

COVERSTORY

# Nicht über den Kopf wachsen lassen!

Die „Grüne Ausgabe“ der *Paperazzo* ist schon Tradition. Diesmal kommt die Thematik der Nachhaltigkeit etwas doppeldeutig daher. Sei es das weiße Cover zur grünen Wiese. Sei es das Wachsen von Kresse bzw. Gras oder von guten Ideen aus dem Heft heraus.





Die Kreativen der b.lateral GmbH & Co. KG (Sipplingen) hatten die Kresse bereits getestet, ob sie auch aus einer Umschlagtasche wachse. Und dann gab es auch schon eine Druckerei, die den Umschlag der vorliegenden Ausgabe produzieren wollte. Aber es kam anders: Gleich zwei Todesfälle innerhalb einer Woche in deren Management zwangen zu einem Wechsel des Produktionsbetriebs – und führten dann in Folge zu einer Verzögerung. Aber die Idee ist geblieben – und wurde schließlich doch Wirklichkeit.

Arne Schuldt, „director/creative strategy“, erläutert die Konzeption. Seine Firma hatte bereits zwei Haptik-Awards von Paperazzo gewonnen und er wusste daher um die geforderte Thematik besonders gut. Es gehe um „Simplicity“: Das einfach gestaltete Cover ist komplett weiß und in großer mehrstufiger Relief- bzw. Blindprägung steht „The Green Issue“. Warum „The Green Issue“? – Schuldt: „Wir zielen hierbei auf die Doppeldeutigkeit des Wortes ‚Issue‘ im Sinne von Ausgabe sowie Problematik – think before you print!“

## Zeit geben

Was die Verarbeitung betrifft, kamen zur Prägung eine Stanzung für die Luftzufuhr, Klebekaschierung mit der Unterseite und Einbringung von Gras- bzw. Kressesamen in die derart entstandene Umschlagtasche. Der Machbarkeitstest zeigte: Nach fünf Tagen Gießens kamen die ersten Gewächsen durch das Papier hervor. Weder Erde noch Dünger wurden hinzugefügt. Testen Sie selbst, nachdem Sie z. B. die Umschlagtasche abgetrennt haben, ob sich der Hinweis der Kreativen auf „The Green Issue“ bewahrt: „Zeigt sich in vielen Facetten – in der Tiefe steckt manchmal mehr drin. Und wie würde es erst aussehen, wenn alles weg ist? Gebt ihr Zeit, denn sie wächst auch nicht schneller, wenn man daran zieht.“

„Zeit geben“ – dieser Appell richtete sich aufgrund der Schicksalsschläge an alle Beteiligten. Die von der Kreativagentur favorisierte Druckerei fiel also aus – Fedrigoni, Lieferant des Umschlagmaterials, empfahl Wolf Manufaktur in Ingelheim. Das Unternehmen sagte gerne zu, hatte aber bis Jahresende keine Kapazität mehr frei.

- 1 Eine Simulation der Agentur b.lateral, die beweist: Es grünt so grün...
- 2 Im Prägestempel für die Titelseite steckt viel spezielles Know-how
- 3 Teamleiter Markus Laux setzt den Autor Johann Sajdowski ins Bild
- 4 Schon im Druckmaschinen-Durchgang muss der Umschlag perfekt passen

Außerdem musste die Produktion testgefahren werden – und dann galt es ja noch, die „Begrünung“ vorzubereiten...

Apropos „Umschlagmaterial“: Fedrigoni stellte „Freelife Kendo“ bereit. Passend zur Heftthematik der Nachhaltigkeit ist die Sorte ein Recycling-Naturpapier mit feinen Einschlüssen, das in Grammaturen von 120 bis 300 g/qm in Naturweiß im Format 70/100 Schmalbahn erhältlich ist. Sie besteht übrigens zu 5% aus Hanf... Das Papier ist – wie Wolf Manufaktur auch bestätigt – problemlos zu bedrucken. Es kann für alle gängigen Druckverfahren, Weiterverarbeitungstechniken und Veredelungen eingesetzt werden. Von einer Lackierung rät der Papierhersteller aber ab bzw. eine solche sollte vorher getestet werden. – Aber lesen Sie die weiteren Angaben zu Freelife Kendo im „Steckbrief“ auf der dritten Umschlagseite!

## Zukunft gestalten

Der empfohlene Produktionsbetrieb erwies sich als interessant nicht nur aufgrund seines fachlichen Know-hows, sondern aufgrund seiner Entstehungsgeschichte. Vor zehn Jahren war Wolf in Ingelheim noch eine zwar traditionsreiche, aber auch austauschbare Akzidenzdruckerei. Wie Geschäftsführer Thorsten Winterheimer im Rückblick feststellte, stand man vor der Alternative, weiter wie bisher zu machen – und zurückzufallen – oder aber aktiv die Zu-

kunftzugestalten. Die Unternehmensgruppe Wolf-Ingelheim verbindet nunmehr, wie es heißt, digitale und analoge Welten. Ob – beispielhaft – mit der klassischen Druckerei, dem IT-Unternehmen namens Loup Solutions für Web-to-Print und mehr oder dem Apothekenhandel „Melsbach“: Man bietet eine Vielzahl von Dienstleistungen mit abgestimmten Prozessen – sowohl aus organischem Wachstum heraus als auch durch Zukauf. Die „Satelliten“ oder „Divisions“ betreffen darüber hinaus Premedia, Printmanagement, Werbemittel (Kooperation z. B. mit dem Stuttgarter Frechverlag oder mit dem Mützenmacher Myboshi), Fulfillment und Call-Center.

