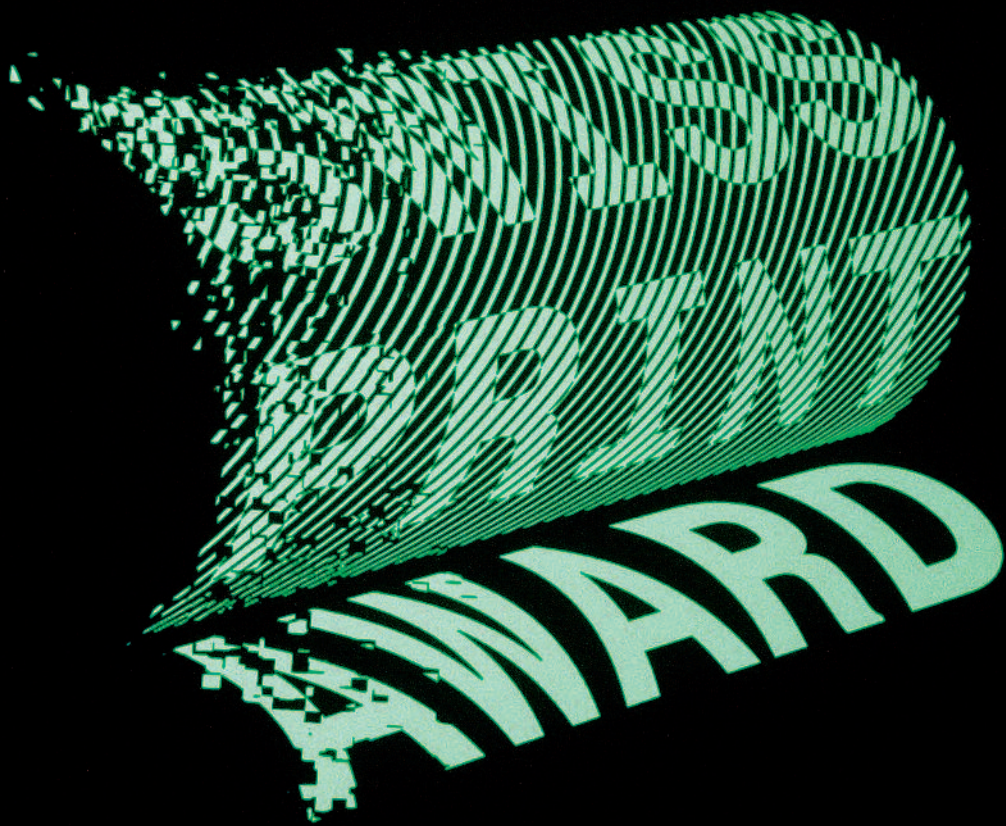
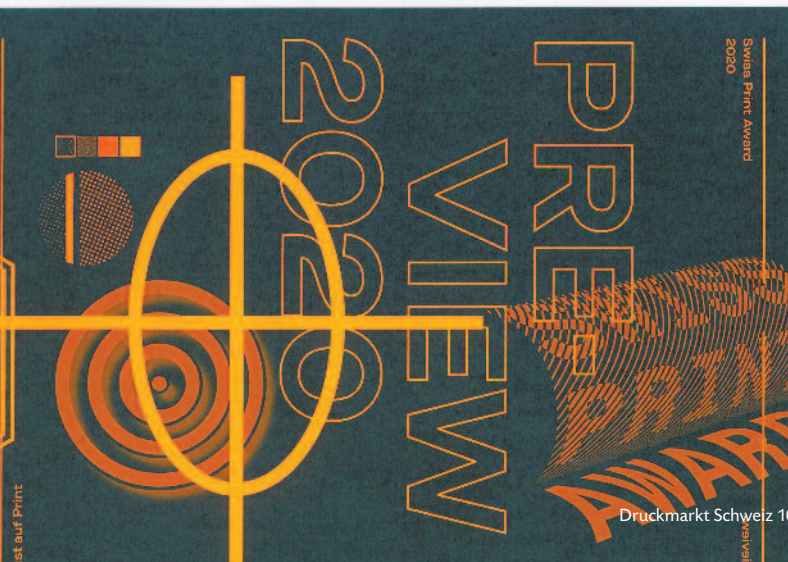


Award Night



SWISS PRINT AWARD 2019



Swiss Print Award
2020

Die Swiss Print Awards und ihre Nacht

Die Jury des *Swiss Print Award* hat am Abend des 2. Oktober 2019 im *Papiersaal Zürich* die 13 Gewinner der begehrten Auszeichnung des Jahres bekannt gegeben. 21 Schweizer Druckereien, Agenturen und Unternehmen hatten für den diesjährigen Wettbewerb 35 Printprodukte eingereicht. Die neunköpfige Jury zeichnete daraus in fünf Kategorien 13 Preisträger mit einem *Swiss Print Award* aus. Die Sieger nahmen ihre Auszeichnungen freudestrahlend entgegen, begleitet vom Applaus der über 120 Gäste. Der Award wird seit 2013 unter dem Motto «Lust auf Print» verliehen und hat in der Druckbranche längst eine grosse Strahlkraft entwickelt.

