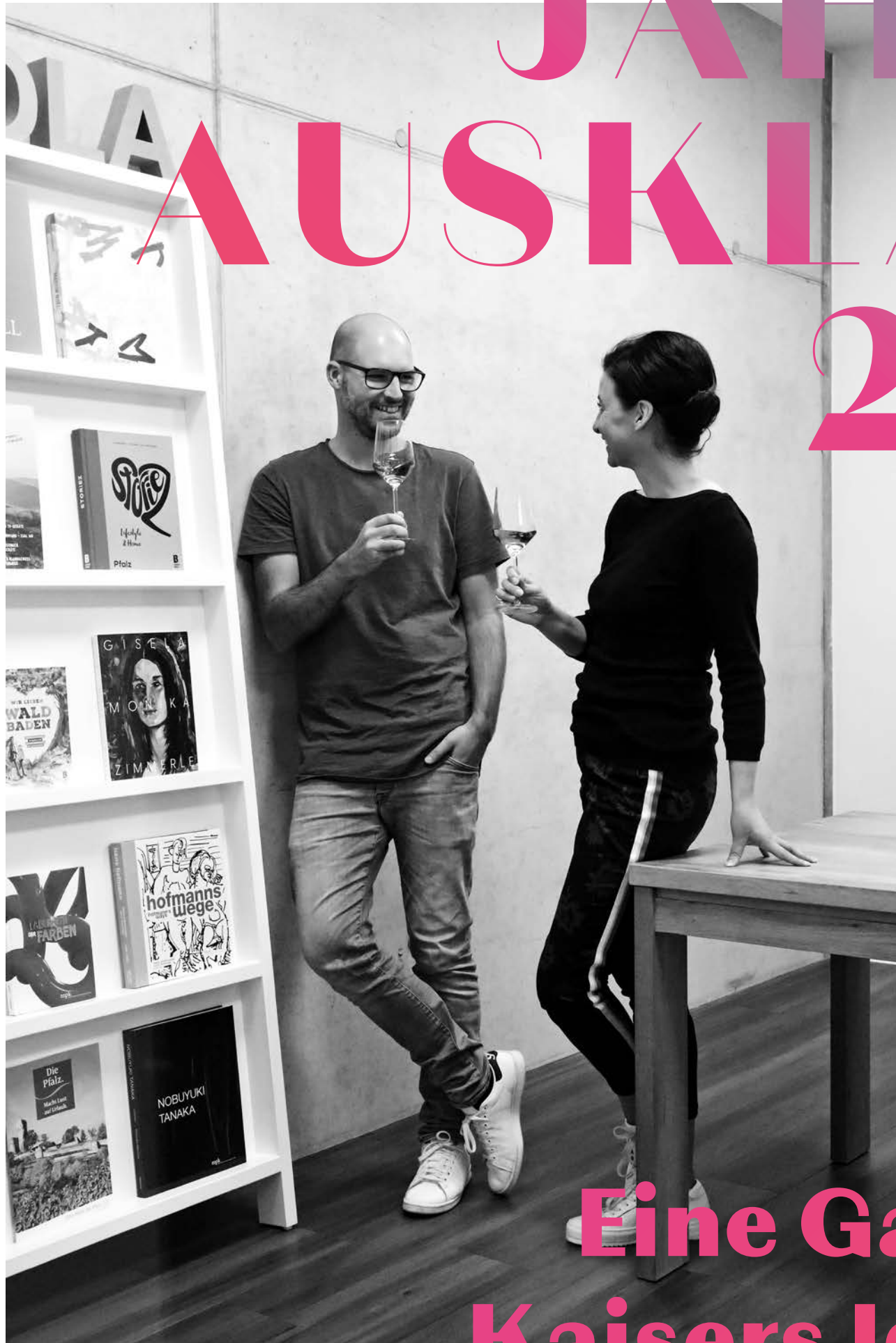


JAHRES AUSKLANG 2020



Zum Ende des
Jahres sagen
wir Danke und
stoßen mit Ihnen
gemeinsam an!
Prost!

Eine Gazette von Kaisers Ideenreich

No.3

Einklang zum Ausklang **Seite 2**

Gisela Monika Zimmerle **Seite 3**

Meilenstein **Seite 4**

Martin Noël **Seite 6**

Local Stories **Seite 8**

Schwarzweiß ist Farbe genug **Seite 10**

Locals im Glück **Seite 12**

Corporate Books **Seite 13**

Waldbaden **Seite 14**

Versal-Eszett **Seite 16**

Aufgeklappt **Seite 17**

Pop-up-Galerie **Seite 18**

Eins Zwei Fünf Null **Seite 20**

What's next? **Seite 20**

Kreative Lockdown-Ideen im
Corona-Rückspiegel **verteilt im Jahresausklang**



Sparringspartner

Was für ein Jahr! 2020 wird in die Geschichtsbücher eingehen – und wir alle können Geschichten davon erzählen, wie die Pandemie unser Leben verändert hat. Wenn uns beim ersten Lockdown jemand gefragt hätte, ob wir zum Jahresausklang Geschichten von neuen Projekten erzählen – wir hätten keine Antwort gewagt. Doch während draußen die Welt verrückt spielte, kamen wir hier drinnen – im Kaisers Ideenreich – zur Ruhe, dank einer neu gewonnenen Ressource: Zeit! Zeit zum Durchatmen. Zeit zur Reflexion. Zeit zur Kreation neuer Ideen – und

