

Baby, ink twice!

Seine Plakate fallen auf. Sie sind anders. Anders gestaltet, anders hergestellt: Neue Ideen, umgesetzt in alter Buchdrucktechnik. Dafi Kühne ist wohl der einzige Plakatgestalter und -drucker der Schweiz, der über diese handwerklichen Fähigkeiten verfügt. Was dabei herauskommt, ist schlicht und ergreifend: einzigartig. Ein Atelierbesuch im Loftatelier des Dafi Kühne in Näfels.

Von CLAUDE BÜRKI

Schon der Firmenname ist originell: *Baby Ink Twice*. Aber die Gestaltungskonzepte des 31-jährigen Glarner Künstlers, Grafikers und Dozenten DAFI KÜHNE und die Art und Weise, wie er diese im Buchdruckverfahren mit Holz- und Bleitypen, Fotopolymerlichés, Linolschnitten und anderen Mitteln umsetzt, verdient mehr als das Attribut originell. Die Arbeiten sind Grafik, traditionelles Handwerk und Kunst in einem.

«Frei übersetzt heisst «Baby Ink Twice»: «Mädchen, färb' zweimal ein». In Anlehnung an meine Andruckpresse, mit der ich meine Tätigkeit in meinem damaligen Büro aufnahm», begründet DAFI KÜHNE den aussergewöhnlichen Namen seines Unternehmens. «Bei dieser Presse ist es so: Im Gegensatz zu einer normalen Andruckpresse befindet sich das Farbwerk hinter dem Druckzylinder. Das heisst, wenn ich drucke, wird zunächst nicht eingefärbt, die Farbwalzen bleiben oben, sie drehen noch nicht. Erst beim Zurückfahren des Druckzylinders wird der Satz eingefärbt. Das wiederum bedeutet, dass pro Druckvorgang nur einmal eingefärbt wird. Als ich mit dieser Presse begann, Plakate zu drucken, merkte ich, dass ich zweimal einfärben muss. Deshalb: «baby ink twice». Das ist der Hintergrund, der zu dem Namen führte. Und ich bin dabei geblieben.»



Künftige Berufung gefunden

Begonnen hat alles als Student in seiner Wohnung. Während seines Studiums der Visuellen Kommunikation an der ZHdK hat KÜHNE in Nashville, Tennessee, ein Praktikum absolviert. «Ich arbeitete in einer Druckerei, in der Plakate gedruckt wurden – nur mit Holzbuchstaben. Es waren Auflagen um die dreihundert Exemplare, dreifarbig. Und es ging immer alles sehr schnell. Die erste Skizze musste innert zehn Minuten zu Papier gebracht sein, dann begann das Setzen, anschliessend fertigte man einen Bürstenabzug. Dieser wurde verkleinert und dem Kunden zur Begutachtung als Schwarzdruck per Fax unterbreitet. Die Farben wurden in einer Anmerkung mitgeteilt. Der Kunde musste sich also vorstellen können, wie das Ganze schliesslich aussehen würde. Der Druck erfolgte dann auf einer Handabziehpresse – mehr-

farbig. Es kam vor, dass wir eine Auflage von 900 Exemplaren in einem Tag auf der Handpresse produzierten.»

Zurück in der Schweiz, arbeitete DAFI KÜHNE an seiner Diplomarbeit und stellte mit einem Lasergerät Holzbuchstaben her, deren Oberflächen speziell bearbeitet waren: mit Plexiglas, Kunststoff, MDF oder anderen Materialien, die er auftreiben konnte. «Ich hatte damit gewissermassen meine künftige Berufung gefunden: Plakatgestaltung, umgesetzt in alter Buchdrucktechnik», erzählt er. Dabei ist es schon erstaunlich, dass ein noch junger Gestalter seine Diplomarbeit mit Holzbuchstaben umsetzt, sich mit traditioneller Typografie und alten Hochdruckverfahren beschäftigt, während andere ihre Kreationen lieber am Computer umsetzen. Doch es war seine freie Wahl. «Der traditionelle Bleisatz wurde ja auch im Studium behandelt.

