

100 oder mehr Ideen

Seit drei Jahren gibt es nun den **SWISS PRINT AWARD**. Und es hat sich bereits herumgesprochen, dass nicht jede beliebige Drucksache eine Chance hat, die begehrte Auszeichnung zu gewinnen. So ist der **SWISS PRINT AWARD 2015** eine fantastische Reise quer durch die Papierlandschaft mit allen Drucktechniken, Veredelungs- und Weiterverarbeitungs-Ideen.

VON KLAUS-PETER NICOLAY

Da lässt die Migros ein Buch konzipieren und gestalten, lässt es in drei Sprachen und einer Auflage von insgesamt 220.000 Exemplaren drucken, verkauft es auch reichlich zwischen Mai und Oktober 2014 und gewinnt am Ende auch noch den Swiss Print Award 2015 in Gold!

100 Dinge, die man gemacht haben sollte

Ja, und das ist auch gut so. Denn mit dem Buch «100 Dinge, die man in diesem Sommer gemacht haben sollte» (170.000 deutsch, 44.000 französisch, 6.000 italienisch) wurden die Käufer (ganz offensichtlich vor allem Familien) nicht nur dazu inspiriert, ungewöhnliche oder fast vergessene Dinge zu tun, sie wurden gleichzeitig auch mit nahezu allem konfrontiert, was Drucktechnik heute zu bieten hat.

Dazu hatten sich die Kreativen der Agentur *Jung von Matt* allerlei einfallen lassen und *Neidhart + Schön* hat dies auf den Maschinen im Druckzentrum *Comprinta* in Schwerzenbach meisterhaft umgesetzt.

Migros setzt also auf Print, gedruckt in der Schweiz! In dem knallig orangen Büchlein schlägt

Migros auf rund 140 bunt illustrierten Seiten die unterschiedlichsten Freizeitaktivitäten für drinnen und draussen, für Regen und Sonne, für Jung und Alt vor.

In dem Sommer-Ideenbuch hat die *Migros* 100 Tipps gegen Langeweile bereitgestellt, die für Spass und Abwechslung sorgen sollen. Eine Kampagne, die Migros als den Einkaufsort für Sommerartikel positionierte.

Das Werk kommt im praktischen Taschenbuchformat daher, sodass es sich im Alltag überall mitnehmen lässt. Dabei lebt das Buch von den vielen Bildern und Illustrationen, Karikaturen und den Ideen. Zum anderen begeistern die Haptik, die vielen kleinen Beilagen und die auffälligen Panoramaseiten. Gedruckte Tattoos, die sich einfach mit etwas Wasser auf beliebige Körperstellen aufbringen lassen, Duftkarten, die Düfte von Blumen und Gewürzen riechen lassen, Samenpapier, das sich im Beet schnell auflöst und den im Papier enthaltenen Blumensamen freigibt – es wurde gestanzt, geprägt, es gibt etliche Seiten zum Ausklappen, Sonderfarben, Lacke, Prägungen und vieles mehr.

Das inspirierende Sommerbuch gab es von Mai bis Oktober 2014 schweizweit in

allen *Migros*-Filialen zum Preis von 7.70 CHF. Mit rund 125.000 verkauften Exemplaren wurde das Buch 2014 zu einem Bestseller in der Schweiz (die restlichen Exemplare wurden in Aktionen kostenlos verteilt).

Es waren vielleicht keine 100 Druckfinessen, welche die Gestalter und Drucker im Frühjahr 2014 «gemacht haben», um den Schweizern ein besonderes Sommerfeeling zu bieten, aber doch genügend, um eine fantastische Drucksache auf die Beine zu stellen. (Und wie wir hörten, laufen für die neue Ausgabe die Maschinen schon wieder auf Hochtouren.)

Ob die Eltern ihren Kindern all die drucktechnischen Effekte erklären konnten, wissen wir natürlich nicht, aber das Buch dürfte wohl einen bleibenden Eindruck hinterlassen haben.

Vor allem aber es ist ein Buch, welches das Medium Print in seiner Vielfalt zeigt und damit dem nicht gerade geringen Anspruch des **SWISS PRINT AWARDS** entspricht, «Lust auf Print» zu machen.

Carta, Vino & Cucina

Dies bewiesen aber auch einige andere Drucksachen mehr. Und dabei gab es auch Print-Objekte, die es nicht in die Bestseller-Liste geschafft haben.

So gewann die *Kromer Print AG*, Lenzburg, als Generalunternehmer den 2. Platz und den **SWISS PRINT AWARD** in Silber mit einem aussergewöhnlichen Projekt in einer Auflage von nur 200 Exemplaren.



