



# 12 ENDER GOES PUBLISHING

**W**enn ein Designstudio einen Verlag gründet, zeugt dies von Leidenschaft und Engagement, aber auch von Respekt gegenüber anderen Arbeiten. Und sollte eben dieser Verlag einen ebenso fulminanten Start hinlegen wie das Studio 12ender selbst, dann darf man sich auf ein vielseitiges und frisches Programm freuen! Wir sprachen mit den Initiatoren Christian Krüger und Marc Wnuck über die »Grundsteinlegung«.

Gerade erschien Euer erster Verlagstitel »Orange Box«, das Früchte-Etiketten von 1880 bis 1950 präsentiert. Es ist aber keine reine Sammlung... Richtig, Friederike Preuschen und das Designstudio 12ender zeigen nicht nur wunderschöne Labels mit dem Schwerpunkt Orangen, sondern interpretieren diese zum Teil auch völlig neu. Angereichert mit Interessantem, Wissenswertem und Kuriosum zum Thema »Orangen«.

*Auch die Ausstattung des Miniaturbuches kann sich sehen lassen ...*

Ja, wir hatten tolle Partner. Ohne sie wäre es auch kaum möglich gewesen, ein Druckprodukt auf so hohem Niveau zu realisieren. Arctic Paper, Classen Papier, Lechte Medien, Bölling Prägedrucksachen und die Rahe-Rohling Buchbinderei haben dazu beigetragen, daß unser erstes Verlagswerk ein echtes Schmuckstück wird.

*Was hat die Initialzündung für die Gründung Eures Verlages gegeben?*

Es war eigentlich schon ein lang gehegter Wunsch von uns beiden, Bücher im Bereich Grafikdesign, Fotografie und Typografie herauszugeben. Orange Box Design ist ein guter Anfang – wir werden sehen, wie es angenommen wird.

Zu beziehen ist das Buch für 10,- Euro direkt beim 12ender Verlag: [www.12ender-verlag.de](http://www.12ender-verlag.de)

**W**hen a design studio starts up a publishing company, then it shows not only passion and commitment, but also a respect for the work of others. And if that publisher gets off to as tremendous a start as Studio 12ender, then we can look forward to an exciting and diverse programme! We talked to Christian Krüger and Marc Wnuck about their new venture.

*The first title in your programme has just come out – Orange Box, featuring fruit labels from 1880 to 1950. But it's not just a collection of labels, is it?*

You're right. Friederike Preuschen and 12ender present not only orange box labels, they also do a complete new interpretation of some of them. Plus there's lots of interesting information and ephemera on the subject of oranges.

*The design of this miniature book is quite remarkable. Yes, we had great partners. Without them we would hardly have managed to produce such a*

high-quality print product. Arctic Paper, Classen Papier, Lechte Medien, Bölling Prägedrucksachen und Rahe-Rohling Buchbinderei all helped turn our first publishing work into a real gem.

*What prompted you to start up your own publishing company?*

For a long time we had both wanted to publish books on graphic design, photography and typography. Orange Box Design is a good start. We'll see how it is received.

The book is available from 12ender Verlag for 10 Euros: [www.12ender-verlag.de](http://www.12ender-verlag.de)

Die farbenfrohe Kistenkunst aus Amerika nahm 1877 ihren Anfang, als Joseph Wolfskill den ersten Eisenbahnwagen mit Orangen auf die Reise von Kalifornien nach Osten schickte. Um sich von anderen zu unterscheiden und die eigene Region anzupreisen, beauftragten die Erzeuger talentierte Künstler und Drucker Werbeaufkleber für die Holzkisten herzustellen.

Seit 1880 deutsche Immigranten die Lithografie nach Amerika brachten wurden bis 1950 tausende Labels mit den unterschiedlichsten Motiven und Markennamen produziert.

Schon während des 2. Weltkrieges, entgütigt aber durch die Rationalisierung danach lösten Pappkartons die teureren Holzkisten ab. Die von Stempeln ersetzten Labels blieben in Packhäusern und Druckereien liegen und wurden bald vergessen.

Erst in den siebziger Jahren begannen sie wieder Interesse als nun beliebte Sammelobjekte zu wecken. //

**This colourful box art started out in America in 1877, when Joseph Wolfskill sent the first wagonload of oranges by rail from California to the east coast. As a way of making his produce stand out and of promoting his own region, Wolfskill engaged talented artists and printers to produce advertising stickers for the wooden crates. Then, once German immigrants had brought lithography to America in 1880, the way was open to produce thousands of labels with all kinds of designs and brand names. This continued right up until 1950.**

**By the Second World War, latest during rationing, wooden crates were being replaced by cardboard boxes.**

**The redundant labels, now superseded by stamps, were stored away in packaging warehouses and printers, and soon forgotten. In the 1970s interest revived and now these labels are popular collector's pieces.**