Wir haben einfache Mikrotypografie auf Handpressen gemacht. Aber es war durchaus nicht so, dass sich jemand aus meinem Studienjahrgang explizit darauf spezialisieren wollte – ausser mir. Das Studium, das ich absolviert habe, bestand zu rund 40 Prozent aus Typografie. Darauf habe ich mich in der Folge stärker fixiert. Weil ich mir dachte: Ausgeklügelte Typografie lässt sich auch mit Handpressen machen und zudem noch qualitativ hochwertig reproduzieren. Ein Punkt, den ich heute noch verfolge, ist: Ich will gleichzeitig gestalten und drucken. Und ich will meine Layouts mehr «pushen», indem ich mehr beziehungsweise zusätzliche Qualität einbringe. Denn ich kann noch während des Druckens Einfluss oder Rücksicht auf das Gestaltungskonzept nehmen!»

Gestalten und drucken

DAFI KÜHNE verkauft in erster Linie Gestaltung, vor allem gestaltete Plakate. Der grosse Unterschied seines Tuns zu anderen Designern besteht nicht zuletzt darin, dass er eben nicht mit Vorstufen-Arbeiten zum Offset- oder Digitaldrucker geht. Vielmehr gibt er sich nach eigenen Worten den Ruck: «So, und jetzt drucke ich meine Idee und liefere meinem Auftraggeber das fertige Produkt. Eben den Druck.»

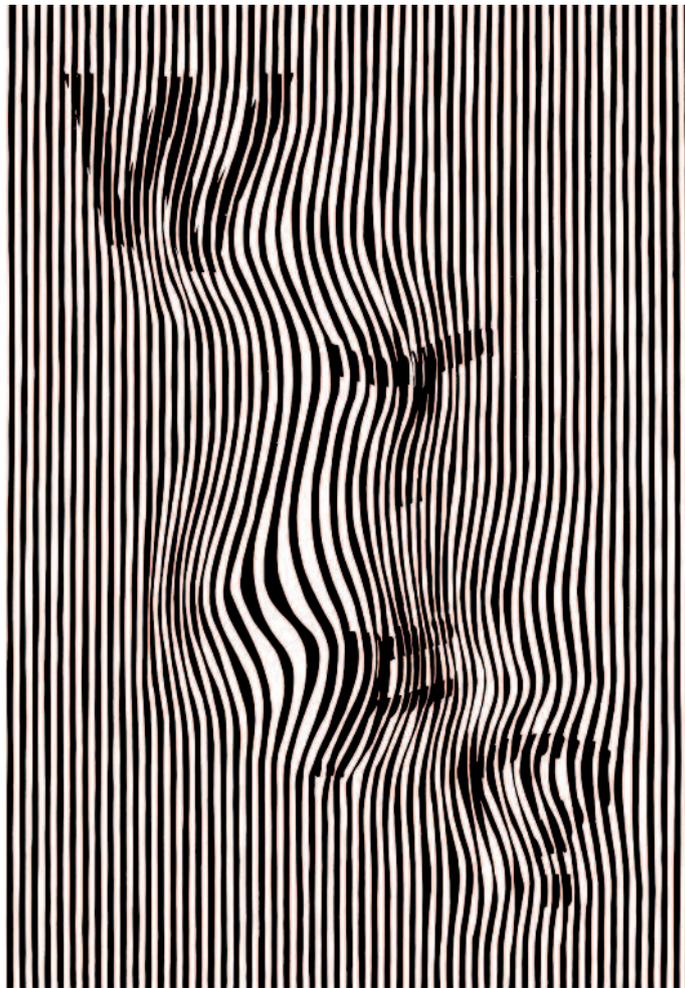


Dazu besitzt er vier Druckpressen, drei davon sind FAG-Andruckpressen aus den 1960er Jahren im Format 40 x 55 cm. Die grösste druckt bis zum Maximalformat 64 x 90 cm und wiegt zwei Tonnen. «Auf dieser Presse kann ich bis zum Weltformat drucken, da sie das Papier längsseitig greift. Zusätzlich habe ich eine Stoppzylinderpresse, eine Frontex aus den fünfziger Jahren», erläutert KÜHNE. Benötigt ein Kunde 500 Plakate, druckt er die auf der Andruckpresse, werden 10.000 Flyer benötigt oder Kuverts, druckt er auf der Stoppzylinderpresse.

Ein wechselseitiger Prozess

«Es ist immer ein wechselseitiger Prozess. Entwerfen am Computer – ja, ich entwerfe auf dem Mac! – und die Umsetzung erfolgt mit der alten Technik. Es ist ein Hin und Her», erklärt DAFI KÜHNE. «Bei mir gehören Gestaltung und Produktion zusammen. Wenn ich im Buchdruck arbeite, kann ich nicht einfach ein File erstellen und dieses zum Drucken auswärts in Auftrag geben. Ich muss somit immer wissen oder herausfinden, ob etwas technisch machbar ist: Mit welchem Material kann ich welche Effekte erzielen? Zu welchen Kosten? Ein Cliché im Format 64 x 88 cm kann niemand bezahlen. Aber wenn ich ein Fotopolymer-Logo benötige, ist das kein Problem. Es sind Entscheidungen, die auch kostenseitig optimiert sein müssen.»

