Seite scannen und mehr erfahren über Veredelungen.

snoopstar

OFFSET

Vorstoß ins Außergewöhnliche

Druckveredelung kostet Zeit. Und Geld. Trotzdem: Daran zu sparen, kann Sparen am falschen Ende sein. Denn veredelte Drucksachen bieten ein Mehr an Aufmerksamkeit, Differenzierung, Emotionalisierung und Wertanmutung. Damit sind sie ganz wesentliche Elemente der nonverbalen Kommunikation. Denn Drucksachen sind Botschafter: Sie spiegeln den Wert eines Produktes wider und transportieren das Image sowie die Philosophie eines Unternehmens.

Von Klaus-Peter Nicolay

Der Aufwand einer Veredelung lohnt sich also immer dann, wenn der Absatz eines Produktes durch eine sinnvolle Druckveredelung erhöht werden kann, wenn optische und haptische Elemente die Responsequoten von Mailings steigern und generell, wenn Werbemittel aufgewertet werden sollen. Und nicht zu vergessen: Auch unbedrucktes, aber durch Stanzungen oder ausgefallene Falzungen veredeltes Papier kann diese Wirkungen entfalten.

Eines allerdings immer vorausgesetzt: Die Veredelung muss zum Produkt passen. Plumpe Effekthascherei geht am Ziel vorbei. Das erkennen Verbraucher sehr schnell und strafen das Produkt oder Unternehmen durch Ignorieren ab. Denn Veredelung hat die Aufgabe, Aufmerksamkeit zu erzielen, ohne permanent zu nerven.

Was oftmals der Kategorie ›Sonderwerbeformen‹ zugeordnet wird, ist oftmals klassische Veredelung. Bei dem doppelseitigen Anzeigenmotiv (links) wurde eine Rubbelfarbe aufgebracht, unter der sich die beworbenen Fahrzeuge verbergen. Hier wird die Zielgruppe ›Eltern und Kinder‹ aktiv in die Szene einbezogen. So identifizieren sie sich mit den Automodellen. Außerdem zeigt der Hersteller eine gehörige Portion Humor.

Neugierig auf den ersten Blick

Die Nachfrage nach hochwertig veredelten Drucksachen ist in den vergangenen Jahren unaufhörlich gestiegen. Der Grund ist naheliegend und im Wettbewerb der Medien zu suchen. Wer in der schnelllebigen und facettenreichen Kommunikation von heute nicht untergehen will, muss auf sich aufmerksam machen und sich neben dem Wettbewerb eindeutig positionieren. Das gilt für die klassischen Printmedien, für Werbung und ebenso für Etiketten oder Verpackungen. Dabei zählt der erste Eindruck (eines Mailings, einer Beilage oder Anzeige in einem Magazin und am Point of Sale), denn der entscheidet in Sekundenbruchteilen über den Erfolg oder Misserfolg eines Produktes.

Dabei dienen Verpackungen in erster Linie und ursprünglich lediglich dem Schutz einer Ware. Daran hat sich zwar bis heute nichts geändert, doch bieten zeitgemäße Umverpackungen neben der eigentlichen Schutzfunktion verschiedene Veredelungs-Komponenten wie Lackieren, Kaschieren oder Laminieren, die den Bedruckstoff vor mechanischen Beschädigungen (zum Beispiel Kratzer etc.) schützen und gleichzeitig dekorieren. Schutzfunktionen sind also auch heute noch das Kernelement von Drucksachen und Verpackungen, ergänzt um optische oder haptische Effekte, ein Extra an Glanz oder spürbarer Texturen. All diese Komponenten lassen Printprodukte hochwertiger und interessanter erscheinen.

Wirkungsvoll eingesetzte Veredelung samt einer aufmerksamkeitsstarken Präsentation steigert idealerweise das Kauferlebnis (auch beim Online-Shopping) und erfüllt das Leistungsversprechen eines Produktes. Die Verpackung einer Ware muss also nicht nur auf den ersten Blick neugierig machen, sondern auch halten, was sie verspricht.

