



Fotos: papyrus | J.-P. Thalmann

GMUND COLORS VIER DUTZEND FARBEN

«Für uns ist es eigentlich immer das gleiche Problem, wenn ein Kunde nach einem farbigen Papier fragt: Entweder hat man die gesuchte Farbnuance nicht, wenn doch, stimmt die Grammatik nicht, und sollte selbst das noch passen, haben wir sicher nicht die richtige Oberflächenstruktur oder das richtige Format auf Lager. Von den Briefhüllen will ich erst gar nicht reden», sagt Marco Bieri, Leiter Marketing bei Papyrus Schweiz.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Mit anderen Worten: Das Geschäft mit farbigen Papieren ist mühsam – was sich aber jetzt ändern soll. Seit 8. März führt Papyrus exklusiv in der Schweiz das neue Papier- und Farbsystem Gmund Colors. An diesem Tag präsentierten Gmund Papier und Papyrus gemeinsam das neue Farbsystem in dem einmaligen Ambiente des Foliums am Kalenderplatz in der Sihlcity. Wir haben einige Impressionen mit den Akteuren und Gästen eingefangen: Die Bilder bedürfen wohl keiner weiteren Erklärung. An diesem Abend drehte sich alles nur um Gmund Colors.

Erstmals wurden 48 Papierfarben in einem System strukturiert und systematisch aufgeteilt. «Es ist eine einzigartige Farbpalette geworden, die bereits in 28 Ländern auf drei Kontinenten bestellt werden kann. Wir haben uns mit jeder Farbe intensiv beschäftigt, sie monatelang getestet und weiterentwickelt», sagte Florian Kohler, Inhaber und Geschäftsführer von Gmund Papier, bei der Präsentation. «Es war ein langwieriger Prozess, die Papierfarben so zu definieren und zu kreieren, dass alle perfekt aufeinander abgestimmt und miteinander kombinierbar sind.»

Mit dieser Beschreibung ist zwar das Wichtigste gesagt, wir wollten es aber genauer wissen und nutzten die Gelegenheit, uns von Florian Kohler Intension und Vorgehensweise erläutern zu lassen.

So habe Farbe in der Gestaltung die unmittelbarste Wirkung, sagt Kohler, weil unser Gehirn Farben schnell erfassen und zuordnen kann. «Nimmt man Ferrari das Rot, wird es die Marke sehr schwer haben. Trotzdem wird bei Corporate Design und Identity erst ganz spät an die Farbe gedacht.» Das liege auch an der unübersichtlichen Vielzahl von Nuancen. Aus dem Wunsch heraus, diesen Prozess für Kreative zu vereinfachen, sei die Idee für Gmund Colors entstanden. «Ein Farbsystem, so klar und einfach, dass es sich auf den ersten Blick erschliesst», sagt Kohler.

Systematik statt Zufall

Es gibt eine Vielzahl an Farbsystemen wie etwa RAL für industrielle Anwendungen, HKS oder Pantone in Design und Druck. Sie sind über die Zeit gewachsen und wurden zum Teil schier endlos erweitert. Ergebnis ist eine chaotische Auswahl an Farben und Nuancen.

Und beim Papier? «Es gibt immer mehr farbige Papiermusterbücher, aber kein System. Selbst die umfangreichen Serien aus dem Angelsächsischen und aus Italien sind historisch gewachsene Farbreihen ohne systematischen Ansatz», erläutert Florian Kohler. Die stetig zunehmende Anzahl von Kollektionen verschiedenster Couleur sorgte für Verwirrung. Dagegen sollte Gmund Colors einfach und übersichtlich werden. «Vor drei Jahren haben wir dann die Entscheidung für die Farbpapiere getroffen

und sind danach sehr analytisch an das Thema herangegangen», erläutert Florian Kohler.

48 sorgt für den Durchblick

Vor der Entwicklung des neuen Farbsystems standen daher Analysen bei Designern und designaffinen Branchen. Tests mit über 300 Probanden haben gezeigt, dass ein Mensch mit

verbundenen Augen zwischen 20 und 60 Koloritunterschiede benennen kann. Je kreativer der Beruf und je stärker die ästhetische Orientierung des Befragten, um so mehr Farben kann er blind erinnern und sogar benennen. Gmund nennt diese aktive Farben. Im Gegensatz dazu sind passive Farben, die nur im direkten Vergleich mit einem Muster benannt werden können, passive Farben. ▶

SCHMUCK



BARBARA HAUSER



COLLIER | VERSCHLUSS: 750ER ROSÉGOLD. STEINE: AQUAMARIN, AMETHYST, PERIDOT, SPESSARTIN, TANZANIT, TURMALIN.
DESIGN BY BARBARA HAUSER

SEEFELDSTRASSE 40
CH-8008 ZÜRICH
TEL +41 44 252 21 55
WWW.SCHMUCK-ZUERICH.CH

20 bis 60 aktive Farben stehen Tausenden passiven Farben gegenüber. Auf dieser Basis wurde mit der Entwicklung von starken aktiven Farben begonnen – das erste Farbsystem, das auf dem menschlichen Farbgedächtnis aufgebaut ist.

