



*Konfettiregen,
Lieblingsprojekte,
Wortwechsel,
Superheldenabenteuer,
Pop-up-Events,
koreanische Typografie
un än Uffdraach!*



Im Januar 2022 haben wir unsere Konfettischublade ganz weit aufgemacht – denn: Unsere Agentur Kaisers Ideenreich ist stolze 15 Jahre alt geworden. Das waren viele spannende Jahre mit jeder Menge an herausfordernden Projekten, auf die wir zurückblicken können.

Es müssen weit über 100 Bücher gewesen sein, die wir gemeinsam mit so vielen Menschen auf die Welt bringen durften. Wir haben irgendwann aufgehört zu zählen ... Auch die mindestens 400 Ausgaben an unterschiedlichsten Magazinen bringen uns rückblickend ins Staunen.

Es bleibt uns an dieser Stelle nur eines zu sagen: **Danke!** Ohne das Vertrauen all unserer Geschäftspartner, Unterstützer und Freunde wäre das alles nicht möglich gewesen. Wir blicken sehr optimistisch in die Zukunft, es gibt schon so viel Schönes am Horizont zu sehen, bei dem wir mitmischen dürfen, und auch zwei, drei eigene Projekte wollen wir ganz bald auf den Weg bringen – frei nach dem Motto: „Wenn man was tut, dann tut sich auch was!“

Jetzt wünschen wir Ihnen einen angenehmen Jahresausklang 2022, ein paar ruhige Tage und gute Unterhaltung beim Lesen unserer Zeitung. Wir sehen uns 2023!

15 Jahre



Mitmachen erwünscht

Alle reden über Nachhaltigkeit. Für uns bedeutet das, mit Kunden eine vertrauensvolle Zusammenarbeit zu pflegen, die sich ständig entwickelt und lange hält. Genau das dürfen wir wohl von unserer Arbeit mit dem Verband der Diätassistenten (VDD) behaupten, die längst zu einer Kreativpartnerschaft geworden ist.

Seit über 10 Jahren produzieren wir Diät+Information, die Mitgliederzeitschrift des Verbands. Dieses anspruchsvolle Corporate-Publishing-Projekt mündete 2021 in die Entwicklung eines modernisierten Marken-Erscheinungsbilds mit einer neuen Hausschrift, einer neuen Farbwelt und einem neuen Verbandslogo.

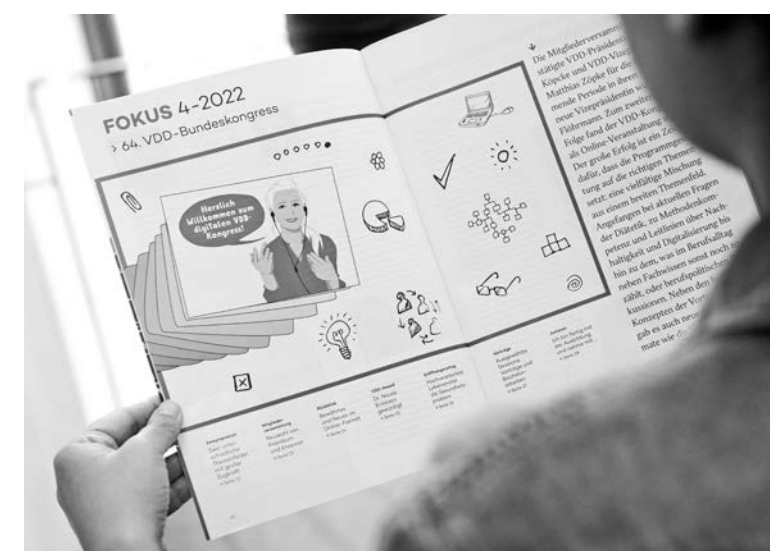


2022 nun das nächste Kapitel: Gemeinsam mit Chefredakteurin Ulrike Grohmann durften wir das Magazin inhaltlich neu denken und visuell weiterentwickeln. Die Aufgabenstellung war klar definiert: Das ganze Heft sollte noch stärker als bisher die Kommunikation und die Diskussion unter den Mitgliedern fördern.

Aber wie schafft man einen Magazin-Relaunch, der wirklich nachhaltig wirkt? Unsere Idee war es, die neue Hausschrift „Campton“ des Berliner Typedesigners René Bieder offensiv in Szene zu setzen und ihre typographischen Stärken auszuspielen: mit neuen, leicht erfassbaren Artikelformaten, die optisch, aber auch inhaltlich Neues bieten.

Die markanteste Änderung: Jedes Heft präsentiert nun eine individuell gestaltete Fokusthemen-Strecke. Die visuelle Klammer bilden seitenübergreifende Bilderserien und Illustrationen. Und wie stellt man unterschiedliche Meinungen zu einem Thema ebenso informativ wie übersichtlich dar? Die Antwort liefert unser neu entwickeltes Magazin-Format „drei mal drei“ – mehr dazu im Wortwechsel auf der rechten Seite.

Dass visuelle Gestaltung auch inhaltliche Entwicklung bedeutet, zeigt das neue VDD-Magazin also sehr deutlich – und erinnert uns mal wieder daran, dass die Neukonzeption von Magazinen genau unser Ding ist. Corporate Publishing, wie wir es lieben. Und zwar nachhaltig!



VDD-Geschäftsführerin Evelyn Beyer-Reiners und VDD-Präsidentin Uta Köpcke im **Wortwechsel**.

2022 haben Sie das D+I-Magazin komplett neu gestalten lassen. Warum diese markante Veränderung?

Uta Köpcke Nach dem erfolgreichen Markendesign-Relaunch im Jahr 2021 mit einem neuen Logo und einer neuen Schrift wollten wir das Corporate Design weiter ausrollen. Das Magazin ist kommunikativ unser Flaggschiff. Deshalb war klar, dass es auch dafür einen Relaunch geben soll – im Sinne eines neuen, modernen Infotainments.

Evelyn Beyer-Reiners Wir produzieren das erfolgreiche Magazin schon seit Jahrzehnten. Seit über 10 Jahren arbeiten wir in diesem Team und mit dem bisherigen Design. Im Laufe der Zeit erschienen uns die Formate jedoch zu starr und zu unflexibel. Unser Wunsch war also ein komplett neuer Touch: gestalterisch wie auch inhaltlich. Das neue Corporate Design von Kaisers Ideenreich, das uns sehr gut gefällt, hat jetzt die optimale Gelegenheit zur Entfaltung.

Was ist inhaltlich neu im Magazin?

Evelyn Beyer-Reiners Stefan Hitschler hat angeboten, gemeinsam mit unserer Redakteurin Alternativvorschläge für neue Rubriken zu entwickeln. Das „drei mal drei“-Interview-Format hat uns sofort gefallen, denn wir wollen zukünftig mehr Gesichter zeigen und nahbarer werden. Gleichzeitig können wir mit Rubriken wie „drei mal drei“ Meinungen und Perspektiven zeigen, um konstruktive Diskussionen anzustoßen.

Uta Köpcke Inhaltlich versuchen wir immer sehr evidenzbasiert zu sein, aber zu vielen Themen gibt es häufig unterschiedliche Ansichten. Um diese darzustellen, eignet sich die neue Rubrik perfekt.



Uta Köpcke



Evelyn Beyer-Reiners

Evelyn Beyer-Reiners Sehr schön finden wir, dass jetzt in jeder Ausgabe das Fokusthema weiter aufgewertet ist. Es ist über eine längere Strecke visuell geklammer – entweder mit Fotos aus einer Serie oder mit grafischen Elementen. Beim Fokusthema „Schlaganfall“ entwickelte Kaisers Ideenreich beispielsweise Gewitter-Illustrationen: Beginnend mit Blitzmotiven und dunklen Wolken, doch am Ende der 20-seitigen Strecke blitzen hoffnungsvoll Sonnenstrahlen durch die Wolken.

Wie kam der Relaunch bei den Leserinnen und Lesern an?

Uta Köpcke Wir haben eine sehr positive Resonanz und erfahren immer wieder, wie intensiv die Leute das Magazin lesen und wertschätzen. Wir werden auch oft auf einzelne Artikel angesprochen und viele Leserinnen und Leser heben alte Ausgaben auf oder archivieren diese sogar. Bei einer Umfrage kam heraus, dass das neue Cover einigen zu puristisch ist, das werden wir im nächsten Jahr wohl wieder etwas verändern. Sehr gut kommt die neue Magazin-Haptik an, denn Kaisers Ideenreich hat uns auch ein neues Papier empfohlen, das griffiger und nachhaltiger ist, aber gleichzeitig auch weißer und cleaner wirkt.

Wie viele Leserinnen und Leser erreichen Sie mit D+I?

Evelyn Beyer-Reiners Wir haben aktuell rund 4.200 Mitglieder. Da aber viele Kolleginnen und Kollegen das Heft auch weiterreichen, ist die Leserschaft definitiv größer.

Wie geht es 2023 weiter?

Evelyn Beyer-Reiners Mit dem neuen Layout haben wir nun einen Jahreszyklus mit sechs Ausgaben produziert. Im nächsten Jahr wollen wir noch mehr Routine bei der Produktion bekommen und dann bestimmte Dinge wie das Cover-Konzept behutsam weiterentwickeln.

Uta Köpcke Wir werden im nächsten Jahr sicher weitere neue Formate ausprobieren. Ich denke da zum Beispiel an ein Pro und Contra zu einem aktuellen Thema. Darüber hinaus sollen Infokästen zu Leitlinien eingeführt werden.

„Ein feines Gespür, wie unsere Zielgruppe tickt“

Wie würden Sie die Zusammenarbeit mit Kaisers Ideenreich beschreiben?

Uta Köpcke Die Zusammenarbeit ist nach 10 Jahren sehr eng, vertrauensvoll und einfach sehr gut! Nina Glanz und Stefan Hitschler gilt unser Respekt und unsere Dankbarkeit, denn die beiden bieten eine hohe Kontinuität und Zuverlässigkeit. Manchmal haben wir auch fast das Gefühl, dass Stefan Hitschler Gedanken lesen kann! Da wir ja keine Grafikfachleute sind, versuchen wir unsere Wünsche immer sehr blumig auszudrücken, aber er versteht immer, was wir meinen. Er hat ein gutes Gespür für uns, außerdem Ausdauer und eine Engelsgeduld. Er kann aber auch gut argumentieren und erklären, warum eine bestimmte grafische Lösung gut ist.

