

**Ansprechpartner:**

Katrin Hanger
Pressereferentin Ravensburger Spieleverlag GmbH
Tel: 0751-86-1636
katrin.hanger@ravensburger.de

Robert-Bosch-Straße 1
D-88214 Ravensburg
www.ravensburger.de/presse

Making of

Wie entsteht das größte Malen nach Zahlen von Ravensburger?

Selbst für Profis wie die Ravensburger ist es eine Herausforderung, einen Superlativ bei Malen nach Zahlen herzustellen. Es war auch tatsächlich die Größe der Malfläche, die sie an die Grenzen der Machbarkeit brachte. Denn weder Druckmaschinen, Produktionsverfahren noch Papierformate passten für das angestrebte Format von drei auf einen Meter. Wie es trotzdem funktioniert hat, zeigt ein Blick hinter die Kulissen beim Experten.

1_Das Einzige, was anfangs feststeht, ist das Thema: die Skyline von New York, ein beliebter Klassiker bei Freizeitmalern. Doch welche Ansicht? welche Farben? Welche Stimmung? Anhand diverser Fotos und sogenannter „Moodboards“ einigt sich das Redaktionsteam auf ein fiktives Panorama in farbintensivem Sonnenaufgang.

2_Der Grafiker gestaltet ein entsprechendes Motiv mit den verfügbaren Farben am PC. Dazu gibt ihm die Redakteurin Rückmeldung, zum Beispiel ob die Perspektive stimmt, die Farbgebung und die Szene insgesamt. Mehrere Korrekturphasen sind nötig, bis das Motiv den Anforderungen entspricht.

3_Dieses sogenannte Umsetzungslayout ist dann die Grundlage für den Linienfilm, den der Grafiker dementsprechend erstellt und detailliert ausarbeitet. Die Kunst dabei ist, das Motiv so in einzelnen Malflächen darzustellen, dass diese einen natürlichen Farbverlauf bilden.

4_ Erste Andrucke des Linienfilms gehen an die Redaktion und eine Testmalerin, die das Motiv erstmals ausmalen darf. Sie prüft, ob alle Felder nummeriert und die Farben korrekt sind und bespricht die Änderungen mit der Redakteurin. Die Korrekturen gehen dann in die Repro, in der das fertige Gemälde auch eingescannt und in der Packungsgestaltung integriert wird.

5_Nochmals prüft die Redakteurin die finalen Daten des Linienfilms, bevor sie dann in die endgültige Serienfertigung gehen. Dazu hat sich die technische Produktentwicklung für ein neues, digitales Druckverfahren entschieden. Auch die Suche nach passendem Papier verlief erfolgreich: spezielles Vliespapier von der Rolle, das sich ebenso gut bedrucken wie bemalen lässt wie das herkömmliche.

▼
▼
Bild- und Presstext zum Herunterladen unter www.ravensburger.de/presse

Weitere Informationen zu Ravensburger Spielen unter www.ravensburger.de





Ansprechpartner:

Katrin Hanger
Pressereferentin Ravensburger Spieleverlag GmbH
Tel: 0751-86-1636
katrin.hanger@ravensburger.de

Robert-Bosch-Straße 1
D-88214 Ravensburg
www.ravensburger.de/presse

6_ Jetzt läuft alles rund: Eine Digital-Druckmaschine zieht akkurat ihre Bahnen über das drei Meter breite Format und bedruckt das Spezialpapier mit den feinen Linien und Zahlen für die Malvorlage.



7_ Insgesamt 156 verschiedene Farb-Nuancen hat Ravensburger im Sortiment. Allein im Mal-Set „Leuchtendes New York“ sind 78 davon enthalten. Die bereits nummerierten Farben lassen sich sofort verarbeiten, decken besonders gut, sind streichfähig und trocknen schnell. Das ist wichtig, wenn verschiedene Töne aneinandergrenzen.



8_ Dicht an dicht liegen die länglichen Verpackungskartons, alle mit demselben Inhalt gefüllt: Die Rolle mit der Malvorlage, verschiedene Paletten, 150 Farbnäpfchen, Glanzlack zum Schutz des Motivs und das Pinsel-Set – fertig ist das größte Malen nach Zahlen von Ravensburger!



9_ Die Überraschung kommt dann beim Kunden zuhause: So viele Farbtöpfchen! So ein großes Motiv! Was für ein Spaß, es auszumalen!



10_ Fast ist es geschafft: Die Skyline von New York erstrahlt schon in kräftigen Blau-Lilatönen, von unzähligen Lichtreflexen inszeniert. Nur wenige freie Felder laden zum letzten Ausmalen ein. Das Gesamtwerk kann sich sehen lassen: ein sichtbares Zeugnis von Fingerspitzengefühl, Ausdauer und Spaß am Malen nach Zahlen im Superlativ.



Über Ravensburger

Die Ravensburger AG ist eine internationale Unternehmensgruppe mit langer Tradition und gewachsenen Werten. Ihre Mission lautet „Spielerische Entwicklung“, ihre bedeutendste Marke, das blaue Dreieck, steht für die Werte Freude, Bildung und Gemeinsamkeit und ist eine der führenden Marken für Puzzles, Spiele und Beschäftigungsprodukte in Europa sowie für Kinder- und Jugendbücher im deutschsprachigen Raum. Spielwaren mit dem blauen Dreieck werden weltweit verkauft, und die internationalen Marken BRIO und ThinkFun ergänzen das Angebot der Unternehmensgruppe. 2.133 Mitarbeiter erwirtschafteten 2017 einen Umsatz von 471,1 Millionen Euro.