Marken inszenieren

Deshalb beschäftigen sich Markenartikler, Agenturen und Dienstleister schon lange mit den Möglichkeiten der Druckveredelung für Verpackungen, Bücher, Kalender und selbst vermeintlich einfache Drucksachen. Die werden lackiert, gestanzt, geprägt, mit Matt- und Glanzfolien versehen oder mit UV-, Relief- und Rubbellack sowie Metallic-Effekten so aufgewertet, dass sie dem Wert des Produktes entsprechen und auch als Druckprodukt selbst Wertigkeit vermitteln.

Werden bei Printprodukten alle Möglichkeiten und Potenziale der Veredelung sinnvoll ausgeschöpft, entstehen Kommunikationsprodukte, die Marken inszenieren.

>

Ist dieses Denken in den Köpfen der Drucker und Markenartikler erst einmal verankert und etabliert, ist edel nicht mehr unbedingt teuer – dann spielt auch der Preis nicht mehr die tragende Rolle.

Drucksachen sind dann teuer,
wenn sie unbeachtet und ungelesen in den Müll wandern.

Abgrenzung der Techniken

Vorstehende Gedanken beziehen sich auf die Bedeutung der Veredelung im Markt. Doch ohne Technik geht es nicht. Deshalb sollten die Techniken wenigstens rudimentär bekannt sein, um sie seriös unterscheiden und in der Folge richtig einsetzen zu können.

1. **Inline/Offline:** Druckveredelung erfolgt entweder in einer Druckmaschine (inline) oder offline beziehungsweise nearline in einem anschließenden Prozess auf speziellen Apparaten oder Maschinen.
2. **Optik, Haptik:** Insbesondere ungestrichene und Naturpapiere bringen von sich aus schon eine gewisse Haptik mit. Verstärkt werden kann dies durch verschiedene Veredelungsprozesse. Doch die Kombination aus natürlicher Haptik mit optischen Effekten muss nicht in jedem Fall zu mehr Erfolg führen.
3. **Kaschieren und Laminieren:** Diese Techniken schützen Drucksachen vor mechanischen äußeren Einflüssen wie Kratzer, Abrieb, Risse, Schmutz oder das Durchdringen von Flüssigkeit. Darüber hinaus bieten spezielle Folien die Möglichkeit, die Haptik zu beeinflussen (zum Beispiel Soft-Touch).
4. **Lackieren:** Das Lackieren als eine der wenigen Veredelungen, die für die Inlineproduktion geeignet ist, deckt die meisten Anwendungen ab. Dazu haben gerade die Entwicklungen der letzten Jahre beigetragen.
5. **Prägen:** Eine der effektvollsten und edelsten Arten der Druckveredelung ist das Prägen. Und es ist eine der anspuchsvollsten Verfahren, das keine digitale Konkurrenz fürchten muss.
6. **Stanzen und Laserstanzen:** Stanzen ist in der Druckproduktion immer dann angesagt, wenn die Form über eine gerade Kante hinausgeht, sodass Schneidemaschinen überfordert sind.
7. **Beflockung:** Druckveredelung durch Beflockung richtet sich an die Fingerspitzen. Je nach Länge und Festigkeit der Fasern, die auf eine mit Klebstoff beschichtete Oberfläche aufgebracht werden, ist das Ergebnis plüschig-weich, samtig oder eher bürstenartig. Die Beflockung ist, wenn sie professionell gehandhabt wird, zudem abriebfest und strapazierfähig.

Siebdruck

Bis vor wenigen Jahren noch waren Veredelungen ausschließlich dem Siebdruck vorbehalten. So erlaubt das Druckverfahren die Veredelung mit partiellem UV- oder Relieflack, mit Glitterlack oder thermochromer, also temperaturveränderlicher Farbe. Zudem hat der Siebdruck den unschlagbaren Vorteil, Deckweiß in hoher Sättigung in einem einzigen Durchgang auf dunkle Papiere oder Kartons zu drucken. Ohnehin lassen sich im Siebdruck vergleichsweise grobe Pigmente und Schichtdicken verdrucken. Bei vielen Anwendungen hat das Druckverfahren gegenüber dem digitalen Large-Format-Printing jedoch das Nachsehen. Was aber nicht heißt, dass der Siebdruck seine Berechtigung verloren hätte.

Bronzierung

Die Bronzierung gehört zu den ältesten Druckveredelungstechniken. Glänzende Farbpigmente reflektieren das Licht und lassen Druck-Erzeugnisse in Metallictönen und Goldeffekten schimmern. Der Oberflächenglanz einer Bronzierung wird von keinem anderen Veredelungsverfahren erreicht. Allerdings ist das Bronzieren mit einem hohen Arbeitsaufwand verbunden und macht spezielle Maschinen und Verbrauchsmaterialien notwenig.