Von Klaus-Peter Nicolay | Fotos vom Event: Selina Vogt, Produktfotos Jean-Paul Thalmann

Und es gibt nichts drumherumzureden: Diese Award-Übergabe hatte einen anderen Esprit als alle anderen zuvor. Der *Swiss Print Award Night* genannte Event war ein durch und durch professionelles Ereignis, das den Gästen und Veranstaltern in Erinnerung bleiben wird. Souverän von Moderator KILIAN BAMERT begleitet, durch Interviews und Laudationes der Jury-Mitglieder aufgelockert, erlebten die Gäste ein kurzweiliges Programm, bei dem natürlich die Protagonisten in Form ihrer Arbeiten sowie die Gewinner der Awards im Mittelpunkt standen. Mit ihnen wurde Print zum Star des Abends.

Genauso aber regte die *Swiss Print Award Night* zu Diskussionen an und liess dem Networking freien Raum. Dies war zwar schon bei den Vorgängerveranstaltungen möglich, doch in diesem Jahr hatte das alles eine neue Dimension. Vielleicht auch deshalb, weil einer Übergabe der *Swiss Print Awards* noch nie so viele Gäste bewohnten. Deren Interesse galt vor allem den ausgestellten und prämierten Drucksachen des Wettbewerbs (die Übersicht aller Arbeiten finden Sie auf Seite 18). Denn in den 16 Jahren, seit es den Schweizer Award gibt, der 2013 aus dem *Druck-*

“Es gibt eine Reihe an Awards für Print, die aber nur auf einen bestimmten Ausschnitt des Spektrums zielen. Der *Swiss Print Award* beschäftigt sich mit Gedrucktem an sich. Das macht ihn so wertvoll. ”

Marco Bieri

markt-Award hervorgegangen ist, hat sich nicht nur die Druckindustrie durch Internet oder den Digitaldruck verändert, sondern auch die Art und Qualität der Drucksachen. Wer die letzten zwei Jahrzehnte Revue passieren lässt, weiss auch, dass die meisten Drucksachen noch nach der Jahrhundertwende im Vergleich zu den heutigen mehr oder weniger «grotenschlechte» Massenware waren. Das Internet hat Print im Guten wie im Schlechten verändert, Print und Finishing haben durch ihre gewaltigen Qualitätssprünge Gedrucktes lebendiger und vielfältiger denn je gemacht. Zudem hat digitales Drucken Print-Objekte entstehen

lassen, die vorher keine waren: Man denke nur an das Geschäft mit kleinsten Auflagen, personalisierten und individualisierten Drucksachen. Und über alles betrachtet, werden Drucksachen immer raffinierter hergestellt, weil die Erkenntnis gereift ist, dass sich eine Druckerei mit einem banalen vierfarbigen Flyer eher blamiert, denn Begeisterungstürme bei den Kunden auslöst.

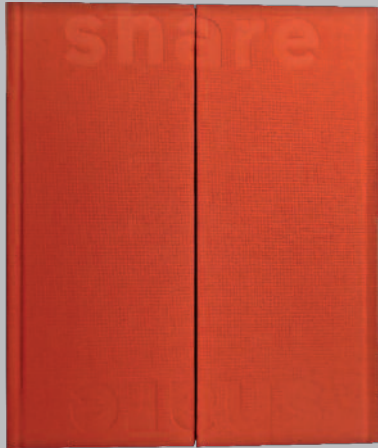
Gedrucktes noch dynamischer machen

Emotionen auf eine Information zu übertragen ist die Aufgabe von Print, was sich durch die Wirkung der Haptik, der Grammatiken und Papierqualitäten und der Veredelung erreichen lässt. Druckprodukte wirken über ihr Gewicht, ihre Form oder über die Textur der verwendeten Materialien. Veredelungen machen Gedrucktes in seiner Wahrnehmung noch dynamischer, wobei «maschinell Handgeschriebenes», Laserstanzungen, Pop-ups und vieles mehr den Empfänger positiv überraschen.

Das alles lässt sich zwar in blumige Begriffe packen, kann aber dennoch nur andeutungsweise das Gefühl vermitteln, das erlebbar wird, wenn man solch kreative Druckprodukte in den Händen hält. >



Der Peter-Grob-Preis wurde von der asw (Allianz Schweizer Werbeagenturen) präsentiert. aws-Präsident Ivan Zumbühl (links) übergab die Auszeichnung an Alex Sturzenegger von Printplus. Die Laudatio hielt das Jury-Mitglied Klaus-Peter Nicolay, der neben der Kundenzeitschrift von Printplus auch das «Wettbewerbsprodukt» von *Bubu* würdigte. Das gab den Gästen zumindest einen kleinen Einblick in die Arbeit der Jury.



Die Gewinnerarbeiten des *Swiss Print Award* anzusehen, lohnt sich daher für alle am Druck Beteiligten gleichermassen, da sie nahezu alle Facetten der Printmedien erfassen. Dazu wurden 2019 fünf Kategorien definiert, die den Award von anderen Wettbewerben abgrenzen. Der in der Druckindustrie geläufige Begriff Akzidenzen steht für Gelegenheitsdrucksachen privater oder geschäftlicher Art, die nicht zur Gattung Bücher oder Publikationen zählen: **Printed Matters** eben, also Einladungen, Karten, Broschüren, Formulare, Flyer, Plakate etc. Ein Buch ist eine Sammlung leerer, bemalter, beschriebener oder bedruckter Papierblätter, die mit einer Bindung und einem Bucheinband versehen ist. Per Definition sind **Books** nicht periodische Publikationen mit einem Umfang von mindestens 49 Seiten. Die Veröffentlichung eines Werkes sowie das Werk selbst wird als **Publication** bezeichnet. Also alles, was als Nachricht oder Kulturgut für die Öffentlichkeit oder auch für spezielle Zielgruppen gedacht ist: Zeitschriften, Kundenmagazine etc. Unter **Printed Objects** sind Drucksachen zu verstehen, die die zweite Dimension (Länge mal Breite) verlassen haben. Das

