



LINKS: Grußkarten müssen berühren, erzählen, bewegen, weiß man beim Hamburger Grußkartenverlag PapierNest. UNTEN: Beispiele für die „KartenWunder“: Dank Augmented-Reality-Animation im Smartphone wird das physische Objekt Grußkarte mit einem digitalen Erlebnis verbunden.



Wenn Grußkarten lebendig werden

Der Hamburger Grußkartenverlag PapierNest verfolgt einen Ansatz, der über das typische Grußkartengeschäft hinausgeht. Nach „Green Karma“ folgt jetzt „KartenWunder“ – eine Kollektion, die die klassische Grußkarte erstmals mit einer digitalen Erlebnisebene verbindet.

AUF DEN ERSTEN BLICK HANDELT ES SICH bei „KartenWunder“ um eine hochwertige, klassische Grußkarte. Edles Papier, liebevolles Design und Heißfolienveredelungen sorgen für eine besondere Haptik und Wertigkeit. Wer aber den QR-Code auf der Karte mit seinem Smartphone scannt, erlebt, wie sich eine zweite Ebene öffnet. Das Kartenmotiv beginnt sich zu bewe-

gen, Figuren erscheinen, Musik setzt ein. Die Augmented-Reality-Animation entfaltet sich direkt auf der Karte und verbindet das physische Objekt mit einem digitalen Erlebnis. Was in der Hand beginnt, setzt sich auf dem Bildschirm fort.

Für jede Karte wurden Filmsequenzen und Musik individuell entwickelt. Gestaltung, Animation und Klang sind präzise auf die jeweilige Botschaft abgestimmt. Die Karte wird damit nicht nur zum Träger einer Botschaft, sondern zu einer kleinen Inszenierung aus Papier, Bild und Musik.



Burkhard Schepermann



Constantin von Braun

„Grußkarten dürfen nicht bei der Gestaltung stehen bleiben. Sie müssen berühren, erzählen, bewegen“, sagt Burkhard Schepermann, Co-Geschäftsführer von PapierNest. Gemeinsam mit Branchenpionier Achim Perleberg und einem internationalen Team aus Komponisten, Animations- und Filmexperten sowie Storytelling-Spezialisten entstand so eine ungewöhnliche, neuartige Kollektion. „KartenWunder“ ist kein isoliertes Projekt, sondern Ausdruck einer klaren Innovationsstrategie des Hamburger Grußkartenverlags.

Jedes Jahr Hunderte Neuheiten

PapierNest versteht sich als Impulsgeber der Branche und entwickelt sein Sortiment konsequent weiter. Jedes Jahr bringt das Unternehmen Hunderte von Neuheiten in den Markt – entlang klar definierter Prozesse, fester Innovationszyklen und mit einem konsequenten Blick auf die Fläche. „Von Zeit zu Zeit“, so Schepermann weiter, „entstehen dabei sogenannte Moonshots, Projekte, die weit über einzelne Produkte hinausgehen und zeigen, wohin sich die Kartenbranche entwickeln kann. ‚KartenWunder‘ ist einer davon.“

Innovation als Unternehmens-DNA

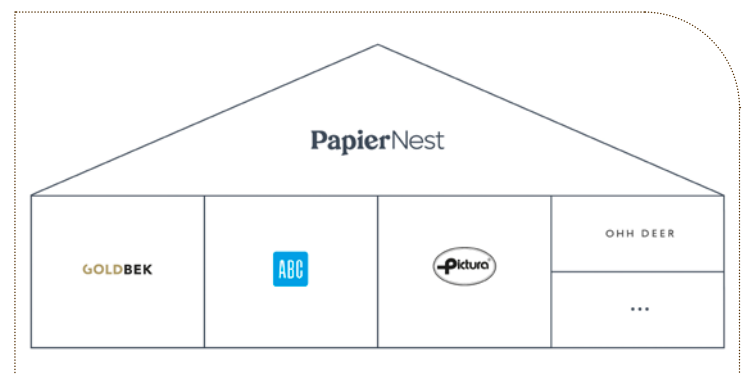
Diese Innovationskraft wurzelt in einer Strategie, die PapierNest von klassischen Verlagen unterscheidet. Das Unternehmen versteht sich als Plattform, die ein breites, aufeinander abgestimmtes Sortiment verschiedener Marken und Partner zu einem schlüssigen Gesamtangebot für den Handel bündelt. Eigenmarken wie Goldbek und ABC werden dabei gezielt mit starken

Kooperationspartnern wie Ohh Deer und Pictura verzahnt. So entsteht ein vollständiges Angebot aus einer Hand: vom Einstiegspreissegment bis zum Premiumprodukt, von der kreativen Designkarte bis zur klassischen Aufmachung, inklusive POS-Lösungen. „Für den Handel bedeute das weniger Komplexität im Einkauf, zielgruppengenaue Sortimentszusammenstellungen und eine spürbar höhere Flächenproduktivität“, betont man beim Unternehmen.

Dass dieses Modell funktioniert, zeigt die Schweiz, wo sich PapierNest mit dieser Strategie als Marktführer positioniert hat. Dort arbeitet das Unternehmen neben der Eigenmarke ABC mit einem breiten Netzwerk an Kooperationspartnern – darunter Caroline Gardner, Photoglob, Nostalgic Art, Tracks, Bug Art, Tendances Éditions und Editor. Das Ergebnis: ein Vollsortiment, das unterschiedlichste Kundenbedürfnisse abdeckt und den Handel mit einem einzigen Ansprechpartner bedient. Dieses Modell überträgt PapierNest nun schrittweise auch auf den deutschen Markt.

„Wenn wirtschaftliche Wirkung und emotionale Relevanz zusammenkommen, bleibt die Attraktivität von Karten für den Handel ungebrochen“, so Co-Geschäftsführer Constantin von Braun. „Mit ‚KartenWunder‘ beweist PapierNest, dass die Grußkarte längst nicht am Ende ihrer Geschichte angekommen ist, sondern gerade erst ein neues Kapitel aufschlägt.“

www.papiernest-partner.de



PapierNest als Plattform, die die beiden Eigenmarken Goldbek und ABC mit Kooperationspartnern wie Ohh Deer und Pictura verzahnt.



Katalog und nähere Informationen bei:

DAN IMPORT
Liemer Weg 59 • 32657 Lemgo
☎ 052 61/94 41 90 • www.danimport.de

