

# Multidimensional

Knapp 50 eingereichte Arbeiten, eine Vielfalt wie selten und ein völlig anderes Bild als noch vor Jahresfrist. Die Schweizer Werber, Designer, Drucker und Buchbinder haben einen weiteren Schritt nach vorn gemacht. Und mit ihnen der **SWISS PRINT AWARD**. Materialvielfalt, multimediales und multidimensionales gibt es zu sehen. Von Ideenlosigkeit in der Branche keine Spur. Dafür aber um so mehr Drucksachen, die *«Lust auf Print»* machen.

Von JULIUS und KLAUS-PETER NICOLAY

KASIMIR MEYER AG

*Objekt: «Trend.Welt.Bilder».*  
*Einsatz: Arbeitsinstrument für Pop-Up-3D-Anwendungen im Druck bei Industriekunden und Werbeagenturen.*  
*Ansprechpartner: Cyrill Heimgartner.*  
*Idee, Konzept: Cyrill Heimgartner, Roger Loser, Mirjam Lorenzelli, Rocio Diez.*  
*Design: Mirjam Lorenzelli, Rocio Diez.*  
*Fotos, Illustrationen: Cyrill Heimgartner, Mirjam Lorenzelli, Marcel Erb, Bildagenturen.*  
*Druck: Kasimir Meyer AG.*  
*Finishing: Kasimir Meyer AG, PEG Urdorf, Buchbinderei Burkhardt AG.*

«Alles, was erfunden werden kann, wurde bereits erfunden», soll der US-Patent-Kommissar C. H. DUELL um 1900 gesagt haben. *Microsoft*-Gründer BILL GATES war 1981 der Meinung, dass 640 KB im Computer für jedermann genug seien und dem Autopionier GOTTLIEB DAIMLER wird folgendes Zitat zugeschrieben: «Mehr als eine Million Autos wird es nicht geben; schon aus Mangel an Chauffeuren.»

Wer nachschlägt, wird noch etliches mehr an Irrtümern in der Technikgeschichte finden. Und nicht nur da. Vom papierlosen Büro war schon in den 1980er Jahren die Rede und mit der massenweisen Verbreitung der Computer bis hin in die Kinderzimmer («Es gibt keinen Grund dafür, dass jemand einen Computer zu Hause haben wollte», so KEN OLSON, 1977 Präsident von *Digital Equipment*) – spätestens aber seit den 1990er Jahren – wird dem Drucken der nahe Tod prophezeit. Von Leuten, die man ernst nehmen kann, aber auch von Leuten, die ein Interesse daran haben könnten.

Und? Print lebt – und wie! Gab es jemals eine solche Vielfalt an Drucktechniken und an Möglichkeiten, sie gezielt für ihren jeweils besten Einsatzzweck einzusetzen? Gab es jemals eine grössere Fülle an Materialien, Bedruckstoffen, Papieren und Kartons? Nein. Und es gab wohl auch noch nie Menschen, die diese Techniken und Materialien so virtuos eingesetzt haben.



HELLER DRUCK AG

Objekt: Lovebox.  
Einsatz: Eigenwerbung, Repräsentations- und Verkaufsförderung.  
Ansprechpartner: Johannes Frei.  
Idee, Konzept: Nino Izzi.  
Design: Nino Izzi, Franziska Binz.  
Fotos, Illustrationen: Franziska Binz.  
Druck: Heller Druck AG (Johannes Frei).  
Finishing: Heller Druck AG (Johannes Frei).

