

AM LIEBSTEN SIND MIR KUNDEN,
DIE IHRE ARBEIT SO LIEBEN
WIE ICH.

Sylvia Lerch

Sylvia Lerch wollte eigentlich nach Neuseeland auswandern – jetzt hat sie einen Showroom, der bis unter die Decke mit Musterbüchern und Papier gefüllt ist. Sie recherchiert, berät, konzipiert und betreut Kunden im Materialbereich bei gewöhnlichen und ungewöhnlichen Projekten, immer auf der Suche nach den neusten Trends. Lars Harmsen hat sie im Oktober 2012 gefragt, wie es eigentlich so weit gekommen ist ...

Lars Harmsen: Kein Mensch braucht Papier. Es gibt doch Kreditkarten und Smartphones!

Sylvia Lerch: Ganz im Gegenteil. Es ist wie mit dem Unterschied zwischen Erotik und Pornographie – je mehr unser Alltag von den superglatten Tabletartigen durchdrungen ist, desto mehr sehnen wir uns nach subtilen Reizen, die über das Auge und die Fingerspitzen erfahren werden. Das lässt sich mit viel Brimborium wissenschaftlich verbrämen und in haptischen Konzepten ausdrücken. Tatsächlich ist es aber ganz einfach. Der Mensch will mehr als nur einen Reiz befriedigen. Damit werden Materialien, hochwertige Verarbeitung und schönes Veredeln immer wichtiger. Nicht umsonst gibt es die Renaissance des Buchdrucks, neudeutsch »Letterpress«. Ich finde Technik gut. Gut, weil sie uns fasziniert und das Leben leichter macht. Gut aber auch, weil in ihrem Windschatten Handwerk, Wertigkeit und sinnliches Erfahren wieder aufleben.

Du hast eine Nase für Papier (und andere Materialien), findest, was Google nicht ausspuckt, kennst Großhandelssortimente wie keine Zweite. Trüffeln finden kann man nicht studieren. Wie bist du auf diesen Job gekommen, wie war dein Weg dahin?

In die Materialwelt bin ich gekommen wie die Jungfrau zum Kind. Eigentlich wollte ich nach Neuseeland auswandern und mich dort selbständig machen. Vorher habe ich in einem Papierhandel gejobbt, um mehr kaufmännische Erfahrung zu sammeln. Mein »Neu-Seh-Land« ist dann die Papierwelt geworden. Ich kannte vorher quasi nur Kopierpapier. Einmal reingestolpert in dieses neue Universum, habe ich mich gefühlt wie Kolumbus. Mein sinnliches Talent kann ich hier total ausleben. Was ich fühle, verankert sich ohne Umwege in meinem Gedächtnis. Wenn Du mir beschreibst, was Du Dir für ein Projekt vorstellst, wirbeln in meinem Kopf gefühlte Texturen, gesehene Farben. Ich hab so ein Glück, dass das, was mir Spaß macht, auch meine Arbeit ist.

Wie darf man sich dein Büro vorstellen? Ein Lager ohne Feuerlöscher, eine Sammlung Materialschränke, ein Halle voller Papier, Regalmeter voller Staub?

Vom Boden bis Decke Schrankmeter Papiere und Musterbücher. Einen Showroom, in dem Du Dich ungestört umsehen, stöbern und Dich inspirieren lassen kannst. Da sammle ich alles, was mir

gefällt, und natürlich siehst Du auch jede Menge Muster aus meinen Produktionen. Dann baue ich kontinuierlich eine kleine Bibliothek mit Büchern über Grafikdesign und Fachliteratur auf. Und irgendwo steht immer eine zwischengelagerte Palette Papier. Wenn wir gerade mal wieder selbst Hand anlegen, haben wir unseren Schreibtisch in eine Werkbank umfunktioniert oder die Fensterbank mit Mustern voll gelegt um die Lichtechtheit eines Materials zu prüfen.

Nach welchen Kriterien nimmst du neue Lieferanten in dein Programm auf? Musst du diese suchen oder kommen diese von selbst auf dich zu?

