

MEDIENFABRIK GÜTERSLOH

Gold fürs Finale

Durch alle 64 Spiele hat das Offizielle Programm der Fußball-Weltmeisterschaft die Zuschauer in den Stadien und auf den Fanfesten begleitet. Glänzender Höhepunkt zum kleinen und großen Finale: eine Goldausgabe mit dreistufiger Hochprägung.

EINMAL DEN WM-POKAL in Händen halten – das ist der Traum jedes Fußballers. Zum Greifen nah wirkt zumindest der golden glänzende Fifa WM Pokal auf der Titelseite des Stadionmagazins, das zum WM-Finale erschien. „Ein Jahr haben wir am Druckverfahren getüftelt, bis der Pokal so hoch glänzte und dreidimensional erscheint, dass man meint, ihn herausnehmen zu können“, berichtet Lutz Hesker, Art Director bei der medienfabrik Gütersloh GmbH. Sie hat als Lizenznehmer der Fifa das Offizielle Programm als ein Lizenzprodukt zur WM herausgegeben, gestaltet und redaktionell betreut. Das Stadionmagazin begleitete die Fans mit rund 190 Seiten in den Fußball-Arenen und auf den offiziellen Fanfesten. Gedruckt wurde der zehneitige Umschlag der Finale-Ausgabe auf mattgestrichenem Profisilk 220 g/m² von Sappi. „Der Vorteil dieses Materials war, dass es – mit Silberfolie kaschiert – auf beiden Seiten optimal bedruckbar ist und sich durch seine Festigkeit sehr gut für die dreistufige Hochprägung eignet“, erklärt Lutz Hesker. Zunächst wurden die Papierbögen mit einer Silberfolie vollflächig kaschiert. Dann wurden die Stellen, auf denen kein Metalliceffekt erzielt werden sollte, mit Deckweiß bedruckt und anschließend in einem Druckdurchgang die Bögen mit den vier Druckfarben und UV-Spotlack. Danach kamen die UV-trocknenden normalen 4C-Offset-Farben über Titel und Inhalt. Den goldenen Effekt erzeugt dabei das Gelb. In der Maschine wurde noch UV Spot-Lack aufgebracht und das Ganze nach dem Gang durch den UV-Trocknungssofen und dem Druck der Rückseite zur Veredelung weitergegeben – zur dreistufigen Hochprägung der einzelnen Bögen mit einem speziell dafür entwickelten Werkzeug. Gleichzeitig wurde genutet und gerillt. Danach wurde der zehneitige Umschlag gefalzt und punktverleimt, damit er bei der Weiterverarbeitung nicht aufklappte. „Gemeinsam mit dem Kunden haben wir alle Register gezogen und sind dabei an die Grenzen des Machbaren gegangen“, zieht Christian Sundermann die Bilanz. Er hat die Produktion des Umschlages bei der Druckerei Kirchner Print.Media (Kirchlengern) mit Lutz Hesker umgesetzt, der Innenteil des Magazins wurde von Mohn media gedruckt. Der Aufwand hat sich gelohnt: Von der Gesamtauflage der Finalversion, die zehn Euro kostet, wurde fast alles verkauft. „Wir haben damit ein hochwertiges und begehrtes Erinnerungsstück geschaffen, das zudem zeigt, was der drucktechnische Stand im Jahr 2006 ist“, sagt Lutz Hesker.