



SWISS PRINT AWARD 2021

# Das Quäntchen mehr

Am 23. September 2021 wurde im *Papiersaal Zürich* zum 9. Mal der *Swiss Print Award* verliehen. Wiederum stellten sich über 40 Unternehmen in verschiedenen Kategorien dem Prüfkatalog der Jury. Neben der rein technischen Leistung bewertete die Jury die Wirkung der eingereichten Druckprodukte, das Zusammenspiel zwischen Idee, Umsetzung und Anmutung.

Text: Claude Bürki, Jurymitglieder | Fotos: Canon / Sara Keller

Die daraus resultierenden dreizehn Preisträger der Kategorien «Books», «Printed Matters», «Printed Objects», «Publications» und dem «Peter-Grob»-Sonderpreis zeichnen sich durch ein ausserordentlich hohes Niveau aus. Die Jury hat keinen Zeitaufwand gescheut, trotz erschwerter, pandemisch bedingter Arbeitsbedingungen. Sie hat eingehend diskutiert, bewertet, verworfen, erwogen, entschieden. Die unerbittliche, engagierte Leistung der Jury verdient Dank und Anerkennung. Ebenso gilt der Dank den Unternehmen, die ihre Arbeiten nicht unter den Scheffel, sondern mutig einer kritischen Expertenrunde stellen. Ohne sie kein *Swiss Print Award*!

«Lust auf Print machen», lautet seit jeher das Credo des *Swiss Print Award*. Es wird weniger gedruckt als noch vor zehn Jahren, dafür anders: Das Auge des Betrachters – mit hin auch dasjenige des Laien – wertet nicht objektiv, jedoch unbestechlich subjektiv.

Was heute zählt, ist Wirkung! Der richtige Rasterpunkt, die richtige Laufrichtung des Druckträgers, das gekonnte Farbmanagement etc., all das zählt; vor allem aber das gewisse Etwas, das Quäntchen «mehr», die Extrameile. Es geht nicht um das larmoyante Quantum Trost – es geht um das entscheidende Quantum Wirkung! Die heutige Welt der Kommunikation ist dual, Print hat darin seinen festen Platz. Print wirkt. Und wie! Quod erat demonstrandum – was zu beweisen war – *Swiss Print Award 2021*.

Die Preisträger werden auf den nächsten Seiten präsentiert.