Am Anfang stand die Idee, bei einem guten Essen Wein und Papier zu vergleichen. In dieser Reihenfolge entstand dann auch «Carta, Vino & Cucina»: Nach dem Menü-Vorschlag und der Auswahl der Weine ging es darum, das passende Papier zu finden. Erst dann machten sich die Designer ans Werk, deren Ideen farblich und drucktechnisch auf 15 verschiedenen Papieren gedruckt und veredelt wurden. Das alles in einer Box, die den Teilnehmern des Events überreicht wurde.



Für die «verrückte» Idee der Olivin AG, Wein mit Papier zu vergleichen, die Farben von Edelsteinen mit denen des Weins gleichzusetzen und dem Ganzen dabei auch noch ein gutes Essen zur Seite zu stellen, waren die Herausforderungen für die Gestalter von arcus design, die Drucker bei Kromer Print und die Veredler in Capeders Atelier eine nicht eben alltägliche Übung. Für den Kunden-Event «Carta, Vino & Cucina» wurden insgesamt 15 Drucksachen (alleine neun für die Menükarte, den Apero und die folgenden Gänge) in einer Box mit 15 verschiedenen Papieren von Papyrus Schweiz eingesetzt und zu jedem Gang ein eigenes Design samt Druck

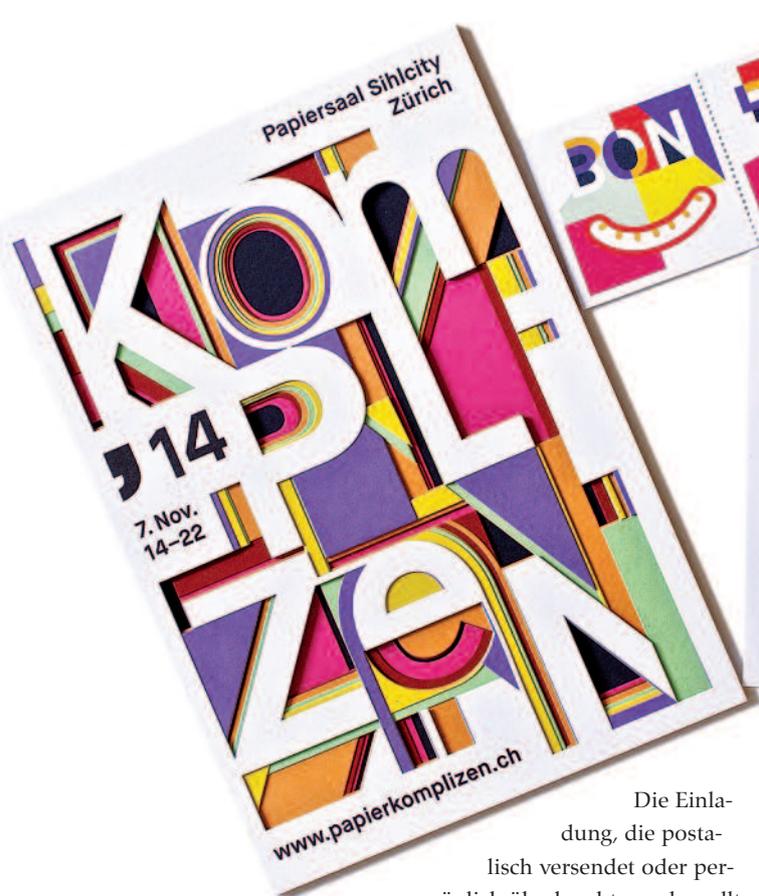
und Veredelung geschaffen. Die im Digitaldruck produzierten Drucksachen wurden unterschiedlich und dezent mit Spot-Lackierungen, Prägungen, Stan- zungen einschliesslich Laser- stanzen und Schneidetechniken versehen, um das kulinarische

Erlebnis mit drucktechnischen Leckerbissen in Erinnerung zu halten. Ein aussergewöhnliches und einmaliges Projekt. Denn ändern sich die Menüfolge oder der Wein, müssten wieder andere Papiere eingesetzt und neue

Designs geschaffen werden, um dem Erlebnis «Carta, Vino & Cucina» die angemessenen Drucksachen zur Seite zu stellen. Kurzum: So machen Print und Papier Spass. ▶



Offsetdruck 4/4-farbig plus Pantone 021 Orange plus Lack seidmatt beim Umschlag, Siebdruck, Blindprägung, Duftkarte, Postkarte, Samenpapier, Sticker, Tattoo-Sticker und vieles mehr überraschte die Leser des Buches «100 Dinge, die man in diesem Sommer gemacht haben sollte». Beim Umschlag kam 280 g/m² schweres Constellation Snow Tela Fine zum Einsatz, der Inhalt wurde auf 120 g/m² Olin Regular High White auf den Anlagen des Druckzentrums Comprinta in Schwerzenbach gedruckt.



