

# Papiermanufaktur auf industriellem Niveau

Wenn ein Papierhersteller in Zeiten des Internets, globaler Strategien, permanenten Kapazitätsabbaus und Margen-Denkens von ›LEIDENSCHAFT FÜR PAPIER‹ und dem ›STREBEN NACH DEM BESONDEREN‹ spricht, lässt das aufhorchen. Doch genau diese Werte haben den italienische Papierhersteller **Fedrigoni** zu einem bedeutenden Feinpapierhersteller in Europa gemacht.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

**E**inerseits ist Papier nichts anderes als ein Informationsträger wie andere Medien auch. Andererseits ist Papier jedoch ein Medium, das aufgrund seiner Struktur, Haptik, seiner brillanten Optik und Farbigkeit die Menschen immer wieder aufs Neue fasziniert.

Das Streben nach Exklusivität und die Leidenschaft für besondere Papiere haben die Familie Fedrigoni immer wieder motiviert, außergewöhnliche Feinstpapiere auf höchstem Niveau zu schaffen und in ihrer ›Papiermanufaktur‹ anzubieten. So werden die Feinstpapiere von Fedrigoni auf dezente, gleichwohl stimulierende Art zum emotional prägenden Teil einer jeden Botschaft, die eine Drucksache vermitteln will und kann.

## 125 Jahre italienische Designpapiere

Seit seiner Gründung 1888 in Verona wird das Unternehmen nunmehr seit 125 Jahren in fünfter Generation inhabergeführt geleitet. Dabei ist die Fedrigoni Group alles andere als das, was man unter einem italienischen Familienbetrieb verstehen würde. Die Fedrigoni Group beschäftigt weltweit über 2.000 Mitarbeiter, besitzt elf Fabriken in drei Ländern und vertreibt Produkte in über 80 Ländern weltweit. Zur Papiergruppe gehören unter anderem die Unternehmen Fedrigoni SpA mit sieben internationalen Tochtergesellschaften, die Unternehmen Arconvert, Manter, Fabriano und Fabriano Boutique.

So betrachtet, gibt sich Fedrigoni mit seinem 125-jährigen Jubiläum noch eher bescheiden. Denn Urkunden historischer Archive belegen, dass die Tochter Fabriano bereits 1264 erste Papiere herstellte. Das sind immerhin 749 Jahre – dann dürfte im kommenden Jahr der nächste runde Geburtstag zu feiern sein. Dessen unbenommen reicht die Begeisterung für das Medium Papier in jedem Fall weit genug zurück, um stolz auf die eigene Geschichte zu sein. Denn seit den Anfängen der industriellen Papierherstellung in Europa im 18. und 19. Jahrhundert haben die Papiere von Fedrigoni immer eine besondere Rolle gespielt. ▶

1888



2013

*Natürlich ist man im Hause Fedrigoni stolz auf die eigene Geschichte, die schließlich bis 1888 zurückreicht. Doch der Papierhersteller mit Sitz in Verona ist ebenso stolz darauf, dass die aktuellen Papiere aus Italien von Designern, Verlegern und Druckern geschätzt und für besondere und aufwändige Arbeiten eingesetzt werden. Dies belegt der jährliche Wettbewerb Top Awards, dessen Preisträger Anfang Oktober in Parma geehrt wurden.*



Meilensteine der Fedrigoni Unternehmensgeschichte

- 1264 *Fabriano produziert bereits Papiere*
- 1717 *Giuseppe Fedrigoni gründet die Papierfabrik San Colombano in Trambileno, Rovereto*
- 1888 *Gründung der Papierfabrik in Verona*
- 1938 *Übernahme der Papierfabrik in Varone (Trento)*
- 1963 *Bau der dritten Papierfabrik in Arco (Trento)*
- 1987 *Gründung der deutschen und spanischen Tochtergesellschaften in München und Madrid  
Kauf einer neuen Produktionsstätte für selbstklebende Produkte*
- 1989 *Gründung von zwei weiteren Vertriebsgesellschaften in England und Paris.*
- 1993 *Kauf des spanischen Haftpapierherstellers Manter in Girona*
- 2002 *Kauf der historischen Papierfabrik Miliani-Fabriano*
- 2004 *Gründung von Fabriano Securities*
- 2006 *Gründung von Fedrigoni Asia (Hong Kong)*
- 2009 *Gründung von Arconvert Brasil*
- 2010 *Gründung von Fedrigoni Austria in Wien und Fedrigoni Benelux in Brüssel*



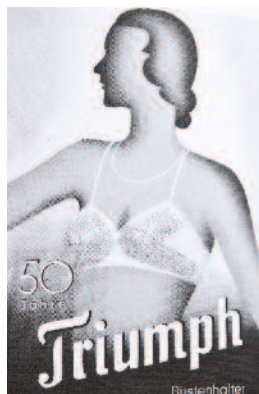
Am 8. Oktober wurden die Fedrigoni Top Awards in Parma im außergewöhnlichen Ambiente des Palazzo della Pilotta verliehen.



