

ÄSTHETISCH

DIE ERGEBNISSE DES SWISS PRINT AWARD 2016



Wie man den Tisch deckt, so isst man. Wenn Essen dadurch zum Erlebnis wird und zur Ernährung der Genuss kommt, ist das «Tischkultur».

An dieses irgendwo einmal Gelesene musste ich denken, als wir uns zur Jury-Sitzung für den diesjährigen Swiss Print Award im «ZunftHaus zur Waag» trafen, jenem Haus in Zürich, das für Tradition und Esskultur steht. Und so, wie sich Tischkultur umschreiben lässt, könnte man es doch auch bei Print, bei Büchern, Plakaten und anderen Drucksachen tun. Denn wenn Drucksachen zum Erlebnis werden und wenn sich zum Blättern, Lesen oder einfach nur zur Informationsaufnahme der Genuss gesellt, dann ist das «Druckkultur».

Druckkultur hat, genauso wie Tischkultur, aber überhaupt nichts mit überkommenen Traditionen, mit Nostalgie oder der Schwärmerei alter Männer zu tun. Druckkultur ist hoch aktuell, zeitgemäss und im Medienmix so präsent wie nie. ▶

Wir schreiben über Papiervielfalt und zeigen dies auch. So haben wir diesen Bogen auf einem besonderen Papier gedruckt: Munken Kristall Rough, 120 g/m². Es ist ein Designpapier für aussergewöhnliche Druckanforderungen. Die ungestrichene, griffige raue Oberfläche und ihre brilliantweisse Färbung besitzen einen natürlichen Charakter. Bei diesem hoch voluminösen Papier bieten selbst niedrigere Grammaturen eine hohe Steifigkeit und Stabilität.



Stellen Sie sich vor, Sie sitzen vor einem ausgeschalteten Fernseher. Was sehen Sie? Schwarz. Erst wenn Sie ihn einschalten, wenn sich die drei Grundfarben Rot, Grün und Blau mischen, entsteht auf dem Bildschirm der Eindruck eines farbigen Bildes. Und jetzt stellen Sie sich einmal vor, Sie halten zeitungsgrosse schwarze Papierbogen in der Hand und blättern durch die Seiten. Sie werden staunen: Überall dort, wo Licht hinfällt, sehen Sie ein Bild, wo Schatten ist, sehen Sie schwarzes Papier. Natürlich hinkt dieses Beispiel, denn es ist bei «Le Monde des effets» kein Strom anzulegen. Das Umschlagen der Seiten reicht aus, um diesen Effekt zu erzeugen. Möglich gemacht hat das Lorenz Boegli: Es sind die ersten Drucke mit RGB-Farben nach dem additiven Farbmischerverfahren – bisher nur im Siebdruck mit speziellen Pigmenten auf schwarzen Oberflächen möglich. Das speziell separierte Bild baut sich aus den RGB-Farben auf. Die dazu notwendigen Spezial-Pigmente werden in einer möglichst hohen Konzentration in einen konventionellen Siebdrucklack eingemischt, um die Lichtreflexe positiv zu beeinflussen. Die Druckgeschwindigkeit muss aufgrund der relativ grossen Pigmente verlangsamt werden, was sich jedoch positiv auf die für den Glanz wichtige Ausrichtung der einzelnen Pigmente auswirkt.

ATELIER LORENZ BOEGLI

«LE MONDE DES EFFETS»

Auftraggeber: Atelier für Siebdruck.
Format: 32 cm × 47 cm.
Auflage: 850 Exemplare.
Additiver RGB-Siebdruck mit Spezial-Pigmenten von Merck.
Papier: Cordenons Plique, noir, 140 g/m².
Verarbeitung: Gefalzt, gesteckt.

Im Andenken an den 2012 verstorbenen asw-Geschäftsführer Peter Grob wird im Rahmen des Swiss Print Award der Peter-Grob-Preis als Sonderpreis verliehen, der herausragende Eigenwerbung auszeichnet und an die Wurzeln des Awards – den Druckmarkt-Award – erinnert.

