



MONDI

PREMIUM-PAPIERE BEFLÜGELN PRINT

Moderne Digitaltechnologien ermöglichen, das Individuum und den individuellen Nutzen in den Fokus zu stellen. Dadurch wurde ein Szenario eröffnet, geprägt vom ›Ich. Jetzt. Hier. Sofort.«. Smartphone- und Tablet-Nutzer kennen das von Anfang an. Printmedien-Nutzer erfahren das Schritt für Schritt. Denn die Digitaltechnik in Print ist ausgereift und eroberte sich eine Spitzenposition unter den Medientechnologien.

Text: Andreas Weber | Fotos: Mondy, Studio Beryll

Der Wandel wird durch neue Anwendungen und kreative Print-Konzeptionen deutlich sichtbar. Bis dato war es wichtig und ökonomisch alternativlos, Print als Massenmedium einsetzen zu können. Je höher die Auflagen, umso günstiger der Stückpreis in der Fertigung. Der Fokus lag stets auf optimierten Herstellungskosten.

Der Blick auf bestmögliche Wirkungsmöglichkeiten von und mit Print geriet dabei ins Hintertreffen. Ebenso wie die Sorgfalt, Inhalte, Design und Papier sowie neue Verfahrenstechniken bestens aufeinander abzustimmen. Doch gerade das macht den Erfolg von Print im Digitalzeitalter aus. Und hilft ganz entscheidend, Print als Medium auf Premium-Niveau zu positionieren.

Papier trifft Print trifft Zeitgeist!

Papier ist geduldig. Stimmt! Mediennutzer sind ungeduldig. Warum? Befragt man junge Leute, die mit dem Smartphone in einer mobilen Welt aufwachsen, stellt man fest, dass es gegen Printmedien kaum Vorbehalte gibt. Vorausgesetzt, Inhalte sind relevant, maßgeschneidert (Stichwort: Customization) oder selbst erstellt. Über den Einsatz von außerge-

wöhnlichen Papieren kann sogar echte Begeisterung geschaffen werden. Geschätzt wird vor allem, dass Drucksachen in Besitz genommen werden können. Man hebt sie sogar gerne auf, wenn sie mit Liebe und Sorgfalt gemacht wurden. Daten dagegen kann man nicht besitzen, man kann sie nur verwalten, so die Erkenntnis. Überprüfen kann dies jeder von uns in seinem persönlichen Um-

feld. Im Kreise meiner Familie und Freunde habe ich einen Test gemacht. Mit Nichten, Neffen, Patenkindern im Teenageralter. Alle haben regelmäßig Kontakt mit Print. Und alle wissen zu differenzieren: Informative, massenhaft hergestellte Drucksachen wie Prospekte, Werbesendungen etc. sowie Zeitschriften und Zeitungen stießen auf wenig bis gar kein Interesse. Bücher, Verpackungen, Postkarten und Poster aber umso mehr. Ebenso wie individualisierte Druckprodukte – vom Bierdeckel bis zur Tapete. Am höchsten zeigte sich die Freude über ungestrichene Papiere. »Das fühlt sich gut an, weil so natürlich«, lautete das Urteil. Recycling und Reduktion von Verpackungsmüll haben ebenfalls bei den Jungen einen hohen Stellenwert. Auch wenn mein persönlicher ›Test‹ keinesfalls repräsentativ ist, liefert er doch wichtige Indikato-

Türöffner für Papier-Genuss

»Unsere Erfahrungen mit jungen und kreativen Zielgruppen zeigt deutlich, dass gerade über Social Media Plattformen – in unserem Fall schwerpunktmäßig *Instagram* und *Facebook* – großes Interesse für Papier auf Premium-Niveau geweckt werden kann«, sagt MARKUS WIDMER, Team Lead Customer Experience bei *Mondi Uncoated Fine Paper* in Wien. Über Bilder und Kurztexte wird das Erlebnis im Umgang mit Papier fokussiert. Daraus entstehen wichtige Neukontakte und konkrete Leads für das Zusenden von Mustern, Informationen oder Event-Einladungen. Hinzu kommen Podcasts zu B2B-Themen. Um die Vorzüge von Papier im Digitalzeitalter anschaulich zu machen, startete *Mondi* 2017 eine besondere Initiative: Um das Premium-Papier *Pergraphica* in voller Bandbreite erfahrbar zu machen,

Und es zeigt, wie die komplexe Zusammenarbeit von der Idee bis zur Realisierung optimal gestaltet werden kann.

Das Buch wurde wie ein Film respektive ein Filmdrehbuch angelegt. In zwölf Szenen wird nicht nur das Erleben der Heimstadt Wien durch den Künstler DAVID RÜHM inszeniert, sondern auch die Möglichkeiten, per Print un-nachahmliche Erlebnisse zu schaffen. Alle möglichen Finessen von Drucktechnik und Weiterverar-

house42 in Gelsenkirchen ist international für seine exklusiven Spezialitäten im Druck bekannt. Seine Welt kennt bis dato nur hochwertige Spezialeffekte per Flexo- und Offsetdruck, oft in Verbindung mit Folienprägungen auf gestrichenem Papier. »Spannend ist für mich zu sehen, wie bei *Pergraphica* mit ungestrichenen Papieren super Ergebnisse erzielt werden können. Das habe ich so nicht erwartet«, führt GÜNTER THOMAS weiter aus. »Ich bin



›*Vienna Stories*‹ entstand im Team mit dem in Wien geborenen Autor, Regisseur und Fotografen David Rühm.