können Verpackungen sein, genauso aber auch dreidimensionale Objekte. Der **Peter-Grob-Preis** ist ein Sonderpreis, der an den leider schon verstorbenen *asw*-Geschäftsführer PETER GROB erinnert, der den Award von Beginn an im Jahr 2004 aktiv unterstützt hat. Der Preis kann, muss aber nicht jährlich vergeben werden und zeichnet besonders gelungene Eigenwerbung aus. Damit erinnert der Sonderpreis an die Wurzeln des Awards.

PETER-GROB-PREIS

Beginnen wir bei der Vorstellung der prämierten Arbeiten doch gleich mit dieser Auszeichnung. Die nämlich hatte die Jury in zwei Lager gespalten. Einmal in die, die die Arbeit von *Bubu* als die qualitativ hochwertigere einstufen, und die anderen, die den Kommunikationserfolg von *Printplus* in den Mittelpunkt stellten. Die Eingabe von *Bubu* ist unbestreitbar eine fantastische Arbeit: Geprägter Einband rund um unbedrucktes Papier – das war es schon. Aber die Idee dahinter ist genial. Denn das Buch lässt sich teilen. «Share» steht auf dem Titel. Und gerade in der immer anonymen und digitaleren werdenden Welt kann es wertvoll sein, Informationen miteinander zu teilen und Verbindendes

festzuhalten. Diesen Gedanken bringt das «Neujahrsbuch 2019» von *Bubu* auf den Punkt. Wer die perforierten Streifen im rot eingebundenen Buch wegreisst, macht aus Eins Zwei und kann das zweite Buch einem lieben Menschen schenken. So zeigt *Bubu* auf die Dinge, die im Leben wirklich wichtig sind, und beweist nebenbei, dass sie ideenreich anspruchsvolle Bindeprojekte realisieren kann. *Bubu* bindet nicht nur, *Bubu* verbindet. Auf der anderen Seite *Printplus*. Zehn Jahre lang hat der Softwarehersteller seine Produkte online beworben – ohne grosse Resonanz. Dies hat sich mit der Printzeitschrift wesentlich geändert – ein schlagkräftiges Argument pro Print und eines für «Lust auf Print». Deshalb erhielt *Printplus* den *Peter-Grob-Preis* 2019. Das Kundenmagazin kommt völlig unaufgeregt daher und lässt das Papier für sich sprechen: einmal spot-lackiert, einmal mit strukturierten Papieren und Laserstanzung, mal mit einem eingeschossenen Transparentpapier – Umschlag und Inhalt sind ein gekonntes Spiel mit dezenter Haptik. Und das Magazin beweist, dass Kundenkommunikation für die Zielgruppe (eben Druckereien) auf Print basieren muss. Dafür sind die Empfänger affin und



Manuel Kellenberger, Group Geschäftsführung Neidhart + Schön, mit dem Gold-Award für die Weihnachtspost.



Claudia Fetzer, Fischer Papier, mit dem Silber-Award für das Booklet «Kaskad meets CMYK», den Marc Bärtschi vom Award-Sponsor Canon Schweiz den Gewinnern der Kategorie Printed Matters überreichte.



Bubu erhielt für die Kommunikationsmittel zur 2. Independent Paper Show einen Bronze-Award.



deshalb beschäftigen sie sich auch mit den Inhalten und Botschaften des Unternehmens. Hier steht Kommunikation vor dem Design und der Ausführung.

PRINTED MATTERS

Gold: Weihnachtspost

Nur allzu oft erhält man in der Vorweihnachtszeit Kleinigkeiten, die uns erfreuen sollen, mit denen wir aber oft genug nur wenig anfangen können. Anders bei der Weihnachtspost 2018 von Neidhart + Schön. Mit einer persönlichen Botschaft der Mitarbeitenden wurde Kunden und Partnern gegenüber Wertschätzung zum Ausdruck gebracht und durch ein haptisches Erlebnis die Freude am gedruckten Produkt vermittelt. Im Weihnachtsbooklet sind 24 bunte, angestanzte und herauslösbare Kugeln zu finden – jede mit einem persönlichen Unterhaltungstipp versehen: eine Mischung emotionaler und mitreissender Buch-, Film- und Musiktips. Die dazugehörigen Karten wurden in fünf Sorten hergestellt (zwei Sprachen, unterschiedliche Texte und Personalisierungen). Das Booklet wird begleitet von einer personalisierten Weihnachtskarte mit handschriftlicher Botschaft und Unterschrift – so werden Emotionen wirkungsvoll auf

Papier gebracht: facettenreich, inspirierend und persönlich.

