

Tatort Schweiz

Lange genug hat die Branche lamentiert, gejammert und geklagt ob der ausländischen Konkurrenz, der zu hohen Papierpreise oder ob der Nachteile durch den Wechselkurs von Euro zu Schweizer Franken. Nun gut, an diesen Problemen mag sich nicht viel geändert haben. Aber seit Oktober hat die Branche Verbündete – und eine eigene Kampagne: «Printed in Switzerland»!

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Es ist die grösste Investition in der 150-jährigen Geschichte des Verbandes viscom. Über 600.000 Franken hat der Verband für die Branche in die Hand genommen und die Kampagne gestartet. Um es noch einmal deutlich zu machen: Der Verband investiert eine Menge Geld für die Branche, für alle Druckereien, für alle Papierhändler und für alle Zulieferer! Unabhängig davon, was die Kampagne bewirken wird: Chapeau! Dem viscom und seinem Direktor Dr. Thomas Gsponer gebührt dafür allerhöchster Respekt. Denn die Kampagne ist genau das, was längst überfällig war. Wenn wir als Fachmagazin eine Lanze für die Branche brechen, bleibt das in der breiten Öffentlichkeit eher ungehört. Ganz anders jetzt: Rivella, Coop Presse, Ragusa, Mobiliar, Raiffeisen und Victorinox verkünden im Rahmen der Kampagne auf Plakaten, in Inseraten und im Fernsehen die Botschaft: «Wir lassen in der Schweiz drucken.»



Viscom-Direktor Dr. Thomas Gsponer will mit der Kampagne «Printed in Switzerland» das Vertrauen in die Druckindustrie stärken und den Absatz von Drucksachen aus nationaler Produktion fördern.

DIE KLUFT ÜBERWINDEN Dieses Bekenntnis für Drucksachen, zudem noch aus der Schweiz, dürfte für Aufmerksamkeit gesorgt haben und noch sorgen. «Printed in Switzerland» startete in einer ersten Welle im Oktober, die zweite rollt in den beiden letzten Wochen des Kalenderjahres an. Ein klug gewählter Zeitpunkt. Denn rund um Weihnachten dürften sowohl der TV-Spot als auch die Plakate in den Schweizer Städten besondere Wirkung entfalten. Schliesslich soll verloren gegangenes Terrain wieder erobert werden. «Während ein Grossteil der Bevölkerung in früheren Zeiten noch einen Bezug zur grafischen Branche und deren Produkten hatte, wird die Drucksache durch elektronische Medien aus dem Bewusstsein der Menschen verdrängt», begründet Verbandsdirektor Gsponer den Ansatz der Kampagne. «Die Leistungen der Branche und die vielfältigen Möglichkeiten geraten zusehends in Vergessenheit. Diese Kluft soll die Kampagne überwinden und den Konsumenten das Gedruckte wieder näherbringen. Die Schweizer sollen sich bewusst werden, dass Drucksachen noch immer unverzichtbarer Teil ihres täglichen Lebens sind.»

Doch es geht um mehr als Konsumenten-Aufklärung. Das Vertrauen in die Druckindustrie soll gestärkt und der Absatz von Drucksachen aus nationaler Produktion gefördert werden. Die Entscheider in Werbung und Industrie sol-

len wach gerüttelt werden. Denn die Verantwortlichen von Rivella, Coop Presse, Ragusa, Mobiliar, Raiffeisen und Victorinox haben längst erkannt, dass die reinen Herstellungskosten für Drucksachen nicht die Hauptursache dafür sind, dass ein Marketingbudget als zu teuer empfunden wird. Sie wissen auch, dass Drucksachen nicht billig, sondern bedarfsgerecht eingekauft werden sollten. Statt aus dem Ausland billige Grossauflagen zu beziehen, von denen ein Grossteil nach einem Jahr entsorgt werden muss, weil die Inhalte oder Aussagen nicht mehr aktuell sind,

lassen die genannten Unternehmen lieber in kürzeren Abständen kleine, dafür stets aktuelle Auflagen fertigen.

Die Unternehmen, die sich als Kunden Schweizer Drucker outen, schätzen auch die Tatsache, dass die Branche in hohem Ausmass junge Berufsleute ausbilden und damit einen wertvollen volkswirtschaftlichen Beitrag leisten. ««Printed in Switzerland» hat aber nichts mit Heimatschutz zu tun. Vielmehr profitieren hier verantwortungsvolle, zukunftsgerichtete und leistungsstarke Partner voneinander», sagt Thomas Gsponer. Und wenn die Kampagne bei der Öffentlichkeit ankommt, wird vielleicht der eine oder andere einmal darüber nachdenken, dass es ausser elektronischen Medien noch etwas anderes gibt. Eben: Gedrucktes. Gedrucktes aus der Schweiz.

«**PRINTED IN SWITZERLAND**» ist Qualitäts- und Herkunftssiegel für Drucksachen aus der Schweiz. Das Label wurde zwar unter der Federführung und dem finanziellen Einsatz von viscom entwickelt, steht aber der gesamten grafischen Industrie zum freien Gebrauch zur Verfügung.

Wir wollen uns an dieser Stelle gar nicht mehr weiter in Details verlieren, sondern jeder Druckerei, jeder Agentur und jedem an einer Drucksache Beteiligten raten, sich auf der Internetseite schlau zu machen, sich zu informieren und «gefälligst» an der Kampagne zu beteiligen!

Denn mit der Kampagne «Printed in Switzerland» ist es der Branche möglich, gemeinsam in eine Kerbe zu schlagen, gemeinsam etwa zu bewegen und die Schweiz als Tatort gedruckter Medien attraktiv zu machen. Diese Chance wird wohl so schnell nicht wiederkommen.



Victorinox druckt in der Schweiz



www.printed-in-switzerland.com

printed in
switzerland