Pergraphica Collectionbox.

ren und Erkenntnisse, die sich mit denen decken, die man von Papierspezialisten erfahren kann. In meinem Fall mit Experten des Geschäftsbereichs *Mondi Uncoated Fine Paper* aus der *Mondi Group*, dem Spezialisten bei Digitaldruck-Papier und ungestrichenen Papieren, die digital und im Offsetdruck verwendet werden können. Neben Büchern, Magazinen und Corporate Design stehen Innovationen bei der Verpackung im Fokus.

wurde nicht nur ein Showbook (mit Dutzenden Beispielen) sowie ein Feelbook (Musterbuch zum ›Begreifen‹ der Haptik) produziert, sondern auch ein Fotokunstband der besonderen Art: *Vienna Stories*. Im Team mit dem in Wien geborenen Autor, Regisseur und Fotografen DAVID RÜHM sowie engagierten Designern, Vorstufen- und Farbspezialisten, Druckern und Buchbindern entstand ein einzigartiges Werk, das alle Register der Druckkunst zieht.

beitung, die die Intention des Autors DAVID RÜHM unterstützen, werden angeboten: Stanzen, Prägungen, Lackierungen mit Reliefeffekten, Applikationen, Panoramadarstellungen durch Ausklappen, das Mischen von Digital- und Offsetdruck sowie ein Design, das brillante Fotografien, Illustrationen, handschriftliche Notizen und kurze, lesenswerte Texte zu einer Einheit formt. Da *Vienna Stories* im DIN A4-Überformat und querformatig angelegt ist, können sich beim Betrachten durch Aufklappen buchstäblich neue Horizonte auftun.

Keine Effekthascherei, sondern neue Erlebniswelten

»Das ist Weltklasse! Und bringt mir als Fan von Special Effects im Print totale Freude«, stellt GÜNTER THOMAS bei der Begutachtung von *Vienna Stories* fest. Der Gründer und Chef von *GT Trend-*

ziemlich neugierig auf Ergebnisse, wenn wir künftig damit experimentieren können.«

Diese Begeisterung von GÜNTER THOMAS kommt nicht von ungefähr. *Mondi* setzt in Marketing und Vertrieb auf Customer Experience und hat ein qualifiziertes Spezialisten-Team aufgebaut, das europaweit auf anspruchsvolle Druckereien zugeht, vor Ort informiert, Fachgespräche führt und Anregungen aufgreift. »Das passiert nicht alle Tage: Auf den *Hunkeler Innovationdays* in Luzern entstand am 27. Februar spontan die Idee, dass *Mondi* am Beispiel von *Pergraphica* den Nutzen von Premium-Papieren auf einem unserer Kreativ-Workshops für junge Designer vorstellt. Und keine zehn Tage später fand der Event bei uns im Hause schon statt«, freut sich JEROEN VAN DRUENEN, Geschäftsführer von *Jubels print&more* in Amsterdam.

>

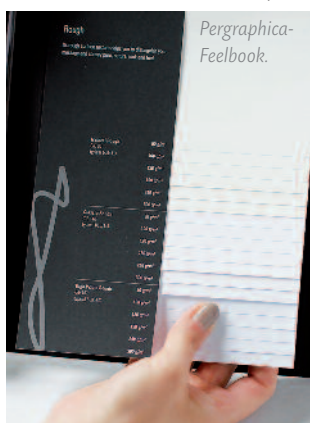


Pergraphica Feelbook (Musterbuch).

Premium-Papier für Perfektion im Print

Pergraphica wurde 2015 als neue Premium-Papiermarke für Offset- und Digitaldruck vorgestellt. Es entstand ein Portfolio an Premium-Papieren, um der Kreativ- und Druckindustrie neue Möglichkeiten zu verschaffen, damit Print zum echten Erlebnis werden kann. Das Credo: Die Wahl des Papiers ist nicht nur ein Detail von vielen – sondern es muss Differenzierungen ermöglichen. Papier erweckt Ideen zum Leben und verleiht der kreativen Arbeit taktile und emotionale Dimensionen.

Pergraphica soll mit unterschiedlichen Färbungen, Haptiken und Grammaturen inspirieren und bietet drei Weißtöne: *High White*, *Classic* und *Natural*, alle in den taktilen Empfindungen *Rough* und *Smooth*. Neu, speziell für Buchpublikationen, ist *Pergraphica Ivory Rough 1.5*. Darüber hinaus kann man aus einer Vielzahl von Grammaturen auswählen. Neu zu den Weißtönen ist das Schwarz – *Infinite Black* genannt – hinzugekommen. Hochwertige kreative Druck- und Verpackungsmaterialien, um zum Beispiel Einkaufstaschen, Geschenkboxen, Covers oder Beilagen in sanfter Haptik und sattem Schwarz zu entwickeln. Den Veredelungsideen sind kaum Grenzen gesetzt: Zum Beispiel bei Faltschachteln, dem Prägen oder Lackieren, gerade auch wenn lebensmittelechtes Papier benötigt wird.