Laminieren und Kaschieren

Verfahrenstechnisch gibt es zwischen Kaschieren und Laminieren keine Unterschiede. In beiden Fällen werden zwei Materialien miteinander verbunden. Allerdings gibt es bei den Anwundungen gravierende Unterschiede.

So ist Laminieren immer das beidseitige Einschweißen einer Vorlage (Druck, Foto etc.) zwischen zwei Kunststofffolien. Dabei wird der auf der Innenseite der Laminierfolie befindliche Kleber auf eine Temperatur von etwa 105 °C bis 120 °C erhitzt und verklebt. So entsteht eine unlösbare physikalische Verbindung zwischen Vorlage und Folie. Je nach Art der verwendeten Folien (glänzende, matte oder strukturierte Folien) entstehen auch optische Effekte wie etwa eine gesteigerte Farbbrillanz. Durch das beidseitige Einschweißen erhält die Drucksache einen perfekten Schutz vor Feuchtigkeit und Nässe und einen wirkungsvollen Schutz vor Abnutzung. Daher finden diese Technik häufigen Einsatz bei Bedienungsanleitungen, Aushängen, Landkarten, Bank- und Kundenkarten, Tischsets, Speisekarten und so weiter.

Kaschieren: Im Unterschied zum Laminieren wird beim Kaschieren (auch Cellophanierung) eine Folie mit der Oberfläche einer Vorlage verklebt. Das dient in erster Linie dem Versiegeln und dem Schutz der Oberfläche. So etwa bei Büchern oder Magazinen, deren Cover mit einer hauchdünnen Folie zwischen 12 µ und 30 µ überzogen werden. Auch hier stehen Folien mit unterschiedlicher Wirkung zur Verfügung.

Bei Drucksachen mit hoher mechanischer Beanspruchung empfiehlt sich die Verwendung von kratzfesten Folien, die eine unsanfte Behandlung verzeihen. Matte Folien sind kaum sichtbar und wirken an sich schon edel. Das wird nur noch von einer Softtouch-Folie getoppt. Die Folie schmeichelt der Hand und fühlt sich sehr angenehm an.
Und nicht zu vergessen: Graupappe beispielsweise wird mit marmoriertem oder ähnlichem Papier kaschiert, um daraus eine Buchdecke herzustellen.

Lackieren in all seinen Facetten

Das Lackieren zählt zu den am meisten eingesetzten Veredelungsvarianten und eröffnet Farb- und Glanzwelten, die nicht nur Optik, Haptik und Anmutung verbessern, sondern Drucksachen auch aktiv vor Umwelteinflüssen und Verpackungsinhalte vor Plagiaten schützen. Damit erhöhen Lacke nicht nur die Wertigkeit, sondern auch die Gebrauchsfähigkeit und Sicherheit von Drucksachen.
Veredelung durch Lackieren kommt so gut wie in jeder Magazin- oder Broschürenproduktion zum Einsatz. Dafür werden meist Wasserlacke (Dispersionslacke) als vollflächige Schutzschicht eingesetzt und damit die Scheuerfestigkeit erhöht. Spotlackierung wird dagegen gezielt eingesetzt, um einzelne Partien einer Drucksache gegenüber nicht lackierten Bereichen hervorzuheben.
Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl spezieller Lacke, deren Wirkung hier nur grob skizziert werden kann. So vielfältig wie die Veredelungs- und Verarbeitungsmöglichkeiten durch das Drucken mit Lacken bei den verschiedenen Druckverfahren sind, so vielseitig sind auch die Lackvarianten. >

Spotlackierungen können flächig oder auch figürlich sein. Der Reiz liegt in jedem Fall im Kontrast, der je nach Menge des Lackauftrags auch haptisch ausgeprägt sein kann.

uTraxx.net
Wir denken Software neu.

Wir lassen Maschinen rechnen und Menschen kreativ sein.