Papierkomplizen'14
 Papiersaal Sihlcity Zürich
 18.30 Uhr: Richard van der Laken,
 Pepijn Zurburg, NL
 "If you don't feel hungry, make yourself
 feel hungry!" (en)
 20.30 Uhr: Eike König, D
 "Hort is not a place, it's a feeling." (de)
 22.00 Uhr: Blind Tracks – B-Boying
 Action Painting
 ab 22.00 Uhr: Afterparty
 DJ Calvin Palmer
 Bar&Grill
 Anmelden unter:
 www.papierkomplizen.ch

Dreidimensional und farbig kommt die Einladung der «Papierkomplizen» Thomas Freitag von der Buchbinderei Burkhardt, Bruno Sonderegger und Andreas Bernhard von Fischer Papier daher. Sie verfehlte ihre Wirkung nicht und sorgte für ein volles Haus. Womit einmal mehr bewiesen ist, dass Haptisches und Gedrucktes die Menschen bewegt.

Ganz schlicht und sachlich, aber beeindruckend: der Ausstellungskatalog, den die Druckerei Hürlimann produzierte. Besonderer Hingucker ist der raffinierte Schutzumschlag, den die Buchbinderei Burkhardt beisteuerte.



Die Einladung, die postalisch versendet oder persönlich überbracht wurde, sollte

möglichst viele Interessierte auf den Event aufmerksam machen. Und das hat sie wohl. Die Einladung fand grossen Anklang und hatte einen wahren Besucheransturm zur Folge.

Über 600 Anmeldungen, in erster Linie Grafiker und Kreative, gingen bei den Veranstaltern ein. Bei der A4 grossen Karte (dazu noch Coupons) wurden neun Lagen Multiloft eingesetzt, ein Papier, das mit Kleber beschichtet ist und unter Druck verklebt. Zudem wurden die Lagen gestanzt, sodass sich ein Relief ergibt.

Das Design stammt von Viola Zimmermann & Andreas Moesch, Zürich. Den Digitaldruck stellte die Buchbinderei Burkhardt AG, Mönchaltorf, für die Veredelung zeichnet die Sonderegger AG, Bronschhofen, verantwortlich und das Papier für die 2.000 Exemplare wurde von der Fischer Papier AG gestellt.

Eine aussergewöhnliche Arbeit, deren Erfolg für sich selbst spricht.

Zwei Einreichungen müssen sich dieses Jahr den 3. Platz teilen. Einmal die Zürcher Druckerei Hürlimann mit einem Ausstellungskatalog und die Gemeinschaft «Papierkomplizen» für ihre Einladung zu gleichnamiger Veranstaltung.

Während der Katalog mehr oder weniger eine Team-Leistung mit den typischerweise an einer Drucksache Beteiligten (Fotograf, Agentur, Druckerei und Buchbinderei) ist, verzichtet die Einladung auf jegliche fotografische Elemente und setzt dabei ausschliesslich auf Typografie und Haptik in dreidimensionaler Umsetzung.

Papierkomplizen

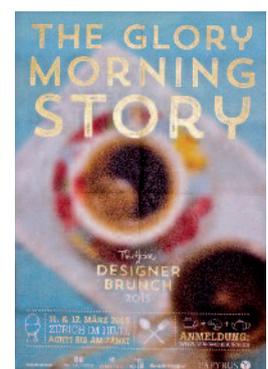
Diese vermeintlich einfache Drucksache, eine persönliche Einladung zum Anlass «Papierkomplizen» am 7. November 2014 im Papiersaal in Zürich, entpuppt sich als äusserst raffiniertes Werk.

Kubus, Quader, Kugel

Die Dokumentation zur Ausstellung «Candido Storni, Kubus, Quader, Kugel» in der Galerie Wenger teilt sich mit den Papierkomplizen den 3. Rang. Es ist die zweite Broschüre einer fortlaufenden Zeitreihe. In den nächsten Jahren sollen weitere solcher Werkschau-Broschüren folgen und an wichtige Kunsthäuser in Europa verteilt werden.

Die Druckerei Robert Hürlimann produzierte den ausgesprochen haptischen Katalog in einem ausgefallenen Format (22,5 cm x 28,5 cm) im Offsetdruck, mit einer Bundprägung hinten und Fadenheftung sowie einem unglaublich raffinierten Schutzumschlag.

Die Preisverleihung der diesjährigen SWISS PRINT AWARD findet am 7. Mai 2015 während des Papyrus-Symposiums in Bern statt. Wir werden im nächsten Heft noch einmal über den Award berichten und dabei weitere Arbeiten vorstellen, die es zwar nicht aufs Podium geschafft haben, die es aber dennoch Wert sind, präsentiert zu werden.



IM GFZ GESTALTEN ENTSCHEIDEN MACHEN

Als freie Mitarbeitende/Vorstandsmitglied

Alle Informationen zu einem Engagement
für das GFZ gibts bei eberhard@gfz.ch