

Interview-Edition Jahresausklang

2021



People, Partner
und Projekte

20 Jahre Sprachforschung Seite 2

→ Interview mit Michael Konrad

Edition Babelgösch Seite 4

→ Interview mit Uwe Herrmann

Launch-Event Seite 5

Waldbaden 2.0 Seite 6

Meilensteine Seite 7

→ Interview mit Anja und Kai-Uwe Lippler

Karrierebooster Seite 8

→ Interview mit Ute Schroeter

Karrierestart Seite 10

Home is where the Haardt is Seite 12

→ Interview mit Armin Pister

Eine Gazette von Kaisers Ideenreich

Corporate Design Seite 14

→ Interview mit René Bieder

Manifestationen Seite 16

Pop-up-Galerie Seite 18

→ Interview mit Margarete Noël

Pfalzpreis 2021 Seite 20

→ Interview mit Dr. Annette Reich

Preview Seite 21

Corporate Publishing Seite 22

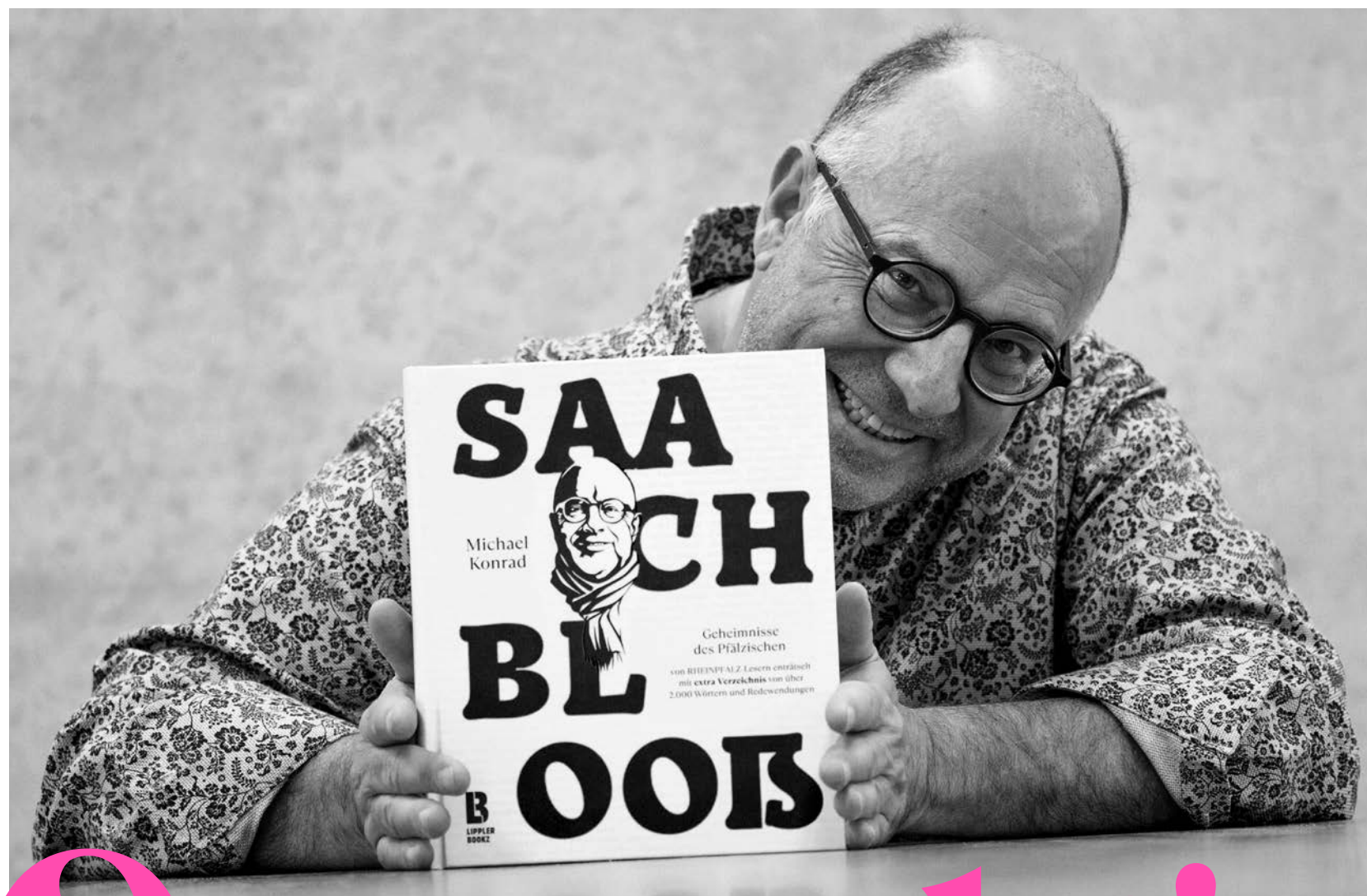
Kommunikationsdesign Seite 23

→ Interview mit Silvan Zürcher

Abschied Seite 24

No. 4

→ in Pantone Neon 806



Owwacht!

572 Seiten! „Saach blooß“ ist das dickste Buch, das wir je produziert haben: 258 Folgen von Rheinpfalz-Redakteur Michael Konrad zu Geheimnissen des Pfälzischen – mit Karikaturen von Uwe Herrmann und einem Stichwortverzeichnis mit über 2.000 Wörtern und Redewendungen.

Spätestens als das Buch von der Druckerei geliefert wurde, war uns klar: Im Teamwork mit Autor Michael Konrad und dem Verlag Lipplerbookz ist etwas Besonderes entstanden – nichts weniger als ein Lexikon der pfälzischen Sprache.

In über 20 Jahren hat der Landauer Redakteur Michael Konrad seine Artikelserie „Saach blooß“ zu einem lebendigen Sprachforschungsprojekt entwickelt. Mitgemacht haben tausende Pfälzerinnen und Pfälzer – von Altrip bis Zweibrücken, von Berlin bis Washington D.C. Sie alle diskutierten mit, wenn es darum ging, Pfälzer Begriffe und Redensarten zu enträtseln und ihre Herkunft zu klären. Warum haben wir „de Vord'l raus“? Was ist ein „Kroddegiekser“? Warum heißt der Dollbohrer „Dollbohrer“? Und wo – oder wann – geht es „nauszuus“? All das wird im Buch „dischbediert“ und mit Leidenschaft geklärt. „Als Redakteur und Autor bin ich Moderator“, sagt Michael Konrad und liefert die Erklärung, warum er tut, was er tut: „Ich kraule zusammen mit den

Leserinnen und Lesern durch einen schier unendlichen Sprachschatz wie Dagobert Duck in Entenhausen durch die Taler in seinem Geldspeicher. Es ist ein unbezahlbares Vergnügen!“ Diese vergnügliche Forschungsarbeit ist keine Nostalgie. Für Michael Konrad ist der Dialekt eine Sprache der Gegenwart und der Zukunft – und genau das hat uns inspiriert, das „Saach blooß“-Buch zeitgemäß zu gestalten. Kamen die bisherigen „Saach blooß“-Publikationen noch „old school“ daher, so war unser Ziel ein modernes, frisches Editorial Design mit selbstbewusst markanter Typographie und der Neonfarbe Grün auf dem Umschlag. Zogen sich die Geschichten früher über vier Seiten hin, so erlaubt das neue Format jetzt für jede Story eine übersichtliche Doppelseite – mit Weißraum und Platz für die großartigen Karikaturen von Uwe Herrmann.

Und „Owwacht“! Dieses Buch ist nur der Anfang. Wir freuen uns sehr, dass die Reise mit Michael Konrad und Lipplerbookz weitergeht – nachzulesen im Interview gegenüber auf Seite 3.

» Editorial Design
» Kompendium & Nachschlagewerk
» 572 Seiten, 20 x 24 cm
» ISBN 978-3-948880-05-7
» Hardcover mit Fadenheftung,
zwei verschiedene Papiere,
Neonfarbe auf dem Umschlag
» FSC-Papier aus verantwortungsvollen
Quellen, klimaneutral produziert



Das Team bei der Druckabnahme im September 2021.

Michael Konrad



Was mäant Michael Konrad zu unserem gemeinsamen Buchprojekt? Hier saacht der Autor, was Sache ist ...

Michael, was ging dir durch den Kopf, als du das erste Mal das neue „Saach blooß“-Buch gesehen hast? Du darfst übrigens gern auf Pfälzisch antworten ...

Ich hab gedenkt: Boah, isch des en Wescher worre! (lacht) Dann habe ich mich sofort nochmal neu in die Liebe zum Detail

Für den Launch-Event und kommende Lesungen kreierte wir zusätzlich „e Oikaafsdutt“, die den Inhalt des Buches aufgreift: „Des kummt mer gern in die Dutt.“



verliebt und in den Perfektionismus, der da drinsteckt. Ich bin stolz darauf, mit euch arbeiten zu dürfen. Denn ich weiß ja, was Kaisers Ideenreich schon für großartige, schicke und schön designte Bücher gemacht hat.

Seit über 20 Jahren schreibst du die „Saach blooß“-Kolumne in der Rheinpfalz. Jetzt sind alle Folgen erstmals in einem Buch versammelt, das mit einem Stichwortverzeichnis von 2.000 Einträgen zu einer Art Pfälzer Lexikon geworden ist. Ein gutes Gefühl?

Ei, jo! Es ist etwas ganz Besonderes für mich, dass in diesem 1,85-Kilogramm-Baby 20 Jahre Arbeit drinstecken: Nicht nur von mir, sondern von all den vielen Leserinnen und Lesern von „Saach blooß“, die bei der Enträtselung der Geheimnisse des Pfälzischen mitgearbeitet haben – und allen voran auch von Uwe Herrmann, der 258 Karikaturen gezeichnet hat, die die Originalität des Pfälzischen wunderbar auf die Spitze treiben. Ich finde es super, dass mit dem neuen Look und der Neonfarbe jetzt auch jüngere Leute – oder sagen wir: andere Zielgruppen – angesprochen werden. Die werden sich höchstens fragen, was das für ein Typ mit Schal ist auf dem Cover. Und die langjährigen Freunde der Serie werden sicher nicht zurückschrecken, nur weil das Buch jetzt modern aussieht.

Der Inhalt war auch für dich ein Abenteurer. Gibt's Begriffe, die auch für dich besonders rätselhaft waren oder es vielleicht noch sind?

Klar, da gibt's viele spannende Begriffe: Ich wollte zum Beispiel immer mal wissen, wie die Redensart „Ich mach die Hack raus“ entstanden ist. Dass die wohl aus dem Maschinenbau kommt, wo eine „Hacke“ ein Zahnrad stoppt oder loslässt – das war für mich eine Überraschung. Und manche Begriffe wie „heckewelsch“ oder „Fisimatente“ sind immer noch nicht hundertprozentig geklärt, auch wenn manche das glauben.

Er mäant jo blooß ...

Du bist Südpfälzer. Finden sich in dem Buch auch alle anderen Pfälzer wieder?

Ei, jo! Alle Regionen der Pfalz finden sich darin wieder. Natürlich neige ich als Landauer vielleicht dazu, ein bisschen mehr Augenmerk auf die Sprache der Südpfalz zu legen. Aber bei „Saach blooß“ machen viele Leute aus der gesamten Pfalz mit. Sehr häufig geht es in der Serie um Wörter und Sprüche, die in der Südpfalz kaum jemand kennt, die aber woanders oft benutzt werden. Und die Mitmacher äußern sich mit ihren Zitaten in „Saach blooß“ ja immer in ihrer ganz individuellen Sprache. Das alles findet sich natürlich im Buch wieder.

Hat der pfälzische Dialekt Zukunft?

Es gibt sicher viele Familien, in denen die Kinder nur noch Hochdeutsch sprechen. Aber ich sehe auch die Entwicklung, dass junge Menschen das Pfälzische wieder cool finden – das zeigt sich zum Beispiel in den Sozialen Netzwerken. Unser Dialekt verändert sich, aber er stirbt nicht aus – do hawwisch könn Zweifel draa.

Und wie geht's weiter? „Können Sie Pfälzisch?“ haben wir jetzt auch ganz neu gestaltet.

Zunächst einmal war unser gemeinsames Event im Alten Kaufhaus in Landau zum Erscheinungstermin, das Lipplerbookz auf die Beine gestellt hat, ein genialer Startschuss. Jetzt habe ich große Lust, bald eine Lesetour zu machen und „Saach blooß“ zu präsentieren. Dazu kommt tatsächlich noch die Neuauflage des ultimativen Tests „Können Sie Pfälzisch?“, den ihr gestaltet habt: quadratisch, praktisch, saumäßig cool.

Michael, du kannst nicht genug kriegern von der Pfälzisch-Forschung und vom Schreiben, oder?

