



Die Jury des «Swiss Print Award» im April (von links): Christian Theiler, Anne Friederike Heinrich, Stefano Gazzaniga, Paul Fischer, Jean-Paul Thalmann, Klaus-Peter Nicolay, Claude Bürki, Dany Gaberthüel, Marco Bieri und Ivan Zumbühl.

«SWISS PRINT AWARD» 2018 HOHES LEISTUNGSNIVEAU

Die Gewinner-Arbeiten des «Swiss Print Award» 2018 haben wir bereits im vorangegangenen Heft 101 vorgestellt. In dieser Ausgabe zeigen wir die für einen Award nominierten Arbeiten, die es jedoch nicht auf das Siegetreppchen geschafft haben. Dabei lagen die Wertungen der Jury mitunter nur um Zehntelpunkte auseinander. Alleine schon deshalb gebührt auch diesen Arbeiten höchstes Lob.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Bei einem Award, der es sich zur Aufgabe gemacht hat, besonders gelungene Druck-Erzeugnisse auszuzeichnen, ist anzunehmen, dass die Basis aller Arbeiten Papier, Karton und Farbe ist. Was aber heute offenbar längst nicht mehr ausreicht. Höchst verschiedene Materialien, unterschiedliche Tinten und Farben so-

wie Veredelungen werden eingesetzt, um Drucksachen die besondere Note zu verleihen. Das sagt eigentlich schon fast alles aus über die Vielfalt des «Swiss Print Award». Es geht bei zeitgemässen Drucksachen um das Erlebnis, die Gesamtwirkung, um Haptik und um Verblüffendes einer Drucksache. Schliesslich hat sich Drucken in den letzten Jahren mehr und mehr zum Kommunikator entwickelt, bei dem nicht mehr Menge gefragt ist, sondern Qualität und Präzision.

Als sei genau das zu beweisen, hatten sich die Teilnehmer am «Swiss Print Award 2018» wieder mächtig ins Zeug gelegt. Da wurde gedruckt, was das Zeug hält: im Offset, im Sieb- und Digitaldruck – und auch der Buchdruck kam zu Ehren. Da wurde zigfarbig gedruckt mit Sonderfarben aller Art. Und es wurde nach allen Regeln der Kunst veredelt. Lackierungen von der Spotlackierung bis zur Laminierung, Blindprägung,

Folierung, Stanzung klassisch oder mit dem Laser und vieles mehr. Zudem wurde nahezu das gesamte Spektrum abgedeckt, was Drucksachen zu bieten haben: Flyer, Broschüren, Mailings, Bücher, Zeitungen, Karten und Verpackungen. Aber ein Wettbewerb bringt es nun einmal mit sich, dass nicht alle die Besten sein und nicht alle gewinnen können. Gerade wenn die Jury Krite-

Akzidenzen: NOMINIERT FÜR EINEN «SWISS PRINT AWARD»

Mappe
«Corporate Identity Line»
ANTALIS AG

Booklet
«Creative Inspirational Booklet»
ANTALIS AG

Produktfächer
«Druckerei Hürlimann»
DRUCKEREI HÜRLIMANN AG

Imagebroschüre
«Eigenwerbung Grollimund»
BUCHBINDEREI GROLLIMUND AG



rien ansetzt, die die Arbeiten aus unterschiedlichsten Perspektiven im Detail bewertet.

Von den Preisträgern des «Swiss Print Award» abgesehen, sind die vielen anderen Objekte, die es nach dem Jury-Entscheid nicht unter die Erstplatzierten geschafft haben, dennoch Arbeiten auf höchstem Leistungsniveau.

Wir können auf den wenigen Seiten, die uns in diesem Heft zur Verfügung stehen, leider nicht alle Einsendungen abbilden, wollen aber doch zumindest die Arbeiten präsentieren, die für einen Award nominiert wurden.

So etwa eine **Mappe** für Papiermuster, die auf den ersten Blick wenig spektakulär erscheint. Doch die Corporate Identity Line der Antalis AG fällt schon etwas aus dem Rahmen. Und das nicht allein der Machart oder der Haptik des äusserst griffigen Umschlags wegen. Hier wurde für eine Auflage von 2.500 Exemplaren in Deutsch und 800 Exemplaren in Französisch von der konzipierenden Agentur Dosenfood auch nicht an Produktionstechnik gespart. Siebdruck ziert die Mappe 2/0- und 3/0-farbig (aussen und innen), damit die zwölf Sorten Papier und 14 Sorten Kuverts zur Wirkung kommen.

