

# ART-ON-DEMAND MIT JUNIQE

## BEZAHLBARE KUNST AUF KNOPFDRUCK

*Schnelles Wachstum mit gedruckter, moderner Kunst? Als junges Kreativunternehmen zeigt Junique, wie man ein ansprechendes Portfolio mit einer charmanten Website und Qualitätsbewusstsein paart, um genau das zu erreichen.*

TEXT · Bernd Zipper



Das junge Berliner Unternehmen Junique ermöglicht einen kunstvollen Umgang mit Print-on-Demand.

✕ © · Junique

**K**unstdrucke kann ich doch überall bestellen – ja und nein! Denn x-fach gesehene Standardmotive langweilen kreative Köpfe. Warum also nicht mal schauen, wer sich im Bereich Fine-Art-Print besonderer Motive etabliert hat. Anbieter gibt es da mehrere, aber gerade bei dem noch jungen Berliner Start-up Junique, das seinen Umsatz von 2015 auf 2016 auf einen achtstelligen Betrag verdoppeln konnte, lohnt ein Blick auf Portfolio, Qualität und Entwicklung des Shops. Mittlerweile finden sich die Produktkategorien Wandbilder, Mode, Wohnen, Schreibwaren und Tech im Webshop des 2014 gegründeten Start-ups. Fotografen, Zeichner, Maler, Typografen, Grafikdesigner – Junique versammelt Werke lokaler und internationaler Künstler und macht sie via Webshop und Print-on-Demand für Kunstliebhaber zugänglich. Darunter finden sich Designs bereits etablierter und aufstrebender Kreativköpfe – deren Portfolio und Bezug zur Kunst wird über Junique

umfassend porträtiert. Dass die Nachfrage nach bezahlbarer Kunst bzw. nach bezahlbaren Kunst drucken bei weitem nicht geringer wird, das zeigen die von Junique veröffentlichten Angaben zum Jahr 2016. Die Zahlen sprechen für das Konzept: Die Anzahl an Kunden konnte gegenüber 2015 mehr als verdoppelt werden; nach dem mächtigen, fünf-fachen Umsatzzuwachs im Jahr nach der Gründung, stand 2016 eine weitere Verdopplung der Umsätze auf einen achtstelligen Betrag an. Auch die Anzahl an Künstlern (mehr als 600) im Netzwerk ist neben der Mitarbeiterzahl (mehr als 100) in 2016 um etwa 50 Prozent gewachsen. Um ein solches Wachstum hinzulegen, bedarf es auch internationaler Expansion, wozu es seit der Gründung insgesamt acht Shop-Launches für Deutschland, die Schweiz, Frankreich, die Niederlande, Schweden, Dänemark, das Vereinigte Königreich und einen EU-Shop gab. Die vier erstgenannten Länder bilden auch die Haupt-Absatzmärkte für Junique.

### Echte Kunst muss nicht teuer sein

Die Website macht insgesamt einen schlichten und aufgeräumten Eindruck und vermittelt auf den Detailseiten den Charme von Handarbeit. Hier gibt es echte Kunst. Wer sich die Website etwas detaillierter anschaut, der erkennt das unschwer. In Sachen Bezahlsysteme ist Junique auch gut aufgestellt. Ganz cool finde ich auch die Design-Tipps zum Arrangieren der bestellten Kunstdrucke an der eigenen Wand. Geliefert werden die in Deutschland bedruckten Bilder (auf Papier, Leinwand, Acrylglas oder Alu-Dibond), Textilien und Schalen für Mobilgeräte in 12 europäische Länder; die Versandkosten betragen zwischen 3,99 und 6,99 Euro je nach Zielland, wobei alle Lieferungen – außer Wandbilder in großen Formaten – ab 69 Euro Bestellwert kostenfrei zugestellt werden. Der ein oder andere mag sich nun fragen, was mit selbst gestaltbaren Designs via Editor ist. Die Möglichkeit gibt es bei Junique nicht – die konzentrieren sich auf die von den Partnern gelieferten Werke. Ich bin zwar ein ausgesprochener Freund von Print-Individualisierung, aber die breite Auswahl an Kunstmotiven macht die eigene Gestaltung in dem Kontext überflüssig. Alleine bei den gerahmten Premium-Postern gibt es mehr als 15.000 Designs zur Auswahl, und zwar keine Motive von der Stange wie bei anderen großen Poster-Anbietern im E-Commerce.

