

DUPLEX

Der eigene Ausdruck

Visitenkarten waren einst ein Kommunikationsmittel höherer Kreise. Der Butler öffnete dem Besucher, überreichte seiner Herrschaft dessen Karte und diese entschied dann, ob Einlass gewährt wurde. Im Grunde gilt das Prinzip bis heute.



1 Duplex-Visitenkarten – Stanzen versus Lasern
2 Duplex-Visitenkarten gestapelt
3 Visitenkarte der Firma „gesund schaffen“



Man darf also davon ausgehen, dass ein entsprechend standesgemäßer Aufwand in Visitenkarten investiert wurde: Nur ein Stückchen Papier, auf dem der eigene Name stand, werden sie jedenfalls nicht gewesen sein. Das sollte heute genauso sein. Gerade in virtuellen Zeiten kommt Visitenkarten eine große Bedeutung zu, werden sie doch nach wie vor persönlich überreicht und lassen viele Rückschlüsse auf ihren Besitzer zu.

Dieser Artikel stellt zwei Visitenkarten und die Menschen, für die sie entworfen und angefertigt wurden, vor. Billiglösun-

gen haben sie nicht gewählt, und Gestaltung und Herstellung kosteten durchaus gewisse Mühen, die sie dennoch gern auf sich nahmen. Dafür erfreuen sie sich nun an ihren außergewöhnlichen Duplex-Visitenkarten.

Beide wurden aus **Colour Matters 350 + 350 g/m² gefertigt**, weil dessen Verhalten beim Lasern und Filigranstanzen vielfach getestet und damit einschätzbar ist und 50 Farben zudem eine große Bandbreite an Möglichkeiten bieten. Die Produktionsbetreuung lag in den Händen des Autors.

Die erste Auftraggeberin war Antje Wulf, 28 Jahre alt und seit zwei Jahren mit ihrer Agentur „Kopfprodukt“ im Einsatz: Webdesign, Programmierungen und klassisches Grafikdesign im Printbereich. Ihre Kunden schätzen vor allem, dass sie von ihr alles aus einer Hand und aus einem Guss bekommen. Frau Wulf weiß: Weil Budgets zunehmend in digitale Maßnahmen fließen, dienen Druck und Papier vor allem dem eigenen Ausdruck. In diesem Sinn sieht sie ihre eigene Visitenkarte als Referenzobjekt. Eine Duplex-Visitenkarte sah sie erstmals im Internet, ihre Begeisterung



1



2



3

- 1 Auftraggeberin Antje Wulf
- 2 Thomas Schmidt-Gottfreund
- 3 Visitenkarte „gesund schaffen“ Detail

war spontan: „So etwas will ich auch! Vielschichtigkeit passt perfekt zu mir!“ Der Kostenvoranschlag machte es allerdings notwendig, ein wenig abzuspecken, also wurde auf eine zusätzliche Prägung verzichtet. Doch auch ohne diese ist die Botschaft klar definiert: Eine millimeterdicke Karte aus zwei Lagen mit einem starken Farbkontrast (vorne Colour Matters Cool Grey, bzw. Real Grey, rückseitig Candy Pink). Die ausgelassene „Denkblase“ und der Name der Inhaberin lassen den Durchblick auf die intensivfarbige Lage zu.

Für eine optimale Wirkung musste eine filigrane Schrift auf fast das Doppelte ihrer Größe gebracht und jeder einzelne Buchstabe behutsam umgearbeitet werden. Die Linien der „Denkblase“ wurden ebenfalls geringfügig vergrößert, da diese andernfalls das anschließende Kaschieren nicht unbeschadet überstanden hätten. All dies erfolgte direkt am Laserautomaten. Ludwig Stigler jun. zeigte dabei genauso viel Geduld wie Engagement, bis das Ergebnis perfekt war.

Der zweite Kunde, Thomas Schmidt-Gottfreund, 50, ist mit seiner Firma „gesund schaffen“ im Gesundheitsmanagement tätig. Kurz ausgedrückt versteht er Gesundheit nicht als die Abwesenheit von Krankheit und nicht als Privatsache des Einzelnen, sondern ebenso als gesellschaftliche wie auch konkrete betriebliche

Aufgabe. Wenn Firmen also bemüht sind, ihren Krankenstand zu reduzieren, ist dies mehr als eine bloße Aneinanderreihung von Einzelmaßnahmen. Diesen Standpunkt vertritt er auch beherzt gegenüber Auftraggebern.

Ihm ist dabei wichtig, sich nicht als Gutmenschen verstanden zu wissen. Als gelernter Maschinenschlosser mit anschließendem Bauingenieurstudium und langer Berufserfahrung als Betriebsingenieur, ist er mit beiden Beinen in der beruflichen Realität verankert.

Aber auch ein Mensch mit Leidenschaft und Intuition für Zusammenhänge, die mehr gespürt als rational verstanden werden können, und mit einer langjährigen Coaching-Erfahrung im Rücken. Eine ungewöhnliche Kombination und für seine Klienten ein Glücksfall. Als Träger des schwarzen Gurtes im Aikido (seit kurzem mit dem 3. Dan ausgezeichnet) hat er immer wieder erfahren, dass Technik allein nicht zur Meisterschaft führt. Das hilft ihm, wenn er in Einzelsitzungen mit Menschen arbeitet, die beispielsweise unter Burn-out leiden oder für Unternehmen spezifische Lösungen zum betrieblichen Gesundheitsmanagement entwickelt.

Zu seiner Visitenkarte: In einem Impulstext, der sein Menschenverständnis ausdrückt, schrieb Herr Schmidt-Gottfreund unter anderem: „Wir haben so viele

Sehnsüchte und folgen doch allzu leicht den Wegen des reinen Funktionierens. Verzicht auf das Kaschieren unserer vermeintlichen Schwächen öffnet sich der Blick für unsere darunterliegende Vielschichtigkeit.“ Man muss die Zeilen nur genau lesen und versteht dann, dass sie den Weg zu seiner Visitenkarte weisen.

Zur Umsetzung: Das Firmenlogo (eine Fahne mit Bambusstange, die in ihrer Anmutung zugleich an eine menschliche Wirbelsäule erinnert) wurde sehr behutsam und kaum merklich an die technischen Möglichkeiten angepasst: Die einzelnen Glieder auf einen Abstand von etwa einem Millimeter auseinander gezogen und die Kanten minimal gerundet. Die Produktion erfolgte komplett bei Berger Druckweiterverarbeitung, Filderstadt: Druck 2/0-farbig auf Colour Matters Pristine White, dann Filigranstanzen und Kaschieren mit vier Nutzen auf Rückseite Lockwood Green.

Der Vorteil gegenüber dem Lasern: Garantiert keine Schmauchspuren auf weißem Karton, hohe Ästhetik durch gerundete Stanzkanten – und die Befriedigung eines Menschen, der sich für Technik begeistern kann, die Grenzen derselben ausgereizt zu haben. **Alfred König**

DIE UMSETZUNG

- Offsetdruck: Makowski, München
- Laserung mit 25 Nutzen auf Bogen 32/48 cm bei Stigler GmbH, München
- Kaschieren und Filigranstanzen: Berger Druckweiterverarbeitung, Filderstadt