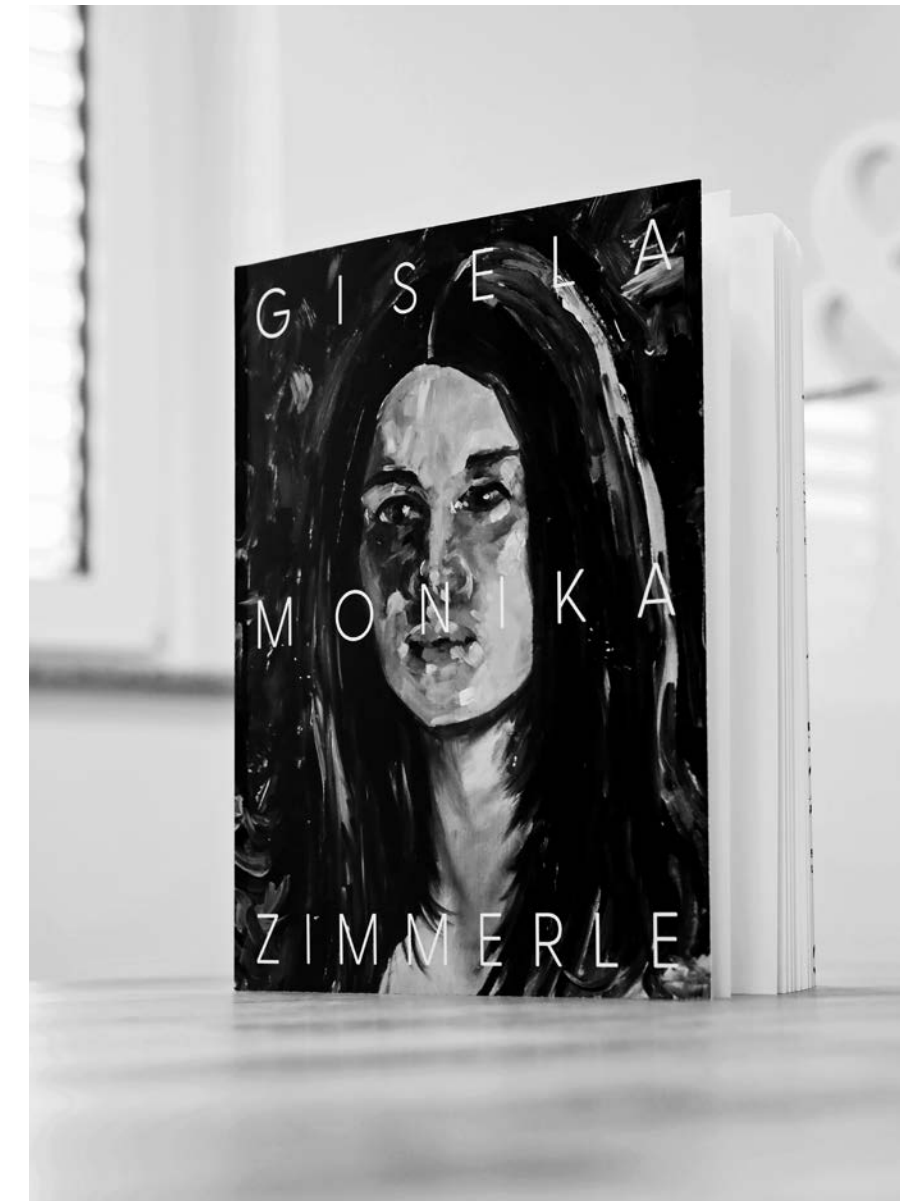
Zeit zur Realisierung neuer Projekte, von denen wir Ihnen in dieser Jahresausklang-Gazette erzählen.

Mehrere spannende Buchprojekte, eine Ausstellung in unserer Pop-up-Galerie, neue Kunden, neue Herausforderungen, neue Partner, neue Ideen. In diesem außergewöhnlichen Jahr haben wir wieder gemerkt, was wir am liebsten machen: gut zuhören, Projekte von Anfang an als Sparringspartner auf Augenhöhe begleiten, Wünsche von den Lippen ablesen und so lange gemeinsam arbeiten, bis das optimale Ergebnis erreicht ist.

In einem Jahr, in dem die Welt auseinanderzudriften scheint, rücken wir enger zusammen und bündeln Kräfte.

Mit dieser dritten Jahresausklang-Gazette sagen wir Danke für Ihr Vertrauen und wünschen ein entspanntes Weihnachtsfest, einen guten Rutsch, ein erfolgreiches neues Jahr – und bleiben Sie gesund!

Jetzt aber viel Spaß beim Entdecken unserer Projekte. Und ganz nebenbei blicken wir in dieser Gazette in den Corona-Rückspiegel und schauen uns an, welche kreativen Ideen in diesen Lockdown-Zeiten entstanden und erhaltenswert sind. Los geht's!



„Mein Schatz, das ist für Dich“



Eduard Zimmerle eröffnete an einem wunderschönen lauen Sommerabend Anfang August die Ausstellung. Auch Landrat Dietmar Seefeld sowie viele Weggefährten von Gisela Monika Zimmerle machten sich an diesem Abend auf den Weg nach Annweiler.



Kann man der Liebe seines Lebens ein schöneres Geschenk machen als eine Hommage zur Goldenen Hochzeit? Wir spürten sofort, dass eine besondere Aufgabe bevorstand, als uns Eduard Zimmerle von seiner Idee berichtete: Zum Hochzeitstag mit seiner 2019 verstorbenen Frau Gisela Monika Zimmerle wollte er einen Katalog ihres künstlerischen Werks produzieren. Über 100 Arbeiten aus über 50 gemeinsam verbrachten Jahren, Bilder wie Fotografien, mit Liebe ausgesucht und dokumentiert.

So begann eine Buchproduktion, die mehr wurde als ein Ausstellungskatalog. Auf 144 Seiten erzählen farbbintensive Naturmotive, Collagen, Schwarzweiß-Zeichnungen, Stillleben und Fotografien von einem künstlerisch aktiven Leben, das die ehemalige Annweiler Stadträtin neben ihrer politischen Arbeit im Privaten betrieb. In all

den Jahren war ihr Mann Eduard ihr größter Bewunderer und wunderte sich doch selbst über die Fülle ihres künstlerischen Nachlasses. In kreativem Austausch mit ihm entwickelten wir ein bewusst klassisches Layout, das den Werken Raum zur Entfaltung lässt. Der auf Profibulk-Papier gedruckte Katalog ist auch haptisch ein Erlebnis und inhaltlich in einzelne Werkphasen gegliedert. Mit einem Einlegeblatt wurde der Katalog auch zur Einladung einer Ausstellung, die Eduard Zimmerle am 50. Hochzeitstag mit den Worten „Mein Schatz, das ist für Dich“ eröffnete. Die Arbeit an diesem Projekt hat unser Bewusstsein geschärft: für das Besondere im Alltäglichen, die stille Schönheit der Natur im Lärm der Welt – und den Wert der Liebe über den Tod hinaus.

