

FDI — Das Wort zum Print — Gedankenspiele von Burkhard Jägerfeld, FDI-Mitglied und 2. Bundesvorsitzender

(Teil 10) Ich habe etwas gegen Aufkleber »Bitte keine Werbung«

Vor einiger Zeit traf ich einen Drucker vor seiner Wohnungstür und fragte ihn, wie es ihm denn so gehe. Er klagte mir sein Leid, dass er zur Zeit nur eine Beschäftigungszeit von 28 Stunden pro Woche habe. Die Druckaufträge in seiner Firma seien nicht so reichlich vorhanden.

Zufälligerweise fiel mein Blick auf seinen Briefkasten, dort prangte ganz dick ein Aufkleber »Bitte keine Werbung«. Ich wies ihn darauf hin, dass er doch selbst dazu beitrage, dass die Druckaufträge in der Druckindustrie ausblieben, denn jeder Aufkleber schränkt die mögliche Druckauflage ein. Und somit ist auch sein Arbeitsplatz nicht voll ausgelastet bzw. gefährdet. Er antwortete darauf, dass er der Kampagne »Weniger

Papier und Werbung im Briefkasten« gedankenlos gefolgt sei.

Durch meine Tätigkeit u.a. auch im Anzeigenblatt- und Direktvertrieb konnte ich feststellen, dass 8-12% der Haushaltsbriefkästen den Aufkleber »Bitte keine Werbung« tragen. Es ist dabei aufgefallen, dass sehr oft in ganzen Hausgemeinschaften dieser Aufkleber die Briefkästen »ziert«. Sind sie einem Initiator gefolgt oder hapert es nur an mangelnder Aufklärung.

Es müsste jetzt unsere Aufgabe sein diesem »Antiwerbungskleber« den Kampf anzusagen. Im Kleinen kann man damit beginnen, dass man jeden im Bekanntenkreis anspricht, der solch einen Aufkleber hat und darauf hinweisen,

dass dadurch Arbeitsplätze in der Druckindustrie gefährdet sind. Wenn es unserer Branche gelingt, diese Prozentmarke zu halbieren, dann ist das Druckaufkommen im Bereich der Werbedrucke entsprechend höher und unserer Branche geht es besser.

Das Argument »Für Werbung müssen Bäume sterben« zählt im Zeitalter der FSK-Zertifizierung nicht mehr. **Die Marketingexperten unserer Druckindustrie sollten in Aufklärungskampagnen für mehr Werbung und gegen Werbevorbehalte argumentieren.**

Was kann man sonst noch machen, um dieses Problem anzugehen? Wenn sie eine Idee und gute Vorschläge haben, um diesem Aufkleber mit fundierten

Argumenten entgegen zu wirken, dann mailen sie Ihren Vorschlag unter bund@fdi-ev.de und diskutieren Sie mit uns in der Community (www.fdi-ev.de/community). Vielleicht lässt sich eine regionale oder auch bundesweite Aktion daraus entwickeln.

Wir drucken Werbung für alle Branchen, aber für unsere eigene machen wir keine Werbung und Aufklärungskampagnen.

In einer lockeren Serie möchten wir Ihnen das Thema »Ein Wort zum Print« von den verschiedensten Seiten beleuchten

Teil 1 - 6: DD Nr.32 - Nr.37-2011

Teil 7: Das neue Label ist da: DQB - Deutsches Qualitäts Buch, DD Nr.1

Teil 8: Ja wo ist sie denn - Die Mitte?, DD Nr.2

Teil 9: Im Würgegriff der Papier-Mafia, DD Nr.3

Teil 10: Ich habe etwas gegen Aufkleber »Bitte keine Werbung«