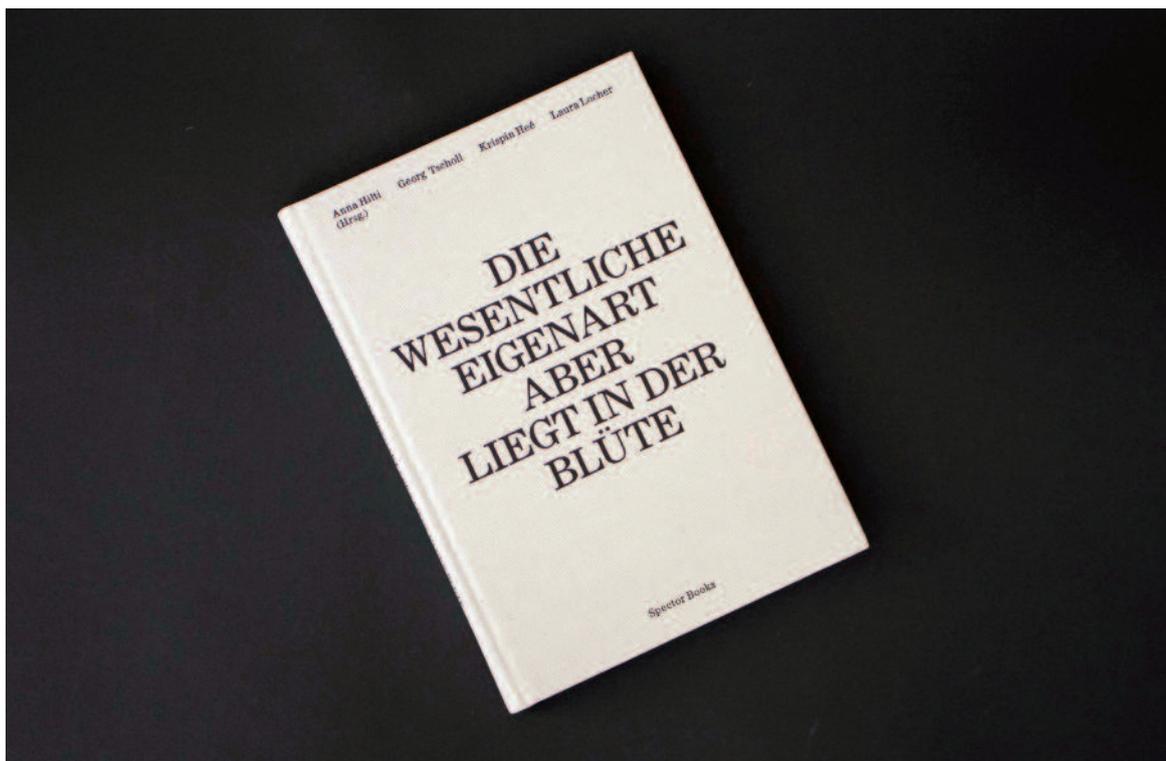


Gold in der Kategorie Books: Die wesentliche Eigenart aber liegt in der Blüte.

Zielgruppe: Literatur für Botaniker und Kulturschaffende.

Produktionspartner: Anna Hilti (Idee, Konzept), Krispin Heé (Design); Philippe Hubler (Fotografie); Engelberger Druck AG (Druck); Schumacher AG (Weiterverarbeitung, Veredelung). Auflage und Verwendungszeitraum: 800 Exemplare, Herbst und Winter 2020. Produktionstechnik: Offsetdruck, Fadenheftung mit geradem Rücken.

Papier: Munken Polar Weiss, MultiArt Gloss, Naturleinen Wicotex, Vorsatz Surbalin. Besonderheiten: Folienprägung, Vorder- und Rückenmitte- und Rücken mit Kapitalband.



Gold in der Kategorie Books

### **Edle Würdigung der Königin der Blumen**

Laudatio Ursula Heilig

Die wesentliche Eigenart dieses Buchs liegt im perfekten Zusammenspiel von Inhalt und Form: Texte, Zeichnungen und Fotos textiler Skulpturen treten durch die respektvolle Gestaltung miteinander in Beziehung. Gepflegte Typografie, adäquate Papierwahl, hochstehende Druckqualität und buchbinderische Sorgfalt unterstützen die gestalterischen Absichten optimal. Dieses Buch will man nicht nur in den Händen halten, man will auch unbedingt alles über die Orchideen Liechtensteins erfahren.

Silber in der Kategorie Books

### **Das Wahrzeichen der Stadt in Szene gesetzt**

Laudatio Christian Theiler

Zeitgenossenschaft ist etwas, was einem historischen Werk gut ansteht. Der dezente Brutalismus lässt kommende Generationen dieses raffiniert inszenierte Buch im «Hier und Jetzt» verorten. Äusserlich erweckt es die Assoziation eines Kirchengesangbuches. Klappt man es auf, bricht ein schrilles Leuchtorange die Konvention. Komplementär dazu verstärkt das fliederfarbene Papier von Einführung und Anhang die Wirkung noch. Radikalität und Gewitztheit steckt auch in der strengen Ordnung des Inhalts und der Typografie mit feinen figurativen Referenzen an das Grossmünster. Ein Druckwerk, das in seiner intelligenten, frischen Machart den Herstellern und der Leserschaft schmeichelt.

Silber: Geschichte der evangelisch-reformierten Kirchgemeinde zum Grossmünster Zürich, 1833 – 2018. Zielgruppe: historisch Interessierte.

Produktionspartner: Mirabella- Morganti (Idee, Konzept, Design); Rolf Halter, von Ah Druck (Druck); Bubü AG (Weiterverarbeitung, Veredelung). Auflage und Verwendungszeitraum: 1.500 Exemplare, zeitlos. Produktionstechnik: Offsetdruck, Folienprägung, Freirückenbroschur in Fadenheftung. Papier: Umschlag: Wintan Natural Palma. Inhalt: Vor-/Nachsatz, Leuchtorange. Inhalt: Kaskad Fliederlau und Werkdruck 2.0 Elfenbein. Besonderheiten: Runde Ecken, Goldfolienprägung, Wintan-Material für Umschlag.