Ja, weil es immer noch so viele offene Fragen und neue Ideen gibt. Das ist heute noch so wie vor 20 Jahren, als ich die Mitmachserie „Saach blooß“ gestartet habe. Heute ist Schwarmintelligenz ja jedem ein Begriff, aber damals war es fast schon revolutionär, die Leser so zu beteiligen und deren Wissen und Ideen abzufragen. Und das Konzept trägt weiter. Ach ja, und 2022 sollen auch einige meiner Dialektkolumnen aus der Rheinpfalz am Sonntag als Buch erscheinen. Do bin ich jetzt schunn g'schbannt, was ihr draus machen. Ich mäan jo blooß.

→ Das Interview führte Stefan Hitschler

Dialekt-Contest

Kää Frooch: Wir Pfälzer lieben unsere Mundart, gern auch mal lautstark und selbstbewusst. Unser Dialekt lebt so wie die sprichwörtliche Pfälzer „Babbelgosch“, die zum Start der „Edition Babbelgosch“ geführt hat.

Das erste Buch dieser Reihe kommt – wie könnte es anders sein – aus der Feder von Autor und Sprachforscher Michael Konrad. Die Idee ist so einfach wie genial: „Können Sie Pfälzisch?“ ist ein Ratespaß für alle, die ihre Pfälzisch-Kenntnisse prüfen oder erweitern wollen.

Wir selbst hatten den Spaß, diesen „Dialekt-Contest“ in Buchform zu bringen. Auf 120 Seiten lässt sich jetzt die individuelle Pfälzisch-Kompetenz mit 50 originellen Fragen und über 200 trickreichen Multiple-Choice-Antworten bestimmen. Die Kapitel des Buches sind durch Registerstanzungen superschnell zu finden.

Seit 29. Oktober ist das Büchlein, das wir Buchreihen-übergreifend gestaltet und somit an das „Saach bloß“-Buch andockt haben, im Handel erhältlich. Und bevor Sie sich fragen, ob Sie „pfälzisch können“: Schicken Sie uns zu der folgenden Frage doch einfach die richtige Antwort an babbelgosch@kaisers-ideenreich.de – und Sie nehmen an einer Verlosung von 3 signierten Exemplaren teil.



Welchen Spruch nutzen Pfälzer, um andere abrupt beim Sprechen zu unterbrechen und danach selbst ausführlich zu erzählen?

- A** Denk an mei Worte!
- B** Saach bloß!
- C** Vergess emol dei Red nit!
- D** Hoscht du Babbelwasser getrunke?

Herr Herrmann, wie hat alles angefangen?

Vor ziemlich genau 20 Jahren hat Michael Konrad mich angerufen und mir von seiner „Saach bloß“-Idee erzählt. Und sofort war für mich klar: Da will ich dabei sein.

Sie sind ja auch Pfälzer. Zeichnen Sie sich da eventuell auch mal selbst?

Haha, das kann schon mal vorkommen, zuletzt bei der Karikatur des Verlagsteams für das „Saach bloß“-Buch. Und es stimmt: Ich bin in der Vorderpfalz geboren, aber ich lebe schon lange in einem kleinen Ort bei Pirmasens in der Westpfalz.

Wie würden Sie Ihren Zeichenstil beschreiben?

Schwer zu sagen, denn mein Stil hat sich im Lauf der Zeit immer wieder verändert – und die Technik hat sich natürlich verbessert. Wenn ich alte Zeichnungen von mir sehe, kommt mir da manchmal das Grausen.

Gab es schon mal ein pfälzisches Wort oder einen Spruch, der sich als nicht zeichenbar erwiesen hat?

Also es gab tatsächlich schon – meist eher abstrakte – Redewendungen, die schwer umsetzbar waren und zwei bis drei Anläufe erforderten. Aber in Zusammenarbeit mit Michael Konrad ist es letzten Endes dann doch noch immer zu einem zündenden Gedanken gekommen.

→ Das Interview führte Stefan Hitschler



Uwe Herrmann

Seit 1987 ist er freiberuflicher Cartoonist und kommt auf mehr als 16.000 Veröffentlichungen – allein mit Karikaturen für 12 Lokalredaktionen der Tageszeitung „Die Rheinpfalz“: Uwe Herrmann ist auch der kreative Sparringspartner von Michael Konrad und 258 Zeichnungen illustrieren das neue „Saach bloß“-Buch. Wir haben den Meister zum Interview getroffen.

- › Editorial Design
- › Quiz-Buch
- › 120 Seiten, 12 × 12 cm
- › ISBN 978-3-948880-06-4
- › Hardcover mit Fadenheftung, Registerstanzungen, Neonfarbe auf dem Umschlag
- › FSC-Papier aus verantwortungsvollen Quellen, klimaneutral produziert

Solider Performer: Michael Konrad in seinem Element.

Launch-Event

On Stage, und dennoch nicht auf der Bühne: Die Verleger präsentieren auf der Bühne ihr Portfolio, dabei wurden auch die Designer der Bücher kurz vorgestellt.



Michael Konrad bei der Signierstunde nach der Show.



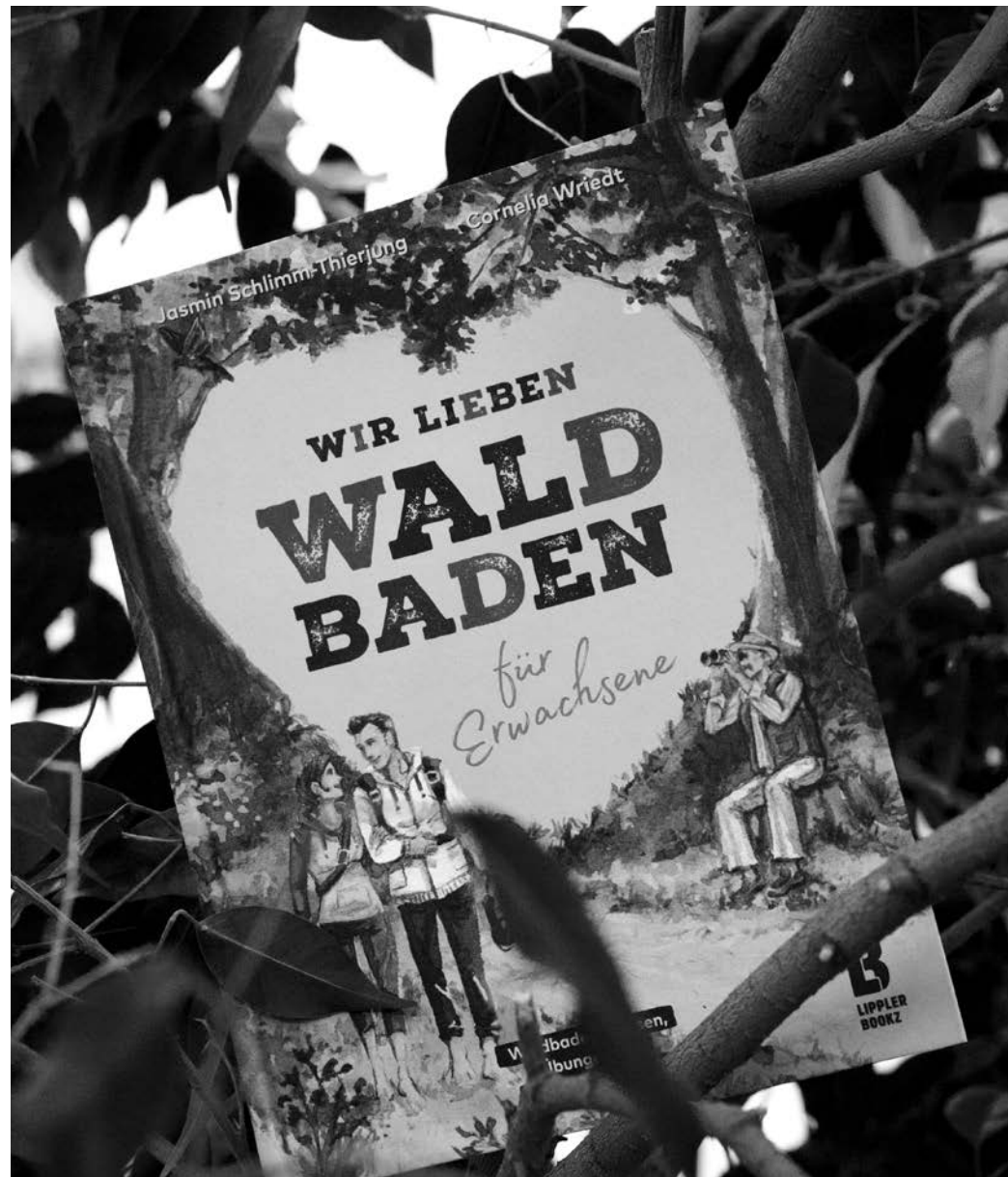
Die geladenen Gäste hatten jede Menge Gelegenheiten zu lachen.



Nina Glanz und Stefan Hitschler bei der „Selfi-Station“.



Mut machen kurz vor Beginn der Moderation: Stefan Hitschler beim „Fist bump“ mit den Verlegern.



Vom Buch zur Buchreihe

Eine Entwicklung, die nicht vorherzusehen war: 2020 ist das Buch „Wir lieben Waldbaden für Familien“ erschienen und kam nicht nur bei Kindern und Familien, sondern auch im Buchhandel gut an. Sogar die Drogeriemarktkette „DM-Markt“ wurde auf das Buch aufmerksam: In einer Waldbaden-Aktion im August 2021 war es deutschlandweit in allen größeren Filialen erhältlich. Ein unglaublicher Erfolg.

Was also tun? Ein weiteres Waldbaden-Buch machen! „Die Aufmerksamkeit nutzen“ war das Credo. Autorin Jasmin Schlimm-Thierjung (die Frau hinter der Deutschen Akademie für Waldbaden und Gesundheit), der Verlag Lipplerbookz und wir als Designer waren sofort Feuer und Flamme. Also hat sich das bewährte Team wieder zusammengesetzt, um ein zweites Buch zu entwickeln. Das Ergebnis: „Wir lieben Waldbaden für Erwachsene“, gleiches Konzept, aber andere Zielgruppe.

Die neue Publikation vermittelt ein auf Paare, Senioren, Singles oder junge Erwachsene zugeschnittenes Waldbaden-Wissen und lädt ein, den Wald mit allen Sinnen zu erleben. Neben dem theoretischen Teil des Flex-Cover-Buches sind auch die Kapitel Übungen und Erlebnistagebuch wieder Teil des Inhalts. Optisch haben wir das Thema wieder im erfolgreichen Layout umgesetzt, um es als zusammenhängendes Produkt erkennbar zu machen – begleitet von neuen Illustrationen im Aquarell-Stil.

► **Editorial Design**
 ► **Sachbuch**
 ► **160 Seiten, 16 x 21 cm**
 ► **ISBN 978-3-948880-03-3**
 ► **Flexcover mit Fadenheftung**
 ► **FSC-Papier aus verantwortungsvollen Quellen, klimaneutral produziert**



Once in a lifetime? „Wir lieben Waldbaden für Familien“ war in einer Waldbaden-Aktion im August 2021 deutschlandweit in allen größeren DM-Märkten erhältlich. Stefan Hitschler beim Markt-Check im pfälzischen Edenkoben.

Das Waldbaden-Team bei der finalen Druckabnahme des Buchumschlages.



Was passiert, wenn sich zwei Südpfälzer neu erfinden und einen eigenen Verlag gründen? Mit „Lipplerbookz“ haben Anja und Kai-Uwe Lippler eine einzigartige Verlagsmarke geschaffen und teilen mit uns die gleiche Leidenschaft: hochwertige Bücher produzieren – mit viel Liebe zum Detail. Im Interview erklären die beiden ihre Philosophie und was uns Pfälzer so besonders macht.

Anja und Kai, wann wart ihr eigentlich das letzte Mal im Wald?

Kai Gar nicht so lange her, aber ehrlich gesagt waren wir da nicht im Pfälzerwald unterwegs – sondern beim Waldbaden-Kongress im Thüringer Wald.
Anja Und das aus gutem Grund, denn von unserem letzten Buch „Waldbaden für Erwachsene“ haben wir gelernt: Im Wald bekommt man den Kopf wieder frei, da fällt jede Anspannung von einem ab.

Habt ihr die Übungen aus dem neuen Waldbaden-Buch schon versucht?

Anja Ja, die eine oder andere Übung haben wir gemacht und uns jetzt vorgenommen, einen kompletten Waldbaden-Kurs bei unserer Autorin Jasmin Schlimm-Thierjung zu buchen – damit wir noch intensiver ins Thema kommen.

Wir durften ja schon das erste Waldbaden-Buch für Familien mit euch produzieren. Jetzt freuen wir uns, dass es die Fortsetzung für Erwachsene gibt. Welche Idee steckt dahinter?