[» Editorial Design](#)
[» Ausstellungskatalog](#)
[» 144 Seiten, 210 x 270 mm](#)
[» Broschur mit Fadenheftung und Einleger](#)

Hoch die Tassen!



Unglaublich, schon 10 Jahre arbeiten wir für das Magazin „Diät & Information“! Die gute Nachricht ist: Es macht uns immer noch viel Spaß, sechs Mal im Jahr die Mitgliederzeitschrift des Verbands der Diätassistenten (VDD) zu produzieren. Die schlechte Nachricht ist: Wir haben in den 10 Jahren ganz leicht an Gewicht zugenommen ... ;-)

Scherz beiseite – die erfolgreiche Zusammenarbeit mit dem VDD, dem Redaktionsbüro Ulrike Grohmann, Mailänder Marketing und der Druckerei NINO ist eines unserer Best-Practise-Beispiele zum Thema Corporate Publishing. Über 60 Ausgaben haben wir bereits gemeinsam kreiert und so ein Magazin geschaffen, das Informationen über aktuelle wissenschaftliche Entwicklungen in der Ernährungsmedizin, Diätetik und Ernährung vermittelt, andererseits aber auch hohen Servicecharakter besitzt. Kontinuität ist hierbei der Schlüssel zum Erfolg. In all den Jahren der Zusammenarbeit hat sich das VDD-Präsidium unterdessen geändert, aber wir sind immer noch dabei und

entwickeln das Magazin mit großem Enthusiasmus ständig weiter. Wir bevorzugen langfristige Zusammenarbeit, und dieses Objekt ist ein gutes Beispiel dafür, dass sich so die besten Ergebnisse erreichen lassen.

Über die zehn Jahre gesehen, spürt man, dass Editorial Design die Königsdisziplin im Design ist: Stetige Veränderung ist gefragt, und die kreative Gestaltung von Artikeln ist immer wieder eine Herausforderung. Unsere besondere Aufmerksamkeit gilt

mehr und mehr dem Einsatz individueller Illustrationen – statt austauschbarer Stock-Fotografie. Über das Magazin hinaus produzieren wir inzwischen auch den Jahresbericht, Folder, Banner und einfach alles, was man für einen erfolgreichen Verbandsauftritt braucht. Also hoch die Tassen – auf die nächsten 10 Jahre Diät & Information!

> **Corporate Publishing**
> **Mitgliedermagazin**
> **36 Seiten, 210 x 280 mm**
> **geheftete Broschüre**
> **6 x jährlich**

10 Jahre „Diät und Information“



Urlaub zu Hause

FÜR DAS KLIMA Statt Thailand, Karibik, USA oder Spanien einfach mal Pfalz – ein ganz neues Urlaubserlebnis! Dass wir auf einem wunderschönen Fleckchen Erde leben, wo andere Urlaub machen, ist vielen erst im Corona-Jahr so richtig bewusst geworden. Statt Flugmeilen also Wanderkilometer: Es ging zu Fuß oder auf dem Mountainbike quer durch den Pfälzerwald, wir flanieren tagelang durch die Weinberge, sonnten uns auf den Open-Air-Terrassen entlang der Weinstraße. Und der Sommer-Urlaub 2021? Buchung nicht nötig – wir sind schon längst da.

Editorial Design ist unsere Kernkompetenz – und dieses Jahr durften wir unsere Leidenschaft für hochwertige Printprodukte so richtig ausleben. Eine in vielerlei Hinsicht anspruchsvolle Produktion war der Katalog des vor 10 Jahren verstorbenen Künstlers Martin Noël, der begleitend zur diesjährigen Ausstellung im Kunstmuseum Bonn entstanden ist.

Ein bedeutendes Charakteristikum des Werks von Martin Noël ist die Linie als das wesentliche Trennungsmerkmal zwischen den Dingen, welches eine räumliche Wahrnehmung erst möglich macht. Auch die Entdeckung des Unbeachteten, des eher Bedeutungslosen bei der Empfindung von Natur, ist von Bedeutung. So abstrakt die Bilder von Martin Noël erscheinen mögen, so haben sie alle ihren Ursprung in der unmittelbaren, unbeachteten Realität.

Wie gestaltet man nun einen Katalog, der Martin Noëls Experimentierfreude, seine intensive Auseinandersetzung mit Farbe und Materialien eindrucksvoll erfahrbar macht? Konzeptionelle inhaltliche Arbeit ist neben der Gestaltung seit jeher unsere Stärke – also war es unser Ansatz, die zentralen Themen des Künstlers auch visuell aufzugreifen.

Um die Textseiten optisch mit den abgebildeten Werken zu verbinden, haben wir für deren Aufmacher Linien aus Noëls Arbeiten technisch nachgezeichnet und zur Illustration verwendet. Installationsfotos der Ausstellung und jeweils ein Zitat des Künstlers gliedern den Katalog in drei Teile: paint – die Anfänge als Maler, print – die Auseinandersetzung mit der Druckkunst und wieder paint – die Rückkehr zur Malerei.

Als Leitfarbe haben wir ein Rosa gewählt, die Lieblingsfarbe des Künstlers. Unterstrichen werden die Intensität und streng wirkende Formsprache der Arbeiten durch großformatige Headlines und den Hardcover-Umschlag aus 3 mm starkem Karton. 1,9 Kilo bringt der Katalog auf die Waage. Es ist kein klassischer Ausstellungskatalog, in dem sich die Typografie dezent zurückhält. Hier wird ein Gesamtwerk gezeigt, das unabhängig und über diese Ausstellung hinaus seine Bedeutsamkeit haben soll.