Den 1. Platz in der Kategorie »Corporate Publishing« belegte der Geschäftsbericht »The Solar Annual Report, powered by the sun«. Auftraggeber war der Verband Austria Solar; die kreative Umsetzung stammt von der Münchner Agentur Serviceplan. Gedruckt wurde der Bericht mit fotochromatischen Farben von der Druckerei Mory & Meier: Im Siebdruck wurden nicht sichtbare Farben aufgetragen, die erst durch UV-Strahlen beziehungsweise das Sonnenlicht sichtbar werden. Gedruckt wurde auf 200 g/m<sup>2</sup> schwerem Symbol Tatami Ivory.



Den 2. Platz in der Kategorie »HP Indigo Digitaldruck« belegte die Werbebroschüre »Booklet Canada« von Triumph International. Triumph war bei diesem Projekt gleichzeitig Auftraggeber und Designer. Gedruckt wurde das Booklet bei der Reprodukt Digital GmbH, ein Unternehmen der RCOM Gruppe in München, auf den Papieren Nettuno Bianco Artico, Constellation Snow Tela.



Dabei nehmen Umweltbewusstsein und Verantwortung bei Fedrigoni einen hohen Stellenwert ein. Das betrifft sowohl die Arbeitsbedingungen in den Fabriken, die ethischen Grundsätze im Umgang mit den Mitarbeitern, Lieferanten, Kunden und der allgemeinen Öffentlichkeit als auch den Schutz der Ressourcen Wasser, Boden, Fauna und Flora. Entsprechende Zertifizierungen nach dem FSC-Standard und nach ISO-Normen belegen dieses Engagement nachhaltig.

Doch viel mehr als die Anstrengungen des Unternehmens in Sachen Nachhaltigkeit überzeugen die Papiere von Fedrigoni. Namhafte Designer, Verleger, Drucker und Buchbinder setzen die Papiere aus Italien gleichermaßen gerne und oft ein. Das kreative und exklusive Fedrigoni-Sortiment umfasst immerhin über 3.000 Sorten: Natur- und Feinstpapiere, Spezialpapiere für den Digitaldruck, Konsumpapiere, Sicherheits- und Wertpapiere, Haftpapiere, veredelte Kartonagen und vieles mehr. Namhafte Unternehmen aus dem Premium- und Luxussegment verwenden Fedrigoni Designpapiere in Marketing und Kommunikation, für Verpackungen und Werbemittel oder in der Buchproduktion.

### Top Awards

Beim Blick auf das Sortiment ist man versucht von mediterraner Leichtigkeit und Eleganz zu sprechen, die ihren Einfluss auf die Kreationen ausüben. In jedem Fall vermitteln sie ein hohes Maß an handwerklich-industrieller Qualität und zugleich Anmut, Schönheit und Emotionalität.

Diese Papiere laden geradezu zum Experimentieren, zum Kombinieren und zum Schaffen außergewöhnlicher Drucksachen ein. Dessen ist sich Fedrigoni bewusst und ruft deshalb seit einigen Jahren zu den Fedrigoni Top Awards auf, zu denen alle Personen oder Unternehmen eingeladen werden, die am Gestalten und Drucken auf Papieren von Fedrigoni beteiligt sind. Dieser Award erfreut sich zunehmender Beliebtheit. So war auch die Resonanz am aktuellen Top Award 2013 überzeugend.

Am Abend des 8. Oktober 2013 wurden die Gewinner des 8. Fedrigoni Top Awards im historischen »Teatro Farnese« im Palazzo della Pilotta in Parma geehrt (siehe auch die Bilder auf der vorhergehenden Doppelseite). Im beeindruckenden Ambiente des barocken Hoftheaters wurden die außergewöhnlichen Arbeiten der 16 Finalisten präsentiert. An diesem internationalen Wettbewerb hatten weltweit über 900 Kreative, Grafiker, Drucker, Verleger und Kunden aus Industrie, Handwerk und Handel teilgenommen.

