KURZ & KNAPP

■ BARCODES AUF DEM BODEN

Anlässlich des diesjährigen Weltkongresses zur Informationstechnologie in Amsterdam wurde eine neue Idee für Wegeleitung, Event und Tourismus im Au-Benraum vorgestellt: Auf die digital bedruckbaren Asphaltfolien von Asphalt Art wurden Barcodes aufgebracht. Diese können mit den Kameras moderner Smartphones und spezieller Software gelesen werden und dirigieren den Nutzer direkt auf die passende mobile Webseite.

www.asphalt-art.de

■ DREI NEUE »CANON BUSINESS CENTER«-PARTNER

Mit H. aus der Fünten GmbH in Mülheim a. d. Ruhr. der Rouette Eßer GmbH in Düren und der Büro-Musterhaus Prickartz GmbH in Aachen als neue unabhängige »Canon Business Center«-(CBC)-Partner hat die Canon Deutschland GmbH ihr Vertriebsnetzwerk in Deutschland weiter ausgebaut. Mittlerweile zählen insgesamt sieben Firmen zu den so genannten »CBC Authorised Centers«. Bis spätestens Ende 2011 soll sich die Zahl auf insgesamt zehn CBC-Partner erhöhen.

www.canon.de

Studio für Digitaltechnik - Manufaktur für Digitales

NEUER AUFTRITT SETZT AKZENTE

■ 150 Gäste konnten Inge Knaup und das Team des »Studio für Digitaltechnik – Manufaktur für Digitales« zu einem im wahrsten Sinne des Wortes heißen »Open House 2010« im Benzweg begrüßen. Die Temperaturen an diesem ersten Julitag waren rekordverdächtig. Und noch etwas war anders als sonst: Gastgeber Armin Knaup fehlte erstmals bei einem »Open House«. Ein hartnäckiger Infekt zwang ihn, das Bett zu hüten. Doch das bewährte und kompetente Team, allen voran Bianca Mölbert, schloss die Lü-

cke souverän und ließ fast vergessen, dass der »Chef« nicht präsent sein konnte. »Wir hatten in diesem Jahr ein sehr vielseitig interessiertes Fachpublikum; insbesondere viele Agenturvertreter aus Frankfurt und dem gesamten Rhein-Main-Gebiet«, freute sich Bianca Mölbert. »Die Gäste kamen intensiv auch untereinander ins Gespräch; das hat den leichten Rückgang der Besucherzahlen gegenüber

dem vergangenen Jahr mehr als

wettgemacht.« Sehr erfreulich, so Mölbert, seien auch die vielen neuen Kontakte mit Gästen gewesen, die das »Open House« erstmals besucht haben. »Ganz besonders aber haben wir uns darüber gefreut, dass Agenturvertreter ihre Kunden mitgebracht haben«, wies Mölbert auf eine nicht selbstverständliche Praxis hin. Der unterdessen wieder genesene Armin Knaup führt dies auch auf die offene und transparente Preisgestaltung des Studios für Digitaltechnik zurück: »Ich betrachte dies als Ausweis der guten und vertrauensvollen Zusammenarbeit.«

Wie gewohnt präsentierten sich langjährige Partner des Hauses. Mit dabei war einmal mehr Ingenti, das in diesem Jahr ein aufblasbares Zelt für den Outdoor-Einsatz präsentierte; ganz praxisnah beschirmte es einen Mercedes SLK, der – zumindest für ein Wochenende – zu gewinnen war. Mavis stellte einen Messestand mit integriertem Flatscreen und der ungewöhnlichen Materialkombination Aluleisten-Stoff vor, der mit dieser außer-

gewöhnlichen Optik die Blicke der Besucher auf sich zog. Bei den Partnern herrschte einmal mehr große Zufriedenheit. Ralf Lerch von Ingenti wertete den Tag mit interessanten Kontakten als vollen Erfolg. Ebenso wie der Gastgeber: »Wir haben schon

Das Team vom Studio für Digitaltechnik konnte zur Open-House-Veranstaltung Anfang Juli rund 150 Gäste begrü-Ben. Inhaber Armin Knaup (ganz links) musste allerdings passen – ihn hatte ein Infekt ans Bett gefesselt.

eine Reihe von Anfragen von Partnern für das nächste »Open House«, erklärte Armin Knaup. So bekundete Jürgen Holz von Octanorm, der – wie im vergangenen Jahr – eigens angereist war, großes Interesse an einem eigenen Octanorm-Stand.