Kai Das war eine ganz logische Entwicklung. Immer mehr Kursteilnehmer der Waldbaden-Akademie haben nach einem Erwachsenen-Buch gefragt, und da erschien uns die Erweiterung zu einer Reihe absolut sinnvoll.
Anja Uns war es auch wichtig, das Thema für ältere Menschen anzubieten, die vielleicht aufgrund eines Handicaps nicht mehr weit wandern können, aber den Wald aktiv genießen wollen.

In Japan ist das Waldbaden schon lange ein großes Thema. In Deutschland seid ihr mit euren Büchern jetzt die Trendsetter, richtig?

Kai Ja, diese Entwicklung haben wir zum Glück früh erkannt. Es ist ja auch offensichtlich: Die Menschen sind extrem gestresst und haben ein immer stärkeres Bedürfnis nach Entschleunigung. Für die Deutschen ist es zudem wichtig, dass die gesundheitsfördernde Wirkung wissenschaftlich belegbar ist. Die Bücher erklären jetzt leicht verständlich, wie jeder diese Kraft für sich nutzen kann. Sie sind eine Inspiration, wie man das gesundheitsfördernde Konzept des Waldbadens in den Alltag übernimmt, und zeigen, wie Achtsamkeit, Entspannung und Ent-

schleunigung gelingen. Mehr als hundert Übungsanleitungen garantieren allen Erwachsenen – egal ob Paaren, Singles oder Senioren – Naturerlebnisse der besonderen Art.
Anja Die Bücher klären auch ein Missverständnis auf. Zum Waldbaden muss man keine langen Wanderungen unternehmen, sondern man kann sich ohne Ziel einfach mal treiben lassen, denn dann nimmt man die Natur erst richtig wahr.

Für das Waldbaden braucht es kein Ziel. Mit eurem Verlag „Lipplerbookz“ verfolgt ihr jedoch sehr wohl ein solches. Wohin soll die Reise gehen?

Kai 2019 war es noch unser Fokus, mit dem „Storiez“-Buch Unternehmer aus der Region zu vernetzen. Jetzt arbeiten wir noch stärker mit Autoren zusammen. Bücher, von Pfälzern gemacht, um dadurch eine „Love Brand“ der Pfalz zu werden – das ist unser Ziel!

„Wir wollen eine Pfälzer Love Brand werden“

Was bedeutet es euch, in der Pfalz mit anderen Pfälzern Bücher zu produzieren?

Anja Beim letzten Event mit unserem Pfälzer Mundart-Autor Michael Konrad gab es Standing Ovationen. Bei diesem Gänsehaut-Moment haben wir gemerkt: Wir sind auf dem richtigen Weg! Hier in der Pfalz tolle Autoren und Partner wie euch zu haben, um zusammen zu konzipieren, haptisch und optisch hochwertig zu gestalten und zu produzieren, nachhaltig mit Papier aus verantwortungsvollen Quellen und klimaneutralem Druck – das macht einfach Lust auf mehr!

Diese Leidenschaft und Liebe für die Pfalz. Was macht uns Pfälzer eigentlich so einzigartig?

Kai Auf jeden Fall unsere Sprache – aber auch unsere Offenheit, unsere Direktheit und unsere Herzlichkeit. Wir Pfälzer sind auch umtriebiger: Gerade die junge Generation zeigt sich mit innovativen Ideen und Unternehmergeist wie z. B. Pfalzlimo oder Palatina Outfitters. Oder auch Timo Keller von der Ölmühle Wasgau. Mit ihm arbeiten

wir z. B. gerade an einem Buch, das im nächsten Jahr erscheinen soll. Mehr wollen wir aber noch nicht verraten.

War das der Anstoß, das „Saach blooß“-Buchprojekt zu starten?

Kai Ja, die Vision war es, die Geheimnisse des Pfälzischen zu lüften: Mit gesammelten 258 Folgen von Michael Konrad, Karikaturen von Uwe Herrmann sowie über 2.000 Wörtern und Redewendungen im Stichwortverzeichnis wurde ein Standard-Nachschlagewerk der pfälzischen Sprache geschaffen. Und jetzt sind wir sehr glücklich, dass in der Zusammenarbeit mit euch dieses Pfälzer Lexikon entstanden ist. Wir müssen es eigentlich nur noch in alle Pfälzer Haushalte bringen. Das sind ja nur rund eine Million – das werden wir zusammen schon schaffen.



Anja und Kai-Lippler

Wenn euch vor fünf Jahren jemand erzählt hätte, dass ihr mal euren eigenen Buchverlag führt: Hättet ihr das geglaubt?

Kai Ganz ehrlich – nach dem plötzlichen Aus des Neustadter Umschau Verlags, für den ich im Außendienst und Anja in der Terminierung tätig waren, sind wir erst mal in ein Loch gefallen. Rückblickend betrachtet war der Einschnitt aber eine positive Wendung. Denn so ist die Idee entstanden, sich zusammen mit Anja selbstständig zu machen und einen eigenen Verlag zu gründen. Mit über 50 ein Start-up zu wagen, war sicher keine einfache Sache, aber zum Glück seh' ich ja noch ein bisschen jünger aus, oder?
Anja Haha, auf jeden Fall! Und dass wir gemeinsam „Lipplerbookz“ gestartet haben, war die beste Entscheidung überhaupt. Ich habe als gelernte Industriekauf-frau ja schon in einigen Branchen gearbeitet, aber heute weiß ich: Nichts macht so viel Spaß wie die selbstständige Verlagsarbeit – und jetzt freuen wir uns auf viele neue Projekte!

→ Das Interview führte Stefan Hitschler



Mut und Engagement



„Auch aus Steinen, die dir in den Weg gelegt werden, kann man etwas Schönes bauen.“

Mit diesem Zitat im Kopf, das abwechselnd Goethe und dann wieder Erich Kästner in den Mund gelegt wird, konnten wir mitten in der Corona-Krise etwas sehr Schönes bauen: das jobLESE-Karrieremagazin für die Architektur- und Baubranche.

Im Magazin finden Arbeitnehmer und Arbeitgeber aus der Architektur- und Baubranche jetzt viele Fachgebiete, aktuelle Nachrichten sowie Personal- und Managementthemen. Jede einzelne der 52 Seiten wurde von uns ansprechend „gebaut“, um Leselust zu entfachen. Das auf haptisch offenem Papier gedruckte Karrieremagazin dockt zusätzlich an das erfolgreiche Jobportal www.joblese.de an. Nach dem zweiten Schwerpunktthema „Planungstools & Bausoftware“ ist inzwischen schon die dritte Ausgabe erschienen. Und was uns besonders freut: Wir dürfen in Zukunft viermal im Jahr für die Zeitschrift kreativ werden.

Wer mal in das Magazin reinschauen will: einfach auf www.joblese.de surfen und durchklicken ...

Ja, wir lieben Magazine! Liebevoll gestaltet, auf hochwertigem Papier gedruckt, mit starken Bildern und mit lesenswerten, relevanten Stories. Daher lieben wir es auch, dass die Journalistin Ute Schroeter uns im Februar 2020 – kurz vor der ersten Corona-Welle – hier in Rhodt unter Rietburg besucht und von ihrem neuen Herzensprojekt erzählt hat: einem Magazin „Für alle, die in der Architektur- und Baubranche alles erreichen wollen“.

Wir waren sofort Feuer und Flamme. Wir kennen Ute Schroeter von der jobLESE GmbH bereits seit 2007, produzierten jährlich ein Buchprojekt mit ihr und wissen genau: In dieser partnerschaftlichen Zusammenarbeit entsteht immer etwas Besonderes. Die kreativen Synapsen in uns konnten es also kaum abwarten, ans Werk zu gehen. Über unzählige Videokonferenzen hinweg haben wir dann am Konzept des Magazins intensiv gearbeitet, bis im Februar 2021 die Erstausgabe mit dem Schwerpunktthema „Personal Recruiting“ erschien.

Ute Schroeter



Lebens(t)räume für alle schaffen: Das macht die Bauingenieurin und Journalistin Ute Schroeter mit wachsendem Erfolg mit ihrem Karriere-Portal www.joblese.de. Höchste Zeit für ein Interview ...

„Mama, das sieht ja cool aus“

Ute, erklär unseren Lesern doch bitte mal die jobLESE-Idee.

Als Journalistin für Bau-Fachmagazine und Autorin von Karriereratgebern habe ich einen Newsletter mit Job-Tipps für Architekten und Bauingenieure gestartet, zunächst war das eine ganz simple Linksammlung zu empfehlenswerten Jobs. Die Leute fanden das so gut, dass ich irgendwann dachte: Hey, warum machst du das nicht professionell, offensichtlich wünschen sich Menschen aus der Baubranche so ein Angebot für ihr berufliches und persönliches Weiterkommen. So ist das jobLESE-Portal entstanden. Das Wort „jobLESE“ ist eine tatkräftige Mischung aus den Begriffen „Auslese“ und „lesen“. Und genau das tun wir bei der jobLESE GmbH: Ein Team aus Fachleuten sammelt wie eine lebendige Suchmaschine mit vielen Augenpaaren aus einer Vielzahl an Jobportalen passende Stellenanzeigen für Bauberufe zusammen und füttert mit diesen eine Datenbank.



› Editorial Design
› Fach- und Karrieremagazin
› 52 Seiten, 21 x 27 cm
› geheftete Broschüre
› 4 x jährlich
› FSC-Papier aus verantwortungsvollen Quellen, klimaneutral produziert

Du schreibst schon seit über 15 Jahren den Karriereratgeber TALIS für junge Fachkräfte, bei dieser ersten Produktion haben wir uns kennengelernt. Jetzt freuen wir uns sehr, dass du mit dem jobLESE-Projekt wieder bei uns angeklopft hast. Was hat dich bewogen, uns dein Projekt anzuvertrauen? Wir sind schließlich nicht gerade um die Ecke.

Dass die zwischenmenschliche Chemie stimmt, ist mir bei der Wahl einer Agentur so wichtig wie die Qualität. Deshalb habe ich mich an unsere gute Zusammenarbeit erinnert. Ich habe Nina angeschrieben und sie hat sofort reagiert. Deshalb bin ich auch gleich persönlich zu euch nach Rhodt gekommen, um das neue Projekt zu starten. Ich wollte ein hochwertiges Editorial Design, denn ich sage immer: „Das Auge isst mit.“ Mein inhaltlicher Anspruch als Autorin ist hoch – und das Design spiegelt das jetzt.

Wie sind die Reaktionen auf das Magazin – und vor allem auf das „bau los!“-Buch, das wir gemeinsam produziert haben?

Die Rückmeldungen waren durchweg positiv, teils begeistert: von „Tolle Aufmachung, sehr hochwertig“ bis „Bin schon ein alter Hase, lese ich trotzdem gerne“. Ein Buch wie dieses soll man ja gern in die Hand nehmen, schließlich ist es ein Fachbuch über Baustoffe mit knallharten Fakten – andererseits aber auch eine Art philosophischer Ratgeber, wie man erfolgreich wird und gleichzeitig ein zufriedenes und glückliches Berufsleben führt.

Ich fand anfangs die Farbe gewagt, aber spätestens als meine 13-jährige Tochter zu mir sagte: „Mama, das sieht ja cool aus“, war ich überzeugt, dass das gerade bei jungen Leuten gut ankommt, die am Anfang ihres Berufslebens stehen. Kürzlich war ich beruflich in Österreich und da wollten Kollegen von mir tatsächlich ein Autogramm im Buch haben. Und neulich hat mir eine befreundete Journalistin gesagt: „Beim Durchblättern hab' ich Gänsehaut bekommen.“ Und ein schöneres Kompliment kann's doch wirklich nicht geben.

Besuchst du uns bald mal wieder in Rhodt unter Rietburg?

Auf jeden Fall, denn das letzte Mal hatte ich leider zu wenig Zeit, mir den schönen Ort und die Pfalz anzuschauen. Liegt wahrscheinlich daran, dass mir euer Büro mit seiner Sichtbetonbauweise so gut gefallen hat.

→ Das Interview führte Stefan Hitschler



Auf die Plätze, fertig, bau los!