Unser modernes ERP
- kalkuliert mit künstlicher Intelligenz
- erzeugt Ausschießer vollautomatisch
- steuert Prozesse adaptiv
- deckt alle Geschäftsbereiche ab
- erlaubt eigene Weiterentwicklungen

Mit rationalisierten, verschlankten Prozessen Kosten sparen

Besuchen Sie uns auf der Print & Digital Convention, Stand B26.

utraxx.net
info@utraxx.net

- Strukturlacke sind UV-Lacke, die beim Aushärten eine bestimmte Struktur bilden. So enthält etwa Sandlack für die Strukturbildung Quarzsand.
- Relieflack erzeugt einen dreidimensionalen Pseudo-Prägeeffekt.
- Iriodinlacke enthalten changierende Pigmente für perlmuttartige Wirkung.
- Glitterlacke: Hier kommen häufig Gold- und Silberglitter zum Einsatz.
- Thermolacke: Verändern je nach Temperatur ihre Farbe (tyoische Siebdruckanwendung).
- Nachtleuchtfarbe: Die Farbe sammelt tagsüber Energie in Form von Licht und gibt diese in der Dunkelheit wieder.
- Duftlack spricht den Geruchssinn an. Die im Lack eingebetteten Duftstoffe lassen sich auf dem Printprodukt durch Berühren oder Reiben aktivieren.

Druckveredelung mit UV-Lack

In den letzten Jahren ist das Interesse an UV-Lackierungen gestiegen. Nicht zuletzt, weil das Verfahren durch LED-UV-Dioden einfacher und auch ungefährlicher für die Bediener wurde. Denn UV-Anwendungen sind seit den 1970er Jahren im Verpackungsdruck bekannt und tagtägliches Brot im Verpackungsdruck. Mit LED-UV wurde UV jedoch auch für den Akzidenzdruck hoffähig und wird unter anderem für Veredelungen eingesetzt.

Die UV-Technologie ist eine spezielle Variante des Offsetdrucks. UV-Farben und Lacke erfordern jedoch eine Schutzausrüstung sowie eine Sonderausstattung der Druckmaschine wie UV-Lampen oder LED-Dioden für die Härtung, spezielle Gummitücher und Farbwalzen. UV-härtende Drucklacke enthalten zwar keine Lösemittel, dafür jedoch Photoinitiatoren und Bindemittel aus flüssigen Kunststoffen (Monomeren und Oligomeren). Unter dem Einfluss der Belichtung durch die UV-Strahler beziehungsweise LED-Dioden lösen die fotoaktiven Substanzen (Photoinitiatoren) schlagartig die Polymerisation (Härtung) der Kunststoffe aus. Danach bilden die UV-Farben- oder Lacke eine hochvernetzte, harte Kunststoff-Oberfläche auf dem Bedruckstoff.

Da Lacke nicht nur vollflächig, sondern auch partiell aufgetragen werden können, lässt sich der Kontrast zwischen matten und hochglänzenden Elementen nutzen. Durch die Verbindung matter und glänzender Effekte lassen sich lebendige Printprodukte verwirklichen. Feine Details wie feine Linien oder Buchstaben können durch die UV-Lackveredelung visuell und haptisch hervorgehoben werden.

Darüber hinaus verfügen UV-Lacke über ausgezeichnete Schutzeigenschaften. Aufgrund ihrer sehr harten Oberfläche halten sie hohen mechanischen und chemischen Belastungen stand. Zudem besteht eine hohe Resistenz gegenüber mechanischen Einflüssen wie dem Verkratzen. UV-Lacke eignen sich auch für nicht saugfähige Bedruckstoffe wie Kunststoffe oder Blech.

Weitere Vorteile des UV-Lacks sind neben dem mit keinem anderen Lack erzielbaren Glanzgrad vor allem die sofortige Härtung. Es sind weder Trockenzeiten noch Puder erforderlich und die Weiterverarbeitung kann sofort erfolgen.

Haptische Veredelung: Prägung

Eine der effektvollsten Arten der Druckveredelung ist das Prägen. Die haptische Wirkung wird durch das Verformen des Materials (in erster Linie Papier und Karton) mithilfe eines Stempels (Klischee) erreicht. Durch den Prägestempel können Elemente hervorgehoben (Hochprägung) oder vertieft (Tiefprägung) werden. Eine Prägung, bei der der Bedruckstoff nur verformt, aber nicht weiter veredelt wird, nennt man Blindprägung.

