

Print für Wohnen und Lifestyle

Wenn Print Teil des eigenen Zuhauses wird, steigen die Ansprüche: Es geht um Erinnerungen, Atmosphäre, Wertigkeit – und Vertrauen. An dieser Schnittstelle zwischen persönlichem Anspruch und professioneller Umsetzung positioniert sich die Graphic Group Mensch & Medien GmbH aus Bielefeld mit ihrem Online-Angebot [direktdruckowl.de](https://www.direktdruckowl.de).

Seit 1925 steht die Graphic Group mit rund 65 Mitarbeitenden für effiziente, medienübergreifende Markenkommunikation. Das Leistungsspektrum reicht von Visual Content Creation – CGI, Animation, Fotografie – über Packaging Design und PrePress bis hin zu Large Format Printing (LFP). Nationale und internationale Kunden aus Möbel-, Küchen- und Sanitärbranchen, Industrie, Energie, Technologie sowie Food, Genuss und Lifestyle schätzen die Kombination aus Kreativität, technologischer Expertise und kompromisslosem Qualitätsanspruch.

„Unsere Stärke liegt in der Verbindung von Kreativität, Technologie und Handwerk“, erklärt Geschäftsführer Thorsten Klocker. „Mit KI-gestützten Workflows steigern wir die Markenwirkung – immer mit dem Ziel, nachhaltigen Mehrwert zu schaffen.“

Vom klassischen Druckbetrieb zum digitalen Angebot

Der Einstieg in den Online-Vertrieb war eine logische Weiterentwicklung: B-to-B-Kunden hatten bereits individuelle Shop-Zugänge für wiederkehrende Bestellungen. Daraus entstand die Idee, das Modell auf den B-to-C-Bereich zu erweitern.

Direktdruckowl.de bietet ein breites Sortiment individuell gestaltbarer Produkte: von stilvollen Eingangsschildern über dekorative Küchenrückwände und Wandbilder bis hin zu personalisierten Geschenkideen oder Heizkörperverkleidungen aus Magnetfolie. Gedruckt wird auf Materialien wie Aluverbund, Acrylglas, Hart- und Weichschaum oder Echtglas – präzise, langlebig und mit hohem Anspruch an Farbwirkung und Haptik.

Intuitiv gestalten, hochwertig produzieren

Besonderer Fokus beim Webshop lag auf einfacher, intuitiver Bedienung: Materialien, Formate und Personalisierungsoptionen sollten ebenso leicht wählbar sein wie Upload-, Vorschau- und Gestaltungsfunktionen – auf Desktop wie auf mobilen Endgeräten.

„Viele unserer Produkte sind hochindividuell“, so Thomas Schelp, Leiter des Bereichs Messeservice/LFP. „Die Herausforderung war, diese Vielfalt technisch abzubilden, ohne den Bestellprozess zu verkomplizieren. Der Shop soll Gestaltung ermöglichen – nicht erklären müssen.“

So entstand eine Plattform, die Individualisierung erlaubt, ohne zu überfordern. Besonders Privatpersonen, Hobbyfotografen, Künstler, Arztpraxen, Restaurants oder kleine Unternehmen finden hier unkomplizierten Zugang zu professionellen Druckprodukten.

Nähe trotz digitaler Distanz

Während viele Online-Druckshops anonym bleiben, setzt [direktdruckowl.de](https://www.direktdruckowl.de) auf Transparenz und persönliche Nähe. Hinter dem Shop steht ein Team, das Druck als Handwerk versteht.



Thorsten Klocker, Geschäftsführer der Graphic Group (links), und Thomas Schelp, Leiter des Bereichs Messeservice/LFP (rechts)

”

Print ist für uns nie nur ein Produkt. Gerade im privaten Umfeld wird er Teil des Lebensraums.“

Thorsten Klocker

„Viele Kunden bringen persönliche Motive oder Erinnerungen ein. Das behandeln wir nicht als Bestellnummer, sondern als etwas Wertvolles“, betont Schelp.

Selbst bei überregionaler Reichweite bleiben die Wurzeln sichtbar: „Direktdruck“ steht für kurze Wege und unmittelbare Umsetzung, „OWL“ für die Verankerung in Ostwestfalen-Lippe. Die Möglichkeit zur persönlichen Abholung ist für viele ein wichtiger Vorteil – praktisch, preislich attraktiv und Ausdruck regionaler Nähe.

Print im Wohnumfeld – mehr als ein Trend

Veränderte Arbeits- und Lebensgewohnheiten, insbesondere Homeoffice und mobile Arbeit, haben den Blick auf das Zuhause verändert. Räume erfüllen heute mehrere Funktionen und werden bewusster gestaltet. Entsprechend steigen die Ansprüche an Printprodukte: Es geht um Erinnerungen, Persönlichkeit und das gute Gefühl, sich mit Motiven und Materialien dauerhaft wohlfühlen. Farben sollen natürlich wirken, Oberflächen hochwertig sein und das Ergebnis langfristig überzeugen. Print im Zuhause ist kein kurzlebiger Konsumartikel, sondern Teil des Lebensraums – und erfordert Qualität, Materialkompetenz und verlässliche Beratung. Diese Ansprüche prägen die Arbeitsweise der Graphic Group.

Blick nach vorn

Direktdruckowl.de wird sich auch in Zukunft weiterhin an den Bedürfnissen der Nutzerinnen und Nutzer orientieren: individuelle Gestaltungsmöglichkeiten und einfache Abläufe – bei persönlicher Betreuung. „Für uns steht immer der Mensch hinter dem Druckprodukt im Mittelpunkt“, sagt Geschäftsführer Thorsten Klocker, „so entstehen Produkte, die Erinnerungen bewahren und Persönlichkeit zeigen – getragen von einem Team, das regional verwurzelt, digital erreichbar und nah am Menschen arbeitet.“