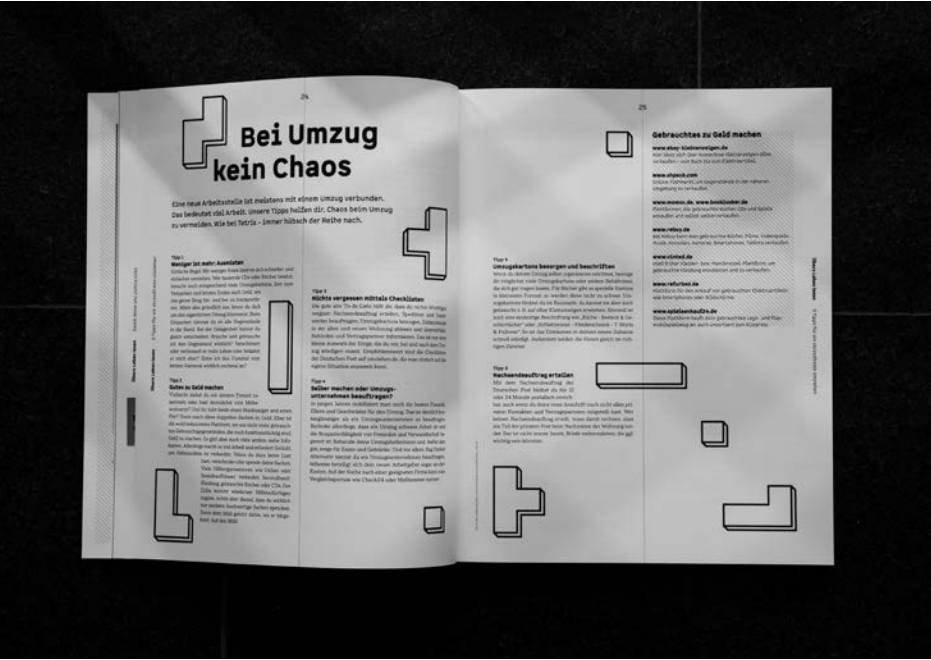
„Ein Anfang ist immer auch mit einem Ende verbunden“, weiß Ute Schroeter, „man muss Vertrautes loslassen, um etwas Neues beginnen zu können.“ Etwas völlig Neues startete sie jetzt mit uns: Die Mutmacher-Buchreihe „bau los!“ – ein Fachbuch mit fundierten Baufachinformationen und Karrieretipps für junge Baufachkräfte bei den ersten Schritten ins Berufsleben.

Ute Schroeter ist Diplom-Journalistin, Chefredakteurin der Fachzeitschrift „Steinbruch & Sandgrube“ und Gründerin der jobLESE GmbH. Sie ist aber auch studierte Bauingenieurin und war acht Jahre lang in leitender Position in einem Ingenieurbüro tätig. Aus dieser Zeit stammt ihr fachliches Know-how – aber auch ihre Erfahrung in der Gestaltung individueller Karriere-Routen.

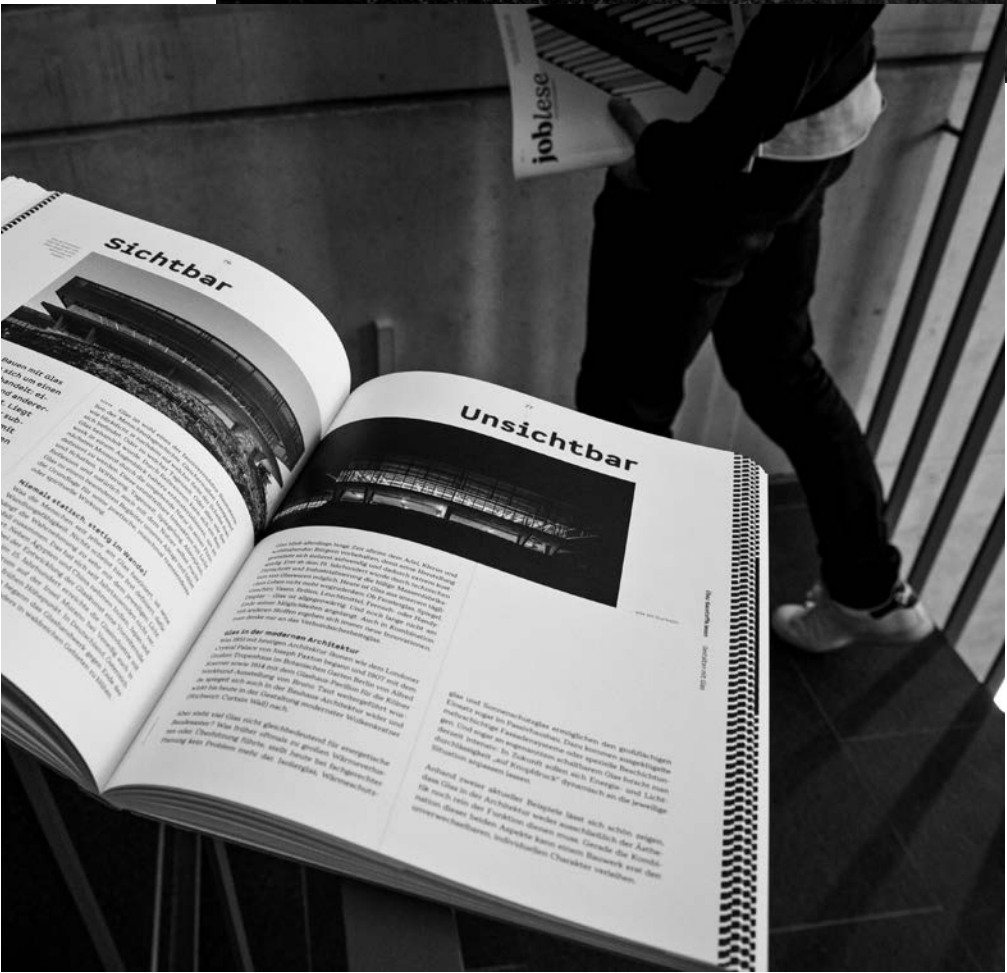
„Wissen gibt Halt“, erklärt Ute Schroeter. Daher besteht das Buch aus einem fachlichen Teil und einem Karriere-Fokus. In Letzterem dreht sich alles um Persönlichkeitsentwicklung, also um Fragen wie beispielsweise: Wie erreiche ich meine Ziele? Wie verdiene ich das, was ich verdiene? Was bedeutet gutes Zeitmanagement? Wie setze ich Vorsätze in die Tat um und bleibe dran? Im Fachteil hingegen geht es um fundiertes Wissen rund um das Thema Baustoffe: Wie lassen sich Schäden im Beton schon bei der Planung vermeiden? Was kann man mit Lehm alles anfangen? Und warum erfährt der Baustoff Holz gerade eine Renaissance?

Visuell ist „bau los!“ zielgruppengerecht jung gestaltet. Typographie, die rote Neonfarbe, zahlreiche Info-Grafiken sowie ein innovatives und unkonventionelles

Layout machen das Ganze hochwertig und ansprechend. „Wir haben es bereits auf einige Nachttische geschafft und ich wurde sogar mal aufgefordert ein Exemplar zu signieren“, hat uns Ute Schroeter direkt nach der Veröffentlichung verraten. Die Feedbacks sind sehr positiv und über Kommentare wie „tolle Aufmachung, sehr hochwertig“ oder „nimmt man gerne in die Hand“ freuen wir uns sehr, denn in das Editorial Design haben wir viel Zeit und Ideen investiert. Was uns aber besonders gefällt: Ute Schroeter geht mit uns mutig den Weg weiter, der jetzt erst richtig beginnt: 2022 geht es in „bau los!“ um das Thema Baustellen.



- > Editorial Design
- > Ratgeber- und Fachbuch
- > 160 Seiten, 24 x 30 cm
- > jährliche Publikation
- > ISBN 978-3-9823666-0-9
- > FSC-Papier aus verantwortungsvollen Quellen, klimaneutral produziert
- > Hardcover mit Fadenheftung, Glattschnitt und durchgehend 5-farbig (CMYK plus Neon-Rot-Sonderfarbe)



Rhodt unter Rietburg

Wir leben und arbeiten, wo andere Urlaub machen! Wenn wir aus dem Agenturfenster schauen, genießen wir feinsten Meerblick – ins Rhodter Rebenmeer. Hiermit laden wir Sie einfach mal ein, eine Tour rund um Rhodt zu unternehmen.

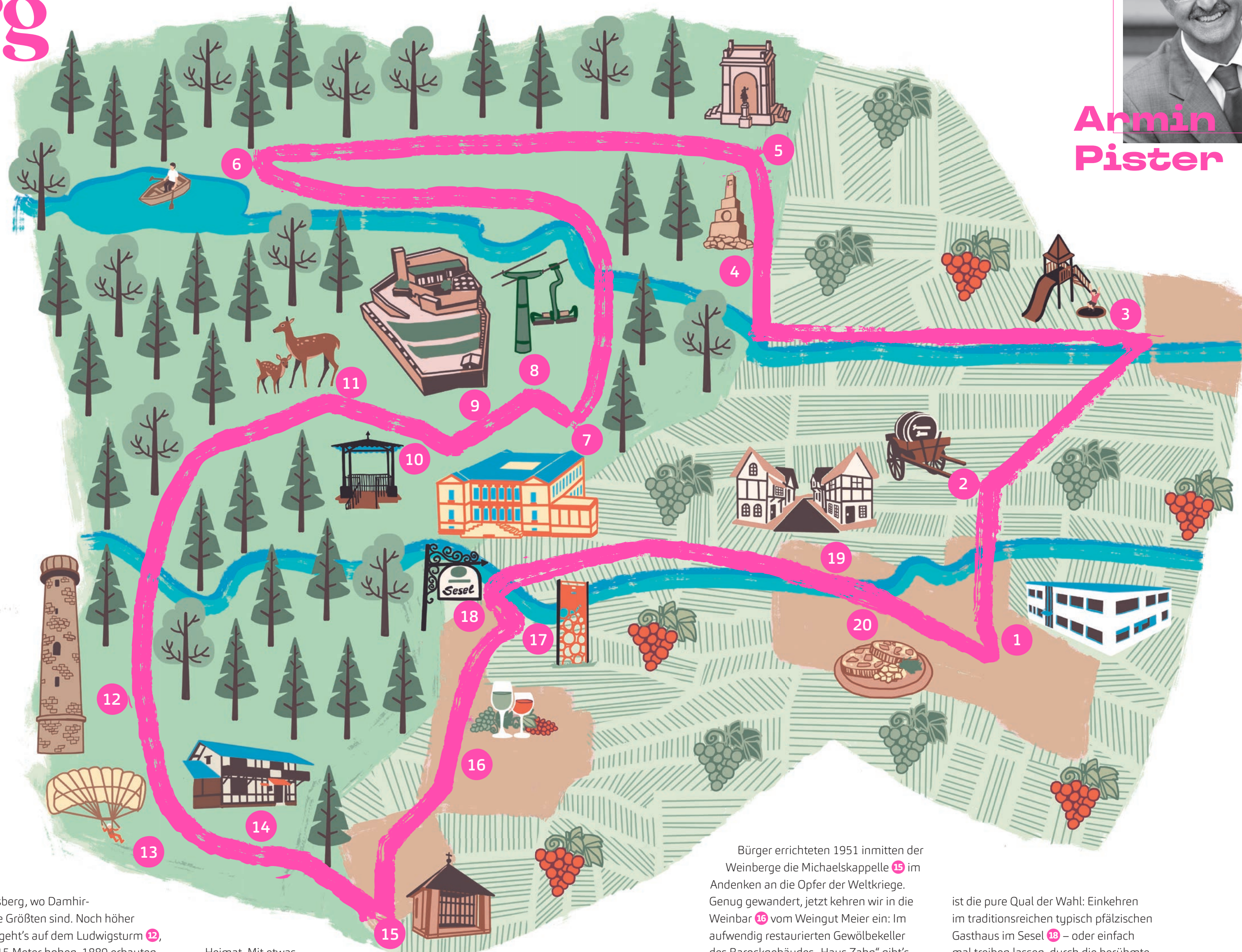
Los geht's bei uns im Traminerweg **1**. Ein paar Gehminuten nach Süden und wir sind umzingelt von Weinreben. Seit 400 Jahren wird hier Wein angebaut, davon zeugt der älteste Weinberg der Welt, der im „Rhodé-Rosengarten“ steht. Knorrige Traminerreben stehen hier seit dem 30-jährigen Krieg im 17. Jahrhundert jedes Jahr voll im Saft. Jetzt wandern wir nach Norden und flanieren entlang des Weinlehrpfades **2** und vieler Weinberge der örtlichen Weingüter. Das macht spontanen Durst, doch bevor wir zum gemütlichen Teil übergehen, erst mal die Kids bespaßen, z. B. in der alla hoppi-Anlage **3**. Ein Paradies zum Spielen und Toben – erbaut von der Dietmar Hopp Stiftung. Jetzt geht's in den Wald. Zuerst vorbei am Straßburger Stein **4**, einem Denkmal, das für General von Werder errichtet wurde, der 1870 Straßburg eroberte. Auf dem Werderberg steht dem gleichen Anlass gewidmet das Friedensdenkmal **5**. Im Zuge der Freundschaft mit Frankreich hat der Bau seinen Namen wirklich verdient – heute wird dort nur musikalisch geballert: mit einem Open-Air-Rockfestival.

