

5.5. Strukturen

Als Strukturen werden alle Merkmale verstanden, die nicht den Charakter präziser Markierungsmerkmale aus den Kapiteln Rippungen, Wasserzeichen, Prägungen und Druck aufweisen.

5.5.1. Farbe

5.5.1.1. Massefärbung

Papiere können eingefärbt werden. Das gilt für naturfarbige Papiere auf der Basis von Holzschliff oder braunem Zellstoff, wobei stumpfe Farbtöne entstehen. Bei gebleichten Papieren sind auch leuchtende Einfärbungen möglich. Bei Recyclingpapieren ist es vom Rohstoff abhängig, ob die Farben stumpf oder leuchtend werden.

Bei der großen Anzahl an Farben ist es kaum möglich, diese zu individualisieren, zumal ein Markenschutz für Farben (Beispiel: Lila Kuh von Suchard) nur äußerst schwer zu erhalten ist. Ein Beispiel für erfolgreiche Markierung über die Farbe in der Papierwirtschaft mag das vom Papierverarbeitungsunternehmen Hermann lancierte Herma-Blau sein.

Andere Hersteller aus dem papierverarbeitenden Gewerbe haben sich mit braunen, beigen und gelblichen Tönen zu profilieren gesucht. Diese Farben sind allerdings den Naturfarben und den Commodities zu ähnlich, um nachhaltig aufzufallen.

5.5.1.2. Oberflächen-Färbung

Die Einfärbung von Papieren auf der Oberfläche ist selten. Nur wenige Beispiele belegen die Einfärbung auf der Papiermaschine. Dabei wird über eine Walze die Farbe vollflächig auf die Papierbahn übertragen.

Neuerdings werden auch hochwertige Geschenkpapiere auf der Oberfläche bedruckt, weil die Beweglichkeit im Offset- oder Flexodruck bezüglich Farbe und Herstellmenge größer ist als bei massegefärbtem Papier. Dieses Verfahren vollzieht

sich meist auf Druckmaschinen, die der Papiererzeugung nachgeschaltet sind oder bei Papierverarbeitern stehen, die auch die Konfektionierung auf Röllchen und abgepackte Bogen vornehmen.

Die Papierfabrik Lenk, Kappelrodeck, verfügte an der Papiermaschine über ein Walzensystem, mit dem auch Farben aufgetragen werden konnten. Die Art der einfachen Konstruktion ließ aber keine Muster, sondern nur vollflächige Ausführungen zu. Durch den Produktionslauf bedingt, konnte nur auf einer Seite die Farbe aufgetragen werden. Diese Technik wurde auf Krepppapieren angebracht, speziell in der Bindfadenindustrie zum Kennzeichnen der Knäuel. Es gab nur zwei Ausführungen. Erfolgte die Färbung auf naturbraunem Basispapier, beispielsweise blau zu naturbraun, dann hieß die Sorte Unicolor. War die Färbung auf einem bereits massegefärbten Basispapier, z. B. blau auf grün, dann hieß die Sorte Duocolor.²⁶³ Absatzmengen, Einsatzzwecke und die Fertigungsdauer von etwa 1960 bis 1978 waren aber zu gering, um diese individuelle Fertigung zum Markenzeichen zu erheben.

5.5.2 Strich

Mit einem Strich, also mit dem Ausfüllen der Papierporen mit Kreiden oder synthetischen Produkten, wird die Oberfläche des Papiers verbessert. Ziel ist dabei meistens, die Bedruckungseigenschaften zu verbessern. Ist nämlich die Oberfläche homogener oder ebener, hat sie also keine "Vertiefungen" mehr, dann wird weniger Druckfarbe gebraucht und sie trocknet schneller weg. Auch werden Glanz und Glätte erreicht. Druckerzeugnisse wirken dann brillanter.

Zu den maschinengestrichenen Papieren gehören die LWC- und MWC-Papiere, auch das Bilderdruckpapier. Der durch den Strich bewirkte Masseauftrag ist gering, ca. 7 g/m² pro Seite. Höherwertige Papiere werden in separaten Streichanlagen veredelt. Diese so veredelten Erzeugnisse werden Kunstdruckpapiere genannt - sie sind beidseitig mit höherem, ca. 25 g/m² betragenden Kreideauftrag bestrichen - und gussgestrichene Papiere mit besonderer Glätte, die wegen des Auftrags über einen Chromzylinder Chromopapiere genannt werden.

²⁶³ Brief Lenk 8.6.2000; Die Fertigung erfolgte im Werk Furschenbach, das 1978 stillgelegt wurde.

Da alle Papiere für Druckzwecke eingesetzt werden, verbietet sich geradezu eine Personalisierung. Sie würden ja das Druckerzeugnis entstellen.

Ähnlich ist der Strich im technischen Bereich zu bewerten, wo gewisse Striche (Primer) dazu dienen, Weiterverarbeitungsvoraussetzungen zu schaffen, z. B. für Haftkleber oder für Trennmittel. Auch hier ist eine Individualisierung nicht angezeigt, da die gestrichene Oberfläche bei der nachfolgenden Verarbeitung verschwindet.

