



»Wir wollten eine Plattform schaffen für Berliner Mode«

Birgit Kaulfuß ist Modefotografin, Lennart Jondral ist Kommunikationsplanerin und Eike Wendland ist Grafikdesignerin. Gemeinsam gründeten sie Anfang 2004 berlinerklamotten™. Ihr Ziel: eine Plattform für Berliner Modedesigner zu schaffen. Denn die Modeszene in Berlin boomt zwar, jedoch fällt es vielen kleinen Designern schwer, auf sich und ihre Arbeiten aufmerksam zu machen. Heute ist das innovative Netzwerk mit 150 Designern die Nummer 1 in punkto Mode aus der Metropole.

Präsentiert werden die Kollektionen in temporären Berliner Shops, in denen man Labels wie Jim Shirt-Flirt, Kilian Kerner und Kazik findet. Die Auswahl reicht von Casual bis Couture. Auch an die Kleinsten wurde gedacht – Kindermode gibt's u. a. von Andina Shirt und Lololand. In zeitlichen Abständen wechseln die Kollektionen der Designer, so dass ständig die neuesten Trends aus der Hauptstadt gezeigt werden.

An den Samstagen legen in den Shops Berliner DJ's auf und liefern entspannte Musik für das besondere Shopping-Erlebnis. Seit 2004 ist die Website www.berlinerklamotten.de online und beantwortet Fragen zu Produkten, Designern und Modeevents. Seit Dezember 2006 kann man auch unter www.berlinerklamotten.net die Kollektionen der Designer online einkaufen. Die Besucher der Website kommen aus Europa, Asien, Amerika und Australien.

Momentan wird das Hauptquartier der berlinerklamotten™ am Hackeschen Markt umgebaut. »Noch hochwertiger und größer soll der Shop werden.« so Eike Wendland von berlinerklamotten™. Nach zeitlich begrenzten Mietverträgen auf der Karl-Marx-Allee und der Friedrichstraße soll der umgebaute Store für »mindestens zwei Jahre unser Standort sein« so Wendland. Schauen, Anprobieren und Kaufen kann man voraussichtlich ab 14. April 2007.

Montag bis Samstag 11–20 Uhr

Hackesche Höfe · Rosenthaler Str. 40/41 · 10178 Berlin

S-Hackescher Markt · U-Weinmeisterstraße

www.berlinerklamotten.de · localhero@berlinerklamotten.de

Magazin

Durch eine Empfehlung der Firma KBA in Bezug auf Großformatdruck konnten wir im Januar 2007 ein dänisches Modemagazin produzieren, das in Skandinavien und Großbritannien vertrieben wird. Das dreisprachige, 160-seitige Magazin im auffallenden Format überrascht mit verschiedenen Papieren, die den jeweiligen Stil der hochkarätigen Fotos betonen (128 Seiten Bilderdruck glänzend, 32 Seiten Offsetpapier, vier Seiten Umschlag in 350 g/qm). Der Andruck erfolgte im Werk II in Großbeeren. Mit dabei: Herr Stubkjaer, Mitarbeiter der Kopenhagener Firma VS Publications. Die Magazine wurden nach England, Dänemark, Schweden und Norwegen geliefert. Betreut wurde das Projekt durch unsere Mitarbeiter Herrn Eppers, Herrn

Elbert und Herrn Ebert.



Auflage: 10.000

Format: 28,0 x 37,0 cm

Verarbeitung: Mattfolienkaschierung und UV-Spotlackierung außen
Klebebindung (PUR)

von Stein+Lehmann



Berlinale – Skandälchen statt Skandale

Zur feierlichen Preisverleihung am 17. Februar kamen rund 1600 Gäste in den Berlinale Palast am Potsdamer Platz. Auch sonst verzeichneten die diesjährigen internationalen Filmfestspiele eine Rekordresonanz: Mehr als 19.000 Akkreditierte aus 127 Ländern, darunter 4.000 Journalisten, kamen zum Festival. Insgesamt wurden 373 Filme in 1.190 Vorführungen gezeigt.

Ein Highlight war der Start der Sonderreihe »Kulinarisches Kino – Eat, Drink, See Movies« im Spiegelzelt. Insgesamt besuchten 1.700 Gäste die Filmvorführungen der kulinarischen Reihe. Auch die Sonderreihe »Magnum in Motion« sowie die Retrospektive »City Girls« waren so gut wie ausgebucht.

Beim European Film Market (EFM) – dem zentralen filmwirtschaftlichen Treffpunkt der Internationalen Filmfestspiele Berlin – präsentierten sich in diesem Jahr 259 Unternehmen aus 46 Ländern. »Das war die Berlinale der Stars, der Filmwirtschaft und vor allem des Publikums. Großer Star war auch die Stadt Berlin, für mich eine schöne, erfolgreiche Bilanz.«, so Festival-Direktor Dieter Kosslick.