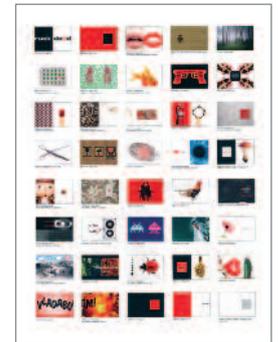


Dies zumindest hat der SWISS PRINT AWARD 2014 eindeutig bewiesen. Mustergültiges Beispiel für diese Analyse ist der diesjährige erste Preisträger des Awards, die Arbeit der Kasimir Meyer AG. In dem Werk erscheint der Druck fast nebensächlich. Imponierend sind die Pop-Ups, die dreidimensionalen Darstellungen aus Papier. Und jede einzelne Doppelseite enthält ihre eigenen, ganz besonderen Herausforderungen. Nicht nur was den Druck angeht oder das Veredeln – mit der Technik der Pop-ups begeben sich die Macher des Buches ausserdem in die Welt der Mechanik, die dem Papier und Karton Leben einhaucht. Die Kasimir Meyer AG beweist mit ihrem Referenzbuch, dass sie der Vielfalt, die Papier und das Medium Print ohne Ende haben, kompetent gerecht wird und liefert allen eine Steilvorlage, die sich mit Kommunikation der gehobenen Klasse beschäftigen wollen. Das in einer Auflage von 500 Exemplaren hergestellte Buch ist in seiner brillanten Ausstrahlungskraft geradezu ein «technisches Wunderwerk», das si-

cherlich über die nächsten Jahre für Inspiration sorgen wird.

Etwas bescheidener, dafür aber um so wirkungsvoller ist die «Lovebox» der Heller Druck AG. Hier wurde ein unternehmenseigenes Papiermusterbuch mit etlichen Zugaben versehen und so zu einer Sammlung unterschiedlicher Druck-Erzeugnisse mit fantastischen Anregungen zusammengestellt. Alles liebevoll gedruckt, ausgestattet und verarbeitet. Wenn dies nicht Lust auf Print macht, was dann?

Das gesamte Spektrum des Drucks und der Veredelungsmöglichkeiten «fackelt» auch die DE Druck AG ab. Das über 40 Seiten starke Buch, mit «Knallfolie» überzogen, zeigt auf starken Materialien ideenreich und zum Teil humorvoll die Vielfalt der Möglichkeiten an aktueller Druck- und Veredelungstechnik. Denn: Alles ist möglich.



DE DRUCK AG

Objekt: «Alles ist möglich».  
Einsatz: Eigenwerbung, die Ideen, Möglichkeiten und Kreativität von Printmedien aufzeigt.  
Ansprechpartner: Rolf Bänninger.  
Idee, Konzept: DE Druck AG, Rolf Bänninger.  
Design: ViznerBorel Werbeagentur, Gian Maurizio.  
Fotos, Illustrationen: ViznerBorel Werbeagentur, Gian Maurizio.  
Druck: DE Druck AG.  
Finishing: Format Guggenbühl.





## PETER-GROB-PREIS



Ein Video als Weihnachtsgeschenk? Ein bisschen dünn, oder? So viel Aufwand für einen Song? Aber man ist von *idfx* nichts anderes gewohnt: Die Werbeagentur aus Wädenswil hat ihren Kunden zum Jahresende wieder einmal auf besondere Art «Danke» gesagt. Der von Agentur-Inhaber und *asw*-Präsident MICHAEL WALDVOGEL (im Bild am Flügel) komponierte Song wurde arrangiert und aufgenommen von der Profi-a-cappella-Band VIVA VOCE. Für die Produktion wurde *Guave Studios* engagiert. Und entstanden ist ein Musik-Video, das wirkt, als wäre es in einer Jazz-Bar in New York aufgenommen worden: Steinway-Flügel, festlich geschmückter Weihnachtsbaum, Nebel-Effekte inklusive. Natürlich hat sich auch das *idfx*-Team in Schale geworfen und vollen Einsatz geleistet.

