

Drucksachen und mehr

Von wegen: Es wird nichts mehr gedruckt!

Im Editorial dieser Ausgabe haben wir unsere Verwundung zum Ausdruck gebracht, dass Drucksachen in der Öffentlichkeit kaum noch wahrgenommen werden. Dabei gibt es eine Vielfalt wie nie, eine Qualität wie nie und durch die Technik beflügelt auch eine Ideenvielfalt wie nie zuvor.

Mann muss sich nur einmal ein bisschen umsehen und mit offenen Augen durch den Alltag gehen, um festzustellen, was in der Druckbranche abgeht. Da wird gedruckt, was das Zeug hält: im Offset, im Sieb-, Flexo-, Tief-, Digital- und Inkjetdruck – selbst der Buchdruck kommt hin und wieder noch immer zu Ehren. Da wird ein- bis x-farbig gedruckt, klimaneutral, mit Interferenzfarbe oder mit stark pigmentierten Farben. Es wird nach allen Regeln der Kunst veredelt. Lentikulardruck, Lackierungen aller Art von der Spotlackierung bis hin zum Duftlack, Laminierungen, Blindprägungen, Kaltfolien-Applikationen, Beflockungen, Stanzungen klassisch oder mit dem Laser, Perforierung, Rillung und so weiter. Und dabei wird natürlich das gesamte Spektrum an Drucksachen abgedeckt: vom Flyer über Broschüren und Mailings, Magazinen, Büchern, Zeitungen, Karten und Kalendern bis hin zu Displays, Verpackungen, Tragetaschen und crossmedialen Anwendungen – das alles in Auflagen zwischen 1 und zig Tausend Exemplaren, On-Demand und bei Bedarf oder als Großauflage.

Dass dabei nicht alle Druckprodukte das Prädikat ›Top-Design‹ tragen können, schmälert den Wert der Drucksachen jedoch nicht. Im Gegenteil. Eine Drucksache ist immer an ihrer Aufgabe zu messen. Kriterien wie Nutzen, Emotionalität, Wertigkeit, Professionalität, Kreativität und Innovation spielen eine Rolle, natürlich auch die ›Idee dahinter‹ und der Kommunikationszweck.

Manchmal können banal wirkende Produkte aufgrund ihrer Originalität einen enormen Werbewert ausstrahlen. Andere erfüllen mit einfachen, aber pointiert eingesetzten typografischen Mitteln ihren Kommunikationsauftrag und weitere wirken durch ihre Schlichtheit beim Design. Und selbstverständlich sind Aufmachung, Text- und Bildsprache, Druck- und Verarbeitungsqualität sowie die Anmutung wesentliche Kriterien, die eine Drucksache ausmachen. Alleine schon die Haptik des Papiers kann Bände sprechen. Und davon einmal abgesehen: Es muss ja nicht immer Papier oder Karton sein. Auch andere Materialien lassen sich auf vielfältige Art und Weise bedrucken.

Genau das wollen wir in der neuen Rubrik ›Printprodukte‹ in den nächsten Ausgaben demonstrieren: die Vielfalt des Gedruckten!

nico

ZEITUNGSSCHÖNHEITEN

Zeitungen kommen nicht aus den Schlagzeilen. Diesmal aber im positiven Sinne. Der ›World's Best-Designed Newspaper 2013‹ zeichnete Zeitungen aus, die mit hervorragendem Design, ansprechender Optik, redaktionellem Verstand und einem daraus resultierenden Gesamtbild überzeugen.

Und kann man von einer Zeitung mehr verlangen, als dass sie Imageträger ist? Mehr noch: Die Jury des diesjährigen ›World's Best Designed Newspaper‹-Awards der Society for News Design misst der Hamburger Wochenzeitung ›Die Zeit‹ einen regelrechten Placeboeffekt bei: »Die Zeit«, so schreiben die Juroren, »ist eine Zeitung, bei der sich die Leser nur vom Ansehen schon gescheiter fühlen.«



›Meister der Weißflächen‹ befindet die Society for News Design über ›Die Zeit‹ – und zeichnet sie als eine der schönsten Zeitungen aus.

Gemeinsam mit der ›Welt am Sonntag‹ und drei anderen Zeitungen (›Politiken‹ aus Dänemark, ›The Grid‹ aus Kanada und ›Dagens Nyheter‹ aus Schweden) hat die Society nun das Hamburger Großformat zum fünften Mal als einer der schönsten Zeitungen der Welt gekürt. Dabei glänzen die prämierten Zeitungen nicht nur auf der Titelseite, sondern konsequent über das ganze Produkt. Starke Bilder, informative Grafiken, kreative Ideen und auch ausreichend Weißflächen begeistern die Leser. Allerdings fehlten beim Wettbewerb ehemals wichtige Konkurrenten im Zeitungsdesign völlig. In den USA stirbt mit den gedruckten Zeitungen offenbar auch die Kreativität der Designabteilungen. Bis Ende der 90er-Jahre haben US-Zeitungen den Wettbewerb dominiert, seitdem aber werden der wirtschaftliche und damit auch der optische Niedergang sichtbar.

