

## Marzek Preisregen Mit drei Awards versehen



Am 20. Juni wurde Marzek mit dem „Goldenen Hahn“ ausgezeichnet.

**Traiskirchen.** Der Spezereyen-Hersteller Anton Viehauser trat an Marzek Etiketten mit dem Wunsch heran, für seine liebevoll vergorenen Essigspezialitäten und ausgezeichneten Honigsorten ein gemeinsames Erscheinungsbild zu schaffen. Die außergewöhnliche Flaschenform der Essige und die extravaganten Honiggläser sollten keinesfalls von den neuen Etiketten verdeckt werden. Daher entschied man sich für einen „No-Label-Look“, der die Farbe des Inhalts vollends zur Geltung bringt. Eine äußerst kluge Entscheidung, denn für diese innovative Verpackung gab es am 20. Juni im Schwechater Multiversum den „Goldenen Hahn 2013“ in der Kategorie „Verpackungen“. Dieser Landespreis wird alljährlich für beispielhafte Werbung vergeben.

Hochtransparentes Material, dezent eingesetzte naturalistische Darstellungen und der markante Essig- und Honigschriftzug prägen das Erscheinungsbild der beiden unterschiedlichen Produkte.

### Zweit weitere Awards

Knapp zwei Wochen vor den Feierlichkeiten rund um den Goldenen Hahn durfte sich Marzek Etiketten + Packaging auch schon über den „Green Star Packaging Award 2013“ freuen. Für den Wodka Wanessa der Gölles GmbH sollte eine Verpackung mit hohem Shelf Impact kreiert werden. Kreiert wurde eine Art Handtasche in Form einer Matroschka. Die Form der russischen Puppe wurde gewählt, da Wodka oft mit seiner Herkunft (Russland/Polen) assoziiert wird. Der platzsparende Zuschnitt aus Kraftkarton ist umweltfreundlich, leicht aufzurichten und kommt ganz ohne Verklebung aus. Erst im vergangenen April konnte Marzek – und das bereits zum dritten Mal – darüber hinaus den „World Label Award“ gewinnen, die weltweit höchste Auszeichnung für Etiketten. Gewürdigt wurde in diesem Jahr ein Etikett für das Weingut Norbert Gmeiner aus Purbach am Neusiedler See. Neben Traiskirchen betreibt das Unternehmen Marzek Etiketten + Packaging noch Standorte in Ungarn und der Ukraine. (red)



Den „Green Star Packaging Award“ gab's für die Wanessa-Verpackung.

**Bösmüller** Mit der Blumenvase „Flauer-Bauer“ setze man auf ein „kluges und nachhaltiges Give-away“

# Nachhaltige Give-aways

Flauer-Bauer ist das Ergebnis von Überlegungen, Werbegeschenke mit Mehrwert zu erzeugen.

**Wien.** Give-aways sind ein feines Präsent zur Erinnerung an eine Veranstaltung oder zur Stärkung einer Geschäftsbeziehung. Nicht selten handelt es sich hierbei jedoch um Wegwerfprodukte, die von Billigproduktionen stammen, aus bedenklichen Materialien gefertigt sind und lediglich die Müllberge größer werden lassen.

Und dennoch sind Werbegeschenke nicht vom Markt wegzudenken, da auch ein großer Teil des Imagetransfers auf diesem Wege geschieht.

### Stil & Mehrwert

Die große Herausforderung, der sich die Druckerei Bösmüller bereits seit einigen Jahren stellt, ist es, Give-aways mit Stil und nachhaltigem Mehrwert zu entwickeln. Das Unternehmen, das von Doris Wallner-Bösmüller geführt wird, setzt den Schwerpunkt vor allem

auf hochwertige Drucksorten sowie auf kreatives Verpackungsdesign. Der Begriff der Nachhaltigkeit, der unsere Gesellschaft schon seit Jahren prägt, ist bei Bösmüller ebenso ein großes Thema, gilt es doch, hier ein Bewusstsein zu schaffen – einerseits hinsichtlich der Herstellungsprozesse bzw. der verwendeten Materialien wie Papier, Plastik oder Kunststoffe und andererseits hinsichtlich der Motive der Kaufentscheidungen und deren Hintergründe.

### „Flauer Bauer“

Ein innovatives und nachhaltiges Give-away von Bösmüller ist „Flauer-Bauer“: Die faltbare Blumenvase aus absolut wasserdichtem Polypropylen kann beliebig bedruckt werden. Darüber hinaus ist ihre Form einfach zusammenfaltbar, jederzeit wiederverwendbar und zudem recyclebar. (red)



„Flauer-Bauer“ ist wasserdicht, faltbar und kann beliebig bedruckt werden.