Berlin als Filmmetropole wiederzubeleben war auch das Anliegen der ersten Berlinale 1951. Eröffnet wurde sie mit Hitchcocks »Rebecca«. Der Goldene Bär wurde damals noch durch Publikumsabstimmung vergeben. In den Jahren dararauf war Berlin Treffpunkt internationaler Stars wie Gary Cooper, Sophia Loren, Jean-Paul Belmondo und Rita Hayworth.

Dem Glamour folgten die Skandale: Ende der 60er Jahre schockierte Michael Verhoevens Vietnam-Drama »O.K.« die Jury so sehr, dass sie den Film aus dem Wettbewerb nahm. Als Reaktion auf die heftigen Proteste entstand 1971 das Internationale Forum des jungen Films. 1986 sorgte Reinhard Hauffs Film »Stammheim« für Aufregung. Es gab sogar Morddrohungen gegen die Jury. In den letzten Jahren boten vor allem Filme mit

pornografischem Inhalten Diskussionsstoff: Patrice Chéreau 2001 mit »Intimacy« und Matthias Glasners 2006 gezeigtes Vergewaltiger-Drama »Der freie Wille«.

Wirklich große Skandale scheint es bei der Berlinale nicht mehr zu geben. Statt dessen viel Glamour und ein paar Skandälchen. Und eine Menge guter Filme. Gründe genug, sich schon auf die 58. Berlinale vom 7. bis zum 17. Februar 2008 zu freuen.

Magazin

Während der Berlinale vom 8. bis 17. Februar 2007 produzierten wir die tägliche Sonderausgabe des amerikanischen Filmmagazins »Variety«. Jeden Tag gingen bis 21:00 Uhr die Anzeigendaten aus den USA und die Redaktionsdaten aus Berlin ein. Fertigstellungstermin: bis 6:00 Uhr in der Früh! Bei einem Umfang von bis zu 48 Seiten Inhalt und vier Seiten Umschlag war allen klar, dass ein solches Projekt nur mit perfektem Teamwork gelingen kann. Wir bedanken uns deshalb noch einmal für die

tolle Zusammenarbeit bei unseren Kunden Reed Business Information und der Projektmanufaktur vor Ort. Der Auftrag wurde durch unsere Mitarbeiter Herr Elbert und Frau Rehahn betreut.



Auflage: 5.300
Format: 27,0 x 36,6 cm
Druck: 4-farbig, Skala (Umschlag: + Dispensionslack)

»Ich bin ein Traditionalist«

Susesch Bayat, Photograph, in der Schweiz aufgewachsen und seit über 30 Jahren in Berlin lebend. Während seiner langjährigen Arbeit, u. a. für Deutsche Grammophon, EMI und Sony Classical, hat er fast alle Stars der klassischen Musik photographiert. Wir sprachen mit Susesch Bayat über künstlerische Freiheit und moderne Technik.

Herr Bayat, wie entstand die Idee zu diesem Kalender?

Die Idee hatte ich mit Herrn Preißler schon vor drei Jahren. Nach der erfolgreichen Zusammenarbeit bei dem Leporello für den VW Golf GTI sprachen wir darüber, einmal gemeinsam einen Kalender zu machen. Ursprünglich dachten wir dabei nur an Frauenbilder. Als dann die neue Druckmaschine angeschafft wurde, kam Herr Preißler auf mich zu.

Kannten Sie da die Möglichkeiten der Hybridtechnologie schon?

Ich wusste, dass das Druckhaus sehr schöne Sachen herstellt. Herr Preißler hat mir Druckbeispiele von der neuen

Maschine gezeigt. Die Bilder sahen aus, als könnte man sie vom Papier nehmen. Da haben wir gesagt: Jetzt machen wir mit meinen Photos einen Kalender.

Planen Sie neue Projekte mit dem Druckhaus?

