

FDI — Das Wort zum Print — Gedankenspiele von Nils Gustorff, FDI-Mitglied und Buchbinder

(Teil 30) »Wer brät die besten Schnitzel?«

Etwa der Vegetarier, der nur auf die ansehnliche Bräunung der Panade achtet? Gewiss nicht.

Vor ein paar Tagen bekam ich ein Blöckchen mit Notizzetteln, das mit brillant gedrucktem Vierfarb-Logo einer Druckerei verziert ist und insgesamt sehr ansprechend wirkt.

Dieser Notizblock ist optisch gut gemacht, hat aber einen erheblichen Mangel, weil er für Notizen nicht taugt. Das gestrichene Papier (oder eventuell der Lack) ist mit keinem meiner Schreibgeräte beschreibbar! Ob Faserschreiber, Füller, Tintenroller, Kuli oder Bleistift. Alles verwischt oder weigert sich, in die Papieroberfläche einzuziehen oder auf ihr zu haften. Gesamturteil: 6 !! Es hilft keine noch so hübsche Aufmachung; der Notizblock ist völlig untauglich.

Da hat eine Druckerei die Grundlagen der Printprodukte nicht verstanden: Jedes Print-Produkt hat erstens einen Image-Wert, indem Gestaltung, Farbbrillanz und Anmutung der Materialien in ihrem Zusammenspiel für einen ansprechenden Eindruck sorgen. Zweitens allerdings hat es parallel dazu einen Nutz-Wert, der die Tauglichkeit für den vorgesehenen Zweck meint.

Als Kämpfer für Print erlebe ich es leider täglich, dass nur auf optischen Effekt Wert gelegt wird, die Nutzwert-Aspekte und damit die Bedürfnisse des Endnutzers aber mit Füßen getreten werden. Beispiele: Die Preisliste, die mit zu hoher Klammerwirkung gebunden wurde und deswegen nicht aufgeschlagen liegen bleibt. Die Imagebroschur, deren Umschlag aus unveredel-

tem Naturpapier trotz Händewaschen nach zweimaligem Durchblättern schmutzartig aussieht. Der Geschäftsbericht, dessen UV-lackierter Umschlag im Falz absplittert. Der dunkelblaue Buchkalender, der mattfolienkaschiert wurde, jedoch nicht kratzfest, und deswegen schon am 3. Januar unansehnlich ist. Der »hochwertige« Schreibblock, der in der Leder-Schreibmappe mitgeliefert wird, um deren immensen Preis zu rechtfertigen, jedoch wegen seines 60 g/m²-Inhaltpapiers hauptsächlich lapig daherkommt. Die Orchesterpartitur, die klebegebunden wurde, eine Intensivnutzung somit nicht überstehen kann und dem Orchesterleiter weit vor der Generalprobe in fliegende Blätter zerfällt.

Vom Schnitzelkoch erwarte ich,

dass er seine Produkte inhaltlich prüft, also (natürlich nur stichprobenartig!) probiert. Würde der Koch alleine die Optik der Panade beurteilen, über Geschmack und Konsistenz des Gesamtproduktes aber großzügig hinwegsehen, dann würden wir doch Alle verständnislos den Kopf schütteln. Und ebenso erwarten unsere Print-Kunden, dass sich Gestalter, Druckereien und Buchbindereien auf die unverzichtbare innere Nähe zum Produkt einlassen.

Denn **Print punktet nur, wenn alle an der Produktion Beteiligten gemeinsam einen ganzheitlichen Anspruch haben.** Imagewert und Nutzwert sind so untrennbar wie das Zusammenspiel von Fleisch und Panade. Dann gelingt das Endprodukt. – **Sonst nicht.**