

100 oder mehr Ideen

Seit drei Jahren gibt es nun den **SWISS PRINT AWARD**. Und es hat sich bereits herumgesprochen, dass nicht jede beliebige Drucksache eine Chance hat, die begehrte Auszeichnung zu gewinnen. So ist der **SWISS PRINT AWARD 2015** eine fantastische Reise quer durch die Papierlandschaft mit allen Drucktechniken, Veredelungs- und Weiterverarbeitungs-Ideen.

VON KLAUS-PETER NICOLAY

Da lässt die Migros ein Buch konzipieren und gestalten, lässt es in drei Sprachen und einer Auflage von insgesamt 220.000 Exemplaren drucken, verkauft es auch reichlich zwischen Mai und Oktober 2014 und gewinnt am Ende auch noch den Swiss Print Award 2015 in Gold!

100 Dinge, die man gemacht haben sollte

Ja, und das ist auch gut so. Denn mit dem Buch «100 Dinge, die man in diesem Sommer gemacht haben sollte» (170.000 deutsch, 44.000 französisch, 6.000 italienisch) wurden die Käufer (ganz offensichtlich vor allem Familien) nicht nur dazu inspiriert, ungewöhnliche oder fast vergessene Dinge zu tun, sie wurden gleichzeitig auch mit nahezu allem konfrontiert, was Drucktechnik heute zu bieten hat.

Dazu hatten sich die Kreativen der Agentur *Jung von Matt* allerlei einfallen lassen und *Neidhart + Schön* hat dies auf den Maschinen im Druckzentrum *Comprinta* in Schwerzenbach meisterhaft umgesetzt.

Migros setzt also auf Print, gedruckt in der Schweiz! In dem knallig orangen Büchlein schlägt

Migros auf rund 140 bunt illustrierten Seiten die unterschiedlichsten Freizeitaktivitäten für drinnen und draussen, für Regen und Sonne, für Jung und Alt vor.

In dem Sommer-Ideenbuch hat die *Migros* 100 Tipps gegen Langeweile bereitgestellt, die für Spass und Abwechslung sorgen sollen. Eine Kampagne, die *Migros* als den Einkaufsort für Sommerartikel positionierte. Das Werk kommt im praktischen Taschenbuchformat daher, so dass es sich im Alltag überall mitnehmen lässt. Dabei lebt das Buch von den vielen Bildern und Illustrationen, Karikaturen und den Ideen. Zum anderen begeistern die Haptik, die vielen kleinen Beilagen und die auffälligen Panoramaseiten. Gedruckte Tattoos, die sich einfach mit etwas Wasser auf beliebige Körperstellen aufbringen lassen, Duftkarten, die Düfte von Blumen und Gewürzen riechen lassen, Samenpapier, das sich im Beet schnell auflöst und den im Papier enthaltenen Blumensamen freigibt – es wurde gestanzt, geprägt, es gibt etliche Seiten zum Ausklappen, Sonderfarben, Lacke, Prägungen und vieles mehr.

Das inspirierende Sommerbuch gab es von Mai bis Oktober 2014 schweizweit in

allen *Migros*-Filialen zum Preis von 7.70 CHF. Mit rund 125.000 verkauften Exemplaren wurde das Buch 2014 zu einem Bestseller in der Schweiz (die restlichen Exemplare wurden in Aktionen kostenlos verteilt).

Es waren vielleicht keine 100 Druckfinessen, welche die Gestalter und Drucker im Frühjahr 2014 «gemacht haben», um den Schweizern ein besonderes Sommerfeeling zu bieten, aber doch genügend, um eine fantastische Drucksache auf die Beine zu stellen. (Und wie wir hörten, laufen für die neue Ausgabe die Maschinen schon wieder auf Hochtouren.)

Ob die Eltern ihren Kindern all die drucktechnischen Effekte erklären konnten, wissen wir natürlich nicht, aber das Buch dürfte wohl einen bleibenden Eindruck hinterlassen haben.

Vor allem aber es ist ein Buch, welches das Medium Print in seiner Vielfalt zeigt und damit dem nicht gerade geringen Anspruch des **SWISS PRINT AWARDS** entspricht, «Lust auf Print» zu machen.