Bronze in der Kategorie Books

### **Eindrücklicher Zoobesuch zwischen zwei Buchdeckeln**

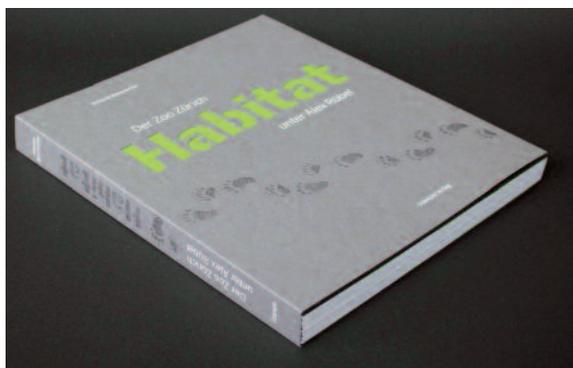
Laudatio Andy Ruf

Dieses ausgezeichnete Werk ist ein echtes Schwergewicht. 2.280 Gramm *Zoo Zürich* auf über 300 Seiten. Die ausdrucksstarken Bilder von der vielfältigen Tierwelt und den Mitarbeitenden des Zoos laden zum vertieften Stöbern ein. Bei der Umsetzung dieses Projektes wurden etliche Register der Handwerkskunst gezogen. Der rustikale und doch modern anmutende Schutzumschlag wurde mit einem einfarbigen Siebdruck und einer Stanzung versehen und zusätzlich mit einer Blindprägung veredelt. Die grosszügig layouteten Seiten wurden im Offsetverfahren auf hochwertiges Recyclingpapier gedruckt und mittels Steifbroschur-FH zwischen dem 2,8 mm dicken Vorder- und Hinterdeckel gebunden. So beeindruckt das Werk nicht nur durch seine Dimension, sondern auch



Gold in der Kategorie Printed Matters: Jahresendkarte. Zielgruppe: Klienten und Partner Produktionspartner: Hochstrasser Grafikdesign (Idee, Konzept), Roger Hochstrasser (Design, Illustrationen); Sonderegger AG (Druck, Weiterverarbeitung und Veredelung). Auflage und Verwendungszeitraum: 10.000 Exemplare, 30. 11. 2020 bis 31. 12. 2020. Produktionstechnik: Heissfolienprägung, Blindprägung, Laser. Papier: Colorplan Claret 350 g/m<sup>2</sup>. Besonderheiten: Perfekte Platzierung der Laserung und der Heissfolie nötig, um die Grafik zum Leben zu erwecken.

durch die edle Haptik und die erstklassige Produktionsqualität.



Bronze: Habitat – Der Zoo Zürich unter Alex Rübel. Zielgruppe: Zoo-interessierte Menschen. Produktionspartner: Simone Bammatter, Mindnet GmbH (Idee, Konzept), Christoph Bigler, Kleiner AG (Design); Diverse, teilweise unbekannt (Fotografie); Stämpfli Verlag AG (Druck); Bubu AG (Weiterverarbeitung); Peterka Siebdruck AG (Veredelung). Auflage und Verwendungszeitraum: 3.000 Exemplare, zeitlos. Produktionstechnik: Inhalt Offset Schutzumschlag 1-farbigem Siebdruck weiss Blindprägung (Vorderseite, Rücken, Rückseite), Stanzung (Vorderseite), Steifbroschur FH. Papier: Inhalt: Recyclingpapier Refutura 120 g/m<sup>2</sup>, Umschlag: Vorder- und Hinterdeckel Alpha BlackCore 2,8 mm, Schutzumschlag: Gmund Colors Matt dark grey 350 g/m<sup>2</sup>, Heftfaden weiss. Besonderheiten: Vielfalt der Veredelung.

Gold in der Kategorie Printed Matters  
**Heissgeprägte Glückwünsche**

Laudatio Andy Ruf

Nach dem Motto «weniger ist mehr» wurde diese liebevoll gestaltete Jahresendkarte im wahrsten Sinne des Wortes auf das Maximum reduziert. Sie übermittelt den Dank und die Glückwünsche für das neue Jahr überaus stilvoll und besticht durch schlichte Ele-

ganz und hohe Produktionsqualität. Durch die dezente Gestaltung und den subtilen Einsatz von Heissfolienprägung, Blindprägung und Laser wurde das hochwertige Colorplan Claret 350 g/m<sup>2</sup> zur optimalen Bühne für eine feine Inszenierung: Dank perfekter Platzierung der Laserung und der Heissfolie wird eine edle Rasterbild-Animation zum Leben erweckt. Ein überraschend schöner, analoger Effekt als Kontrast zu unserer mittlerweile überdigitalisierten Kommunikation.

