

Drucker setzen ein Zeichen für heimische Qualitätsarbeit

Mit einer neuen Kampagne kämpfen die heimischen Drucker dafür, Wertschöpfung im Land zu behalten.

Die Konkurrenz aus dem Ausland schläft nicht – und oftmals bietet sie aufgrund niedrigerer Lohn- und Qualitätsniveaus günstiger an als heimische Betriebe. Dem sagen die steirischen Drucker nun den Kampf an. In einer neuen Offensivkampagne weisen sie nicht nur auf ihre Leistungen hin, sondern kämpfen auch dafür, Qualität, Know-how und Wertschöpfung weiterhin im Land zu behalten.

Ein Gütesiegel bürgt für heimische Qualität

Deshalb soll künftig ein eigens kreiertes Logo – „Gedruckt in der Steiermark“ – auf Erzeugnisse „made in Styria“ hinweisen. Mit dem Logo soll man Drucksorten auf den ersten Blick erkennen können, deren Wertschöpfung in der Steiermark geblieben ist. Ausschließlich Unternehmen, die bei ihren Broschüren, Foldern, Büchern und anderen Druckwerken auf das Know-how steirischer Druckereien setzen, dürfen sich mit dem Logo auszeichnen. „Wir

machen Druck in der Steiermark. Deshalb möchten wir mit der Initiative das Bewusstsein der Unternehmer schärfen, auf Partner wie die heimische Druckereibranche zu setzen. Global denken und regional handeln sollte das Ziel sein“, erklärt der Obmann der

Fachgruppe Druck in der WKO Steiermark, Franz Wallig. So würden Arbeitsplätze in der Steiermark gesichert. Vor allem auch die öffentlichen Auftraggeber seien gefordert, Steuergeld wieder in Österreich zu investieren, ergänzt der Obmann. ■



So wird das neue „Gütesiegel“ der Kampagne aussehen.

Foto: Fotoatelier Robert Frankl



Prominente Gesichter beim Neujahrsempfang der Makler

Foto: Fotoatelier Robert Frankl

Gipfeltreffen der Versicherungsmakler

Um erfolgreich zu sein, muss man Grenzen überwinden. Das weiß der querschnittsgelähmte Paralympicssieger Thomas Geierspichler aus eigener Erfahrung. Beim Neujahrsempfang der Versicherungsmakler zeigte er als Redner, dass diese Grenzen auf den ersten Blick schier unüberwindbar scheinen können – wenn es an Motivation fehlt. „Grenzen lauern dort, wo man sie bewusst wahrnimmt und sie selbst setzt. Sie existieren im Kopf.“ Deshalb sind es auch die Visionen, die scheinbar Unmögliches möglich machen.

Aber nicht nur in puncto Motivation, auch aus dem fachlichen Alltag gab es einiges zu hören. So gab etwa Teamleiter Klaus Koban einen Einblick in den Arbeitskreis „Recht“ des Fachverbands. „Wir erstellen Tools und Vorlagen, die Versicherungsmaklern die tägliche Arbeit wesentlich erleichtern“, sagt Koban. „Und diese Tools tragen dazu bei, dass sich der Versicherungsmakler klar als kompetenter Begleiter für seine Kunden positioniert, der für eine hohe Beratungsqualität steht.“ Gearbeitet wird derzeit unter anderem an neuen Vorlagen für Beratungsprotokolle, Maklerverträge sowie Courtagevereinbarungen.

Ein interessenpolitisches Update gab es dann von Gunther Riedlsperger, Bundes- und Fachgruppenobmann der Versicherungsmakler. Vor allem die Umsetzung der fixierten EU-Richtlinien sei für 2016 ein zentraler Punkt. „Golden Plating“ soll es dabei nicht geben: „Wir werden in Österreich nur umsetzen, was umzusetzen ist.“

Team für den „Green Panther“ steht

Mit dem ersten Organisationsmeeting ist Ende Jänner der Startschuss für die diesjährige Auflage des „Green Panther“ gefallen. Die Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation setzt auch 2016 auf ein starkes Team, das

den größten Werbepreis der Steiermark in diesem Jahr inszenieren und kommunizieren wird.

Eventplanung und Sponsoring werden heuer erstmals von der Agentur „Jack Coleman“ übernommen. Visuals, Filminstallati-

onen und Videos liefern „OchoRe-sotto“, Organisationsbegleitung und Web kommen von der Agentur „Morré“. Die Fotos schießt in diesem Jahr „Stiefkind“, PR und Social Media übernimmt das Team von „Peer PR“. ■



Foto: Stiefkind Fotografie

Viele kreative Köpfe stehen hinter dem „Green Panther“ und unterstützen die Fachgruppe bei der Ausrichtung.