«Voraussetzung für ein funktionierendes System ist eine begrenzte und übersichtlich angeordnete Anzahl», erläutert Kohler. Zahlen liessen sich mit dem Dezimalsystem bestens ordnen. Aber was für Zahlen funktionieren, müsse für Farben nicht unbedingt passen. Bei den Tests wurden Farbreihen wie 6/12/24 eingängiger eingestuft als 5/10/15-er Reihen und Farbgrids mit 3 x 3 und 4 x 6 wurden optisch schneller erfasst als 5 x 2 oder 2 x 10. Deshalb liegt dem System von Gmund Colors nicht die Dezimalreihe, sondern das Dutzend zugrunde. Es erstaunt eigentlich nicht, denn das Dutzend ist uns noch immer sehr geläufig. Wir haben 60 Sekunden und Minuten, 24 Stunden am Tag, 12 Monate im Jahr und wir kaufen sechs Eier, nicht etwa fünf.

Das Gmund Colors Grid

Die Anzahl Farben wurde schliesslich auf 48 festgelegt und in acht Farbreihen zu sechs Farbtönen angeordnet, allesamt mit Farbautorität und Feingefühl aufeinander abgestimmt.

Reihe 1: Klares leuchtendes Weiss und natürliche Cremetöne.

Reihe 2: Perfekt deklinierte Grautöne.

Reihe 3: Nichttöne, die Stimmungen verstärken können.

Reihen 4 und 5: Viel Blau, denn 70% aller Unternehmen arbeiten mit Blau in ihrem Corporate Design.

Reihe 6: Das eine perfekte Rot inmitten der warmen Farben.

Reihe 7: Das reinste Gelb bei fruchtigen Farben.

Reihe 8: Klares Mint und dunkles Olive im Grünbereich.

«Eine Farbe allein wirkt immer stimmig, fast vollkommen. Soll eine Zweite dazu kombiniert werden, beginnt die Suche nach dem passenden Farb-

«Es war ein langwieriger Prozess, die Papierfarben so zu definieren, dass alle perfekt aufeinander abgestimmt miteinander kombinierbar sind.»



Florian Kohler, Inhaber und Geschäftsführer von Gmund Papier.

partner. Dazu haben wir die Mix- und Match-Garantie entwickelt, bei der jede der 48 Farben so gewählt ist, dass sie sich mit den 47 anderen Farben kombinieren lässt», schwärmt Florian Kohler.

Oberflächen, Gewichte und Nachkaufgarantie

Gmund Colors gibt es in den Oberflächen Matt, Felt, Metallic und Transparent: von matter, natürlicher Ästhetik bis hin zu beeindruckenden, reflektierenden Tönen mit haptischer Tiefe. Dabei wurden vier ganz unterschiedliche Papierarten mit gleichem Farbcharakter hergestellt. Das eröffnet neue Kombinationsmöglichkeiten für spannende Farb- und Oberflächenspiele.

Hundert von Kundenanwendungen dienten dazu, den Zusammenhang zwischen Einsatzgebiet, Papiertonalität und Papiergewicht zu analysieren. So entstand für jede der 48 Farben ein eigenes Gewichtsprofil und darauf abgestimmte Papiergewichte von 100 g/m² bis 400 g/m².

Und das Gmund Colors Briefhüllenangebot umfasst 198 unterschiedliche Couverts in 48 Farben, drei Oberflächen und sechs Formaten.

«Unsere Papiermacher und Drucktechniker in Gmund arbeiten an der stetigen Verbesserung der Bedruckbarkeit und passen die Papiere regelmässig an Neuerungen der Druckindustrie an. Gmund Colors ist papier-technisch (State of the Art) und für alle gängigen Druck- und Veredelungs-Techniken geeignet: Offset, Buch- und Siebdruck, Blindprägung-

gen, Heissfolienprägung, Papiergravur, Stanzung und Digitaldruck», erwähnt Florian Kohler nicht ganz nebenbei.