Dass es auch anders geht, belegt ›Die Zeit‹: Die Wochenzeitung hat im ersten Quartal 2013 einen neuen Rekord bei der verkauften Auflage erzielt und wächst gegen den Trend. Ob dies nicht auch mit der optischen Qualität zusammenhängt?



BETÖREND

Auch bei der diesjährigen Oscarverleihung waren Kuverts der Büttenpapierfabrik Gmund begehrte und für einen Moment das meist beäugte Stück Papier der Welt. Als Michelle Obama dieses Jahr mit den Worten »and the winner is ...« den Umschlag öffnete und den besten Film preisgab, waren die Papiermacher vom Tegernsee mächtig stolz auf ihre 24 handgefertigten Umschläge.

Der offizielle Designer der Academy Awards, Marc Friedland, hatte im Januar die Papiermacher besucht und einen Vortrag auf der Gmund Brand Convention gehalten, dem mit über 350 Teilnehmern bestens besuchten Markenkongress mit namhaften Vertretern von Strenesse, Leica, BMW, Osram etc. »Das Papier besitzt ein wunderschön schimmerndes Gold, glamourös und höchst elegant zugleich. Die Oberfläche muss man einfach erfühlen, sie ist irgendwie betörend und verzaubernd«, schwärmt der Marc Friedland über die Kollektion Gmund Treasury.

DIE

WIRKUNG

DIE

ICH

AUF

MENSCHEN

HABE

IST

FAST

ERSCHRECKEND

I am the power of print.

Werden aktuelle Meldungen in Zeitschriften veröffentlicht, messen Leser diesen eine größere Bedeutung zu (33%) als jenen im TV (20%) oder Internet (10%).

Mehr unter www.print-power.info



Fotografieren Sie den Code mit Ihrem Mobiltelefon, um die Broschüre online zu bestellen. Den Code-Reader können Sie kostenlos unter www.upcode.fi herunterladen.

**PRINT
POWER**

ADD PRINT, ADD POWER

DIGIGRAPHIE

Der drei Meter hohe, digitale Kunstdruck des Kölner Doms fesselte die Besucher auf der photokina 2012. Nun wurde das Werk des Fotografen Marco Brunetti an die Stadt Köln übergeben. Der Dom ist künftig in den Hallen der Koelnmesse zu bewundern. Die Fotografie des Kölner Doms besteht aus 639



Einzel aufnahmen, die zunächst fotografiert, perspektivisch korrigiert zusammengefügt wurden. »Dadurch entsteht eine faszinierende Ansicht mit ungekannter Detailtreue«, sagt Marco Brunetti. Hergestellt im zertifizierten Epson Digigraphieverfahren, wurde das digitale Werk unter strengen einheitlichen Produktionsstandards in limitierter Auflage gedruckt und durch Brunetti legitimiert. Mit der Epson Digigraphie wird sichergestellt, dass Kunstwerke in naturgetreuer Qualität und mit einer Lebensdauer von bis zu 100 Jahren ausgegeben werden.

DRUCK AUF STEIN

Die Münchner Wenzel GmbH bietet neben dem Druck auf Holz jetzt auch den Druck auf Kalksteine. Dabei sind die Formate fest vorgegeben und orientieren sich an den Größen der Platten, die zusammengelegt das Motiv ergeben. Der Druck lässt drei Varianten zu: ohne Grundierung (Struktur und Material-



farbe des Steins bleiben erhalten), Vorbehandlung mit Weiß (die Farben werden leuchtender) und Spotweiß (es werden nur Teilflächen bedruckt).

➤ www.wenzel-muc.de/stein

TRAGETASCHEN MIT GUTER FIGUR

Jeder Supermarkt verkauft Tragetaschen, die mit dem jeweiligen Logo bedruckt sind. Sie sind praktisch, viereckig – und fallen deshalb im Alltag kaum noch jemandem auf. Weit werbewirksamer dagegen können sogenannte Figurschnitttaschen sein, die nach individuell angefertigt werden können. Diese Figurschnitttaschen sind schon deshalb Hingucker, weil sie die Form eines Produktes oder Schriftzuges annehmen können, oder sie fallen durch ungewöhnliche Aufdrucke und Haltegriffe auf. Taschen dieser Art wer-

zialisten Kröll. »Das Unternehmen wollte eine Federboa als Henkel«, erzählt Diana Kröll, Geschäftsführerin der Kröll Verpackung GmbH. Ein Wunsch, der erfüllt wurde. Auch der Werbeträger eines Automobilproduzenten wartet diesbezüglich mit einer Besonderheit auf: Das ausgestanzte »O« des Schriftzuges »WOW« ist gleichzeitig das Griffloch für die Tasche. Ein Gimmick, das wohl jedem ins Auge sticht und in Erinnerung bleibt. Genau dies soll ja mit Hilfe pfiffiger Ideen erreicht werden. Denn auf einer Messe

»Unsere Kunden kommen oft mit höchst speziellen Einfällen auf uns zu. Sie senden uns einen Entwurf und wir müssen prüfen, wie wir diesen umsetzen können. Im Normalfall finden wir immer einen Weg«, sagt Diana Kröll. Durch die mehr als 40 Jahre Erfahrung weiß das Familienunternehmen aus Neuried bei München, ob im Offset-, Flexo-, Sieb-, Tief- oder im Transferdruck gearbeitet werden muss, welche Henkel wie viel Gewicht tragen können und wie die Taschen verklebt werden müssen.



