

„LETTERPRESS IST COUTURE AUF PAPIER.“



Mit der Press Boutique im Herzen Bonns zwischen Hofgarten und Rhein hat sich Julian Lorenz Stehberger seinen Traum von ›Entschleunigung‹ erfüllt. Der Dozent für Onlinemarketing und Markenführung sowie Inhaber einer Werbeagentur in der Bonner Südstadt ist fasziniert von der alten Technik. »Was mit den alten Maschinen alles möglich ist, fasziniert mich jeden Tag aufs Neue«, stellt er fest. »Die Verbindung von Material, Prägung und zeitgenössischem Design ist eine Chance, Papier in besondere Formen zu kleiden: Letterpress ist für mich wie ›Couture‹ auf Papier.«

Fotos auf dieser Doppelseite: Marcus Gloger

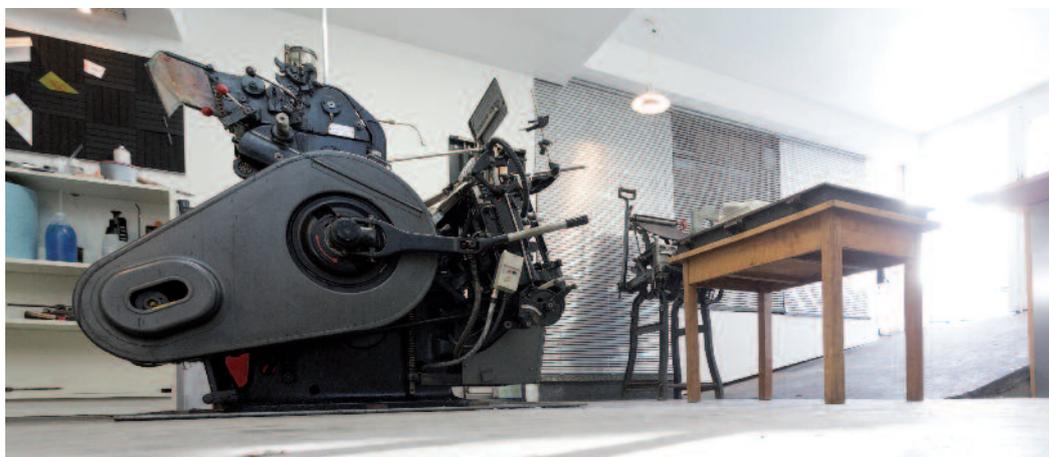
Den Stecker gezogen

Seit Jahren wird die Zukunft der Druckbranche in Frage gestellt. Online gilt als das Medium der Stunde, Papier ist für viele abgeschrieben. Doch es gibt so etwas wie eine Gegenbewegung. Die rekrutiert sich aus Menschen, die handwerkliches Arbeiten lieben und die zum Teil ausgerechnet aus dem Internet- und Online-Umfeld kommen.

Julian Lorenz Stehberger zum Beispiel, Dozent für Online-Marketing und Inhaber einer Bonner Werbeagentur, hat »den Stecker gezogen« und eine Druckerei-Manufaktur mit historischer Ausstattung gegründet. In der Bonner Press Boutique entstehen Drucksachen, die im klassischen Hochdruck auf geradezu antiken Tiegeln entstehen. Damit greift der 34-jährige einen Trend auf, der eigentlich gar keiner ist, der aber in den USA unter dem Begriff Letterpress schon seit Jahren boomt. Er nennt es Design-Papeterie.

Wirklich von einem Trend zu reden, erscheint mir vielleicht doch etwas zu hoch gegriffen, aber es lässt sich schon seit einiger Zeit beobachten, dass das Interesse am Analogen und an greifbarer Mechanik gerade bei der jüngeren Generation zugenommen hat. Nachvollziehbar, wie ich meine, denn bei aller Liebe für die digitalen Techniken – sehen kann man hier nichts mehr. Und was man nicht sehen kann, versteht man auch nur sehr schwer.

