanen. „Und da sind wir bei den Dingen, die mir als Agenturinhaber bei einer Druckerei wichtig sind“, betont Mehnert. Neben der Pünktlichkeit sind dies die Qualität und der Service. „Besonders, wenn ich wirklich hochwertige Printprodukte für Kunden mit einem großen Budget produzieren will, gehe ich in diesen Punkten absolut keine Kompromisse ein. Druckereien sollten sich seiner Ansicht nach nicht nur als bloße „Abarbeiter“ von Aufträgen sehen, sondern darüber hinaus als Berater. Genau diese Anforderungen erfüllte MUNDSCHEMK – auch in der jüngsten Vergangenheit im Juli 2017 beim Ellington-Projekt. „In schätzungsweise 70 Prozent unserer Projekte ist das Team um die Familie Radlbeck unser Partner, vor allem wenn es um die hochwertigen und außerstandardmäßigen Geschichten geht.“ Bei dem Magazin für das Ellington Hotel lag die Herausforderung im Druck von zwei verschiedenen Lacken auf der Titelseite.

Vorbildliches Rollenverständnis einer Druckerei

Jan P. Pajak ist langjähriger Mitarbeiter bei MUNDSCHEMK. Als Produktioner koordiniert er den gesamten technischen Herstellungsprozess eines Printproduktes. „Ich höre mir die Wünsche des Kunden an, berate über die Umsetzungsmöglichkeiten und erstelle im Anschluss das Angebot. Dabei muss ich alle kommenden Prozessschritte vorausdenken. Unerlässlich dabei sind die Kenntnisse über die verschiedenen Druckverfahren,

Verarbeitungstechniken und vielfältigen Einsatzmöglichkeiten“, so Pajak über seinen Arbeitsalltag. Gemeinsam mit dem MUNDSCHENK-Team war er für den Druck des Ellington-Magazins zuständig. „Nun dürfen Sie es sich aber nicht so einfach vorstellen, dass wir die Druckdatei von Brand Campus bekommen haben und ‚stur‘ unsere Druckmaschinen in Gang gesetzt haben. Wir sehen uns da ganz klar auch im Vorfeld in der Pflicht. So berieten wir Herrn Mehnert bei der Auswahl des Papiermaterials und der Art der Veredelung. Die Krux ist, dass Sie nicht jedes Papier mit jeder Veredelungsleistung kombinieren können - darauf muss man als Druckerei hinweisen. Zudem ist Veredelung nicht gleich Veredelung. Brand Campus wollte für dieses Magazin ursprünglich einen Spot-Lack umgesetzt bekommen. Wir rieten aufgrund der Art der Gestaltung zu einem Hybrid-Lack. Uns selbst machten wir es da nicht gerade leicht, da bei dem Hybrid-Lack-Verfahren zwei verschiedene Lacke verarbeitet werden. Dementsprechend mussten die Druckdaten angepasst werden.“

Anspruchsvolles Projekt nur für Profis

Diesen Service-Umfang sowie die Fähigkeiten in Konzeption, Kreation und Vision, wie es MUNDSCHENK unter Beweis gestellt hat, kann man laut Heiko Mehnert von einer Online-Druckerei bei den günstigen Preisen nicht voraussetzen: „Das Ellington-Magazin war in seiner drucktechnischen Umsetzung ein anspruchsvolles Projekt, welches man nur Profis anvertrauen kann. Zu diesen gehört auch MUNDSCHENK. Man merkt, dass sie den Manufakturgedanken hegen und das Druckwesen noch als Handwerk verstehen. Die Zusammenarbeit und der laufende Austausch verliefen in den gerade mal drei Wochen der Umsetzung des Ellington-Magazins auf Augenhöhe. Auch wir als Agentur brauchen Feedback und Ideen, wie ein Werbemittel drucktechnisch bestmöglich umgesetzt werden kann. Nur dadurch wird dem Produkt das letzte Quäntchen zur Perfektion verliehen.“ So war es auch bei dem Magazin für das Ellington Hotel, das bei Direktorin Tina Brack Begeisterung hervorrief. Guter Service, eine hohe Qualität und ein zufriedener Kunde: Das sind nach Heiko Mehnert Gründe, auch eine längere Strecke bis zur Druckerei in Kauf zu nehmen.

Eine Ode an Print in Zeiten der Digitalisierung

Die Berliner Agentur Brand Campus arbeitet sowohl im Online- als auch im Offline-Bereich und schafft für ihre Kunden integrierte Kommunikationskonzepte, die crossmedial angelegt sind. Heiko Mehnert ergänzt: „Wir verstehen uns selbst als ‚Steigbügelberatung‘ für mittelständische Unternehmen in Zeiten der Digitalisierung, sind aber gleichzeitig eine sehr printstarke Agentur. Ich selbst bin seit 30 Jahren in der Medienbranche tätig, kenne damit auch die Werbewelt in Nicht-Digitalzeiten und würde mich deshalb als Kind des Leitmediums Print bezeichnen.“ Doch die Zeiten haben sich geändert: „Die Digitalisierung schreitet unaufhaltsam voran, auch in der Medien- und Werbebranche.“ Also Print verabschieden und komplett auf digital umschwenken? Nicht, wenn es nach Heiko Mehnert geht: „Das eine geht nicht ohne das andere. Daher nehmen wir unseren Kunden gern mal den Wind aus den Segeln und machen ihnen bewusst, dass digital nicht alles ist und über Print nach wie vor eine hohe Kommunikationsqualität vermittelt wird. Ich rate dringend, gerade im B2B-Bereich neben den digitalen Werbemaßnahmen auch weiterhin den Wert von Print nicht zu unterschätzen“, so der 53-Jährige. Das sieht Jan P. Pajak genauso: „Was nützt zum Beispiel dem Hotel Ellington eine Broschüre, die nur auf dem Bildschirm zu sehen ist? Erst in gedruckter Form entfaltet sie die volle Wirkung. Wir merken immer wieder, dass niemand eine schicke Broschüre oder ein toll veredeltes Magazin einfach wegwirft. Im Gegenteil: Gerade durch die Haptik transportiert man zusätzliche Informationen, die den Nutzer ganz unterschwellig beeinflussen.“ Heiko Mehnert ergänzt: „Das steht und fällt allerdings mit dem Druckdienstleister. Daher wollen wir auch künftig nicht auf die Expertise von MUNDSCHENK verzichten. Sie sind eine der wenigen Druckereien, mit denen wir sehr gern zusammenarbeiten. Und das beruht auch auf Gegenseitigkeit. Immer wenn wir bei einer Projektanfrage bei dem Team der Familie Radlbeck durchklingeln, bekommen wir sofort die Vorfreude auf die nächste Herausforderung zu spüren. Kurzum: Die haben einfach Bock.“

Kontakt

MUNDSCHENK Druck+Medien J. u. M. Radlbeck GbR
Jan P. Pajak
Produktioner | Vertrieb
Mundschenkstraße 5
06889 Lutherstadt Wittenberg
T +49 (0) 34920.701 118
F +49 (0) 34920.701 199
service@dm-mundschenk.de