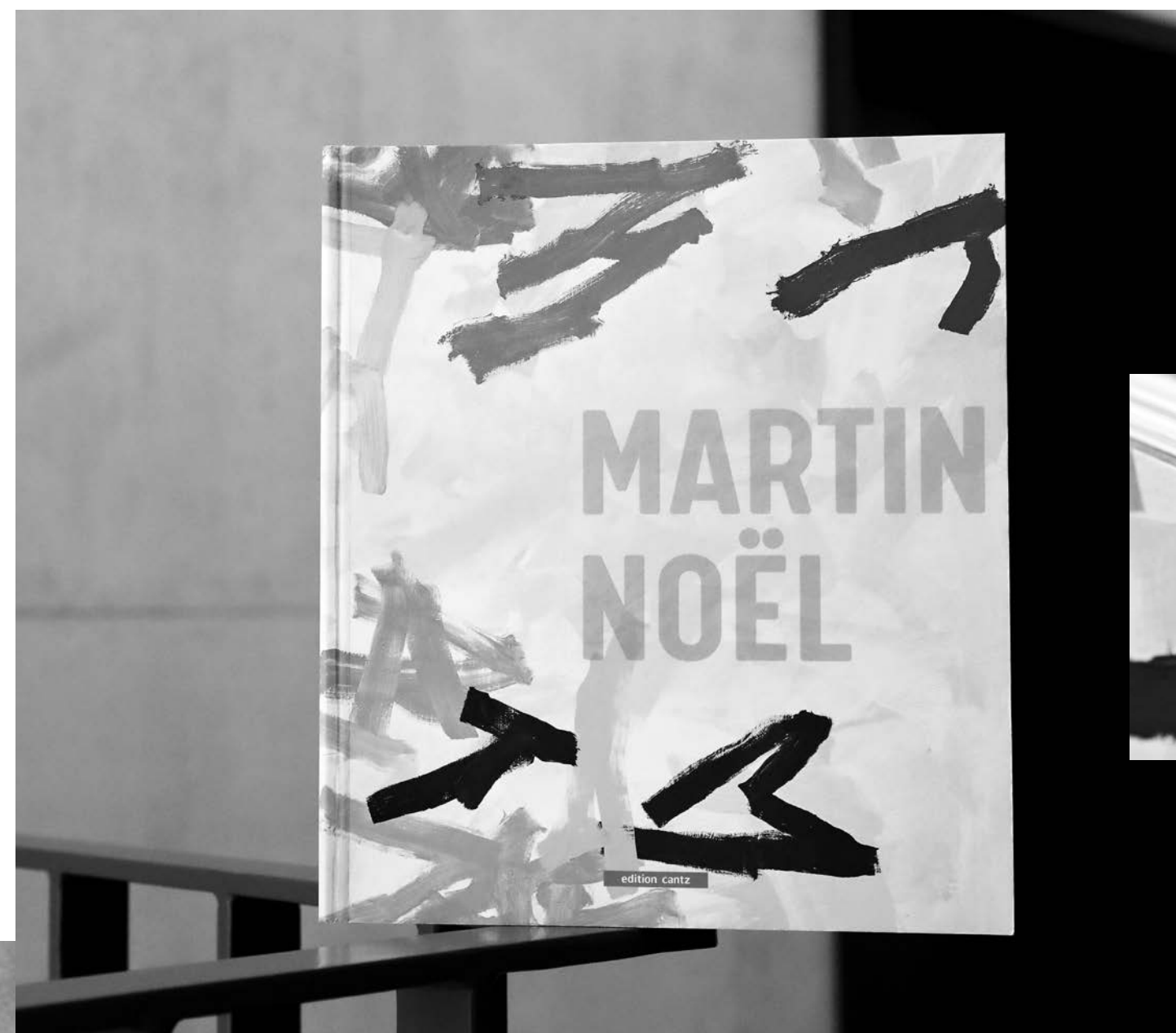
Dieses Vorhaben war für Nina Glanz ein Herzensprojekt. „Mein Dank an Dich Margarete, für ein Wiedersehen nach vielen Jahren, und für das konstruktive, enge und herzliche Zusammenarbeiten mit Dir.“

Wir sind sehr glücklich, dass wir kommen-des Jahr eine Auswahl von Martin Noëls Arbeiten in unserer Pop-up-Galerie präsentieren dürfen (mehr dazu auf Seite 20).

paint print paint



Nina Glanz beim Besuch der Ausstellung in der Kunsthalle Bonn



Der Glattschnitt des Ausstellungskatalogs



- › Editorial Design
- › Ausstellungskatalog
- › 2-sprachig (Deutsch/Englisch)
- › 240 Seiten, 240 × 280 mm
- › Hardcover mit Fadenheftung, Glattschnitt und drei Ausklappseiten



Gourmet-Takeaway

FÜR DEN GAUMEN Früher undenkbar – heute unverzichtbar: Takeaway-Angebote richtig guter Restaurants. Statt Pizza und Burger bieten pfälzische Top-Adressen Feines zum Abholen an. Von zu Hause lassen sich jetzt ganze Menüs zusammenstellen, wie beim Hubertushof in Ilbesheim mit Tempura vom Steinköhler an Currymayo und Avocado; anschließend als Hauptgang Kalbsrückensteak „Escoffier“ mit Ragout von der Kalbszunge und Champignons. Oder wie wäre es mit einer Bouillabaisse mit hausgebackenem französischen Baguette und zum Nachtisch eine Tarte au chocolat vom Restaurant Robichon in Frankweiler? Bon appétit!

Von Menschen und Machern



Content ist King – und guter Content ist King Kong! Das bedeutet im Klartext: Inhalte werden relevant und lesenswert, wenn wir sie mit gutem Storytelling und einem einzigartigen Editorial Design spannend „erzählen“. Diesen anspruchsvollen Ansatz verfolgen wir in Kooperation mit dem Annweiler Buchverlag Lipplerbookz. Die neue Buchreihe „Storiez“ präsentiert Geschichten von Unternehmen aus der Region auf eine neue, zeitgemäße, frische und authentische Weise.

Eine durchdachte Layout- und Ausstattungskonzeption mit Hardcover und Halbleineneinband, Prägungen in zwei Farben, Fadenheftung und drei verschiedenen Papiersorten – wir überließen nichts dem Zufall. Zeilen aus der Feder erfahrener Texter, kombiniert mit atmosphärischen Bildern, machen die „Storiez“-Erstausgabe einzigartig. Zu entdecken sind Geschichten ausgewählter Unternehmer/-innen aus der Region: von Jungwinzern über die Menschen hinter dem Hotel Kloster Horn-

bach bis hin zum Restaurant Koza, das in Haßloch dem Taste of Asia nachspürt. Es sind feinfühlig erzählten Geschichten, die dazu inspirieren, die porträtierten Unternehmen zu besuchen und näher kennenzulernen.