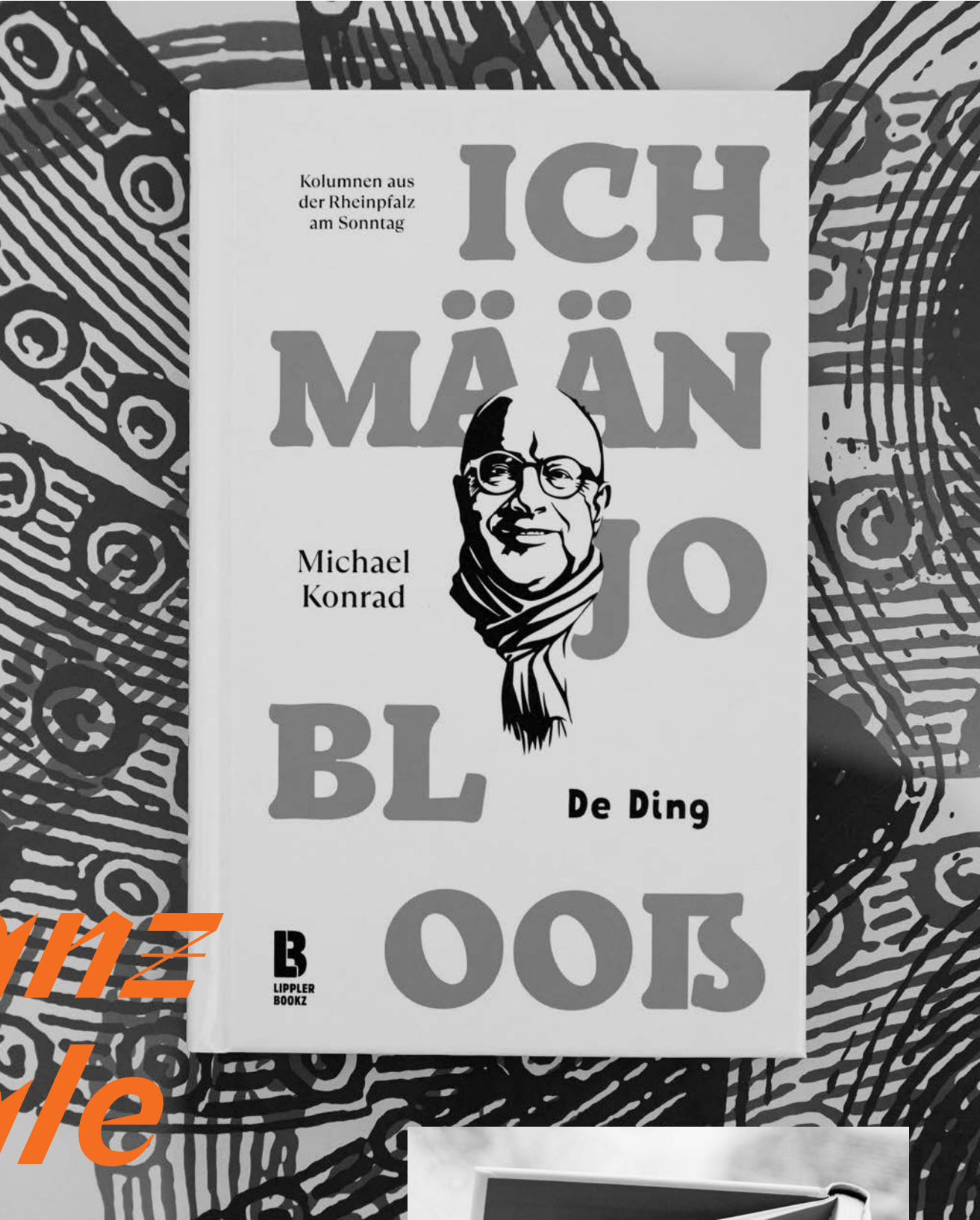
Evelyn Beyer-Reiners Stefan Hitschler ist nicht nur als Grafiker facettenreich, sondern bringt auch inhaltlich wertvolle Ideen ein. Darüber hinaus ist er auch bei anderen Aufträgen unglaublich flexibel und schnell. Aber was mir am meisten imponiert: Er trifft den Geschmack unserer Zielgruppe der Diätassistenten – er hat einfach dieses feine Gespür dafür, wie die Zielgruppe tickt. Und das ist eben extrem wichtig, wenn man gemeinsam ein Magazinprojekt wie D+I produziert.

Den Wortwechsel führte Ralf Laubscher.

2021 haben wir mit „Saach blooß“ das dickste Buch unser Editorial-Design-Geschichte produziert: auf 572 Seiten über 250 Kolumnen von Rheinpalz-am-Sonntag-Redakteur Michael Konrad zu Geheimnissen des Pfälzischen. Für Lippler-bookz aus Annweiler durften wir nun auch das Buch zu den Kolumnen „Ich mään jo blooß“ gestalten – und jetzt beginnt die Pfälzer Mundart tatsächlich zu tanzen!

Wer wissen will, wie die Pfälzer Sprachseele tickt, muss nicht länger Altpapier horten: Über 50 Ausgaben der kultigen Rheinpalz-am-Sonntag-Kolumne sind jetzt kompakt in einem Buch zusammengefasst und mit Karikaturen von Uwe Herrmann abgerundet.

„Der Autor schaut hinter die Fassade der Pfalz und des Pfälzischen, sei es im Alltag oder auf der Suche nach dem tieferen Sinn von Politik und, ja, von Heimat.“ Michael Konrad nimmt „ironisch und selbstironisch unser aller Lebensdurchgewurstel aufs Korn, unsere Schärmützen und unser Scheitern, unser Driwweliere und Simmiere“, sagt Kerstin Witte-Petit, die ehe-



malige Kulturredakteurin der Rheinpalz und Redaktionsleiterin der Rheinpalz am Sonntag. Mit ihrem Editorial lädt sie ein zum Lesegenuss der Kolumnen, die diesmal in sechs Kapitel gegliedert sind: von „De Ding“ über „Die Leit“ bis „Die Heimat“.

Nicht zuletzt, weil das Erscheinungsbild des „Saach blooß“-Buches viel positive Resonanz erhielt, haben wir das Look & Feel des neuen Werks der Optik bisheriger Michael-Konrad-Bücher angepasst: mit einer leuchtenden Neonfarbe auf dem Cover und einer plakativen Typo im Inneren – was Wiedererkennungswert und Reihencharakter schafft.

Fun-Fact für uns: Die Produktion eines Michael-Konrad-Buchs macht einfach gute Laune – mit jeder Kolumne, die wir gestalten, eröffnet sich immer wieder ein völlig neuer Kosmos des Pfälzischen. Oder wie Kerstin Witte-Petit schreibt: „Die Mundart nimmt jeder zornigen Attacke das Verletzende. Sie ist, wie Pfälzer sind: unverblümt herzlich und herzlich unverblümt.“

Das kann man auch von Michael Konrads Figur Dschonni Rapunzel behaupten. Eine exklusive Geschichte, die der Autor speziell für diesen Jahresausklang geschrieben hat, gibt es hier gegenüber zu entdecken. Wir wünschen viel Spaß!

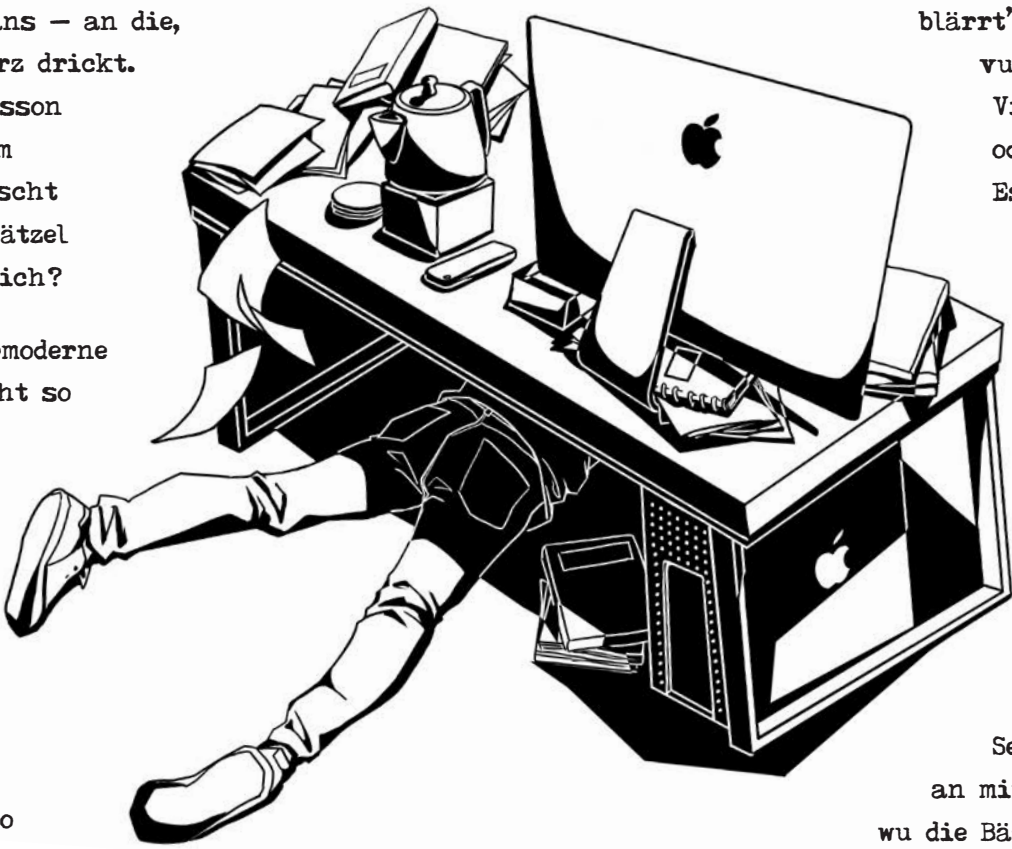
De Uffdraach

De Dschonni Rapunzel un die Agentur

Die Dier zu de Agentur steht uff, awwer uff mei „Hallo?“ reagiert kanner. Ich lang inschdinkdiiv an mei Magnum Nr. äns – an die, wu direkt an mei Herz drickt. Die 357er Smith & Wesson hot mich noch nie im Stich gelosst. Annerscht wie des brünette Schätzle mit ihm ... Wu war ich?

