

# Haptik-Postkarten

Text, Bild und Haptik ergeben eine Gesamtbotschaft – das verbindet alle Postkarten der Serie, welche die Mercedes-Benz-Kundencenter ihren Kunden überreichen, wenn diese ihr neues Auto selbst abholen. Doch die Botschaften der einzelnen Karten sind wiederum sehr verschieden: Zum Beispiel kündigt das Motiv „Spritztour“ Motorsport-Events an und wurde mit dreidimensionalen und glänzenden Drucklacktropfen veredelt. Ein eigens

entwickelter Strukturlack, der wie die Oberfläche von Beton anmutet, verdeutlicht etwa das Bildmotiv der Zeitreise-Karte, die ins Mercedes-Benz-Museum einlädt. Die große Herausforderung bei diesem relativ kleinen Printprodukt war es, trotz der unterschiedlichen und hochwertigen Veredelungstechniken innerhalb einer Kartenserie eine einheitliche Linie und die Corporate Identity der Marke einzuhalten – was gelungen ist.

## UNTERNEHMEN

**Auftraggeber:** Daimler AG, Mercedes-Benz Brand Communication (Stuttgart)

**Agentur:** Spek Design (Stuttgart)

**Druckerei:** Gesamtverantwortung: Find Druck + Design GmbH & Co. KG (Stuttgart)

**Weiterverarbeitung:** Druckveredelung für „Spritztour“, „Winterspiele“ und „Schlafende Schönheit“: Rieker Druckveredelung GmbH & Co. KG (Leinfelden-Echterdingen); Druckveredelung für „Zeitreise“: Graffiti Siebdruck GmbH (Reutlingen-Altensburg) / Betonstrukturlack, Oskar Imberger & Söhne GmbH Spezialdruckerei (Stuttgart) / Hochprägen



*Fast wie in Natura: das Reifenprofil im Schnee, das mittels einer gerasterten, halbtransparenten Beflockung über einen Bilderdruck räumlich wird. Die Winterspiele-Karte lädt zu Fahrtrainings ein.*



*Vier Botschaften und vier unterschiedlich veredelte Motive: Die Karten wirken dennoch wie aus einem Guss.*

*Besonders originell: die Luxus-Limousine als „Schlafende Schönheit“, bei der sich der Rost einfach wegrubbeln lässt. Das Motiv bewirbt die Oldtimer-Services der Daimler AG.*