PETER-GROB-PREIS



BUBU

«EINLADUNG RDVC»

Auftraggeber:
www.rdvcreateurs.ch.
Design: A3 Studio.
Auflage: 2.500 Exemplare.
Drucktechniken:
Offsetdruck (KMC),
Siebdruck (Atelier Lorenz
Boegli).
Verarbeitung: Flatbook
mit Verbindungsteil in
Mappe (Bubu).
Papiere: Gmund Action,
Electric blood, 430 g/m²;
Plika, 330 g/m²; Fuego
Stone, 200 g/m²;
Munken Polar 1.1 mit 1.13-
fachem Volumen, 200
g/m²; RecyStar Nature,
100 g/m².

Es ist «bloss» eine Einladung. Mehr nicht. Aber was für eine. Eine, die im grauen Couvert gleich einem Schubser daherkommt. Die Einladung selbst, ein 44-seitiges Werk, ist ein haptisches und zugleich visuelles Feuerwerk an Druck-, Finishing- und Veredelungstechniken, das etliche Unternehmen als «Maitres d'oeuvre» schufen. Die Anzahl der eingesetzten Techniken kann vielfältiger kaum sein. Die «Maitres d'oeuvre» lesen sich wie das «Who is who» der Schweizer Print-Spezialisten: Papyrus, Winter Company, KMC, Atelier Lorenz Boegli, Kurz, h+m, Bastcolor, Sonderegger und nicht zuletzt Bubu. Die Einladung ist an Originalität und Professionalität kaum zu übertreffen und mehr Perfektion dürfte kaum erreichbar sein. Diese Einladung als Buch der Möglichkeiten wird ihren Kommunikationszweck nicht verfehlen. Und sie wird nach der Veranstaltung wohl eher im Regal stehen, als im Papierkorb landen.

Der SWISS PRINT AWARD versammelt einmal im Jahr die Besten rund um einen Tisch. Der Award ist eine Einladung für all jene, die sich für das Drucken und Veredeln auf besonderem Niveau und für Drucksachen mit besonderem Geschmack einsetzen. Und vor allem für die, die für ausgesuchte Qualität noch garantieren mögen.

Der SWISS PRINT AWARD will ein Forum sein für Drucksachen, die ausgezeichnetes Design, Qualität in der Verarbeitung und hochwertige Materialien verbinden, um daraus Produkte von einfacher oder auch filigraner Schönheit entstehen zu lassen, die Eleganz und Funktion einer Drucksache zu einem neuen Ganzen zusammenbringen. Das Motto «Lust auf Print» soll anregen, den Genuss und die Freude an schönen Drucksachen in die Welt der Schweizer Druck- und Agenturszene zu tragen. So wird präsentiert, was rund um Druck, Buchbinder, Veredelung und Papier möglich ist.

Dass dies nicht in jedem Fall und bei jeder eingereichten Arbeit der Fall sein kann, versteht sich fast von selbst. Bei der einen oder anderen Arbeit ist zumindest der Mut zu bewundern, sie eingereicht zu haben. Doch über alles betrachtet, wurde für den Award 2016 wieder ein fantastischer Querschnitt durch das Wirken der Branche aufgetischt.

Viel Gutes, auch verbesserungswürdiges, gut gemachtes Handwerk, gut gemeinte Ideen und die Lust an Kreativität.

SWISS PRINT AWARD | GOLD

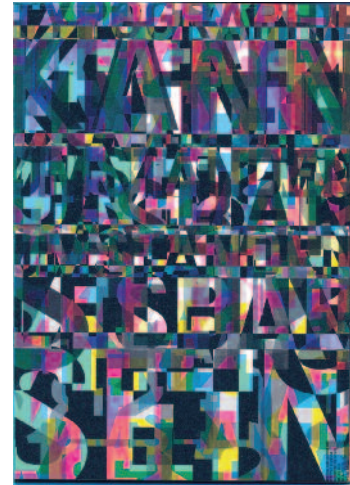


Objektiv betrachtet, waren alle eingereichten Arbeiten interessant, auch unterhaltsam, stellten ihren Nutzen unter Beweis und haben sicherlich auch ihren Kommunikationszweck erfüllt. Vielleicht fehlte es der einen oder anderen Arbeit an Mut oder der sprühenden Idee, dafür war die handwerkliche Umsetzung perfekt, andere überzeugten durch ihre Idee, dann aber mangelte es ein wenig an der Qualität. Natürlich lässt sich an jeder Arbeit etwas kritisieren. Doch soll dies die Leistungen nicht im geringsten schmälern. Denn oft wären es nur Kleinigkeiten, die aus einer guten Arbeit eine nahezu perfekte werden liessen.

