

Making-of des Covers mit dem PrintCenter Hergiswil

Die Alpenrepublik zu Tisch

Saucisson, Laubfrösche, Chügelipastete oder doch Raclette? Mit individualisierten Leckerbissen lädt das Cover des *PUBLISHER* 2-21 dazu ein, das Frühlingswetter bei gutem Essen zu geniessen – und sorgt mit einer haptischen Spielerei dafür, dass auch die Gemeinschaftskomponente nicht zu kurz kommt. **Patrick Schenk**



Tafeln, toben, tratschen

Klapperndes Geschirr, munteres Fachsimpeln, diverse Köstlichkeiten aufgetischt, die Sonne im Rücken: Das Cover des *PUBLISHER* 2-21 zeigt sich im festlichen Kleid, verkörpert das Frühlingserwachen und zelebriert dabei nicht zuletzt das gesellige Zusammensein bei Speis und Trank. Die Titelseite der aktuellen Ausgabe zeigt eine Tavolata – eine üppig gedeckte Tischrunde mit allerlei «Gluschtigem». Für die Kreation und Gestaltung des Covers zeichnet sich das Team der Luzerner Agentur «WiNK» verantwortlich, die Produktion des Magazins wurde vom PrintCenter Hergiswil übernommen und der Druck erfolgte auf einer Konica Minolta AccurioPress C12000, welche durch den Dienstleister Graphax vertrieben wird.

Schnabulieren «à la carte»

Wie bereits bei früheren *PUBLISHER*-Ausgaben steht das Titelbild der aktuellen Edition im Zeichen der Individualisierung. Basierend auf der Abonnenten-Postleitzahl hat das Team mit und um Monika Zihlmann 26 verschiedene Cover – für jeden Kanton eines – kreiert. Die Frontbilder sind allesamt in auffallenden, klaren Tönen gehalten. «Wir lieben es bunt – bei uns sind, wenn immer möglich knallige Farben im Spiel», so Grafikdesignerin Rozalia Talic zu Ihrer Wahl. Diese



Oben: Vom Banner zum Cover – digital gedruckt und von Hand gefalzt.
Unten: Für jeden Kanton wurde ein individuelles Cover entworfen.

AccurioPress C12000



Die AccurioPress C12000 für hochvolumigen Tonerdruck gehört zu den neuesten Würfeln von Konica Minolta. Die AccurioPress produziert mit einer Geschwindigkeit von

120 A4-Seiten pro Minute, einer Auflösung von 3600 x 2400 dpi bei 8 Bit Farbtiefe und ermöglicht zudem den Druck im Bannerformat. Qualität, Farbkonsistenz und Registerhaltigkeit werden inline von der IQ-501 Intelligent Quality Care kontrolliert und justiert, was für eine höhere Produktionsgeschwindigkeit sorgt. Für die Weiterverarbeitung stehen diverse Module, wie etwa ein variabler TU-510-Trimmer, ein vierschneidiger Inline-Trimmer, ein Rill-Automat sowie ein Perforationsmodul zur Verfügung. Speziell ist das Bannerformat. Dadurch können bspw. auch A4 quer Broschüren erstellt werden.

Graphax AG

Die Graphax AG ist ein führender Anbieter von Komplettlösungen für den unternehmensweiten Druckworkflow im B2B-Bereich der Schweiz. Die Leistungen umfassen Gesamtpakete bestehend aus Beratung, Hard- und Softwarelösungen, Dienstleistungen sowie Service und Support. Entsprechend der Prozessanforderungen der Kunden werden die Systeme in Verbindung mit einem professionellen Projektmanagement massgeschneidert implementiert.

Projektpartner

Bei der Produktion des Covers unterstützen uns folgende Partner, bei denen wir uns herzlich bedanken:

PrintCenter Hergiswil AG

Produktion des Covers
Projektleitung: Martin Vonarburg
printcenterag.ch

Agentur WiNK

Gestaltung des Covers
Projektleitung: Monika Zihlmann
wink.ch

Graphax AG

Konica Minolta Hauptimporteur
Projektleitung: Philippe Schleuniger
graphax.ch

PrintCenter AG

Die PrintCenter Hergiswil AG beschäftigt 18 Mitarbeiter und spezialisiert sich als vielseitiger Mediendienstleister unter anderem auf hochwertige Druckprodukte, Broschüren aller Art und kreative Mailings. Das zur Copytrend-Gruppe gehörende PrintCenter schafft mit verschiedensten Druckverfahren und passenden Veredelungstechniken aus hochwertigen Papieren unverkennbare Druckerzeugnisse. Dabei verschreibt sich das Team um Geschäftsführer Martin Vonarburg dem Versprechen, flexibel, unkompliziert und mit viel Liebe zum Detail die anspruchsvolle Kundschaft aus der ganzen Schweiz zufriedenzustellen.

