

# Bilder als Kulissen

«Wir hätten ja auch einen schönen Prospekt drucken können», sagt CYRIL HEIMGARTNER, als er uns das neue und aussergewöhnliche Referenzbuch seines Hauses Kasimir Meyer AG vorstellte. TREND.WELT.BILDER. springt beim Betrachten im wahrsten Sinne des Wortes ins Auge – und verzaubert selbst jemandem, der nahezu alle Tricks und Kniffe der Branche zu kennen glaubt.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Vor sechs Jahren hatte die Kasimir Meyer AG schon einmal für Aufsehen gesorgt, als man den «Best in Print Award» des Druckmarkt Schweiz mit dem Musterbuch TREND.SINN.BILDER. gewann. Damals standen die atemberaubenden Veredelungsmöglichkeiten im Zentrum des Werkes. «Der Leser wird in eine völlig neue Welt der gedruckten Veredelung gezogen. Seite für Seite perfekte Druckkunst. Die Kasimir Meyer AG begeistert mit Drucken, die staunen machen», wurde das «Lustmachbuch» von der Jury gerühmt.

Mit dem neuen Referenzbuch zeigt das Unternehmen jetzt völlig neue Dimensionen vorhandener Möglichkeiten auf, bezieht Veredelungen mit ein und stellt das eigene, nunmehr deutlich erweiterte Know-how eindrücklich unter Beweis.

## Ein Buch als Event

«Wir haben selber Freude an Trend.Welt.Bilder. Und sind auch ein bisschen stolz darauf», gibt CYRILL HEIMGARTNER zu. «Aber: Es war ein weiter Weg von der Idee bis zur Ausführung, bei der wir uns aber auch auf die gute Zusammenarbeit mit spezialisierten Partnern verlassen konnten. Wir mussten einige Klippen umschiffen, um alle gezeigten Möglichkeiten tatsächlich in einem Buch zusammenzufassen. Das war schon ziemlich anspruchsvoll – nicht zuletzt auch für die Buchbinderei.» Die nämlich (wer sollte es anderes sein als BuBu?) verwandelte die perfekt gedruckten und veredelten Bogen zu diesem «Gesamtkunstwerk» als Flatbook. Und tatsächlich enthält jede einzelne Doppelseite ganz besondere Herausforderungen. Nicht nur was den Druck angeht oder das Veredeln – mit der Technik der Pop-ups begeben sich die Macher des Buches ausserdem in die Welt der Mechanik, die dem Papier und Karton Leben einhaucht.

Die Kasimir Meyer AG beweist mit dem neuen Referenzbuch, dass sie der Vielfalt, die Papier und das Medium Print ohne Ende haben, kompetent gerecht wird und liefert allen eine Steilvorlage, die sich mit Kommunikation der gehobenen Klasse beschäftigt.



Das Buch wird in einer Umverpackung präsentiert und steckt zudem noch in einem Schuber. So viel Schutz hat es auch verdient.

Ganz besonders filigran ist die Seerose gedruckt, gestanzt und geklebt, bis sie sich beim Aufschlagen der Seite zart und behutsam entfaltet.

Von dem Buch wurden 500 Exemplare gedruckt, die ausgesuchten Kunden überreicht werden. Denn für Cyril Heimgartner ist wichtig «über das Buch mit den Kunden im Gespräch zu bleiben.» Dieser Plan dürfte aufgehen.