Carta, Vino & Cucina

Dies bewiesen aber auch einige andere Drucksachen mehr. Und dabei gab es auch Print-Objekte, die es nicht in die Bestseller-Liste geschafft haben.

So gewann die *Kromer Print AG*, Lenzburg, als Generalunternehmer den 2. Platz und den **SWISS PRINT AWARD** in Silber mit einem aussergewöhnlichen Projekt in einer Auflage von nur 200 Exemplaren.



Am Anfang stand die Idee, bei einem guten Essen Wein und Papier zu vergleichen. In dieser Reihenfolge entstand dann auch «Carta, Vino & Cucina»: Nach dem Menü-Vorschlag und der Auswahl der Weine ging es darum, das passende Papier zu finden. Erst dann machten sich die Designer ans Werk, deren Ideen farblich und drucktechnisch auf 15 verschiedenen Papieren gedruckt und veredelt wurden. Das alles in einer Box, die den Teilnehmern des Events überreicht wurde.

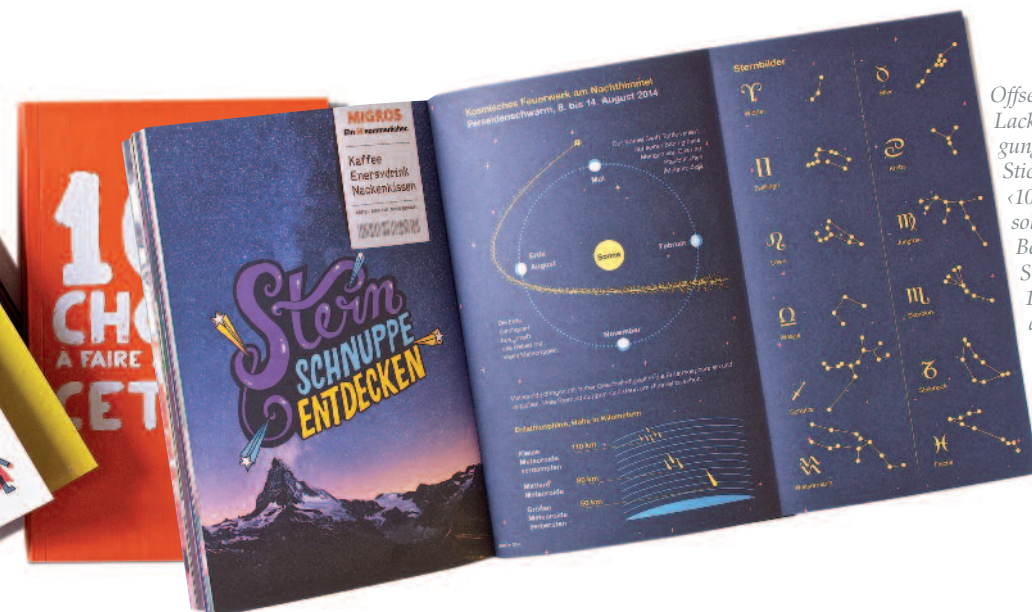


Für die «verrückte» Idee der Olivin AG, Wein mit Papier zu vergleichen, die Farben von Edelsteinen mit denen des Weins gleichzusetzen und dem Ganzen dabei auch noch ein gutes Essen zur Seite zu stellen, waren die Herausforderungen für die Gestalter von arcus design, die Drucker bei Kromer Print und die Veredler in Capeders Atelier eine nicht eben alltägliche Übung. Für den Kunden-Event «Carta, Vino & Cucina» wurden insgesamt 15 Drucksachen (alleine neun für die Menükarte, den Apero und die folgenden Gänge) in einer Box mit 15 verschiedenen Papieren von Papyrus Schweiz eingesetzt und zu jedem Gang ein eigenes Design samt Druck