Für das Gmund Colors Sortiment gilt eine Nachkaufgarantie von zehn Jahren. Im Jahr 2020 wird Gmund darüber informieren, für welche Sorten die Garantie über 2025 hinaus verlängert wird, damit die Papiere bedenkenlos für langfristige Projekte eingesetzt werden können. Diesem Systemgedanken verpflichtet, lagern die Handelspartner stets alle 48 Farben. Dies gibt Kunden die Sicherheit, in allen wichtigen Industrieländern auf die identische Qualität des gewählten CI-Papiers zuzugreifen.

Das Papier für jeden Tag

«Gmund Colors ist unglaublich vielseitig und kann für Verpackungslösungen, als Display, für Geschäftsberichte, als Menükarte im Restaurant, als Box für Pralinen, als Visitenkarte oder als Brief mit persönlicher Handschrift eingesetzt werden», zeigt sich Marco Bieri begeistert. «Es inspiriert und fasziniert. Auf der Suche nach dem richtigen farbigen Papier öffnen sich neue Horizonte für Kreative und Marketingfachleute», ist Marco Bieri überzeugt. Gmund Colors System ermögliche Kommunikation auf spannenden Oberflächen mit wirkungsvollen Farben und hinterlasse bei den Empfängern einen bleibenden Eindruck.

Damit behauptete die Papyrus Schweiz AG als Papiergrosshändler ihre führende Position im Schweizer Papiermarkt mit kreativen Papieren und

«Papyrus hatte bisher schon das grösste Naturpapierangebot der Schweiz. Jetzt haben wir zudem dieses fantastische Farbsystem.»



Marco Bieri, Leiter Marketing und Business Development Papyrus Schweiz.

Kartons für die grafische Industrie und Bürokommunikation, Kuverts, Zeichen- und Malpapieren, Verpackungsmaterialien und Hygienepapier – alles übrigens in den neuen Produktkatalogen nachzuschlagen.

Gmund Colors sei auch preislich interessant, sagt Marco Bieri. Aber wie verkauft sich farbiges Papier überhaupt? «In Deutschland, wo Gmund Colors ebenfalls von Papyrus vertrieben wird, ist es bereits erfolgreich angelaufen», merkt er an.

Natürlich wird Papyrus die farbigen Gmund-Papiere zuerst dem B2B-Markt, Agenturen und Druckern anbieten, danach aber möglicherweise auch im Consumer-Markt, in Papeterien oder Boutiquen sowie auf speziellen Seiten im Internet. «Wenn wir dies nur nutzen, um auf Papier aufmerksam zu machen, haben wir schon gewonnen», sagt Marco Bieri.

Völlig abgedreht?

Ob einer solchen Begeisterung beim Papierhersteller und seinem Händler könnte man schon die Frage stellen: Seid Ihr jetzt völlig abgedreht, oder uns mit Eurem Wissen voraus? Wahrscheinlich Letzteres. Warum sollte man einen solchen Aufwand für eine neue Papierfamilie treiben? Und natürlich könnte man wohl tagelang streiten, ob das Rot wirklich das einzig Wahre ist, ob 48 Farben nicht doch zuviel sind und wirklich alle Farben zueinander passen – aber Florian Kohler würde davon nicht abrücken. Warum sollte er auch? Denn eines wird wohl immer bleiben: Farben lassen sich zwar messen, was sie bei Menschen jedoch an Emotionen auslösen, wird immer eine höchst individuelle Reaktion bleiben.

Bleibt noch die Frage nach den passenden Etiketten. Klebt man ein billiges weisses Label auf ein so wertvolles Couvert? Noch bleibt Gmund die Antwort schuldig, aber es werde daran gearbeitet. Dann würde alles noch perfekter zusammenpassen.

› www.gmundcolors.com

› www.papier.ch



Die «Druckmarkt COLLECTION» ist eine Sammlung ausgewählter Themen aus Kommunikation, Medienproduktion, Print und Publishing. Die Ausgaben greifen praktische und technische Aspekte auf, werden kompakt und lesefreundlich aufbereitet und permanent aktualisiert. Jede Ausgabe hilft beim Entscheidungsprozess und bietet Evaluations-Unterstützung. In Dossiers zu speziellen Themen oder künftigen Entwicklungen sowie Marktübersichten samt redaktioneller Begleitung als «Investitionskompass» bündelt die Fachschriftenreihe «Druckmarkt COLLECTION» ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht. Alle Ausgaben sind im Internet zu bestellen. Mehr kann eine Messe auch nicht bieten.