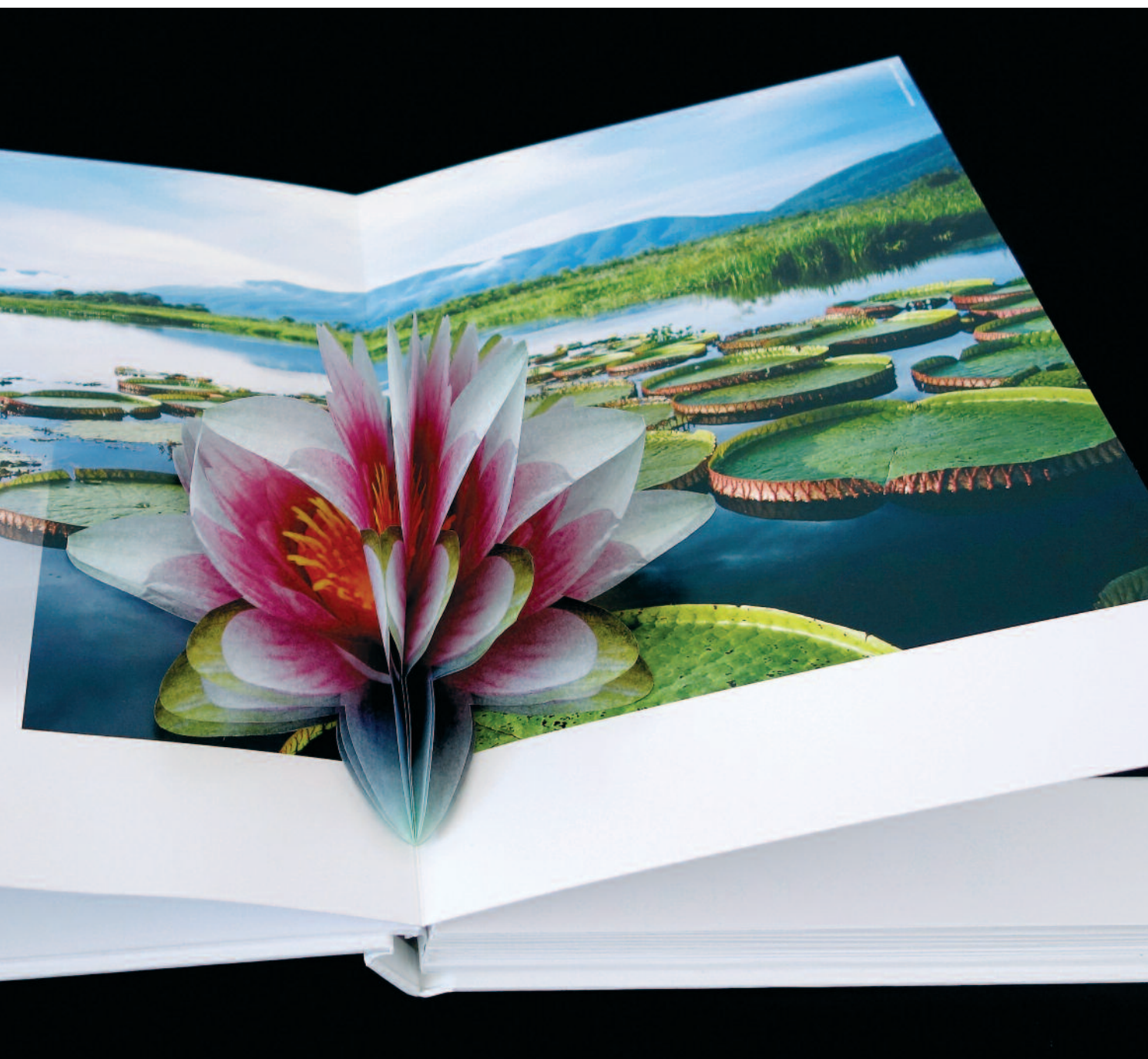


*Pop-up? Stand up?*

*Der Begriff kommt aus dem Englischen von «to pop up» und meint, dass etwas plötzlich auftaucht oder erscheint. Was man ursprünglich einmal für Bilderbücher zum Spielen oder auch bei Schallplatten-Covern eingesetzt hat, ist in den letzten Jahren fast in Vergessenheit geraten.*

*Technisch gesehen bestehen Pop-ups aus Papier, das gefaltet ist und sich durch Umblättern einer Seite auf eine bestimmte Art und Weise dreidimensional aufstellt – das Bild wird zur Kulisse. Doch auch wenn es ernst gemeint ist, verleiten solche Applikationen einfach zum Spielen, denn häufig kann man interaktiv in diese Bilder eingreifen.*

*Pop-ups funktionieren prinzipiell dadurch, dass sich der Winkel zwischen den Buchseiten vergrössert, wenn das Buch aufgeschlagen wird. Der Buchnutzer wendet beim Blättern kinetische Energie auf, die von den Seiten auf das Pop-up übertragen wird.*



Es ist ja nicht nur das enorme Know-how, das CYRIL HEIMGARTNER als Inhaber und Geschäftsleiter der Druckerei vorstellt, es kennzeichnet eben den Hang und die Liebe zum gedruckten Produkt sowie zum handwerklichen Drucken und Veredeln. Zu Drucksachen, die inspirieren und die Papier zum Leben erwecken. «Wenn man es kann», sagt HEIMGARTNER. Und die Kollegen aus Wohlen können es eben.