Ich steh in dere topmoderne Agentur in dem fascht so moderne Neibaugebiet un griech erscht emol en dicke Hals. Warum hab ich kä so e Birro? Warum hab ich nit so schicke Klientesessel, Bilder an de Wand? Un wieso iwwerhaupt in Rhodt? Ich hol die Luft. Der Uffdraach hot vum erschte Moment aa nooch Ärcher geroche. Gut, mei Uffdrääch riechen immer nooch Ärcher. Ich bin de Dschonni Rapunzel, de härtschte Privatdetektiv vun de Palz, un

„Ärcher“ isch mein zwätte Vorname. Gut, mein zwätte Vorname isch je nooch Bedarf ach „Geduld“, „Scharfsinn“, „Sex Appeal“ un „Rotwei“ – awwer des duud jetzt eichtlich nix zu de Sach. Jedenfalls war’s en Uffdraach am Telefon. Un ich war nüchtern un hab des Geld gebraucht.



Ups. Wie aus’m Nix weht mir en Hauch entgeche un bischbert: „Do stimmt ebbs nit.“ Ich hab en sechste Sinn fer so ebbs. Un ich frooch mich: Wu sinn se dann, mei zwää Uffdraachgewwer? Es hot g’hääße um elf Uhr, un cowends um elfe hänn die zwää b’stimmt nit gemäänt. Do zehlt mer in denen ihm Metjee brav die Scheefelscher, deed ich saache, un zwar im Frotteepyjama. Es kinnen jo nit all so knallhart un lässich sei wie ich. Ich schieb die Dier zu emme Birro uff. Nit des im Eck, des neewedraa. Der Aablick isch en Schock. Des hääßt, der Aablick hett en Schock sei kinne, wann ich nit de Dschonni Rapunzel wär. Mein zwätter Vorname isch „Chuck Norris“, missen Se wisse. Also starr ich absolut cool uff die zwää lange Bää, wu reechlos unnerm Schreibdisch vorgucken. Ich zieh mei Magnum Nr. äns. War des schunn widder en Hauch in meim G’nick? Odder hot mer doch widder blooß mei Magnum Nummer zwää vun geschdern Oowend uff

die Lewwer gedrickt, de Schbeedburgunder? Ich mach mer e Gedankentotiz, dass ich die Flasch uff die Rechnung schreib. Was glaawen dann die, wie so e Schnüfflerhirn uff Toure kummt?

„Dunnerkeidel!“, blärrt’s vun unnerm Schreibdisch, un mei Herz bleibt stehe. „Was isch’n los, Stefan? Hoscht’s g’funne?“,

blärrt’s zurick, gedämpft vum Surre vun emme Vierfarbdrucker odder vun enre Espressomaschiin, wer kann des schunn unnerscheide. E Frauestimm. Schritte. Ich dreh mich um. „Sie missen der Rapunzel sei, gell? Ich bin glei bei Ihne!“, saacht e roti Seideblus un dabbt an mir vorbei ins Birro, wu die Bää unnerm Schreibdisch vorlinsen. „Nix, Nina! Iwwerhaupt nix. Kä Spur. Ich griech noch e Hernel!“, saachen die Bää. „Bei mir ach nit. Un ich hab werklich iwweeraal geguckt“, saacht die Seideblus. Schick, willemolssaache.

„Dann werre mer den Detektiv-Heini wohl doch brauche“, saacht die Blus, als wär ich gar nit do. „Also“, saacht se dann zu mir, „mir suchen wie en klänne Kreizer nooch dem Manuskript vun dem Konrad fer unsern Johresausklang. Des muss irchendwu sei. Awwer mir finnen ääfach nix. Nirschends. Dodebei isses schunn seit zwää Woche fällich.“ – „Seit zwää Woche, zwää Daach, drei Stunn un elf Minutte!“, ruft’s unnerm Schreibdisch. Ich heer, wie jemand e Notiz in en Block kritzelt. Es heert sich aa wie „Redaktionsschluss“.

Mein Name isch Dschonni Rapunzel, Privatdetektiv. Un wer mich kennt, der wääß: Ach den Fall werr ich leese. Kinnerspiel. Ich mään jo blooß.



Wer Michael Konrad auch mal live erleben möchte, hält am besten auf seinen Social-Media-Kanälen (Instagram und Facebook) nach aktuellen Terminen Ausschau – Lesungen werden dort brühwarm „gezwitschert“. Auch beim Verlag Lipplerbookz werden aktuelle Termine immer geteilt.

@saachblooss
@lipplerbookz

Wir können die Lesungen wärmstens empfehlen und freuen uns, Sie dort einmal anzutreffen!

Neue Editionen

Waldbaden to go!



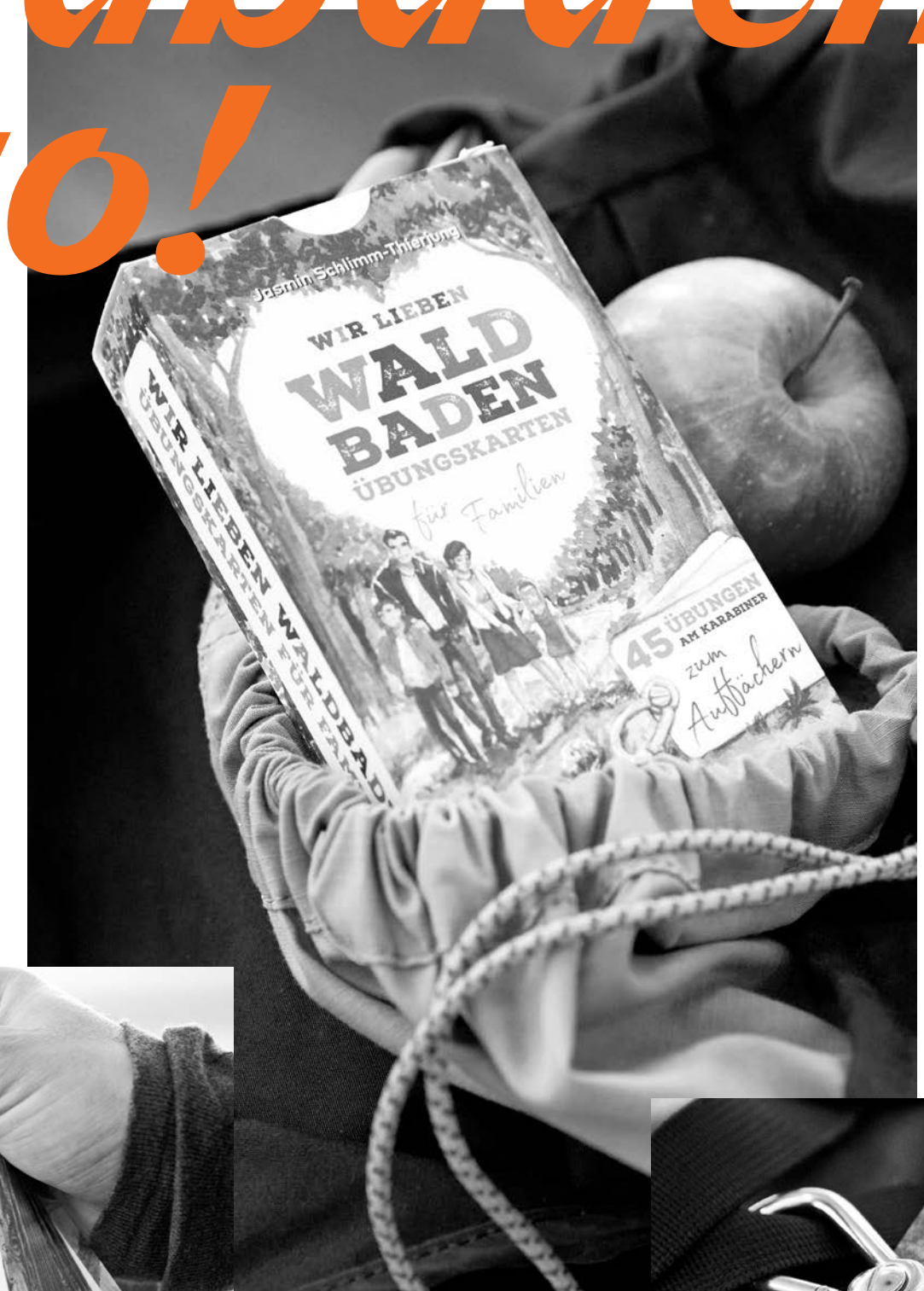
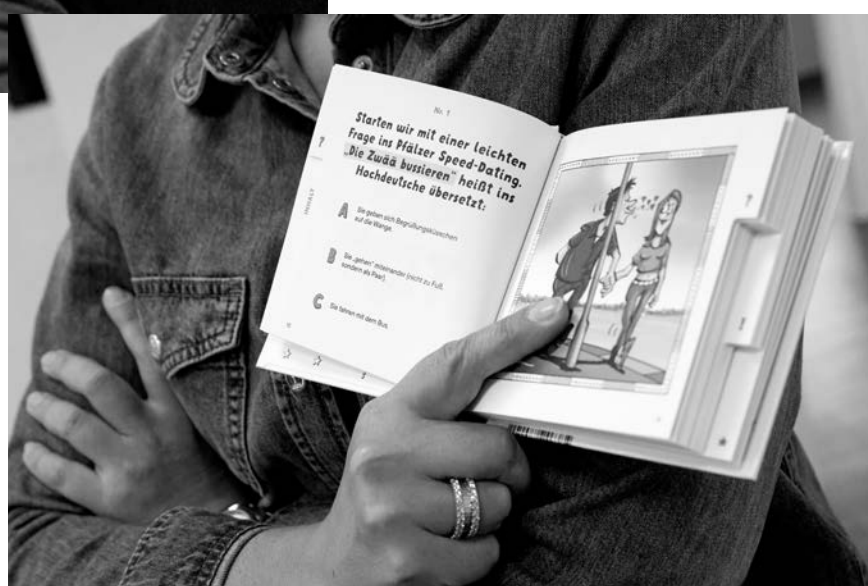
Hand aufs Pfälzer Herz: Ist Ihr Pfälzisch wirklich absolut perfekt? Oder gibt es da eventuell leichte Unsicherheiten, wenn es zum Beispiel darum geht, „dibbelschisserisch“ zu erklären, was „Dibbel“ bedeutet? Falls Letzteres zutrifft, empfehlen wir dringend die drei neuen Editionen „Können Sie Pfälzisch?“!

