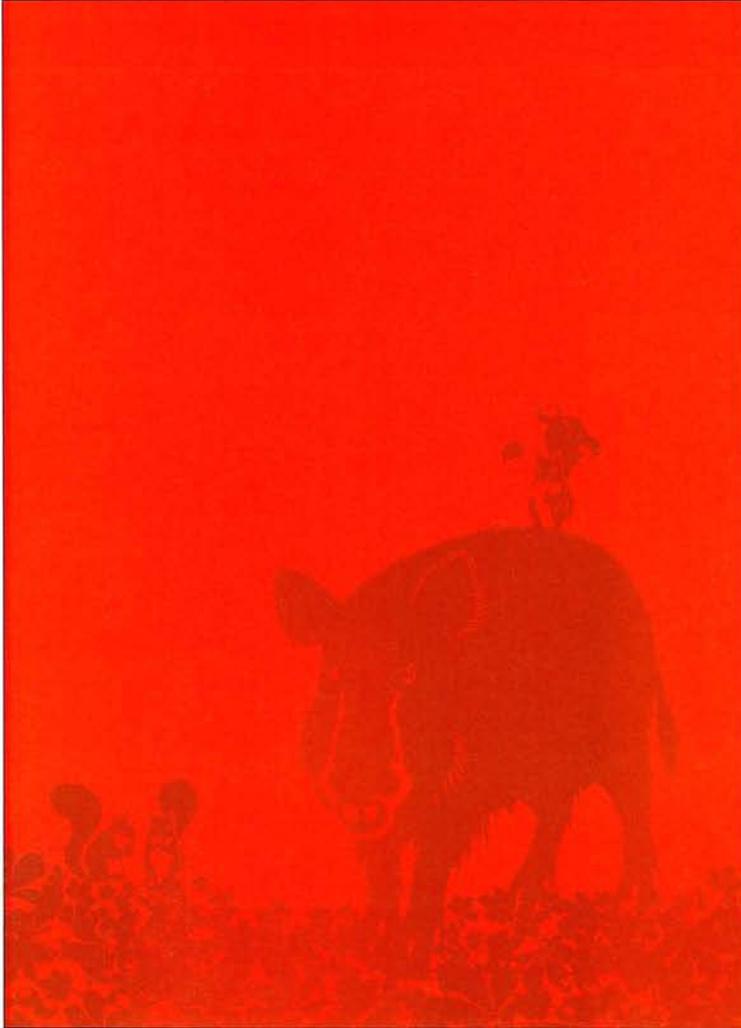


Auftrags-Kunst

Spezielle Farben und Lacke können Printdesigns die besondere Note verleihen. Und müssen in der Produktion nicht einmal teurer sein

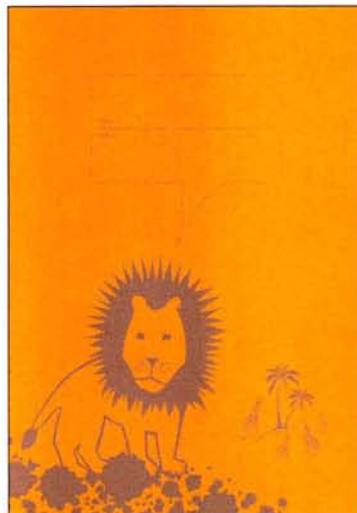


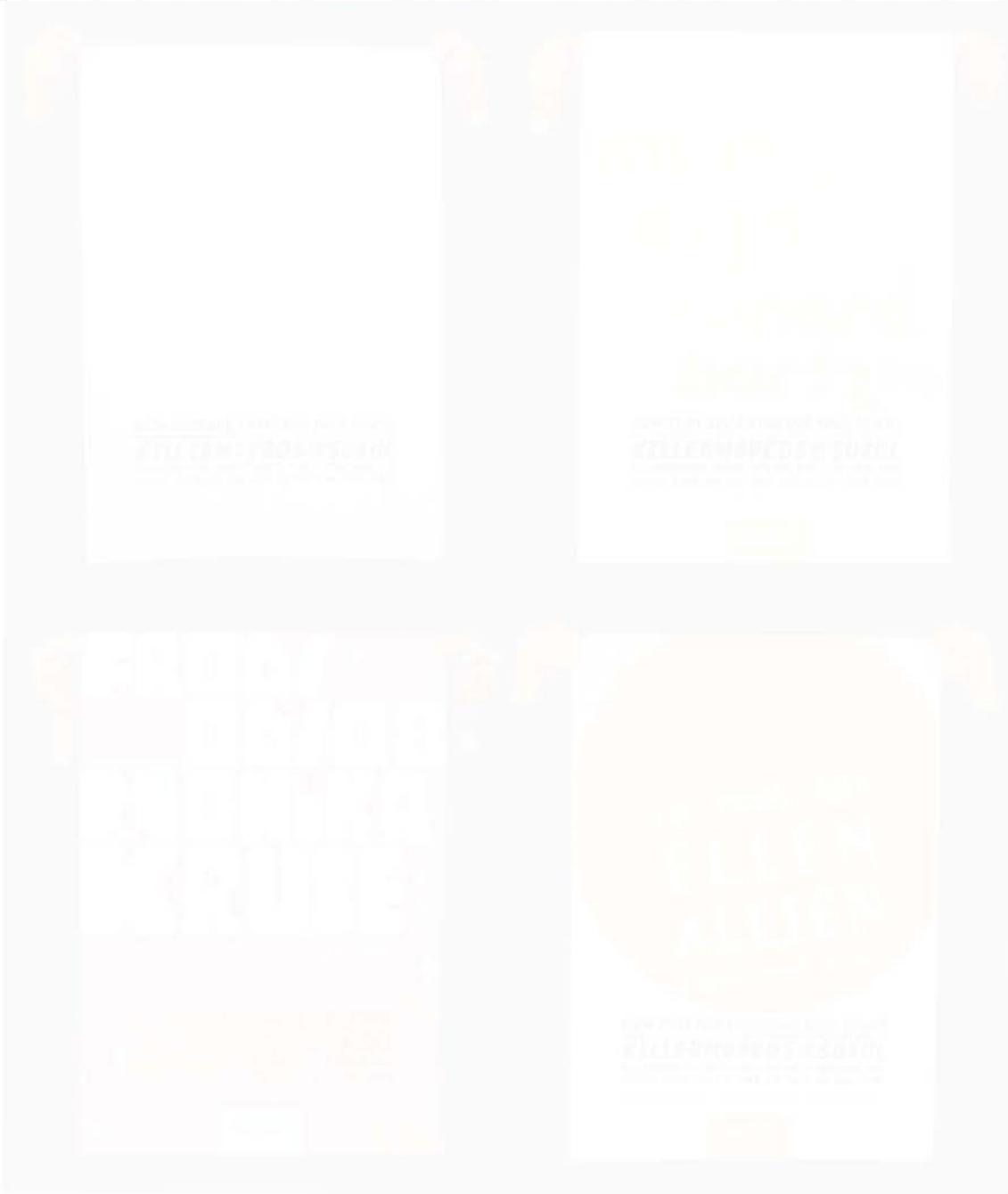
Schulhefte sind meist keine Design-Highlights. Die Kölner Agentur mehrwert stürzte das und so entwickelte sie eine eigene Serie unter dem Label Himbeerheftchen: Die Motiv- und Farbwahl ist schlicht, die Materialien edel. Auf Gmund Color druckten die Designern das Covermotiv mit Pantone-Sonderfarben. Die Hefte kann man übrigens über www.himbeerheftchen.de bestellen.

