

Caminantes Grafico

Drei Monate durch die USA bis nach Mexiko als Grafiker «auf der Walz». Es ging nicht ums Geldverdienen, sondern um gratis Arbeiten für Kost und Logis. Ein Abenteuer, das Stefan Huber und Michael Scherrer-Kast bis heute fasziniert.

Von Klaus-Peter Nicolay

«Gestatten, Gringografico.» So klopfen sie an die Türen grosser und kleiner Agenturen entlang der Panamericana von Vancouver bis Peru. Im Gepäck das mobile Büro, Laptop, Kamera, Skizzenbücher & Co. Aber auch Schlafsack, Kocher, Klopapier. Zwei Grafikdesignstudenten in gleicher Kluft. Vom Gringografico-Logo bis zur leuchtenden Hüfttasche. Sie boten Ideen und Anpacken gegen Kost und Logis auf dem Weg nach Süden – on the road. Sechs Monate mit allen Hochs und Tiefs, die Eingang fanden in ein Roadbook. Dass ihnen erst ein Magna-cum-laude-Diplom an der FH Wiesbaden und dann einen Vertrag beim Verlag Hermann Schmidt in Mainz einbrachte. Ein Buch, in dem Benjamin Bartels und Maximilian Kohler den Leser mit auf die Reise nehmen. Mit Erlebnissen, Agentureinblicken, Tipps und Tricks, Geschichten zum Lachen und solchen zum Luft anhalten.



Benjamin Bartels | Maximilian Kohler
GRINGOGRAFICO On the road for food and fame

Zwei Designer auf der Walz
168 Seiten mit zahlreichen Anregungen, Beweisfotos, Reise-Erinnerungen, Kreativleistungen, Skizzen und Zeichnungen. Format 17 x 24 cm. «Taschen-Buch» mit einer Sticker-verzierten, bedruckten Gürteltasche als Bucheinband. Euro 39,80 | CHF 68,- (UVP); ISBN 978-3-87439-738-4.

«SO ETWAS MACHEN WIR!» Dieses Buch, die Story dahinter und die Idee fanden die beiden Schweizer Gestalter Stefan Huber und Michael Scherrer-Kast so reizvoll, dass sie sich spontan entschlossen: «So etwas machen wir!» Und was nach den Worten der beiden eher untypisch für sie sei: Zwei Jahre Planung wurden einkalkuliert, bevor es losgehen sollte. Das «Aufgleisen» nahm entsprechend viel Zeit in Anspruch. Wo und wann soll es losgehen, wie lange kann der Trip dauern und bekommt man überhaupt so lange unbezahlten Urlaub? Allesamt Dinge, die minutös organisiert werden mussten. Ebenso wie die Entscheidung, dass man sich in den USA einen Mini-Van kaufen, dieses dann umbauen und nach der Tournee wieder verkaufen wollte – was sich als nicht ganz so einfach darstellte. In den USA ticken die Uhren eben anders, wenn man kein Bürger der Vereinigten Staaten ist. Wovon beide ein Lied



singen könnten. Am Ende hatte man mit acht (mehr oder weniger vertrauenswürdigen) Autohändlern zu tun, ist insgesamt 7.021 km gefahren, bewegte sich durch zwei Zeitzonen und erlebte Temperaturen zwischen -23° C und $+35^{\circ}$ C.



«BRACHIAL-SIEBDRUCK» Doch vor dem Start Anfang Januar 2011 gab es noch einiges zu tun. Für das Projekt wurde ein Name gesucht und mit Caminantes Grafico eine entsprechende Umschreibung für die Tour gefunden: «Wanderer in Sachen Grafik» lässt es sich salopp umschreiben. Ein Erscheinungsbild musste her, eine Website als Portfolio, Bewerbungsmittel und Blog sowie eine Art Uniform, bestehend aus selbst bedruckten T-Shirts, Buttons und Stickern. «Wir wollten so viel wie möglich selbst machen», auch wenn es, wie Stefan Huber erläutert, im «Brachial-Siebdruck» sein musste.

Den ersten Job hatten die beiden in San Francisco bei dem Designer Jean-Benoit Levy, der schon in der Schweiz tätig war und zahlreiche Projekte wie Plakate, Briefmarken etc. durchgeführt hatte. Und wie bei allen folgenden Jobs ging es nicht ums Geldverdienen, sondern darum,

VSD-Forum 2012 am 28. Juni in Bern



Mit einem umgebauten Mini-Van ging es auf die Reise.