Drei Dinge braucht der Pfälzer. Ja, klar: Weck, Worscht unn Woi – aber auch Fußball, Liebe und eine große „Gosch“! Diesen drei Themen hat Rheinpfalz-ã-Sonntag-Redakteur Michael Konrad drei neue Editionen seiner Dialekt-Testreihe „Können Sie Pfälzisch?“ gewidmet.

Die Edition „Herzkersch“ ist der zweite große Pfälzisch-Test des Autors. Mit 50 knackigen Fragen und vielen originellen Antwortmöglichkeiten lässt sich das eigene Pfälzisch-Können testen. Eine persönliche Auswertung verrät Ihnen, ob man eine echte „Pälzer Herzkersch“ ist. Das perfekte Buch zum Rätseln, Lernen oder für ein cooles Partyspiel.

Die Edition „Dibbelschisser“ ist der dritte und supergenaue Dialekttest der Reihe. Eine absolut penible persönliche Auswertung klärt, ob man ein echter „Pälzer Dibbelschisser“ ist oder es theoretisch sein könnte. Das einzig wahre Buch jedenfalls für alle Pfälzer, die immer alles besser wissen!

Mit der Edition „Fuddler“ haben wir schließlich den vierten großen Pfälzisch-Test für Fußballerinnen, Fußballer und Fans gestaltet – und uns erlaubt, auf dem Cover den Kopf des Autors mit dem Schal mal eben durch einen Fußball zu ersetzen. Und irgendwie haben wir so ein Gefühl – dass dieser Pfälzer Wahnsinn immer weitergeht ...

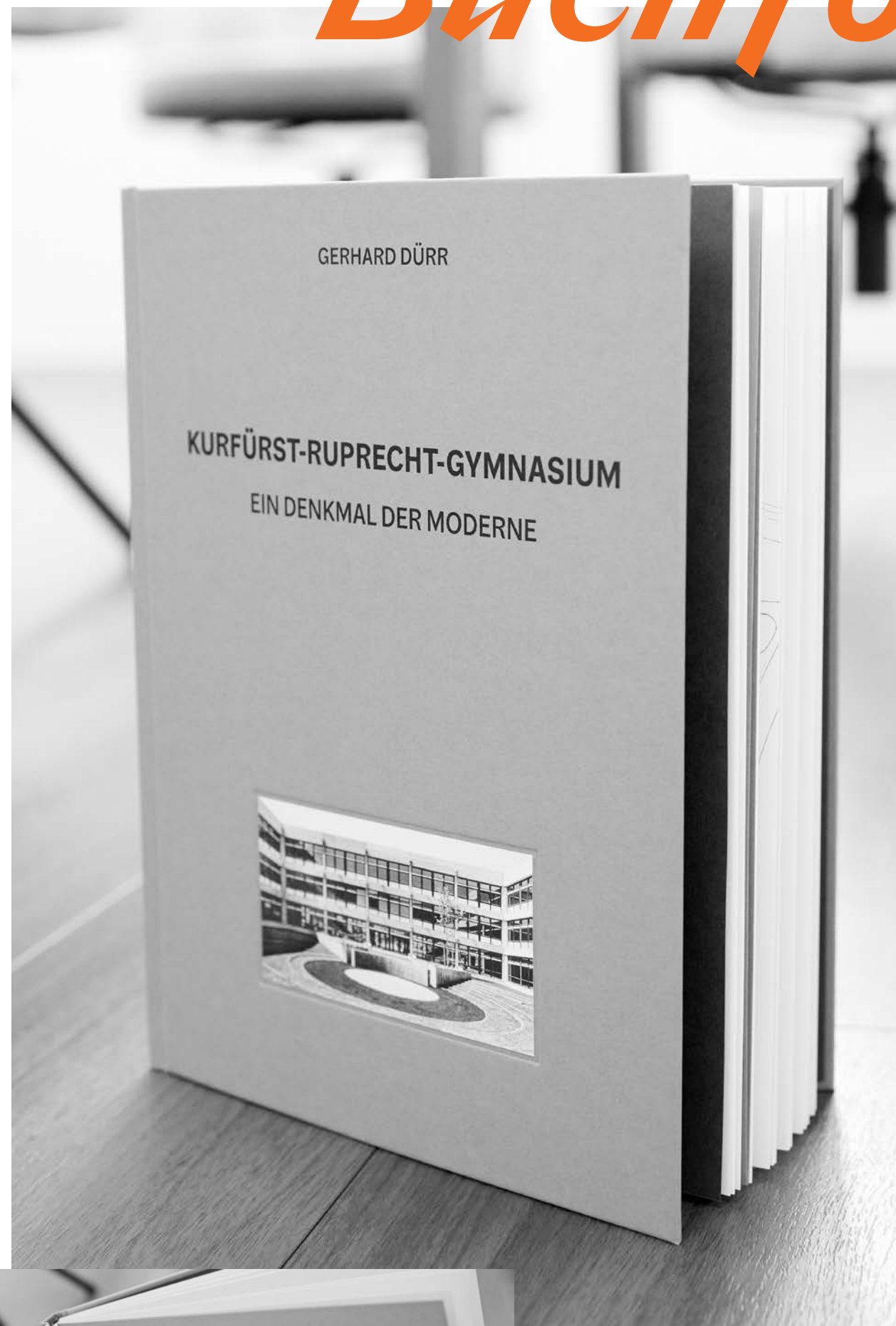


Echt ziemlich cool, einen Trend auszulösen. Nicht unbedingt wir selbst, aber die Waldbaden-Buchreihe des Anweilerer Verlags Lipplerbookz hat das geschafft. Der Erfolg des ersten Waldbaden-Buchs für Familien von Autorin Jasmin Schlimm-Thierjung ist so nachhaltig, dass uns nun der Auftrag ins Haus flatterte, eine Ergänzung zu produzieren: in Form von Waldbaden-Übungsanleitungen „to go“.

Nicht nur das gesundheitsfördernde Konzept des Waldbadens ist spannend, sondern auch die Aufmachung und Gestaltung dieser Übungsreihe: Für Aktionen aus den Impulsbereichen Sinnes-, Bewegungs-, Meditations- und Beweglichkeitsübungen haben wir insgesamt 47 Karten zum Auffächern produziert, die mit einer Buchschraube an einem Karabinerhaken befestigt sind. Der kompakte Kartenfächer lässt sich so einfach mitnehmen oder in den Rucksack packen, und dann steht dem Bad im Pfälzer Wald – oder anderswo – nichts mehr im Wege.

Und was uns immer noch richtig gut an dem Thema gefällt: Waldbaden bedeutet, den Wald mit allen Sinnen zu erleben. Wir leben in einer hektischen Zeit, in der Leistung oftmals über das eigene Wohlbefinden gestellt wird. Die Autorin Jasmin Schlimm-Thierjung hat ein neues Bewusstsein für die heilsamen Möglichkeiten des Waldes geweckt. Die Karten zeigen jetzt, wie Achtsamkeit, Entspannung und Entschleunigung in der Praxis gelingen.

Denkmal in Buchform



Zu seinem 90. Geburtstag hat der Neustädter Architekt Gerhard Dürr ein Buch zu einem seiner wichtigsten Bauprojekte herausgegeben: dem Kurfürst-Ruprecht-Gymnasium in Neustadt an der Weinstraße.

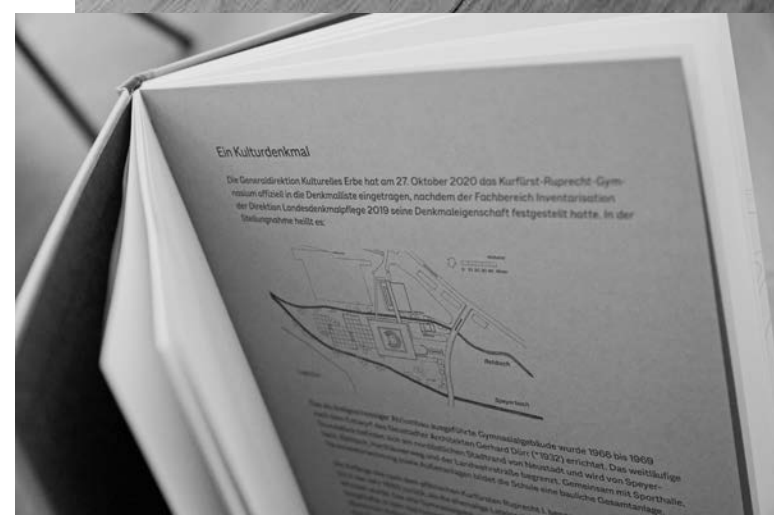
Das Bauwerk ist eine Arbeit aus seinen frühen Jahren als selbständiger Architekt und hat eine besondere Bedeutung in seinem über 50-jährigen Wirken. 2020 wurde es von der Generaldirektion Kulturelles Erbe Rheinland-Pfalz unter Denkmalschutz gestellt. Das Schulgebäude entstand in den Jahren 1966 bis 1969 nach einem Wettbewerbsgewinn und wurde als Atriumschule konzipiert, geprägt durch das Leitbild des Bauhauses.

Es ist kein Zufall, dass die klare und sachlich visuelle Anmutung unseres Layoutkonzepts davon inspiriert ist, aber natürlich von der Formsprache des Objekts: eine freundliche, konstruktive, offene Architektur; Räume mit Anbindung zur Natur.

Klar und hochwertig auch die Ausstattung des Umschlags: graues Umschlag-Material mit einer Blindprägung und einem eingeklebten Bild. Im Inhalt finden sich Abbildungen im Duplexdruck, außerdem ein Bogen grau eingefärbtes Papier als zweites Inhaltspapier.

Für uns ist das Buch ein weiterer Corporate-Publishing-Meilenstein, denn Bücher für Unternehmerpersönlichkeiten haben bei uns mittlerweile Tradition.

Ein besonderer Umschlag: Blindprägung und ein Aufkleber.



Zurück ins Leben



Es war ein Schlag, der ihr Leben verändert hat. Vor sieben Jahren führte eine Hirnblutung bei Anke Wenk zu einer halbseitigen Lähmung. Doch die Neustädterin gab nicht auf, sondern Vollgas: Mit einem Buch, das wir für Sie produzieren durften, hat sie sich auch mental wieder zurück ins Leben gekämpft – und wurde nun für den Motivationspreis der Deutschen Schlaganfallhilfe nominiert.

