

## War bisher alles nur die Angst vor dem »Ungewissen« oder gibt es eine Renaissance der Naturpapiere?

Schneidersöhne Forum in der Heidelberger Print Media Akademie brachte Anregungen für den Druck auf Naturpapieren

**Es gibt drei Wege, klug zu handeln: durch Nachdenken – das ist der anstrengendste – durch Nachahmen – das ist der leichteste – und durch Erfahrung – das ist der bitterste Weg von allen. Mit dem Zitat von Konfuzius stimmte Akademieleiter Bernd F. Schopp die Zuhörer auf den Abend in der PMA ein.**

Klug handeln wollten die Anwesenden beim Einsatz von Naturpapier sowohl in der Druckmaschine als auch im Marketingumfeld. Dabei von den Erfahrungen profitieren, die andere schon gemacht haben, war sicher ein Anreiz, warum sich knapp 200 Gäste auf den Weg nach Heidelberg gemacht hatten.

### Renaissance oder Trend?

Der Einsatz von Naturpapieren hat in den letzten Jahren um 55% zugelegt. Ob deshalb heute noch von Renaissance gesprochen werden kann, ist fast schon zweifelhaft, sehen Marktkenner doch inzwischen wieder weißere und glattere Papiere auf dem Vormarsch. Vielleicht gab es gerade deshalb neben den Vorträgen die facettenreiche Diskussion unter der fachkundigen Leitung von Christoph Weinert, Druckingenieur und Bereichsleiter bei Schneidersöhne Papier.

Walter Goetzger, selbständiger Produzent, hat sich mit den »Möglichkeiten und Grenzen« von Naturpapieren bereits seit längerem auseinandergesetzt. Zwar sei Naturpapier schwierig zu be-

drucken, räumte er ein, dafür aber biete die Haptik große Vorteile. Wichtig sei es, von Anfang an die Besonderheiten von Naturpapier beim Druck einzuplanen und vor allem den Kunden im Vorfeld darüber zu informieren. Probleme gibt es vor allem durch den erhöhten Punktzuwachs und die längeren Trocknungszeiten im Vergleich zu gestrichenen Papieren. Zwingend erforderlich sei es, die Daten entsprechend anzupassen«, so Goetzger, der sich schließlich als »Naturpapierfan« outete.

### Nicht die leichteste Übung

Aus Sicht des Papierherstellers ist die Herstellung von gut bedruckbaren und weiter zu verarbeitenden Papieren auch nicht eben die leichteste Übung, wie Nicolas H. W. Mühlemann, Generaldirektor bei M-real Biberist, mit seinem Überblick über die Papierherstellung unter besonderer Berücksichtigung der Naturpapiere erläuterte. M-real Biberist entwickelte gemeinsam mit Schneidersöhne das neue Naturpapier PlanoArt. Mit diesem Papier beschäftigte sich auch Jürgen Riedlinger, technischer Direktor bei Flint Group Germany, ohne es direkt beim Namen zu nennen. Riedlinger testete vier verschiedene Naturpapiere und stellte fest, dass die angesprochenen Problemfelder zutreffen: Naturpapier braucht ungefähr viermal so lange zum Trocknen wie gestrichenes Papier, hat einen hohen Farbbedarf und ist nicht ganz so einfach in der Weiterverarbeitung. Was sich jedoch durch den Einsatz oxidativ trocknender

Farben weitgehend vermeiden lässt, so die Erkenntnis von Jürgen Riedlinger. Erst auf Nachfragen verriet Riedlinger, dass es sich bei dem Testsieger um PlanoArt von Schneidersöhne handelt. Von den guten Druckergebnissen auf diesem Papier konnten sich die Teilnehmer auch an der zuvor erfolgten Druckvorführung überzeugen. Konrad Kehrl, Systemberater bei Heidelberg, bestätigte aufgrund seiner Erfahrungen, dass es sehr unterschiedliche Naturpapiere gibt und »die Qualität des Papiers für den Drucker entscheidend sein muss«. Denn das Problem sieht Kehrl im Druck vor allem durch den bei Naturpapier entstehenden Papierstaub.

### Besondere Anmutung

Die Anwender, die die Podiumsdiskussion bestritten, sahen im Naturpapier »als Marketinginstrument unschlagbare Vorteile«, wie es Irmgard Abt, Inhaberin der Abt Print und Medien GmbH, Weinheim, formulierte. Ernst Gärtner, Prokurist bei Engelhardt und Bauer, Karlsruhe, rief die Drucker zu mehr Mut auf, auch und gerade, wenn es darum geht, ein Naturpapier zu empfehlen. Herstellungsleiter Vitali Rosenfeld machte zwar deutlich, dass Naturpapiere in den Bemühungen um eine Standardisierung nach PSO Probleme bereiten könnten, weil sie nur schwer nach Papierklasse 4 zertifiziert werden könnten. Dem hielt Mathias Wagner, Wagner Medien Produktion, München, jedoch entgegen, dass es unglaublich reizvoll sei, mit Naturpapieren zu arbeiten, wenn die nötige Datenkompetenz vorhanden sei. Zumal es gegenüber üblichen Bilderdruckpapier von Empfängern der Werbebotschaften wegen seiner besonderen Anmutung sehr aufmerksam wahrgenommen werde.

nico

► [www.schneidersoehne.de](http://www.schneidersoehne.de)

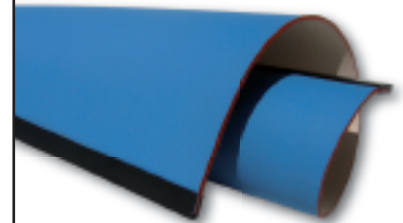


## Doppelt hält länger.

**BIRKAN Headliner**, einzigartig dank der kompressiblen Doppelschicht. Spezielles Drucktuch für den Zeitungsdruck.

Erhöhte Kompressibilität, mehr Leistung:

- ✦ Perfekter Ausdruck.
- ✦ Optimaler Kontakt im Druckspalt.
- ✦ Kein Druckabfall im Kanalbereich.
- ✦ Verbesserte Papierkantenresistenz.
- ✦ Sehr lange Standzeiten.



### BIRKAN Headliner

Druckqualität mit Qualitätsdrucktüchern



**BIRKAN** Drucktuchtechnik GmbH  
Painhofener Strasse 11  
82279 Eching/Ammersee

Telefon +49 (0) 81 43 / 92 04 0  
Telefax +49 (0) 81 43 / 92 04 24  
[www.birkan.de](http://www.birkan.de) • [info@birkan.de](mailto:info@birkan.de)

**Blankets for Master Printers**

