

# SWISS PRINT AWARD 2018

## DEN MARKTWERT VON PRINT STEIGERN

Printmedien sind seit Jahrhunderten Treiber für die Entwicklung unserer Kultur, Gesellschaft, Ökonomie und der Wissenschaften. Sie helfen uns zu orientieren und zu organisieren, sie unterhalten uns oder geben Anstösse zum Nachdenken. Daran hat sich bis heute nichts geändert. Und doch stehen die Printmedien im Wettbewerb mit neuen und anderen Kommunikationsformen. Deshalb ist der «Swiss Print Award» so wichtig wie nie.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

**S**tudien über Printmedien beziehen sich meist nur auf die Aufmerksamkeitsquoten für Werbung in Magazinen oder Zeitungen. Dabei ist die Vielfalt an Gedrucktem weitaus grösser und darf nicht auf Presse-Erzeugnisse reduziert werden. Denn das Gros des Druckvolumens, der eigentliche Charme des Drucks, wird durch Akzidenzdrucksachen, Bücher, Informationsmaterialien, Verpackungen, Etiketten, Plakate, Mailings und viele, viele andere Drucksachen abgedeckt. Und das aus gutem Grund: Das Lesen auf Papier entspricht am ehesten den physikalisch-biologischen Eigenschaften des menschlichen Sehens – weit besser, als dies bei digitalen und Bildschirmmedien der Fall ist.

Durch Untersuchungen wissen wir, dass Print in Form von Produktverpackungen am Point-of-Sales massgeblich dazu beiträgt, dass Produkte überhaupt gekauft werden. Zudem ist (nicht nur bei Verpackungen) besonders die haptische und die darüber hinausgehende multisensorische Wirkung von Drucksachen konkurrenzlos.

Dennoch wissen wir nicht genau, welche Art der Herstellung, welche Kombinationen aus Bedruckstoffen und Effekten welche Reize bei den Konsumenten erzielen. Wir ahnen es nur. Trotz aller Erfahrungswerte können wir die Wirkung dieses Zusammenspiels nicht vorherbestimmen.

Dass Special Effects in dem einen oder anderen Fall viel Wirkung erzielen, lässt sich dabei nur bedingt auf die Gesamtheit aller Drucksachen übertragen. Nicht diejenigen, die sich die meisten Spezialeffekte leisten können, haben die Nase vorn. Es sind die intelligenten und aussergewöhnlichen Druck-Erzeugnisse, die auffallen. Man denke nur an individualisierte Drucksachen, die lediglich in

### Der Award 2018

Bei der Austragung des «Swiss Print Award 2018» wird sich, nachdem es im letzten Jahr gravierende Änderungen gab, kaum etwas ändern. Seit 2017 werden Drucksachen aus drei Kategorien bewertet, in denen jeweils drei Awards (Gold, Silber und Bronze) vergeben werden können. Die Kategorien sind wie zuvor:

kation, Marketing, Werbung oder Druck: Sie alle brauchen in Zeiten des immer härter ausgefochtenen Wettbewerbs neue Impulse und Wertmassstäbe.

Deshalb ist der «Swiss Print Award» auch so wertvoll und wichtiger denn je. Denn kein anderer Wettbewerb stellt solch hohe Anforderungen an die kreative Leistung, Produktionsqualität, Originalität, Wirkung und



*Diese Etiketten der MCC Suisse SA, Peseux, konnten sich beim «Swiss Print Award 2017» zwar nicht als Gewinner qualifizieren, da in der Kategorie Verpackung keine Awards vergeben wurden, zeigen aber dennoch die Wertigkeit, die das Medium Print selbst bei kleinen Drucksachen transportieren kann.*

den Prozessfarben CMYK hergestellt werden, an Werbung, die auf haptischen Papieren gedruckt ist oder an Marketingbotschaften, die mit nur einer Farbe aufgrund ihrer Idee überzeugen. Es ist also Qualität und Relevanz der Inhalte gefragt. Dass dabei gute Typografie und Design im Fokus stehen müssen, versteht sich von selbst.

Und auch die Relationen müssen stimmen. Ein professionell hergestelltes Druckprodukt muss auch adäquat präsentiert werden. Damit es seine Wirkung entfalten kann, muss es wertiger auftreten, als wäre es nur einen Rappen wert. Das geht nicht mit Billigproduktionen.

- Akzidenzdruck
- Publikationen
- Verpackung

Darüber hinaus kann (muss aber nicht) der «Peter-Grob-Preis» für besondere Leistungen bei der Eigenwerbung vergeben werden. Damit erinnern die Träger des «Swiss Print Award» an den Geschäftsführer der Allianz Schweizer Werbeagenturen, der den Award (damals noch als «Druckmarkt-Award») von Beginn an gefördert hat.

Denn schon vor mehr als zehn Jahren ging es darum, den Marktwert von Print zu steigern. Das gilt heute mehr denn je. Ganz gleich, ob Kommuni-

den Nutzen für den Kommunikationserfolg einer Drucksache. Dabei macht der Wettbewerb auf die bisweilen ungeahnten Fähigkeiten des Drucks aufmerksam. Weil das Potenzial moderner Druck-, Weiterverarbeitungs- und Veredelungs-Techniken im Zusammenspiel mit zeitgemässen Papieren noch längst nicht in vollem Umfang ausgeschöpft – und schon gar nicht flächendeckend kommuniziert wird.