Silber: Papiermuster

Papiermuster können lieblos zusammengeheftete weisse Seiten sein – oder sie kommen wie das farbenfrohe Stück von Fischer Papier daher, das sieben verschiedene Papiere unterschiedlicher Art bietet. Das Ziel der Broschüre: An die Gestaltungsmöglichkeiten zu erinnern, die sich durch den Einsatz von farbigem Papier eröffnen. Dabei ist die Broschüre «Kaskad meets CMYK» so schön, dass man sie sich als Kunstwerk an die Wand hängen möchte. Denn die Farbvariationen werden nicht einfach nur als Flächen auf bunten Bögen dargestellt, sondern als Patchwork-Arbeit, bei der diverse Bogengrössen passgenau zusammengestellt und geheftet werden. Manchmal aber ist das vermeintlich Einfache besonders kompliziert. Und je müheloser etwas wirkt, desto mehr steckt all zu oft dahinter: ein Zauberstück, eine sportliche oder auch technische Spitzenleistung. Das gilt sicherlich auch für dieses Papiermuster-Glanzstück von Fischer Papier: Eine schlichte Botschaft so schön verpackt, dass man sie nicht mehr vergisst.

Bronze: Kommunikationsmittel

Die Bubu AG, das Atelier für Siebdruck Lorenz Boegli und die Sonderegger AG hatten 2018 zur zweiten Auflage der Independent Paper Show eingeladen. Die Show fand im *Bâtiment des Forces Motrices* an den Ufern der Rhône in Genf statt. Das 1886 errichtete Gebäude versorgte die lokale Industrie und die Bewohner der Stadt Genf jahrzehntelang mit Druck- beziehungsweise Trinkwasser. Das Thema Wasser nahm die Gestalterin NINON CARRIER formal und farblich für die Kommunikationsmittel der Independent Paper Show auf. Die vierseitige Einladungskarte ist aus zwei Materialien zusammenkaschiert und symbolisiert durch die Prägung auf der Innenseite ein Schau-felrad, das im Gebäude an die eingesetzte Technik erinnert, ein Bullauge zielt die Papiertasche, in der Besucher ihre Muster sammeln konnten und eine Flasche Wasser mit entsprechend umgesetztem Etikett setzt das nasse Element in Szene und erinnert daran, welche starke Beziehung zwischen Papier und Wasser schon immer bestanden hat. Das alles samt einem Notizbuch in unterschiedlichen Blautönen gehalten, ist ein in sich stimmiges und aussergewöhnliches Ensemble. >



Jury-Mitglied Michael Waldvogel zählt bei seiner Laudatio für das imponierende Druckwerk «Chriesi» schier unglaubliche Fakten rund um die Kirschen vom Zugersee und das Buch auf. Stefan Häusler, Geschäftsführer der Kalt Medien AG, erhielt für das Buch einen Gold-Award.



Peter J. Rickenmann vom Award-Sponsor Koenig & Bauer (CH) AG (im Bild links) überreichte die Awards in der Kategorie Books. Die Repräsentanten der Druckerei Landquart Urs Zimmermann und Thomas Ambühl (rechts) freuen sich indes über den Silber-Award für das Buch «Merk- und denkwürdige Fortbewegungsmittel».



Nino Itzi, Heller Druck, hatte die Jury mit dem Buch «Resgia Veglia» überzeugt und hält den Award in Bronze in den Händen.

BOOKS

Gold: Chriesi

Es gibt sie in allen möglichen Farben – gepufte, gestreifte und gesprenkelte Kirschen. Wie im Buch «Chriesi – Kirschenkultur um Zugersee und Rigi» zu lesen ist, sind in der Schweiz rund 350 Sorten bekannt. Im von der Kalt Medien AG in Zug gedruckten und von Bubu gebundenen Werk «Chriesi» erfährt der Leser auf 600 Seiten alles über 600 Jahre Kirschenkultur, Wirtschafts-, Gesellschafts- und Kulinarikgeschichte, 45 Chroniken erzählen von Destillieren aus 200 Jahren, es gibt 1.000 Bilder, 49 Porträts von 70 Menschen, 20 Kapitel Wissen zu Kirschen, Bäumen und Verarbeitung, 15 illustrierte Kirschenarten, acht Statistiken, 100 historische Kirschenrezepte sowie 2.000 Abbildungs- und Quelleneinträge. Die Menge der Informationen, Dokumente, Bilder und Anekdoten überrascht. Aus der Idee für ein Buch wurde ein Projekt, an dem rund 200 Personen beteiligt waren. Und aus den ursprünglich geplanten 200 Seiten sind 600 geworden – perfekt gedruckt, schön gebunden und über 2,5 Kilogramm schwer! Dass man so viel Wissen über Kirschen zusammentragen kann, ist eine Mammut-

leistung – dieses Wissen zu ordnen und gestalterisch aufzubereiten sowie zu drucken hat den Goldschnitt an der Frontallemal verdient. Und den Award ebenso.

Silber: Merk- und denkwürdige Fortbewegungsmittel

Das Buch begeistert schon mit dem Einband, der als Künstlermappe gestaltet ist, und macht neugierig, nachzuschauen, was sich in dieser Mappe verbirgt. Was man dann in dem Buch findet, macht einfach Spass, denn die Objekte, die ALBI BRUN geschaffen hat, sind mehr als merkwürdige Fortbewegungsmittel. Das Druck-Erzeugnis, dass dem Swiss Print Award zur Ehre reicht, macht wirklich «Lust auf Print». Wenn man dann noch weiss, dass ALBI BRUN nicht nur für die Objekte in diesem Buch, sondern auch für das Layout verantwortlich zeichnet, kann man vor dem Flug-, Schwimm-, Fahrzeug-Gestalter und Verleger BRUN nur den Hut ziehen und muss ihm grösste Bewunderung zollen. Und schliesslich sorgten die Druckerei Landquart und die Buchbinderei Bubu mit ihrer tollen Arbeit für ein Gesamtkunstwerk, das zeigt, was nur Print kann. Im wortwörtlichen Sinne «Lust auf Print».

