

Steckbrief Geschäftsausstattungs- papiere



**SONDER-
AUSGABE**

Klein- & mittelständische
Unternehmen und
Start-ups

PAPYRUS 

Mit Geschäftsausstattungspapier, Corporate Paper genannt, präsentieren sich auch kleine und mittlere Unternehmen ihren Kunden und Partnern auf hohem Niveau. Ein Corporate Design aus einem Guss macht Unternehmenswerte sichtbar und spürbar. Das passende, einheitliche Corporate Paper für Briefbogen, Visitenkarten, Briefumschläge und Versandtaschen, aber auch Imagebrochüren, Flyer und Kundenmagazine stärkt dauerhaft die Markenstrahlkraft. Dabei erlaubt es die Vielzahl der Geschäftsausstattungspapiere kleinen und mittleren Unternehmen, Optik und Haptik auf ihre Anforderungen perfekt zuzuschneiden. Die Bandbreite der Corporate Paper reicht von Umweltpapier für die bewusst nachhaltige Kommunikation bis hin zu Feinstpapieren mit individuellem Wasserzeichen. Weiterführende Informationen rund um das Thema Papier und Branding erhalten Sie in diesem Steckbrief oder unter www.papyrus-deutschland.de/GAP



Eine Übersicht über alle bei Papyrus erhältlichen Geschäftsausstattungspapiere, weitere Informationen und Kontakte zur persönlichen Beratung finden Sie unter

www.papyrus-deutschland.de/GAP



Ein Papier für alle Anwendungen

Briefbogen

Für die tägliche Korrespondenz. Egal ob Brief oder Rechnung, Erst- und Zweitbogen sind in DIN A4 auf Preprint-Papier vorgedruckt. In der Regel mit einem Flächengewicht zwischen 80 und 100 g/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. 300 g/m².





Briefumschlag

Der tägliche Begleiter für die Korrespondenz. Er besteht aus möglichst opakem Papier und ist besonders reißfest. Eine Vielzahl von 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. Wird der Umschlag 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.





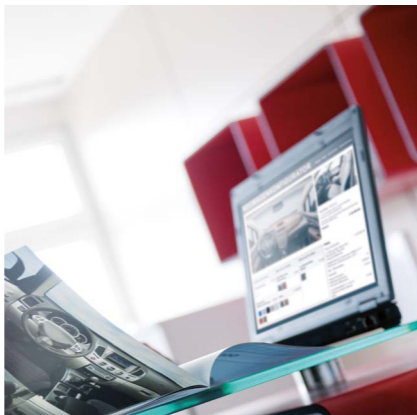
Grußkarte, Kurzbrief und Memo

Perfekt für kurze handschriftliche Stichworte oder ein Begleitschreiben für eine Übersendung. Wie auch der Briefbogen sind Grußkarte, Kurzbrief oder Memo mit den Firmen- oder persönlichen Daten vordruckt. Meist in DIN lang oder DIN A6 und mit 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, 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 mit einem Flächengewicht von 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 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.





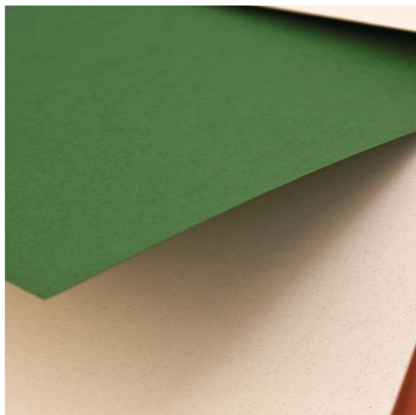
Büro- und Kopierpapier

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





Papierarten

Naturpapier

Puristisch im Auftritt und ausgestattet mit einer hochwertigen Optik vermitteln Naturpapiere einen nachhaltig sinnlichen Eindruck. Vom ersten Moment der Berührung an vermitteln die naturbelassene ungestrichene Oberfläche und das hohe Volumen ein ursprüngliches, natürliches Gefühl. Blendfrei und dadurch sehr lesefreundlich, sind Naturpapiere besonders vielfältig in der Anwendung – zum Beispiel PlanoJet® von Papyrus.

Recyclingpapiere

Papiere aus 100 Prozent Altpapier sind immer stärker im Kommen. Dabei unterscheidet sich ihre Papierqualität heute nicht mehr von der aus Frischfasern hergestellter Papiere. Die Herstellung von Recyclingpapieren, wie etwa RecyStar® Polar von Papyrus, spart bis zu 50 Prozent Energie und bis zu 70 Prozent Wasser ein. Das bekannteste Gütesiegel für hochwertige Recyclingpapiere ist der Blaue Engel.



Farbige Papiere

Auffällig auf den ersten Blick, unverwechselbar im Auftritt. Farbige Papiere, wie z. B. Rainbow® von Papyrus, optimieren das Office-Management und verleihen der Kundenkommunikation eine individuelle Note. Die große Vielzahl von fein nuancierten Färbungen entsteht in der Herstellung durch die Zugabe von Farbstoffen zur Papiermasse.

Feinstpapiere

Elegant, hochwertig, feinsinnig in jeder Hinsicht. Feinstpapiere zählen zu den edelsten Erzeugnissen der Papierindustrie. Sie heben sich von herkömmlichen Papieren durch eine ansprechende Haptik, die hohe Festigkeit ihrer Oberfläche, eine gute und gleichmäßige Durchsicht sowie ihre ausgezeichnete Bedruckbarkeit ab – zum Beispiel MultiDesign® Smooth von Papyrus.