Eine kleine Abkühlung bietet der Hilschweyer **6** am Triefenbach, bevor es weitergeht zur Villa Ludwigshöhe **7**, dem Sommersitz König Ludwigs I. von Bayern. Hier kam die Idee auf die Welt, dass die Pfalz Deutschlands Toskana ist – und was sollen wir sagen – da stimmt's! Rund 400 Höhenmeter weiter oben lockt die Open-Air-Terrasse der Rietburg zur Rieslingschorle. Man kann hochwandern und entlang des Wanderweges zur Burg am "Schönen Punkt" **10** einen perfekten Blick aus der Vogelperspektive hinunter nach Rhodt genießen oder bequem hochschweben mit der Rietburgbahn **8**. Seit 1954 ist sie eine Sesselbahn der extremen Entschleunigung. Vor über 800 Jahren erbaut, wurde die Rietburg **9** mehrfach zerstört und wiederaufgebaut. Heute ist die Ruine eine romantische Plattform, um die Seele der Pfalz zu atmen oder sich die Sage vom Räuber der Rietburg zu erzählen ... und die erste Chorle zu genießen!

Auge in Auge mit den Tieren des Waldes?
Das geht im Wildgehege **11** auf dem

Blättersberg, wo Damhirsche die Größten sind. Noch höher hinaus geht's auf dem Ludwigsturm ¹², einem 15 Meter hohen, 1889 erbauten Aussichtsturm auf dem Südgipfel. Home is where the Haardt is – kein anderer Spruch passt besser als zu diesem Weiblich hinein in das Biosphärenreservat Pfälzerwald und hinaus in die Rheinebene, wo der Blick bis zum Nordschwarzwald reicht. Wer oben auf dem Berg ist, muss irgendwann auch wieder runter. Wir wandern wieder abwärts in Richtung

Heimat. Mit etwas Glück kann man beim Abstieg Gleitschirmflieger ¹³ starten sehen, die hier das Weite suchen. Ein bisschen wie im Berner Oberland fühlt man sich am Schweizerhaus ¹⁴, 1880 im Schweizer Stil erbaut. Vom Weyherer Rötzbürg aus hat der Pfarrer Martin Wotho im März 1945 die Bombardierung der Stadt Landau erlebt. Die Weyherer



Bürger errichteten 1951 inmitten der Weinberge die Michaelskapelle **15** im Andenken an die Opfer der Weltkriege. Genug gewandt, jetzt kehren wir in die Weinbar **16** vom Weingut Meier ein: Im aufwendig restaurierten Gewölbekeller des Barockgebäudes „Haus Zahn“ gibt's ausgezeichneten Wein von hier und dazu natürlich Flammkuchen!

Bevor's wieder nach Rhodt geht, noch ein Blick zurück zur Villa Ludwigshöhe: Am besten durch die markante, drei Meter hohe Stele „Schönste Weinsicht“ **17** aus Corten-Stahl am Schlossberg. Das Finale eines wunderschönen Tages in Rhodt

ist die pure Qual der Wahl: Einkehren im traditionsreichen typisch pfälzischen Gasthaus im Sesel **18** – oder einfach mal treiben lassen, durch die berühmte Theresienstraße **19** schlendern und sich eine der vielen Einkehrmöglichkeiten **20** aussuchen. Übrigens: Die Theresienstraße ist benannt nach König Ludwigs Gemahlin Theresie. In der Rhodter Pfarrkirche steht noch heute ihr Sessel an seinem angestammten Platz und eins ist ziemlich sicher: Sie war in Rhodt genauso verliebt, wie wir es sind.



Armin Pister

„Das passt einfach zusammen!“

... ist Bürgermeister der Ortsgemeinde Rhodt unter Rietburg. In unseren Pop-up-Galerien immer ein gern gesehener Gast. Warum Kultur hier mehr bedeutet als nur Weinkultur, verrät er im Interview.

Armin, neben unserer eigentlichen Arbeit stemmen Stefan und ich seit 2018 jährlich eine Kunstaussstellung in unseren Büroräumen - die Pop-up-Galerie. Wie wichtig ist kulturelles Engagement für den Ort Rhodt unter Rietburg?

Kunst und Kultur sind neben Wein und Tourismus sehr wichtig in einem historisch geprägten Ort – das passt einfach zusammen! Ich bin begeistert, dass es hier Menschen wie euch gibt, die das Thema Kunst und Kultur mit Leidenschaft fördern. Ohne monetäre Interessen seid ihr mit viel Herzblut und Energie dabei und meine Freude über dieses Engagement ist sicher spürbar.

Für alle, die Rhodt unter Rietburg noch nicht kennen: Warum sollte man unbedingt mal hierherkommen?

Weil die Geschichte des Ortes einmalig ist! 772 erstmals erwähnt, feiern wir nächstes Jahr die 1250-Jahr-Feier. An der Deutschen Weinstraße, inmitten der Reben und mit dem Naturpark Pfälzerwald im Rücken, steht Rhodt unter Rietburg für ausgezeichnete Weine von 14 Winzern und einer Genossenschaft, einen denkmalgeschützten Ortskern – und ist berühmt für die Theresienstraße und die Villa Ludwigshöhe. Überall lassen sich liebevolle Details entdecken und doch ist der Ort nicht touristisch überlaufen, sondern schön ruhig.

**Wenn du mal entspannen willst:
Was ist deine Lieblings-Freizeit-
beschäftigung?**

Ich bin begeisterter Mountainbiker. Inzwischen gönne ich mir ein E-Bike, weil ich dadurch einen größeren Radius fahren kann, manchmal bis zu 70 Kilometer auf einer Tour. Da lernt man immer wieder neue Ecken des Pfälzerwaldes kennen und ich bin jedes Mal fasziniert, was die Natur hier zu bieten hat.

→ Das Interview führte Nina Glanz



Viel mehr Sichtbarkeit



Seit über 10 Jahren produzieren wir „Diät und Information“, die Mitgliederzeitschrift des Verbands der Diätassistenten. Dieses Corporate-Publishing-Projekt basiert auf gegenseitigem Vertrauen und mündete 2020/21 in die Entwicklung eines neuen Erscheinungsbilds für den Verband.

Mehr Sichtbarkeit für Diätassistenten schaffen – das war das Ziel unserer grafischen Überarbeitung des Corporate Designs. Wer uns kennt, weiß: Wir sind Typographie-Enthusiasten. Gute Schriften für unsere Kunden zu entdecken, das ist unsere Leidenschaft. Für jedes einzelne Projekt suchen und finden wir perfekt passende Fonts.

Der Relaunch begann deshalb mit der Entscheidung für eine Schrift, die ideal zur Marke passt. Die neue Hausschrift nennt sich „Campton“ und stammt von Typedesigner René Bieder aus Berlin. Sie ist unkonventionell und sorgt durch ihre zeitlose und gleichzeitig moderne Anmutung für Aufmerksamkeit. Die Schrift ist sehr variabel und somit für die Verbandszwecke gut einsetzbar. Es ist eine noch junge Schrift, die auch einen Webfont für die digitalen Medien bereitstellt. Somit erhalten auch Kanäle wie die VDD-Website den richtigen Look.

Der nächste Schritt war die Neuentwicklung des Logos. Unser Ansatz war eine prägnante, kräftige, robuste Anmutung und der VDD hat diesen mutigen und auch radikalen Schritt nicht nur verstanden – sondern begrüßt! Ein neues Signet vertritt nun den VDD. Es symbolisiert die Stärke, mit welcher der Berufsverband für seine Mitglieder eintritt.

Organische Formen und Linien sind weitere Gestaltungselemente im neuen Erscheinungsbild. Die Farbe Rot ist eine starke Signalfarbe, jetzt aber noch präsenter in einer lebendigeren Variante. Die erweiterte Farbwelt bietet einen frischen Grün- und Blautönen. Die Farben werden in Verläufen innerhalb der Typografie kombiniert. Das Ergebnis ist ein Corporate Design mit starker Wirkung, national und international.

Der neue, zeitgemäße Auftritt unterstützt den VDD dabei, die Ziele und Zielgruppen zu erreichen. Die gewachsene Wahrnehmung der Berufsgruppe in Politik und Gesundheitswesen findet jetzt Ausdruck in einem nachhaltigen Erscheinungsbild über alle Kommunikationsmittel hinweg.

Ein spannendes Projekt für unsere Agentur. Insbesondere die Gratwanderung zwischen Emotionalität und Menschlichkeit auf der einen sowie Professionalität und Stärke auf der anderen Seite, war eine der vielen Herausforderungen.

› Corporate Design
› Logo, Briefbögen, Visitenkarten, Compliment Card, Style-Guide, Jahresausweis, Geschäftsbericht, digitale Templates, Stempel etc.

René Bieder ist Typedesigner. Er lebt in Berlin und entwickelt sehr erfolgreich Schriften. Seine Schrift „Campton“ passt ideal zum neuen Markenauftritt unseres Kunden VDD – und seine Vorstellungen zum Thema Typo-Design perfekt zu uns.

René Bieder



„Eine Hausschrift ist wie eine Handschrift“

René, wir haben deine Schrift „Campton“ für das neue Erscheinungsbild des VDD ausgesucht. Wie gefällt es dir? Findest du deine Schrift gut in Szene gesetzt?

Das Erste, was ich gesehen habe, ist die Compliment-Card, die ihr für den VDD mit der „Campton“ gestaltet habt – und die ist schon mal sehr schön. Überhaupt ist es schön, wenn man die eigene Schrift im Einsatz sieht. Ich arbeite sehr lange an der Entwicklung und dann wird das zu so einer Art Baby, das man in die Welt entlässt. „Campton“ ist übrigens eine Schrift, die ich bereits 2015 entwickelt habe und sehr vielseitig einsetzbar ist.

Schriften sind ein elementarer Baustein für Erscheinungsbilder. Kunden müssen wir aber häufig darüber aufklären, dass man statt eines 08/15-Fonts aus dem Rechner besser eine individuelle Schrift wählt, gestaltet von einem erfahrenen Typo-Designer. Was ist das beste Argument für eine individuelle Hausschrift?

Eine Hausschrift ist wie eine Handschrift. Eine gute Unternehmensmarke besitzt eine einzigartige Persönlichkeit. Um nicht zu sein wie zehntausende andere Marken, sollte man eine möglichst individuelle Schrift wählen, denn dann kann man plakativ und dennoch subtil Markenbotschaften senden.

Deine Schriften tragen interessante Namen wie „Campton“, „Freigeist“, „Mirador“ oder „Galano“. Was steckt dahinter?

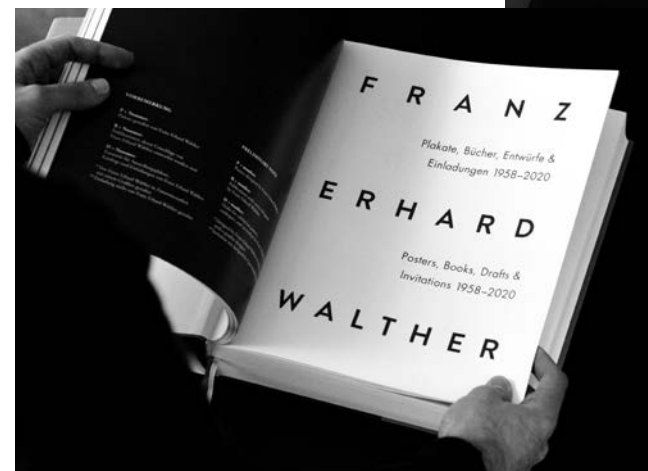
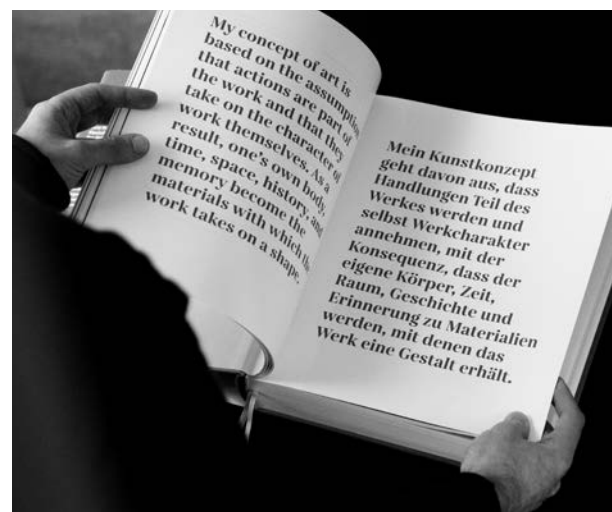
Die Namensgebung ist für mich der schwierigste Part der Entwicklung, denn die Namen müssen auch international funktionieren und leicht verständlich sein. Die Inspirationsquellen können sehr unterschiedlich sein. Manchmal sind die Namen inspiriert vom Charakter der Schrift, so z. B. bei der „Freigeist“, oder ich versuche die prägnantesten Buchstaben unterzubringen. Bei der Campton war es das große „C“ und das kleine „a“, die letztendlich zur Namensgebung geführt haben.

Angenommen, du dürftest nur eine Schrift mit auf eine einsame Insel nehmen?

Das wäre zur Abwechslung nicht eine eigene Schrift, sondern die „Futura“. Ein Typo-Klassiker, 1927 gestaltet von Typo-Designer Paul Renner.