Bronze: Resgia Veglia

Es gibt Häuser und es gibt besondere Häuser. NINO ITZI hat in Zusammenarbeit mit dem Fotografen PATRIZIO DI RENZO ein ganz besonderes Objekt dokumentiert: Die Casa Resgia Veglia in Celerina, umgebaut und stilvoll eingerichtet von der Innenarchitektin DORIS BERCHTOLD. Die Raumkompositionen sollten in einer Dokumentation wiedergegeben werden. So entstand ein hochwertiges Buch der edelsten Machart. Ein heissfoliengeprägter Leineneinband, eingeschossene halbttransparente Seiten, raffinierte Typografie, Metallicfarben, Laserstanzung und eine edle Holzbox als Verpackung, die an die ehemalige Sägerei erinnern mag, sind nur einige Attribute, die eindrücklich demonstrieren, wie ein Buch zu einem kleinen Kunstwerk werden kann.

PUBLICATIONS

Gold: Geschäftsbericht Ringier

Ein inspirierendes Paket der Unruhe bildet der «Ringier Geschäftsbericht 2017» nicht nur, weil aus einem äusserst bewegten, in beständiger Entwicklung befindlichen Markt berichtet wird, sondern auch, weil die Berichterstattung der Ringier AG Raum öffnet für Kunst, die sich in thema-



Zwei Awards für Engelberger Druck für aussergewöhnliche Publikationen. Sandro Blättler (links), Leiter Marketing & Verkauf, und Geschäftsleiter Edi Engelberger nahmen einen Gold-Award für den Ringier-Geschäftsbericht und einen Award in Silber für die provokative Diplomarbeit MTR mit nach Stans.



Nina Gämperle vom Award-Sponsor Heidelberg Schweiz AG übergab die Awards der Kategorie Publications und freut sich mit Dario Tolone (Mitte) und Marco Schmid von tiefgang design über den Bronze-Award für die «GasseZiitig Lozärn».



tischen Bezug zur Medienindustrie im digitalen Umbruch setzt. Ein Algorithmengetriebener Bilderfluss der Künstlerin KATJA NOVITSKOVA bildet das 272-seitige Hauptvolumen der bei Engelberger Druck produzierten Publikation. Eigene Bilderwelten und Fundstücke aus dem Web werden zu einem Printwerk, das mit unserer Assoziationskraft spielt. Durch das Medium Print werden Reflexionen über Informationsverarbeitung und Künstliche Intelligenz zu Fossilien, die der Kurzlebigkeit des Digitalen entrissen werden. Sehr schlicht wirkt dagegen der angefügte Berichtsteil. Eine Augmented-Reality-App macht jedoch auch diesen zum medienübergreifenden Erlebnis. Das von einem siebgedruckten, transparenten Umschlag gefasste Werk schlägt Brücken zwischen den digitalen und gedruckten Medien.

Silber: Diplomarbeit MTR

Disziplingrenzen zu überschreiten und Probleme fachunabhängig zu lösen, steht für transdisziplinäre Projekte. Die «Diplompublikation MTR» (Master Transdisziplinarität) übersetzt dieses Prinzip, da die Publikation selbst zur Ausstellung wird. Auch das ungewohnt grosse Format nutzt das Potenzial für Experimente im Um-

gang mit Bild und Text. Gleichzeitig werden gestalterische Grenzen ausgelotet und mögliche neue Wege erprobt. Die mit simpler Drahtheftung gebundene Broschüre im Format A3 besticht durch starke Kontraste. So ist der Inhalt auf dickerem Zeitungspapier gedruckt und steht in Kontrast zum Hochglanz-Cover. Bilder sind mal sehr klein, dann wieder formatfüllend gesetzt. Viel Weissraum schafft Platz für die hervorragende Typografie. Verschiedene Spaltenbreiten treffen aufeinander, wirken chaotisch, doch der spielerische Umgang mit Formsatz macht daraus wieder eine Einheit. Ganz bewusst wird hier mit gestalterischen Regeln gebrochen. So wird der Titel der Publikation weggelassen und ist nur auf dem gefalzten Buchrücken zu finden. Die mit einem partiellen Relieflack veredelten Bilder auf Hochglanzpapier wirken übertrieben, sind aber ein haptisch-visuelles Erlebnis. Das Übertreiben wirkt provokativ und lässt bestehende Konventionen hinterfragen. Hierbei werden die Grenzen inhaltlich und auch gestalterisch ausgelotet. Ein sehr interessantes Printprodukt von Engelberger Druck, das Inhalt, Gestaltung und Produktionstechniken konzeptionell kombiniert.