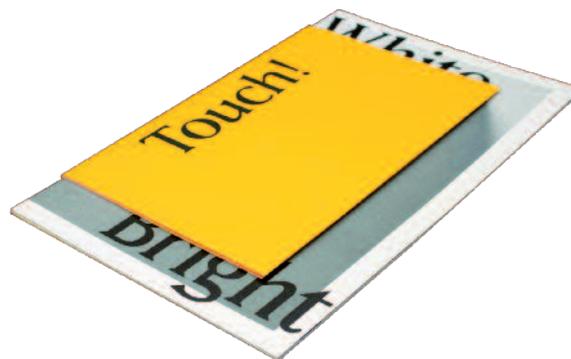
Silber in der Kategorie Printed Matters

**Inspirierendes be-greifen**

Laudatio Christian Theiler

Verspieltheit, Schaulust, Körperhaftigkeit vermitteln sich in dieser ausgezeichneten Broschüre. Die Dimensionen von Bild, Typografie, Oberfläche, Plastizität und Performance verweben sich geschickt: Die Bildmotive sind Betonplastiken mit elementaren Form-, Farb- und Typoelementen, die selbst Printobjekte sind und sich im Printobjekt fortsetzen. Auch die

Silber: Touch! Natürlich mehr Haptik. Zielgruppe: Agenturen, Grafiker, Druckereien. Produktionspartner: Sofie's Kommunikationsdesign AG (Idee, Konzept, Design, Fotografie); Fischer Papier AG (Idee, Konzept); Nil Schelling, Plastikerin (Betongussobjekte); Detail AG (Reproduktion); ZT Medien AG (Druck); Bubu AG (Weiterverarbeitung). Auflage und Verwendungszeitraum: 4.200 Exemplare (DE/FR), 2020 bis 2021. Produktionstechnik: Offset, Heidelberg Speedmaster XL 106 und Heidelberg Speedmaster SX 52 – Raster Sublima 280, Broschüre: Drahtheftung, Umhefter – stanzen, rillen, falzen und ankleben. Papier: Broschüre: Touch Bright 1,1, 115 und 300 g/m<sup>2</sup> – Touch White 1,1, 130 und 165 g/m<sup>2</sup>, Umhefter: Wood Bright, 300 g/m<sup>2</sup>. Besonderheiten: Print in Print inkludiert.



Gold in der Kategorie Printed Objects: Pure soap. Zielgruppe: Frauen und Männer. Produktionspartner: Planet GmbH Kriens (Idee, Konzept, Design, Fotografie); Kasimir Meyer AG (Idee, Konzept, Druck, Weiterverarbeitung, Veredelung). Auflage und Verwendungszeitraum: 4.000 Exemplare, 2020/2021. Produktionstechnik: HP Indigo Digitaldruck, Fadensteppstich und Klebetechnik. Papier: Antalis Graspapier FSC 275 g/m<sup>2</sup>. Besonderheiten: Das qualitative Bedrucken von Graspapier ist eine Herausforderung; dabei braucht es grosses Know-how in der Verarbeitung von porösen Oberflächen.



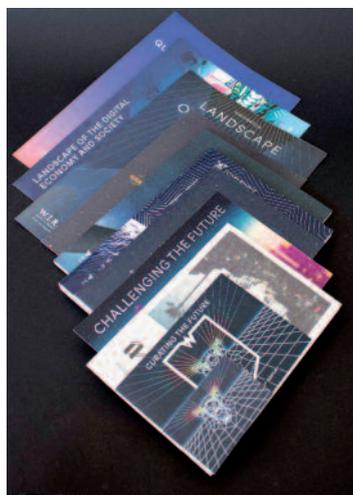
Motive der Betonschalung und des Making-of werden aufgenommen, weitergesponnen und entfalten sich erst beim Betrachten. Der Textumfang ist minimal. Es ist der Gegenstand, der begriffen werden will und inspiriert.

Bronze in der Kategorie Printed Matters

#### Navigationshilfe für komplexe Themen

Laudatio Patrick Werder

Werden wissenschaftliche Publikationen noch gelesen? Und wenn ja; wie werden Sie gelesen? Die Antwort darauf lässt nicht lange auf sich warten. Geschickt gestalterisch ineinander verwobene Themenblöcke versetzen den Leser in eine Art «Flanier-Mo-



Silber: Serie gedruckter Kommunikationsmittel. Zielgruppe: Unternehmen und alle interessierten Personen. Produktionspartner: The W.I.R.E. (Idee, Konzept, Design, Illustrationen); Neidhart + Schön Print (Druck). Auflage und Verwendungszeitraum: ganzes Jahr 2020. Produktionstechnik: diverse. Papier: diverse. Besonderheiten: Jedes Druck-Erzeugnis hat eine kleine Spezialität, ist aber als Einzelobjekt drucktechnisch nicht bahnbrechend.