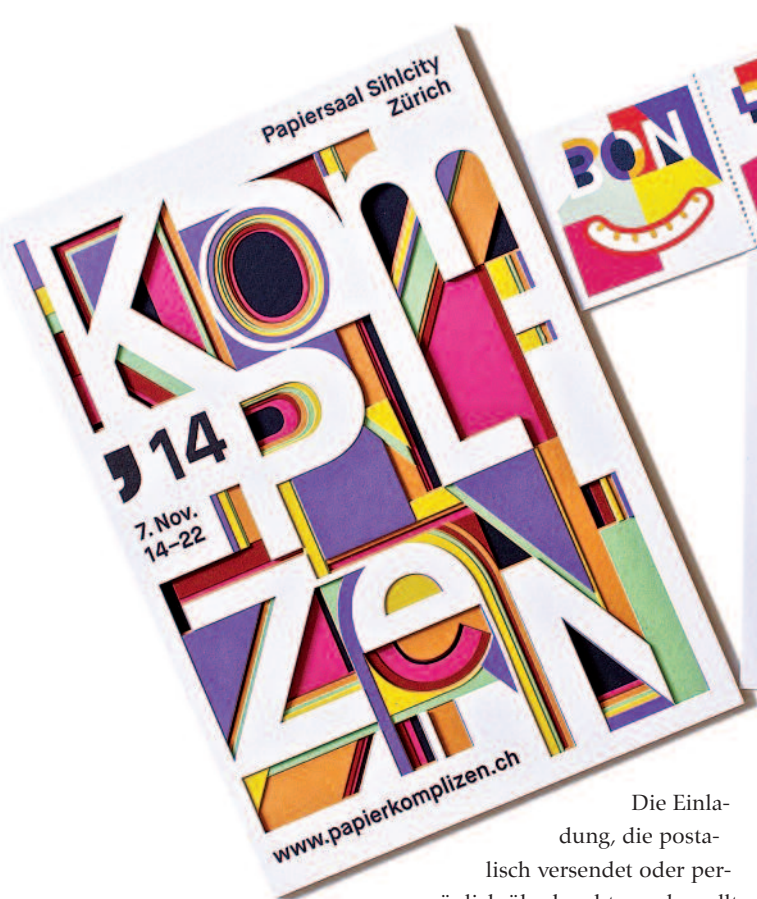
und Veredelung geschaffen. Die im Digitaldruck produzierten Drucksachen wurden unterschiedlich und dezent mit Spot-Lackierungen, Prägungen, Stanzen einschliesslich Laserstanzen und Schneidetechniken versehen, um das kulinarische

Erlebnis mit drucktechnischen Leckerbissen in Erinnerung zu halten. Ein aussergewöhnliches und einmaliges Projekt. Denn ändern sich die Menüfolge oder der Wein, müssten wieder andere Papiere eingesetzt und neue

Designs geschaffen werden, um dem Erlebnis «Carta, Vino & Cucina» die angemessenen Drucksachen zur Seite zu stellen. Kurzum: So machen Print und Papier Spass. ▶



Offsetdruck 4/4-farbig plus Pantone 021 Orange plus Lack seidmatt beim Umschlag, Siebdruck, Blindprägung, Duftkarte, Postkarte, Samenpapier, Sticker, Tattoo-Sticker und vieles mehr überraschte die Leser des Buches «100 Dinge, die man in diesem Sommer gemacht haben sollte». Beim Umschlag kam 280 g/m² schweres Constellation Snow Tela Fine zum Einsatz, der Inhalt wurde auf 120 g/m² Olin Regular High White auf den Anlagen des Druckzentrums Comprinta in Schwerzenbach gedruckt.



Papierkomplizen'14
 Papiersaal Sihlcity Zürich
 18.30 Uhr: Richard van der Laken,
 Pepijn Zurburg, NL
 "If you don't feel hungry, make yourself
 feel hungry!" (en)
 20.30 Uhr: Elke König, D
 "Hort is not a place, it's a feeling." (de)
 22.00 Uhr: Blind Tracks – B-Boying
 Action Painting
 ab 22.00 Uhr: Afterparty
 DJ Calvin Palmer
 Bar&Grill
 Anmelden unter:
 www.papierkomplizen.ch

Die Ein-
 ladung, die posta-
 lisch versendet oder per-
 sönlich überbracht wurde, sollte

möglichst viele Interessierte auf
 den Event aufmerksam machen.
 Und das hat sie wohl. Die Ein-
 ladung fand grossen Anklang und
 hatte einen wahren Besucher-
 Ansturm zur Folge.