Bronze: GasseZiitig

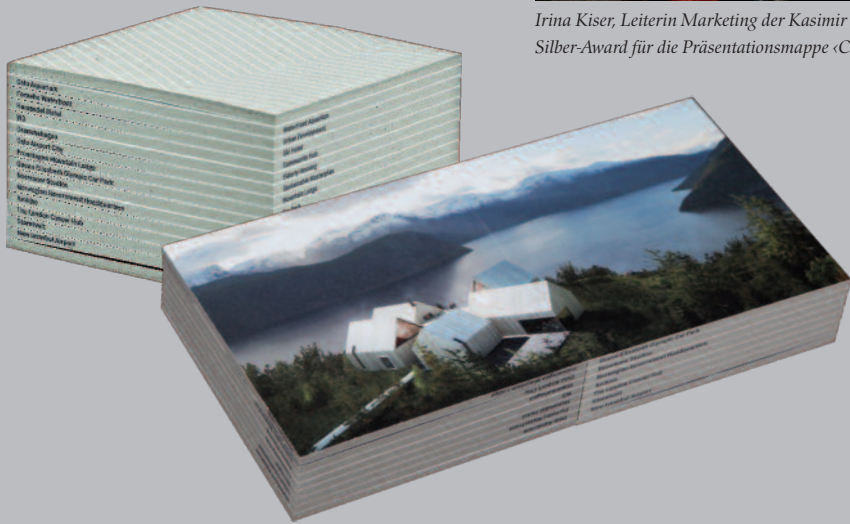
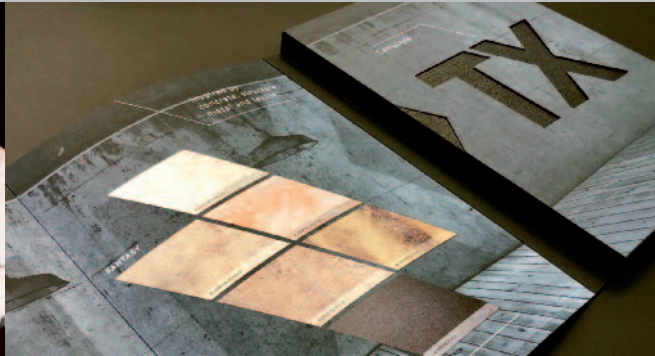
Es geht um ein Thema, das bekannt, aber oft unangenehm ist: Randständige Menschen, die in unserer Gesellschaft keinen Halt finden, weil ihnen aus unterschiedlichen Gründen ihr Leben aus den Fugen geraten ist. Der Verein Kirchliche Gassenarbeit Luzern hilft solchen Menschen mit medizinischer Grundversorgung, Ernährung und Lebensbewältigungshilfe. «GasseZiitig» hat es mit dem von tiefgang design geschaffenen neuen Layout zum 20-Jahr-Jubiläum geschafft, das Thema sichtbar zu machen. 1997 von Gassenleuten gegründet, erscheint die Zeitung dreimal jährlich mit einer Auflage von 15.000 Exemplaren und berichtet über Schicksalsschläge und persönliche Geschichten. Das junge, unkonventionelle und moderne Aussehen erzeugt Aufmerksamkeit. Der im QR-Code farblich umgesetzte und gestaltete Umschlag setzt neue Akzente. Praktisch und überzeugend ist auch das Format. Klein und handlich entfaltet sich «GasseZiitig» offen im Tabloid-Format. Die gut lesbare und schlichte Typografie überzeugt. «GasseZiitig» beweist damit, wie das Einfache und die Schlichtheit eines Printprodukts überzeugt und ankommt. Trotz Digitalisierung. >



Andreas Schraner, CEO des Sponsors Antalis Schweiz AG (zweiter von links), übergab die Awards in der Kategorie «Printed Objects». Bubu-CEO Christian Burkhardt und Kundenberater Urban Küng (ganz rechts) nahmen den Award in Gold für Haptic Architects Portfolio entgegen. Jean-Paul Thalmann (ganz links) assistierte bei der Award-Übergabe.



Irina Kiser, Leiterin Marketing der Kasimir Meyer AG, und Roger Wermelinger von der Agentur Frontal nahmen den Silber-Award für die Präsentationsmappe «CamuStyleTX» entgegen.



Freude auch bei Gallus Niedermann und seinem Sohn Samuel von Niedermann Druck, über den Award in Bronze für das Objekt «Fact or Fake».



Und noch eins: «GasseZiitig» erscheint nur auf Papier! Produziert bei der Druckerei Odermatt wird sie dann von den Randständigen selbst an den Mann und die Frau gebracht. Sie wollen sichtbar sein! Damit man sieht: Sie engagieren sich.

PRINTED OBJECTS
Gold: Haptic Architects Portfolio

Ein Buch ist es nicht, dazu ist die Anzahl der Seiten zu gering. Und die einzelnen Seiten sind jeweils so dick, dass sie an ihrer Seite beschriftet werden können: im Fachjargon Buchblock mit Motivschnitt. Wie ein Block fühlt sich das Objekt auch in der Hand an. Die dicken Seiten, die präzise Verarbeitung des Buchrückens sowie sein Eigengewicht machen neugierig und verleiten zum spielerischen Erkunden des Inhalts. Einzelne Seiten schlagen fast von selbst auf und geben Einblick in das Schaffen von «Haptic Architects». Durch den sehr bewussten Einsatz von Drucktechnik, Buchbindearbeit und Materialität wird so auf subtile Art gleich die Philosophie und Arbeitsweise in ein architektonisches Print-Objekt verwandelt. Beim Betrachten wandern die Finger fasziniert mit und erkunden, wie die Bilder durch die Flatbook-Bindung ganz flach

über den Bund laufen. Die Kombination von dicken Seiten, subtil eingesetztem Relief-Siebdruck auf dem Cover und randabfallenden Bildern im Innern erzeugt so das architektonische Gefühl von Raum, Licht und Materialität. Das raffinierte Zusammenspiel von visuellen, haptischen und dreidimensionalen Elementen macht dieses von BOB-Design gestaltete und von der Bubu AG realisierte Architektur-Portfolio zum Gewinner der neuen Kategorie «Printed-Objects».