Details zum «Swiss Print Award», zu den Wettbewerbsbedingungen und die Anmeldung finden Sie auf der Internetseite des Awards.

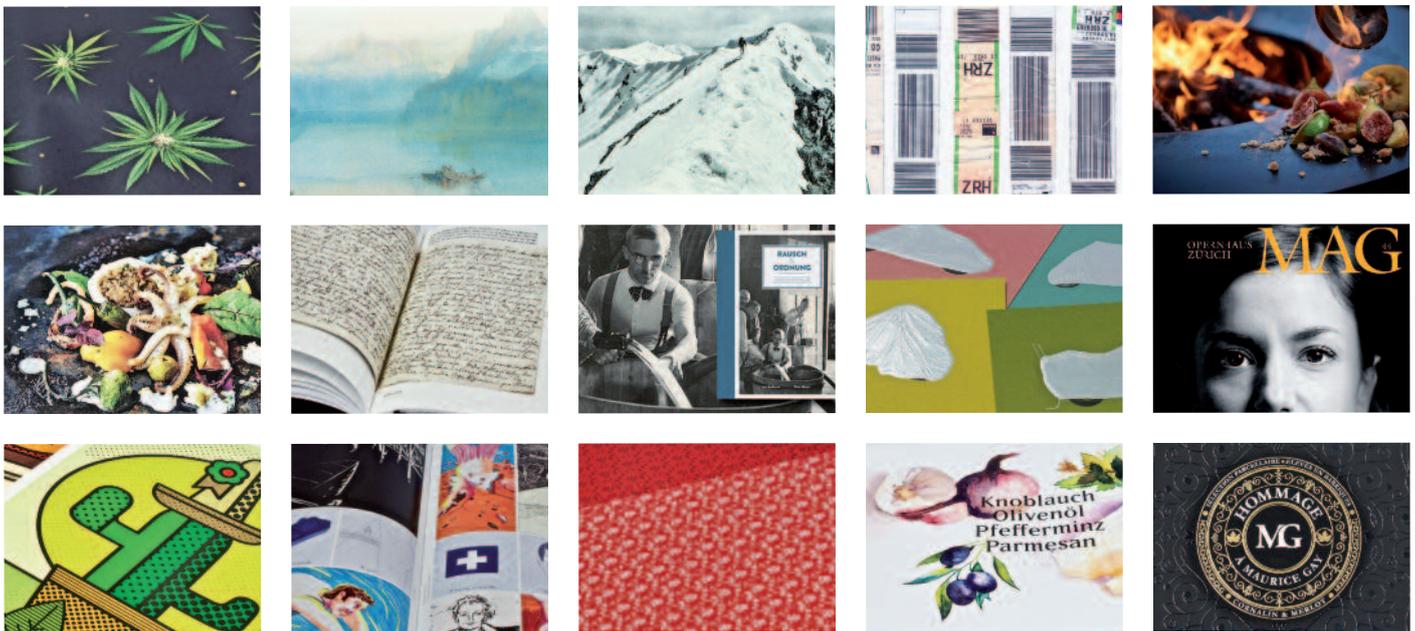
➤ [www.swiss-print-award.ch](http://www.swiss-print-award.ch)



# LUST AUF PRINT

Print hat neue Dimensionen erreicht, Drucken ist multi-

dimensional und multimedial. Gedrucktes ist so erlebnisreich, verwandlungsfähig, vielfältig und qualitativ hochstehend wie kein anderes Medium. Print ist Impulsgeber in der Kommunikation und eine unantastbare Grösse im Medienmix. Agenturen, Verlage, Drucker, Buchbinder und ihre Auftraggeber können beim «Swiss Print Award» mit ihren kreativen Druck-Erzeugnissen beweisen, wie ideenreich, erfolgreich und kommunikativ bedrucktes Papier sein kann.



Abbildungen: Eingereichte Arbeiten für den Swiss Print Award 2017.

EINSENDEN BIS  
15. FEBRUAR 2018

- Für den Wettbewerb «Swiss Print Award 2018» kann alles eingereicht werden, was gedruckt wurde: Imagewerbung, Broschüren, Flyer, Firmenpublikationen, Geschäftsberichte, Bücher, Mailings, auch vernetzte Printprodukte und cross-mediale Arbeiten, Etiketten, Verpackungen, POS-Materialien wie Displays sowie Aussenwerbung, Plakate etc.
- Die Arbeiten müssen im zurückliegenden Jahr oder bis zum Einsendeschluss am **15. Februar 2018** aktiv eingesetzt worden sein. Form, Umfang, Grösse und Technik spielen keine Rolle.
- Teilnahmberechtigt sind alle Schweizer Druckereien, Verlage, Agenturen, Hersteller, Händler, Industrie- und Handwerksbetriebe mit von ihnen erstellten oder beauftragten Drucksachen. Einreichen kann jeder, der an der Entstehung der Drucksache beteiligt war.
- Die unabhängige Jury, bestehend aus Agentur-, Verlags- und Druckprofis, Typografen, Designern und Papierexperten bewertet die eingereichten Arbeiten nach Nutzen, Emotionalität, Wertigkeit, Professionalität und Kreativität.
- Mehr über den «Swiss Print Award», die Träger und die Wettbewerbsbedingungen auf [www.swiss-print-award.ch](http://www.swiss-print-award.ch)