Vor dem Start der Erstausgabe produzierten wir eine Sales-Broschüre im neu entwickelten Corporate Design, ausgestattet mit hochwertigen Fotos, verkaufsfördernden Texten und Illustrationen. So gelang es auf Anhieb, Unternehmer/-innen für das Projekt zu gewinnen, die das Buch nun für Marketingzwecke vielseitig nutzen können – unter anderem als hochwertiges Geschenk für Kunden und Partner.



Das Bezugsmaterial besteht aus hochwertigem matten Gmund Papier, welches mit einer schwarzen Prägung veredelt wurde.

- > Editorial Design
- > Coffeetable Book
- > 192 Seiten, 210 x 260 mm
- > Hardcover mit Halbleineneinband, Prägungen in zwei Farben, Fadenheftung, drei verschiedene Papiere im Inhalt
- > klimaneutral produziert



Online-Weinprobe

FÜR DEN WEINKELLER Im Lockdown war es nicht möglich, direkt beim Winzer vor Ort Wein zu kaufen oder zu probieren. Oliver Semik und Fabian Pellegrini kamen auf die Idee, die Plattform www.cheerswith.me zu starten. Sie per Videokonferenz zum Weinprobierabend treffen und mit Freunden, dem Lieblingswinzer, Sommeliers und Weinliebhabern aus der ganzen Welt über Wein sprechen – das ist in diesem Jahr zum Trend geworden. Das hat für viele Weingüter einen neuen Vertriebsweg eröffnet und die Initiatoren des Non-Profit-Projektes haben damit jede Menge Karmapunkte gesammelt.

„Ich foto- grafiere nicht, ich begegne“



Wir lieben gute Fotografie – und es war ein inspirierendes Erlebnis, mit Klaus Gamber zu arbeiten, einem der renommiertesten deutschen Schwarzweiß-Fotografen. Kürzlich ist er mit seinem

Studio vom pfälzischen Hochstadt nach Überlingen an den Bodensee umgezogen. Da wurde es Zeit für ein Corporate-Design-Update, das wir unter anderem mit aufgefreschtem Logo, neuer Typographie sowie Broschüre und Visitenkarte umgesetzt für Klaus Gamber haben.

Klaus Gamber begann 1996 mit analogen und digitalen Kameras zu fotografieren. Die Kamera ist für ihn wie ein Schlüssel für den Moment. Wie ein Auge, mit dem er das Leben anderer Menschen wahrnimmt. Manchmal nur für einen Augenblick, manchmal auch länger.

Der Neu-Überlinger war als einer der ersten mit der neuen Leica M10 Monochrom ausgestattet. Die Kamera verfügt über einen neu entwickelten Bildsensor, mit dem man extrem hohe Bildqualität und eine erstaunliche Detailauflösung mit 40 Megapixeln erreicht.

Klaus Gambers Fotografie-Philosophie lautet „Schwarzweiß ist Farbe genug“. Wir haben bei ihm nachgefragt, warum das so ist.

› **Corporate Design**
› **Broschüre und Visitenkarte**

Warum ist Schwarzweiß Farbe genug?

Der Verzicht auf Farbe und das Spiel zwischen Schärfe und Unschärfe verleihen einer Aufnahme zeitlose Eleganz. Monochrome Fotografien sind unsere Leidenschaft und auch unsere Stärke.

Wie definieren Sie gute Fotografie?

Wir reduzieren uns auf das Wesentliche und verdichten damit die Inhalte der Fotografien. Der Moment wird für die Ewigkeit fixiert und ist dabei völlig von der Zeit entkoppelt. Blitz und künstliches Licht lassen wir weg. Das Fotografieren von Kleinkindern, Tieren sowie Reportage ermöglicht uns somit, jeden entscheidenden Moment festzuhalten.

Drei Fragen Drei Antworten

Die Kameras in Smartphones werden immer besser. Wird man mit einem iPhone automatisch zu einem guten Fotografen?

Bei uns ist Fotografie immer noch Handarbeit – bei uns wird alles noch manuell eingestellt. Um nichts dem Zufall zu überlassen, nutzen wir für unsere Arbeiten spiegellose, extrem leise Kameras vom Traditionshersteller Leica mit festen Brennweiten und hoher Lichtstärke. Damit ist bei Schwarzweißfotografien unübertroffene Qualität zu erreichen.

Dieses Foto mit Winzer Lukas Hammelmann und seinem Opa wurde vom Kamerahersteller Leica im Jahr 2019 als „Leica Master Shot“ ausgezeichnet



Rieslingschorle to go

FÜR DEN DORMEL So sind wir Pälzer halt: gradaus, druff und dewedder! Sogar ein Lockdown mit geschlossenen Pfälzer Waldhütten kann uns nix, wenn eine Rieslingschorle to go am Start ist. Statt einkehren einfach mitnehmen: Ein großes Danke geht an alle Hütten, die Schorle und Saumagenbrötchen auf die Hand rausgeben – ohne euch wär's zu still im Wald!

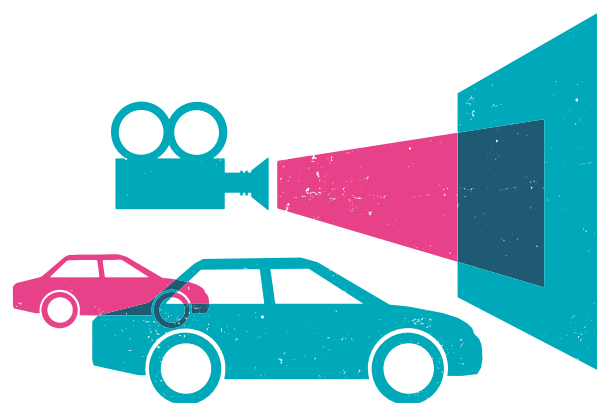
Es ist reine Glückssache, eine Glückssammlerin kennenzulernen. Nun, wir hatten das Glück! Sabine Gretoire hat im Corona-Jahr die Nase voll von negativen Meldungen und dreht den Spieß jetzt einfach mal um: Im Annweiler Verlag Lipplerbookz soll schon im Frühjahr 2021 ein Buch voller Glücksgeschichten erscheinen – erzählt von Locals aus der Pfalz.