Aber das war nur der Auftakt. Denn wenige Tage später erhielten die Kunden einen kleinen Brief, mit dem sie an einem Gewinnspiel teilnehmen konnten. Schlicht aufgemacht, aber aufgrund des kleinen Couverts von besonderem Reiz. Im Umschlag befand sich ein mit Sicherheitsmerkmalen versehenes Rubbel-Los, dessen freige kratzte Nummer auf der Internetseite der Agentur eingegeben werden musste, um zu gewinnen. Wiederrum einige Tage später kam das versprochene Geschenk. Ein im 3D-Druck hergestellter IDEFIX, Namensgeber und Maskottchen der Agentur, samt ausführlich bebildeter Karte mit den Herstellungsschritten bis zum fertigen Idfx auf dem Holzsockel samt Kärtchen «Award». *idfx* hat sich bei dieser Aktion also selbst in Szene gesetzt, um den Kunden zu zeigen, wie sie von der Agentur in Szene gesetzt werden können. Besser kann Eigenwerbung kaum sein. Und multimedialer geht es auch kaum noch.

Ein Buch als 3D-Objekt zu bezeichnen, wäre übertrieben – selbst wenn es korrekt ist. Aber ein Buch, auch als Ausstellungskatalog, kann durchaus die vielfältigen Dimensionen des Druckens aufzeigen. Damit hat die *J. E. Wolfensberger AG* zwar ins Schwarze getroffen, doch leider nur den undankbaren 4. Platz belegt. Der 148-seitige Katalog zur Ausstellung «Gut zum Druck», die von Oktober 2013 bis März 2014 im *Schweizerischen Nationalmuseum* in Zürich lief, ist mehr als eine ausstellungsbegleitende Dokumentation. Es war ja auch nicht irgendeine Ausstellung, sie war schliesslich dem Hause *Wolfensberger* und der Künstler-Lithografie gewidmet. Dass man da keine lieblose Drucksache abliefern würde, war zu erwarten. So ist der bei BENNI WOLFENBERGER in Birmensdorf hergestellte Katalog aus typografischer, drucktechnischer und buchbinderischer Sicht ein Kunstwerk für sich – ebenso wie die 2013 von SAMUEL BURI geschaffene zwölf farbig Lithografie, die (verkleinert und sechsfarbig im Offset gedruckt) das Titelbild darstellt und von der ein dreifarbigiger Zwischenschritt das Ausstellungsplakat ziert. Eine Augenweide sind

### IDFX AG WERBEAGENTUR

Objekt: Weihnachtsfilm / 3-stufiges Mailing / Kundengeschenk.  
Einsatz: Ein Dankeschön für Kunden, Partner und Freunde.  
Ansprechpartner: Michael Waldvogel.  
Idee, Konzept: Michael Waldvogel.  
Design: Michael Waldvogel.  
Fotos, Illustrationen: Thommy Jakob.  
Druck: Möck Print, Gutenberg Druck AG.  
Finishing: Montagewerkstatt Stiftung Bühl.

neben den vielen Abbildungen historischer und aktueller Arbeiten die auf leichtem, durchgefärbtem Papier mit Silberbronzebeidseitig gedruckten Seiten, die die Kapitel der Dokumentation voneinander trennen. Diese schweizweit wohl einmalige Technik macht den Katalog um so wertvoller.

Mit ihrem eigenwilligen Papiersack, aus Makulaturbogen recycelt, zeigt die *Karl Schwegler AG*, wie aus Allerweltdrucksachen wie einem Plakat kultige Zweitverwertungen werden können. Gleichzeitig demonstriert die Zürcher Druckerei ohne viele Worte zu verlieren ihr Engagement beim nachhaltigen Drucken. Wenn dann auch noch eine Spur Humor dazukommt, wird das Präsent in guter Erinnerung – und bei den meisten auch in Benutzung bleiben. Denn das im grossformatigen Offsetdruck produzierte Plakat wurde nach dem Druck gestanzt, gerillt, sauber vernäht und gefaltet, sodass das Aufrichten des Papiersacks schon Spass macht. Die *Karl Schwegler AG* hatte zum Wettbewerb zudem ihre Imagebroschüre (Platz 8) und einen Umweltfolder eingereicht, der im Mittelfeld platziert ist, doch belegen die drei Drucksachen in ihrer Addition, dass auch Druckereien intelligente Kunden-Kommunikation umsetzen können, wenn sie nur wollen.



