

Von Dipl.-Ing. Hans-Georg Wenke

»Farben sind Gewöhnungssache

Bernhard Wicki erklärt die Sensibilität der Drucker für Farbe

GESPRÄCH



Klar, es ist neben Papier der Stoff von dem sie leben. Die Drucker von der Farbe. Aber welche

Farbe? Weniger gemeint im Sinne des Farbtons, der Farbigkeit, als vielmehr ihrer Art, Konsistenz, Beschaffenheit, Eigenschaft, Qualität, ihrer Beständigkeit. »Druckqualität wird dann konstant erreicht, wenn sich der Drucker auf die Farbe verlassen kann und der Umgang mit einer spezifischen Marke für ihn zur Routine wird, die er auch in kritischen Situationen beherrscht«, weiß der Schweizer Epple-Geschäftsführer Bernhard Wicki aus Erfahrung. Alle Welt redet im modernen Offsetdruck von Konstanz, Kalibrierung und Kontrolle. Damit vorhersehbare, kalkulier- und wiederholbare Druckergebnisse erzielt werden können, müssen viele Faktoren beherrscht, konstant und dauerhaft verlässlich sein. Die Druckfarbe ist dabei einer der wichtigsten Faktoren.

Um sie heute so zu machen, wie sie gestern war und morgen wieder sein soll, gibt es nur eins: die Zutaten, ihre Bestandteile dürfen sich hinsichtlich der Eigenschaften nur in einem sehr engen Toleranzrahmen bewegen. Eine Herausforderung für Chemiker und eine nicht so einfache Aufgabe in der Produktion.

Das Unternehmen Epple beherrscht diesen Prozess, nicht zuletzt, weil trotz der überschaubaren Größe Forschung und Entwicklung, das Labor, einen deutlichen Anteil an der Belegschaft hat. Und weil man hier unkonventionell kreativ denkt, nur um – da ist kein Widerspruch, sondern die schwäbische Natur des Stammhauses – Produkte zu produzieren, die sich über Jahre und Jahrzehnte nicht ändern. Nicht ändern müssen, weil sie konstant gut sind.

Vier reichen für das Normale

Mit diesem Qualitätsanspruch als Versprechen gegenüber den Kunden präsentiert sich Bernhard Wicki gerne dem Schweizer Markt. Er meidet dogmatische oder polarisierende Grundsatzdiskussionen, die keinen Bezug zur beruflichen Praxis haben. »CYMK ist nach wie vor ein gutes, passendes und problemfreies Farbmodell, hieran muss man zunächst einmal nichts ändern«, sagt er, »denn es ist der geringste Aufwand für einen maximalen Farbeffekt«.

Um der Fotografie und ihren spezifischen Farbstimmungen näher zu kommen, hat Epple das in Fachkrei-



Bernhard Wicki, Geschäftsführer Epple Druckfarben in der Schweiz, bemängelt, dass viele Druckereien bei Druckfarben auf den Rappen sehen statt auf deren Vorteile.

sen heiß diskutierte und »leider noch viel zu wenigen Druckern wirklich konsequent genutzte« Farbsystem »aniva« geschaffen (siehe auch Seite 22). Es basiert zwar ebenfalls auf der konventionellen CYMK-Spektralsplittung, was für viele Normalanwendungen jedoch von Bedeutung sein kann, ist die Fähigkeit des aniva-Farbsystems, mehr Pantone- und andere Sonderfarben treffend zu simulieren.

Doch es gibt Ausnahmen, physikalisch bedingt: »Bestimmte Farben sind mit vier Mischfarben einfach nicht präzise genug darstellbar. Nur in diesen Fällen sollte man sich auf das komplexe Gebiet des 7-Farbdruks wagen«, rät Wicki und deutet damit an, dass neben speziellen

Reproduktionsverfahren und der kostenträchtigen Grundvoraussetzung (Druckmaschine mit mehr als vier Farbwerken oder mehrmaliger Durchgang) auch eine gehörige Portion Erfahrung zu diesem schwierigen Metier gehört.

Öko als Standard

Eher weniger schwierig für den Normaldrucker ist die Erfüllung einer sehr zeitgemäßen Forderung nach Ökologie.

Bernhard Wicki erinnert an die Zeit vor mehr als 25 Jahren, als Epple als erstes Unternehmen Firnis aus Pflanzenölen einsetzte und sich auch von Fachleuten mit Begriffen wie »Salatölfarben« verspotten lassen musste. Diese Anfeindungen sind längst vorbei und einer Normalität gewichen, die – das sieht Wicki mit sehr großem Bedauern – leider ebenfalls noch nicht die Verbreitung gefunden hat, die der Sache angemessen ist.