Unser Glück: Wir durften das Buch gestalten, und das Cover und das Layout stehen bereits. Jetzt fehlen nur noch die Stories und deshalb geht unsere Frage raus an alle Leser/-innen dieser Gazette: Was macht euch glücklich? Es muss ja nicht immer gleich der Eurojackpot sein. Auch eine freie Parklücke in der Innenstadt – weil man für einen wichtigen Termin schon so spät dran ist – kann doch glücklich machen.

Wollten Sie schon immer mal Teil eines Buches sein? Schreiben Sie Sabine Gretoire ihre ganz persönliche Glücksgeschichte: einfach per E-Mail an sab.gretoire@gmx.de oder an glueck@lipplerbookz.de senden.



Das Glück liegt in der Pfalz



Autokino

FÜR DIE NOSTALGIE Fast so schön wie früher: Nostalgische Gefühle entwickelten sich bei frühen Semestern, als im Sommer plötzlich Autokinos wie Pilze aus dem Lockdown-Boden schossen. Den Familienwagen vorfahren, pandemiegerecht Filme gucken, Konzerte erleben und lichthupen statt klatschen: Ja, hat Spaß gemacht – aber ganz ehrlich: Nix geht über richtig live, oder?

Trophäen auf dem Coffeetable



Zum 25-jährigen Jubiläum des Landauer Unternehmens APL Group haben wir ein Corporate Book produziert, das mit vielen liebevollen Details ausgestattet ist. Aus dem Cover ließen wir einen Teil des Firmen-Logos herauslasern, so dass das Vorsatzpapier sichtbar wird – in der Unternehmensfarbe Grün.

Ein ganzes Lebenswerk in einem Buch. Das wünschte sich Architekt Gerhard Dürr – und wir haben ihm diesen Traum erfüllt. Das aufwändig editierte Werk präsentiert mit sehr hochwertiger Fotografie Projekte aus 50 Jahren erfolgreicher Architektur-Praxis. Die Schwarzweiß-Fotos im Buch wurden sogar im Duplex-Verfahren gedruckt.

Für die Realisierung individueller Corporate-Book-Projekte braucht es keinen Verlag. Dennoch bieten wir auch Full-Service bis hin zur ISBN-Nummer – und gerne erstellen wir mit unseren Partnern auch ein individuelles Vertriebskonzept.

Gerhard Dürr
 > Editorial Design
 > Retrospektive
 > 144 Seiten, 210 x 280 mm
 > Hardcover mit Fadenheftung und transparentem Schutzumschlag im Duplex-Druck

APL Group
 > Editorial Design
 > Coffeetable Book
 > 128 Seiten, 300 x 240 mm
 > Hardcover mit Fadenheftung, schwarzer Prägung und Lasercut

Je digitaler die Medienwelt, desto größer die Sehnsucht nach Büchern, die man in der Hand halten, fühlen, streicheln, blättern und sogar schnuppern kann. Auch wenn die meiste Kommunikation heute im Netz stattfindet – die Marketingabteilungen großer und kleiner Unternehmen haben den Wert gut gemachter Buch-Publikationen erkannt. Ein hochwertig gestaltetes Buch ist ein visuelles und haptisches Erlebnis. Ein gutes Buch wandert nicht in den Papiermüll, sondern wird zur Trophäe und erhält einen Ehrenplatz auf dem Coffeetable der Zielgruppe.

Editorial Design und damit die Produktion hochwertiger Buchpublikationen hat sich zu einem unserer vielen Standbeine entwickelt. Doch was ist das schönste Buch ohne relevanten, lesenswerten Inhalt? Auch die inhaltliche Konzeption hochwertiger Corporate Books ist zu einem Schwerpunkt der Arbeit von Kaisers Ideenreich geworden. In kreativer Zusammenarbeit Inhalte zu identifizieren, zu strukturieren und mit guten Texten und passender Bildsprache wertiges Corporate Storytelling zu schaffen, führte uns zur Produktion dieser beiden schönen und außergewöhnlichen Publikationen, die wir hier vorstellen.

In drei Kapiteln zum Waldbade-meister

Okay, wir sind echte Pfälzer. Wir trinken gerne Wein – und wir gehen gerne wandern. Aber Waldbaden?

Waren wir bis vor kurzem ehrlich gesagt noch nicht – aber inzwischen sind wir echte Waldbademeister! Zur Zeit des ersten Lockdowns, als man draußen nicht viel mehr als wandern oder eben „wald-baden“ konnte, haben wir zusammen mit dem Verlag Lipplerbookz und der Autorin Jasmin Schlimm-Thierjung das Konzept, die Struktur und das Layout eines außergewöhnlichen Buches entwickelt.

Es bietet eine Anleitung, das gesundheitsfördernde Konzept des Waldbadens in den Familienalltag zu übernehmen, und zeigt, wie Achtsamkeit, Entspannung und Entschleunigung gelingen. Mehr als hundert Übungsanleitungen vermitteln Naturerlebnisse der besonderen Art. Überstandene Abenteuer können anschließend im beige-fügten Erlebnisjournal zur Erinnerung festgehalten werden. Optisch wird das Thema durch liebevolle Illustrationen im Aquarell-Stil von Diana Lazaru begleitet. Entstanden ist so ein praxisorientiertes Erlebnisbuch mit umfangreichem Waldbaden-Wissen – fachlich aufbereitet für Erwachsene und kindgerecht untermalt mit vielen tollen Grafiken und Skizzen.



- > Editorial Design
- > Sachbuch
- > 160 Seiten, 160 × 210 mm
- > Flexcover mit Fadenheftung
- > klimaneutral produziert
- > Papier aus verantwortungsvollen Quellen



Buy local

FÜR DIE NACHBARSCHAFT Wir tun es schon länger, wir tun es gerne – und jetzt erst recht: Wir kaufen lokal! In Corona-Zeiten macht es noch weniger Sinn, Äpfel aus Chile oder Wein aus Argentinien zu kaufen. Aber auch die Bestellung bei Amazon oder dem Online-Weinhändler braucht es nicht, wenn wir doch direkt vor der pfälzischen Tür den Einzelhandel aktiv unterstützen können. Jeder Einkauf im Hofladen um die Ecke, beim Winzer des Vertrauens, bei Optikern, Blumenläden, Boutiquen bis hin zum Elektro-fachhändler nebenan macht Sinn, spart Energie – und tut uns allen gut!