**KARL SCHWEGLER AG**

Objekt: Papiersack.  
Einsatz: Direktmarketing für den Grossformatdruck.  
Ansprechpartner: Daniel Baer.  
Idee, Konzept: Fix & Flex, Fredl Hofmann, Irene Müller.  
Design: Fix & Flex, Fredl Hofmann, Irene Müller.  
Fotos, Illustrationen: Fix & Flex, Fredl Hofmann, Irene Müller.  
Druck: Karl Schwegler AG.  
Finishing: Karl Schwegler AG.



**J. E. WOLFENBERGER AG**

Objekt: «Gut zum Druck».  
Einsatz: Begleitpublikation zur Ausstellung «Gut zum Druck» im Landesmuseum Zürich.  
Ansprechpartner: Benni Wolfensberger.  
Idee, Konzept: Felix Graf.  
Design: büro 146.  
Fotos, Illustrationen: Michael Bühler.  
Druck: J. E. Wolfensberger AG.  
Finishing: Buchbinderei Burkhardt AG.



Designer und Drucker: Interview mit Ruedi Källing und Benni Wolfensberger



**BUCHBINDEREI BURKHARDT**

*Objekt: Zweitbuch.  
Einsatz: Eigendarstellung,  
Verkaufsunterstützung und  
Public Relations.  
Ansprechpartner: Thomas  
Freitag.  
Idee, Konzept: Hans Burk-  
hardt.  
Design: Hans Burkhardt.  
Finishing: Buchbinderei  
Burkhardt AG.*

Als alter Bekannter und bereits Gewinner des DRUCKMARKT AWARDS hat sich auch die *Buchbinderei Burkhardt* wieder am Wettbewerb beteiligt. Allerdings nicht mit alt bekanntem, sondern wieder einmal mit einer völlig neuen Idee, dem *«Zweitbuch»*, das der langjährigen Tradition folgend, als Kundengeschenk zum Jahreswechsel versendet wird. Zielsetzung ist es, die buchbinderische Vielfalt aufzuzeigen, innovative Ideen und die eigene

Freude an der Arbeit. Dies ist auch bei der diesjährigen Arbeit zu erkennen. In dem grossen Buch mit mattschwarzem Cover, Farbschnitt und durch eine geschmiedete Stanzform geöffnete Seite steckt ein kleineres Büchlein in glänzendem Rot – ebenso elegant verarbeitet wie das gesamte Präsent. Und nicht ohne den Hinweis zu vergessen, dass sich das Team von Bubu darüber freuen würde, auch das Dritt- oder Viertbuch zu realisieren.

Dass auch der Nachwuchs der Branche zu Spitzenleistungen fähig ist, zeigen die Studenten der Fachklasse Techno-Polygraf/in des Jahrgangs von 2011 bis 2013 der *Berufsschule für Gestaltung Zürich*. Anlässlich einer Studienreise nach Belgien wurde eine Broschüre kreiert, die von den Studentinnen und Studenten nach einem vorgegebenen typografischen Raster gestaltet und mit zum Teil eigenen Fotografien liebevoll illustriert sowie getextet wurde. Zwar wurde die drucktechnische Ausführung nicht von der Fachklasse selbst, sondern von namhaften Schweizer Lieferanten, Druckereien und Verarbeitungsbetrieben realisiert, doch für den Inhalt und die gesamte Vorstufe zeichnet die Fachklasse verantwortlich, unterstützt von den Lehrpersonen WERNER MEIER und PETER ALTHAUS. Eine blitzsaubere Arbeit, die hohen Respekt verlangt.