Beides. Vieles wird mir ins Haus getragen. Manchmal sehe ich irgendwo etwas, das mir gefällt, und unabhängig davon, ob es schon Kunden oder ein Projekt dafür gibt, suche ich so lange, bis ich einen Lieferanten dafür finde. Ich gehe zur *Paperworld* und anderen Messen. Wenn ich da ein, zwei neue Sachen finde, bin ich schon zufrieden. Ich lese viel und habe ein Auge auf Neues. Ich suche in papierfremden Gefilden nach Materialien, die sich für interessante Projekte nutzen lassen.

Neben dem Papiersortiment ist die Produktionsbetreuung ein weiteres Standbein bei Dir. Das muss doch ein Alptraum sein!

Kein Alptraum, sondern sehr spannend! Ich wollte nie eine Arbeit, die sich in der Routine verliert. Und Produktion in meinem Bereich ist definitiv sehr abwechslungsreich. Ich mag es, wenn sich Kreative etwas ausdenken, für das ich erst eine Lösung finden muss. Wie werden Schachteln wasserdicht, so dass darin Kresse gezüchtet werden kann? Mit wie viel Wasser muss gegossen werden, und keimt die gekaufte Kresse überhaupt? Acht mal 350 g/qm Karton zusammen kaschieren und einen Farbschnitt auf die Kante – bleibt das schön plan, wie werden die Kanten den Farbschnitt überstehen? Kann man Haftnotizen imprägnieren, so dass sie einen Regenguss im Freien überstehen? Da mache ich schon mal eigene Versuchsreihen mit Schuhimprägnierung und Wassersprüher im Hinterhof. Oder ich versuche Jeansstoff für einen Schutzumschlag in der Badewanne zu bleichen, damit er die richtige Farbe bekommt.

Stressig wird es unter Zeitdruck. Da sind die richtigen Partner in der Verarbeitung das Wichtigste. Auf die muss ich mich verlassen können. Die schieben für mich auch mal eine Nachtschicht, damit etwas rechtzeitig fertig wird. Die tüfteln so lange hin, bis etwas funktioniert. Für diese Menschen in meinem Umfeld bin ich dankbar. Das sind gewachsene Beziehungen mit viel Vertrauen.

Welche Kunden sind dir am liebsten und welche sollten zu Papier verarbeitet werden?

Am liebsten sind mir Kunden, die ihre Arbeit so lieben wie ich. Menschen, die leuchtende Augen bekommen, wenn sie sich etwas ausdenken. Die auch mal quer denken und Neues ausprobieren. Die offen sind für ungewöhnliche Materialien und Techniken. Das Salz in meiner Suppe sind herausfordernde Kunden, die nach Umsetzungsmöglichkeiten suchen, die es so noch nicht gegeben hat. Ideal ist, wenn sie auch noch genug Zeit mitbringen, damit wir etwas ausprobieren können. Gut ist auch, wenn die Gestaltung noch nicht fest zementiert ist, und auf das ausgewählte Material abgestimmt werden kann. Und wenn man dann noch über mehr als das laufende Projekt sprechen kann, um so besser!

Wie darf man sich den Papiermarkt vorstellen? Gibt es Marken wie Coca-Cola (die alles und jeden, der im Weg steht, aufkaufen)? Wie entwickelt sich der Markt in absehbarer Zeit? Wie steht es um neue Ideen?

Der Papiermarkt wird immer mehr von den großen Papierfabriken dominiert. Kleine Hersteller gibt es so gut wie nicht mehr. Bringt ein Werk etwas Neues auf den Markt, bieten andere Produzenten schon bald Alternativen. Alles gibt es überall. Das ist praktisch für international arbeitende Verbraucher, doch die Artenvielfalt leidet darunter. Und wenn sich ein Unternehmen quasi inzüchtigt in seinem bisherigen Sortiment suhlt und nur eine alte Oberfläche mit einer bisher noch nicht genutzten Farbigkeit auf den Markt wirft, finde ich das fad.