Immer wieder begegnen uns bei unserer Arbeit Menschen, die uns nachhaltig beeindruckten. Eine Beziehung besonderer Art hat sich in den letzten Jahren zu Anke Wenk entwickelt.

Die Hamburgerin, die seit über zwei Jahrzehnten in Neustadt an der Weinstraße lebt, erhielt nach ihrem Schlaganfall zunächst eine niederschmetternde Prognose: Ihre Lähmungserscheinungen seien nicht reversibel, an alltägliche Dinge wie Autofahren sei nicht mehr zu denken.

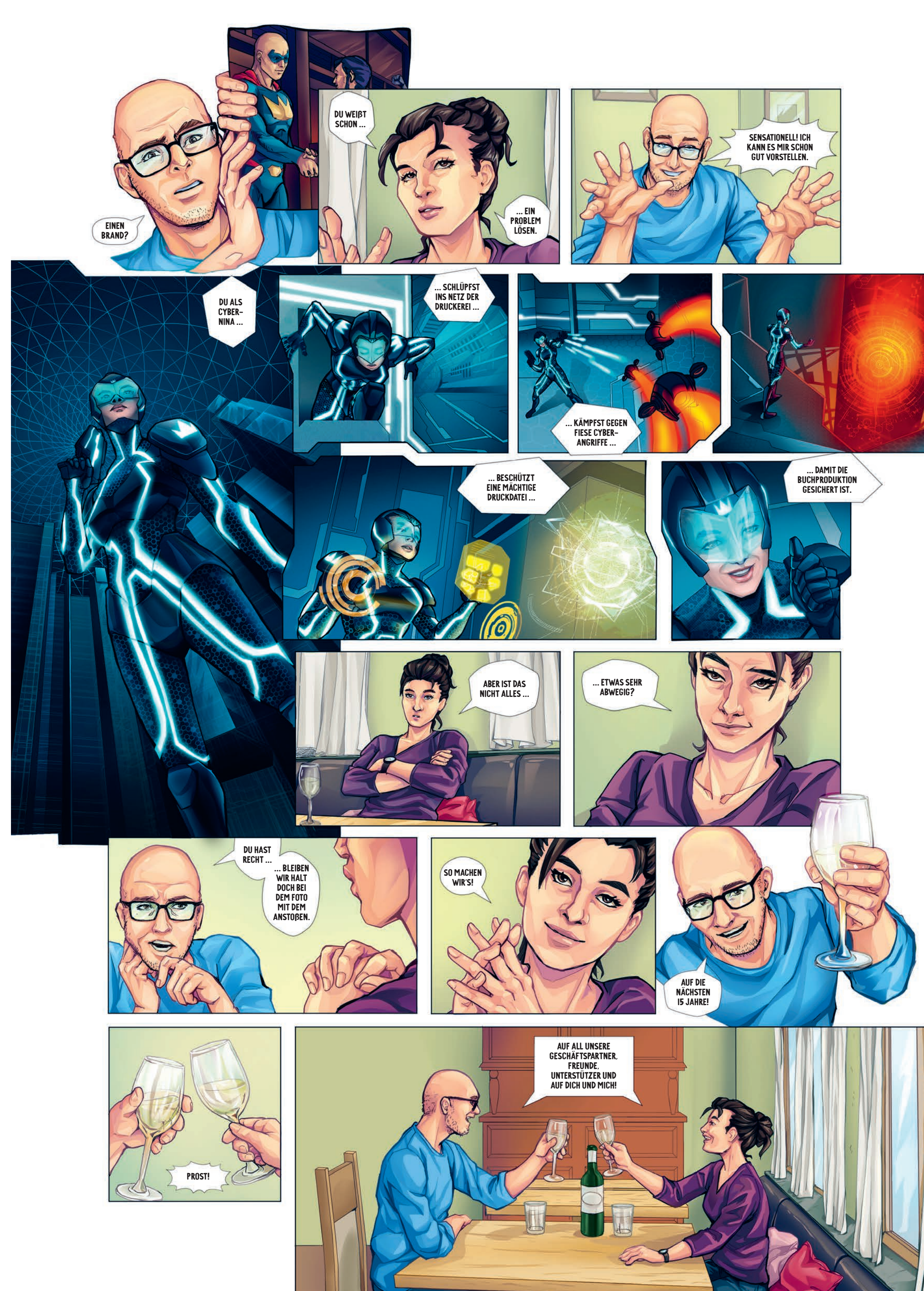
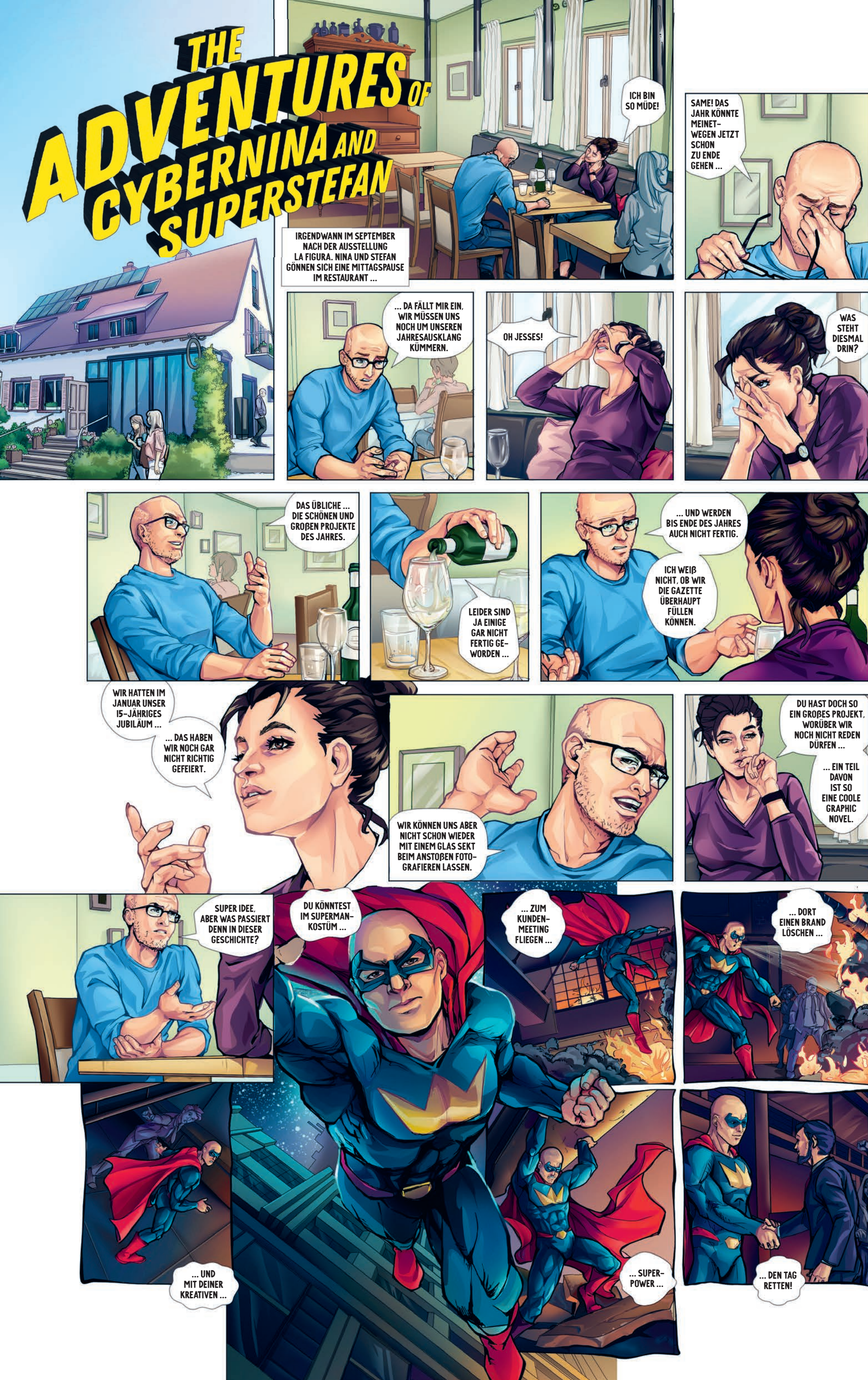


Doch Anke Wenk lässt sich nicht entmutigen, trainiert ihren Körper und beginnt ein Tagebuch zu schreiben, um den Schicksalsschlag zu verarbeiten. Wollte sie mit ihren Texten zunächst nur ihre Gedanken sortieren, so ermutigte sie ihre Familie schon bald, das Tagebuch drucken zu lassen. Lipplerbookz aus Annweiler, mit dem wir immer wieder gern kooperieren, wurde auf Anke Wenk aufmerksam und entschied sich, das Buch ins Programm zu nehmen.

Die Gestaltung von „Mutig ins Glück“ war für uns keine Buchproduktion wie andere, sondern eine Herzensaufgabe. Es ist extrem beeindruckend und motivierend, wie Anke Wenk heute wieder mit beiden Beinen im Leben steht – und übrigens auch wieder selbständig Auto fährt.

Aber das Beste ist: Anke Wenk ist auch äußerst produktiv. Mit „Sternenstaubwolke“ durften wir nun auch noch ihren ersten Gedichtband gestalten. Der Beginn einer Reihe, denn bald wird auch das dritte Werk „Leben, einfach nur anders“ erscheinen.

Dass Anke Wenk für den Motivationspreis der Deutschen Schlaganfallhilfe nominiert wurde, ist also nur konsequent – und wir freuen uns, sie bald auch live bei ihren Lesungen erleben zu können.

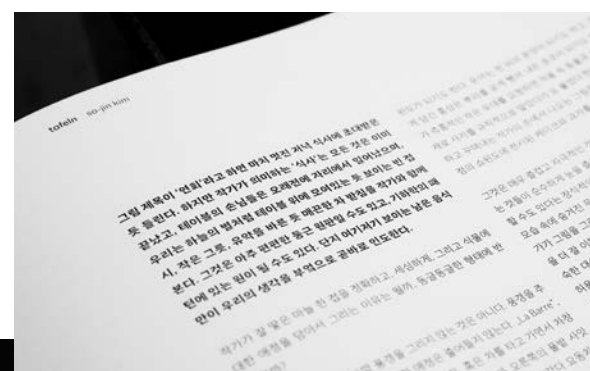




세상 속 방랑자

Die Verleihung des städtischen Kunstpreises „Künstlerin in Baden-Baden“ hat Tradition. 2022 erhielt die koreanische Künstlerin So-Jin Kim die Ehrung, und für uns war es eine Ehre, den Ausstellungskatalog gestalten zu dürfen. Im Interview erklärt die international renommierte Malerin die Welt ihrer phantasiereichen Stilleben.