«dus». Typografisch reizvoll gesetzte Akzente unterstreichen wichtige Kernaussagen. Handliches Format, kombiniert mit haptischer Anmutung von Einband und Inhalt – dem geforderten, unausgesprochenen Anspruch eines Wissensträgers mit

hochrelevantem Inhalt wird kompetent Rechnung getragen.

Gold in der Kategorie Printed Objects

#### Summa cum laude

Laudatio Anna Kohler

Die Nachfülltasche der nachhaltig hergestellten «Pure Soap» ist Gold wert. Das Papier aus Gras, eigentlich unbedruckbar, wurde von der Kasimir Meyer AG mit einer speziellen Technik ermöglicht, die Ränder perfekt genäht, die Farben harmonisch abgestimmt auf die Natur. Geklammert mit einer Spange lädt das Produkt zum Kauf und entspricht 100 Prozent dem gut riechenden Inhalt. Nutzen, Emotionalität, Originalität, Anmutung: Alles perfekt in Szene gesetzt.

Silber in der Kategorie Printed Objects

#### Ein verspieltes Spiel

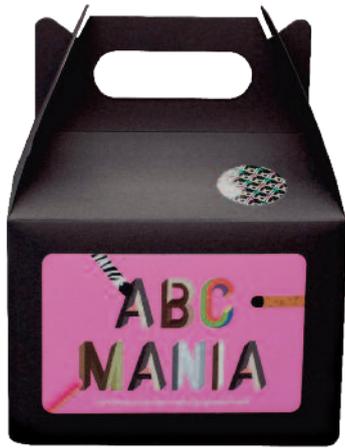
Laudatio Frederick Rossmann

Zweifellos erkennt man, dass die Macher dieses besonderen Memory-Spiels eine grosse Leidenschaft für Grafikdesign und Typografie haben. Das Auffallende daran ist, dass die Bilderpaare visuell nicht identisch sind, aber dennoch eindeutig zusammengehören. So wird das «M» einmal als reguläres «M» abgebildet. Das entsprechende Ebenbild ist ein Mammut, welches auf originelle und verspielte Weise eine «M»-Form aufweist. Dieser kreative und liebevolle Umgang mit Typografie, unter Einhaltung eines eigenständigen Illustrationstils mit eigener Farbpalette macht Freude. Nicht zuletzt überzeugt auch die Nebenbotschaft, dass «gleich sein» nicht immer «deckungsgleich» sein muss.

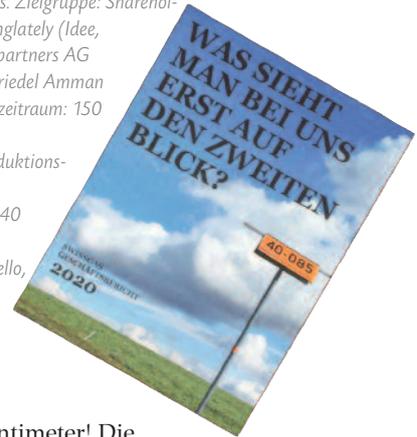
Silber: ABC Mania. Zielgruppe: Alle, von Klein bis Gross! Kindergärten, Schulen, Altersheime etc.

Produktionspartner: d+u (Idee, Konzept, Design, Illustrationen); Kasimir Meyer AG (Druck: ABC Mania-Spiel); Ok Haller Druck AG (Druck: Spielanleitung); Jordi AG (Druck: Kleber). Auflage und Verwendungszeitraum: 110 Stück (1. Auflage), 180 Stück (2. Auflage).

Produktionstechnik: Digitaldruck. Ausrüsten: zwei Lagen auf Kern (1,5 mm Graukarton kaschiert). Papier: ABC Mania-Spiel: Novatech Satin halbmatt, beidseitig gestrichen weiss FSC + 250 g/m<sup>2</sup>.