Der «Druckmarkt Schweiz» hatte vor über zehn Jahren den Vorgänger des SWISS PRINT AWARD geschaffen. Eine unabhängige Jury hat seitdem höchste Qualitätsmassstäbe festgelegt und verteidigt, um den Anspruch zu wahren: Arbeiten auszuzeichnen, die «Lust auf Print» machen, die zeigen, wie mit dem gleichen Papier, der gleichen Farbe und womöglich sogar mit den gleichen Produktionsmitteln in Druck und Verarbeitung mehr erreicht werden kann als ein banaler Print. Genauso wie Spitzenköche aus den gleichen Zutaten wie ihre Kollegen mehr als einfach nur eine Speise zubereiten.

Seit Dezember 2014 treffen sich Gestalter und Drucker zu «Prints and Drinks» im Rappaz Museum Basel. Die Veranstaltungsreihe ist aus dem Bedürfnis der Basler Design-Szene nach mehr Austausch entstanden. Kleine Portfolio-Ausstellungen liefern Gesprächsstoff, Wein und Bier sorgen dafür, dass der Gesprächsfaden nicht abreist. Für «Prints and Drinks 3» im September 2015 wurden rund 20 Büros und Gestalter eingeladen, sich in einem eigenen Plakat mit dem Thema der Lesbarkeit auseinanderzusetzen.

«Typografie kann unter Umständen lesbar sein» dient der Provokation, spiegelt jedoch wider, was auf aktuellen Plakaten immer offensichtlicher wird: Das Plakat ist im Wandel und bewegt sich immer weiter von der ursprünglichen Aufgabe der unmittelbaren Verständlichkeit weg. Deshalb ist diese Broschüre im doppelten Sinne interessant: In einer exzellent gestalteten, gedruckten und verarbeiteten Arbeit wird ein hoch aktuelles Thema der Gestaltung behandelt, das unmittelbar mit dem Drucken verbunden ist. Zwar ist das Plakat heute nur ein Werbemittel unter vielen, es ist aber nach wie vor eines, das in gedruckter Form auch in Zeiten der visuellen Reizüberflutung für Aufmerksamkeit sorgt und das Interesse weckt, sich anderswo weitere Informationen zu suchen. Der Inhalt und die Machart der Broschüre gehen damit eine ganz besondere Symbiose ein. Dem Schwabe Verlag in Basel ist es zu verdanken, dass die Plakate nun in Buchform dauerhaft zugänglich sind.



SCHWABE AG

«PRINTS AND DRINKS 3»

Auftraggeber:
RappazMuseum Basel.
Format: 15,5 cm × 21 cm.
Design: Bernd Meissner.
Auflage: 700 Exemplare.
Drucktechniken:
Offsetdruck (Schwabe),
Siebdruck (Arni Siebdruck).
Finishing: Buchbinderei
Grollimund.
Papier: Tatami White 1,3
matt, weiss 150 g/m².
Karton: Black Core Board,
740 g/m².



SCHOOP AG

«SCHOOP IM PROZESS»

Auftraggeber: Druckerei Ernst Schoop AG, Arbon.
Format: 15 cm x 21 cm.

Design: Druckerei Ernst Schoop.

Auflage: 400 Exemplare, wird bei Bedarf nachgedruckt.

Drucktechniken: Digitaldruck Farbe, Weiss und Lack.

Finishing: Druckerei Ernst Schoop.

Papier: Unterschiedlichste Papiere zur Demonstration des Digitaldrucks.



