

Von Hans-Georg Wenke

Bekenntnis zum Papier

Druckerei inszeniert eine unkomplizierte Präsentation mit Aha-Effekten für Konsumenten

BERICHT



Marketing muss nicht kompliziert sein. Öffentlich Aufmerksamkeit erzielen Druckereien,

wenn sie das kommunizieren, womit man sie logischerweise verbindet: mit bedrucktem Papier. Elektronik, Computer, digitales, mag ein brancheninterner Hype für Experten sein. Bedrucktes Papier beziehungsweise Papier generell kann nach wie vor faszinieren. Wenn es nicht sogar zur Zeit eine Renaissance erlebt.

Ein mittelständisches (schon bisher proaktives) Druckereiunternehmen wagte ein Experiment und siegte souverän. Nicht weniger als 300 Personen (Printbuyer, Interessenten und Fachleute) kamen zur »papiermesse 04« in Schaan, Liechtenstein.

Idee und Initiative gehen auf Peter Göppel zurück, Inhaber der BVD Druck+Verlag AG am Ort. »Ich war erstaunt und überrascht, wie kooperativ die Papierhändler meine Idee unterstützt haben«, sagte der Firmeninhaber. Zusammen mit kooperierenden Buchbindereien und der Liechtensteiner Post präsentierte sich im Rathaussaal Schaan eine kompakte Informationsshow, die von kurzweiligen Präsentationen und Vorträgen in inspirativer Bühnenatmosphäre begleitet war.

Zurück zu den Wurzeln

Da durfte über trendy Damenhandtaschen aus bedrucktem Papier ebenso gestaunt werden wie über aus Rest- und Altpapier recycelte Briefumschläge. Es präsentierte sich die handwerkliche faszinierende Vielfalt buchbinderischen Könnens mit soliden Büchern, repräsentativen Mappen und attraktiven Einbänden und Buchumschlägen. Auf starkes Interesse stießen Designer- und Spezialpapiere, die dank emotional anregender Haptik ein probates, leider von Gestaltern sträflich vernachlässigtes Mittel der expressiven Kommunikationsbotschaft sind. »Papier ist oft viel wirkungsvoller und vor allem intensiver wirkend als Typografie alleine sein kann«, sagte überrascht und nachdenklich ein Besucher.

Die Papiergroßhändler beantworteten in sehr intensiven individuellen Gesprächen konkrete Fragen aus



Der Initiator der Papiermesse: Peter Göppel, Inhaber der BVD Druck+Verlag AG.



Gestaltung und Technik, etwa die Eignung der Papiere für vorgesehene Bedruck- und Verwendungszwecke. Anders als im Tagesgeschäft der Druckereien, das durch eine gewisse Hektik geprägt ist, fand man bei diesem überschaubaren Event (endlich!) einmal Zeit, in Ruhe, um nicht zu sagen, mit Muße über solche prinzipiellen Fragen zu sprechen. Auch insofern wurde der Sache ein guter Dienst erwiesen.

Die Veranstalter waren zufrieden, der lebhaftes Zuspruch aus Kunden- und Interessentenkreisen zeigt, dass Druckereien in der Öffentlichkeit Kompetenz und Profil zeigen und glaubhaft vertreten können.

Eine solche Initiative kann man nur loben. Das »Zurück zu den Wurzeln« ist kommunikations- und marketingstrategisch ein solider und vor allem sehr glaubwürdiger Schritt in die Bewahrung einer zukunftsichernden Position im Wettbewerb der Medien. Glückwunsch, das Gute ist eben oft das Nahe liegende. Und umgekehrt.