Ganz anders, wenn man Druckereien betritt, in denen (auch wenn es nur ein separater Raum ist) nach »alter Väter Sitte« gedruckt wird – eben wie bei der Press Boutique. Man taucht ganz einfach in eine andere Welt ein. Alte Druckriegel schnaufen gemächlich vor sich hin. Der Geruch frischer Druckfarbe erinnert an die Zeit weit vor Twitter, Facebook und Co. – als Briefe noch mit Tinte und nicht mit der Tastatur geschrieben wurden.



Entschleunigung

»Was mit den alten Maschinen alles möglich ist, fasziniert mich jeden Tag aufs Neue«, stellt Julian Lorenz Stehberger fest, der seiner Manufaktur den Namen Press Boutique gegeben hat. »Die Verbindung von Material, Prägung und zeitgenössischem Design ist unsere Chance, Papier in besonderer Form zu kleiden: Letterpress ist für mich wie »Couture« auf Papier.«

Der klassische Buchdruck (alle, die noch Bleiletern gesetzt und mit diesen gedruckt haben, wissen das) besticht nun einmal durch seine besondere Haptik. Gerade bei schweren Papieren hinterlassen die Lettern Quetschränder, die das Besondere des Druckverfahrens ausmachen. So entstehen »erlebte Drucksachen« wie Visitenkarten, Bierdeckel, Einladungen, Plakate und vieles mehr. Zwei Heidelberger Tiegel, ein hundert Jahre alter Handtiegel und di-

verse andere Maschinen sind dabei genau die richtigen Produktionsmittel. Allesamt sind sie älter als der Gründer. Ihre Instandsetzung, Erhaltung und Nutzung ist deshalb auch Teil des Nachhaltigkeitskonzeptes der Manufaktur.

Das ist es, was Stehberger fasziniert: Als Experte für Onlinekommunikation kennt er aus eigener Erfahrung die Schlagzahl der Medienbranche. Manufakturqualität entsteht jedoch nur mit Ruhe und Kreativität. Diesen Traum von »Entschleunigung« hat er sich mit der Press Boutique erfüllt. Neben individueller Papeterie für Hochzeiten, Geburtsanzeigen oder Visitenkarten entwickelt die Press Boutique auch eigene Editionen und fertigt außergewöhnlich haptische Printprodukte für Agenturen und Unternehmen.

Allen Erzeugnissen gleich ist die haptisch erlebbare Tiefprägung mit ihrem einzigartigen Licht-Schattenspiel auf ausgewählten Feinstpapie-

ren. So lässt sich Print werthaltig gestalten – in einem entschleunigten Produktionsprozess, der Qualität garantiert.

Kein Einzelfall, kein Zufall

Doch die Press Boutique ist beileibe kein Einzelfall. Druck-Manufakturen finden sich inzwischen fast überall im deutschsprachigen Raum, sicherlich auch bei anderen europäischen Nachbarn. Doch nicht überall müssen zwangsläufig museale Maschinen stehen. So hat auch der Digitaldruck etliche Drucker dazu bewogen, außergewöhnliche Drucksachen in kleinen Auflagen zu produzieren und handwerklich zu veredeln.

Ein anderes Beispiel ist Wolf in Ingelheim, wo neben dem eigentlichen Druckbetrieb eine Manufaktur insbesondere für das Veredeln von Drucksachen entstanden ist.



Ausschließlich auf antiken Druckriegeln werden in der Press Boutique Drucksachen in kleinen und mittleren Auflagen gefertigt.

Die Wolf-Manufaktur realisiert wertige Veredelungen und bietet eigenen Angaben zufolge das größte Portfolio an Veredelungen für Printprodukte im deutschsprachigen Raum: Buchdruck, Letterpress, Bostonstyle (was eigentlich alles das gleiche meint), Blindprägung, Farbschnitt, Heißfolienprägung, Heißfolien-Reliefprägung, Siegelmarkendruck, UV-Lack (auch partiell), Form- und Laserstanzung.

Egal ob Karten, Broschüren oder Verpackungen – in der Manufaktur spielt es keine Rolle, ob jemand einmal im Leben tolle Hochzeits- oder Geburtskarten möchte, ob sich ein Unternehmen mit einer veredelten Broschüre mit Heißfolienprägung präsentieren möchte oder ob Verpackungen mit partiellem UV-Lack benötigt werden. Wolf hat die richtige Ausstattung, die richtigen Mitarbeiter und das nötige Fachwissen!