Aber auch das Studio für Digitaltechnik wartete mit Neuigkeiten auf - schließlich hatte sich das Studio im Winter neu erfunden: mit einer neuen Positionierung und einem Relaunch des Logos. »Wir haben – nicht nur während des Open House - viele positive Rückmeldungen dazu bekommen. Mich freut ganz besonders, dass unsere Kunden und Partner verstanden haben, was uns dabei wichtig ist: unsere besonderen Stärken deutlich zu machen und dabei wiedererkennbar zu bleiben. Wir haben das Logo daher nur behutsam fortentwickelt. Unsere Positionierung »Manufaktur für Digitales« macht deutlich, wofür wir stehen - Besonderes und Exklusives mit dem Druckmedium der Zukunft anzubieten, und unser Claim » ... mehr Lösung« steht für das, was uns auszeichnet,« so Armin Knaup. »Das gesamte Team war ganz bewusst an diesem Prozess beteiligt und trägt diese Philosophie engagiert und voller Überzeugung mit.«

12 LARGE FORMAT 6/10

Die neue Image-Broschüre war übrigens pünktlich zum »Open House« fertig geworden und fand viel Anklang. Das ungewöhnliche Format und die zahlreichen außergewöhnlichen Arbeitsbeispiele darin signalisieren unmissverständlich: das Studio für Digitaltechnik bietet hochspezialisierte Dienst- leistungen für anspruchsvolle Kunden.

Die beiden anderen Partner des Print Medien Centers Darmstadt neben dem Studio für Digitaltechnik - Bosspress Full Service und Synthese Network - präsentierten ihre Produktpalette und Dienstleistungen. Nur mittelbar aus dem Bereich Druck kam der »Weltladen Dornheim« aus Groß-Gerau-Dornheim, der Produkte aus Afrika anbot und auf Hilfsprojekte aufmerksam machte. Sehr eindrucksvoll machte das »Weltladen«-Team bewusst, welchem Druck die Menschen in Kenia ausgesetzt sind, um ihr alltägliches Leben zu meistern. Dieser Akzent sollte die Gäste daran erinnern, dass das »Studio für Digitaltechnik« - Manufaktur für Digitales als Betrieb darauf achtet, in größtmöglichem Umfang ökologischen Kriterien gerecht zu werden.

Neben individuellen Erkenntnisgewinnen rund um digitales Drucken, Veredeln und Präsentieren sowie Leben in Afrika gab es aber auch noch andere attraktive Gewinne. Das benachbarte »Modell Werk« lud zum Indoor-Hubschraubergeschicklichkeits-Flugwettbewerb, bei dem Fingerspitzengefühl gefragt war. Allerdings waren auch Abstürze und ungeplante Landungen auf Köpfen und im Nacken von Besuchern zu verzeichnen. Den I. Preis, einen Hubschrauberrundflug (im richtigen Hubschrauber!) über Frankfurt, gewann Katrin Janek von Creatur aus Darmstadt. Den 2. Preis, einen Mercedes SLK für ein Wochenende erhielt Svenja Schlitt von der Agentur TMC in Frankfurt. Und den 3. Preis, einen Pandabären, räumte Frederick Janik von der Agentur Siegel+Buck aus Langen ab. All die, die leer ausgingen, traten den Heimweg mit einem Glücksklee als Gastgeschenk an - denn Glück kann man ja bekanntlich immer brauchen! Übrigens: Armin Knaup ist längst wieder auf dem Damm und schmiedet schon Pläne für das kommende Jahr. Dann steht das zehnte »Open House« in den Räumlichkeiten im Benzweg an. Bitte vormerken!

KONTAKT:

www.knaup-digitaltechnik.de