Zwei Angebote des 60-köpfigen Unternehmens sollen hier kurz hervorgehoben werden: „Wolf-Präsente“ in Form eines Buches plus passender Beigaben als Geschenkbox. Und Verpackungen-on-Demand auf [packung24.de](http://packung24.de) samt Online-Gestaltung. Die Auflagen bewegen sich nach oben bis ca. 5.000 Stück, nach unten dank Digitaldruck und Laserstanz bis zum Unikat. Zusammenarbeitet wird hier z. B. mit Dawanda, einem „Marktplatz für Geschenke, Unikate, Handgemachtes und Besonderes mit Herz“ oder Etsy, einem „Marktplatz für Handgefertigtes und Vintage, Kunst und Material“.

Eine Marke ist seit über drei Jahren „Wolf Manufaktur“, zum Einsatz kommt die Technik der Ursprungsdruckerei und des Zentrums der „Satelliten“. Herausfordernd >



2



> und spannend werde es nach Winterheimer bei guten Druckereien erst in der Veredelung. „Hier“, so der Geschäftsführer weiter, „trennt sich die Spreu vom Weizen.“ Hier zähle Erfahrung, technische Perfektion und Lust, wirkliche Lust am Druckprodukt. Seit 1913 gehöre die Wolf-Gruppe zu den herausragenden Werkstätten handwerklicher und industrieller Papierveredelung.

Buchdruck/Letterpress/Bostonstyle, Blindprägung (ein- und mehrstufig), Stahlstich, Relieffdruck und Relieffprägung, Farbschnitt, Heißfolienprägung, Siegelmarkendruck, partielle UV-Lackierung, Formstanzung sowie die messerscharfe Laserstanzung als neueste Anschaffung gehören zum Portfolio. Man stehe schon zu Beginn eines Produktes beratend zur Verfügung inkl. Entwicklung – gleich, ob eine spannende Visitenkarte, z. B. mit Goldschnitt, oder eine ultrakomplexe Verpackung.

Man knacke damit jede Druckherausforderung und biete in Deutschland und im deutschsprachigen Raum das größte Portfolio an Veredelungen für Printprodukte. Veredelungswünsche könnten nach Belieben kombiniert werden: gleich, ob Visitenkarten, Einladungskarten, Hochzeitskarten, Broschüren oder eben Verpackungen. Alles, was Wolf herstelle, produziere man mit Liebe; mit Liebe zum Detail.

Ganz aktuell im Trend, so Winterheimer, lägen die Farbschnitte. Mit dem akreditieren Verfahren sei er in der Lage, bis zu 80.000 Farbschnitte täglich durchzuführen. Ebenso im Trend sei der Buchdruck. Mehrere Maschinen in diversen Formatklassen stünden zur Verfügung. Design und Ästhetik gehören zu den Farbschnitt-

ten. Heißfolienprägungen sowohl zu UV-Lacken als auch zum Letterpress-Verfahren. Die Wolf-Manufaktur veredelt nicht nur das Produkt, sondern auch das Design. „Hier greifen“, so Winterheimer, „Kunst und Handwerk ineinander.“

## Hand anlegen

Auf dem Partnershop Mappen24 bietet man Mappen, Präsentationsmappen, Ordner und Ringbücher an. Veredelungen lassen sich auch auf diese Druckprodukte anwenden. Vorschläge werden erstellt zur Kombination diverser edler Druckprodukte mit Farbschnitten und Heißfolienprägung, Blindprägung oder z. B. einer Heißfolien-Relieffprägung. Realistisch seien auch andere Möglichkeiten der Individualisierung. Oder die Kombination von Individualisierung und Personalisierung mit Verede-

- 1 Links Geschäftsführer Thorsten Winterheimer
- 2 Originelle Idee von Wolf-Ingelheim: Buch plus passende Beigabe als Geschenkbox



lungen. Die Partnerschaft betreffe dabei sowohl Print als auch Web-to-Print.

Bei den Spezialisten für ausgefallene Druckveredelungen war Paperazzo mit seiner Umschlagidee also genau richtig. So wurde denn im ersten Arbeitsdurchgang im Offsetverfahren gedruckt. Dann erfolgte die Blindprägung. Im dritten Durchgang wurde die Perforation gestanzt, damit das Wachstum des Samenkörners durch Luft und Wasser gefördert werden kann. In Handarbeit wurde schließlich der Pflanzensamen selbst aufgebracht, die beiden Umschlagseiten wurden umgeklappt, mit Klebstoff beschichtet und zugeklebt. Auf diese Weise entstand quasi eine Umschlagtasche, die für separate Hege mit einer Schere aus dem Heft herausgetrennt werden kann.

Den Beteiligten ist nichts Vergleichbares bekannt – Ihnen? || **Johann Sadowski**

## TIPPS & TRICKS

- Um auf Naturpapier optimale Druckergebnisse zu erzielen, werden spezielle, angepasste ICC-Profile empfohlen.
- Die korrekte Perforierung in der Stanze erfordert eine exakte Beschreibung des Substrats, nach der die Linien hergestellt werden.
- Naturpapier lässt sich generell besser prägen als gestrichenes. Unabdingbar für eine perfekte Ausformung ist eine umfassende Information des Stempelherstellers, was das Substrat betrifft.