Bronze: Geschäftsbericht 2020 Swissgas. Zielgruppe: Shareholder, Kunden. Produktionspartner: lookinglately (Idee, Konzept, Design, Illustrationen); Köpflpartners AG (Design, Druck, Weiterverarbeitung); Friedel Amman (Fotografie). Auflage und Verwendungszeitraum: 150 Exemplare (DE) / 100 Exemplare (FR), Jubiläumsjahr und darüber hinaus. Produktionstechnik: Offset, Bindetechnik: manuelle Fertigung. Papier: Umschlag: Z-offset 240 g/m<sup>2</sup>, Inhalt: Z-offset 170 g/m<sup>2</sup>. Besonderheiten: 60 Seiten Inhalt Leporello, in 6 Seiten Wickelumschlag mit Magnetverschluss.



immerhin auf stolze 480 Zentimeter! Die Dramaturgie beim Erkunden des Inhalts macht Freude: Auf spielerische Weise lässt es das Leporello-Faltbuch zu, entweder die 30 Seiten zu durchblättern oder, in seiner ganzen Länge geöffnet, auf der Rückseite den Zeitstrahl mit der 50-jährigen Firmengeschichte zu betrachten. Die Publikation überzeugt durch die innovative Gestaltung, eine angemessene Papierwahl und insgesamt durch die sorgfältige Produktion.

Bronze in der Kategorie Printed Objects

### 50 Jahre, innovativ im Leporello entfaltet

Laudatio Ursula Heilig

Das Leitungsnetz von Swissgas hat eine Gesamtlänge von 260 Kilometer – der Jahresbericht 2020 bringt es



Schule für Gestaltung Zürich

# Der berufsbegleitende Lehrgang für Medienprofis

## Techno-Polygrafinnen und -Polygrafen

mit eidgenössischem Fachausweis sind gesuchte

Fachleute. Sie arbeiten in Agenturen, Kommunikationsabteilungen und grafischen Unternehmen.

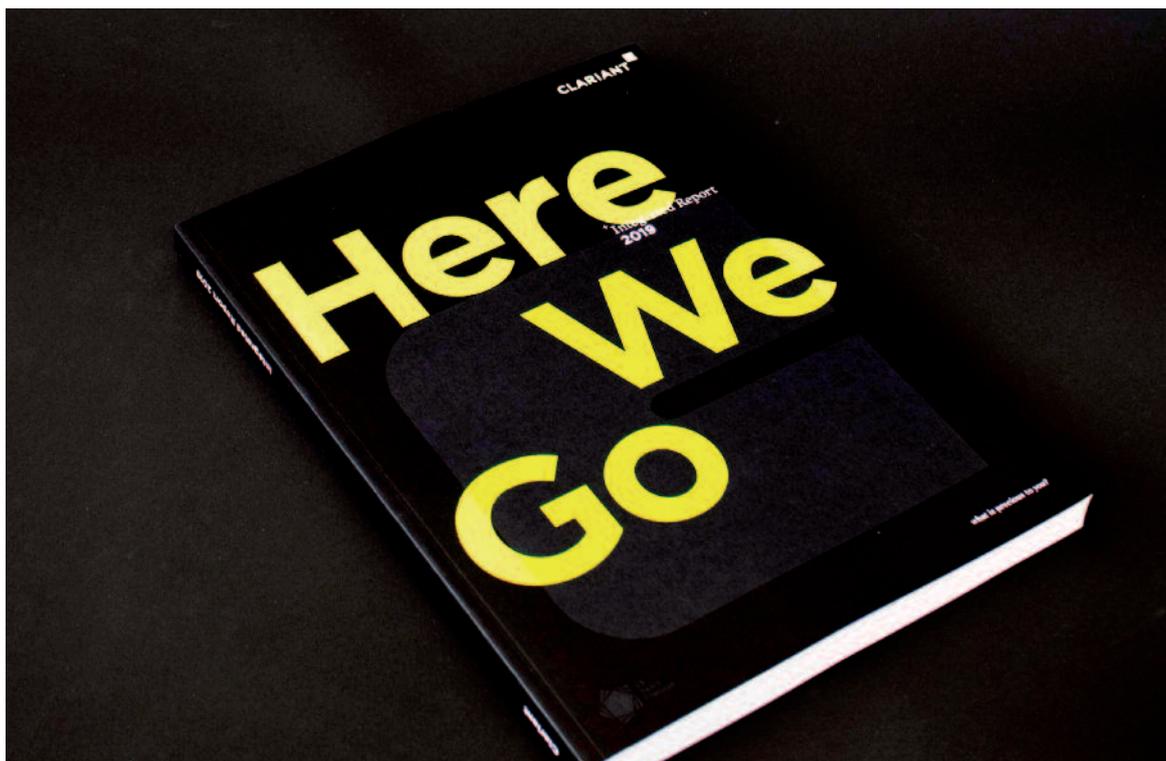
Mit ihrem Know-how in Produktionstechnologien und automatisierten Prozessen realisieren sie

komplexe Crossmedia-Kampagnen und hochstehende

Druckprodukte. **Jetzt anmelden! Der nächste Lehrgang startet am 25. Februar 2022.**