Die allesamt auf Fedrigoni-Papieren umgesetzten Arbeiten waren in fünf Kategorien unterteilt: Verlagswesen (Hard- und Softcover-Produktionen), Corporate Publishing, Verpackung und HP Indigo Digitaldruck. Letztere Kategorie ist der engen Zusammenarbeit des Papierherstellers und dem Hersteller von Digitaldruckmaschinen gezollt.

Die Bewertung der eingereichten Arbeiten war einer Gruppe internationaler und unabhängiger Experten aus der Welt des Designs und der Grafik anvertraut und beruhte auf Kriterien wie Originalität, Funktionalität und Umsetzung sowie dem kreativen Einsatz des Papiers. Die Jury-Mitglieder waren Simon Esterson, Mary Lewis, Charles Ng, Italo Lupi und Jean Jaques Schaffner. Zur Siegerehrung in Parma hatte Fedrigoni jeweils Grafiker, Drucker und Auftraggeber eingeladen. Der Vorstandsvorsitzende Alessandro Fedrigoni selbst und Marketingleiterin Chiara Mediola nahmen die Ehrungen vor.

Nach den Worten der Jury-Mitglieder waren alle prämierten Arbeiten herausragende Leistungen, bei denen es schwergefallen sei, olympische Ränge zu verteilen. Dennoch kam die Jury zu ihrem unumstrittenen Urteil. Und besonders erfreulich dabei: Drei der 16 Finalisten kamen aus Deutschland und Österreich.

Den 1. Platz in der Kategorie ›Corporate Publishing‹ belegte der außergewöhnliche Geschäftsbericht ›The Solar Annual Report, powered by the sun‹. Auftraggeber war der Verband Austria Solar, die kreative Umsetzung des Berichts stammt von der Münchner Agentur Serviceplan. Gedruckt wurde der Bericht mit fotochromatischen Farben von der Druckerei Mory&Meier. Dabei wurden im Siebdruck Farben aufgetragen, die erst durch UV-Strahlen beziehungsweise das Sonnenlicht selbst sichtbar werden. Eine solche Idee lässt sich eben nur auf Papier und als gedrucktes Medium umsetzen – einfach faszinierend.

Den 2. Platz in der Kategorie ›HP Indigo Digitaldruck‹ belegte die Broschüre ›Booklet Canada‹ von Triumph International. Triumph war bei diesem Projekt gleichzeitig Auftraggeber und Designer. Gedruckt wurde das Booklet bei der Reprodukt Digital GmbH, ein Unternehmen der RCOM Gruppe in München.

Ebenfalls einen 2. Platz, jedoch in der Kategorie ›Verpackung‹, belegte das Mosel-Weingut Kirsten in Klüsserath mit ihrem edlen Weinetikett, das durch seine filigrane Stanzung beeindruckt. Gestaltet wurde die Etikettenserie von der Berliner Agentur Kognito, gedruckt von Krämer Druck aus Bernkastel-Kues.

### Hohe Wertigkeit und Exklusivität

Die Siegerarbeiten, die allesamt beweisen, dass Druck und Papier nach wie vor einen hohen Wert und Exklusivität vermitteln, waren vom 10. bis 13. Oktober 2013 im Bodoni-Museum in Parma ausgestellt. Darüber hinaus sind die Gewinnerarbeiten in einem aufwändig gestalteten und produzierten Softcover-Buch auf 112 Seiten dokumentiert. Und eine Auswahl der besten Arbeiten kann man sich auch im Internet ansehen.

› [www.paperideas.it](http://www.paperideas.it)  
› [www.fedrigoni.de](http://www.fedrigoni.de)



*Auch einen 2. Platz, jedoch in der Kategorie ›Verpackung‹, belegte das Mosel-Weingut Kirsten mit ihrem edlen Weinetikett. Gestaltet wurde es von der Agentur Kognito in Berlin, gedruckt von Krämer Druck aus Bernkastel-Kues. Das Besondere an den sehr schlicht gehaltenen Weinetiketten ist die Prägung des Papiers. Dazu hatte man sich für das Fedrigoni-Papier Cotone Bianco 120 g/m<sup>2</sup> entschieden.*



*Auch die anderen prämierten Arbeiten haben das gewisse Etwas, was nicht jeder Drucksache eigen ist. So überzeugte auch das Annual von Zumtobel Austria, das in England gestaltet und in Italien gedruckt wurde (oben). Gedruckt wurde auf den Papieren Sirio Perla, Arcoprint Edizioni und Milk. Oder auch die komplett italienische Produktion für den Kosmetikerhersteller H. Krüll stellte unter Beweis, dass mit ausgefallenen Kartons, Druck und Veredelung höchste Wertigkeit erreicht werden kann.*