SWISS PRINT AWARD | BRONZE

Mehr nicht?
Nein, mehr nicht. Eine Box, in der einfach nur gezeigt wird, wozu die neue Digitaldrucktechnik der Druckerei Schoop in der Lage ist. Dazu werden mit Hilfe der Druckmuster Geschichten erzählt. Etwa die von der Wiese und dem Spiegelei oder die von grossen Formaten, weissen Schafen und glänzenden Hühnern. Die Box überzeugt durch ihre Idee, die bewusste Schlichtheit und die Zurückhaltung beim Einsatz des Weiss-Drucks und Lackierens. Das Ganze wird so überzeugend präsentiert, dass diese Muster Begehrlichkeiten wecken, «Lust auf Print» machen und damit genau das Ziel erreichen, das der Swiss Print Award verfolgt. Ein ästhetischer Genuss und nützlich zugleich.



WOLFENSBERGER
OFFSETDRUCK 6-FARBIG
Formate bis 74 x 104 cm
CH-EXKLUSIVITÄT
Silber- und Goldbronzierungen
T +41 44 285 78 78
www.wolfensberger-ag.ch

Der SWISS PRINT AWARD zeigt aber auch, welche Zutaten für welche Speisen notwendig sind und wie es angerichtet wurde. Und so wie jede Tafel ihren eigenen Charakter hat und mithilfe vieler kleiner und dekorativer Elemente perfekt inszeniert wird, haben auch Drucksachen jeweils ihren eigenen Charakter, der sich aus vielen Komponenten zusammensetzt.

Essen hat oft einen Anlass. Gutes Essen ist immer ein Anlass. Drucken hat genauso immer einen Anlass und wird zur «Druckkultur», wenn das Auge mitisst und alle Sinne beteiligt werden. Ein Buch, eine Broschüre oder eine Einladung liegt gut in der Hand, ist schön anzuschauen, ist Objekt und Gebrauchsgegenstand zugleich. Papier harmoniert mit dem Klang der Farben, macht Appetit für die Augen, Hunger nach Geschmack und «Lust auf Print». So wie Speisen erst auf dem Geschirr und der gedeckten Tafel ihre Vollendung finden, benötigen auch Ideen ihr Umfeld. Erst mit dem der Idee adäquaten Papier ergibt sich die Harmonie von Form und Farbe. So beginnt die Drucksache zu kommunizieren. Das ist mehr als einfaches Handwerk, das ist auch mehr als blosser Technik. Das ist Kreativität in Höchstform. Und warum soll das nicht auch für Drucker und Buchbinder zutreffen? Es gibt durchaus Kollegen, die nicht nur drucken, um zu leben, sondern die auch leben, um zu drucken. Mindestens einer dieser Kategorie ist auch in diesem Jahr unter den Preisträgern des SWISS PRINT AWARD.

Bleibt noch der Vergleich mit dem gedeckten Tisch als Visitenkarte des Gastgebers. Tischkultur ist ein Geschenk für den Gast. Tischkultur ist Wertschätzung und prägt den Stil des Hauses. Wie man den Tisch deckt, so ist man.

Und eben auch: Druckkultur bedeutet Wertschätzung. Wie man druckt, so ist man.

Natürlich gab es beim diesjährigen Swiss Print Award weit mehr eingereichte Arbeiten, die einer Würdigung bedürfen. Diese Arbeiten auf den nicht prämierten Plätzen werden wir in der nächsten Ausgabe vorstellen.

Klaus-Peter Nicolay



”Mein maximaler Anspruch an Ästhetik passt wunderbar zur ASW.“

Eva Kesper-Wegelin
Inhaberin Werbestadt AG,
Agentur ASW für mehr Ausstrahlung
ASW-Mitglied seit 2014

A woman with long dark hair, wearing a white button-down shirt and light-colored trousers, is sitting on a large, vertical ASW logo block. The logo block is red on the left and black on the right, with the letters 'ASW' in white. She is smiling and looking towards the camera. The background is a bright, modern office with desks, chairs, and large windows. The floor is dark wood. A green plant is visible in the bottom right corner.

ASW