→ Das Interview führte Stefan Hitschler





Keine halben Sachen

Manchmal gibt es Projekte, die sich nicht in wenigen Wochen oder gar Tagen realisieren lassen. So auch diese Publikation, die wir für den außergewöhnlichen Künstler Franz Erhard Walther gestalten durften.

Franz Erhard Walther ist Konzept-, Installations- und Prozesskünstler; die Betrachter sollen durch eigenes Handeln in das Kunstwerk mit einbezogen werden. Er wendet sich damit gegen ein allgemeines Kunstverständnis, das „fertige“ Werke dauerhaft in Museen präsentiert, und formulierte als erster Künstler die Vorstellung einer immateriellen Kunst.

Nun war der 80. Geburtstag des Künstlers für die Herausgeber Rene S. Spiegelberger und Claus von der Osten Anlass, ein Werkverzeichnis der Plakate zu veröffentlichen, die der Künstler über vier Jahrzehnte hin-

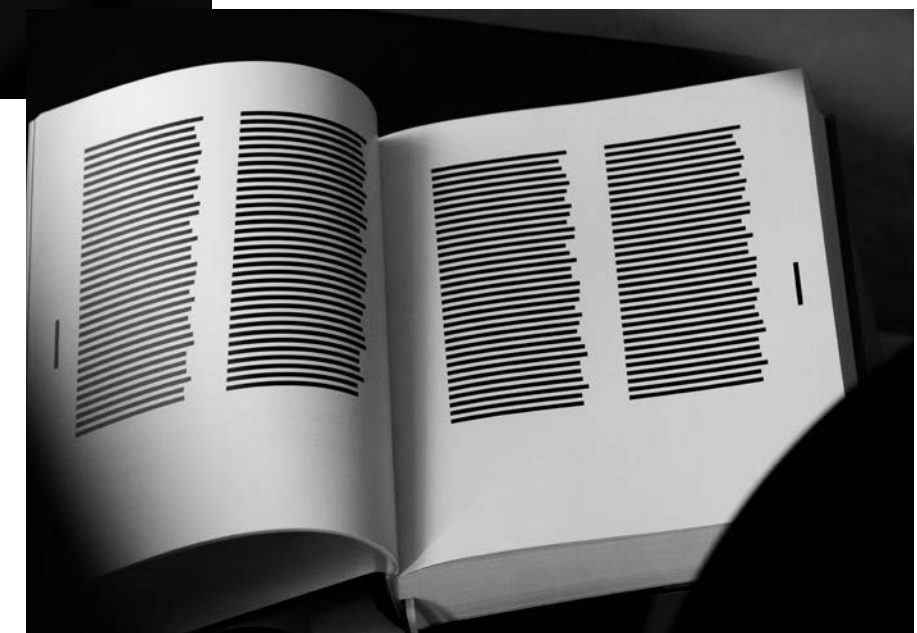
weg gestaltet hat. Auf 560 Seiten werden sie zusammen mit einem weitreichenden Überblick seiner Bücher und Entwürfe gezeigt. Diese sehr umfangreiche Publikation ist für uns ein Meilenstein, der unseren wachsenden thematischen Schwerpunkt im Bereich zeitgenössischer Kunst zum Ausdruck bringt. Wir genossen die Freiheit, vielleicht etwas ungewöhnliche Mittel zur Gestaltung einzusetzen.

So sind beispielsweise Balken als durchgehendes Element zu sehen, die man eigentlich für Handskizzen verwendet – wie auch Franz Erhard Walther –, um Schrifthöhen und -längen sowie Zeilenabstände darzustellen. Außergewöhnlich auch deswegen, da wir auf einer Doppelseite ausschließlich diese Balken zeigen. Einziger Wermutstropfen: Die Werk-Recherche und Koordination der vielen hundert Plakate, Bücher und Entwürfe erwies sich für die

Auftraggeber als derart umfangreich, dass das Buch erst nach Franz Erhards Walthers 80stem Geburtstag erscheinen konnte. Die speziell dafür von uns gestaltete Seite 80 konnte daher nicht realisiert werden; aber einen kleinen Verweis konnten wir dennoch platzieren: Die Spaltenbreite der Texte im Buch beträgt exakt 80 Millimeter – Designerhumor at it's best!

Im Juli 2019 ging es zur Präsentation des Layouts auf nach Fulda: Franz Erhard Walther empfing uns sehr herzlich in seinem Atelier. Unser Layout fand direkt seine Zustimmung und wir konnten uns über Mikrotypografie, Schriftarten und deren Besonderheiten unterhalten. Ein besonderer Moment für ein Typografenherz. Den Leineneinband sowie den Schutzumschlag gestaltete er natürlich selbst – deren Entwürfe selbstverständlich im Werkverzeichnis zu sehen sind.

Auch wenn dieses Projekt in vielerlei Hinsicht herausfordernd war: Das Ergebnis rechtfertigt den Aufwand. Wir sind sehr glücklich, dass wir dieses einzigartige Werk realisieren durften.



Atelierbesuch in Fulda: Nina Glanz und Franz Erhard Walther besprechen die ersten Entwürfe des Buch-Layouts.

„Diese Vorstellung hat mich ein Leben lang fasziniert: dass zu einem Werk Handlung kommen könnte. Mit der Konsequenz, dass die Handlung selbst Werkcharakter bekommt.“

– Franz Erhard Walther

- › Editorial Design
- › Werkverzeichnis
- › 560 Seiten, 24,5 × 29 cm
- › ISBN 978-3-947563-54-8
- › Hardcover mit Leineneinband, Prägung, Fadenheftung und Schutzumschlag



second lines

Stefan Hitschler, Margarete Noël, Nina Glanz, Ralf Glanz und Wenzel Jakob (von links nach rechts)

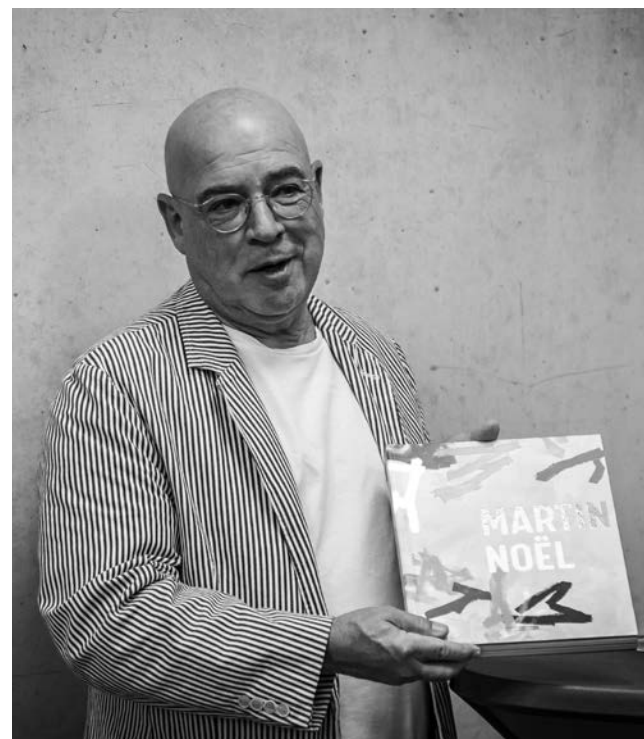


Wir können's nicht lassen: Bereits zum vierten Mal haben wir im September 2021 unsere Agentur Kaisers Ideenreich zu einer Pop-up-Galerie verwandelt. Wir sind und bleiben zwar Grafik-Designer und keine Galeristen, aber es fühlt sich zweifellos gut an, dass unser Galerie-Konzept mittlerweile auch in der überregionalen Kunstszenen wahrgenommen wird.

Die Ausstellung „second lines“ mit Aquatinta-Radierungen sowie Linol- und Holzschnitten von Martin Noël gliederte sich in eine Reihe von Ausstellungen ein, die die Werke des 2010 verstorbenen Künstlers würdigen. Kurz vor einer umfangreichen Martin-Noël-Ausstellung im berühmten Albertina Museum in Wien im Dezember 2021 war nun also auch in Rhodt unter Rietburg eine Begegnung mit seinem Schaffen möglich. Bei der Vernissage war Margarete Noël, die Witwe des Künstlers, anwesend und Wenzel Jacob, der Gründungsdirektor und ehemalige Intendant der Bundeskunsthalle, eröffnete mit einer Laudatio die Ausstellung.

Für uns war die Ausstellung eine logische Konsequenz aus einer sehr vertrauensvollen Zusammenarbeit mit Margarete Noël: Bereits 2020 gestalteten wir den Katalog zur großen Martin-Noël-Ausstellung „paintprintpaint“ im Bonner Kunstmuseum. Mit dem Titel „second lines“ bezogen wir uns nun auf ein bekanntes Noël-Zitat: „Die erste Linie kann jeder nachmachen – die zweite liegt im Gedankengut des Künstlers.“

Die Vernissage, aber auch alle Galerie-Sonntage und unsere Art Lounge waren wieder so gut besucht, dass es mit unserer Pop-up-Galerie weitergehen wird. Bereits im November und Dezember 2021 fand unsere Gruppen-Ausstellung „ENSEMBLE“ statt. Davon werden wir aber erst im Jahresausklang 2022 erzählen.



Gerhard Hofmann (rechts) im Gespräch mit Adolf Knoll und Besucherinnen der Vernissage

Immer ein geschätzter Gast: Michael Konrad



Ehepaar Witthaus mit den Pop-up-Galeristen

Unsere Gäste bestaunen einen Druckstock von Martin Noël



Stefan Hitschler mit den Verlegern Anja und Kai-Uwe Lippler



Foto: Ralf Glanz

Eduard Zimmerle besuchte uns zur Vernissage



Margarete Noël



Margarete Noël ist die Witwe des Künstlers Martin Noël. Mit ihr haben wir bereits im vergangenen Jahr den Ausstellungskatalog für die Ausstellung Martin Noël: paintprintpaint im Kunstmuseum Bonn gestaltet. Ein Gespräch via Sprachnachrichten Funktion von WhatsApp.

Liebe Margarete, erzähl unseren Lesern bitte kurz etwas über Martin Noël, was ihn inspiriert und was ihn und seine Arbeit geprägt hat.

Martins Kunst bezieht sich in erster Linie auf das SEHEN – auf die Dinge, die wir übersehen, die er als Künstler gesehen hat. Für ihn war es eine große Freude, aus dem großen Ganzen unserer optischen Wahrnehmung die Dinge herauszuziehen, die er als den stärksten Ausdruck empfand. Dabei kamen seine Anregungen aus der unmittelbaren Umgebung – der Natur, aus Bildern der Kunstgeschichte oder von den Umrissen seines Körpers, vornehmlich der Wahrnehmungsorgane, also von den Konturen seiner Augen, den Ohren und der Nase.

Margarete, du hast uns irgendwann im Laufe der Produktion des Ausstellungskataloges den Vorschlag gemacht, seine Werke auch bei uns auszustellen. Wie kam es dazu, dass du dir seine Werke bei uns vorstellen konntest?

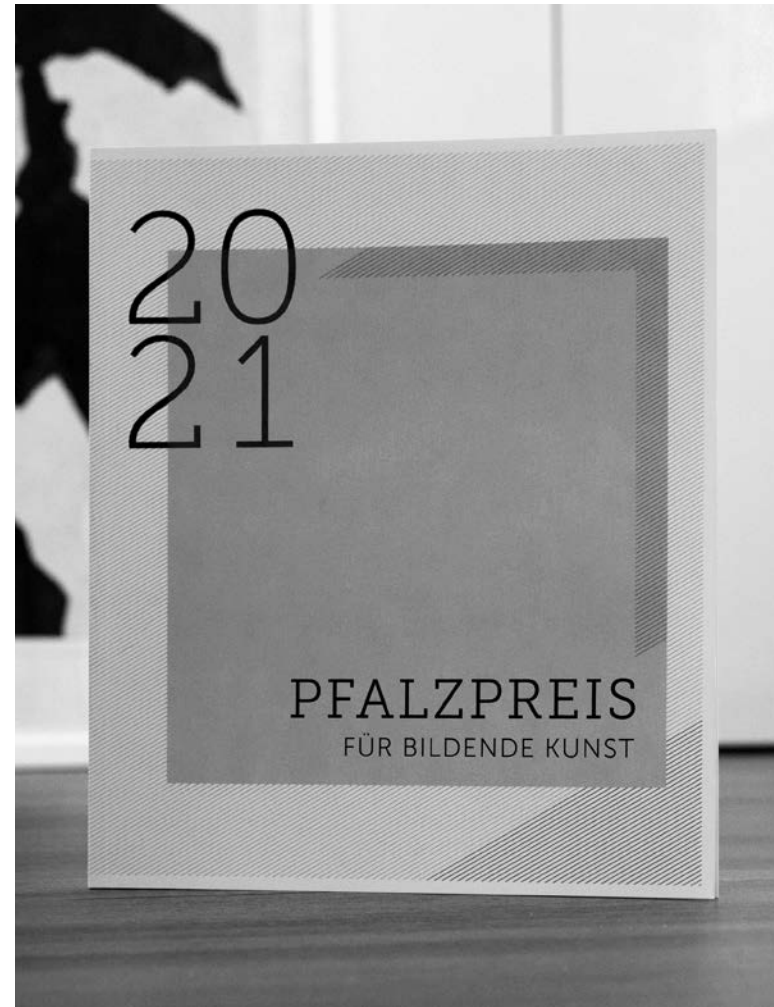
Euer großes Interesse und die Sensibilität dieser Arbeiten zu betrachten und sie in einem Katalog lebendig werden zu lassen, haben mich fasziniert. Daraus entstand der Gedanke, dass seine Kunst bei euch sehr gut aufgehoben und durch euch in euren schönen Räumen der Büros präsentiert werden kann. Eure Begeisterung würde dann sicher auch auf die anderen Menschen übergehen.

