



Mohawk-Show auf Welttournee

Mit der legendären »Letterhead-Show«, die ausgezeichnete Designarbeiten auf außergewöhnlichen Papieren zeigte, tourte die amerikanische Papierfabrik Strathmore jahrelang um den Globus. Nachdem Strathmore vom Feinpapierhersteller Mohawk übernommen wurde, lebt die Idee weiter. Nun ist die 11. Mohawk-Show auf Welttournee und machte auch in Köln Station.

Von Klaus-Peter Nicolay

Der Papiergroßhändler Papyrus unterstützt diese Show und präsentierte rund 250 Gästen aus Kreativagenturen und der grafischen Industrie die Mohawk-Show im Kölner Media-Park. Außer einer eher kleinen, aber durchaus inspirierenden, Ausstellung ausgezeichneter Drucksachen auf Feinpapier wurden die Gäste in unaufdringlicher und geradezu sympathischer Art über den amerikanischen Papierhersteller und sein edles Sortiment sowie von Geschäftsführer



Das Team von Mohawk und Papyrus sorgte für einen kurzweiligen Abend in Köln.



Boris Borensztein (Bild links) über einige Neuheiten des Großhändlers Papyrus aus Ettlingen informiert.

Mohawk ist eine der größten in Privatbesitz befindlichen Papierfabriken der Welt. Das Unternehmen produziert an drei Standorten auf sechs Maschinen rund 175.000 Tonnen Papier pro Jahr und hat sich dabei auf die so genannten »Text and Cover«-Qualitäten spezialisiert, die in

unseren Breiten als Fein- oder Designerpapier bekannt sind. In 60 Ländern wird der in dritter Generation und von vier Brüdern geführte Familienbetrieb von 600 Großhändlern vertreten – in Deutschland von Papyrus. Dabei lebt der amerikanische Papierproduzent eine ausgeprägte eigene Umweltphilosophie: So wird beispielsweise der gesamte für die Produktion benötigte Strombedarf bei Mohawk aus Windenergie gewonnen.

Den Schwerpunkt des Abends richteten die Gastgeber auf den Trend zu individuellen Papierlösungen für je-



Jutta Birkenhauer und Joe O'Connor, Senior Vice President) von Mohawk Fine Papers, zeigten einen Überblick über die Produktionsmöglichkeiten von Mohawk-Papieren.

de Art von Anwendungen und auf die zunehmende Nutzung hochwertiger Qualitäten in der Digitaldruckproduktion. Auch wenn analoge Druckverfahren den Markt beherrschen, sieht man bei Mohawk die Zukunft digital. Entsprechend gewachsen ist mittlerweile das i-tone-Sortiment des Unternehmens, das in einem Partnerprogramm mit HP Indigo vermarktet wird. Mittlerweile, so die erstaunliche Botschaft, werden immerhin schon 25% der bei Mohawk produzierten Designerpapiere später digital bedruckt.

Den generellen Trend zum Digitaldruck bestätigte auch Bertram Störch von HP Indigo: Nicht nur das Druckvolumen habe sich auf den Indigo-Maschinen innerhalb der letzten fünf Jahre nahezu verfünffacht, auch die eingesetzten



Bertram Störch, Marketingleiter bei HP Indigo, bei seinem Vortrag zum Thema Digitaldruck.

Bedruckstoffe seien immer öfter hochwertige Papiere. Während der Digitaldruck in seinen Anfängen eher als nutzenorientierte Anwendung zum Kopieren gesehen wurde, der später die Qualität für fotoähnliche Produkte erreichte, erobert er nun auch zunehmend das Segment der edlen Printanwendungen. Jüngstes Beispiel aus dem Hause HP Indigo ist die Electro Ink White, mit der sich

besondere Effekte mit Weiß auf metallischem oder transparentem Untergrund erzielen lassen.

Doch nicht nur der Digitaldruck stellt eine hervorragende Möglichkeit dar, die hochwertigen Papiere des Specials-Sortiments zu drucken. Papyrus hat speziell für die Spezialpapiere das neue Konzept »Paper Identity« entwickelt. Diese Mappen zeigen vorgefertigte Zusammenstellungen zu bestimmten Produktbereichen (Umweltpapiere), ermöglichen es aber auch, eigene Ideen einzubringen. »Paper Identity verfolgt einen lösungsorientierten Ansatz, das heißt ausgehend vom Anwendungszweck, zum Beispiel Geschäftsaustattungen, werden Papiere vorgeschlagen. Das erleichtert und vereinfacht die Arbeit von Designern und Grafikern bei der Papierauswahl«, so Sebastian Barton, Productmanager bei Papyrus.



› www.papyrus.com › www.mohawkpaper.com

