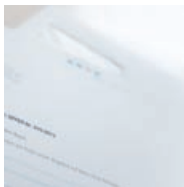


Steckbrief Geschäftsausstattungs- papiere

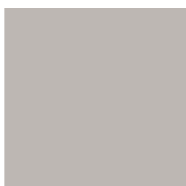
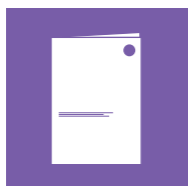
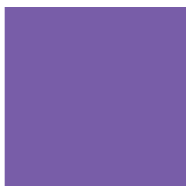


PAPYRUS 

Das Geschäftsausstattungspapier bildet die Grundlage eines jeden professionellen Unternehmensauftritts. Corporate Paper ist einheitliches Papier für Briefbogen, Visitenkarten, Briefumschläge und Versandtaschen, aber auch Imagebroschüren, Flyer und Kundenmagazine. Es prägt das Corporate Design, gewährleistet ein Erscheinungsbild aus einem Guss und schafft neben Logo und Typografie einen Wiedererkennungswert. Weißegrad, Oberfläche und Haptik sind hier die entscheidenden Merkmale. Papiere für ein einheitliches Corporate Design sind in einer Vielzahl an Ausführungen erhältlich und damit für jede Anwendung perfekt zugeschnitten. Vom Umweltpapier für die bewusst nachhaltige Kommunikation bis hin zu Feinstpapieren mit individuellem Wasserzeichen.

Ergänzende Artikel rund um das Thema Papier und Branding bieten wir unter: www.paperidentity.de

Inhalt





Papier für alle Anwendungen

Briefbogen

Für die tägliche Korrespondenz: egal ob Brief oder Rechnung, Erst- und Zweitbogen in DIN A4 auf Preprint-Papier vorgedruckt. In der Regel in einem Flächengewicht zwischen 80 und 100g/m² ist es eines der zentralen Elemente jedes Corporate Designs. Edel individualisierbar, z. B. mit einem Wasserzeichen oder mit verschiedenen Prägetechniken.

Visitenkarte

Die deutsche Bezeichnung Visitenkarte kommt, im Gegensatz zur englischen „business card“, von der ursprünglichen Funktion: Man übergab die Karte beim Besuch in hohem Hause dem Diener, der sie an den Hausherrn weiterleitete. Das deutsche Format ist 85 × 55 mm bei ca. 300g/m².





Briefumschlag

Der tägliche Begleiter für die Korrespondenz. Er besteht aus möglichst opakem Papier und ist besonders reißfest. Eine Vielzahl an Ausführungen, z. B. mit und ohne Adressfenster, selbstklebend, nassklebend oder haftklebend, und verschiedenen Formaten (siehe DIN-Formate) und Klappenformen bietet für jeden Einsatzzweck das Richtige. Individualisiert erkennt der Empfänger schon vor dem Öffnen den Absender.



Versandtaschen

Ihre Aufgabe: Das Versandgut sicher und unbeschädigt ans Ziel bringen. Versandtaschen gibt es, im Gegensatz zu Briefumschlägen, mit Versteifung an der Rückwand, mit Schutzpolsterung oder komplett aus Pappe.





Grußkarte, Kurzbrief und Memo

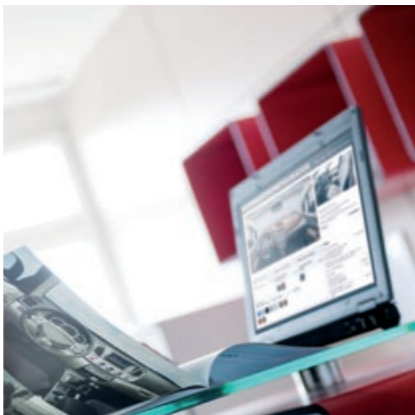
Perfekt für kurze handschriftliche Stichworte oder ein Begleitschreiben für eine Übersendung. Wie auch der Briefbogen ist die Grußkarte, der Kurzbrief oder das Memo mit den Firmen- oder persönlichen Daten vorgedruckt. Meist in DIN lang oder DIN A6 und in einem Flächengewicht von ca. 300 g/m².



Mappen

Zum Zusammenstellen und Versenden von Unterlagen, zum Schutz beim Versand oder zur Aufbewahrung von Dokumenten. Mappen haben viele Einsatzgebiete und können ganz individuell angepasst werden. Z. B. mit Laschen, die den Mappeninhalt vor dem Herausfallen schützen.