So profiliert sich der grafische Betrieb Kasimir Meyer AG aus dem Aargau einmal mehr als eines der innovativsten Unternehmen der Druckereibranche. «Wir hätten ja auch einfach einen schönen Prospekt drucken können», sagt HEIMGARTNER. «Unser Anspruch ist es jedoch, nicht nur mit Worten etwas zu versprechen, sondern mit konkreten Taten zu beweisen, dass wir die Kreativität von Könnern professionell umzusetzen wissen.»

Das Resultat beeindruckt. Das aufwändig konzipierte und gestaltete Buch, das es in dieser Art wohl noch nie gegeben hat, ist ein Werk, das mehr oder weniger alles zusammenfasst, was heute mit den Möglichkeiten des Drucks und der Papierveredelung möglich ist. Und im wahren Sinne des Wortes den Beweis dafür liefert, wie man durch gute Ideen mit Printprodukten Bewegung in die Marketingkommunikation bringen kann.

Jede einzelne der insgesamt dreizehn Doppelseiten von TREND.WELT.BILDER, gleicht einer spannenden Entdeckungsreise. Einerseits durch die Bildsprache, die weltbekannte Monumente und Orte rund um den Erdball zeigt. Die Reise geht vom Bryce Canyon in Utah über die Salzwüste in Bolivien bis zur Hofburg in Tibet oder die Halongbucht in Vietnam. Und die Weltreise vergisst natürlich nicht die Schweiz und das Matterhorn. Immerhin prominent platziert auf dem Titel und beim extra angefertigten Schubler zum Schutz dieses Buches – samt Stanzung.

**Ideenlieferant nicht nur für Kreative**

Vor allem aber brilliert das Buch durch die vielfältigen Möglichkeiten, die zur Geltung gebracht werden. Wenn CYRIL HEIMGARTNER bescheiden andeutet, es hätte schon einiges an Zeit und Experimenten gebraucht, ist das masslos untertrieben. Von der Idee zum fertigen Exemplar vergingen eineinhalb Jahre. 18 Monate, in denen Ideen geboren und wieder verworfen wurden, in denen experimentiert, versucht und verfeinert wurde, in denen man selbst erlebte, wie aus Ideen mit Printspezialitäten plus Papierveredelung überraschende Effekte entstanden sind.

Da wird scheinbar unleserlicher Text lesbar, da blühen Seerosen durch eine ganz spezielle Form des Drucks und der Weiterverarbeitung förmlich auf, da wachsen einem Salzberge und Steine entgegen und verschwundene Dörfer kommen wieder zum Vorschein. Schiffe bewegen sich wie von Zauberhand im Sonnenverlauf



14 Motive haben Cyril Heimgartner und sein Team realisiert. Einige nachvollziehbar und durchschaubar, andere mysteriös wie das «Verschwinde-Weiss», das im nassen Zustand den Untergrund offenbart, beim Auftrocknen aber wieder verschwinden lässt.

(wobei ein bisschen Mechanik weiterhilft) oder – erschrecken Sie nicht – da fliegt dem Betrachter gar ein Schmetterling entgegen und flattert durch den Raum und es springt einem wie von Geisterhand ein gewaltiger Felsbrocken entgegen.

Dadurch wird das Blättern (eigentlich ist es ja geradezu das Umwuchten der schweren Seiten des Flatbooks) im Referenzbuch TREND.WELT.BILDER, zum überraschenden Erlebnis und gleichzeitig zum mehrdimensionalen Ideenlieferanten für Kreative.

Das aussergewöhnliche Referenzbuch der Printspezialitäten richtet sich laut CYRIL HEIMGARTNER an Kreative in Kommunikationsagenturen. Meiner Ansicht viel zu kurz gesprungen. Es richtet sich an alle, die endlich begreifen sollten, dass Drucken und Drucken zweierlei Dinge sind.