Das Creative Inspirational **Booklet** der Antalis AG, ebenfalls von Domi-

nique Fischer, Köchin für Gestaltung bei Dosenfood, konzipiert, setzt auf die Wirkung der Bildmotive auf unterschiedlichen Papieren, die allesamt im LE-UV-Offset bedruckt wurden. Der Empfänger soll die verschiedenen Arten der Creativ-Papiere kennenlernen und durch Veredelungen inspiriert werden. Zugleich zeigt das Booklet, wie aussergewöhnliche Effekte eingesetzt werden können. Dabei kamen Lacke, Sonderfarben, Deckweiss etc. in Versionen vom 2/1-bis zum 6/4-farbigem Druck zum Einsatz.

Die Druckerei Robert Hürlimann AG aus Zürich hat sich inzwischen einen Namen mit aussergewöhnlichen und individualisierten Drucksachen ge-

macht. Jetzt hat Hürlimann für die Vielfalt seines Angebotes einen «Persönlichen **Produktfächer**» realisiert. Verblüffend dabei sind die Anwendungen und die imposante Produktionstechnik: Digital- und Offsetdruck, Letterpress (Buchdruck), Lochung, goldene Ösen, Folienprägung und Dicut Laserschneider beim Holz. Und nicht zu vergessen: Das persönliche Anschreiben des Produktfächers stammt aus der «Feder» von Sophie, der Handschrift-Roboterin in Diensten der Druckerei.

Überzeugend auch die **Imagebroschüre** der Buchbinderei Grollimund AG aus Reinach, die aktuelle Weiterverarbeitung zeigt.

IHR PARTNER FÜR SAUBERE TEXTILIEN BEI DER ARBEIT



SCHMID Textilrewashing AG Alter Badiweg 1 CH-5034 Suhr Tel. +41 62 855 845 8 Fax +41 62 855 845 0 washline@schmid-terewa.ch www.schmid-terewa.ch



Akzidenzen: NOMINIERT FÜR EINEN «SWISS PRINT AWARD»

Broschüre
«Genesis»
FISCHER PAPIER AG

Kollektionsbox
«Splendorlux»
FISCHER PAPIER AG

Buch
«Erlebnisbuch 125 Jahre WWZ»
HELLER DRUCK AG

Box
«Lust auf Print-Box»
KASIMIR MEYER AG



Sarah Grollmund als Agentur für das Konzept verantwortlich spielt in der Broschüre mit Offsetdruck, sichtbarer Fadenheftung und schwarzem Heftfaden, einem 320 g/m² schweren Umschlag in Schwarz mit Folienprägung. Und beim Inhalt wird mit 4-Bogen-Heftung, verkürzten Formaten und wechselnden Platzierungen gearbeitet. Als Schweizer Broschüre gebunden.

Beim Objekt **Genesis** der Fischer Papier AG (Auflage 3.500 Exemplare in Deutsch, 750 Exemplare in Französisch) haben sofie's Kommunikationsdesign AG und Fischer Papier ganz auf die Wirkung von Bildern auf dem neuen Recyclingpapier Genesis gesetzt.

In der offsetgedruckten **Broschüre** kommen Skalenfarben, HKS-Iris und Duplexdruck, 70er-Raster AM und eine Seite FM-Staccato zum Einsatz. Postkarte Duplex: Offsetdruck 2-farbig. Die dazugehörige Postkarte kommt als 3-farbiger Irisdruck mit zwei HKS-Farben und Schwarz daher.

Die Broschüre mit aufgesetzten Deckeln wurde in Knotenfadenheftung im Bund von Hand geheftet. Der Umschlag besteht aus einem «banalen» Graukarton mit Lasergravur.

Ein wahres Sammlerstück ist Fischer Papier und sofie's Kommunikationsdesign mit der **Kollektionsbox Splendorlux** gelungen. Das Konvolut an Druckstücken beinhaltet einmal ein Poster im Format A3, produziert im 3/1-farbigem Siebdruck (Gold, Eisen und Kupfer, angepasst an die Farben des Splendorlux-Sortiments), zum anderen die Kollektionsbox, ebenfalls im Siebdruck 1/0-farbig als Goldton gedruckt. In der Box befindet sich ein Mustertäfelchen (Offsetdruck 0/1-farbig schwarz oder weiss). Der Schubler für die Box kommt mit einer Blindprägung aus. Insgesamt eine sehr stimmige, auf Gold abgestimmte Farbwahl und ein perfektes Beispiel für das Zusammenspiel von Print- und Finishing-Varianten.

Aussen eher unscheinbar kommt das **Erlebnisbuch 125 Jahre WWZ** daher,

das die Heller Druck AG produziert hat. Das in einer Auflage von 3.400 Exemplaren hergestellte Buch bietet Offsetdruck, Siebdruck, Digitaldruck, Laserbearbeitung und Fadenheftung, beinhaltet Inhaltsbogen sowie Ausklapper als geschlossener Fensterfalz um 23 mm verkürzt, ein Kapitalband in blau und Heissfolienprägung auf dem Cover. Das mit Leinen überzogene Cover lässt bei Weitem nicht errahnen, welche Vielzahl an Techniken zudem im Inhalt eingesetzt wurde.

