

Engagement im GFZ

Es ist so eine Sache mit dem Engagement in einem Verein: Entweder man macht nichts, oder man ist gleich an vielen Orten eingebunden. Ein solches Engagement endet meist in Vorstandstätigkeiten, regelmässigen Sitzungen und oftmals noch drei bis vier Grossprojekten, welche alle zusätzliche Arbeit und weitere Sitzungen bedeuten.

Von JENNIFER BÄCHTOLD

Es ist der letzte Donnerstagabend im Monat, Schauplatz ist das Sekretariat der «gib»Zürich-Kaderschule im Zürcher Seefeld. Rund zehn Personen zwischen 24 und 63 Jahren haben sich versammelt, um verschiedene Aktivitäten des Grafischen Forums Zürich (GFZ) zu organisieren und zu koordinieren. Es wird viel diskutiert, gelacht und auch geplaudert. Man kennt und schätzt sich – das ist zu spüren.

Das GFZ lebt von Freiwilligenarbeit, also auch von viel Engagement. Mit dem Modell von Vorstand und freien Mitarbeitenden kann aber jeder selber entscheiden, ob er den kleinen Finger oder die ganze Hand geben möchte. Der von den Vereinsmitgliedern gewählte Vorstand verpflichtet sich gemäss den Statuten gegenüber dem Verein und den Mitgliedern. Nicht so die freien Mitarbeitenden. Als solcher bezeichnet sich auch Piotr Lisowski, der seit 25 Jahren aktives Mitglied im Grafischen Forum Zürich ist.



Piotr Lisowski (zweiter von rechts), der seit 25 Jahren aktives Mitglied im Grafischen Forum Zürich ist, erläutert seine Vorstellungen, das GFZ noch attraktiver zu machen. Die Arbeit im GFZ lebt von Freiwilligenarbeit, also auch von viel Engagement. Da ist nach getaner Arbeit durchaus auch ein Glas Wein erlaubt.



Piotr, was bringt es dir, als freier Mitarbeiter im GFZ dabei zu sein?

Piotr Lisowski: Als neugierige Person profitiere ich enorm von den permanenten Weiterbildungsmöglichkeiten des GFZ, vor allem bei den Seminaren mit der Möglichkeit, nicht nur Fragen zu stellen, sondern auch Antworten zu bekommen. Die grosse Themenvielfalt eröffnet mir stetig neue Horizonte. Als freier Mitarbeiter kann ich sogar die Themen-

wahl mitgestalten und nicht nur das bestehende Angebot passiv konsumieren. Last but not least bietet mir das GFZ ein breites Netzwerk, nicht nur in fachlicher Hinsicht!

Wie bist du denn zum GFZ gekommen?

Als «gib»-Dozent war ich automatisch Mitglied beim GFZ – auf einen Tipp eines Arbeitskollegen hin, habe ich zum ersten Mal ein Seminar besucht und daraufhin regelmässig an

fast allen Seminaren teilgenommen. Als zu den GFZ-Seminaren immer weniger Besucher kamen, habe ich mir gesagt, dass etwas dagegen getan werden muss, und habe mich als freier Mitarbeiter zur Verfügung gestellt.

Was bedeutet das, freier Mitarbeiter zu sein, und wie wählst du deine Projekte beim GFZ?

Als Dozent kann ich es mir nicht leisten, nicht à jour zu sein. Als freier



DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE DER SCHWARZEN KUNST

Zwölf Begriffe der Druckersprache (Aushängebogen, Schnellschuss, Spiess, Jungfrau, Hochzeit, Ausschlachten, Speck, Schimmelbogen, Zwiebfisch, Blockade, Cicero und Schweizerdegen) umfasst dieser Zyklus mit Zeichnungen von Carlfritz Nicolay. Jedes Blatt im Format 30 x 42 cm.

Einzel zu beziehen für 15,00 € je Blatt oder 12 Blätter im Set für 150,00 €.

arcus design & verlag oHG, Ahornweg 20, 56814 Fankel/Mosel, Telefon: 0 26 71 - 38 36, info@arcusdesigns.de



Mitarbeiter besuche ich nicht nur Seminare, sondern bin mitten im Geschehen und kann mir Projekte nach meinem persönlichen Interesse anschauen. So zum Beispiel das Guerilla-Seminar «Medien für Blinde». Mich interessierte, wie sich die Produktion in Brailleschrift weiterentwickelt hat – so brachte ich den Vorschlag in einer Vorstandssitzung ein und organisierte nach der Zustimmung das Seminar zu diesem Thema. Auch Nachhaltigkeit und Umweltverträglichkeit bei Verpackungen thematisierte ich bei einem von

Personen Raum bieten, die in der Gruppe neue Themen erarbeiten. Optional bietet das GFZ Hilfestellung, die erzielten Erkenntnisse zu veröffentlichen.»

Nach der Sitzung geht es ins «Vipasa» – Abendessen und ein gutes Glas Wein sind die letzten Punkte auf der Traktandenliste. Die Diskussionen drehen sich jetzt um Gott und die Welt, quer durcheinander, alle mit allen. Trotzdem ergibt sich die Möglichkeit, Piotr Lisowski noch etwas weiter auszufragen:

Wo siehst du die Vorteile für Einzelpersonen und Unternehmen?