**BFGZ**

*Objekt: Broschüre Studienreise.  
Einsatz: Projektarbeit der  
Fachklasse. Nutzung als Wer-  
bung für den Lehrgang und die  
BfGZ generell.  
Ansprechpartner: Werner  
Meier.  
Idee, Konzept: Werner Meier.  
Design: Peter Althaus.  
Fotos, Illustrationen: Studen-  
ten/innen der Fachklasse.  
Druck: Kuhn Druck AG.  
Finishing: Buchbinderei  
Burkhardt AG.*

Gleiches lässt sich aber auch für die Imagebroschüre der *Karl Schwegler AG* und das für den Kunden *aspectra ag* realisierte Kochbuch der *rb Druck AG* sagen. Mit Einfallsreichtum, solider druck- und verarbeitungstechnischer Umsetzung sind hier nicht alltägliche Druck-Erzeugnisse entstanden, die ihre Wirkung wohl kaum verfehlen. An der Unterschiedlichkeit der beiden Broschüren mag man auch erkennen, dass die verschiedenen Bindearten (einmal Flatbook und einmal Ringbin-



dung) sehr wohl auf den ersten Blick einen Hinweis auf die gewollte Wertigkeit der Drucksache geben können und sollen. Denn einmal soll das Image einer Druckerei transportiert werden und im zweiten Beispiel wird ganz bewusst auf den «Grossmutter-Kochbuch-Effekt» gesetzt.

Ohnehin scheinen die vielfältigen Finishing- und Ausrüstungsvarianten ganz offensichtlich einen hohen Stellenwert bei aktuellen Drucksachen zu geniessen. So auch bei der liebevoll gestalteten und aufwändig produzierten Weihnachtskarte der Büro Nord GmbH. Die Agentur konzipierte die Karte in drei Pantone-Farben plus Schwarz und liess das sehr filigrane Bildmotiv per Laser aus dem schwarzen Karton «stanzen». Der Versand in einem transparenten Couvert wird sicherlich mit zu der grossen Beachtung beigetragen haben.

So lässt sich an dieser Stelle bereits ein Fazit des SWISS PRINT AWARD 2014 ziehen. Mit den aktuellen Möglichkeiten des Finishings und der Veredelung wird Print erheblich aufgewertet und zum emotionalen Erlebnis. Deshalb kann man sich heute nur noch schwer vorstellen, dass eine simple 4c-Drucksache mit Rückendrahtheftung begeistern könnte – es sei denn der Inhalt, die Gestaltung oder die Haptik des Papiers an sich machen den besonderen Reiz aus.

Gerade das aber wurde uns von *Printplus* berichtet, die für den Umschlag ihrer Broschüre «PrintLive» ein Designerpapier plus Stanzung einsetzten und damit offenbar mehr Aufmerksamkeit erzielten als in den Jahren zuvor mit elektronischer Kommunikation via E-Mail und Internet.

Objektiv betrachtet, waren die zum SWISS PRINT AWARD 2014 eingereichten Arbeiten allesamt gute, zumindest aber interessante Arbeiten, die ihren Nutzen bewiesen und sicherlich auch ihren Kommunikationszweck er-



**BÜRO NORD GMBH**

Objekt: Weihnachtskarte.  
Einsatz: Weihnachtsversand zur Kundenbindung.  
Ansprechpartner: Philip Bernhard.  
Idee, Konzept: Büro Nord.  
Design: Büro Nord.  
Illustrationen: Büro Nord.  
Druck: Druckcenter am Rigi AG.  
Finishing: Stalgra AG, Fankhauser Verpackungs-Service AG.

**RB DRUCK AG**

Objekt: aspectra-Kochbuch.  
Einsatz: Publikation als Kundengeschenk.  
Ansprechpartner: Reto Baderscher.  
Idee, Konzept: Frau Schmid – Visuelle Gestaltung.  
Design: Frau Schmid.  
Fotos, Illustrationen: Frau Schmid.  
Druck: rb druck ag.  
Finishing: W. Thomann AG.

**KARL SCHWEGLER AG**

Objekt: Imagebroschüre.  
Einsatz: Präsentation der Leistungen bei Kunden und Interessenten.  
Ansprechpartner: Marcel Zollinger.  
Idee, Konzept: Egli + Partner AG.  
Design: Egli + Partner AG.  
Fotos, Illustrationen: Egli + Partner AG, Markus Bühler – Rasom, Gaby Girsberger.  
Druck: Karl Schwegler AG.  
Finishing: Buchbinderei Burkhardt AG.





