

WE.ARE.PRINT

Drei kleine Worte – eine große Vision für die gesamte deutsche Druckbranche. Wir schlagen Brücken zwischen Tradition und Innovation, machen Vielfalt, Stärke und Potenzial unserer Branche sichtbar. Für euch, für uns, füreinander.

WE.ARE.PRINT steht für die Renaissance einer Branche, die bereit ist, ihre Geschichte neu zu schreiben und ihre Zukunft selbst zu erfinden.

MAKLE BACH



Zum Video



GATTUNGSMARKETING WE.ARE.PRINT – STARTSCHUSS AUF DER DRUPA

Nachdem wir im *Druckmarkt*-Heft 150 über die Idee des Gattungsmarketings berichtet haben, können wir nun den offiziellen Start der Kampagne WE.ARE.PRINT am ersten Tag der *drupa* ankündigen. *Konica Minolta*, der *Verband Druck- und Medien*, der *Fachverband Medienproduktion* und die Agentur *Hotsushi* sowie weitere Partner haben es ermöglicht.

Von Klaus-Peter Nicolay

Es muss nicht lange drumherum geredet werden: In den letzten Jahrzehnten hat es die grafische Branche sträflich vernachlässigt, Werbung in eigener Sache zu machen. Das hat schließlich dazu geführt, dass sie in der breiten Öffentlichkeit entweder gar nicht wahrgenommen oder als Schmutzfink in Sachen Nachhaltigkeit dargestellt wird.

Beides ist wenig erfreulich, es wurde aber auch nur wenig bis gar nichts dagegen unternommen.

Die bevorstehende *drupa* wird wieder ein rein technisches Feuerwerk für die Druckindustrie werden. Das ist auch okay und für Investitionswillige sicherlich genau richtig.

Doch was nutzen die schönsten, neuesten, produktivsten und effektivsten Maschinen, wenn Drucksachen immer weniger

nachgefragt werden? Und wenn dem Medium Print die generelle Anerkennung fehlt? Gerade hier sind die Herausforderungen für die Branche so vielfältig wie erdrückend.

Qualifizierte Arbeitskräfte sind Mangelware, an Nachwuchskräfte zu kommen ist mehr als schwierig, viele Menschen assoziieren Druckprodukte mit dem Abholzen von Wäldern und viele Kommunikationsentscheider wissen nicht viel bis gar nichts

über Print und den mannigfachen Nutzen, den der Medienkanal Print für die Produkt- und Markenkommunikation leisten kann.

Dagegen kann nur eine landesweite Aufklärungskampagne helfen.

Zur *drupa* geht mit ›WE.ARE.PRINT‹ eine Kampagne an den Start, die die bisherige Untätigkeit in Aktionen wandelt.

Die Domain www.we-are-print.de wurde schon mit den ersten Kampagneninhalten gefüllt und in Social-Media-Kanälen die ersten Teaser promotet. Ziel der Vorkommunikation war es, Partner und Mitglieder für die Kampagne zu gewinnen – Mission completed!

Um was geht es?

Es geht um Gattungsmarketing. Und dabei geht es darum, Print als multisensorische Alternative zur digitalen Welt darzustellen, als Medium, das alle Sinne wie Sehen, Riechen, Fühlen, Hören und Schmecken befriedigen – und noch sehr viel mehr kann. Denn Druckprodukte bleiben in einer Welt, die sich ständig neu erfindet, ein Symbol für Beständigkeit und Vertrauen und gehen zugleich immer mit der Zeit.

gen Möglichkeiten Print bietet. Da Print aber so viel mehr ist als nur bedrucktes Papier, werden auch andere kommunikative Maßnahmen eingesetzt.

WEB-PLATTFORM Neben diversen Maßnahmen on- und offline ist das Herzstück der Kampagne eine Web-Plattform als Informations- und Schnittstelle für Mitwirkende, Unternehmen, Fach- und Nachwuchskräfte. Eine Plattform, die alle(s) miteinander verbindet.

JOB-PORTAL für die Vernetzung von Unternehmen und Talenten. Neben der Möglichkeit für Unternehmen, offene Stellen zu inserieren, wird über die Chancen von Jobs in unserer Branche informiert und mit den üblichen Vorurteilen aufgeräumt.



Herzstück der Kampagne ist eine Web-Plattform als Informations- und Schnittstelle.

WE.ARE.PRINT ist aber mehr als eine Werbekampagne. WE.ARE.PRINT bietet eine einzigartige Plattform für die Branche, die auf Partnerschaft, Vernetzung und Talentförderung basiert.