Bei unserer letztjährigen Ausstellung „Ensemble“ haben wir sie kennengelernt – und es könnte der Beginn einer nachhaltigen kreativen Partnerschaft sein.



Zum ersten Mal durften wir mit koreanischen Schriftzeichen arbeiten. Eine Herausforderung, insbesondere in Korrekturphasen.

Wandlerin zwischen den Welten

Sie ist in Südkorea geboren und aufgewachsen und hat europäische Malerei studiert. 2001 führte ihr Weg über Berlin, Basel und Mallorca schließlich nach Baden-Baden, wo sie heute lebt und arbeitet. Die Erinnerung, wie schön ihr Heimatland Südkorea ist, hat So-Jin Kim zum künstlerischen Arbeiten gebracht. Als sie immer mehr Sehnsucht bekam, auch nach dem landestypischen Essen, hat sie begonnen zu malen und zu zeichnen. Das war der Beginn einer erfolgreichen künstlerischen Karriere – und heute sind wir stolz und glücklich, mit dieser außergewöhnlichen Malerin arbeiten zu dürfen.

„Künstlerisch zwischen den Welten Asien und Europa“

Die Künstlerin So-Jin Kim im **Wortwechsel** zu ihrem Ausstellungskatalog.

Im Ausstellungskatalog sind Sie als Wandlerin zwischen den Welten beschrieben. Trifft dieses Bild zu – und falls ja: Durch welche Welten wandeln Sie denn?

Ich reise schon immer gern und sehr viel und bin eigentlich nirgendwo so richtig für immer zuhause. Von daher stimmt schon dieses Bild: Ich wandle physisch, aber auch künstlerisch zwischen den Welten Asien und Europa.

Sie arbeiten auch als Kunsterzieherin. Was gab den Ausschlag, selbst als Künstlerin aktiv zu werden?

Es war wirklich diese Sehnsucht nach meinem Heimatland und nach der koreanischen Esskultur. Zur Zeit meiner Schwangerschaft durfte ich kein Öl verwenden, deshalb habe ich zuerst mit Aquarellen und Gouachen begonnen. Die Neugier auf die Entdeckung einer neuen künstlerischen Welt war mein Thema – und das mache ich nun schon seit 13 Jahren. Und das Essen steht natürlich im Mittelpunkt, aber auch immer wieder die Landschaft.



So-Jin Kim

Stilleben mit koreanischem Essen prägen Ihre künstlerische Arbeit. Gibt es da Verbindungen zwischen der europäischen und der asiatischen Kunst?

In Asien werden Stilleben oft auf Papier realisiert, mit Tusche oder Wasserfarbe. Der große Unterschied zur europäischen Malerei ist: Die koreanische traditionelle Malerei ist zweidimensional, da versteht man Räumlichkeit anders als hier in Europa. Diese flache zweidimensionale Sicht taucht bei mir auch immer wieder auf, die Vogelperspektive ist meine Lieblingsperspektive. Im Ergebnis sind meine Arbeiten aber sicher eine Mischung aus asiatischen und europäischen Einflüssen.

Ihre Arbeiten wirken auch sehr ornamental ...

Ja, von außen betrachtet durchaus ornamental, aber wenn man genau hinschaut, merkt man, dass doch viel Bewegung drin ist – und es ist immer ein Wechselspiel zwischen Licht und Schatten.

Sie sind nicht nur als Malerin tätig, sondern auch als Kunsterzieherin. Warum?

Ich unterrichte an drei Tagen Kunst in einem Gymnasium. Ich denke, ich möchte meinen Schülerinnen und Schülern mehr als einen normalen Kunstunterricht bieten, deshalb besuchen wir auch zweimal im Jahr aktuelle Ausstellungen.

Zur Preisverleihung in Baden-Baden ist nun der Ausstellungskatalog erschienen, produziert von Kaisers Ideenreich. Wie verlief die Zusammenarbeit?

Die Zusammenarbeit mit Nina und Stefan hat mir richtig viel Spaß gemacht. Wenn ich eine Ausstellung wie die in Baden-Baden plane, bin ich immer zu 100 Prozent fokussiert. Aus diesem Grund habe ich den beiden die gesamte Konzeption und Gestaltung überlassen. Sie haben mir dann ihre Vorschläge präsentiert und ich war sehr begeistert davon. Angesichts der vielen guten gestalterischen Ideen war es sehr leicht für mich, das Projekt in externe Hände zu legen.

Den Wortwechsel führte Ralf Laubscher.



Auch unsere Pop-up-Galerie-Ausstellung „ensemble“ hat den Weg in den Katalog gefunden.



So-Jin Kim, Nina und Stefan bei der „tafeln“-Ausstellungseröffnung Ende November im Alten Dampfbad in Baden-Baden.





Werkserie erleben

Wenn ein Stein erst mal ins Rollen kommt, ist er meist nicht mehr aufzuhalten. Das Bild passt gut auf unsere Arbeit im Bereich Kunst. Die Produktion hochwertiger Kunstbücher, Ausstellungskataloge, Werkverzeichnisse und Künstler-Biographien hat sich zu einem Schwerpunkt entwickelt – und das hat sicher auch etwas mit unserer Leidenschaft für Kunst und unseren regelmäßigen Pop-up-Galerie-Veranstaltungen in der Agentur zu tun.

Bei einer Ausstellung in Landau haben wir den Mannheimer Maler Dietmar Brixy mit David Richardson sowie Daniel Brixy kennengelernt, und auch aus dieser Begegnung hat sich, gemeinsam mit Peter Wiedemann von der Druckerei ABT in Weinheim, eine sehr spannende Zusammenarbeit ergeben.

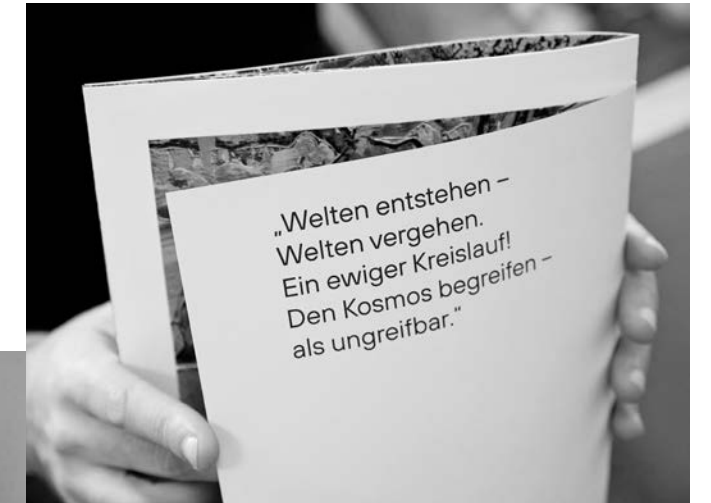
Zwar haben wir keinen Katalog zu den Werken der Ausstellung produziert, die er wie jedes Jahr im Mannheimer Alten Pumpwerk, einem spektakulären neugotischen Industriebau, präsentiert, aber dafür eine außergewöhnlich editierte Broschüre zur „Journey“-Werkserie.



Unsere Idee war es, den expressiven, farbgewaltigen und sinnlich-bunten Stil Dietmar Brixys mit einem gestalterischen Ruhepol zu kombinieren. Um das Blättern dieses Druckwerks tatsächlich zu einer Reise werden zu lassen, haben wir eine zweite Papiersorte verarbeitet, dieses farbige Papier ausschließlich schwarz bedruckt, mit einem verkürzten Seitenformat kombiniert und den unkonventionellen Textfluss in nicht definierten Spaltenbreiten gesetzt.

Das Ergebnis ist eine Broschüre, mit der man die Inhalte tatsächlich beim Blättern entdecken und auf eine Lesereise gehen kann und die Dietmar Brixys Werkserie somit auf ungewöhnliche Weise erlebbar macht.

„Ich bin ins Unbekannte aufgebrochen. Habe das Unvermutete zugelassen. Auf der Suche nach einer künstlerischen Essenz.“
— Dietmar Brixy



Nina und Stefan beim Besuch der Ausstellung „Journey“ im Oktober 2022 in Mannheim.