Prinzipiell denke ich, gut ausgebildete Mitarbeitende sind das Wichtigste für jedes Unternehmen. Egal ob als Privatperson oder als Firmenmitglied, vom breiten Angebot des GFZ kann jeder profitieren. Und als Firmenmitglied bietet sich der Vorteil, dass sämtliche Mitarbeitende zu Vorzugskonditionen an den GFZ-Seminaren teilnehmen können – wer sonst bietet so breit gefächerte Weiterbildung zu so günstigen Konditionen?

Was ist denn das Zielpublikum für das GFZ?

Das GFZ wendet sich an alle, die einen offenen Geist haben und den Austausch suchen. Leider bemerke ich des Öfteren, dass dies vor allem bei jüngeren Leuten etwas fehlt. Das GFZ möchte hier möglichst viele Junge erreichen und somit auch das Interesse und den Ehrgeiz für mehr wecken!

Gegen 22 Uhr beginnt sich die Gruppe aufzulösen. Die Züge ab dem Bahnhof Stadelhofen bringen Vorstandsmitglieder und freie Mitarbeitende in alle Himmelsrichtungen. Doch es ist klar, was diese heterogene Gruppe verbindet: ein Engagement beim Grafischen Forum Zürich.

› www.gfz.ch

Allianz Schweizer Werbeagenturen

ASW zelebrierte 50-jähriges Bestehen

Die ASW Allianz Schweizer Werbeagenturen feierte Anfang Juni ihren 50. Geburtstag. Im Beisein von mehr als 90 Mitgliedern und Gästen wurde im altherwürdigen Grandhotel Giessbach bei Brienz nach allen Regeln der Kunst gefeiert.

Nach einer kurzen Generalversammlung folgte ein ausgiebiger Apéro, bei dem der wunderschöne Blick auf den Brienzensee genossen werden konnte. Im Anschluss begab sich die Festgemeinde in den «Salon Belle Epoque», wo in edlem Ambiente ein standesgemäßes Dinner zelebriert wurde.

Natürlich durften im Rahmen dieser Jubiläumsfeier auch ein paar Ehrungen nicht fehlen. Der alte und neue ASW-Präsident Michael Waldvogel



Der wiedergewählte ASW-Vorstand (von links): Benno Frick, Geschäftsführer (Frick & Partner), Andy Ruf (Werbeagentur RUF ASW), Michael Waldvogel, Präsident (idfx AG), Roger Bosshart (Dynamite AG), Roland Friedl, Vizepräsident (friedl id.com) und Claude Hitz, Past President (ergo communication asw).

überreichte den drei «dienstältesten» ASW-Agenturen Ecknauer + Schoch (Herisau), JJM Monnin (Hombrechtikon) sowie Weiss Communication + Design (Biel) je eine Flasche erlesenen Champagner. Alle drei Agenturen sind bereits seit 33 Jahren oder länger bei der ASW.

Ebenfalls in den Genuss je einer Flasche Edelsprudel kamen die ASW-Mitglieder Markus Ender und Andy Ruf, die im Gründungsjahr der ASW geboren wurden und in diesem Jahr zudem ihren 50. Geburtstag feiern. Und last but not least erhielt eines der jüngeren ASW-Mitglieder, die Agentur himmelblau aus Burgdorf, ihr Aufnahmediplom.

Am Samstag Vormittag wurden zwei verschiedene Ausflugs-Programme in Angriff genommen. Während die geplante Wanderung auf der Axalp wegen einer geschlossenen Schneedecke und komplett durchnässter Hänge kurzerhand in eine Begehung der Giessbacher-Wasserfälle umdisponiert werden musste, setzten knapp 30 Werber mit dem Schiff nach Brienz über und besuchten dort sowohl das Schweizer Holzbildhauerei Museum als auch einen Holzschnitz-Workshop.

› www.asw.ch

mir organisierten Seminar: «Kann man umweltschonend verpacken?». Ausserdem führte ich ein Seminar zu einem hochaktuellen Thema durch: Crossover-Media oder print2web.

Zurück bei der Sitzung. Es werden gerade die Halbjahresthemen für das Frühjahr 2013 besprochen: «Das Buch – gestern, heute und morgen». Piotr Lisowski erklärt das Konzept: «Wir haben jetzt neu zu den bewährten Guerilla-Seminaren auch ein Jahresthema. Damit verfolgen wir ein Thema über einen längeren Zeitraum hinweg und greifen verschiedene Blickpunkte auf. Diese wiederum präsentieren wir in eingängiger Form unseren Mitgliedern. Daneben greifen wir mit unseren Guerilla-Seminaren weiterhin topaktuelle Themen in Seminaren auf.» Des Weiteren wird aus der Runde erklärt, dass zum Jahresthema auch ein Film produziert wird plus vermehrt Co-Working-Spaces zum Einsatz kommen sollen. Co-Working-was? Piotr Lisowski klärt auf: «Die Co-Working-Spaces sollen für solche