**PRINTPLUS AG**

Objekt: Kundenzeitschrift PrintLive.  
 Einsatz: Versand an Kunden und Interessenten.  
 Ansprechpartner: Alex Sturzenegger  
 Idee, Konzept: Vitamin 2 AG.  
 Design: Vitamin 2 AG.  
 Fotos, Illustrationen: Fotolia.  
 Druck: howigra ag, Schmid-Fehr AG.  
 Finishing: howigra ag, Schmid-Fehr AG.

füllt haben. Vielleicht fehlte es der einen oder anderen Arbeit an der sprühenden Idee, dafür war die handwerkliche Umsetzung perfekt, andere überzeugten durch ihre Idee, dann mangelte es aber vielleicht ein wenig an der Qualität.

So lässt sich natürlich an jeder eingereichten Arbeit etwas kritisieren. Doch soll dies die Leistung überhaupt nicht schmälern. Denn oft wären es nur Kleinigkeiten, die aus einer guten Arbeit eine nahezu perfekte werden liessen. Und wenn man die eigentliche Aufgabenstellung des SWISS PRINT AWARD, eben *Lust auf Print* zu machen, als Massstab nimmt, haben auch solche Arbeiten, die nicht ganz vorn platziert sind, diese Aufgabe bravourös erfüllt.

Leider können wir nicht alle eingereichten Arbeiten auf diesem beschränkten Raum darstellen. Zumal gerade die crossmedialen Arbeiten doch häufig mehr als erklärungsbedürftig sind. Hierbei erschliesst sich nicht alles auf den ersten Blick und vieles ist bereits irgendwo im Internet verteilt, wo es nicht mehr ohne Mühe aufzufinden ist.

Vielleicht ist es auch das, was gedruckte Medien noch immer so faszinierend macht: Man findet die Informationen und Botschaften auch ohne Links und den Um-

weg Computer in komprimierter Form auf einen Blick. Auch damit hat der SWISS PRINT AWARD 2014 gezeigt, dass von Druck und Papier noch immer eine grosse Faszination ausgeht und dass Print Orientierung bietet wie kein anderes Medium. Wenn der Award mit seiner enormen Vielfalt aufzeigen kann, wie sinnvoll und wichtig papiergebundene Medien sind, wurde das Ziel des Wettbewerbs erreicht.

In diesem Sinne gratuliert die Jury des SWISS PRINT AWARD allen Gewinnern und bedankt sich bei allen, die mit ihren Arbeiten *Lust auf Print* machen und ihre Arbeiten eingereicht haben. Der gleiche Dank geht aber auch an alle, die beim aktuellen Wettbewerb nicht dabei waren, die aber dennoch Drucksachen produzieren, die dazu animieren und anspornen, schöne, wertige, informative und interessante Druck-Erzeugnisse zu konzipieren und umzusetzen.

Deshalb erwartet die Jury mit Spannung die Arbeiten für den nächsten Award.



**PAPYRUS SCHWEIZ AG**

Objekt: Designer Brunch.  
 Einsatz: Persönliche Einladung.  
 Ansprechpartner: Marco Bieri.  
 Idee, Konzept: Leanza Mediaproduktion.  
 Design: Leanza Mediaproduktion.  
 Fotos, Illustrationen: Leanza Mediaproduktion.  
 Druck: A Walpen AG.  
 Finishing: Sonderegger Will AG.



