

D-65187 WIESBADEN

BVDM-Wettbewerb

Bis 31. Juli hat man noch Zeit, sich am Wettbewerb für »Formulare und Geschäftspapiere 2001« zu beteiligen. Eingesandt werden kann jedes Formular mit durchgängigem Corporate Design. Bundesverband Druck und Medien, Biebricher Allee 79, D-65187 Wiesbaden, T: +49-611-80 31 81, sb@bvdm-online.de, www.bvdm-online.de

A-4040 LINZ

»Ars Electronica 2001«

»Takeover – Wer macht die Kunst von morgen?« Das Medienkunst-Festival gibt Antworten und zeigt vom 1. bis 6. 9. die Protagonisten der Zukunft, die sich auf neuen Terrains der Kunst bewegen. Ars Electronica Center, Hauptstraße 2, A-4040 Linz, T: +43-7 32-7 27 20, E-Mail: info@aec.at, www.aec.at/takeover.

D-30521 HANNOVER

»IF design award 2002«

Alle Kreativen aus dem Bereich Kommunikationsdesign können sich noch bis zum 30. September an diesem renommierten Wettbewerb beteiligen. Auch online-Anmeldung ist möglich. IF International Forum Design, Messengelände, D-30521 Hannover, T: +49-511-8 93 11 29, F: +49-511-8 93 24 06, E-Mail: heike.meier@ifdesign.de, www.ifdesign.de

USA-10016 NEW YORK

GRAPHIS – »Call for Entries 2001«

Die GRAPHIS-Wettbewerbe für die Annals 2002 laufen bereits. Beiträge für das Poster Book können bis zum 9. November eingereicht werden. Graphis Inc., 307 Fifth Avenue, 10th Floor, USA-New York, NY 10016, USA, T: +1-212-5 32 93 87, F: +1-212-2 13 32 29, E-Mail: entry@graphis.com, www.graphis.com

D-20354 HAMBURG

»Kurt-Christian-Förderpreis 2001«

Der Studenten-Wettbewerb hat in diesem Jahr »Die Gestaltung einer Initiale« am Beispiel der fünf Vokale zum Thema. Einsendeschluß ist der 31. Dezember. Christians/Druckerei & Verlag, Kleine Theaterstraße 10, 20354 Hamburg, T: +49-40-30 38 03 00, F: +49-40-30 38 19 97, E-Mail: haack.pr@t-online.de

WEITERE TERMINE UND UPDATES:

Immer frisch unter www.novumnet.de

ZEHN FRAGEN AN HUBERT MINSCH

Die technischen Möglichkeiten hinsichtlich Papierveredelung sind scheinbar grenzenlos und werden immer vielfältiger. Um Anwender und Designer Hilfestellung zu leisten, formierte sich der Arbeitskreis Prägefoliendruck. Wir sprachen mit Hubert Minsch, Sprecher des Arbeitskreises, über Aufgaben und Ziele.



1. Wann wurde der Arbeitskreis Prägefoliendruck gegründet? Aus welcher Motivation heraus?

Der Arbeitskreis wurde 1974 gegründet, um das Veredelungsverfahren bei den Anwendern, den Designern und Agenturen bekanntzumachen und über die technischen Möglichkeiten zu informieren.

2. Welchen Aufgaben geht der Arbeitskreis Prägefoliendruck nach?

Die Bündelung von Know-how innerhalb der Mitgliedsbetriebe, die Entwicklung einer verständlichen, einheitlichen Terminologie, die Weiterentwicklung des Verfahrens in den Bereichen Prägewerkzeuge, Folien und Drucktechnologie und, wie vorher schon genannt, die Bereitstellung von Informationen über Verfahren und Materialien.

3. Wie viele Mitglieder hat dieser Arbeitskreis? Wie kann man aufgenommen werden?

Der Arbeitskreis hat im Moment 20 Mitglieder. Davon sind 14 sogenannte Verfahrensanwender, also Prägefoliendruckbetriebe und sechs Unternehmen aus den Bereichen Folienherstellung, Werkzeugherstellung und Papier. Aufgenommen werden nur Unternehmen der Branche, die sich durch ihr ehrenamtliches Engagement und hohe finanzielle Beiträge an der Kommunikation des Verfahrens beteiligen möchten.

4. Haptik – steht sie wieder oder immer noch hoch im Kurs?

Durch die virtuellen Medien ist die Reizschwelle der Augen stark angestiegen.

Einfache Drucksachen verlieren an Präsenz. Durch haptische Papiere und die dreidimensionale Wirkung des Prägens werden zusätzlich Sinne angesprochen. Sehen, fühlen, begreifen. Der Prägefoliendruck schafft einen Mehrwert an Information, der in allen Bereichen der Printmedien wieder stärker eingesetzt wird.

5. Beim Stichwort (Papier-)Druckveredelung denken viele an hohe Kosten. Ist es denn wirklich immer teuer?

Edel kann nicht billig sein. Aber durch neue, digitale Verfahren bei der Werkzeugherstellung, leistungsfähige, rotative Prägedruckmaschinen und optimale Foliennutzung können die Produktionskosten günstig gestaltet werden. Durch präzise Planung in Design und in der Druckvorstufe sind bereits Möglichkeiten zur Kostensenkung gegeben.

6. Welche technische Möglichkeit hinsichtlich Prägefoliendruck ist derzeit für Sie die beeindruckendste?

Die Kombination von Diffractionfolien, Microembossing und Offsetüberdruckung bieten ein riesiges Potential an Möglichkeiten, die nur darauf warten, entdeckt und genutzt zu werden.

7. In welchem Gestaltungssegenement wird am meisten »veredelt«?

Die Verpackungsbranche ist nach wie vor der Vorreiter des Prägefoliendrucks.

8. Was raten Sie einem Design-Newcomer – sollte der einfach loslegen oder sich zunächst intensiv beraten lassen?

Learning by doing hieße teures Lehrgeld zu bezahlen. In jedem Fall raten

wir, sich schon bei der Planung mit einem Prägefoliendruckbetrieb in Verbindung zu setzen. Hier können die Vorstellungen in bezug auf Papierauswahl, Gestaltung der Prägewerkzeuge und Auswahl der Folien konkretisiert und an Druckbeispielen demonstriert werden.

9. Im März veranstalteten Sie zusammen mit der Papier Union den Informationsabend »Look & Feel«, werden Sie so etwas wiederholen?

Noch in diesem Herbst planen wir eine weitere Veranstaltung im Raum Köln/Düsseldorf. Im Jahr 2002 sind zwei Seminare in Planung. Eine davon wird in Zürich sein.

10. Ist ein allgemeiner Trend in der Druckveredelung auszumachen?

Die Druckveredelung umfaßt ein breites Spektrum an Möglichkeiten. Drucklackierung, Folienkaschierung und Prägefoliendruck werden neben den klassischen Einsatzbereichen Verpackung, Etiketten, Glückwunschkarten verstärkt in Buch- und Zeitschriftenverlagen, bei Geschäftsberichten und Geschäftsausstattungen, Direct Mailings und Akzidenzdrucken eingesetzt. Hier entsteht ein neues Spektrum an faszinierenden Möglichkeiten für den Gestalter.

Arbeitskreis Prägefoliendruck e.V.,
Kontaktbüro, Hubert Minsch,
Nepperberg 3,
D-73525 Schwäbisch Gmünd,
T: +49-71 71-4 18 34,
F: +49-71 71-94 93 37,
E-mail: kontaktbuero@ak-praegefoliendruck.de
www.ak-praegefoliendruck.de
www.look-and-feel.net