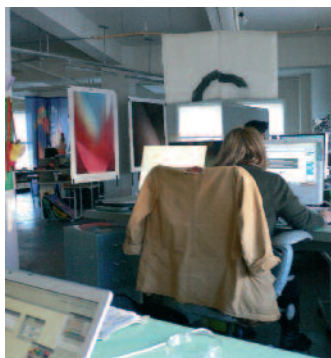
Mit dabei eine mobile Siebdruck-Ausrüstung.

gratis zu arbeiten für Kost und Logis. Zunächst gestalteten die beiden Plakate, beim nächsten Job in Los Angeles ging es beim «Script about Typography» eher um Autorenarbeit, für einen Filmemacher und einen Künstler erarbeiteten sie jeweils eine Website. Insgesamt arbeiteten sie vor allem an Projekten, die später von anderen weitergeführt wurden.

HARTER KAMPF UM AUFTRÄGE Dabei waren die Arbeitsplätze so unterschiedlich wie ihre Jobs. «Wir hatten einmal einen «Coworkingspace», eine Stube und ein Schlafzimmer samt Familienanschluss, wir arbeiteten in einem typischen Design-Studio, aber auch in einem Garten», erzählt Stefan Huber. «Wir hätten eigentlich endlos arbeiten können», erzählt Michael Scherrer-Kast, doch sie wollten auch noch etwas mehr vom Land und seinen Menschen sehen. Und diese Begegnungen waren der unterschiedlichsten Art. Man besuchte Vorträge, wurde auf Parties eingeladen, lernte dort weitere interessante Menschen kennen und hat nach den Worten der beiden «unglaublich viel und Typisches über die Westküste der USA gelernt.»

«Wir haben wirklich einen Eindruck gewinnen können, wie US-Grafiker arbeiten und wie sie an ihre Jobs herangehen. Und erstaunlich genug: auch bekannte Designer müssen in den USA wirklich hart um ihre Aufträge kämpfen», erklärt Michael Scherrer-Kast.

«Für mich ist es immer interessant Dinge zu erleben, zu denen ich bisher keinen Zugang hatte. Das hat zwar vielleicht keinen direkten Nutzen, die Erfahrung könnte aber in einigen Jahren hilfreich sein», resümiert Stefan Huber. Zumindest war es für die beiden Designer ein Abenteuer, von dem sie ihr Leben lang noch erzählen können.



Kunden zeitgemäss betreuen – vom CRM bis Social Media

Auf Drucksachen sind wir spezialisiert, doch meistens können wir auch Webseiten generieren oder gar vorhandene Inhalte auf das Mobilephone und das iPad bringen. Technisch gesehen sind wir fit, was vielen Druckereien fehlt, ist die richtige Vermarktung.

Am VSD-Forum 2012 zeigen drei Marktspezialisten auf, wie heute zeitgemäss und professionell kommuniziert wird. Als Printunternehmen stützen wir uns zuerst auf das Directmarketing, ein ausgezeichneter Fachmann sowie Inhaber einer Spezialagentur, zeigt, wie eine solche Kampagne richtig aufgesetzt wird. Dann befassen wir uns mit Social Media, um das keine Kommunikationsfirma mehr herumkommt. Auch da konnten wir einen Profi verpflichten, der seit mehreren Jahren für bedeutende Anbieter ihre Präsenz in Facebook & Co aufbaut. Ein dritter Beitrag befasst sich speziell mit dem Verkauf respektiv den Anforderungen, die heute nötig sind, um als Key-Accounter im hart umkämpften Markt erfolgreich agieren zu können.

Durch das Forum führt der Chefredaktor der bedeutendsten Kommunikationsfachzeitschrift, er lädt die Referenten abschliessend zu einem Gespräch ein. Mit dabei ist zudem ein grafischer Fachmann und Werber, der mit seinen pointierten Äusserungen die Branche immer wieder wach rüttelt.

Deshalb lohnt es sich, den Termin (Donnerstag, 28. Juni 2012, 16:00 Uhr) sowie den Ort (Hotel Bellevue, Bern) sofort zu notieren.

Sie haben mich neugierig gemacht! Gerne erwarte ich Ihre Einladung mit Programm für das Forum 2012.

Name _____

Firma _____

Adresse _____

Telefon/E-Mail _____

Talon faxen (031 352 37 38) oder einsenden an:

Verband der Schweizer Druckindustrie, Schosshaldenstrasse 20, 3006 Bern