Während herkömmlichen Plastiktüten schon lange keine besondere Aufmerksamkeit mehr geschenkt wird, stechen Figurschnitttaschen ins Auge. In Form von Autos, Käselaiiben, Motoren oder mit ungewöhnlichen Henkeln sind sie ein echter Hingucker.

den gerne für Messeauftritte und Anlässe genutzt, um ein Firmenkonzept bildlich zu transportieren. Damit dient die Tasche als Tragehilfe und wirksame Gedächtnisstütze zugleich.

Beliebte Motive sind zum Beispiel Taschen, die in Form eines Automobils geschnitten sind, Taschen in Form eines Motors oder Käselaiibes, in Kofferform samt Länderaufklebern und allerlei mehr. Doch nicht nur bei der Formwahl, auch beim Design der Henkel ist einiges möglich. Mit einem besonders ausgefallenen Wunsch wandte sich etwa eine weltbekannte Kosmetikmarke an den bayerischen Taschenspe-

mit Hunderten von Ausstellern und Zehntausenden von Besuchern, die einer großen Reizüberflutung ausgesetzt sind, wollen Aussteller auffallen und auf den ersten Blick Eindruck machen.

Offset-, Flexo-, Sieb-, Tief- oder Transferdruck

Während der zwanzigste Logo-Kugelschreiber zuhause vergessen wird, wecken die Figurschnitttaschen auch nach dem Messebesuch noch Assoziationen an den besuchten Hersteller und die dort vorgestellten Produkte. Damit sind die Taschen ein praktisches Utensil und eine Gedächtnisstütze zugleich. Je ausgefallener der Entwurf für die Tasche, desto stärker ist die Werbewirksamkeit.

So wird je nach Anforderung des Kunden eine passende Taschenform und -art gefunden. Die Funktion als Tragetasche wird dabei nicht beeinträchtigt. Zudem sind die Taschen auch in FSC-zertifiziertem Papier erhältlich. Das Sortiment von Kröll umfasst neben Figurschnitttaschen alle Arten von Papier- und Plastik-, Stoff- und Permanenttragetaschen sowie Geschenkverpackungsmaterial vom Karton bis zur passenden Schleife.

➤ www.werbetaschen.de

Quark Publishing System 9

Design und Publishing für iPad, ePUB, Print, mobile Geräte und das Web

Selbst konfigurierbare iPad Kiosk-App mit integriertem In-App-Purchase

Diashows, Audio und Schaltflächen hinzufügen

Pop-up-Fenster erstellen und HTML-Seiten einbetten

Videos einbinden oder via Web verlinken

Horizontale und vertikale Ansichten erstellen und synchronisieren

Integrierte Seitenübersichtsanzeige

Animationen platzieren

NEU: App Studio für Quark Publishing System

Ganz gleich, ob Sie Marketingmaterial, Finanzberichte, Publikationen für die technische Dokumentation, Zeitungen, Zeitschriften, Bücher oder andere Informationen über Printmedien, Websites oder mobile Geräte veröffentlichen, Quark Publishing System® kann Ihnen helfen, medienübergreifend Inhalte zeitnah und kostengünstig auszugeben.

App Studio ist ein optionales Modul für Quark Publishing System, das es Ihnen ermöglicht, mit Ihren vorhandenen Design- und Publishing-Werkzeugen iPad® Apps zu erstellen und zu veröffentlichen. Schnell, einfach und kostengünstig pro publizierter Ausgabe – ohne Jahresgebühren und ohne Download-Kosten.

App Studio für Quark Publishing System beinhaltet:

- Eine „Starter App“ für das iPad, die der Ausgangspunkt für das Konfigurieren von kundenspezifischen iPad Apps ist
- Das iPad Framework, das es den Kunden ermöglicht, stark individualisierte und gebrandete Apps zu erstellen
- QuarkXPress XTension® Software zum Anreichern von Inhalten mit interaktiven Elementen, die im Dateisystem oder in Quark Publishing System gespeichert und verwaltet werden
- Einen web-basierten Service zum Verwalten von Apps, Publikationen und Ausgaben, jederzeit und an jedem Ort
- Funktionen zum Testen digitaler Publikationen im iPad Simulator von Apple® oder direkt auf einem iPad
- Automatisierungs-Workflows in Quark Publishing System zum Veröffentlichen und Aktualisieren digitaler Publikationen

Revolutionizing Publishing. **Again.™**