Schule für Gestaltung Zürich  
Ausstellungsstrasse 104  
8005 Zürich  
044 446 97 77  
[www.sfgz.ch/weiterbildung](http://www.sfgz.ch/weiterbildung)

Gold in der Kategorie Publications:  
 Integrated Report  
 2019. Zielgruppe:  
 Kapitalmarktteilnehmer (Investoren, Aktionäre, Analysten), Mitarbeitende, Kunden, Öffentlichkeit.  
 Produktionspartner:  
 Mutabor (Idee, Konzept); Kammann Rossi (Design, Illustrationen); Scanderbeg Sauer Photography (Fotografie); Neidhart + Schön Print (Litho, Feintypographie, Druck); Buchbinderei An der Reuss (Weiterverarbeitung); Siebdruck Bögli (Veredelung). Auflage und Verwendungszeitraum: 2.000 Exemplare (DE) / 2.500 Exemplare (EN), Veröffentlichung an der Bilanzmedienkonferenz im Frühling 2020. Produktionstechnik: Offsetdruck 6-Farben: 4 x Neon-Farben, 1 x hochpigmentiertes Schwarz, 1 x Schwarz, alle Fotografien in S/W, teilweise mit Verlauf Neonfarbe bearbeitet, Klebebindung inklusive Registerstanzung. Papier: Inhalt: PlanoArt 130 g/m<sup>2</sup>, Umschlag: Sirio Ultrablack 280 g/m<sup>2</sup>. Besonderheiten: Gemeinsame «Forschungsarbeit» beim Druck des Umschlags: Siebdruck auf schwarzem Papier, gelbe Neonfarbe, spezielle Mischung (ohne Weissdruck darunter, direkt auf Umschlag gedruckt).



Gold in der Kategorie Publications

**Sechs Augenpaare können sich nicht irren**

Laudatio Patrick Werder

Der Clariant Integrated Report 2019 liegt einladend vor mir. Die Bewertungskriterien sind klar vorgegeben. Bereits ohne Umschweife behutsam in die Hände genommen und geblättert. Der Geschäftsbericht vermittelt Vertrauen, spricht mich unmittelbar an. Den Bewertungsbogen in der Hand gehe ich die übergeordneten Positionen durch. Emotional? Genau die richtige Mischung! Kreation? Handwerklich perfekt umgesetzt! Wertigkeit? Absolut passend und nachhaltig! Anschliessende Besprechung in der Jury: Sechs Augenpaare kommen zum gleichen übereinstimmenden Ergebnis; mit anderen Worten: So sehen Sieger aus, ohne Wenn und Aber!

Silber: Geschlecht. Zielgruppe: Ausstellungsbesucher. Produktionspartner: Studio Roth&Maerchy AG (Idee, Konzept, Design); Druckerei Odermatt AG (Druck); Buchbinderei An der Reuss AG (Weiterverarbeitung); Packwerk AG (Veredelung). Auflage und Verwendungszeitraum: 4.000 Exemplare, ab Oktober 2020. Produktionstechnik: Offsetdruck, Folienprägung, Schweizerbroschur in Fadenheftung mit offenem Rücken und Klappenumschlag.



Silber in der Kategorie Publications

**Geschlechtervielfalt erfahren**

Laudatio Patrick Werder

Das Stapferhaus in Lenzburg, längst bekannt für spannende und lange nachklingende Ausstellungen, hat sich einmal mehr einem herausfordernden Thema angenommen: dem

Geschlecht. Fundiert und passend zum Kontext überträgt das Buch mittels Bild und Wort die kontextgebundenen Aspekte, um gestalterisch vertiefend darauf einzugehen. Zurückhaltend umgesetzt, vermag das Buch den Themen mehr als zu entsprechen und wird so zu einem nachhaltigen und wertigen Werk.