Für seine Arbeiten nutzt er aber auch den Handsatz. Er hat viele Steckschriften aus Blei und Holz, mittlere bis grössere Grade, da er auf Plakate spezialisiert ist. Selbstverständlich benötigt er auch Brotschriften, also kleine Schriftgrade, für den einen oder anderen Auftrag. Und er stellt Holztypen auch selbst her. «Ich musste kürzlich eine Holzschrift von einem Kollegen ausleihen, die ich nicht besass. Von diesen Buchstaben habe ich dann Kopien mit dem Pantografen aus



gedämpftem Birnholz nachgefärs. Somit habe ich diese Schrift jetzt auch in meinem Sortiment.»

Kunden: Buchdruck-Freaks?

«Nicht nur», antwortet KÜHNE. «Es sind grundsätzlich Leute, die Wert auf eine gut gestaltete und hochwertig produzierte Drucksache legen. Ich mache Konzeptgrafik. Die Kunden kommen zu mir mit einer Idee und einer Message – nicht mit einer fertigen Gestaltungsskizze. Ich erarbeite dann ein Konzept und einen entsprechenden Entwurf. Meine Kunden suchen jemanden, der für sie ein massgeschneidertes Produkt herstellt.» Und in der Tat: Es gibt immer mehr Leute, die sagen, «wir legen wieder Wert auf ein Produkt, dem man ansieht, dass es anders, auf spezielle Art gemacht worden ist», schildert DAFI KÜHNE. Diese Kunden stammten hauptsächlich aus dem Kulturbereich – Musik, Kunst, Film, Architektur, Theater. «Das sind meine Hauptauftraggeber.»

Es gibt nach KÜHNES Worten im Druck so etwas wie eine Gegenbewegung zum «Immer-schneller-und-günstiger-Trend». Dies sei in Amerika viel stärker ausgeprägt als bei uns: «Letterpress is in», sagt er. «Allerdings sieht man meinen Plakaten nicht immer auf den ersten Blick an, dass sie im Buchdruck produziert wurden: keine Prägung, kein Auspielen der Oberflächenstrukturen – einfach kantenscharfe Drucke mit einem sehr satten Farbauftrag. Die Kunden oder das Zielpublikum merkt zum grössten Teil nicht unbedingt, dass es sich um Buchdruck-Plakate handelt.»

Da stellt sich dann schon die Frage: Weshalb arbeitet er eine volle Arbeitswoche an 500 Plakaten,

«What the f...?», Linolschnitt (oben). Fünfjähriges Plakat «Industriefilme», Weissdruck auf schwarzem Dünn-druck-Chromolux-Papier. Gedruckt in sieben Druckdurchgängen.

die «anders» hergestellt wurden, aber keiner sieht, dass es Buchdruck ist? Weshalb tut er sich das an? Für DAFI KÜHNE ist die Antwort naheliegend: «Nur, wenn ich Buchdruck anwende und mit allen technischen Einschränkungen arbeite, komme ich auf Layout- und Entwurfsumsetzungen, auf die ich am Computer vermutlich nicht gekommen wäre. Es geht nur durch diese alte Technik! Denn ich bin damit eingeschränkt und somit gezwungen, immer eine kreative Lösung zu finden. Mir ist es egal, wenn jemand sagt, er erkenne nicht, ob etwas im Buchdruck gedruckt sei. Solange ihn das Plakat anspricht, ist das Ziel erreicht!»

«Das ist mein Job!»

DAFI KÜHNE hat sein spezielles Zielpublikum. Das heisst aber nicht gleich, dass diese Klientel auch bereit ist, jede Summe zu bezahlen. Doch das sei eine falsche Vorstellung, sagt er. Wenn die Leute etwas von Kunst hörten, denken sie immer gleich an fünf- oder sechsstelligen Beträge. Die Realität sehe aber völlig anders aus. «Wenn die Kunden das, was ich mache, mit der Arbeit eines anderen professionellen Gestaltungsbüros verglei-

Dafi Kühne vor seiner Stoppzylinderpresse – wenn die Auflagen höher sind. Holztypen sind in seinem Atelier noch und nöcher anzutreffen. Und wenn die nicht ausreichen, werden neue auf dem Pantografen selbst gefertigt.



chen, das ein Konzept erstellt, ein Layout erarbeitet und eine qualitativ hochwertige Produktion anstrebt, bin ich in einem vergleichbaren Kostenrahmen – mit allen Schritten vom Layout bis zur Druck-Ablieferung.»