Eine besondere Form des Prägens ist die Heißfolienprägung – auch wenn diese Bezeichnung streng genommen falsch ist. Denn die Folien haben in diesem Prozess lediglich die Rolle eines Materialträgers. Auf der Folie sind extrem dünne Schichten vor allem in Gold aufgedampft (auch Silber, Kupfer, Metallic etc.), die unter Hitzeeinwirkung und mit Druck auf den Bedruckstoff übertragen werden. Danach hat die Folie ihre Aufgabe erfüllt. >

UV-Lackierungen erzielen einen extrem hohen Glanzgrad und haben einen besonderen Reiz schon bei äußerst geringem Aufwand: Klarer Lack direkt auf einen dunklen Bedruckstoff wirkt dezent und elegant, fällt aber trotzdem aus dem Rahmen (Bildquelle: Creatura Meta-Analyse).

Gmund Colors
FARBE KANN GRÜN!

Gmund Colors ist als weltweit erstes Farbpapier CO_2-neutral und **Cradle to Cradle Certified®** Silver.

GMUND

Auch wenn der ›Biss‹ (am Beispiel oben) eher manuell erfolgte, wäre eine solche Anwendung ein tyischer Fall für konventionelles Stanzen oder aber einen Laser Cut.

Je nachdem, wie tief die Prägung sein soll, wird eine Patrize als Gegendruckform nötig. Auf die so entstehenden erhabenen Stellen wird die dünne Metallschicht übertragen und durch die Hitze – die Temperaturen liegen zwischen 80 °C und 200 °C – fixiert. Beim Prägen ist stets zu bedenken, dass die Prägung auch auf der Rückseite des Materials sicht- und fühlbar ist.
Die wichtigsten Einsatzgebiete sind Geschäftsdrucksachen, Visitenkarten, Buchdecken und Umschläge, hochwertige Broschüren und Zeitschriften.

Mit Druck: Stanzen

Stanzen muss in der Druckproduktion immer dann angewendet werden, wenn die Form über eine gerade Kante hinausgeht, sodass Schneidemaschinen überfordert sind. Dann wird eine Stanzform nötig. Mit wirkungsvollen gestalterischen Elementen sind Formstanzen, Konturstanzen und Ausstanzungen in den verschiedenartigsten Ausführungen machbar. Allerdings sind den Stanzformen bei individuellen Formen oder feinen Elementen Grenzen gesetzt. Dafür lassen sich mit einer Stanzform große Mengen für Massenauflagen herstellen.

> Differenzierung via Veredelung ist nötig, um von den Konsumenten wahrgenommen zu werden.

Stanzen durch Laser Cut

Filigrane Schnitte, feine Oberflächengravuren: Bei der Druckveredelung durch Laser (Laserstanzen oder Laserschneiden) dürfen Papier und Karton ihre Besonderheiten ausspielen – ganz ohne Farbe oder Folien. Beim Laser Cut handelt es sich um ein berührungsloses Verfahren, das die Drucksache mechanisch nicht beansprucht. Es ist aber nur für die Produktion einzelner Nutzen konzipiert.
So können filigrane Muster herausgeschnitten und feinste Linien perforiert oder graviert werden. Der Laser arbeitet mit einer Präzision von einem zehntel Millimeter und verarbeitet eine breite Vielfalt an Materialien von Papieren und Kartons über Folie und Kunststoffe bis hin zu Naturmaterialien wie Holz oder gar Früchten. Beim Anlegen der digitalen Stanzformen ist jedoch (wie bei konventionellen Stanzformen) stets ein Mindestabstand zwischen den zu lasernden Elementen zu beachten und motivabhängig mögliche Haltestege.
Gefragt ist Laser Cut vor allem bei hochwertigen und ausgefallenen Druck-Erzeugnissen. Das sind beispielsweise Geschäftsberichte, Grußkarten aller Art, Einladungen, Visitenkarten, Kalender, Kataloge und Broschüren oder Buchcover.