Bronze in der Kategorie Publications

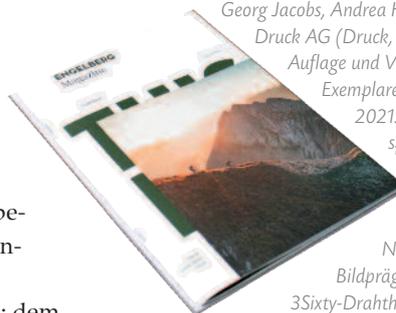
**Zwei Jahreszeiten auf einen Schlag**

Laudatio Anna Kohler

Beworben wird die Region Engelberg-Titlis, sowohl die Sommer- als auch die Wintersaison. Herausragend ist die Lösung zweier Magazine in einem. Zwei Cover, zwei Saisons, in der Mitte die Karte, vorne Sommer, hinten Winter. Der Nutzen für den User ist immens, die Cover sind stylish mit Veredelung in einer «Understatement»-Art gehalten. Motto: THIS IS IT. Wertiges Papier, perfekte Bildqualität, emotionale Ansprache der Kundinnen und Kunden. Werbewirkung ist garantiert. Sehr originell in der Idee dahinter.

Bronze: Magazin THIS IS IT. Zielgruppe: Touristen. Produktionspartner: Hei Yo Studio (Idee, Konzept, Design); ETT (Idee, Konzept); Oskar Enander, Georg Jacobs, Andrea Hurschler (Fotografie); Engelberger Druck AG (Druck, Weiterverarbeitung, Veredelung).

Auflage und Verwendungszeitraum: 20.000 Exemplare, Winter 2020/2021, Sommer 2021. Produktionstechnik: Offsetdruck, spezielle Drahtheftung (3Sixty)  
 Papier: Sommer: Z-Offset Natural, Winter: Profimatt 1.0, Umschlag: Z-Offset Natural  
 Besonderheiten: Bildprägung mit 100er Raster, Premiere 3Sixty-Drahtheftung.





Peter-Grob-Preis:  
LEERBUCH – ein Buch zur Leere, zur Inspiration. 24 Stunden. Ein Tag wie ein Jahr. Und alles wird neu. Wir lernen. Zielgruppe: Liebhaber poetischer Fotografie. Produktionspartner: Divid Unternehmensagentur (Idee, Konzept); Leistungsfotografie, Daniele Lupini (Idee, Konzept, Fotografie); Alltag Agentur (Design, Reproduktion); Triner AG (Druck); Bubü AG (Weiterverarbeitung, Veredlung). Auflage und Verwendungszeitraum: 6.000 Exemplare, ab April 2021. Produktionstechnik: LED-UV Offset, Fadenheften. Papier: Schmutzumschlag: Blocker, Offset Opak, Umschlag aussen: Surbalin Seda 8111 diamantweiss, Vor- und Nachsatz: Blocker, Offset Opak, Inhalt: Magno Motion Raw, matt gestrichen, 150 g/m<sup>2</sup>. Besonderheiten: 24 Unternehmer = 24 verschiedene Schmutzumschläge.

Peter-Grob-Preis

### Ein Tanz zwischen Poesie und Humor

Laudatio Frederick Rossmann

Der Lockdown hat uns nicht nur Verunsicherung und Angst gebracht. Die Macher dieses Buchprojektes haben den Fokus ausschliesslich auf das absurde Bild der Leere gelegt. Leere Stadtzentren, Opernhäuser oder Spielplätze. Ein Bild, an welches wir uns zu schnell gewöhnt hatten. Umso wichtiger ist es, sich bewusst damit auseinanderzusetzen. Dies taten 24 Schweizer Persönlichkeiten mit Texten zwischen Humor und Poesie. Diese Dualität widerspiegelt auch die Gestaltung des Buches. Poetische Leere auf Schwarz-Weiss-Fotos von Schweizer Plätzen werden

kombiniert mit leeren Doppelseiten, um dem Betrachter die gespenstische Leere, aber auch poetische Ruhe in Erinnerung zu rufen. Ironische Gestaltungselemente wie fehlende Bilder oder an Hygienemasken erinnernde hellgrüne Duplexbilder bringen eine Spur Humor in die Gestaltung. Ein besonderes Buch und wichtiges Zeitdokument mit schöner Haptik, welchem wir gerne den PETER-GROB-Sonderpreis verleihen.

> [www.swiss-print-award.ch](http://www.swiss-print-award.ch)



BUCHBINDEREI **GROLLIMUND**

Binden ist Vertrauenssache

Buchbinderei Grollimund AG  
Industriestrasse 4, CH-4153 Reinach BL  
T +41 61 717 70 70, [www.grolli.ch](http://www.grolli.ch)