Wir sind ja keine professionellen Vollzeit-Galeristen. Haben wir uns gut geschlagen? Wie hat es dir gefallen?

Es ist euch gelungen, durch die Bildauswahl, die Präsentation und eure emotionale Begeisterung nachhaltiges Interesse beim Betrachter hervorzurufen. Von daher war es eine erfolgreiche Ausstellung, über die ich sehr glücklich bin!

→ Das Interview führte Nina Glanz

„Seine Kunst ist bei euch sehr gut aufgehoben“



» Editorial Design
» 96 Seiten, 24 x 28,5 cm
» Flexcover

Ein leidenschaftlicher Fokus im Kaisers-Ideenreich-Portfolio: Die Kunst! Mit zahlreichen Publikationen wie Werkschauen und Katalogen haben wir in den letzten Jahren eine besondere Expertise in diesem Bereich aufgebaut.

Das Jahr 2021 bot für uns trotz aller pandemiebedingten Probleme viele Lichtblicke – denn wir erhielten unter anderem die Gelegenheit, die Publikation zum renommierten Pfalzpreis des Bezirksverbands Pfalz neu zu gestalten. Was sich bisher als eher nüchterne Dokumentation im Helvetica-Look präsentierte, haben wir nun klarer und funktionaler, aber auch zugänglicher

und emotionaler gestaltet. Das Buch zum Pfalzpreis für Bildende Kunst 2021 spricht eine komplett neue Designsprache. Das vorgegebene Ziel war es, auf Augenhöhe mit den zeitgenössischen Positionen der nominierten Künstlerinnen und Künstler einen hochwertigen Rahmen zu schaffen. Im Zentrum der Aufmerksamkeit stand dabei die Bildhauerin Fritz Hausmann, die den Pfalzpreis in der Sparte Plastik erhielt, der Nachwuchspreis ging an Theresa Lawrenz.

„Kultur ist ein Lebensmittel für die Menschen“, sagte der Bezirkstagsvorsitzende Theo Wieder einst bei einer Pfalzpreisverleihung und so ähnlich sehen wir das auch: Kunstbücher sind für Kunstfans ein Lebensmittel – und wir freuen uns, sie zu gestalten.

Ehre, wem Ehre gebührt

Die Kunsthistorikerin und Wahl-Pfälzerin **Dr. Annette Reich** ist die stellvertretende Direktorin des Museums Pfalzgalerie in Kaiserslautern. Mit der Leiterin der Gemälde- und Skulpturensammlung konnten wir bereits interessante Projekte realisieren.

Liebe Frau Dr. Reich, wir kennen uns schon seit einiger Zeit. Was würden Sie sagen: Welches war bisher unser schönstes gemeinsames Projekt?

Jede Zusammenarbeit mit ihnen beiden hat ihren Reiz. Toll fand ich unser erstes Projekt „Hofmanns Wege“, das Buch zur Ausstellung mit dem frühen zeichnerischen Werk von Hans Hofmann, einem der bedeutendsten Künstlerpersönlichkeiten des 20. Jahrhunderts. Ein besonderes Highlight war für mich der Katalog „Nobuyuki Tanaka“, der zur ersten europäischen Museumsausstellung des japanischen Künstlers, die wir im Museum Pfalzgalerie gezeigt haben, erschienen ist.

Warum gerade dieses Projekt?

Hier ergaben Einfühlungsvermögen, Kreativität, Sorgfalt und eine reibungslose Kooperation, auch mit Verlag und Druckerei, ein perfektes Gesamtpaket. Ich finde es wunderbar, wie sensibel Kaisers Ideenreich mit dem Thema umgegangen ist. Ich denke da zum Beispiel an feine rote typografische Akzente, die einen unmittelbaren Bezug zu Tanakas ausschließlich in Schwarz und leuchtend intensivem Rot realisierten Lack-Skulpturen herstellen. Außerdem hat mich das klare, elegante Design insgesamt überzeugt.

Wir durften erstmals den Katalog zum Pfalzpreis für Bildende Kunst gestalten, den der Bezirksverband Pfalz in der Sparte Plastik ausgeschrieben hat. Stimmt es, dass dies auch für Sie eine Premiere war?

Ja, in diesem Jahr habe ich die Ausstellung mit begleitendem Katalog bei uns im Museum kuratiert – eine Herausforderung. Es galt die ausgewählten Arbeiten der nominierten Pfälzer Künstlerinnen und Künstler zu präsentieren und in einer Publikation zu dokumentieren. Mit dem neuen



Dr. Annette Reich

Katalogdesign wollte ich gerne eine Tür in die Zukunft öffnen. Denn auch weiterhin soll der für die Region Pfalz bedeutende, hochdotierte Preis hiesige Kunschtätigkeits unterstützen und fördern. Ich freue mich über das neue „Outfit“. Das mit ihnen entstandene Ergebnis finde ich sehr gelungen. Auch Feedbacks von Künstlern und Besuchern der Ausstellung waren positiv.

→ Das Interview führte Nina Glanz

Zimmer frei!

Was lange währt, wird endlich ...

Glück! Ursprünglich sollte schon 2021 das Buch „Locals im Glück“ im Verlag Lipplerbookz erscheinen – ein Buch voller Glücksgeschichten, erzählt von Locals aus der Pfalz. Aber wie das manchmal so ist: Mehr oder minder glückliche Zufälle verändern Pläne, und jetzt ist es unser Glück, dass das Buch mit einem üppigen Blumenstrauß toller Glücksgeschichten im neuen Jahr 2022 erscheint. Nach dem ganzen Corona-Wahnsinn sicher der richtige Zeitpunkt, um mal befreit durchzuatmen und glücklich zu entspannen. Einen kleinen Vorgeschmack bietet schon mal die nachfolgende Glücksgeschichte ...

Am fünften September 2005 bin ich mit 23 Jahren zu meiner lang ersehnten Weltreise aufgebrochen. Mein erstes Ziel der Weltumrundung mit dem Rucksack sollte Australien heißen. Mit einem sogenannten „Work-and-Travel“-Visum konnte man dort ein ganzes Jahr lang umherreisen; und zusätzlich dazu noch die spärlich ausgestattete Reisekasse mit Aushilfsjobs aufbessern. Ich arbeitete beispielsweise unter anderem als Tellerwäscher in einem italienischen Restaurant, in dem die italienische Nonna aber sowas von das Sagen hatte, als „An-junge-Orangenpflanzen-Sonnenschutz-dran-Tacker“ bei einem älteren Landwirt, der Orangen anbaute, oder bei

einer sehr unromantischen „Weinkellerrei“ als Weintankschrubber. In dieser Zeit lebt man die meiste Zeit in sogenannten Hostels – wir würden hierzulande Jugendherbergen dazu sagen – in großen Schlafsälen. Manche der Hostels haben ihren Standort an den schönsten, an den schönsten und an den allerschönsten Orten in Australien. Andere Hostels wiederum sind dort, wo die Arbeit ist. Im Nirgendwo. In der Pampa. Beispielsweise 12 Stunden mit dem Zug von Sydney entfernt. Irgendwo im Hinterland von New South Wales in Richtung Adelaide. Sämtliche Bewohner dieses Hostels – eigentlich alles Rucksackreisende wie ich – haben auf Farmen in der Umgebung gearbeitet. Äpfelplücker, Orangenplücker, Lagerarbeiter, Tellerwäscher – keine Millionäre. Wir lebten in Schlafsälen von 8 bis 24 Betten mit Reisenden aus Japan, Frankreich, Spanien oder Schweden, aber auch Bettwanzen, wenn man Pech hatte. Man traf in der Regel auch viele Backpacker aus Deutschland. Einmal in der Woche gab es ein gemeinsames BBQ mit jeder Menge Weizen-Toast, Ketchup und Bratwurst; im Alltag kochten wir in Grüppchen unser Abendessen gemeinsam. Da wurden dann wieder deutsche Gerichte wie zum Beispiel Frikadellen auf den Tisch gestellt. In diesem Hostel im australischen Nirgendwo lernte ich – neben vielen anderen – auch Julia kennen. Sie stammte aus dem Großraum Köln und wir verstanden uns prima. Wegen ihrer Herkunft erzählte ich ihr, dass ich vor kurzem erst in Köln gewesen wäre und dort als Zuschauer die Fernsehsendung *Zimmer frei* besucht hätte.

Zimmer frei war damals eine recht unkonventionelle Talkshow im WDR. Die Moderatoren Christine Westermann und Götz Alsmann luden pro Ausgabe einen prominenten Gast ein, der sich auf ein „freies Zimmer“ bewarb. Im Laufe der Sendung wurde der Prominente mit Fragen gelöchert und während der obligatorischen Spiele durchaus auch mal Wein, Schnaps oder Bier konsumiert. Insbesondere das Bilderrätsel-Spiel ist über die Jahre zum absurd-lustigsten festen Bestandteil der Sendung geworden. Kurzum ein sympathisches Format und bester Ausklang eines jeden Sonntags und Wochenendes!

Julia schaute die Sendung genauso gerne und *Zimmer frei* war in den sechs bis acht Wochen, die wir gemeinsam im Hostel verbracht haben, öfters mal Gesprächsthema. In der Zeit haben wir irgendwann mal unsere E-Mail-Adressen ausgetauscht und jeder von uns setzte seine Reise in Australien fort. Im Laufe der Reise gab es ein paar wenige Mails hin und her. Jeder hat berichtet, wo er gerade steckt und was er momentan so auf Reisen macht. Ich bin weiter nach Neuseeland, die Südsee und Südostasien gereist. Ich weiß nicht mehr, wohin es Julia danach verschlagen hat.

Viele Wochen und Monate später – ich war bereits wieder zu Hause in der Heimat und habe begonnen für das Unternehmen meiner Eltern zu arbeiten. In meiner dortigen Funktion musste ich ein Wochenende an einem Wein-Event in Düsseldorf teilnehmen. Ich war immer noch im Newsletter-Verteiler der *Zimmer-frei*-Produktionsfirma und per Zufall wurde glatt eine Live-Sendung an einem Sonntagabend angesetzt. Perfekt, dachte ich. Da bin ich sowieso auf dem Rückweg von Düsseldorf in die Pfalz und kann spontan zu Gast sein (die Sendung wird ja in Köln produziert). Also schnell Tickets geordert und meinem Bruder (der bei dem Wein-Event auch dabei war) den „Mal-schnell-in-Köln-an-einer-TV-Show-teilnehmen-Zwischenstopp“ gebeitet. Augenrollend akzeptierte er meine spontane Aktion.

Am besagten Sonntagabend im Kölner Studio auf dem WDR-Gelände gab es einen kleinen Sektempfang mit Brezeln. Jede Menge Leute warteten auf den Einlass ins eigentliche Fernsehstudio für die Aufnahme und da sah ich tatsächlich Julia im Foyer stehen! Erst dachte ich, dass das nicht sein kann, und ich musste zweimal hinschauen. Sie lief an mir vorbei und ich hielt sie auf. Sie hatte mich auch schon gesehen und war sich auch nicht wirklich sicher, ob ich es bin. Es blieb nicht viel Zeit, um uns zu unterhalten – Götz Alsmann und Christine Westermann warteten schließlich nicht auf uns – aber für uns beide war dieser Abend ein witziges Erlebnis. Welcher Prominente an diesem Abend bei *Zimmer frei* überhaupt zu Gast war? Völlig vergessen!

Ein paar Tage später, wieder zu Hause in der Pfalz, checkte ich meine E-Mails und fand eine Nachricht von Julia. In der ersten Zeile stand nur: „Siehe unten! Witzig, oder?“ Ich scrollte in der E-Mail etwas weiter runter und fand dort eine weitergeleitete E-Mail, die ich selbst Julia vor mehr als einem Jahr geschickt hatte. Darin schrieb ich ihr: „Ja klar, wir sehen uns bestimmt bald wieder. Spätestens wenn ich mal in Köln bei *Zimmer frei* bin!“

Der Autor dieser Geschichte lebt an der südlichen Weinstraße.