Wie Veredelung die Wirkung von Print beeinflusst

Es gibt noch zahlreiche weitere Veredelungsformen wie Farbschnitt (siehe *Druckmarkt* 138, Seite 28), Lentikulardruck, das Arbeiten mit Rubbelfarben (siehe Aufmacherseite dieses Beitrags) und vor allem die neuen Möglichkeiten der digitalen Druckveredelung. Diese Lösungen sind in dieser Betrachtung zu kurz gekommen, werden aber auf der *Print & Digital Convention* thematisiert.
Doch wie auch immer: Differenzierung ist notwendig, um von den Konsumenten überhaupt wahrgenommen zu werden.
Ohnehin stehen wir erst ganz am Anfang von Untersuchungen, um zu begreifen, welche Veredelungen welche Reaktionen und Aktionen bei den Konsumenten auslösen. Die Forschung ist sich jedoch einig, dass Multisensorik der beste Ansatz ist, Aufmerksamkeit zu erzeugen. Optische und audiovisuelle Reize in Kombination mit Haptik liefern entscheidende Impulse, um die gewünschte Aufmerksamkeit für ein Druckprodukt gewinnen.
Dazu ist kein anderes Medium so gut geeignet wie Print. Denn Drucksachen und Verpackungen bieten idealerweise eine außergewöhnliche Optik, eine faszinierende Haptik der Bedruckstoffe und der Oberfläche zum Beispiel einer Folierung oder Lackierung bis hin zu den Sinnen, die unter anderem mit Duftlacken angesprochen werden können.

DIE GANZE WELT DER VEREDELUNG

Die Achilles Gruppe informiert

Was auch immer verpackt wird – wie auch immer Produkte ihre Adressaten erreichen – vor der Kaufentscheidung gilt: der erste Eindruck und die damit verbundenen Emotionen zählen.

r[h]eingin, ein Gin-Produzent aus Düsseldorf, sucht für seine City-Editionen Düsseldorf und Köln eine besondere Verpackung. Mit dem Highlightprojekt „Gin-Verpackung“ ist auf Basis eines konkreten Bedarfes ein echter Eyecatcher entstanden.

Mit den verschiedensten Veredelungsarten, Materialien und technischen Features hat die Achilles Gruppe als Veredelungs- und Verpackungsspezialist eine exklusive Magnetbox entwickelt, konstruiert und produziert, die mit optischen und haptischen Effekten auf die besagte Emotionalisierung abzielt.

Um eine intensive Neugier zu wecken, wird der beliebte Gin nicht nur mit einer Flasche Tonic Water und Botanicals geliefert. Zur Begrüßung werden die Flaschen nach dem Öffnen der Box beleuchtet. Verdeckt eingesetzte Magnete, die besondere scharfkantige Form der extravaganten Doppelboxkonstruktion, das dezente, aber sehr edle klare äußere Erscheinungsbild erzeugen eine Aura, die den Inhalt umgibt und ihn seiner Wertigkeit unterstreichen.

Das Highlightprojekt, weitere kreative Ausbaustufen und aufmerksamkeitsstarke Veredelungsoptionen werden auf dem Messestand A13 von Achilles präsentiert.

Die Achilles Gruppe ist DER innovative Partner für hochwertige und nachhaltige Veredelungen und Verpackungen – von der Entwicklung, Konstruktion, Produktion bis hin zur Konfektionierung – alles aus einer Hand.

Die Achilles Gruppe mit Hauptsitz in Celle hat sich im Laufe der letzten 75 Jahre zum Marktführer im Bereich der Druckveredelung, Folienbeschichtung und als Hersteller individueller Ordner und Verpackungen für die grafische Industrie, die Verpackungsindustrie und Industrieunternehmen entwickelt.

Als führender Dienstleister der Druckbranche gelang es Achilles, mit innovativen und kreativen Lösungen und Entwicklungen im Bereich der Folienkaschierung, Lackierung und Herstellung von Spezialkaschierfolien Maßstäbe zu setzen.

Heute tritt die Achilles Gruppe gegenüber ihren Kunden mit rund 300 Mitarbeitern an sechs regionalen Produktionsstandorten (Celle, Leipzig, Düsseldorf, Flörsheim, Landau und Wemding) im Inland sowie vier Vertriebs- bzw. Produktionsstandorten im europäischen Ausland (Prag und Budweis [CZ], Basel [CH] und Schwertberg [AT]) auf.

Besuchen Sie uns auf:
www.achilles.de

Achilles Gruppe.

Werner Achilles GmbH & Co.KG | Bruchkampweg 40 | 29227 Celle
E-Mail: info@achilles.de | www.achilles.de