

von links:
Kalender des Jahres 2005: Bambus 2005 (42,50 x 52 cm) mit Fotografien des bekannten japanischen Fotografen Shinji Takama, der einfühlsam die Eleganz und Schönheit einer faszinierenden Pflanze in Szene gesetzt hat.

Limitierte Auflage: Der DuMont Art Kalender 2005 (49,50 x 68,50 cm) mit herausragenden Werken der Gegenwartskunst von Sigmar Polke, David Hockney, Erik Fischl, Gerhard Richter u. a.

Kultmarken: DuMont Kalenderverlag

Von der Kunst zum Kult

Katzen, Kinder, Kirchen – kein Thema, zu dem nicht Kalender zu haben wären. Dabei spielt die simple Visualisierung der Zeiteinteilung eine immer geringere Rolle, gestochen scharfe Fotos und höchste Druckqualität werden hingegen immer wichtiger – schließlich geht es um Lifestyle für ein gemeinsames Jahr. Viele Kalender des DuMont Kalenderverlags erscheinen seit Jahrzehnten und haben eine große Fangemeinde – eine Kultmarke eben.

Der DuMont Kalenderverlag ist mit deutlichem Abstand der bekannteste Kalenderverlag in Deutschland. Er ist ein eigenständiges Tochterunternehmen der Kölner Unternehmensgruppe M. DuMont Schauberg, die ihre Verlagstätigkeit bis auf das Jahr 1620 zurückführen kann. Zum Mutterhaus gehören neben dem Kalender- auch ein Buchverlag, Beteiligungen an Hörfunksendern und Fernsehproduktionen sowie die Tageszeitungen Kölner Stadtanzeiger, Kölnische Rundschau, Mitteldeutsche Zeitung und der Express. Der DuMont Buchverlag wurde im Jahr 1956 gegründet und im Jahr 2001 entsprechend seiner Programmsegmente in den DuMont Literatur- und Kunstverlag, den DuMont Reiseverlag und den DuMont monte Verlag aufgeteilt. Ende 2003 wurde das Buchprogramm des DuMont monte Verlages eingestellt. Die Kalenderproduktion wurde jedoch weiter fortgeführt, seit 2004 unter der Firmierung DuMont Kalenderverlag, der von Michael Gilles geleitet wird.

Am Anfang war die Kunst

Der DuMont Buchverlag spezialisierte sich anfangs vor allem auf qualitativ

hochwertige Kunstbücher und somit ist es nicht verwunderlich, dass der erste Kalender im Verlag ein Kunstkalender war, der bereits 1957, ein Jahr nach der Verlagsgründung, erschien: „Der Goldene DuMont Kunstkalender“. Neuartig war damals der auf Klarsichtfolie gedruckte Goldrand, der als Passepartout fungiert und jedes der Motive einrahmt. Das Kalendarium ist perforiert, sodass die Bilder nach Ablauf eines Monats als eigenständige Drucke verwendet werden können. Auf der Kalenderrückseite finden sich außerdem informative Texte mit detaillierten Erläuterungen zu den Kunstwerken und Künstlern. Jedem Kalender liegen zwei zusätzliche Grafiken bei. Der Erfolg blieb nicht aus: Der Kunstkalender eroberte sich trotz seines damals noch recht hohen Preises ein treues und interessiertes Publikum. An dem Konzept hat sich seit fast 50 Jahren kaum etwas geändert. Seit 1960 ist „DuMonts Großer Kunstkalender“ mit seinen großformatigen Meisterwerken der Klassischen Moderne fester Bestandteil des Programms. Die hohe Reputation des Verlags, insbesondere im Hinblick auf die zeitgenössische Kunst, führte zu Beginn der



Michael Gilles, Geschäftsführer des DuMont Kalenderverlags: „Um unsere hohen Ansprüche umsetzen zu können, lassen wir unsere Kalender ausschließlich in Deutschland drucken und verarbeiten. Denn während unsere Mitbewerber mit teilweise bis zu 600 Kalendern auf den Markt drängen, konzentrieren wir uns auf das, wozu uns unsere Marke „DuMont“ verpflichtet: ausgewählte Meisterwerke der Malerei und der Fotografie zu zeigen, eine hochwertige Abbildungsqualität zu bieten sowie die Liebe zum Detail bei jedem einzelnen Titel unseres Hauses immer wieder unter Beweis zu stellen.“

(Foto: Stefan Worrington)