**goodfriends** Die Werbeagentur startete für die Opfer der großen Flutkatastrophe eine Hilfsaktion der anderen Art

## Drucken für die Opfer des Hochwassers



Shahin Nejad, Geschäftsführer von goodfriends: „Jeder Euro hilft doppelt!“

**Wien.** Mit einem besonderen Angebot lässt die Druck- und Werbeagentur goodfriends aufhorchen: Das Team rund um Geschäftsführer Shahin Nejad startete für die Opfer der Flutkatastrophe eine Hilfsaktion der anderen Art: Neukunden, die goodfriends ein Angebot der Konkurrenz übermitteln, das von goodfriends unterboten werden kann, sparen nicht nur Geld, sondern tun gleichzeitig auch Gutes: Denn fünf Prozent der Auftragssumme werden an die Opfer der Hochwasser-Katastrophe gespendet.

Dabei kommt es nicht auf Größe und Umfang der Druckproduktion an. „Jeder Euro hilft doppelt: Wir ersparen dem Kunden Ausgaben und können gemeinsam viel bewe-

gen für Menschen in unserer unmittelbaren Nähe“, erklärt Nejad das karitative Engagement. Unterstreichen möchte das Unternehmen, das unter anderem für das Bank Austria Kunstforum, Gerngross, Hilton Hotels & Resorts, Coca-Cola oder die Millennium City zu Werke geht, auch seine Transparenz bei der Preisgestaltung. Darüber hinaus will man Interessenten die Möglichkeit bieten, sich von der optimalen Kalkulation und Abwicklung zu überzeugen.

### Freude & Ansporn zugleich

„Sparen und gleichzeitig helfen macht unserem gesamten Team große Freude und ist ein Ansporn für uns“, sagt Nejad. (red)

**eclipse** In der neuen Produktionsstätte in Warschau wurde die weltweit formatgrößte Bogenoffsetmaschine installiert

## „Die Druckqualität ist schlichtweg perfekt“

**Warschau/Wien.** In diesen Tagen bezieht das Druckteam von eclipse, dem Spezialisten für die großformatige Produktion von Werbemitteln und Werbeträgern für die Bereiche Außenwerbung und Point of Sale, die nagelneue und 2.700 m<sup>2</sup> große Produktionshalle in Warschau.

Nur zehn Kilometer vom Flughafen entfernt, in einem Industriepark gelegen, ist sie ideal für nationale und internationale Kunden zu erreichen. Deren Besuche werden sich zukünftig auch häufen, wird doch mit der brandneuen KBA Rapida 205 mit zusätzlichem Lackturm die weltweit formatgrößte Bogenoffsetmaschine installiert.

### Drei Millionen Euro

Das bisherige Modell wird durch die neueste Version mit Anilox-Lackiertechnologie ersetzt. Das Investitionsvolumen allein bei dieser Maschine beträgt rund drei Mio. €. „Wir reagieren damit auf die verstärkte Nachfrage unserer Kunden nach großformatigen Displays und überdimensionalen Verpackungs-

druck“, so Bernhard Müller, Geschäftsführer von eclipse Wien.

### „Sind bestens gerüstet“

Mit einem maximalen Druckformat von 149 cm x 205 cm und einer Leistung von 9.000 Bögen pro Stunde werden bis zu 28.000 m<sup>2</sup> pro Stunde bedruckt. Dies entspricht etwa einer Fläche von fünf Fußballfeldern. „Ob Plakate, Ci-

tylights, überdimensionale Auslagenposter, Pappkameraden, Verpackungen für Fernseher oder andere voluminöse Gebrauchsgüter – der Einsatz solcher XXL-Druckmaschinen erschließt neue Geschäftsfelder. Die Druckqualität ist schlichtweg perfekt, die Kosten der Weiterverarbeitung in einem Teil werden erheblich reduziert“, so der Geschäftsführer weiter. Er kann hier aus Erfahrung spre-

chen, denn immerhin verfügt das Unternehmen eclipse in seinen vier Produktionsstätten mit zwei MAN Roland 905-8, einer KBA Rapida



Die nagelneue, 2.700 Quadratmeter große eclipse-Produktionshalle in Warschau.

„Wir reagieren damit auf die Nachfrage unserer Kunden nach großformatigen Displays und überdimensionalen Verpackungsdruck.“

BERNHARD MÜLLER, ECLIPSE

185 und der genannten KBA Rapida 205 über insgesamt vier XXL-Bogenoffsetmaschinen.

„Mit diesem Maschinenpark sind wir für den Druck sämtlicher Plakat-, Citylight- und Displayproduktionen bestens gerüstet“, freut sich Müller. (red)