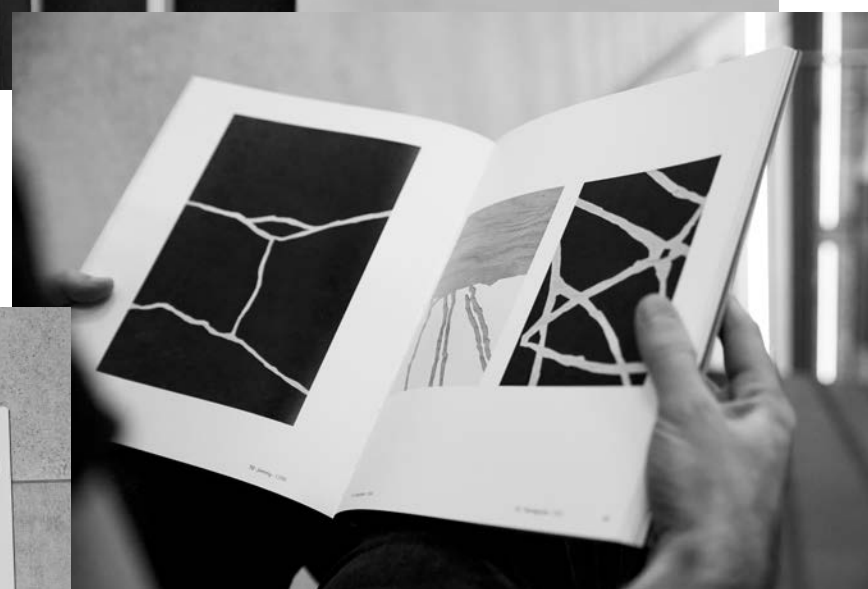
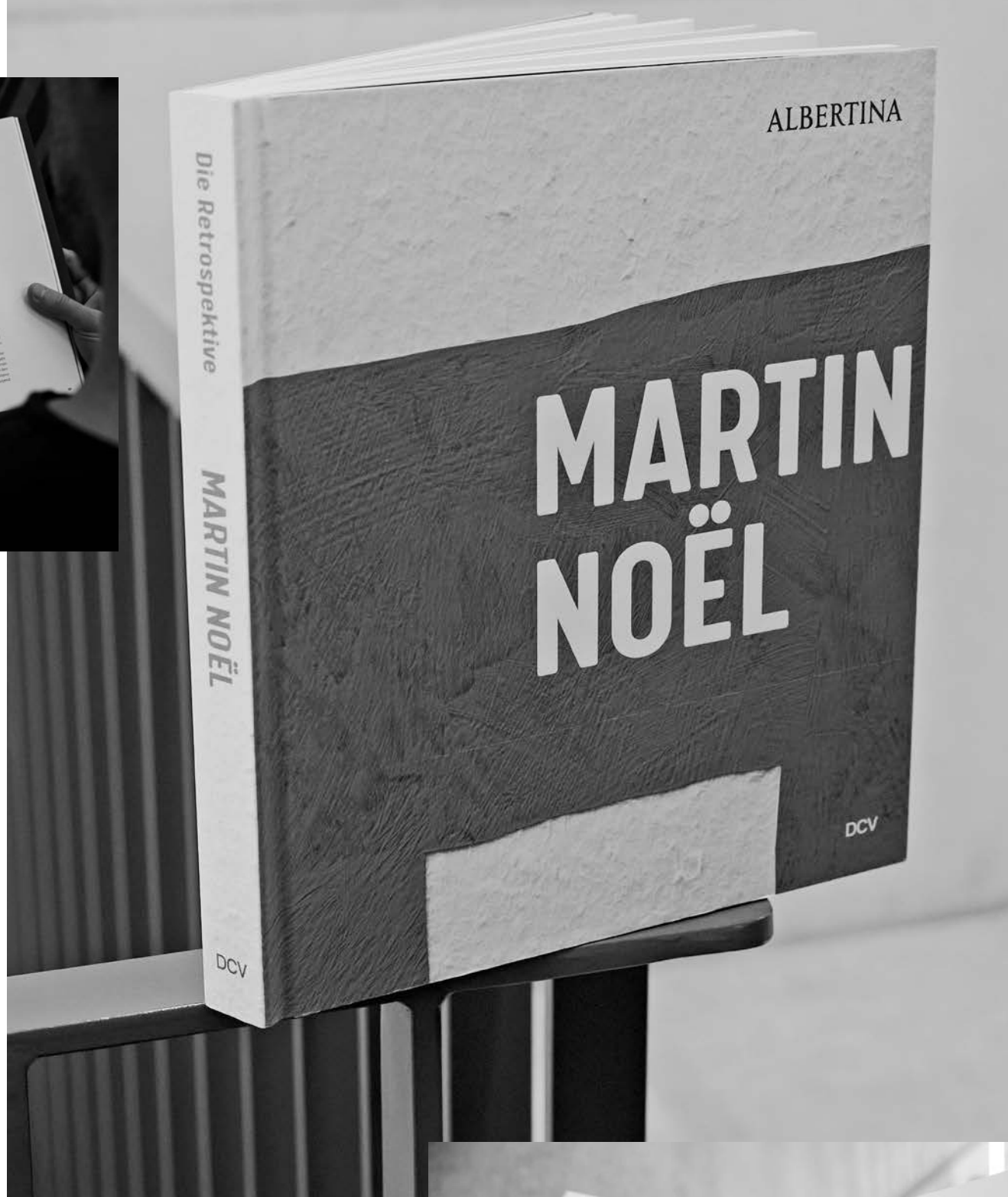
Retrospektive in Wien



Wir versuchen es mal im Sinne von Martin Noël auszudrücken: Die Beschäftigung mit seinem Werk verläuft für uns höchst erfreulich „linear“. Die unverwechselbare Linienersprache des 2010 verstorbenen Künstlers führte zu einer Ausstellung bei uns in Rhodt und zu zwei Katalog-Büchern.

Der jüngste Katalog ist zur großen Martin-Noël-Retrospektive in der Albertina in Wien erschienen – und wieder entstand das im DCV-Verlag erschienene Werk in vertrauensvoller kreativer Kooperation mit Margarete und Cora Noël sowie dem Kurator Wenzel Jacob.

Die Retrospektive stellt Martin Noël mit einer Auswahl jener Arbeiten aus, die zeigen, dass er als sensibler Minimalist, Objekt- und Konzeptkünstler in seiner kurz bemessenen Lebens- und Schaffenszeit (1956–2010) zutiefst zeitgenössisch und zugleich zeitlos war. Mit der unverwechselbaren Linienersprache seiner Arbeiten leistete er unter anderem einen wesentlichen Beitrag zur Neuentdeckung und Weiterentwicklung des Holzschnittes am Anfang des 21. Jahrhunderts.



Warum auch dieser Katalog in einer Linie mit der letzten Publikation „paintprint-paint“ für die Ausstellung im Kunstmuseum Bonn zu sehen ist, erklären hier Wenzel Jacob, Gründungsdirektor der Bundeskunsthalle, sowie Margarete und Cora Noël im **Wortwechsel**.

In Zusammenarbeit mit Kaisers Ideenreich ist nun schon der zweite Ausstellungskatalog entstanden. Der Beginn einer Martin-Noël-Serie?

Wenzel Jacob Der erste Katalog „paintprintpaint“ war in gewisser Weise tatsächlich der Beginn einer Serie, obwohl die Albertina-Ausstellung da noch gar nicht abzusehen war. Diese erste Publikation war sehr wichtig, weil in Zusammenarbeit mit Nina Glanz von Kaisers Ideenreich ein Layout entwickelt worden ist, das völlig neu war – und anders als das, was man üblicherweise im Kunstbuch-Kontext findet.

Was macht den Unterschied?

Wenzel Jacob Beim Designkonzept zum ersten Katalog begleitete uns damals noch der inzwischen leider verstorbene Bernd Barde. Die gemeinsam entwickelte Idee war es, schon allein durch die außergewöhnliche Gestaltung des Umschlages mit einem Glattschnitt und kräftigen Pappen nicht nur einen Katalog zu schaffen – sondern ein Objekt!

Wie kann ein Katalog zum Kunstobjekt werden?

Wenzel Jacob Das Motiv des Umschlages mutet an, als sei es eine Raufasertapete, die mit einer Pinzette abgerupft wurde. Tatsächlich handelt es sich hierbei um Papier, das an den Stellen abgeschabt wurde, die später nicht mit Farbe versehen werden sollten. Die dadurch entstandene dreidimensionale Wirkung kommt dem Objekthaften des Werkes entgegen. Diese wird durch die detaillierte Visualisierung des Pinselstrichs an den unversehrten Stellen des Papiers zusätzlich unterstützt. Im Ganzen glaubt man, die haptische Wirkung des Werkes auf dem Umschlag zu erspüren.

Cora Noël Das Namenslogo ist wieder wie beim ersten Katalog mit partiellem Lack angelegt, auch die Schnittkante ist gleichgeblieben.

Wenzel Jacob Im Inneren haben wir schon beim Erstlingswerk keine Kosten gescheut, es großzügig mit Klapptafeln zu gestalten und auszustatten. Da waren auch sehr gute Fotografien gefragt, weshalb wir mit Mick Vincenz aus Berlin gearbeitet haben, der mit Martin Noëls Werk seit Jahren vertraut ist.

Zur Ausstellung in der Wiener Albertina ist nun ein neuer Katalog erschienen.

Wenzel Jacob Im ersten Katalog legten wir einen der Schwerpunkte auf die Druckgraphik und die dafür entstandenen überdimensionalen, hölzernen Druckplatten. Im zweiten Ausstellungs-Katalog haben wir die Perspektive auf die „Ottos“ gelenkt. Die „Ottos“ sind eigenständige Holz-Objekte, die nicht zum Drucken benutzt wurden, sondern ganz auf sich gestellt ein Spiel zwischen erhabenen Farbflächen entwickeln. Ein weiterer Schwerpunkt sind die großen Drucke auf Papier für ein Fußballstadion in Berlin. DCV hat den Katalog in Röbel/Müritz gedruckt, wir sind mit dem Ergebnis sehr zufrieden.

„Wir sind ein Dreamteam“

Margarete Noël Inhaltlich haben wir also viel Neues, aber das äußere Erscheinungsbild ist bewusst gleichgeblieben. Die Idee ist es, dass man auf den ersten Blick erkennt, dass die Kataloge zueinander gehören und miteinander korrespondieren. Der Titelaufbau ist bewusst linear zum ersten Katalog, auch wie das Inhaltsverzeichnis strukturiert ist. Gleicher Schrifttyp, gleiche Blocktexte.

Welche Rolle spielt die Zusammenarbeit mit Kaisers Ideenreich?

Wenzel Jacob Für Kaisers Ideenreich war es sicher eine Herausforderung, den Katalog so zu gestalten, dass dieser subtile Werkcharakter die Erscheinung bestimmt. Nina Glanz kannte Martin Noël ja schon zu Lebzeiten und war großer Fan seiner Kunst, daher ist die Zusammenarbeit mit ihr natürlich optimal. Wir sind quasi ein Dreamteam – so war das schon damals mit Bernd Barde gewesen.

Cora Noël Die Produktion war diesmal ein größerer Akt, weil wir auch damit beschäftigt waren, was unsere Kuratoren in Wien auswählten. Im Katalog zeigen wir zudem viele spezifische Werke, die speziell die Texte der Kuratoren illustrieren und schlüssig machen. Es war diesmal ein sehr prozesshaftes Arbeiten, das Ursprungslayout entwickelte sich während der Produktion ständig neu. Die Produktion hat zwar über ein halbes Jahr gedauert, aber wir waren ja auch sehr ergebnisorientiert.



**Margarete Noël
Wenzel Jacob
Cora Noël**

Ist das Publikum durch Wien noch internationaler geworden?

Wenzel Jacob In der Albertina hat man sehr viel internationales Publikum, deshalb ist auch dieser Katalog zweisprachig deutsch-englisch erschienen. Die Auflage des zweiten Katalogs ist wegen eines Pandemie-bedingten Papiernotstands in etwas kleinerer Auflage erschienen, ist aber schon fast wieder vergriffen.