Was wird gemacht?

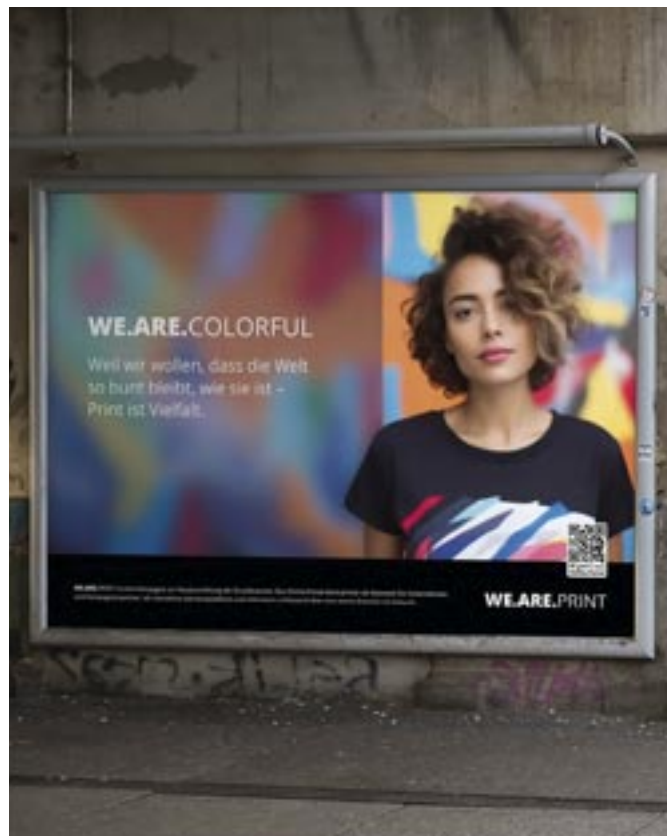
WE.ARE.PRINT... steht für eine Druck- und Medienbranche, deren Akteure ein großes Netzwerk an Individualität und Expertise bilden und ein Ziel verfolgen, von dem alle profitieren. Gezeigt wird mit Plakaten und Außenwerbung sowie Broschüren, Flyern etc., welche vielfälti-

BILDUNG Nicht nur die Branche entwickelt sich stetig weiter. Auch Mitwirkende können von vielen Bildungsangeboten profitieren. Auf WE.ARE.PRINT können verschiedene Fort- und Weiterbildungen, Fachvorträge und Kurse gebucht werden.

NACHHALTIGKEIT Gezeigt wird, welche Maßnahmen aktuell schon umgesetzt werden und außerdem wir ein Diskurs gefördert, wie wir unsere Branche noch nachhaltiger gestalten können.

Und was ist das Ziel?

Die Kampagne soll nach innen (in die Branche) und nach außen (in die Gesellschaft) wirken,



Nur eine Maßnahme von vielen: Großplakate, um in der Öffentlichkeit auf die Branche und ihre Produkte aufmerksam zu machen.

denn Print ist für alle relevant! Extern wird das Ziel verfolgt, die Sichtbarkeit und das Image der Druck- und Medienbranche zu verbessern, ihr Potenzial aufzuzeigen, Wissen zu vermitteln und Fachkräfte zu gewinnen. Gleichzeitig wird besonderer Wert auf die Aufklärungsarbeit zu aktuellen Themen und Entwicklungen in der Branche sowie darüber hinaus gelegt. Interne Ziele sind die effiziente Vernetzung von Kompetenzen, die Förderung eines effektiven Wissenstransfers, die Vermittlung von Leistungen, das Bilden einer starken Gemeinschaft und der Aufbau eines WIR-Gefühls. Um diese Vision zu realisieren und die Druckbranche wieder zukunftsfähig zu machen, werden engagierte Sponsoren, Partner und Mitglieder gesucht, die bereit sind, neue Wege zu gehen

und in echte Veränderungen zu investieren.

Jeder und jede sowie jedes Unternehmen kann Teil dieses Engagements für eine zukunftsfähige Branche werden, indem er/sie/es Sponsor, Partner oder Mitglied wird oder einfach nur einen finanziellen Beitrag dazu leistet.

Denn gemeinsam lassen sich echte Veränderung vorantreiben und die Branche in eine nachhaltige Zukunft führen. Als Medienpartner wird der *Druckmarkt* die Kampagne weiter begleiten und darüber berichten.

> www.we-are-print.de



Zur Website

Halle 3, Stand C71

