



KÖNIGS KOMMENTAR

Die Nachlese zum Haptik Award

Unser Kolumnist und Jurypräsident Alfred König hat aufreibende Wochen hinter sich! Denn: die Resonanz auf den neuen Wettbewerb war überwältigend (wenn auch manche Einreichung ein wenig enttäuschte)...

Immer noch ganz unter dem Eindruck des ersten Haptik Awards, nach anstrengender Vorbereitung und Durchführung, der Juryarbeit und deren Auswertung und nicht zuletzt als krönendem Höhepunkt der Überreichung der Preise in Düsseldorf (siehe auch die Artikel auf Seite xx und yy in dieser Ausgabe), ist endlich Zeit, das Geschaffte Revue passieren zu lassen und sich über das Erreichte zu freuen.

Trotz der Kürze der Zeit, die zwischen der Idee, den Wettbewerb ins Leben zu rufen und dem Einsendeschluss lagen, können wir diesen ersten und sicherlich nicht letzten Haptik Award als echten Erfolg ausrufen. Denn die Resonanz war wirklich groß, was sich nicht nur in den vielen Einreichungen ausgedrückt hat.

Die vielen Gespräche, die der Autor in den letzten Wochen und Monaten führen durfte zum Thema, haben sich von anfänglicher Skepsis („Na, da wird ja wohl nicht viel kommen ...!“) und Unverständnis („Ihr macht da doch jetzt diesen Veredlungswettbewerb ...“) zunehmend in eine Richtung bewegt, die Mut macht, noch mehr Mut zu entwickeln. Gemeint ist der Mut, Dinge zu wagen, die nicht hundertprozentigen Erfolg garantieren, und sich dem Wandel zu stellen wo immer sich Gelegenheit dazu gibt. Also überall und ständig.

Da ist zum einen das Feedback von manchem gestandenen Drucker, dass er sich weiterhin nicht ins digitale Bockshorn jagen lassen will und wird und dem erst jetzt klar wird, welches Potenzial immer noch in Druck und Papier steckt. Vor allem aber die Freude über junge Kreative, die mit dem iPhone einschlafen und aufwachen und von denen trotzdem im Wettbewerb sehr wichtige, vielleicht sogar die größten Impulse kamen. Die Arbeiten eingereicht haben, die bei mir und den anderen Juroren Begeisterung geweckt haben. All das zeigt, dass es weitergehen wird.

Dass da Begeisterte das Feuer weitergeben, wo manch anderer immer noch nur die Asche bewahren will.

Was mir an dieser Stelle aber auch den Mut gibt, Kritik an manchen Einsendern zum Wettbewerb zu üben, die im besten Fall lieblos und einfallslos zu nennende Arbeiten präsentiert haben. Versehen mit belanglosen Zeilen über das Objekt – oder ganz darauf verzichtet haben, auch nur ansatzweise so etwas wie eine Kommunikationsbotschaft zu formulieren.

Leider, leider: Imagebroschüren von Betrieben der Druckbranche bildeten hier den tristen Höhepunkt einer Ideenlosigkeit, die sich in der Anwendung von Drucklack und der Beschreibung des Maschinenparks erschöpften. Dicht gefolgt von Papierproduzenten, die Muster von Sorten schickten, die teils seit Jahren im Handel erhältlich sind, versehen mit Etikett-Aufklebern.

Ja, ganz ehrlich, da schimpfte ich und behauptete ganz selbstbewusst: Das darf ich auch! Nicht, weil ich arrogant und besserwisserisch bin, sondern weil es mir wirklich Anlass zur Sorge gibt, dass genau jene, denen ein Wettbewerb wie der Haptik Award die Chance gäbe, gefährlos Dinge auszuprobieren und der Öffentlichkeit zu präsentieren, eben diese Chance ignorieren.

Um nicht nur „Publikumsbeschimpfer“ zu sein: Gern diskutiere ich dieses Thema mit jedem, der sich zu Unrecht angegriffen fühlt, stellvertretend für das Paperazzo Magazin, das sich wie ich das Ziel gesetzt hat, auf dem eingeschlagenen Weg zu mehr Qualität, mehr Selbstbewusstsein und nicht zuletzt zu mehr Hin zum Kunden voranzugehen.

Alfred König, Inhaber von König Konzept, der Kommunikations- und Produktionsagentur in München, widmet sich in jeder Ausgabe des Paperazzo in seiner Kolumne „Königs Kommentar“ Beobachtungen, die er im Branchenalltag gemacht hat.