Was die Preise angeht, finde ich, dass die völlig im Rahmen sind. Ein Leinwandbild im Format 40 x 60 Zentimeter kostet hier im Vergleich zu anderen Webshops, die nicht on-Demand drucken, etwa zehn bis zwanzig Prozent mehr. Qualität und besondere Motive haben eben ihren Preis, der in diesem Beispiel mit 59,90 Euro nicht zu hoch, sondern angemessen ist. Interessant ist dann noch, wie die Kunden das Zusammenspiel zwischen Qualität und Preis finden. Eine Durchschnittsbewertung von mehr als 4,7 über Trusted Shops kann sich sehen lassen; bis auf wenige Ausnahmen entsprechen die Artikel aus den verschiedenen Kategorien den Vorstellungen der Kunden, wobei Substrat- und Druckqualität beim Top-Seller Poster – Größen-unabhängig, mit oder ohne Rahmen – von den Bestellern durchwegs besser

rezensiert werden als die Kunstdrucke auf textilen Materialien.

**Fazit**

Das Wachstum von Junique in den letzten drei Jahren kommt nicht von ungefähr. Mit der großen und dennoch sorgfältig selektierten Auswahl an Designs spricht das Unternehmen viele Kunden an, die einfach keine Lust mehr auf Bilder von der Stange haben. Hinzu kommt, dass der Shop mit seinen Kunsttipps und Künstler-Porträts einen charmanten Eindruck macht. Und wie erreiche ich heutzutage Kunst-hungrige am besten? Genau –

Der Qualitätsanspruch ist beim Top-Seller Fine-Art-Poster hoch. Junique

über Social Media. Da sind die kreativen Berliner besonders emsig. Zuletzt erfüllen sie noch das

wichtige Preis-Qualitätskriterium, das besonders im E-Commerce schnell gerügt werden kann.

Design-Tipps gibt es neben Tutorials und Künstler-Porträts bei Junique ausreichend.

Junique



Vorsichtig werden die Bilder zum Versand fertig gemacht. Junique

**news**

**ROUTE ONE PRINT  
HOCHWERTIGE  
VISITENKARTEN MIT  
JET PRESS 720S**

Route One Print, eine der wachstumsstärksten britischen Lohndruckereien, hat in die Jet Press 720S von Fujifilm investiert – als viertes britisches Unternehmen in nur zwei Jahren. Mit 9.000 Quadratmeter Produktionsfläche und 260 Mitarbeitern ist Route One Print (Rotherham, Yorkshire) eine florierende Lohndruckerei, die sogar im »Virgin Fast Track« geführt wird, der britischen Top 100 der wachstumsstärksten Unternehmen in privater Hand. Als Teil der Bluetree-Gruppe produziert man im Digital-, Offset- und Großformatdruck. Jüngster Neuzugang ist die Jet Press 720S von Fujifilm, die neue Horizonte beim Visitenkartendruck eröffnen soll – pffiffig personalisiert und in bestechender Druckqualität. »An Visitenkarten werden höchste Anforderungen gestellt«, so James Kinsella, Mitbegründer des Unternehmens. »Oft sind sie der erste Eindruck von einem Unternehmen, den ein Interessent gewinnt. Da muss jedes Detail sitzen. Wir produzieren Visitenkarten in großen Mengen, wobei wir



aus Qualitätsgründen bisher im Offsetdruck gearbeitet haben. Doch wenn es an wechselnde Extras von einem Job zum nächsten geht, etwa UV-Spotlackierung oder abgerundete Ecken, stößt dieses Verfahren nun einmal an seine Grenzen. Von einer Digitaldruckmaschine versprochen wir uns mehr Flexibilität für individuelle Akzente dieser Art. Die Krux dabei: Bei der Druckqualität wollten und konnten wir keine Abstriche machen.« Adam Carnell, der das Unternehmen gemeinsam mit Kinsella gegründet hat, ergänzt: »Eine ganze Reihe von Digitaldruckmaschinen haben wir auf Herz und Nieren geprüft – doch immer ließ die

Qualität zu wünschen übrig. Die Jet Press 720S hatten wir schon länger im Visier. Auf der drupa 2016 haben wir sie uns dann aus nächster Nähe angesehen. Das Fazit: genau das, was wir gesucht hatten! Die Flexibilität des Digitaldrucks verbindet sich mit der Spitzenqualität, die unsere Kunden kennen und schätzen gelernt haben.« Die Zukunft von Print? Für Kinsella und Carnell ein klarer Fall: »Am Digitaldruck und der Automatisierung führt kein Weg mehr vorbei«, so Kinsella. »Wir sind ein aufgeschlossenes, zukunftsorientiertes Unternehmen – und die neue Anlage ist für uns noch einmal ein echter Meilenstein.«