„Ein perfektes Gesamtpaket“

Storytelling

Editorial Design können wir – das wissen Sie. Durch die Zusammenarbeit mit Unternehmen, die in der Markenkommunikation auf Storytelling setzen, sind wir aber irgendwann auch den Weg weitergegangen und haben unsere Leistungen um das Thema Corporate Publishing ergänzt. Inzwischen hat sich dieser Bereich zu einem weiteren Schwerpunkt unserer Agentur entwickelt.

Warum? Immer mehr Marken erkennen, dass klassische Werbung nicht mehr ausreicht, um Kunden nachhaltig zu erreichen und zu begeistern. Um glaubhaft zu sein, braucht es relevante Inhalte in Form von gut erzählten Geschichten. Wir gestalten heute nicht nur, sondern kreieren diese Geschichten mit redaktionellem Fundament. Im Lauf der Jahre haben wir ein Netzwerk erfahrener Journalisten und Fotografen aufgebaut, die lesenswerte Texte und sehenswerte Fotos für uns – und somit für unsere Kunden – produzieren.

Eins unserer jüngsten Beispiele ist das Caratec Magazin, die Publikation des gleichnamigen Caravaning-Ausstatters rund um die Themen Audio, Video und Sicherheit für die mobile Welt. In dem hochwertig gedruckten, jährlich erscheinenden Magazin finden Caravaning-Reisende nicht nur Infos zur technischen Ausstattung und Aufrüstung von Wohnmobilen, sondern auch viele lesenswerte Geschichten rund um die Pfalz, wo das Landauer Unternehmen zu Hause ist. Und in der Pfalz kennen wir uns natürlich ganz besonders gut aus.

Für die erste Ausgabe produzierten wir eine Reportage über die legendäre Schuh-Region Pirmasens mit ihren traditionsreichen Schuh-Manufakturen. In den jüngsten beiden Ausgaben freuten sich die Leser über mehrseitige, spannende Berichte zu den neuesten Vinotheken in der Pfalz, ergänzt um ein Interview mit dem Architekten einer Weinbar, oder sie lernen in Form eines Porträts Menschen wie die SWR-Rezept-sucherin Susanne Nett kennen – natürlich gepaart mit einem gefundenen Rezept. Regelmäßig gibt das Magazin Infos zu aktuellen Pfälzer Produkten und selbstverständlich auch viele Tipps zu Wohnmobilstellplätzen in der ganzen Pfalz.

» Editorial Design und Corporate Publishing
» Kundenmagazin
» 64 Seiten, 21 x 29,7 cm
» geheftete Broschüre



Unvergleichlich!



Digitale Medien sind nicht alles. In hochspezialisierten Fachbranchen sind Spezialisten am Werk, die im B2B-Umfeld auf den persönlichen Austausch setzen – und auf hochwertig gedruckte Informationen, die auch mal persönlich überreicht werden können.

Für das ebenso traditionsreiche wie zukunftsorientierte Schweizer Elektronik-Unternehmen ASS haben wir ein modulares Folder- und Broschürenkonzept entwickelt, das nachhaltige Kommunikation ermöglicht. Als kompakte 6-Seiter mit wechselnden Fokusthemen konzipiert, lassen sich einzelne Ausgaben später zu einem Katalog zusammenfügen, der das gesamte Leistungs-Portfolio des Unternehmens abbildet.

Die Broschüren können an ausgewählte Kunden versendet oder eben persönlich überreicht werden – als erweiterte Visitenkarte, welche die Kernkompetenzen kommuniziert: wie im Fall von ASS visuell eingebunden in das aktuelle, von uns neu entwickelte Corporate Design der Marke.



» Kommunikationsdesign
» 6 Seiten, 21 x 27 cm
» Folder



Silvan Zürcher

Herr Zürcher, wie erklärt man in wenigen Worten, was ASS Elektronik macht?

Seit 25 Jahren sind wir ein Support- und Service-Spezialist für medizinische Diagnostiksysteme auf nationaler und internationaler Ebene. Mit unseren rund 20 Mitarbeitern in der Schweiz entwickeln wir neben unserem Hauptgeschäft in den Labors optimale Transportmaßnahmen für ein klares Ziel: keinerlei Transportschäden, Pünktlichkeit und Sicherheit.

Was war der Impuls für den visuellen Neustart mit einem neuen Erscheinungsbild von unserer Agentur?

Unser Auftritt war veraltet, er entsprach nicht mehr unseren Werten und Qualitäten. Da musste frischer Wind rein – und das hat das neue Erscheinungsbild eingelöst. Wir waren lange in der schönen

Lage, keine Werbung machen zu müssen. Mit Blick auf die Zukunft haben wir uns aber Gedanken gemacht, wohin wir uns entwickeln. Wir setzen gezielt auf Nischen in unserer Branche, die sonst niemand bedient. Diese besonderen Services stellen wir mit dem modular angelegten Broschürenkonzept vor, das Sie für uns entwickelt haben.

Ihr deutsches Mutterhaus ist in Grünstadt. Waren Sie schon mal in der Pfalz?

Ja klar, und ich verfallte dann gern den leckeren Spezialitäten bei Ihnen. Und ich werde sicher noch öfter in die Pfalz kommen, denn wir wollen den Weg ja mit Ihnen weitergehen. Die nächste Broschüre soll bald folgen – nur das Thema kann ich noch nicht verraten ...

→ Das Interview führte Stefan Hitschler

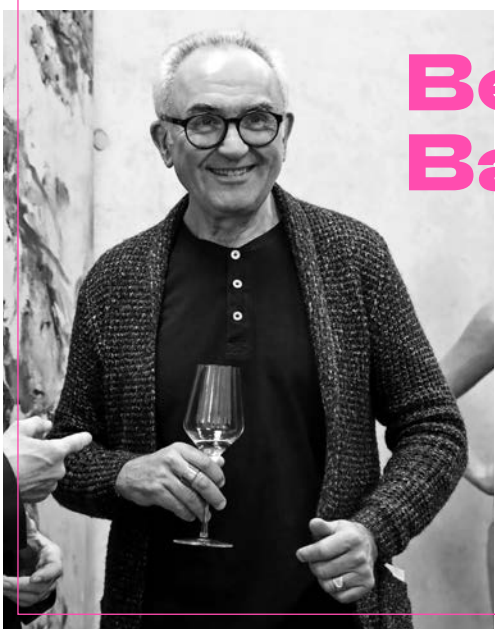
„Wir wollen den Weg mit Ihnen weitergehen“

Silvan Zürcher ist Geschäftsführer der ASS Elektronik Schweiz GmbH – die in Rotkreuz in der Schweiz zu Hause ist. Hier erklärt er, warum sich das Unternehmen für ein neues Corporate Design entschieden hat – und warum Dienstreisen in die Pfalz zum Mutterhaus so angenehm sind.

Die Corona-Lockdowns haben uns gelehrt, was Entschleunigung wirklich bedeutet.

Doch viele von uns sind längst wieder im alten Modus, hetzen von Termin zu Termin und von Projekt zu Projekt. Wer mit uns schon arbeitet, weiß: Wir nehmen uns Zeit. Mit uns lässt sich nichts Schnelles vom Zaun brechen. Was uns erdet, sind die zwischenmenschlichen Kontakte, die bei der Arbeit entstehen, die auf einem partnerschaftlichen Verhältnis beruhen und von gegenseitigem Respekt getragen sind. Genau das verbindet uns mit zwei Wegbegleitern, die viel zu früh von uns gegangen sind.

Viel zu früh



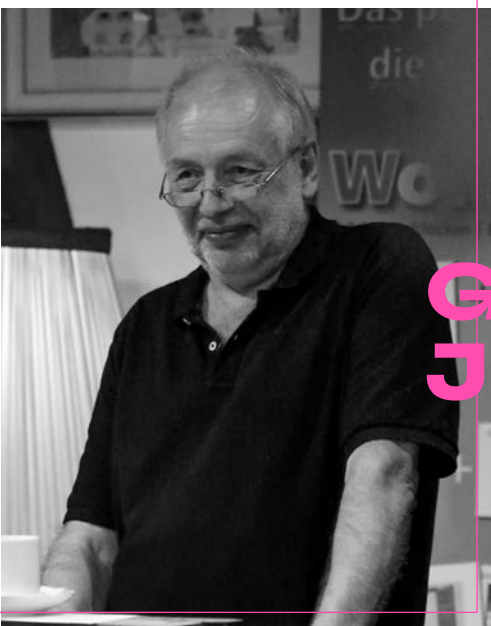
Bernd Barde

Bernd Barde war 2020 noch Gast in unserer Pop-up-Galerie

Immer noch unfassbar: Mit gerade mal 68 Jahren ist Bernd Barde im Januar 2021 verstorben. Er war uns immer wohlgesonnen und ein Fürsprecher unserer Arbeit. Gleichzeitig übte er gern lautstark Kritik. Auch das hat uns weitergebracht.

Wir beide haben Bernd im Jahr 2004 als unseren neuen Chef bei NINO Druck kennengelernt. Und zu dieser Zeit blickte er schon auf eine beeindruckende Karriere zurück: Als langjähriger Geschäftsführer des renommierten Stuttgarter Kunstbuch-Verlages Hatje Cantz hatte er ein weltweites Netzwerk zu Museen und Künstlern aufgebaut, war befreundet mit Koryphäen wie Rebecca Horn oder Kurt Weidemann. Unter seiner Führung erschienen unter anderem die Kataloge zur Documenta IX und X. Bernd war Design-Aficionado und teilte mit uns eine Leidenschaft. Mit seiner Hilfe und seinem Know-how konnten wir unsere Expertise im Bereich Kunst ausbauen. Zuletzt wollte er es nochmal wissen und war 2017 maßgeblich an der Wiedergründung der edition cantz beteiligt – die heutige Dr. Cantz’sche Verlagsgesellschaft (DCV).

Zuletzt war Bernd Barde für den Verlag DCV tätig, mit dem wir noch gemeinsam am Werkverzeichnis für Franz Erhard Walther gearbeitet haben. Bernd Barde hat in den letzten 18 Jahren viele Türen für uns geöffnet. Dafür sind wir ihm sehr dankbar. Danke, Bernd!



Germann Jossé bei einer kulinarischen Lesung in der Weinstube Spelzenhof in Altdorf

Germann Jossé

Im Dezember 2020 ist Germann Jossé mit 64 Jahren verstorben. Hochschulprofessor in Worms, Buchautor, Spieleerfinder und natürlich Pfalz-Kenner: Er entwickelte den „WeinstraßenMeter“, einen Klappmeter als „Maßstab für die Pfalz“, den wir für ihn und mit ihm gestaltet haben: auf zwei Metern Länge eine Liebeserklärung an die Region aus Sehenswürdigkeiten. Auch spannend war das Projekt „Wein-Pfalz-Quartett“. Ein unterhaltsames Kartenspiel, das unter anderem Einwohnerzahlen, Rebflächen oder Rekorde von Pfälzer Gemeinden miteinander verglich.

Germann Jossé studierte Betriebswirtschaftslehre, die er dann seit 1997 selbst in verschiedenen Fachrichtungen lehrte. Er arbeitete darüber hinaus als Erzieher und wirkte als Buchhändler in London. Er war Autor von Fachliteratur wie „Kostenrechnung“, aber auch von regionalen Publikationen wie „Rätselhafte Pfalz“.

Germann war eineachteule. Vor 11 Uhr vormittags war es nicht einfach, mit ihm zu kommunizieren – seine Termine legte er auf den späten Nachmittag oder man traf sich zum Abendessen. Er war Camper und lud uns herzlich auf seinen Lieblingsplatz „La Bremedell“ im Elsass ein. Eine Einladung, die wir nun leider nicht mehr annehmen können. Mach’s gut, Germann!

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
Kai-Uwe Lippler (Seite 2 unten, Seite 6 unten)
Leah Sophie Roth (Seite 3 oben)
Uwe Herrmann (Seite 4 unten rechts)
Heymo – Moritz Schleiffelder (Seite 5)
Nina Glanz (Seite 6 unten)
Christoph Wacker (Seite 9 oben)
René Bieder (Seite 15 oben)
Bernd Barde (3 Fotos: Seite 17 links unten)
Julia Paul (Seite 18-19)
Ralf Glanz (zwei Fotos auf Seite 19)
Hanna G. Diedrichs gen. Thormann (Seite 20 unten)
Mario Andreyra (Seite 23 unten)

ILLUSTRATIONEN

Diana Lazaru

KORREKTORAT

Andreas Lenz

SCHRIFTEN

Carnas von Hoftype
Magiona Display von Dora Typefoundry
Magnat von René Bieder

VEREDELUNG

Neonfarbe Pantone 806 U

PAPIER

90 g Sopor Set Premium Offset

DRUCK

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