Sinnlichkeit zum Blättern

Das haptische Erlebnis scheint für viele Menschen noch immer ausschlaggebend zu sein, wenn es um Drucksachen geht. Auch oder vielleicht ganz besonders bei Büchern. E-Book, Tablet und Co. zum Trotz: Bei Krimi, Liebesroman und Sachbuch greifen Dreiviertel der deutschen Leser lieber zum ›guten, alten Buch. Und in dem steckt neben spannenden Geschichten oder wertvollen Informationen auch seitenweise echtes Handwerk.

Der Bücherhunger ist nach wie vor groß: Jährlich wächst der Literaturmarkt alleine in Deutschland um rund 80.000 Neuerscheinungen. Von dieser Lust aufs gedruckte Wort profitieren auch Buchbinder, Drucker und Mediengestalter: Sie sorgen für handwerkliche Qualität und präsentieren sich im digitalen Zeitalter von



Bei der Wolf Manufaktur kommen traditionelle und moderne Druck- und Veredelungstechniken in Kombination zum Einsatz.

einer ganz neuen (aber traditionellen) Seite.

In ihrem Atelier Artes et Libri im Grafischen Centrum Empelde bei Hannover arbeitet Buchbindermeisterin Inka Biedermann Tür an Tür mit Werbeagenturen, Verlagen und Druckereien: »Wir stehen jedoch nicht in Konkurrenz zueinander, sondern inspirieren uns gegenseitig«, sagt sie. Die Werbe- oder auch Filmbranche wendet sich an die Meisterin, um mit besonderen Buch-Kreationen die Gunst von Investoren und Kunden zu gewinnen. Denn ein gut gemachtes Buch wirkt – auch in Zukunft: »E-Books und Co. sind zwar praktisch«, meint Biedermann, »verglichen mit der sinnlich erfahrbaren Haptik eines gedruckten, handgebundenen Buches sind sie aber eher Fast Food.«

In ihrem Ein-Frau-Betrieb wickelt die Buchbinderin Bestellungen bis zu 100 Exemplaren ab. »Meistens wenden sich Privatleute oder Unternehmen die Buchbinderin Bestellungen bis zu 100 Exemplaren ab.«

Dabei setzt die 44-Jährige auch auf die digitalen Medien und möchte ihre Homepage zum Online-Shop ausbauen: »Obwohl ich vom gedruckten Wort lebe, dient mir auch die virtuelle Welt dazu, neue Kunden zu gewinnen.« Neben den handwerklichen Tätigkeiten wie Falzen, Schneiden, Färben, Leimen und Prägen hat der Kundenkontakt in Bie-

dermanns Berufsalltag einen hohen Stellenwert: »Viele meiner Kunden geben wertvolle, alte Bücher zur Restauration in meine Obhut. Da ist Vertrauen wichtig.«

Die Kombination macht's

Bei den neu entstandenen Manufakturen gehören Design und Ästhetik zusammen. Wenn man so will, greifen hier Kunst und Handwerk ineinander. Und es ist sicherlich kein Zufall, dass die handwerklich orientierten Drucker und Buchbinder erfolgreich sind.

Für derart produzierte Visitenkarten zahlt der Liebhaber schon gerne einmal 100 Euro, selbst wenn er solche Karten auch für einen Zehner im Internet bestellen könnte.

Doch wenn man schon die alten Techniken aufleben lässt, warum sollte man nicht auch Digitaldruck mit Individualisierung und Personalisierung mit Veredelungen kombinieren? Man tut es. Und natürlich kann man sich auf den Webseiten über die verschiedenen Verfahren und das Angebot informieren. Und bestellen kann man längst auch im Internet.

Manufakturen liegen also ganz offensichtlich im Trend.

- » www.press-boutique.de
- » www.wolf-manufaktur.de



In ihrem Atelier Artes et Libri im Grafischen Centrum Empelde bei Hannover arbeitet Buchbindermeisterin Inka Biedermann Tür an Tür mit Werbeagenturen, Verlagen und Druckereien.

nico



DAS

EINZIGE

WAS

DER

IDEE

FEHLT

BIN

ICH

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 über Printmedien 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