

Natürlich und nicht umsonst wird innerhalb der Branche über Technologien und Techniken diskutiert. Drucken ist nun einmal zur High-Tech-Applikation geworden. Was bei all diesen Diskussionen jedoch gerne vergessen wird ist, dass Drucken kein Selbstzweck ist, sondern bestimmte Aufgaben in einer Welt der Kommunikation zu erfüllen hat.

Und diese Aufgaben haben unmittelbar mit den »grafischen Künsten« zu tun, wie man sie bis in die späten 1970er Jahre noch kannte. Auch wenn man sich in Deutschland heute mit der nichtssagenden Bezeichnung Druck-Medien-Industrie schmückt, heißt es in den englischsprachigen Ländern noch immer »Graphic Arts«.

Und dies nicht zu Unrecht. Denn nach wie vor gilt es, das geballte Wissen rund um Typografie, Lesbarkeit, Gestaltung und Bildverarbeitung, die Wirkung von Farbe, Druck, Papier und Weiterverarbeitung in die Waagschale zu werfen, um im Sinne der Kunden überzeugend kommunizieren zu können.



Schwerpunkt dieser ersten Ausgabe von Druckmarkt »graphic arts« ist der aktuelle Wandkalender der Papierfabrik Scheufelen, der eine perfekte Symbiose alter Druckkünste und moderner Drucktechnik geschaffen hat.

Die Fachleute in den Druckereien (oft im Verein mit Kreativen in den Agenturen) wissen mehr als alle anderen Branchen um das Herstellen und die Wirkung von Drucksachen. Nur scheinen sie vergessen zu haben, mit diesem Pfund zu wuchern.

Mit unserer neuen Rubrik »graphic arts« wollen wir anhand sehr unterschiedlicher Beispiele auf die fantastischen Möglichkeiten und Ergebnisse aufmerksam machen und den einen oder anderen vielleicht davon überzeugen, dass es neben der Technik auch noch andere, angestammte Gebiete der Branche gibt, die durchaus zum (auch wirtschaftlichen) Erfolg führen können.

**Nonplusultra** ■ Kann man alte Chromolithografien reproduzieren und drucken? Klar kann man, oder? Scheufelen hat den Versuch gewagt und stieß trotz modernster Produktionstechniken an die Grenzen der aktuellen grafischen Künste. Entstanden ist ein Kalender-Meisterwerk, das seinesgleichen sucht. Wenn man so will eine perfekte Lehrstunde in Sachen Druckkunst – gestern und heute.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay

»Nonplusultra« heißt der aufwändig veredelten Wandkalender der Papierfabrik Scheufelen für das Jahr 2006, der Reproduktionen von Chromolithographien des frühen 19. Jahrhunderts als zentrale Kunstwerke darstellt. Dabei ist »Nonplusultra« durchaus auch eine Verneigung vor den handwerklichen und künstlerischen Leistungen früherer Lithografen.

Inspiziert durch die erste Ausstellung von Chromolithographien des frühen 19. Jahrhunderts aus der Sammlung von Professor Kurt Weidemann im September 2005 in Lenningen, ließ Scheufelen diese historischen Schätze in Originalgröße reproduzieren und von der Stuttgarter Agentur strichpunkt mit zeitgemäßem Design auf das Format des Kalenders (62,2 cm x 80,2 cm) bringen. Repro, Papier und Druck wurde das Äußerste abverlangt: Veredelungen mit Sonderfarben und Lacken, Heißfolienprägungen, Hochprägung und Filigranlaserstanzung – alles perfekt in Szene gesetzt durch unterschiedliche Papierfärbungen von hochweiß bis elfenbein.

#### Schlittschuh fahren

»Dieser Kalender ist das Dokument einer lang anhaltenden Begeisterung, die vor mehr als anderthalb Jahrhunderten begann«, schreibt Kurt Weidemann in der erläuternden Einleitung zum Kalender. »An ihrem Anfang stand das Papier. Aus der Bütte geschöpft und getrocknet, hatte es eine sanft raue Oberfläche. In der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts wurde das Papier von Scheufelen mit einem Kreideaufstrich versehen, der zu einer geschlossenen, geglätteten Oberfläche führte. Das hat die Lithographen der damaligen Zeit geradezu in einen Wachtraum der Begeisterung versetzt. Mit ihren aus Uhrfederstahl gefertigten Schreibfedern konnten sie in feinen Strichen und schwungvollen Bögen auf dem feinporigen Solnhofener Schieferstein geradezu Schlittschuh laufen. Das neue Papier in Kartonstärke gab alles in lupenfeiner und lupenreiner Präzision wieder.« So gesehen hat erst das Papier die Kunstfertigkeit der Lithographen zu Höchstleistungen gebracht.