**BUCHMANN DRUCK AG**

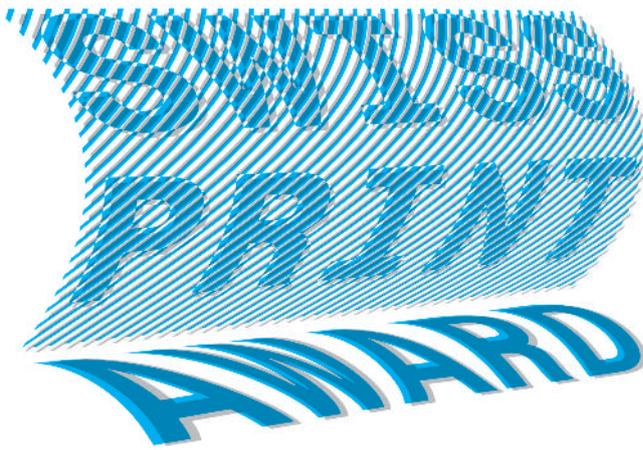
Objekt: The sound of silence.  
 Einsatz: Verkaufsbroschur für potenzielle Kaufinteressierte.  
 Ansprechpartner: Willy Müller.  
 Idee, Konzept: Willy Müller.  
 Design: Willy Müller.  
 Fotos, Illustrationen: Armin Graessel.  
 Druck: Buchmann Druck AG.  
 Finishing: Buchbinderei Burkhardt AG.



**HELLERMEIER GMBH**

Objekt: Leiterlispel.  
 Einsatz: Give-away für Manager und Unternehmer.  
 Ansprechpartner: André Heller.  
 Idee, Konzept: herllermeier gmbh, André Heller.  
 Design: herllermeier gmbh, André Heller.  
 Fotos, Illustrationen: Anja Wicki.  
 Druck: herllermeier gmbh.  
 Finishing: Küng-Leibacher AG.



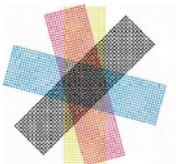


## Lust auf Print



Drucken hat die zweite Dimension längst verlassen. Print ist multidimensional und multimedial. Gleichzeitig sind gedruckte Medien so vielfältig, ansprechend, erlebnisreich, verwandlungsfähig und qualitativ hochstehend wie kein anderes Medium. Mehr noch: Print ist Impulsgeber für Kommunikation jeglicher Art.

Beim Wettbewerb «Swiss Print Award» können Agenturen, Verlage, Drucker und Buchbinder mit ihren ideenreichen Druck-Erzeugnissen beweisen, wie edel bedrucktes Papier sein kann. Und sie können zeigen, wie stark Gedrucktes im Medienmix ist.



# 2015

- › Zum «Swiss Print Award 2015» rufen die Allianz Schweizer Werbeagenturen asw, «Druckmarkt Schweiz», die Kaderschule «gib» Zürich, der Skugra Academy Club, «viscom print & communication» und die Papyrus Schweiz AG auf.
- › Eingereicht werden kann alles, was gedruckt wurde. Dazu gehören Imagewerbung (Flyer, Firmenpublikationen, Geschäftsberichte, Broschüren, Mailings, Bücher etc.); vernetzte Printproduktionen (crossmediale Kampagnen aus Druck- und Online-Medien); POS-Drucksachen (Verpackungen, Etiketten, Displays, Aussenwerbung, Plakate etc.). Die eingereichten Arbeiten müssen im Kalenderjahr 2014 bis zum Anmeldeschluss aktiv eingesetzt worden sein. Form, Umfang, Grösse und Technik spielen keine Rolle.
- › Teilnahmeberechtigt sind Schweizer Druckereien, Verlage, Agenturen, Hersteller, Händler, Industrie- und Handwerksbetriebe. Einreichen kann jeder, der an der Entstehung der Drucksache beteiligt war.
- › Einsendeschluss ist der **31. Januar 2015**, die Bekanntgabe der Preisträger findet im Mai 2015 statt.
- › Für die Teilnahme wird eine Gebühr von 185 Franken je eingereichtem Objekt erhoben. Diese Summe beinhaltet auch die Kosten für eine umfangreiche Dokumentation.
- › Die unabhängige Jury, bestehend aus Agentur-, Verlags- und Druckprofis, Typografen, Designern und Papierexperten bewertet die eingereichten Arbeiten nach Nutzen, Emotionalität, Wertigkeit, Professionalität, Kreativität, Innovation und Nachhaltigkeit.
- › Nutzen Sie für Ihre Einsendung den Begleitzettel, den Sie auf der Seite
- › [www.druckmarkt-schweiz.ch](http://www.druckmarkt-schweiz.ch) finden.