Als nützlich stellt sich die **Lust-auf-Print-Box** der Kasimir Meyer AG dar. Das in einer Auflage von 700 Exemplaren hergestellte Objekt zeigt verschiedene Druck- und Veredelungsvarianten, wurde im Digital- und Offsetdruck produziert und bietet zudem UV-Relieflack (Scodix), Heissfolienprägung, Blindprägung, Laserstanzung und Lasergravur auf den unterschiedlichen in der Box angeordneten Drucksachen.

Das giftgrüne Papier der Box wurde Schwarz und Weiss bedruckt, sodass die Kante grün geblieben ist und Akzente mit dem Inhalt setzt: passend zum grünen Gummi, der die Box zusammenhält.

Eine der aufwendigsten Arbeiten hat die Neidhart + Schön Print AG eingereicht. Es handelt sich um **Branding-, Marketing- und Jubiläumsdrucksachen** für einen Uhrenhersteller, für den nahezu alle Register der Druck- und Buchbindereikunst gezogen wurden. Bei dieser Produktion geht es um eine Kollektionsbroschüre (5.200 Exemplare), eine Imagebroschüre und eine passende Mappe (2.750 Exemplare) sowie um ein Jubiläumsbuch (440 Exemplare). Die Kollektionsbroschüre wurde 5-farbig im Offset als Freirückenbroschüre mit Fadenheftung samt 14 Ausklappern im Inhalt hergestellt. Ebenfalls 5-farbig als Freirückenbroschüre mit Fadenheftung ist die Imagebroschüre produziert. Das Jubiläumsbuch wurde digital gedruckt

Akzidenzen und Publikationen: NOMINIERT FÜR EINEN «SWISS PRINT AWARD»

Image- und Produktbroschüre
«Jubiläumsdrucksachen»
NEIDHART + SCHÖN PRINT AG

Broschüre
«Der Mensch bleibt analog»
VISCOM

Buch
«Sound Development City Artist»
DRUCKEREI ODERMATT AG

Buch
«Stanserhorn»
DRUCKEREI ODERMATT AG



und als Hardcover klebegebunden. Dazu noch die 5-farbige Mappe mit kratzfestem Matt-Laminat und Silberfolienprägung.

Alle Bestandteile sind mehrsprachig, teils im Offset, teils im Digitaldruck hergestellt, alle miteinander hoch veredelt und höchst anspruchsvoll gebunden. Gerade auch diese Drucksachen sind ein selbstredender Beweis für den allgemein extrem hohen Leistungsstandard des diesjährigen «Swiss Print Awards».

Die viscom swiss print + communication association hat mit dem Objekt «Der Mensch bleibt analog» eine Broschüre mit Artikeln und Text im Magazinstil vorgelegt, deren Titel bereits neugierig macht. Bei diesem Werk (im Offset gedruckt mit Klebebindung und diversen Veredelungen in einer Auflage von 3.000 Exemplaren) geht es nicht nur darum, die Vorzüge der grafischen Industrie zu beschreiben, sondern Geschichten rund um «Printed in Switzerland» zu erzäh-

len. Von der Gestaltung (Agentur und Konzept Basel West) und der drucktechnischen Ausführung anspruchsvoll, überzeugen neben den Druckenwendungen vor allem die textlichen Inhalte.

«Sound Development City Artist» ist ein Buch, das vor allem durch die ausgefallene Typografie und seine Haptik fasziniert. Hierbei hat die Druckerei Odermatt AG 500 im Offset gedruckte Exemplare mit extrem

griffigem Naturpapier und in einer aussergewöhnlichen Finishing-Technik hergestellt: Schweizerbroschur in Fadenheftung mit je einem Spezial-Fiber-Schnitt an Kopf, Fuss und Front, der für das besondere haptische Erlebnis sorgt.

Ebenfalls von der Druckerei Odermatt: das Jubiläumsbuch «Stanserhorn», ein perfekt gedrucktes und gebundenes Buch, dessen Buchdeckel das Besondere markiert. ▶

BUCHBINDEREI GROLLIMUND

Binden ist Vertrauenssache

Buchbinderei Grollimund AG
Industriestrasse 4, CH-4153 Reinach BL
T +41 61 717 70 70, www.grolli.ch





Akzidenzen und Verpackungen: NOMINIERT FÜR EINEN «SWISS PRINT AWARD»

Büchlein
«1001 Recettes Equilibrées»
FRATELLI RODA SA

Vorlesebuch
«VogelLisi»
GERBER DRUCK AG

Dispenser
«7-er Mini Cans»
SCHELLING AG

Verpackung
«Beluga Speciality»
STUDIO SCHOCH AG

Figurensteller
«Gölä»
SCHELLING AG



In den Hardcover-Umschlag mit silberner Folienprägung wurden ein Retro-Jubiläums-Billet und ein Stück Originalschiene eingearbeitet. Und das bei einer Auflage von 3.000 Exemplaren.