Imagebroschüre

Als gedruckter Imageträger ist die Broschüre das Instrument, um die eigenen Produkte oder Services optimal zu präsentieren – ob bei der persönlichen Übergabe oder per Zusendung. Die Imagebroschüre gibt nicht nur Einblick in das Unternehmen, sondern transportiert auch das Corporate Design. Für einen einheitlichen Auftritt natürlich gedruckt auf Corporate Paper.



Mailing und Flyer

Nach wie vor die Werbemittel im Direktmarketing und ideale Plattform, um Dienstleistungen und Produkte kurz zusammengefasst zu präsentieren. Z. B. im Format DIN lang und in ca. 160g/m².





Geschäfts- und Umweltbericht

Die eigentliche Aufgabe des Geschäftsberichts oder Umweltberichts ist es, den Anteilseignern und der interessierten Öffentlichkeit gegenüber Rechenschaft abzulegen. Mehr und mehr wird dieses Medium aber auch zum Imagetransport genutzt – gestaltet im Corporate Design und gedruckt auf das Corporate Paper.



Kunden- und Mitarbeiterzeitschrift

Ob nach außen zum Kunden oder nach innen zu den eigenen Mitarbeitern – eine einheitliche Kommunikation ist der Schlüssel für ein starkes Corporate Design. Da spielt auch die Einheitlichkeit des Papiers eine große Rolle.





Büro- und Kopierpapier

Ergänzend zur externen Kommunikation wird häufig passendes Büro- und Kopierpapier für die interne Abwicklung benötigt. Idealerweise in der gleichen Qualität wie das Geschäftsausstattungs-papier – als Kleinformat in DIN A4 und DIN A3 und mit einem Flächengewicht von z. B. 80 g/m².

Ergänzende Artikel

Abgerundet wird das Corporate Design durch ergänzende Artikel wie individuelle Blöcke, Geschenkpapier oder Papiertüten. Lassen Sie sich inspirieren: www.paperidentity.de





Veredelungen – für individuelles Corporate Paper

Wasserzeichen

Wasserzeichen sind Darstellungen im Papier, die durch unterschiedliche Papierstärken hervorgerufen werden. Sie dienen zum Schutz gegen Nachahmungen und Fälschungen und sind bei Papieren zur Bedruckung Gütesiegel des jeweiligen Herstellers. Dabei unterscheiden sie sich in drei Kategorien: Das echte Wasserzeichen entsteht durch Verdrängung („Licht-Wasserzeichen“) oder Anreicherung (Schatten-Wasserzeichen) der Fasermasse bereits in der Papiermaschine. Halbechte Wasserzeichen werden in das noch nasse Papier geprägt. „Unechte“ Wasserzeichen entstehen durch Bedrucken des fertigen Papiers mit farblosem Lack bzw. durch Prägung.

Als Besonderheit kann das Geschäftsausstattungspapier mit einem individuellen Wasserzeichen, z. B. dem Firmenlogo, versehen werden.



Prägungen und Lackierungen

Um den Drucksachen eine individuelle Note zu geben und damit das Corporate Design aufzuwerten, gibt es eine Vielzahl an Möglichkeiten der optischen und haptischen Veränderung des Papiers zur Erzielung auffallender oder edler Effekte.

Eine Veredlungsmöglichkeit ist die Prägung. Bei der Blindprägung wird das Papier durch ein Prägewerkzeug verformt. Es entsteht eine mehrdimensionale Form mit Licht- und Schattenbildung. Bei der Folienprägung werden z. B. reflektierende Folien in Silber oder Gold mit einer Prägedruckform auf das Papier gepresst.

Die Papierveredelung durch Lackierung erfolgt durch den Auftrag von matten oder glänzenden Lacken. Partiiell aufgetragen, z. B. nur über dem Firmenlogo, können so besondere Effekte erzielt werden. Beliebte Lackierungen sind UV-Lack, Relieflack, Strukturlack oder Duftlack.



Wissenswertes rund um Geschäftsausstattungspapier

Großformat und Kleinformat

Von Formatpapier spricht man, wenn das Papier „ab Werk“ auf die vom Auftraggeber bestimmten Formate zugeschnitten wird. Dabei werden aus der Papierbahn Bögen geschnitten und in Riese abgepackt. Im Großformat, das in Druckereien Einsatz findet, haben die Bögen eine Größe von z. B. 700 × 1.000 mm. Im Kleinformat, für den Einsatz in Officedruckern, wird das Papier auf DIN A4 oder DIN A3 zugeschnitten.