Doch im Vergleich zu Designbüros muss KÜHNE die Gestaltung und zudem die alten handwerklichen Skills, angefangen vom typografischen Masssystem über das Ausschliessen bis hin zum Zurichten der Druckformen beherrschen. Deshalb konnten wir uns die Frage nicht verkneifen, ob er das denn je gelernt hat?

«Das ist mein Job, das mache ich ja hauptberuflich!», antwortet er. «Ich muss mit dem Material sorgsam umgehen können. Würde ich nicht korrekt setzen und drucken, hätte ich bald ein Problem, die Schriften wären bald im Eimer. Ich habe eine typografische Ausbildung, habe ein Studium gemacht und inzwischen mehr als sechs Jahre Erfahrung im täglichen Umgang mit Druckmaschinen und Satzmaterial.»

In Kürze will er noch eine Laseranlage anschaffen, um Druckstöcke, Grafik und Schriften für den Hochdruck herzustellen. Die Anlage ermöglicht es ihm, aus kostengünstigem Material Druckträger für den Hochdruck sowie Vorlagen für den Pantografen (die bereits erwähnte Buchstabenfräsmaschine) herzustellen.

Er stellt auch Fotopolymerplatten und Clichés selbst her. Dazu hat er einen entsprechenden Belich-



ter und eine Auswaschanlage. «Diese Clichés lassen sich auf dem richtigen Papier in einer Qualität drucken, die einem Offsetdrucker die Ohren wackeln lassen», schwärmt DAFI KÜHNE. Hochdruck ohne Prägung, gestochen scharf, mit 250% bis 300% Farbauftrag. Im Offset müsste die Farbe Schwarz zweimal gedruckt werden, um diesen Effekt zu erzielen, erläutert er, während er uns einige Arbeiten zeigt.

«Ich habe diese Plakate von einem Offsetdrucker auf Farbdichte messen lassen. Der hat nur den Kopf geschüttelt und konnte kaum glauben, dass dies Buchdruck ist.

Für Wurst-Liebhaber

Darüber hinaus arbeitet er auch mit grafischen Techniken, die so mancher kennt, aber längst verlernt hat. Mit Linolschnitten etwa, mit denen er unglaubliche Effekte erzielt.

«Schauen Sie dieses Beispiel – das Bild vibriert fast. Ein Effekt, den ich mit einem Linolschnitt erzielt habe. Auch dieses Plakat, Werbung für eine «Metzgete» ist ein Linolschnitt, gedruckt in einer Auflage von 50 Exemplaren auf der FAG Control 900. Ein Plakat für Wurst- und Metzgete-Liebhaber», meint DAFI KÜHNE. Es dürften sich aber wohl auch noch andere Liebhaber für diese Art von «Kunst-Druck» finden.

> www.babyinktwice.ch



DAFI KÜHNE



Der Grafiker und Buchdrucker Dafi Kühne erhielt den Glarner Förderbeitrag 2014 aus dem Kulturfonds in der Höhe von 25.000 Franken. Der 31-Jährige wuchs in Mollis und Glarus auf. Seit 2009 arbeitet er selbstständig in seinem Atelier in Näfels.

Dafi Kühnes Arbeiten sind in der Plakatsammlung des Museums für Gestaltung zu finden, wurden in internationalen Fachzeitschriften und Büchern zum Thema Plakatgestaltung und Typografie abgebildet und erhielten internationale Auszeichnungen. Seit dem Studium in Visueller Kommunikation an der Zürcher Hochschule der Künste hat sich Kühne intensiv mit aktueller Plakatgestaltung in Kombination mit der Drucktechnik der 1960er Jahre auseinandergesetzt. Er gestaltet und produziert Plakate, Einladungskarten und Broschüren für Musik-, Kunst-, Theater- und Filmprojekte. Zusätzlich zu seiner Arbeit als Gestalter hält Kühne Vorträge und gab Hochschulworkshops in Deutschland, Zürich, London und Chicago. Im vergangenen Jahr arbeitet der Künstler für neun Monate als Dozent im Departement Graphic Design an der Virginia Commonwealth University in Richmond in den USA.