Die Fratelli Roda SA stellte mit dem Objekt «1001 Recettes Equilibrées» ein Kochbuch der besonderen Art vor. Durch den besonderen Klappmechanismus lassen sich Rezepte auf vielfältige Art zusammenstellen. Das in 2.500 Exemplaren hergestellte Buch wurde in der Standard Offset-Vierfarb-Skala gedruckt und für die variable Nutzung des Buches mit einer Wire-O-Bindung plus Drahtheftung versehen. Die Matt- und Soft-Touch-Laminierung sowie die hohen Grammatoren der Bedruckstoffe bis 300 g/m² sowie der verwendete Graukarton in 882 g/m² machen das Buch stabil für die zügelfache Nutzung. Dafür wurde das Buch schliesslich auch konzipiert.

Ohne eine «Zugabe» kommt heute offenbar kaum noch ein Buch aus: So

auch das Vorlesebuch «VogelLisi». Jedes der 3.000 Exemplare wird mit einer speziellen Heil-Kräutersalbe, wie sie im Buch beschrieben ist, verkauft. Die Gerber Druck AG hat das Werk im LE-UV-Offset gedruckt, in Fadenheftung gebunden und den Rücken mit einer weissen Prägung versehen.

In rund drei Monaten sind die Dispenser für sieben Mini Cans in einer Auflage von 4.000 verbraucht. Sie werden von der Schelling AG im Offsetdruck 4-farbig mit Hochglanzlack auf E-Welle GD2 Wellenstoff produziert. Der Druck erscheint dabei wenig spektakulär, dafür umso mehr die Funktionalität und Stabilität des Dosenspenders.

Weit filigraner dagegen sind die von der Studio Schoch AG konzipierten und hergestellten Boxen für Beluga Speciality Coffee Capsules. Sie werden im Offsetdruck produziert und mit PET-Silberfolien-Kaschierung mit Silberfolie versehen. Die verschiedenfarbigen Schuber sind mit

Drip-Off-Lack versehen, wobei die Schrift ausgespart wird, um Hochglanz zu erzielen. Der tonige Glanzeffekt des Löwen wird durch eine Drip-Off/UV-Glantzack-Kombination erzielt. Daraus ergibt sich die Möglichkeit, die imitierte «Heissfolienfarbe» individuell zu gestalten. Die Logos wurden durch Hochprägung akzentuiert.

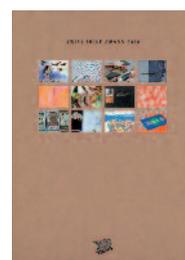
Zum Schluss der Figurensteller «Gölä» der Schelling AG in Originalgrösse des Musikers (in der Abbildung entsprechend verkleinert). Die 450 Exemplare wurden im Offsetdruck 4-farbig plus Hochglanzlack auf E-Welle GD2 hergestellt. Die Auslieferung des Displays erfolgt aufgerichtet und konfektioniert durch Schelling – entsprechend stabil ist die Konstruktion.

Danach ist vor dem Award

Bleibt noch zu erwähnen: Der «Swiss Print Award» wird sich weiter entwickeln. Dafür stehen die Träger: die Zeitschriften «Druckmarkt Schweiz»,

«swiss print & communication» des Verbandes viscom und die Werbewoche, die asw Allianz Schweizer Werbeagenturen und Papyrus Schweiz. Denn auch für uns gilt wie im Sport: Nach dem Award ist vor dem Award.

An dieser Stelle noch einmal herzlichen Glückwunsch allen Preisträgern und allen, die ihre Arbeiten eingereicht haben, aber nicht zu den Gewinnern gehören. Sie alle haben eine Visitenkarte für Print abgegeben. Genau wie die, die beim aktuellen Wettbewerb nicht dabei waren, aber dennoch Drucksachen produzieren, die «Lust auf Print» machen.



In der umfangreichen, 56-seitigen Dokumentation zum «Swiss Print Award» 2018 sind alle Preisträger, die Nominierten und alle weiteren

Teilnehmer samt ihren eingereichten Arbeiten zum diesjährigen Wettbewerb aufgeführt.

**”Nadine steht
auf einem Buch.
Reto nicht.
Beide stehen
hinter der ASW.“**

Nadine Huggel und Reto Hell
Reaktor AG, Kommunikationsagentur ASW, Aarau
ASW-Mitglied seit 2005