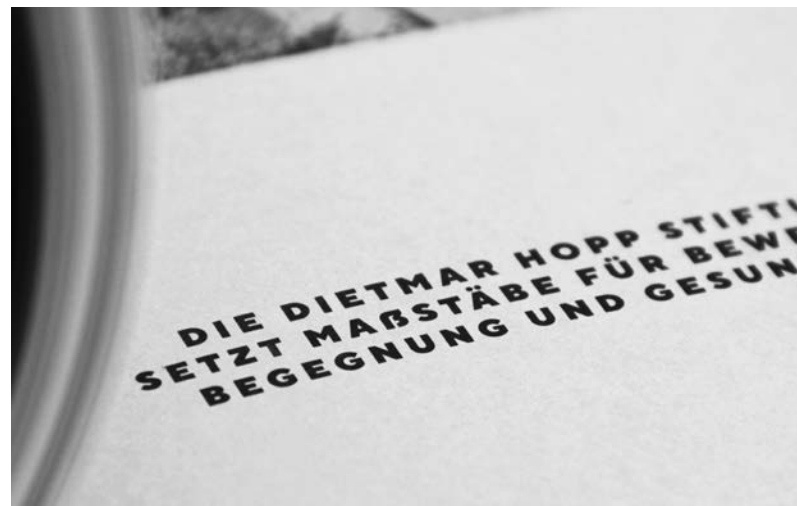


Nina Glanz und Stefan Hitschler bei der Buchvorstellung auf dem Waldbaden-Kongress in Bad Bergzabern.



Kennt noch jemand die Eszet-Schnitte? Eine dünne Schokoladenscheibe für das Frühstücksbrötchen. Wider Erwarten ist sie nach den Initialen der Firmengründer Staengel und Ziller benannt und nicht nach dem Buchstaben.

Nerd-working



Unsichtbar für den Leser und doch ein gewaltiger Mehrwert: Das Wort „Maßstäbe“ ist hier in Versalien gesetzt – inklusive Versal-Eszett!

Wir sind Typographie-Nerds! Ja, richtig gelesen! Typographie war schon immer unser Steckenpferd! Wir wissen den Wert gut gestalteter Schriften sehr zu schätzen, und für jedes einzelne Projekt suchen und finden wir passende Fonts. Dabei achten wir auf das kleinste Detail und nennen die verwendeten Schriften und ihre Designer auch stets in den Impressen unserer Projekte. Für das Buchprojekt „Storiez“ haben wir unter

anderem nach einer Schrift gesucht, die eine Besonderheit aufweist: ein großes Eszett! Was kaum jemand weiß: Über 100 Jahre lang hatte das kleine Eszett als einzige lateinische Glyphe keine große Schwester. Über die Aufnahme ins deutsche Alphabet wurde eine gefühlte Ewigkeit diskutiert – bis es der deutsche Rechtschreibrat 2017 endlich wahr machte. Jetzt hat das „Storiez“ Buch also ein großes Eszett an Bord – und daran haben wir eine diebische Freude!

Mit Dampf durchs Tal

Souvenir! Klingt kitschig – ist es häufig auch. Doch es gibt auch coole Souvenirs. Wie wäre es mit einem, das kompromisslose Qualität, echten Nutzwert und eine Werbebotschaft verbindet? Genau das behaupten wir jetzt einfach mal von unserem „Bähnle-meter“ – einem Souvenir für die Fahrgäste des historischen „Kuckucksbähnle“.

Wer mit der Dampflokomotiv-Museumsbahn zwischen Neustadt und Elmstein schon mal unterwegs war, hat ihn vielleicht schon: den Bähnle-meter! Ein klassisches „Holz-Gliedermaß“ der Traditionsfirma Stabila aus Annweiler am Trifels, bedruckt mit Motiven der Mannheimer Illustratorin Diana Lazaru, von uns entworfen und gestaltet. Der Klappmeter kommt bei den Bahnfahrern bestens an, diesen Herbst wurde bereits die zweite Auflage geliefert. Inspiriert ist der Bähnle-meter übrigens vom „Weinstraßenmeter“, den wir mit Illustrationen von Gerhard Hofmann vor einigen Jahren für Germann Jossé umgesetzt haben. Aber das ist wieder eine ganz andere Geschichte ...

- **Holz-Gliedermaßstab**
- **Souvenir**
- **10 Glieder mit über 50 Illustrationen**



Gemeinsam Südpfalz

FÜR DIE COUCHPOTATOES Nur gemeinsam sind wir stark! Dachten sich Südpfälzer Unternehmen und haben einfach mal zusammen losgelegt: Betriebe wie beispielsweise das Rhodter Weingut Stefan Meyer, das Restaurant Schneider aus Dernbach, die Brotpuristen aus Speyer oder die Pâtisserie Theodor aus Landau haben ihre Produkte beigesteuert, um Pakete zu packen – Genussboxen, Vater- und Muttertagsboxen für's sichere Picknick daheim oder draußen. „Stay home“ hin oder her: 2021 kann das gern so weitergehen! Wir freuen uns schon auf die Springbox, Osterbox, Pfingstbox, Sommerbox ...

Next-Generation-Art-Gallery



Die Künstler Matthias Göhr und Gabriele Köbler mit den Pop-up-Galeristen Nina Glanz und Stefan Hitschler vor dem Werk „Panda“ und neben der „Schwimmerin“ (v.l.n.r.).



Kai-Uwe Lippler von Lipplerbookz mit Bernd Barde vom Verlag dcv und Michael Helfrich von der Schmuckgalerie am Eisentor (v.l.n.r.)



Besucher Hugo Daldrop (links) mit Dr. Ralf Glanz beim Austausch

Kaisers Ideenreich ist nicht nur eine Agentur – sondern auch die „Next-Generation-Art-Gallery“ in der Pfalz: eine temporäre Pop-up-Galerie, unabhängig von Zeit und Raum. Wer mit uns arbeitet, weiß: Wir haben diese große Affinität zu Grafik und Typographie. Unsere Räumlichkeiten in Rhodt unter Rietburg sind ideal, um unsere Leidenschaft zu teilen, also legten wir einfach mal los: 2018 mit Arbeiten des Illustratoren Janosch, 2019 lockten wir Pop-Art-Fans mit der Ausstellung „Rhodt is Rizzi City“ in den Traminerweg 7.