WiNK

Die Agentur WiNK aus Luzern gestaltet mit viel Liebe zum Detail individuelle Logos, Corporate Designs und Webseiten. Sie gibt Unternehmen oder Produkten so ein Gesicht, das Geschichten erzählt und einzigartige Markenerlebnisse schafft. WiNK mag Design mit Sinn. Denn nur, was Sinn macht für Menschen, wird genutzt oder gekauft. Als Kunde erhalten Sie ein durchdachtes Kommunikationskonzept und einen klaren, konstanten Gesamtauftritt für Online- wie Offline-Kanäle. WiNK setzt sich den hohen Anspruch, Ihr Unternehmen mitsamt seinem Service und seinen Produkten vollumfänglich zu verstehen und Ihre Botschaften für Ihre Kundschaft verständlich und einzigartig zu vermitteln.

passt ganz nebenbei perfekt zum farbenfrohen Frühjahr. Die nach Kantongrenzen unterschiedlichen Sujets sind mit ihrem Detailreichtum ausserdem der perfekte Eye-catcher.

Auf den Tischen landen ausschliesslich regionale Spezialitäten: So geniessen Abonnenten aus dem Aargau ihre geschmackvolle Rüeblitorte, St. Galler die traditionelle OLMA-Bratwurst, Zürcher verköstigen «Züri Gschnätzlets» und Leser aus Graubünden laben sich an Capuns.

Mit Knick zum Kollektiv

Das aktuelle Cover geht dank zugeschnittenen Gaumenfreuden nicht nur in puncto Magazin-Individualisierung innovative Wege, sondern macht auch auf einer anderen Ebene einen grossen Satz nach vorne: Da die AccurioPress C12000 auch Banner drucken kann, ist der Umschlag in eben diesem Format gehalten und wurde in der anschliessenden Weiterverarbeitung zusätzlich gefalzt. Das Ergebnis ist eine 813 cm lange Spielerei, die in dieser Form noch kein PUBLISHER-Cover geziert hat – und die ganz nebenbei, so WiNK, «den Stellenwert von und die Sehnsucht nach Gemeinschaft unterstreicht»: Die geknickte Titelseite zeigt zunächst – ganz Corona-konform – nur eine Vierergruppe beim gemütlichen Spei-

sen. Im aufgeklappten Zustand verwandelt sich das Cover allerdings in eine gesellige, grosse Gemeinschaft, die am Gartentisch angeregt diskutiert, genüsslich schnabuliert und den Frühlingsgefühlen freien Lauf lässt. «Es ist die Zeit der Entfaltung, dem Schmieden neuer Pläne, Begehen neuer Pfade und des Austausches», fasst denn auch Martin Vonarburg vom PrintCenter Hergiswil seine Gedanken zum Cover zusammen.

Auf einer Wellenlänge

Für den Geschäftsführer ist mit Blick auf die Herstellung der PUBLISHER-Titelseite und auch ganz allgemein der letzte Punkt – Dia-

log – von zentraler Wichtigkeit. Gerade bei einem komplexen Projekt wie dem Cover sieht der gelernte Drucker stetige Kommunikation als höchstes Ziel: «Man muss mitdenken, den Kunden abholen und seine Bedürfnisse spüren», meint Vonarburg. Nur wenn alle Projektpartner von Anfang an im Boot sind und an einem Strang ziehen, erreicht man anspruchsvolle Resultate – so geschehen mit dem aufwendig gefalzten Cover, das ganz nebenbei in manueller Arbeit entstanden ist und ohne die kombinierten Fachkenntnisse aller Projektpartner nicht möglich gewesen wäre. ←

Martin Vonarburg vom PrintCenter Hergiswil mit dem Team der Luzerner Agentur WiNK.