Diese Zeit war der Schritt in die Industrialisierung, in der auch die Papierherstellung durch neue Verfahren modernisiert wurde. Im Lennin-



ger Tal der Schwäbischen Alb entwickelte die Papierfabrik Scheufelen als »Erste deutsche Kunstdruck-Papierfabrik« die Papierqualitäten, die den farbige Kunstdruck zum Blühen brachten. Auf den Maschinen der Papierfabrik wurde das Kunstdruckpapier vor der Jahrhundertwende zu höchster Qualität entwickelt. Die Verfeinerung der Sorten und der Ausbau des Produktionsprogramms verbreitete sich danach über alle Kontinente.

#### Künstler oder Handwerker?

Lithographen waren ohne Zweifel Könnern im Schriftzeichnen, sie beherrschten das Ornament ebenso wie die perspektivische Zeichnung, die raumaufteilende Komposition und die harmonische Farbgebung. Die »Steinschreiber« waren zudem Chemigraphen mit eigenen Rezepten und Techniken.

Die Lithographen vor etwa 150 Jahren waren wahre Könner im Schriftzeichnen, beherrschten das Ornament ebenso wie die perspektivische Zeichnung, die Komposition und die harmonische Farbgebung. Die im Scheufelen-Kalender eingesetzten Motive aus der Sammlung von Prof. Kurt Weidemann zeigen die Kunst der Chromolithographie, die von der Agentur strichpunkt (unten Geschäftsführer Jochen Rädker) in zeitgemäßem Design auf das Großformat gebracht wurden.



»Die Einheit von Kunst und Handwerk,« schwärmt der inzwischen 82-jährige Weidemann, »war bei den Merkantilithographen der Generation nach Senefelder von bewundernswerter Geschlossenheit. Es war ein unanfechtbarer Gleichklang, wie es ihn später nie mehr geben sollte«. Die Abbildung zeigt Prof. Kurt Weidemann in seinem Stuttgarter Atelier mit einigen Exemplaren aus seiner einzigartigen Sammlung an Chromolithographien aus der Mitte des 19. Jahrhunderts.



Dabei zeugen die Zeichnungen mit schmückenden, dekorativen, ornamentalen Figuren und Bildern von ihrer Meisterschaft und von hoher gestalterischer und handwerklicher Fertigkeit.

Die sich ihres Könnens und ihrer Kunstfertigkeit durchaus bewussten Lithographen fuhren gelegentlich mit Zylinder und weißen Handschuhen in der Kutsche an ihren Druckwerkstätten vor. »Mit dem Handrücken fuhren sie ihren Gehilfen und Lehrlingen über die Stirn, um den Schweiß ihrer Anstrengungen beim Schleifen und Polieren der mattseidenen Lithosteine zu überprüfen,« schildert Prof. Weidemann.

### Die Chromolithographie

Nach dem Polieren mit Filzpolster, Sauerkleealz und Gummiarabikum begann eine Kette langwieriger Manipulationen, bis eine Visiten-, Be-

suchs-, Geschäfts- oder Einladungskarte fertig gestellt war.

Die Zeichnung wurde mit einer Graviernadel in eine Gelatineplatte geritzt und spiegelbildlich auf den polierten Stein gepaus. Die Gravur wurde mit Leinöl eingerieben und eingeschwärzt und der Stein klar gewischt, so dass Farbe in den gravierten Tiefen zurückblieb. Vom Originalstein erfolgte ein Umdruck auf gefeuchtetes Papier mit einem Aufsteckkarton und einer Einteilung für den Druckstein. Der wurde mit Holzessig oder Alaun fettempfänglich gemacht. Per Umdruckpresse übertrug man das Bild auf den Stein und löste mit einem Schwamm das Umdruckpapier ab. Der Stein brauchte Ruhe, bis das Fett eingezogen war. Er wurde dann mit Talkum eingestaubt, gummiert, getrocknet, mit einer Tinktur (aus Asphalt und Terpentin) ausgewaschen und eingewalzt. Die Zeichnung war jetzt sichtbar. Die Oberfläche des Steins ver-

band sich mit der Umdruckfarbe zu Kalkseife, einer chemischen Verbindung. Die Zeichnung wurde danach mit Asphaltstaub und Talkum sowie Einbrennen gegen die nachfolgende Ätzung widerstandsfähig gemacht. Die Ätzung verändert den Stein an seiner Oberfläche chemisch. Der fettempfängliche Stein wandelt sich in salpetersauren Kalk, der Wasser annimmt. Der Ätzvorgang wird dreimal

wiederholt, der Stein wieder gummiert und getrocknet. Jetzt konnte der Stein in die Handpresse gehoben werden, bevor Probedrucke und der Auflagendruck erfolgten.

Die Mehrfarbigkeit erfolgte von der auf den Stein gezeichneten Konturplatte mit Passkreuzen von mehreren Steinen und dem Druck von bis zu zehn Farben übereinander.