Und aus seinen Worten klingt zumindest für einen Moment so etwas wie Resignation, wenn er schildert, dass wegen wirklich weniger Rappen – selten geht es um unter vernünftigen Leuten wirklich diskussionswürdige Beträge – Druckereien und ihre Einkäufer lieber zur »billigen« Lösung, sprich Farbe greifen, statt die Vorteile zu nutzen, die heute so angebracht sind. Da nützt auch der Hinweis nichts, dass wenige Minuten Maschinenstillstand oder Produktionsverzögerung mehr kosten



Eppl Druckfarben gehen keiner Frage und keiner Diskussion um Anwendungsfragen aus dem Weg. Der Erfahrungsschatz reicht von »normalen« Anwendungsproblemen bis hin zu äußerst kritischen Papier-Materialkombinationen.

als die Bestellung einer geringfügig teureren, aber in manchen Eigenschaften vorteilhafteren Farbe. Der Mensch ist nun einmal nicht immer logisch – und Farbe ist bekanntlich Gefühl in Reinform.

Cooler Effekte und heiße Länder

Dass Farbe nicht Farbe ist – man muss besser sagen – dass Farbempfinden hier nicht das Farbempfinden von dort ist, kann Wicki mit manchen Fakten und Beispielen belegen. So werden global gesehen in Ländern mit durchgängig heißerem Klima andere Farbstimmungen bevorzugt als hierzulande.

Und für die Werbung hat der Berater für alle Farbfälle einige ganz coole Effekte auf Lager: Zum Beispiel fluoreszierende Farben, die im so genannten Schwarzlicht (Disco-Besucher kennen es zur Genüge) unglaublich dreidimensional erscheinende Effekte erzeugen kann. Für Werbung – möglichst in dunkleren Räumen wie zum Beispiel Ausstellungen oder Messeständen – eine preisgünstige, aber hoch wirkungsvolle Komponente.

Überraschende Vielfalt

Jeder Drucker an der Maschine weiß, Farbe kann Ärger machen. Weiß er es wirklich, kann sie das tatsächlich? »In den allerwenigsten Fällen, in denen wir Reklamationen bekommen, ist analytisch, chemisch-physikalisch gesehen wirklich die Farbe das Problem. Dass diese nicht stimmt oder fehlerhaft ist, ist eine extrem seltene Ausnahme. Doch wir rennen gewissermaßen ständig dem Papier hinterher. Farbe allein ist kein Problem – Farbe und Papier, das ist stets ein spannendes Experiment,« sagt der erfahrene Praktiker Bernhard Wicki.

Bei der geradezu unübersehbaren Anzahl von Papieren und in Kombination mit heiklen Verarbeitungsprozessen – Wasser und seine Zusätze im Druck, Leim, Folien und Lacke in der Veredelung und Verarbeitung – können sich manch unliebsame Überraschungen einstellen.

Denn die Papiere haben sich in den letzten Jahren durchaus verändert. Und sie werden sich weiter verändern, auch beim Drucken gibt es Modetrends und wechselnde Gewohn-

heiten. Die sensible Chemie wieder ins Gleichgewicht zu bringen, auch das gehört zu den Serviceleistungen eines Farblieferanten, der sich der hohen Qualität verpflichtet fühlt. Und solch ein Service beginnt bei der grammgenauen Mischung von Sonderfarben oder Farbzusätzen auch in kleineren Partien und schließt Vorabuntersuchungen unter präzisen, wissenschaftlichen Bedingungen im Labor und durch Fachleute ein. »Uns ist jeder Anruf, jeder Besuch, jeder Test vor einer schwierigen Druckaufgabe tausend Mal lieber als die Beschäftigung mit einem Desaster, wenn die Druckerei, der Drucker leichtfertig kritische Farb-Papier-Materialkombinationen zugelassen oder hingenommen hat, ohne uns als Fachleute einzuschalten.« Denn es sagt allein die Logik, dass man sich an der Druckmaschine vor den Fehlern hüten kann, die andere schon begangen haben, wenn man den Lieferanten rechtzeitig um Auskunft bittet. Bernhard Wicki: »Da ist uns kein Gespräch zu viel.«

Helfen kann Eppl vor allem auch bei einem durchaus »modernen«

Problem: so genannte Label-Farben, Farben mit hohem Wiedererkennungswert und sensibler Nuancierung für Markenprodukte und Produktnamen, auf den unterschiedlichsten Papieren, Kartons und Folien beziehungsweise nach und durch Veredelung identisch aussehen zu lassen. Das türkis-schimmernde Oliv, mal auf rauem, grauen Karton und mal auf silberhinterlegter Folie gleich aussehen zu lassen – im Rahmen der physikalisch-chemischen Machbarkeit traut sich das Unternehmen Eppl auf diesen Gebieten diffizile Aufgaben zu und ist damit nach eigenem Verständnis ein guter Partner für Qualitätsbewusste und progressive Druckereien. Doch leider, immer diese Wermutstropfen, »promoten Druckereien nicht in genügendem Umfang all die tollen Möglichkeiten, die Farbe heutzutage bietet. Klar, dass dann mancher Druckvorgang kritischer und schwieriger ist. Aber wir sehen doch täglich, dass Druckereien, die sich qualitativ nach vorne wagen, durch treuere Kunden belohnt werden.«