Vom Korrosionsschutzpapier VPI ist bekannt, dass es einen Strich aus Kasein hatte. Dieser hatte aber nicht die Aufgabe, die Druckeignung zu verbessern, sondern diente dazu, eine chemische Substanz aus Inhibitoren zu binden. Dieses Kasein war weiß und schuf - notgedrungen - einen markanten Oberflächenüberzug, der sich als Marken-Merkmal entpuppte. Dieses Papier, nach Shell-Lizenzen hergestellt, wurde in Deutschland 1952 eingeführt und ist circa 35 Jahre mit diesem (notwendigen) optischen Effekt ausgestattet worden. Eine Personalisierung ist durch den jahrelangen Gebrauch erreicht worden. Weil sich der Strich unter bestimmten Bedingungen löste und alle Konkurrenten imprägnierte Papiere ohne Strich lieferten, wurde das Verfahren durch Rezepturen abgelöst, die auf die Kaseinschicht verzichten konnten. Um den eingeführten Namen des Produktes zu unterstreichen, hat man das Papier fortan meistens bedruckt. Allerdings entsprach die Behandlung des Druckbildes nicht einer konsequenten Markenpolitik.

5.5.3. Kreppung

Die an sich glatte Papierbahn kann durch zusätzliche Verarbeitungsgänge gekreppert werden. Dabei wird das Papier über einen Zylinder gezogen, an dem ein Kreppschaber (-messer) quer zur Laufrichtung angebracht ist. An diesem Schaber stößt sich das Papier, wird "gebrochen" und erhält die "Berg- und Talstruktur", welche die Dehnfähigkeit bringt. Die Kreppung kann sowohl auf der Papiermaschine (Leichtkrepp, Nasskrepp) als auch in separaten Kreppanlagen (Trockenkrepp, Dehnkrepp) erfolgen.

Das weltweit mit Abstand am meisten hergestellte Krepppapier ist das mit Warenzeichen geschützte Produkt "Clupak", welches eine geringe allseitige Dehnung aufweist und als Sackpapier große Verbreitung gefunden hat. Nur das kundige Auge

des Fachmanns wird die leichte Kreppung des Clupak erkennen, so dass wir zwar von einer Marke, aber kaum von einer Markierung sprechen können.

Anders liegt der Fall bei einem amerikanischen Produkt, X-Krepp genannt. Dort werden zwei Kreppungen in diagonaler Form durchgeführt, die sich überlagern und damit dem Papier das Design des Buchstabens X geben. Auch wenn die Vermarktung nicht deutlich genug auf diesen Aspekt hinweist, darf man von einer individuellen Markierung sprechen. Die abgesetzten Mengen sind jedoch so gering, dass von einer allgemeinen Marktkenntnis und damit Marktgeltung nicht gesprochen werden kann.

5.5.4. Marmorierung

Marmorierte Papiere sind als dekorative Ausstattungspapiere weit verbreitet. Waren früher mehrere Verfahren im Einsatz, z. B. das Einbringen andersfarbiger Fasern auf die Oberfläche der Papierbahn in der Siebpartie, so ist heute nur noch eines übrig geblieben: das Aufbringen von Farben. Hierbei werden auf die nasse Papierbahn unregelmäßige "Farbkleckse" aufgespritzt, die durch die Vibration der Papiermaschine und die noch unverfestigte Papiermasse zu einer Marmorstruktur zerfließen und einen erwünschten Hell-Dunkel-Effekt erzielen.

Dieses Verfahren wird seit den 20er Jahren des 20. Jahrhunderts von der Papierfabrik August Koehler als einzigem deutschen Anbieter praktiziert und hat eine gewisse Kundenbindung erzielen können. Neuerdings kann ein Marmoriereffekt auch durch Offsetdruck erreicht werden.²⁶⁴ Damit dürfte die ohnehin schwache Kundenbindung weiter eingeschränkt werden.

5.5.5. Elefantenhaut

Nichts mit Elefanten hat dieses Papier zu tun, welches heute allein von der Papierfabrik Zanders hergestellt wird, aber von der Papierfabrik Schoeller & Bausch, Neu-Kaliss, zwischen 1925 und 1940 entwickelt wurde.²⁶⁵ Nach diesem

²⁶⁴ Brief Koehler AG an den Verfasser vom 3.7.2000.

²⁶⁵ Vgl. BARDUA, S., 2000, S. 894-896.

Verfahren wird eine Papierbahn mit Farben und Imprägnierstoffen so gestaltet, dass eine Pergamentstruktur entsteht, die in den beigen, braunen und hellen Tönen im Aussehen dem tierischen Pergament sehr nahe kommt. Die Produkte besitzen Weltgeltung und eine Monopolstellung.

Diesem Papier, das seit 1950 gefertigt wird, ist eine klare Marktgeltung zuzuschreiben. Der Effekt der "Elefantenhaut" kann heute - wie bei marmorierten Papieren - durch Offsetdruck nachgestellt werden; das Papier könnte damit ein Jedermann-Produkt werden.

5.5.6. Hülsenkennzeichnungen

Ein Papier kann auch gekennzeichnet werden durch einen Teil der Aufmachung, wenn dieser Teil dauernd am Produkt bleibt. Ein typisches Beispiel ist die Packungshülse, die im inneren Kern einen Hinweis auf das Produkt hat. Weit verbreitet ist dies bei Klebebändern, wo auch eine große Auflage für die Spezialhülsen sichergestellt ist.

5.5.7. Zusammenfassung

Es lassen sich auch mit Strukturen Merkmale auf dem Papier anbringen, die sicher einen besonderen Markenwert darstellen. Selten sind sie jedoch so offensichtlich oder so bekannt, dass sie dadurch eine spezielle Kundenbindung auslösen. In vielen Fällen ist ja der Hersteller nicht einmal bekannt. Sämtliche Strukturmarkierungen sind von Herstellern initiiert und ihnen meistens auch geblieben. Lediglich bei Klebeband-Hülsen hat der Handel nachgezogen und eigene Wiedererkennungszeichen angebracht.