

Der Print-Award für die Schweiz

So jung der **SWISS PRINT AWARD** auch ist, hat er dennoch eine Geschichte, wenngleich auch nur eine eher bescheidene. Denn er ist aus dem **DRUCKMARKT-AWARD** hervorgegangen, den das Schweizer Management-Magazin 2004 erstmals ausgeschrieben hatte.

Intension des Awards war es herauszufinden, ob Schweizer Drucker die sprichwörtlichen «Schuster mit den schiefen Leisten» sind oder ob sie «Appetit auf Drucksachen» machen. Noch beim ersten Award protzten Druckereien in ihren Eigendarstellungen mit Druckmaschinen, als sei es für die Kunden wichtig, zu wissen, wie eine Produktionsmaschine aussieht. Doch schnell wandelte sich die Präsentationsform: Immer mehr wurde die Drucksache an sich in den Vordergrund gestellt, die Möglichkeiten der Veredelung und der Umgang mit haptischen Papieren aufgezeigt. Das ist auch so geblieben, hat sich verfeinert und zeigt damit den Wandel in der Kunden-Kommunikation.

Gleichzeitig hat sich seit der ersten Ausschreibung des **DRUCKMARKT-AWARD** 2004 die grafische Welt gewaltig verändert. Nicht nur die Strukturen, die Branche und ihr Umfeld haben sich gewandelt, auch die Art und Weise, wie Drucksachen hergestellt werden. Nicht billigeres Produzieren ist gemeint, sondern dass an einer arbeitsteiligen Produktion kein Weg mehr vorbeiführt. Einzelarbeiten werden zur Ausnahme, stattdessen sind es Teams, die bei vielen Druck-Objekten zusammenarbeiteten. Auftraggeber, Agenturen, Fotografen, Papierlieferanten, Druckereien und Buchbinder schaffen Werke, die sich nicht auseinander dividieren und kaum auf Einzelleistungen herunterbrechen lassen.

Nicht zuletzt diese Gründe hatten die Jury des **DRUCKMARKT AWARD** dazu bewogen, die Kriterien des Awards auszuweiten. Jeder, der an einer Drucksache beteiligt ist, kann nunmehr Arbeiten zum **SWISS PRINT AWARD** einreichen. Damit erweiterte sich der Kreis möglicher Teilnehmer. Zudem wurden weitere Kooperationspartner gewonnen und der Name des Wettbewerbs in **SWISS PRINT AWARD** geändert.

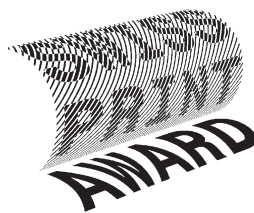
Doch blieb es auch beim Relaunch dabei, Arbeiten auszuzeichnen, die «Lust auf Print» machen und die das Gedruckte in seiner Bedeutung innerhalb des Medien-Mix bestätigen und stärken.

Den **DRUCKMARKT-AWARD** gibt es nicht mehr, doch die Idee lebt weiter. Im Andenken an den 2012 verstorbenen *asw*-Geschäftsführer **PETER GROB**, der den Award von Beginn an mit vorangetrieben hat, wird im Rahmen des **SWISS PRINT AWARD** der **PETER-GROB-PREIS** als Sonderpreis verliehen. Dieser Preis muss nicht, kann aber jährlich vergeben werden und soll herausragende Arbeiten im Bereich «Eigenwerbung von Druckereien und Agenturen» auszeichnen und damit an die Wurzeln des **DRUCKMARKT-AWARD** erinnern.

Mit dem geänderten Namen wurde auch ein neues Erscheinungsbild geschaffen. Als Logo wurde eine Wortmarke gewählt, die um Elemente der Drucktechnik angereichert wird und eine Beziehung zu typografischen Gestaltungsmitteln, Farben, Reproduktion, Drucktechnik, Haptik sowie Veredelungen herstellen. Die Gestaltungsmittel sind der Ästhetik von Teststreifen bei Druckbögen entlehnt. Cyan, Magenta und Yellow werden in Kombination mit Grau verschmolzen und bilden zusammen mit gerasterten Flächen eine Reminiszenz an druckspezifische Besonderheiten.

Auch wenn es zunächst fremd erscheinen mag, dass es für die Gewinner des Awards statt eines Pokals eine Steinplatte gibt, hat das seine Gründe. Die in Zürich «handgeschöpfte» Betonplatte im Format A4 symbolisiert einen Bogen Papier mit seiner eigenwilligen Struktur, die den Award zum Unikat macht. Der Abguss aus der Negativform mag zudem an ein Klischee erinnern. Die tiefer liegende Jahreszahl steht für Drucktechniken im Allgemeinen. Und nicht zuletzt soll mit diesem außergewöhnlichen Award ein Hinweis darauf gegeben werden, dass zeitgemässes und zukünftiges Drucken nicht immer nur papiergebunden sein muss und dass das Drucken die zweite Dimension längst verlassen hat. Individuell bedruckt wird der Award übrigens im Siebdruck.

Um dem Award noch mehr Bedeutung zu verleihen, findet die Übergabe der Awards 2014 im Rahmen eines hochkarätigen Events statt: am *Papyrus-Symposium* in Bern. Die Preisverleihung während dieses Events bietet damit eine grössere Kulisse als das bisher eher private Umfeld und verspricht ein vor allem prominentes Auditorium.



Träger des «Swiss Print Award» sind die Zeitschriften «Druckmarkt Schweiz» und «viscom print @ communication», *asw* Allianz Schweizer Werbeagenturen, «gib» Zürich Kaderschule, der «Academy Club» der Skugra und Papyrus Schweiz.

