

AWARDS

ANSPORN FÜR DIE KREATIVITÄT

Das muss man erst mal hinbekommen: Vier Ausgaben jung ist unsere Fachpublikation *beyondprint unplugged* – und schon erhält sie einen Award! Einen ›Print Innovation Award‹ in Bronze in der Kategorie ›New Products‹. Der Wettbewerb wird vom *World Printers Forum*, der Print-Community des Weltverbandes der Zeitungen und Nachrichtenverlage (*WAN-Ifra*), ausgeschrieben und zeichnet die innovativsten Printprodukte weltweit aus. Unter den ersten 3 gelandet zu sein – noch dazu in der gleichen Kategorie wie die *F.A.Z.* – ist für uns als kleiner Verlag ein riesiger Erfolg. Und auch ein Beweis dafür, dass sich Kooperationen lohnen.

Schließlich ist *beyondprint unplugged* ein Kooperations-Produkt des Druckmarkt, der im *arcus-Verlag* erscheint, und der Unternehmensberatung *zipcon consulting*. Unterstützt wird die Kooperation von *Presse-Druck Augsburg*, die übrigens ebenfalls einen Bronze-Award in der Kategorie ›Products for young Readers‹ gewonnen hat.

Da sich Innovationen in der Verlagsbranche nicht auf die digitale Welt beschränken, hat das *World Printers Forum* die ›Print Innovation Awards‹ im vergangenen Jahr ins Leben gerufen und würdigt herausragende Leistungen in der Druckinnovation. An der zweiten Ausgabe des Wettbewerbs nahmen 61 Projekte aus 23 Ländern teil. Die Jury, die sich aus Mitgliedern des Vorstands des *World Printers Forum* zusammensetzt, vergab Gold-, Silber- und Bronzepreise in sieben Kategorien. Beurteilungskriterien waren: Innovation, Kreativität, Exzellenz, Kunden- und Konsumentenrelevanz sowie Wert.

Der Innovationspreis für Zeitungen und Zeitschriften wird am ersten Ausstellungstag der *Ifra World Publishing Expo*, 8. Oktober 2019, während der *Berlin Publishing Night*, verliehen. Wir sind jedenfalls stolz wie Oskar, werden den Award in Berlin gerne entgegennehmen und uns wohl auch auf der 49. *Ifra World Publishing Expo* umsehen, die zusammen mit der *DCX Digital Content Expo* ein reichhaltiges Programm aus den Bereichen Digitaler Content und Publishing bietet.

Der Gewinn des Awards hat uns aber auch dazu bewogen, noch einmal generell über Awards in unserer Branche nachzudenken. Denn immer wieder entbrennt die Diskussion um deren Sinn. Als inflationär werden sie ob ihrer Vielzahl bezeichnet oder als Selbstbeweihräucherung, es



würden Parallel-Welten geschaffen, unpräzise Kategorien verzerrten darüber hinaus das Marktbild und überhaupt sei das alles mit zu hohen Kosten verbunden. Argumente, die auch nach jahrelangen Diskussionen nicht richtiger geworden sind.

Denn nicht die Gold-, Silber- oder Bronze-Awards an sich sind das eigentlich Wichtige an einem solchen Prädikat, sondern was die Gewinner damit bewirken können. Leistungen, die einen Print-Award verdient haben, lassen sich möglicherweise besser vermarkten, strahlen aber auch in die eigene Branche hinein und sollten Ansporn für das Schaffen vielleicht noch besserer Arbeiten sein. Awards demonstrieren Innovationskraft und zeigen, wie an der Schnittstelle zwischen Kreativität und Technologie neue Dinge entstehen können, die Menschen (und Marken) auf innovative Weise miteinander verbinden. Und welches Medium wäre dafür besser geeignet als Print?

Deshalb ist es umso wichtiger, dass Drucker und Kreative näher zusammenrücken, sich austauschen, sinnvoll miteinander kommunizieren und sich gegenseitig befruchten. Dann entstehen Dinge, die preiswürdig sind und den Wert von Print stärken.



Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay



KOENIG & BAUER

We print
your world

Wir bringen Farben und Substrate zusammen,
damit die größte Vielfalt für Verpackungen entsteht.
Denn Druck macht unsere Welt aus.

koenig-bauer.com

we're on it.