



Die Deutsche Bibelgesellschaft hat neben anderen Prominenten auch den schrillen Designer Harald Glööckler gebeten, einen Schuber für die neue Luther-Bibel zu entwerfen. Während die Schuber der anderen Prominenten in eher kleinem Rahmen vorgestellt wurden, gab es bei Glööckler in der Berliner Kulturkirche St. Matthäus großes Brimborium, als der Designer sein Werk in die Kameras hielt.

CREATURA WIE MAN EIN BUCH VERKAUFT, DAS SCHON JEDER KENNT

Die Bibel ist beileibe nicht irgendein Buch – das Buch der Bücher war das erste gedruckte Buch aller Zeiten und bis heute das meistverkaufte noch dazu. Grund genug, die neue, überarbeitete Version im neuen Glanz erstrahlen zu lassen. Eine Reihe an Prominenten und Creatura halfen bei den Sammlereditionen, die zum 500. Reformations-Jubiläum im kommenden Jahr erscheinen und ab Dezember lieferbar sind.

Von RÜDIGER MAASS

Luthers Übersetzung der Bibel in die Sprache des Volkes machte den Menschen im Jahr 1534 erstmals die vollständigen Texte in deutscher Sprache zugänglich. Nun, etwas über 480 Jahre später, bringen die Deutsche Bibelgesellschaft (DBG) und die Evangelische Kirche in Deutschland (EKD) eine überarbeitete Fassung heraus, die sich einerseits wieder ge-

nauer an den hebräischen und griechischen Urtexten ausrichten und andererseits wieder stärker an Luthers kerniger Sprache orientieren soll. Eine limitierte Edition attraktiv veredelter Schuber, entworfen von Prominenten, machen aus dem verbreiteten Buch ein begehrtes Sammlerstück.

Geschätzte zwei bis drei Milliarden Mal hat sich die Bibel in ihrer langen Geschichte bereits verkauft – und trotzdem kommen weitere Auflagen

auf den Markt. Zum Vergleich: der Koran, das dritterfolgreichste Buch der Menschheitsgeschichte (gleich nach den Worten des Vorsitzenden Mao Tse-tung) wurde bisher »nur« rund 800 Millionen Mal verkauft.

Übersättigter Markt

Unabhängig von ihrer religiösen, historischen und soziokulturellen Bedeutung bewegt sich die Bibel als Printprodukt in einem recht übersät-

tigten Markt. Denn selbst bei einer Neubearbeitung dürfte es für den Leser wenig Überraschendes geben. Mit neuen Offenbarungen oder überraschenden Wendungen ist wohl nicht zu rechnen.

Um das Buch und seine Botschaften dennoch möglichst vielen Menschen zugänglich zu machen und seine ungebrochene Relevanz in der heutigen Zeit zu unterstreichen, setzt die DBG auf modernes Marketing und Druckveredelung.

Zusammen mit der Brancheninitiative Creatura, das vom Fachverband Medienproduktion e. V. (f:mp.) ins Leben gerufene Team von Veredelungsexperten, wurde das Konzept für eine limitierte Auflage von Schubern entwickelt, für die auch verschiedene Prominente gewonnen wurden. Diese entwarfen, zum Teil unterstützt von erfahrenen Designern, Schuber nach eigenen Vorstellungen und mit einem persönlichen Bezug auf die Bedeutung der Bibel

ner Bezug zur Bibel hergestellt werden kann.

Ein sehr persönlicher Bezug

Zugegeben: Jeder, der die neu überarbeitete Bibelausgabe um ihres Inhalts Willen haben möchte, wird diese auch ohne Schuber kaufen. Andererseits ist eine Bibel an sich für viele, wenn nicht mittlerweile sogar für die meisten Menschen, ein wenig attraktives Geschenk. Das mag zwar

nen: Wenn ein von Jürgen Klopp entworfener Schuber als Geschenk ausgewählt wurde, zeigt der Schenkende dem Sportfan, dass er an ihn gedacht hat, dass er von seiner Leidenschaft für Sport weiß und daran anknüpft. Das vermittelt Wertschätzung und verleiht der Bibel als Geschenk einen persönlichen Bezug. Die hochwertige und geschmackvolle Veredelung trägt ein Übriges dazu bei. Denn das kommt letztlich auch den Botschaften der Bibel ent-

verschiedenen Techniken der Druckveredelung reichlich Know-how nötig – und zwar nicht nur technisches Wissen, sondern auch eine schlüssige Strategie für die wirtschaftliche Machbarkeit – insbesondere bei der hohen Auflage. Wenn man die prächtigen historischen Bibeln sieht, die seinerzeit von Mönchen handgefertigt und mit größtem Aufwand veredelt wurden, spornen einen das natürlich an, bei der Gestaltung alle Register zu ziehen.