Pergraphica-Feelbook.

Für die internationale Fachmesse *RosUpack* wurde eine *Infinite Black*-Sammelbox erstellt, um die vielfältigen Möglichkeiten für kreative Lösungen zu demonstrieren. Eine tief-schwarze Tasche mit schwarzen Griffen aus Seidenband trägt die Sammelbox. Die Box selbst enthält fünf innere Musterboxen mit Veredelungsmöglichkeiten wie Folienprägungen, selektivem UV-Lack oder Siebdruck. Zur Über-

sicht wurde ein Informationsblatt in Weiß auf Schwarz gedruckt. Es beschreibt alle verwendeten Papiermaterialien sowie die verwendeten Druck- und Veredelungstechnologien für die gesamte Sammelbox.

Pergraphica gibt es in den Grammaturen 90, 100, 120, 150, 240 und 300 g/m² sowie in den Formaten 64 x 90 cm und 72 x 102 cm; Sonderformate auf Anfrage. Bezug über den Fachhandel.

Jubels hat sich international einen Namen gemacht, seit über mehr als einer Dekade hochwertige und innovative Produkte sowie Lösungen per Digitaldruck herzustellen. Die Wahl der Papiere erfolgt immer sorgsam und mit Bedacht.

»Premium im Print muss auf viele Facetten setzen – von der Multi-channel-Einbindung zur Personalisierung bis zu Sonderfarben und -effekten per Digitaldruck. Unabhängig ist aber die Premium-Qualität beim Papier. Das sehen nicht nur wir so, sondern auch unsere Kunden, viele davon Markenartikler. Insofern freut es uns, dass sich *Mondi* als solider, innovativer und kompetenter Partner für Premium-Print-Lösungen zeigt«, führt JEROEN VAN DRUENEN aus.

Lukrative kommerzielle Vorteile

»Premium-Papier trägt ganz entscheidend zur Differenzierung im Print bei – das ist eine Chance, die Druckereien unbedingt wahrnehmen sollten«, ist sich BERNHARD CANTZLER, Head of Marketing & Innovation bei *Mondi Uncoated Fine Paper*, sicher. Das bedeutet für Druckereien ein Umdenken. Papier wird von den meisten als hoher Kostenfaktor angesehen, der stetig steigt. Doch gerade hierin liege die Chance, bei den Kunden der Druckereien zu punkten, führt BERNHARD CANTZLER aus: »Eine billige Drucksache ist dann extrem teuer, wenn sie ihren Zweck nicht erfüllt und mehr oder weniger direkt im Abfall landet, ohne beachtet zu werden. Das Prinzip ›weniger ist mehr‹ hilft. Ansonsten sticht als Trumpfkarte das Prinzip ›Klasse statt Masse.«

Maßgabe für *Mondi* sei daher, Papiere wie *Pergraphica* anzubieten, die hybride Druckproduktionen möglich machen, indem höhere Auflagen im Offsetdruck mit Individualisierungen oder auch Spe-

zialeffekten durch den Digitaldruck zu kombinieren. Übrigens: Ein neues, hinreißend-ungewöhnliches Kochbuch des *Brandstätter Verlags* in Wien setzt auf diese Differenzierungsmöglichkeiten mit *Pergraphica Natural Rough*. Und das bei einem erschwinglichen Preis von 30 €. Titel: *Asado*. Ort der Buchvorstellung war das *Genusswirthaus* von ADI BITTERMANN in Göttlesbrunn, der das Werk mit den Co-Autoren FRANZ GRÖSSING, JÜRGEN KERNEGGER und LEO GRADL rea-



lisierte. Die Fotos stammen von THOMAS APOLT. Autoren, Fotograf und Verlag verbindet ihre Leidenschaft für das Grillen über offenem Feuer – kurz ›Asado‹ – für das es nicht mehr braucht als zwei Ziegelsteine, einen Rost und viel Glut. Das gewählte Papier war ideal, um die Intention des Buches umzusetzen und Appetit zu wecken. Kulinarisches und Print als Dream-Team. Die Qualität des ›Materials‹ muss stimmen. Denn erstklassige Zutaten sind ein Muss. Und schaffen unvergessliche Erlebnisse. Auch im Zeitalter der Digitalisierung gilt, wir als Menschen bleiben analoge Wesen. Wie am Beispiel *Pergraphica* unwiderlegbar zu erkennen ist: Premiumpapiere stellen die wichtigste Schnittstelle dar, um mithilfe moderner Digitaltechnik im Print einzigartige Erlebniswelten für Menschen als Leser oder Nutzer zu eröffnen.

> www.pergraphica.com