Zweimal ist keinmal – deshalb ließen wir 2020 die dritte Ausgabe folgen und beschränkten Neuland. Statt grafisch inspirierter Kunst zeigen wir diesmal Plastiken und Malerei in einer Doppelausstellung mit Arbeiten der Bildhauerin Gabriele Köbler und Ölbildern des Malers Matthias Göhr. Zwei echte Charaktere aus Haßloch und Landau, die sich in ihrer Arbeit mit Charakteren beschäftigen – weshalb der Titel der Ausstellung „charaktere“ schnell gefunden war.

Bei der Vernissage vermittelte „Kulturflaneur“ Stefan Werdels in seiner Rede, dass beide Künstler Menschen und Gesichter im Fokus haben, die Umsetzung aber unterschiedlicher kaum sein könnte: Gabriele Köbler kreiert ihre Plastiken aus Feinbeton – die Exponate ihrer Serie „Grazien“ strahlen Stärke und Würde aus, wirken aktuell und archaisch zugleich. In Matthias Göhrs märchenhaften Ölgemälden gehen menschliche und tierische Charaktere ineinander über. Es sind zauberhafte Märchenwelten, in denen reale Lebewesen auf fantastische Weise ein Eigenleben entwickeln.

Herzlichen Dank an dieser Stelle für die große positive Resonanz! Das Feedback bestätigt unsere Strategie, die Pop-up-Galerie zu einer eigenständigen Marke zu entwickeln – mit eigenem Logo und einem ganzheitlichen Erscheinungsbild samt Postkarten, Stickern oder auch einer Goodie-Bag für jeden Besucher. Der Nebeneffekt unserer diesjährigen Ausstellung: Trotz Corona-Abstandsregeln konnten wir einen Ort der Begegnung schaffen. Gute Gespräche und spannende Kunst aus der Region – das funktionierte neben den gewohnten Galerisonntagen dann auch bestens bei der Premiere unserer „art lounge“: bei chilliger Musik und gutem Wein von Winzer Stefan Meyer aus Rhodt. Fortsetzung folgt, wenn Corona es zulässt. Versprochen!



Rita Kaiser (links) mit Renate Becker

Nina Glanz mit Armin Pister, Bürgermeister von Rhodt unter Rietburg



„Kulturflaneur“ Stefan Werdels bei der Ausstellungseröffnung



Künstler Matthias Göhr (rechts) mit Fotograf Michael Weis



Die Gäste unserer Vernissage konnten wählen zwischen Riesling, Weißburgunder und Crémant vom Weingut Stefan Meyer aus Rhodt.

Eine Zeitreise durch die Geschichte

Eine Insel im pfälzischen Rebenmeer, seit 1250 Jahren! Das Winzertorfriedelsheim kann auf eine lange Geschichte zurückblicken. Ende 2019 hat uns die Ortsgemeinde gebeten, diese Geschichte in Form einer modernen Festschrift zu gestalten. In enger Zusammenarbeit mit dem Arbeitskreis entstand ein außergewöhnliches Buch zu einem markanten Jubiläum. Die 252 Seiten starke Dokumentation „1250 Jahre Friedelsheim“ nimmt den Leser mit zu einer spannenden Zeitreise von der ersten Nennung im Lorscher Codex im Jahr 770 bis hin zum heutigen Status als aufstrebender Edelweinort. Aber wie visualisiert man einen langen Zeitraum von über 1000 Jahren? Wir gestalteten ein sehr „langes“ Key Visual,

kombinierten es mit einem individuellen Editorial Design, wählten passende Schriften, ließen Weißraum und setzten auf ein gut lesbares zweispaltiges Layout.



- › Editorial Design
- › Festschrift
- › 252 Seiten, 210 × 210 mm
- › Broschur mit Fadenheftung sowie eingelegtem Leporello



WHAT'S NEXT?



„Ich habe viel Farbe in euer Leben gebracht“

Es gibt viele Gründe, sich auf das kommende Jahr 2021 zu freuen. Ein Highlight steht für uns schon fest: die Ausstellung mit Werken von Martin Noël in unserer Pop-up-Galerie. Lassen Sie sich mit uns gemeinsam und der Fröhlichkeit, die Martin Noël ausgezeichnet hatte, auf ein Kunsterlebnis ein, das – gerade in der Zeit einer Pandemie – Farbe in unser Leben bringen wird. Wir freuen uns sehr und werden so bald wie möglich die genauen Termine kommunizieren, die von der Corona-Situation im Frühjahr 2021 abhängen.

- Pop-up-Galerie mit Werken von Martin Noël
- Frühjahr 2021, je nach Lage der Corona-Pandemie

IMPRESSUM

KAISERS  IDEENREICH
GRAFIK- UND WERBEAGENTUR

HERAUSGEBER

Grafik- und Werbeagentur
Kaisers Ideenreich
Nina Glanz &
Stefan Hitschler
Traminerweg 7
76835 Rhodt unter Rietburg
Telefon 06323 986950
www.kaisers-ideenreich.de

KONZEPT UND DESIGN

Kaisers Ideenreich

TEXT

Ralf Laubscher
Stefan Hitschler
Nina Glanz

FOTOS

Melanie Hubach
Lena Bumb-Rübsam (Seite 3,
zwei Fotos unten links)
Ralf Glanz (Seite 6, unten)
Klaus Gamber (Seite 10 und 11)
Sabine Gretoire (Seite 12)
Nadja Lippler (Seite 15, unten rechts)
Stefan Hitschler (Seite 16, unten)
Margarete Noël (Seite 20, unten)

ILLUSTRATIONEN

Diana Lazaru
Stefan Hitschler

KORREKTORAT

Andreas Lenz

SCHRIFTEN

Carnas von Hoftype
Joane von W Type Foundry
Magnat und Mackay
von René Bieder

PAPIER

100 g Sopor Set Premium Offset

DRUCK

Klimaneutral auf FSC® Mix
Papier aus verantwortungsvollen
Quellen durch NINO Druck, Neustadt