für ihr eigenes Leben oder auf ihr liebstes Bibelzitat. Insgesamt wurden elf Prominentenschuber für die Luther-Bibel 2017 produziert. Die ersten acht, kreiert von Janosch, Jürgen Klopp, Peter Gaymann, Dieter Falk, Klaus Meine, Wolfgang Dauner und Randi Bubat, Uschi Glas sowie Joe Hennig wurden auf der Frankfurter Buchmesse 2016 präsentiert. Drei weitere, die von Margot Käbmann, Harald Glöckler und Heinrich Bedford-Strohm entworfen wurden, sind gerade von den Projektpartnern Gräfe Druck & Veredelung, Heidenreich Print und Vogt Foliendruck produziert worden. Bei der Liste der Prominenten, die mit ihren Schubern die neue Bibelausgabe bereichern, fällt auf, aus wie vielen verschiedenen Bereichen des kulturellen Lebens sie kommen – von Kirchenvertretern über klassische und Rockmusiker, Sportler, Schauspieler, Karikaturisten, Graffiti Artists oder Kinderbuchautoren und Illustratoren. Für fast jede Zielgruppe ist ein Schuber dabei, über den ein emotio-

in Bezug auf das anstehende Weihnachtsfest ein wenig ironisch klingen, aber die breite Verfügbarkeit des Buchs hat seine wahrgenommene Wertigkeit als Objekt innerhalb der Gesellschaft gemindert. Durch den Schuber, das haben unsere bisherigen Erfahrungen auf der zurückliegenden Buchmesse gezeigt, wird das Buch der Bücher zum begehrten Objekt für Privatpersonen genauso wie für Unternehmen. Dennoch wird die Bibel als Geschenk eher kritisch betrachtet. Es ist die große Zahl der verschiedenen unterschiedlichen Geschichten in der Bibel und die sehr persönliche Natur religiöser Anschauung, die man bei seinem Gegenüber meist nur schwer einschätzen kann. Das führt schnell zu der Sorge, dass der Beschenkte, statt sich zu freuen vielmehr fragt, was man ihm denn mit dem Geschenk der Bibel sagen wolle. Der Schuber sorgt durch den Verweis auf den Prominenten für einen neutraleren und dennoch sehr persönlichen Bezug. Um ein Beispiel zu nen-

gegen und mag auch dazu beitragen, dass sich Menschen mit den Texten der Bibel auseinandersetzen. Und ist nicht das an sich schon eine gute Sache?

Mit Kompetenz und Know-how

Allerdings war für die Umsetzung der sehr unterschiedlichen Designs und vor allem der dafür benötigten vielen

Allerdings darf auch die wirtschaftliche Seite nicht vergessen werden. Gemeinsam haben wir einen Weg gefunden, die oft sehr anspruchsvollen Ideen der Prominenten umzusetzen. Durch eine intelligente Nutzenaufteilung auf drei Druckbogen und die Verteilung auf unterschiedliche Techniken entstand eine Veredelungskombination der elf Schuber, die sowohl industriell produzierbar ist, als auch einen hohen Aufmerksamkeitswert erzielt. So konnte eine Kombination von Kaltfolientransfer, Prägefoliendruck und Lackveredelungen sowie Spezialeffekten umgesetzt werden. Das große Interesse an der Bibel im Promi-Schuber zeigt, dass die Strategie aufgeht und verspricht die weitere Verbreitung der christlichen Botschaft. Denn nicht nur die prominente Person steht im Fokus – das von ihm oder ihr gewählte kurze Bibelzitat schlägt eine Brücke zum Text und lädt zum Nachlesen ein.

»Die prächtigen historischen Bibeln, die seinerzeit von Mönchen handgefertigt und mit großem Aufwand veredelt wurden, spornen natürlich an, alle Register aktueller Druck- und Veredelungstechniken zu ziehen.«



Rüdiger Maaß, Geschäftsführer des f:mp. und Mitinitiator der Creatura-Initiative.

Creatura ^{Team}