Über 600 Anmeldungen, in er-
 ster Linie Grafiker und Kreative,
 gingen bei den Veranstaltern ein.
 Bei der A4 grossen Karte (dazu
 noch Coupons) wurden neun
 Lagen Multiloft eingesetzt, ein
 Papier, das mit Kleber beschich-
 tet ist und unter Druck verklebt.
 Zudem wurden die Lagen ge-
 stanzt, sodass sich ein Relief er-
 gibt.

Das Design stammt von *Viola
 Zimmermann* & *Andreas Moesch*,
 Zürich. Den Digitaldruck stellte
 die *Buchbinderei Burkhardt AG*,
 Mönchaltorf, für die Veredelung
 zeichnet die *Sonderegger AG*,
 Bronschhofen, verantwortlich
 und das Papier für die 2.000
 Exemplare wurde von der *Fischer
 Papier AG* gestellt.

Eine aussergewöhnliche Arbeit,
 deren Erfolg für sich selbst
 spricht.

Zwei Einreichungen müssen sich
 dieses Jahr den 3. Platz teilen.
 Einmal die Zürcher Druckerei
 Hürlimann mit einem Ausstel-
 lungskatalog und die Gemein-
 schaft «Papierkomplizen» für ihre
 Einladung zu gleichnamiger
 Veranstaltung.

Während der Katalog mehr oder
 weniger eine Team-Leistung mit
 den typischerweise an einer
 Drucksache Beteiligten (Fotograf,
 Agentur, Druckerei und Buch-
 binderei) ist, verzichtet die Ein-
 ladung auf jegliche fotografische
 Elemente und setzt dabei aus-
 schliesslich auf Typografie und
 Haptik in dreidimensionaler
 Umsetzung.

Papierkomplizen

Diese vermeintlich einfache
 Drucksache, eine persönliche
 Einladung zum Anlass «Papier-
 komplizen» am 7. November
 2014 im Papiersaal in Zürich,
 entpuppt sich als äusserst
 raffiniertes Werk.

*Dreidimensional und farbig kommt
 die Einladung der «Papierkomplizen»
 Thomas Freitag von der Buchbinderei
 Burkhardt, Bruno Sonderegger und
 Andreas Bernhard von Fischer Papier
 daher. Sie verfehlte ihre Wirkung
 nicht und sorgte für ein volles Haus.
 Womit einmal mehr bewiesen ist,
 dass Haptisches und Gedrucktes die
 Menschen bewegt.*

*Ganz schlicht und sachlich, aber
 beeindruckend: der Ausstellungskata-
 log, den die Druckerei Hürlimann
 produzierte. Besonderer Hingucker
 ist der raffinierte Schutzumschlag,
 den die Buchbinderei Burkhardt
 beisteuerte.*



Kubus, Quader, Kugel

Die Dokumentation zur Aus-
 stellung «Candido Storni, Kubus,
 Quader, Kugel» in der *Galerie
 Wenger* teilt sich mit den Papier-
 komplizen den 3. Rang. Es ist die
 zweite Broschur einer fortlaufen-
 den Zeitreihe. In den nächsten
 Jahren sollen weitere solcher
 Werkschau-Broschüren folgen
 und an wichtige Kunsthäuser in
 Europa verteilt werden.

Die *Druckerei Robert Hürlimann*
 produzierte den ausgesprochen
 haptischen Katalog in einem
 ausgefallenen Format (22,5 cm
 x 28,5 cm) im Offsetdruck, mit
 einer Bundprägung hinten und
 Fadenheftung sowie einem un-
 glaublich raffinierten Schutzum-
 schlag.

Die Preisverleihung der dies-
 jährigen SWISS PRINT AWARD
 findet am 7. Mai 2015 während
 des *Papyrus-Symposiums* in Bern
 statt. Wir werden im nächsten
 Heft noch einmal über den
 Award berichten und dabei
 weitere Arbeiten vorstellen, die
 es zwar nicht aufs Podium ge-
 schafft haben, die es aber den-
 noch Wert sind, präsentiert zu
 werden.



IM GFZ GESTALTEN ENTSCHEIDEN MACHEN

Als freie Mitarbeitende/Vorstandsmitglied

Alle Informationen zu einem Engagement
für das GFZ gibts bei eberhard@gfz.ch