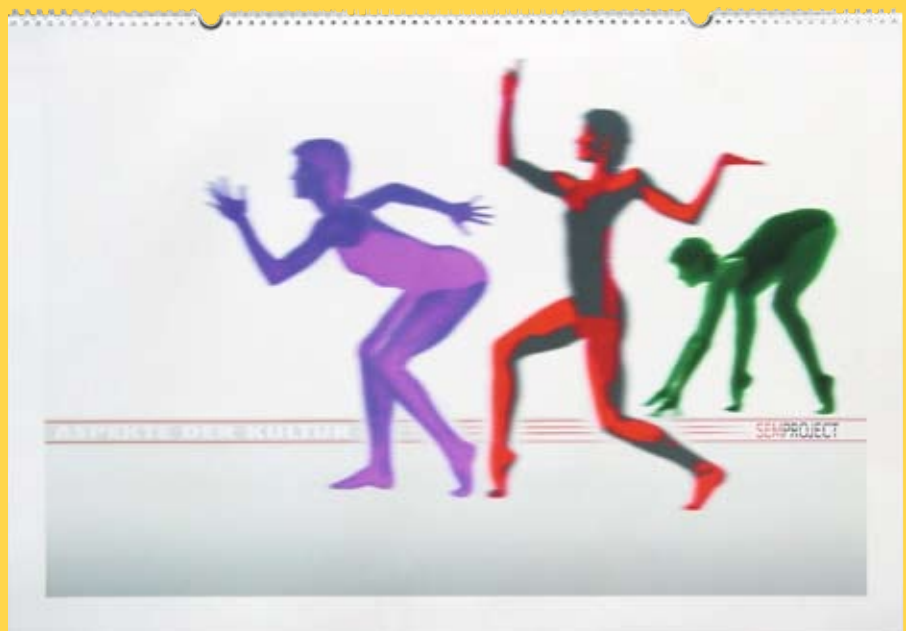
Ich hoffe sehr, dass es dazu kommt. Sehen Sie, ich bin sehr beständig. Wenn ich einmal Vertrauen gefasst habe, bleibe ich bei einem Unternehmen. Ich habe zuvor schon einige Erfahrungen mit anderen Druckereien gemacht. Nicht nur die Qualität des Druckhauses überzeugt, sondern wie dort auf den Kunden eingegangen wird. Das ist einfach perfekt für mich.

Lassen Sie uns über Ihre Arbeit reden. Ich war überrascht von Ihrer Vielseitigkeit. Sie haben sowohl Mode als auch Musiker, Sportler, Weinlandschaften und Autos photographiert – und alles offenbar mit Erfolg.

Manche Photos im Kalender sind 25 Jahre alt und andere zwei. Am Anfang photographierte ich Frauen, wobei ich nie mit Models und nie in einem Atelier gearbeitet habe. Das hat mich nicht interessiert. In meiner jahrelangen Arbeit für Deutsche Grammophon habe ich dann Musiker wie Karajan, Mehta, Abbado, Anne Sophie Mutter und Martha Argerich photographiert. Ich habe meine Projekte immer selbst kreiert. Gerade habe

Kalender

Wie in den Jahren zuvor haben wir auch 2007 wieder einen Künstlerkalender herausgebracht. Unter dem Titel »Aspekte der Kultur« vereint er innovative Drucktechnik und herausragende Photographie. Die Photos stammen von Susesch Bayat, der bereits zahlreiche Stars der klassischen Musik und u. a. den Golf GTI photographierte. Das Projekt wurde in Zusammenarbeit mit SEMPROJECT realisiert, zu dem neben Susesch Bayat auch Maximilian Benesch und Erik Ewertz gehören.





Susesch Bayat ist ein temperamentvoller Photograph und »Motor«, der unermüdlich und mit Überzeugungskraft neue Ideen entwickelt. Seine ganz besondere Leidenschaft sind die Weinlandschaften im In- und Ausland. Zahlreiche Dokumentationen seiner Reisen fanden Beachtung in internationalen Magazinen. Dabei erfasst der Blick des Photographen und Feinschmeckers wie beiläufig auch die excellenten kulinarischen Angebote, die ihm beim Essen und Trinken begegnen.

ich in einer Undergroundkneipe eine bildschöne Amerikanerin kennengelernt, mit der ich gern neue Photoszenarien entwickeln möchte. Die Weinberge, die Champagnerhäuser – das war auch immer eine Leidenschaft von mir, ebenso wie Autos von deutschen und italienischen Firmen.

Was fasziniert Sie daran, Sportler zu photographieren?

Eigentlich habe ich das erste Mal für das GTI-Leporello Sportler photographiert. Da waren viele Goldmedaillengewinner darunter: Nadine Ernsting-Krienke, Sergej Pfeifer und Lars Conrad. Als ich Kristin Sroka kennenlernte, 7-fache

Deutsche Meisterin in der rhythmischen Sportgymnastik, wollte ich unbedingt etwas mit ihr machen. Die Idee mit den Posen alter ägyptischer Abbildungen hatten wir früher schon. Jetzt führt Kristin mit ihrer tollen Ausstrahlung durch den Kalender.

Sie haben sich mit »Aspekte der Kultur« produktionstechnisch auf Neuland begeben. Wie viel Technik brauchen Sie für Ihre Arbeit?

Internet und Computer – das interessiert mich nicht. Aber ich arbeite mit Leuten zusammen, die da sehr professionell sind. Ich bin traditionell und arbeite weiter ausschließlich analog. Bisher habe

ich noch keine Digitalkamera gefunden, die mich überzeugt. Aber ich bin auf die neue Rolleiflex Hy6 mit Digital-Rückteil von Jenoptik gespannt. Die Bilder im Kalender sind übrigens alle mit einer Rolleiflex photographiert mit Objektiven von Carl Zeiss und Filmen von Kodak. Ich bin ein Verfechter von »Made in Germany«. Deutsche Produkte sind auf vielen Gebieten international führend in Image und Qualität. Es wäre wünschenswert, wenn es hierfür mehr Bewusstsein gäbe.