Briefumschläge und Versandtaschen

Ergänzend zum Formatpapier gibt es bei vielen Papierqualitäten passende Briefumschläge und Versandtaschen in verschiedenen Formaten (siehe DIN-Formate), mit und ohne Adressfenster. Der Unterschied zwischen Briefumschlägen und Versandtaschen: Bei einem Briefumschlag befindet sich die Klappe auf der langen Seite. Befindet sich die Klappe auf der kurzen Seite, so handelt es sich in der Regel um eine Versandtasche. Mehr unter: www.papyrus.com/de/briefumschlaege



Grammatur

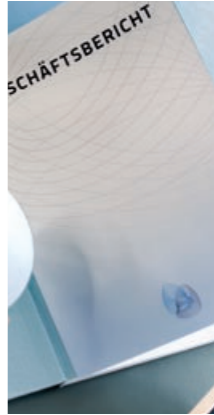
Die Grammatur (g/m^2) gibt das Gewicht in Gramm pro Quadratmeter Papier an. Man spricht deshalb auch vom Flächengewicht eines Papiers. Ein Beispiel: Die Standard-Grammatur bei Briefbögen liegt bei ca. 80 bis 100 g/m^2 , die von Visitenkarten bei ca. 300 bis 350 g/m^2 .

Opazität

Diese bezeichnet die Undurchsichtigkeit des Papiers. Vor allem bei Papieren, die von beiden Seiten bedruckt werden sollen, ist die Opazität entscheidend. Sie kann erhöht werden, indem der Papiermasse bei der Herstellung mehr Füllstoffe zugesetzt werden.

Preprint

Preprint-Papier ist dafür vorgesehen, in unterschiedlichen Druckverfahren mehrfach bedruckt zu werden (z. B. Briefbogen: erst Offset-, dann Laser- oder Inkjetdruck). Voraussetzung für Preprint-Papier ist eine geringere Papierfeuchte, um die doppelte Beanspruchung optimal zu verkraften.



Volumen

Das Papiervolumen bezeichnet das Verhältnis seiner Stärke zu seinem Flächengewicht. Konkret bedeutet dies: Bei einem Gewicht von 100 g/m^2 ist das Papier mit 1-fachem Volumen $0,10 \text{ mm}$ dick, mit 1,5-fachem Volumen $0,15 \text{ mm}$ dick, mit 2-fachem Volumen $0,20 \text{ mm}$ dick. Papier mit mehrfachem Volumen ist also dicker.

Oberfläche

Die Glätte eines Papiers kann je nach Anwendungsgerät von ausschlaggebender Bedeutung für das Bedrucken und das Druckergebnis sein. Grundsätzlich gilt: Je glatter ein Papier, umso geschlossener ist seine Oberfläche. Je geschlossener die Oberfläche, desto besser ist das Druckergebnis. D. h. bessere Randschärfe, kein Verschmieren oder „Ausbluten“ (das Ineinanderlaufen von Farbe).

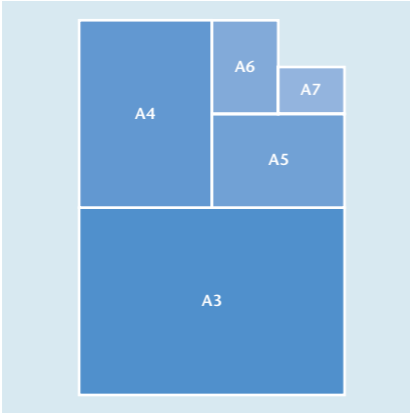


Weißegrad

Der Weißegrad kennzeichnet die Reflexionsfähigkeit von weißem Licht und kann durch optische Aufheller und den Farbort (rötlich, gelblich, bläulich, grünlich) beeinflusst werden. Der Weißegrad wird nach CIE-Norm (Internationale Beleuchtungskommission) angegeben. In der Regel sind alle handelsüblichen weißen Papiere behandelt. Das Umweltlabel „Blauer Engel“ kennzeichnet Papiere ohne optische Aufheller.

Färbungen

Der Papiermasse kann bei der Herstellung Farbstoff zugesetzt werden, um dem Endprodukt eine bestimmte durchgehende Färbung zu geben. Alternativ kann die Färbung auch in der Weiterverarbeitung erfolgen, z. B. durch die Zugabe von Farbstoffen beim Streichen oder in der Leimpresse. Speziell eingefärbte Papiere können das Corporate Design besonders unterstreichen und einen individuellen Auftritt garantieren.