■ **Druckfarben und -lacken** wird häufig nicht die Bedeutung gegeben, die dieses vielseitige Gestaltungsmittel eigentlich verdient. Das hängt nur zum Teil mit der fehlenden Offenheit der Kunden und der entsprechenden Zurückhaltung der Designer zusammen. Viel häufiger ist ein Mangel an Know-how und Experimentierfreude die Ursache – und zwar sowohl auf Seiten der Agenturen als auch auf Seiten der Druckereien. „Wenn besondere Farben und Lacke gestalterisch sinnvoll sind, ist es nicht allzu schwer, Kunden davon zu überzeugen“, meint Heiko Ploch, Inhaber der Agentur mehrwert in Köln (www.mehrwert.de).

Bei der richtigen Argumentation und einer fachkundig erarbeiteten und damit nicht unnötig teuren Produktionsweise lassen sich auch ungewöhnliche Druckvorhaben umsetzen. Doch dazu braucht es produktionstechnische Kenntnisse, die der Printdesigner am besten selbst mitbringen sollte. Denn es ist nicht ganz einfach, eine gute Druckerei zu finden, die nicht nur Mut zum Besonderen zeigt, sondern auch beratungstark ist. „Drucker suggerieren ja häufig, dass der Vierfarbdruck ganz normal und das Beste sei“, so Ploch. Dabei könne man gerade auch durch eine dezente Kombination von Bedruckstoffen und Sonderfarben oder Lacken reizvolle Gestaltungseffekte erzielen.

Ein gutes Beispiel dafür sind die Himbeerheftchen, eine Serie von Schulheften, die mehrwert gestaltet und ver-





Die vier Bücher sind
 Teil der Serie
 'Himbeerhefte',
 die von Heiko Ploch
 und Andreas Kundoch
 entwickelt wurde.
 Die Bücher sind
 in verschiedenen
 Farben erhältlich
 und eignen sich
 für den Einsatz
 in Schulen und
 Hochschulen.
 Die Bücher sind
 in der Buchhandlung
 'Himbeerhefte' zu
 finden.

treibt. Heiko Ploch und seinem Partner Andreas Kundoch war aufgefallen, dass diese Unterrichtsmaterialien von Seiten der Hersteller vernachlässigt werden: viel zu bunt, gestalterisch überfrachtet, mit schlechten Materialien produziert. So entwickelte mehrwert kurzerhand eine eigene Serie – mit hochwertigen Papieren und durchdachtem Design. Auch vom kunterbunten Umschlag verabschiedeten sich die Designer bewusst: Gedruckt wurden die dezenten Strichmotive der Umschläge mit einer Sonderfarbe auf Gmund Colors.

Für solch eine Produktion braucht man natürlich Erfahrung, denn am Rechner lässt sich nicht simulieren, wie sich farbige Papiere und Sonderfarben im Zusammenspiel verhalten. „Da muss man mit an die Druckmaschine“, so Heiko Ploch. Selbst wenn man einen zuverlässigen und erfahrenen Partner gefunden hat, fallen bei solchen Pro-

jekten Entscheidungen häufig erst im Drucksaal. Im Falle der Himbeerhefte nahm Ploch beispielsweise zwei Farben wieder aus der Produktion, da der Kontrast zwischen Papier und Farbe nicht stark genug war.

Die Bücher sind
 in verschiedenen
 Farben erhältlich
 und eignen sich
 für den Einsatz
 in Schulen und
 Hochschulen.
 Die Bücher sind
 in der Buchhandlung
 'Himbeerhefte' zu
 finden.

Die Bücher sind
 in verschiedenen
 Farben erhältlich
 und eignen sich
 für den Einsatz
 in Schulen und
 Hochschulen.
 Die Bücher sind
 in der Buchhandlung
 'Himbeerhefte' zu
 finden.