Silber: CamuStyleTX
Die Swiss Krono AG, Schweizer Hersteller von Laminatfußböden und dekorativen Holzwerkstoffen für den Innenausbau, hat, inspiriert von Beton, Struktur, Metall und anderen Werkstoffen, eine beschichtete Spanplatte auf den Markt gebracht, die den Tastsinn anspricht. Für das haptische Produkt CamuStyleTX wurde eine Präsentationsmappe konzipiert, die ein A4-Produktmuster beinhaltet. Nun wäre es ein Leichtes gewesen, einfach nur eine Mappe herzustellen und zu bedrucken. Doch es wurde mehr daraus. Denn Idee und Vorgabe war es, die Struktur der Oberfläche identisch wiederzugeben. Mithilfe von Digitaldruck und digita-

ler Veredelungstechnik ist bei der Kasimir Meyer AG ein Produkt entstanden, das die Struktur der Bodenplatte auf dem eingesetzten schwarzen Karton nahezu identisch nachstellt. Neben dem Ergebnis zeigt diese Mappe aber auch, wie wichtig Teamarbeit ist. Die enge Zusammenarbeit mit dem Kunden, der kreative Einsatz der Agentur Frontal, gepaart mit dem Know-how von Kasimir Meyer lässt ein Printobjekt entstehen, das allemal einen Award wert ist.

Bronze: Kartenset Fact or Fake
Fake News sind zwar kein wirklich neues Phänomen, aber dank digitaler Verbreitung geradezu eine Heuschreckenplage unserer Zeit. Ein Grund mehr für Print. Das hat sich auch die Agentur Farner St.Gallen gedacht und ein lustiges, lehrreiches und zugleich unterhaltsames Kartenspiel kreiert. Das Set besteht aus rund 100 Frage-und-Antwort-Karten und stellt so ein sehr digitales (und aktuelles) Thema auf sehr haptische Art und Weise dar. Dass es als subtile Beweisführung für die Wissenskompentenz der Agentur dient, ist zudem ein schlauer Zug. Dass es in einer äusserst hochwertigen Kartongabe daherkommt, die von nicht



Jean-Paul Thalmann und Klaus-Peter Nicolay (von links) werden sich nach dem erfolgreich durchgeführten Award-Event 2019 aus dem operativen Geschäft des Swiss Print Award zurückziehen und in die zweite Reihe treten. Das heisst aber nicht kompletter Rückzug – sie werden dem nachfolgenden Team bei Bedarf auch weiterhin mit Rat und Tat zur Verfügung stehen.

Marco Bieri (rechts) dankte den beiden Initianten des Schweizer Print-Awards im Anschluss an die Verleihung der Swiss Print Awards 2019 und stellte das Team vor, das den Wettbewerb ab 2020 weiterführen will. Dazu gehören (von rechts) Marco Bieri, Anne-Friederike Heinrich, Beni Kiser, Michael Waldvogel und Alexander Colby – allesamt bekannte Gesichter aus der Schweizer Druck- und Designszene.

minder hoher Kompetenz seitens des Produktionspartners *Niedermann Druck AG* zeugt, hat vor allem Stil.

Das Inlay mit Samtband bettet die Karten in die fein kaschierte Kartenhülle. Die Regeln findet der Spieler auf die Innenseite des Deckels gedruckt, gesetzt in gepflegter klassischer Typografie. Ein partieller Glanzlack auf mattem Grund verstärkt den edlen und doch modernen Charakter der Verpackung. Hier wurden einige Register der Druck- und Verpackungstechnik gezogen. Denn schliesslich sollten die Farben auch auf den unterschiedlichen Bedruckstoffen genau passen.

«Das packende Spiel für alle, die zwischen Tatsachen, TRUMP und Trollen zu unterscheiden wissen.» So beschreiben die Macher das Kartenset und das kann nur bestätigt werden. Kostprobe? Wissen Sie etwa, ob das Haar schneller wächst, wenn man verliebt ist. Fact or Fake? Fragen Sie Rapunzel. Oder suchen Sie die Karte im Spiel. Ein schlaues Geschenk für Mitarbeitende und Kunden – verteilt an Weihnachten 2018.

Die Jury des *Swiss Print Awards* fand, der Idee und der gekonnten Ausführung gebührt Applaus. Gäbe es einen Like-Button, die Jury würde klicken!

Die Jury 2019 und kommende Veränderungen

Apropos Jury: Die des *Swiss Print Awards* 2019 setzte sich aus folgenden Mitgliedern zusammen:

MARCO BIERI, Papier- und Marketingexperte.

CLAUDE BÜRKI, Freier Journalist und Druckexperte.

ALEXANDER COLBY, Design/Project Lead *SNK Identities AG*.