Leider ist es aber auch so, dass die Abnehmer meist gedeckte Farbpaletten vorziehen und ausdrucksstarke Papiere und Materialien als zu dominant für die grafische Darstellung empfinden. Das ist mehr als schade. Dazu kommt, dass das kaufmännische Interesse der Papierhändler und -hersteller bestimmte Umsatzzahlen vorgibt. Werden diese innerhalb eines Jahres verfehlt, verschwinden neue Sorten schon mal sang- und klanglos, als ob es sie nie gegeben hätte. Ich verfolge das aufmerksam und halte meine Musterbestände immer auf dem neuesten Stand. Da es ziemlich zeitaufwendig ist, den Überblick zu behalten, suchen viele meiner Kunden gar nicht erst lange, sondern lassen sich bei der Auswahl von mir beraten.

Qualität vs. Geiz ist Geil: Wer setzt Trends? Wie kommen diese zustande? Wie lassen sich aktuelle Trends beschreiben?

Im Laufe eines Jahres habe ich mit verschiedensten Kundenwünschen zu tun, und viele davon drehen sich um etwas, was es so noch nicht gegeben hat. In mancher Saison kristallisiert sich dabei ein Thema heraus, das – aus mir verborgen bleibenden Gründen – viral wird. Ich glaube, dass gute Ideen am Leben bleiben, einfach weil sie das Interesse, den Sinn für Schönes und den Spieltrieb der Kreativen wecken. »So was in der Art will ich auch mal machen« wird dann ein Motor, der immer wieder neue Interpretationen hervorbringt. Durch meine Arbeit bekomme ich das sehr früh mit. Derzeitige Trends sind übrigens Neonfarben und extradicke Materialien.

Welche Papier-Innovationen gehören zu deinen persönlichen Favoriten?

Moondream ist oberflächlich betrachtet ein durchschnittliches weißes Papier. *Moondream* hat es allerdings in sich. Beim Blindprägen mit erhitztem Prägestempel wird es transparent. Das gibt einen wunderbar subtilen Effekt. *Twist* und *Softy* dagegen haben eine spezielle Vliesoberfläche, die auch noch im Offset bedruckbar ist. Haptik und Optik sind einfach ungewöhnlich. *Twist* und *Softy* sprechen die Sinne an und sind so eigen, dass sie sich lange in unserer Erinnerung einnisten. *Moondream*, *Twist* und *Softy* fordern einen sensiblen Umgang mit dem, was daraus gemacht wird. Sie wirken besonders gut, wenn die Grafik nicht aufgepfropft, sondern das Material beim Entwurf bereits mit gedacht wird. Deshalb mag ich diese Sorten. Sie verschenken ihren Charme, wollen aber vorher umworben sein.

Welches Papier würdest du Obama, Merkel und Putin für deren jeweilige Geschäftsausstattung empfehlen wollen?

Obama würde ich ein Papier des amerikanischen Herstellers Crane & Co. empfehlen, der seit über 200 Jahren ausschließlich hochwertige Baumwollpapiere produziert. Auf Papier von Crane wird nicht nur seit über 130 Jahren der Dollar gedruckt, die amerikanische Revolution wurde schon mit Geld unterstützt, das aus Papier dieser Fabrik hergestellt war.

Merkel: Unpräzise, 100 % recycelt und aus der Uckermark. Das wär's. Ich würde die Papierfabrik Leipa in Schwedt zu überzeugen versuchen, ein speziell für die Kanzlerin hergestelltes, umweltschonendes Recyclingpapier zu produzieren.

Putin: Vorstellen kann ich mir etwas Aalglattes. Aber beraten würde ich in diesem Fall nicht wollen.

Auf was hat die Welt gewartet, das es noch nicht gibt? Knitterfreies Papier? Papier, bei dem sich beim Schneiden die Schnittkanten verfärben? X-mal beschreibbares Papier, das gar nicht erst recycelt werden muss? Also ich glaub' nicht, dass die Welt wirklich auf etwas wartet. Sie lässt sich eher überraschen, schnuppert ein bisschen an dem Neuen, und wenn es gefällt, heißt es auf einmal »Warum gibt es das nicht schon längst?« ←