

WÜHLEN ODER WÄHLEN? – DIE BASICS DER MATERIALBERATUNG

Für unsere neue Serie »Papier, Druck & Veredelung« konnten wir Sylvia Lerch als Autorin gewinnen – sie berät seit Jahren Kreative und Produzenten bei der Materialwahl, zu Veredelungs- und Weiterverarbeitungsmöglichkeiten sowie bei der Abwicklung von Printprojekten.



Sylvia Lerch



Wood



Gold



Skin



Canvas

Für ein rundum stimmiges Produkt braucht es das richtige Material. Es bringt Ihre Gestaltung optimal zur Geltung, Sie stellen sicher, daß in der Herstellung nichts schiefgeht – und Ihr Kunde ist rundum zufrieden!

Dreihundertachtundfünfzig Feinpapiere bietet allein der deutsche Großhandel. Wer obendrein abseits dieser Auswahl wildert, bringt es auf ein Vielfaches. Wie treffen Sie also die beste Auswahl? Hektisches Wühlen in Musterbüchern ist eine Methode. Den Drucker fragen oder den Praktikanten sämtliche Großhandlungen abgrasen lassen, eine andere. Sie können Ihre Auswahl aber auch sehr viel zielgerichteter treffen, Zeit sparen und Ihren Kunden selig machen. Das wollten Sie schon immer? Na dann, packen Sie es mal so an ...

SINNVOLL VORFILTERN

Zunächst gibt es fünf grundsätzliche Fragen im Vorfeld der Recherche zu klären:

1. DAS BUDGET: Was will Ihr Kunde ausgeben? Die Vorstellungen von günstig oder teuer variieren gewaltig. Aus eigener Erfahrung weiß ich, daß hier so manche Überraschung lauert.

2. DIE AUFLAGE UND DER TERMIN: Wieviel soll wann geliefert werden? Es macht keinen Sinn, den Appetit auf ein Material zu wecken, das dann nicht (rechtzeitig) lieferbar ist.

3. DIE VERARBEITUNG: Welche Veredelungen haben Sie geplant? Welches Material bringt das am besten zur Geltung? Nicht jedes Material ist für alles geeignet!

4. DAS LAYOUT: Harmonie oder Spannung durch Kontraste, was ist das Ziel?

5. UND ÜBERHAUPT DER KUNDE: Gibt es Vorgaben, die zu berücksichtigen sind? Soll das Produkt mit einer bestimmten Umgebung harmonisieren? Kennen Sie die Vorlieben und Abneigungen Ihres Kunden? Je mehr Sie wissen, desto besser. Schließlich soll Ihr Auftraggeber mehr als zufrieden sein.

SCHNELL ZUR ENTSCHEIDUNG FÜHREN

Mit diesen Kriterien haben Sie die Basis für eine zielgerichtete Papierauswahl geschaffen. Doch wie geht es nun sinnvoll weiter?

Wenn das Material für Ihren Kunden ein wichtiges, aber unsicheres Terrain ist, definieren Sie am besten zuerst die Marschrichtung. Dazu reicht eine Vorabauswahl mit einer Hand voll Materialien, bei der Sie die vorgefilterten Kriterien berücksichtigen. Geben Sie Ihrem Kunden die Möglichkeit, aus einem Mix unterschiedlicher Haptiken und Optiken auszuwählen. Sprechen Sie die Farbwelt ab oder machen Sie eine konkrete Empfehlung. Falls nötig, folgen weitere feingetunte Vorschläge. Grenzen Sie hier die

Auswahl auf maximal fünf ein. Wird es mehr, fällt es dem Kunden meist schwer, sich festzulegen.

Lassen Sie sich aber bitte nicht dazu verführen, den Kunden durch die Zusammensetzung der Vorschläge in eine bestimmte Richtung zu manipulieren! Ihr Kunde will objektiv, einfühlsam und ehrlich beraten werden. Jubeln Sie ihm also nichts unter, womit seine Entscheidung zugunsten Ihres Favoriten beeinflusst wird. Er wird es früher oder später merken.

NOCH EIN TIP

Oft entwickeln wir mit der Zeit eine Vorliebe für bestimmte Materialien. Das bringt uns gleichzeitig in routiniertes Fahrwasser. Nehmen Sie in Ihre Endauswahl auch immer gezielt eine Überraschung mit auf. Manchmal entwickeln sich aus diesen Seiteneinsteigern absolute Hits und unerwartete Lösungen.

Wenn Sie diese Punkte berücksichtigen, fischen Sie nicht mehr im trüben. Sie als Kreativer schaffen damit die Basis für eine Beratung, die ihren Kunden einbezieht, seine Bedürfnisse wahrnimmt, sich an den realen Gegebenheiten orientiert und ein überraschendes Ergebnis möglich macht.

Ihr Kunde wird mehr als zufrieden sein und Sie haben auf effektive Weise dazu beigetragen.

Aktuelle Mustersammlungen quer durch die Branche zu ausgesuchten Themen wie Metall, Natur, Stein, Holz oder Tierisches sowie Hilfestellung bei Printprojekten erhalten Sie bei Sylvia Lerch, Material + Produktion, www.sylvialerch.de