Der Kalender im Format 45 cm x 65 cm wurde auf der KBA Rapida 105 (Ausführung 6 Farben + Lack) gedruckt.

Mattlack: Sunchemical 6311
 UV-Lack: ProLac HGPE 1
 Papier: 250 g/qm Luxomagic von Schneidersöhne
 Zwischenblätter: Siebdruck auf 130 g/qm Plano Transparent von Schneidersöhne
 Buchbinderei: Buchbinderei Helm

Ein Highlights des Kalenders: Das Dezember-Blatt mit dem Golf GTI. Das Bild bekam auch international viel Aufmerksamkeit.

Nahezu unbegrenzte Möglichkeiten

Wie bereits in der letzten Ausgabe der »products« berichtet, ist Anfang des Jahres nach mehreren Testreihen unsere neue Druckmaschine KBA Rapida 105-6 CX ALV2 in Betrieb gegangen. Sechs Druckwerke und ein UV-Lackwerk bieten neuartige Druck- und Veredelungsmöglichkeiten. Eine davon ist die Hybridtechnologie, deren Möglichkeiten wir Ihnen nachfolgend vorstellen wollen:

Der Begriff »hybrid« stammt aus dem Lateinischen und bedeutet »aus Verschiedenem zusammengesetzt«. Im Bogenoffset werden Druckmaschinen als Hybridmaschinen bezeichnet, die sowohl für den Druck mit Hybriddruckfarben und UV-Endlackierung als auch für den Druck mit konventionellen Offsetfarben und Dispersionslack ausgestattet sind.

Die Hybridveredelung hat sich dank der Kreativität vieler Drucker und Agenturen zu einer echten Alternative mit beeindruckenden Alleinstellungsmerkmalen entwickelt. Anfänglich fand die Hybridtechnologie vorrangig bei Verpackungsdruckern Interesse. Diese entdeckten das Verfahren für den Faltschachtel-, Display- und Wellpappendirektdruck. Die außergewöhnlichen Glanzkontrasteffekte regten aber auch die Kreativität der Grafiker für hoch veredelte Akzidenzaufträge an, die seitdem vor allem bei der auffälligen Gestaltung von Werbeträgern in neue Dimensionen vordringen. Inzwischen gibt es auch im Foliendruck erste Hybridanwendungen. Ein weiteres Anwendungsgebiet ist der Druck von fälschungssicheren Merkmalen auf Verpackungen und Etiketten.

Der Hybridfarbendruck mit Inline-UV-Glanzlackierung bietet gegenüber anderen Verfahren einige Besonderheiten:

Hochglanz

Deutlich kostengünstiger als im Doppellackverfahren und nahezu identische Kosten im Vergleich zu einer UV-Maschine. Außerdem kann der Hybriddrucker mindestens ebenso hohe Glanzergebnisse erzielen.

Glanzkontraste

Weniger aufwändig als an Doppellackmaschinen. Außerdem lassen sich in optimalem Offsetpasser im Hybridverfahren Kontraste zwischen zwei Lackarten erzielen. Insbesondere Glanzkontraste zwischen mattem oder strukturiertem Öldrucklack (als Spotlack) und UV-Glanzlack (als vollflächige Überlackierung mit Abstoßung in den partiell lackierten Partien).



Fälschungssicherheit

Mit den genannten Vorzügen der Glanzkontrastveredelung erschließt KBA für seine Hybridkunden neue Nischen, indem Spezialisten im KBA-Werk Radebeul ein Verfahren für verborgene Bilder im Lack entwickelten.

Die Hybridveredelung ist für nahezu alle Marktsegmente des Bogenoffsetdruckes einsetzbar. Sogar einige Kunststoffe, metallisierte Papiere und auch das problematische Transparentpapier erweisen sich als hybridgeeignet. Ausnahme ist der Lebensmittel-Faltschachteldruck. Zwar hat die Druckfarbenindustrie bereits geruchsarme Hybridfarben entwickelt, doch ist die absolute Geruchlosigkeit der Hybridfarben bzw. der Kombination aus Farbe, Lack und Bedruckstoff derzeit nicht zu erwarten, so dass dieses Marktsegment eine UV-Domäne bleiben wird.

Seminar



Zum Thema Druckveredelung (insbesondere UV-Hybrid) findet am 27. September 2007 ein Seminar in unserem Haus statt. Wir informieren Sie rechtzeitig!

Das Text- und Fotomaterial für diesen Beitrag wurde uns freundlicherweise von der Firma KBA zur Verfügung gestellt.