Gibt es schon Pläne für weitere Projekte?

Margarete Noël Für 2024 ist ein neues Ausstellungsprojekt in der Villa Zanders in Mönchengladbach in Planung. Dass wir eventuell auch einen dritten Katalog planen, liegt daran, dass Martin Noëls fotografische Arbeiten bislang noch nicht in Form eines Katalogs gewürdigt wurden. Da müssen wir nur schauen, ob wir wieder das gleiche Format wählen.

Wenzel Jacob Fest steht aber schon jetzt: Es wird wieder sehr nett, mit Nina Glanz zu arbeiten. Auch die Arbeitsatmosphäre in Rhodt, in diesem wunderschönen Büro, ist sehr inspirierend. Und wir können dann natürlich wieder das Nützliche mit dem Schönen verbinden. Es sind immer sehr fröhliche Treffen, die auch kulinarisch ein Erlebnis sind, in dieser wunderbaren Weinregion der Südpfalz.

Den Wortwechsel führte Ralf Laubscher.





Von links nach rechts:
Nina Glanz, Gerhard
Hofmann, So-Jin Kim,
Wolfgang Bachtler,
Stefan Hitschler,
Ralf Glanz, Heidrun
Oeschger und Stephan
Müller – auf dem Grup-
penfoto fehlt Xaver
Mayer.

Nein, wir konnten und wollten es trotz Corona nicht lassen: Im November 2021 haben wir mit der Gruppenausstellung „Ensemble“ wieder spannende zeitgenössische Kunst in unserer Agentur in Rhodt präsentiert.

Es ist längst gelebte Tradition: Schon seit Jahren verwandeln wir uns in eine Pop-up-Galerie. Nach der beeindruckenden Ausstellung mit Druckgrafiken und Unikaten von Martin Noël gab es mit „Ensemble“ nun gleich von sechs Künstlerinnen und Künstlern Malerei, Grafik und Skulpturen zu sehen.

Erstmals in der Pop-up-Galerie ausgestellt war die Künstlerin So-Jin Kim aus Baden-Baden. Die aus Südkorea stammende Malerin studierte Europäische Malerei an der Kwandong University in Kangrung, ihre Stilleben kreisen oftmals um das Thema Essen. Und wer jetzt Appetit bekommt, sollte unbedingt das Interview mit ihr auf Seite 15 lesen.

Der Mensch steht im Mittelpunkt des künstlerischen Schaffens des in Rodalben lebenden Malers und Bildhauers Stephan Müller. Mit der Motorsäge schält Müller aus dem Holz mitunter lebensgroße Figuren heraus, deren Expressivität zusätzlich noch malerisch akzentuiert wird. In seiner Serie Königskinder wurden Machtmenschen und Autokraten durch die ironische Brille betrachtet.

Satirisch blickte auch der Maler und Grafiker Xaver Mayer aus Landau bei uns auf die Welt. Auf den in Rhodt ausgestellten Werken agierte ein skurriles Figurenkabinett. Die Besucher konnten mit den Augen durch die Bilder spazieren und die lebenswerten kleinen Helden aus Mayers Kosmos bei ihren Abenteuern beobachten.

Aufgrund der Vielzahl der Besucher zur Vernissage fand die Eröffnungsrede in unserem Foyer statt.

Aus dem Werk der Künstlerin Heidrun Oeschger wurden grafische Blätter aus der jüngsten Bildserie „Cats und Birds“ gezeigt. Beim „Ensemble“ konnten wir auch wieder Werke von Janosch zeigen – gerade vor dem Hintergrund seines 90. Geburtstages ein besonderes Highlight.

Schließlich gab es noch Arbeiten vom bekannten Maler und Radierer Gerhard Hofmann zu sehen. Der Neustädter präsentierte Radierungen aus seiner Celebrity-Serie sowie aus der Folge seiner meisterhaft radierten, tierischen Künstlerbildnisse.

Und das Schönste und Wichtigste wie immer: Die Ausstellung war wieder ein perfekter Ort zum Austausch und zum Netzwerken. Ein entscheidender Grund, warum es auch in Zukunft Pop-up-Galerie-Events bei uns geben wird.

Nina Glanz eröffnete
die Ausstellung und
übergab das Wort an
Bürgermeister Armin
Pister.



Ehepaar Pister im
Gespräch mit einem
Stammgast.



Verleger Kai-Uwe
Lippler im Gespräch
mit kunstinteressierten
Gästen.



Unsere Gäste wurden
in diesem Jahr vom
Weingut Krieger im Ro-
sengarten verköstigt.



Ein Ehepaar aus
Rhodt vor einem Werk
von So-Jin Kim.



Maler Xaver Mayer
mit Ehefrau Doris.

Besucher betrachten
Werke von Heidrun
Oeschger in unseren
Galerieräumen.



Die Künstler mit den Pop-up-Galeristen: Stefan Hitschler, Astrid Steegmüller, Xaver Mayer, Nina Glanz und Ralf Glanz (von links).



La Figura

Was wir 2018 begonnen haben, hat sich inzwischen zu einer Institution in Rhodt entwickelt: Temporäre Kunstausstellungen in unseren Agenturräumen, als Plattform für anregende Begegnungen und zum Austausch mit Kunst und Künstlern.

Der 1956 in Pirmasens geborene Künstler Xaver Mayer versteht sich auch als Satiriker. Die bekannteste seiner skurrilen Figuren ist „de klääne Pälzer“. Als „Irrläufer unserer Zeit“ bezeichnet Mayer die Wesen, die er seit 1985 in seinem Landauer Atelier geschaffen hat. In den Figuren steckt auch der Künstler selbst: Sein Innerstes spiegelt

sich in den von ihm gezeichneten Figuren wider, mit aller Angst, aller Einsamkeit, aller Freude und der „unumstößlichen Liebe zum Menschen“. Für die Ausstellung hat Xaver Mayer seinen Bilder-Kosmos um einen Zyklus zum Thema Rhodt erweitert.

Präsentiert wurden in der Ausstellung „La Figura“ auch Plastiken der Künstlerin Astrid Steegmüller aus Speyer. Als erste Galerie überhaupt konnten wir ihre Arbeiten vorstellen, die sich mit der Wiedergabe heimischer Tiere befassen. Als wesentliche Inspirationsquelle nennt sie den Wald. Mit der Darstellung des Rhodter Wappentiers, dem Drachen, hat Astrid Steegmüller schließlich die Brücke zur Sonderausstellung des diesjährigen Jubiläums geschlagen.

Anlässlich der 1250-Jahr-Feier wurden vor allem druckgrafische Ansichten des 19. und 20. Jahrhunderts gezeigt. Zu den Exponaten zählen etwa Stahlstiche und originalgrafische Postkarten, eine lithografierte Rhodt-Ansicht von Heinrich Strieffler, aber auch Porträts der Königin Therese von Bayern und König Ludwigs I.

Nina Glanz begrüßt das Ehepaar Löffel auf unserer Vernissage.



Josef Burkard, zertifizierter Kultur- und Weinbotschafter der Pfalz, sprach zum Ortsjubiläum von Rhodt unter Rietburg.



Klaus Fresenius, Künstler und Vorstandsmitglied vom Kunstverein Speyer, mit Xaver Mayer und Ehefrau Doris.



Beigeordneter der Verbandsgemeinde Edenkoben Daniel Poth mit Armin Pister.



Nina Heußler schenkte ihren Wein zur Ausstellungseröffnung aus.



Ein Unikat von Xaver Mayer zum Ortsjubiläum von Rhodt unter Rietburg.



Ehepaar Heußler vom gleichnamigen Weingut aus der Weyherer Straße.



Unsere Besucher lauschen der Eröffnungsrede.

Astrid Steegmüller mit einer Freundin und dem Rhodter Drachen im Hintergrund.



Michael Konrad hat bei der Vernissage die Rede zu den ausstellenden Künstlern gehalten.

POP UP
GALERIE

Pop-up Galerie

*Sie wollen auch mal dabei sein?
Auf Facebook und Instagram
halten wir Sie auf dem Laufenden.
Folgen Sie uns!*

Richtig verbunden



Gute interne Kommunikation ist gegenwärtig eine der größten Herausforderungen für Unternehmen – vor allem in Social-Media-Zeiten, wenn Mitarbeiter gerne extern kommunizieren.

Wie man im Bereich Social Media sein eigenes Unternehmen authentisch präsentieren kann, zeigt ein kompakter Folder, den wir für die BG Unfallklinik in Ludwigshafen gestaltet haben. Auf anschaulichen Seiten, illustriert mit Grafiken von Diana Lazaru, wird erklärt, wie es richtig funktioniert und wie man Risiken und Fallstricke im Umgang mit Facebook, Instagram, Twitter & Co. vermeiden kann.



„Team BG – Richtig verbunden“ lautet die Headline des Folders, die nun in zweierlei Hinsicht aufklärt: Dass die Mitarbeiter die besten Repräsentanten des Unternehmens sind, aber eben auch Verantwortung tragen.

Dass dieser kleine Ratgeber eben nicht nur digital erschienen ist, sondern gedruckt, macht bei der Sache den besonderen Reiz aus. Eine greifbare Sache in dieser virtuellen Welt.



Impressum

HERAUSGEBER

KAISERS  IDEENREICH
GRAFIK- UND WERBEAGENTUR

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

SOCIAL MEDIA



KONZEPT & DESIGN

Kaisers Ideenreich

TEXTE & WORTWECHSEL

Ralf Laubscher
Nina Glanz
Stefan Hitschler

FOTOS

Melanie Hubach

DE UFFDRAACH

Michael Konrad

GRAPHIC NOVEL & ILLUSTRATION

Diana Lazaru



Klimaneutral

Druckprodukt

[ClimatePartner.com/53203-2211-1003](https://climatepartner.com/53203-2211-1003)

KORREKTORAT

Andreas
Lenz

PAPIER

90 g Sopor
Set Premium
Offset

SCHRIFTEN

Ortank Text, Ortank Display,
Giparan von lo-ol type
Carnas von Hoftype
Supa Mega Fantastic
von Nicky Laatz

DRUCK

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

WEITERE FOTOS SPUDNIKeins Fotografie
(zwei Porträts, S. 5 oben), Johannes Hüppi (S. 15
oben), Ralf Glanz (S. 15 unten), Estate Noël (S. 19
oben), Stefan Hitschler (S. 7 unten, 17 unten)