Ernst Brücher, Gründer des DuMont Buchverlags: „Für mich sind Kalender eine höchst lebendige Materie. Man kann mit ihnen innerlich auf Reisen gehen: Kunst, die wunderbare, in ihren verschiedensten Facetten erleben, ebenso die herrliche Natur mit ihrem Reichtum an Farben, Formen, Licht und Bewegung. Man kann in die leuchtenden Gärten der Jahreszeiten gehen, aber auch an Kochtöpfen schnuppern oder köstliche Kuchen backen. Oder begibt sich auf Reisen in Landschaften und ferne Länder: Man staunt und ist beglückt!“

(Foto: Kurt Steinhausen)

siebziger Jahre des vergangenen Jahrhunderts zur Geburt des „DuMont Art-Kalenders“, der sich ausschließlich der zeitgenössischen Malerei widmet. Das Besondere daran: Die jährliche Auflage ist auf 2000 Stück limitiert, was den Kalender zu einem wahren Liebhaberobjekt hat werden lassen.

Das Programm wird erweitert

Ende der 1970er Jahre erschienen die ersten Fotokunstkalender wie „Poetische Landschaften“ mit stimmungsvoll eingefangenen Aufnahmen naher und ferner Länder. In den achtziger Jahren kamen Peter T. Schulz und seine humorvollen Bildgeschichten vom „Ollen Hansen“ hinzu sowie Christel Rosenfelds „DuMonts neuer Küchenkalender“, der seit Jahren einen Platz unter den Top 5 der bestverkauften Kalender in Deutschland einnimmt.

Der Verlag heute

Eine weitere Besonderheit des Kölner Kalender-Verlages ist der „Kalender des Jahres“. Hierbei handelt es sich um die Wiederauflage eines bereits erschienenen Kalenders, der aufgrund der großen Nachfrage nochmals aufgelegt wird. Für das Jahr 2005 ist

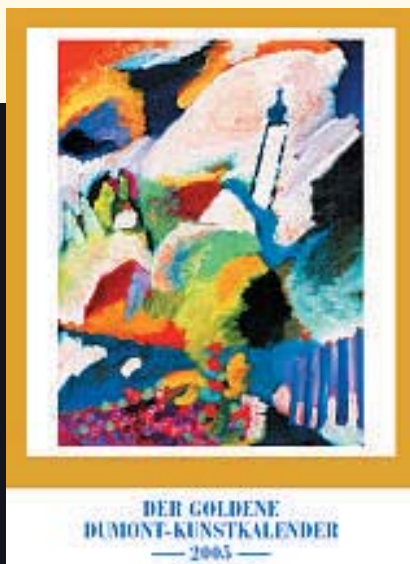
dies der Kalender „Bambus 2005“, der erstmalig im Jahr 1997 erschien. Heute veröffentlicht der Verlag ca. 120 Kalender pro Jahr, die in verschiedenen Rubriken zusammengefasst werden. Dazu gehören die Bereiche Kunst, Architektur, Landschaftsfotografie, Küche, Garten, Reise, Hobbys, Tiere, Sport, Familie und Kinder. Die Formate der Kalender reichen von großen Posterformaten bis zu Tischformaten, deren Motive auch als Postkarte versandt werden können. Die so genannten Broschürenkalender bieten neben einem Kalendarium mit viel Platz für Notizen in der Regel auch Zusatzinformationen wie Rezepte und Wissenswertes zum Thema. Alle Kalender des DuMont Kalenderverlags werden ausschließlich in Deutschland gedruckt und verarbeitet.

Neben seinem offiziellen Kalenderprogramm bietet der DuMont Kalenderverlag auch die Möglichkeit, bestehende Kalender für den Einsatz als Kundengeschenk mit Firmenlogo und Werbetext zu personalisieren oder einen individuellen Kalender zu gestalten. Auch den weltweiten Einzelversand übernimmt das Unternehmen auf Wunsch.

(www.dumontkalender.de)

Der Klassiker:

Der Goldene DuMont Kunstkalender 2005 (29,50 x 42 cm) wird seit Jahren geschätzt und geliebt. Auf dem Foliendeckblatt sorgt ein goldener Rahmen für eine edle Präsentation der gezeigten Meisterwerke, die mit Kompetenz ausgewählt und mit höchster Sorgfalt reproduziert wurden. Als Extra gibt es zwei Grafiken sowie Erläuterungen zu den Künstlern und Gemälden auf einem separaten Textblatt.



Der Renner: DuMonts neuer Küchenkalender – unter dem Motto „Liebe geht durch den Magen“ (42 x 29 cm) zeigt er unnachahmliche Gemüse- und Früchtestillleben, fotografiert von Christel Rosenfeld, garniert mit praktischen Rezepten für schmackhafte Gerichte zu jeder Jahreszeit.