Veredelungen – für individuelles Corporate Paper

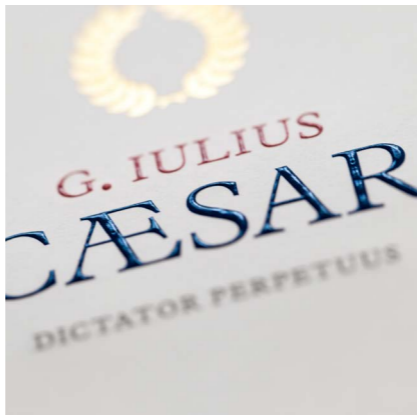
Blind- und Folienprägungen

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

Eine besonders eindrucksvolle Veredlungsmöglichkeit ist die Prägung. Bei der Blindprägung (Hoch- oder Tiefprägung) 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. Dadurch entstehen beeindruckend brillante Glanzeffekte, die mit herkömmlichen Druckverfahren nicht möglich sind.

Für Blind- und Folienprägungen eignen sich besonders Feinstpapiere wie Distinction oder Original Gmund sowie Naturpapiere wie PlanoArt®.



Wasserzeichen

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



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 Bogen geschnitten und in Riese abgepackt. Im Großformat, das in Druckereien Einsatz findet, haben die Bogen 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

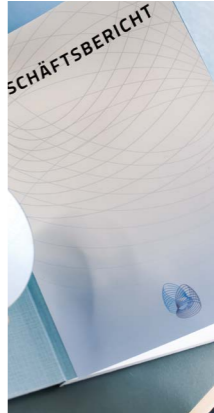
Die Grammatur (g/m^2) gibt das Gewicht in Gramm pro Quadratmeter Papier an. Man spricht deshalb auch vom Flächengewicht eines Papiers. Ein Beispiel: Die Standard-Grammatur bei Briefbögen liegt bei ca. 80 bis 100 g/m^2 , die von Visitenkarten bei ca. 300 bis 350 g/m^2 .

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, damit die doppelte Beanspruchung optimal verkraftet wird.



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. Das bedeutet bessere Randschärfe, kein Verschmieren oder „Ausbluten“ (das Ineinanderlaufen von Farbe).



Weißegrad

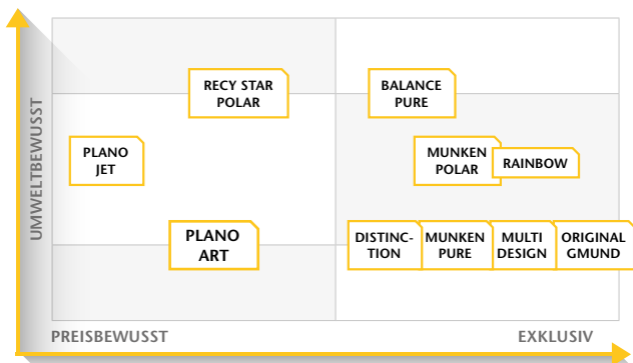
Der Weißegrad kennzeichnet die Reflexionsfähigkeit von weißem Licht und kann durch optische Aufheller und den Farbort (rötlich, gelblich, bläulich, grünlich) beeinflusst werden. Der Weißegrad wird nach CIE-Norm (Internationale Beleuchtungskommission) angegeben. In der Regel sind alle handelsüblichen 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.

Mehr unter: www.papyrus-deutschland.de/service/lexikon

Umweltbewusst, exklusiv oder preisbewusst? Das Papyrus-Chart erleichtert die Auswahl von Corporate Paper:



Das passende Papier

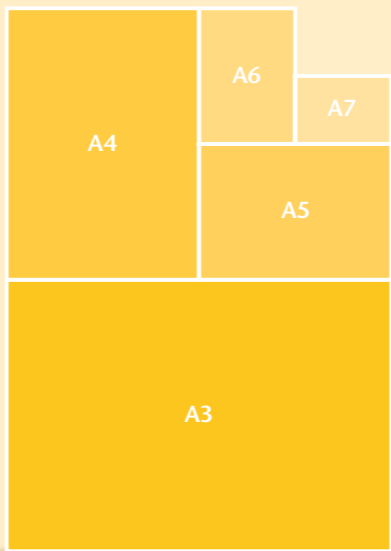
Die große Vielfalt der Geschäftsausstattungspapiere ermöglicht es Unternehmen, das für ihre Anforderungen passende Produkt auszuwählen.

Zwei Kriterien kommt dabei eine zentrale Bedeutung zu: der Wertigkeit und dem Umweltstandard. Ein hoher Umweltstandard zeigt sich in der Art und Anzahl der Umweltzertifizierungen, mit denen ein Papier ausgezeichnet ist, wie etwa dem Blauen Engel, FSC oder PEFC.

Die Wertigkeit von Geschäftsausstattungspapieren spiegelt sich unter anderem im Weißegrad, im Volumen und in der Opazität wider. Die enorme Leistungsbreite moderner Papiere öffnet ein großes Feld an Auswahlkriterien zwischen „preisbewusst“ und „exklusiv“, „umweltbewusst“ und „sehr umweltbewusst“.

Wie hoch der Umweltstandard und die Wertigkeit sein sollen, können Unternehmen für sich frei entscheiden.

Eine Übersicht über die Papyrus-Geschäftsausstattungspapiere finden Sie unter www.papyrus-deutschland.de/GAP



DIN-Formate

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

Wir freuen uns, Ihnen die vielen Vorteile unseres e-Shops zu präsentieren.

Registrieren Sie sich gleich heute. Papiereinkauf bei Papyrus – noch schneller, noch einfacher!

www.papyrus.com/de

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-deutschland.de