ANNE-FRIEDERIKE HEINRICH, Freie Journalistin und Autorin.

NADINE HUGGEL, Kommunikationsberaterin und Partnerin *Reaktor AG*.

KLAUS-PETER NICOLAY, Chefredaktor *Druckmarkt*.

JEAN-PAUL THALMANN, Herausgeber *Druckmarkt Schweiz*.

CHRISTIAN THEILER, Leitung Fachbereich Grafik, *Schule für Gestaltung Zürich*.

MICHAEL WALDVOGEL, Geschäftsführer *Tollkirsch AG*.

Nach der Übergabe der Awards 2019 kündigten die bisherigen Ausrichter des *Swiss Print Award*, JEAN-PAUL THALMANN und KLAUS-PETER NICOLAY, die den Award von Beginn an organisiert und finanziell wie ideell gefördert haben an, sich aus dem

operativen Geschäft des *Swiss Print Awards* zurückzuziehen und in die zweite Reihe zu treten. Ab 2020 wird der Award von fünf langjährigen Weggefährten und Jurymitgliedern weitergeführt.

Den *Swiss Print Award* 2020 will das nachrückende Team noch erfolgreicher machen. ANNE-FRIEDERIKE HEINRICH, MARCO BIERI, ALEXANDER COLBY, BENI KISER und MICHAEL WALDVOGEL sind langjährig mit dem Award verbunden und wissen, was sie verbessern, optimieren und verändern müssen, um aus dem *Swiss Print Award* einen noch attraktiveren Wettbewerb zu machen. «Die wichtigste Neuerung wird sein, dass wir nicht mehr «nur» exzellente Schweizer Drucksachen auszeichnen. Wir suchen nach Brücken, die Print in die Zukunft baut», lassen sich die neuen Organisatoren zitieren. Doch die «Lust auf Print» wird weiterhin Antrieb sein.

Dazu kann man nur viel Glück, Durchhaltevermögen und die breite Unterstützung aus der gesamten Branche (also von allen, die an einer Drucksache beteiligt sind) wünschen.

> www.swiss-print-award.ch
> https://www.instagram.com/swiss_print_award/

Teilnehmer	Druckobjekt	Kategorie	Auszeichnung
Ast & Fischer AG	Magazin «Schweizer Garten»	Publications	
Bubu AG	Bake it!	Books	
Bubu AG	Bubu Neujahrsbuch 2019	Books	
Bubu AG	Haptic Architects Portfolio	Printed Objects	● Award in Gold
Bubu AG	Independent Paper Show	Printed Matters	● Award in Bronze
business + design ASW	Glace- und Dessert-Sortiment 2018	Printed Matters	
c&h konzeptwerbeagentur ag ASW	Kunstpublikation «Die Schwarze Sonne»	Books	
Digitec Galaxus AG	Druckpatrone	Printed Matters	
Druckerei Landquart AG	Merk- und denkwürdige Fortbewegungsmittel	Books	○ Award in Silber
Druckerei Odermatt AG	100 Jahre Halter	Books	
Druckerei Odermatt AG	Atlas der Schweizer Kinderliteratur	Books	
Druckerei Odermatt AG	Der Hotelberg	Books	
Druckerei Odermatt AG	Rhone Gletscher	Books	
Druckerei Robert Hürlimann AG	Weihnachtsleporello	Printed Matters	
DT Druck-Team AG	Bucherer 1888	Printed Matters	
DT Druck-Team AG	Scholl-News	Printed Matters	
Engelberger Druck AG	Buch PC-24	Books	
Engelberger Druck AG	Diplompublikation MTR 2018	Publications	○ Award in Silber
Engelberger Druck AG	Ein Sommer auf der Alp	Books	
Engelberger Druck AG	Geschäftsbericht Ringier	Publications	● Award in Gold
Fischer Papier AG	Kaskad meets CMYK	Printed Matters	○ Award in Silber
Fischer Papier AG	Z-Offset RAW	Printed Matters	
Heller Druck AG	Resgia Veglia	Books	● Award in Bronze
HUE7 Design AG	Bogn Engiadina Imagebroschüre	Printed Matters	
HUE7 Design AG	Schamserberg Safran Verpackung	Printed Objects	
Kalt Medien AG	Chriesi – Kirschenkultur Zugersee und Rigi	Books	● Award in Gold
Kalt Medien AG	100 Jahre Schweizer National Cirkus Knie	Books	
Kasimir Meyer AG	CamuStyleTX	Printed Objects	○ Award in Silber
Neidhart + Schön Group AG	Weihnachtspost «Zeit für Unterhaltung»	Printed Matters	● Award in Gold
Niedermann Druck AG	Ostschweizer Wimmelbuch	Books	
Niedermann Druck AG	Spielkartenset «Fact or Fake»	Printed Objects	● Award in Bronze
Printplus AG	PrintLive Kundenzeitschrift	Peter-Grob-Preis	● Peter-Grob-Preis
Schoop AG	Image-Mailing	Printed Matters	
tiefgang design	GasseZeitig Lozärn	Publications	● Award in Bronze
Thurgauer Tagblatt AG	Jubiläumsschronik TTW	Books	



arcus design 2019 | illustration: jazzia | 123rf

WIR GRATULIEREN
**ALLEN TEILNEHMERN
DES SWISS PRINT AWARD**
(auch den Gewinnern).