DIN-Formate

Papier		Briefumschläge und Versandtaschen	
A7	74 × 105 mm	lang	110 × 220 mm
A6	105 × 148 mm	C6/5	114 × 229 mm
A5	148 × 210 mm	C6	114 × 162 mm
A4	210 × 297 mm	C5	162 × 229 mm
A3	297 × 420 mm	C4	229 × 324 mm
		B6	125 × 176 mm
		B5	176 × 250 mm
		B4	250 × 353 mm

Recyclingpapiere

Im weitesten Sinn kommen hier gebrauchte Materialien zur erneuten Verwendung. Aus ökologischer wie rohstoffökonomischer Sicht wird darauf geachtet, das Papier im Kreislauf zu halten. Die Idee des Recycling (von griech. „cyclos“ für Kreis) verwirklicht die Papierindustrie seit Mitte des vergangenen Jahrhunderts: Papier, das aus 100 % Altpapier hergestellt wird. Heute ist das in großer Vielfalt möglich und die Papierqualität unterscheidet sich nicht mehr von der aus Frischfasern hergestellter Papiere.



Zertifizierungen und Labels (Auszug)

Der Umweltgedanke spielt auch bei der Auswahl des Papiers eine große Rolle. So können sich Unternehmen anhand von zertifizierten Papieren sozial und nachhaltig verantwortungsbewusst zeigen. Einen Auszug der wichtigsten Zertifizierungen und Labels finden Sie hier. Alle weiteren in unserem Steckbrief Umwelt unter: www.papyrus-basics.com/steckbriefe

CO₂-Fußabdruck (Carbon Footprint)

Bezeichnet das Gesamtausmaß der Treibhausgasemissionen in der Umweltbilanz eines Produktes. Treibhausgasemissionen wie CO₂, die nach dem derzeitigen Stand der Technik nicht vermieden oder verringert werden können, sollten ausgeglichen werden.

FSC® (Forest Stewardship Council®)

FSC ist eine internationale gemeinnützige Organisation, die sich für eine umweltgerechte, sozialverträgliche und wirtschaftlich tragfähige Bewirtschaftung der Wälder einsetzt.

Mehr unter: www.fsc-deutschland.de





Blauer Engel

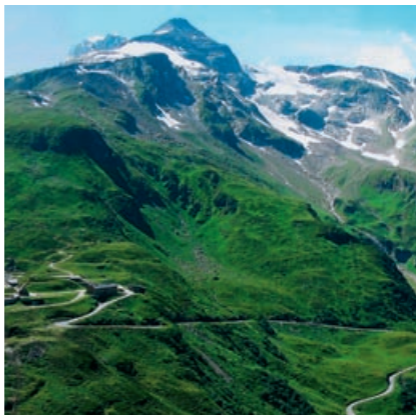
Das erste und älteste Umweltlabel der Welt setzt seit 1978 Maßstäbe und zeichnet Papiere aus, die aus 100 % Altpapier hergestellt werden. Der Blaue Engel zertifiziert Produkte, die in ihrer ganzheitlichen Betrachtung besonders umweltfreundlich sind. Zu den Beurteilungskriterien zählen u. a. der Wasser- und Energieverbrauch bei der Herstellung und die Auswahl der eingesetzten Altpapiere. Mehr unter: www.blauer-engel.de



EU Ecolabel

Das EU Ecolabel ist das Umweltlabel der Europäischen Union und beurteilt Papiere nach vielfältigen Kriterien. In Bezug auf Papier liegen die Schwerpunkte des EU Ecolabel auf den eingesetzten Chemikalien, dem Energieverbrauch, den Wasser- und Luftemissionen sowie auf dem Abfallkonzept. Um das EU Ecolabel zu erhalten, müssen die Hersteller strenge Richtlinien einhalten. Mehr unter: www.eu-ecolabel.de





ECF (elementarchlorfrei) und TCF (total chlorfrei)

Die meisten Papiere werden ohne elementares Chlor, aber mithilfe von Chlorverbindungen wie Chlordioxid oder Hypochlorid gebleicht (ECF). Einen Schritt weiter geht man bei total chlorfrei gebleichten (TCF) Papieren. Bei diesen Papieren werden anstatt der Chlorverbindungen Sauerstoffverbindungen, wie z. B. Wasserstoffperoxid, zum Bleichen des Zellstoffes verwendet.



PCF (Process Chlorine Free)

Bei der Sammlung von Altpapier kann nicht zwischen chloorgebleichten, chlorfrei gebleichten oder total chlorfrei gebleichten Papieren unterschieden werden. Hier kann nur garantiert werden, dass der Bleichvorgang des Recyclingpapiers ohne die Verwendung von Chlor oder Chlorverbindungen erfolgt.



Papyrus Deutschland GmbH & Co. KG

Gehrstraße 7–11

76275 Ettlingen

Tel.: +49 7243 73-958 bis 965

Fax: +49 7243 73-966

info.de@papyrus.com

www.papyrus.com/de