### Technische Umsetzung

Als ähnlich kompliziert müssen die Arbeitsgänge beschrieben werden, um mit den gegenwärtigen Reproduktions- und Drucktechniken eine Originaltreue der Wiedergabe zu erreichen. Was der Scheufelen-Kalender schließlich erreichte, kann in unserem Heft nur andeutungsweise wiedergegeben werden, da weder Sonderfarben, noch Bronzen eingesetzt werden.

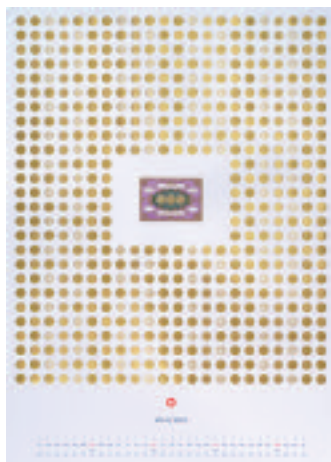




Schließlich wurden von Reproduktion und Druck bei der Wandkalender-Produktion das Äußerste verlangt. Der Vierfarboffsetdruck im frequenzmodulierten Raster wurde durch insgesamt 25 Sonderfarben ergänzt, darunter fünf unterschiedlich hoch pigmentierte Goldtöne. Zum Einsatz kamen für die 12 Kalenderblätter, das Titelblatt und zwei erläuternde

Der Kalender hat bei der Stuttgarter Kalenderschau dann auch verdientermaßen (aber vielleicht nicht unerwartet) eine der sechs Goldmedaillen gewonnen.

Der Idee, ein solches Werk anzugehen, gehört ebenso viel Lob wie den an Druck und Verarbeitung beteiligten Unternehmen. Und nicht zuletzt ist es die Gestaltung, die das Werk



so überzeugend werden ließ. Mit Begeisterung hat die junge, hochbegabte Mannschaft der Agentur strichpunkt in Stuttgart das Design des Kalenders geschaffen. Dazu Kurt Weidemann: »Die zeitgemäße Einbindung der Arbeiten ihrer Berufsvorfahren in den Scheufelen-Kalender zeigt einen Höchststand der Technik. Nostalgie, die sich am Vorzüglichsten orientiert, ist sehr zeitgemäß und modern.«

- [www.scheufelen.de](http://www.scheufelen.de)
- [www.strichpunkt-design.de](http://www.strichpunkt-design.de)

Blätter Siebdruck, Relieflack, Farblos- und Heißfolienprägung, Hochprägung sowie Filigranlaserstanzung als auch matte und glänzende Offsetlacke. Je Blatt wurden bis zu elf Farben und drei Druckveredelungen eingesetzt. »Was hier vorgeführt ist, darf als Nonplusultra – als ein schwer erreichbares Vorbild der Druckkunst bezeichnet werden«, so Prof. Kurt Weidemann.

**Passion for Print** ■ »Ohne Print wäre unser Alltag ärmer, das Einkaufen langweiliger, die Kommunikation schwieriger. Denn wie kein anderes Medium berührt Print die Sinne und begeistert. Mit langer Tradition und großer Zukunft.

Mit dieser Leidenschaft beschreibt ein kleines Booklet die Motivation der Heidelberger Druckmaschinen AG, im Tiefgeschoss der Print Media Akademie eine permanente Ausstellung zu etablieren. Es geht um den Druck, es geht um Geschichte und es geht um das Emotionale, das durch und mit dem Druck entsteht. Muster zum Anfassen und Mitnehmen, Erläuterungen, wie eine Drucksache entsteht und eine faszinierende Media-Präsentation über die Geschichte der Heidelberger Druckmaschinenfabrik sowie einige köstliche Raritäten aus über 100 Jahre Geschichte bilden die Stationen beim



Rundgang. Ein Abstecher, der sich lohnt. Eben weil Drucken fasziniert und Drucksachen bezaubern können. ➤ [www.heidelberg.com](http://www.heidelberg.com)

### Gmund gewinnt Gold in Stuttgart

Der Wandkalender der Büttenpapierfabrik Gmund hat auf dem weltweit größten Kalenderwettbewerb in Stuttgart die höchste Auszeichnung, das Prädikat »Gold«, gewonnen. Sein Titel »Worldclass« steht ganz im Zeichen der nahenden Fußballweltmeisterschaft. In aufwändigem Design stellt er die sieben Länder vor, die seit der ersten WM im Jahr 1930 den Titel geholt haben. Zusätzlich enthält der Kalender Hintergrundinformationen über die FIFA-Regeln und die jeweiligen Nationalmannschaften und zeigt die Trikots – repräsentativ für jedes Land dargestellt. Für Idee und Konzeption zeichnet der Photograph Conny J. Winter verantwortlich. Die praktische Umsetzung erfolgte durch die Druckerei Bertsch. Gmund lieferte die Auswahl ausgefallener Designpapiere. Der Kalender erscheint in limitierter Auflage und ist zum Preis von 69 Euro zuzügl. Versandkosten erhältlich. ➤ [www.gmund.com](http://www.gmund.com)

