

Kalenders

Tekst Peter Zwetsloot

Marco Zwaan met de allerlaatste editie bij de wall of fame van de Zwaan-Kalenders.



Foto: Dirk Jongejans Fotografie Assendelft

Zwaan Printmedia stopt met kalendertraditie

De laatste Zwaan

Na 33 jaar komt er een einde aan een indrukwekkende serie wandkalenders van Zwaan Printmedia. 'Tijden veranderen, kalenders blijven, maar wij vonden het tijd voor wat anders', zegt directeur Marco Zwaan. Wat dat wordt, houdt hij nog even onder de pet. Wel een terugblik op een kalenderserie die geschiedenis schreef.

In 1984 verscheen de allereerste kalender van Zwaan. Het leek oprichter Sjoerd Zwaan wel leuk om iets te doen voor relaties. Dat werd een kalender, waarbij om praktische redenen werd gekozen voor een lange uitvoering. De liggende vellen pasten namelijk goed op het persfor-

maat en in de stolpboerderij waar de familie Zwaan woonde, stond een paal waar deze kalender perfect op paste. De kalender werd vooral gebruikt voor notities. Zeg maar als voorloper van de hedendaagse familie-WhatsApp. Met het formaat werd de standaard gezet, dat zou nooit meer veranderen. Alle 33

kalenders die Zwaan heeft uitgegeven en geproduceerd, zijn ± 16 cm breed x 66 cm hoog.

Bedankt

De kalender van 1984 begon met een kalenderblad van december 1983. In die maand werden voor de eerste keer

de kalenders naar de klanten gebracht. Het was de enige vorm van reclame die Zwaan maakte. Dat hoefde toentertijd ook niet. In een begeleidend briefje werden de klanten bedankt voor het vertrouwen en medegedeeld dat de drukkerij tussen Kerst en Oud & Nieuw gesloten was om de batterij op te laden. De reacties van de relaties waren positief, de Zwaan-kalender werd door velen gewaardeerd. De allereerste kalender werd ingezonden voor de Kalenderwedstrijd, maar viel niet op. Bij de eerste Zwaan-kalenders ging het vooral om een leuk ogend ontwerp, van speciale afwerkingstechnieken werd toen amper gebruik gemaakt. Dat kwam later.

Zwaan-kleef-aan

Marco Zwaan, mededirecteur van Zwaan Printmedia: "Tot onze eigen verbazing groeide de kalender uit tot een gewild collectors item. Na de eerste jaargangen werd er door sommige relaties al ruim voor de feestmaand geïnformeerd of er weer een nieuwe Zwaan-kalender zou verschijnen. Daardoor werd de lat om de voorgangers te overtreffen steeds hoger gelegd. Daar houden wij wel van. Na jaren met een vast ontwerp-bureau te hebben gewerkt, zijn we er in 2003 toe overgegaan om iedere keer met een andere ontwerper te werken. Dat werkte volgens het Zwaan-kleef-aan-principe. De ontwerper mocht zelf een *shortlist* voor zijn opvolger opgeven. Dat werkte heel goed. We hebben altijd gezocht naar talentvolle ontwerpers, die er met veel passie zin in hadden om samen met ons een bijzondere kalender te maken. Van



Van vader op zonen

In 1974 trok Sjoerd Zwaan de stoute schoenen aan en begon voor zichzelf. Hij werkte als bedrijfsleider bij een drukkerij die vooral met boekdruk actief was. Sjoerd zag full colour offset opkomen, de reclamewereld groeien en rook zijn kans. Zijn missie was om zo mooi mogelijk drukwerk te maken. Dat deed hij door op de stoel van de klant te gaan zitten. In 1979 werd een eigen pand gebouwd. Dat werd gaandeweg te klein en in 1988 werd er opnieuw een nieuwbouwpand gerealiseerd, met alle ruimte voor verdere groei. In dat pand, in Wormerveer, huisvest Zwaan Printmedia nog steeds, zij het dat het de afgelopen jaren met enige regelmaat is uitgebreid. Drie van de vier zonen waren inmiddels bij het familiebedrijf in dienst getreden. Dat zijn Marco, Jacco en Robert Jan. In 1999 namen zij de zaak van pa over. Marco heeft de algemene leiding, Jacco is chef drukkerij en Robert Jan teamleider van de binnendienst.

De lat werd steeds hoger gelegd

beide kanten hebben we er altijd veel tijd in gestoken. Zoeken naar de juiste papiersoorten, testen of het technisch wel haalbaar was. Het was heel leuk om één keer per jaar zo fanatiek bezig

te zijn met je eigen drukwerkproductie. De ontwerpers kregen altijd extra exemplaren om hun werk aan eigen relaties te laten zien. Ooit merkte een ontwerper op: "Het ontwerpen van de

Een goede ontwerper maakt het verschil

Zwaan-kalender staat goed op m'n CV". Mooi, toch? We hebben er overigens wel altijd voor gekozen om met BnO-ontwerpers samen te werken. Een goede ontwerper maakt het verschil, is onze opvatting.'

Het verhaal

'Natuurlijk was het telkens een uitdaging om de kalender van het lopende jaar weer te overtreffen', weet Marco Zwaan. 'Dat was altijd ons uitgangspunt. Dat lukte niet altijd hoor. Vooral de kalenders van de laatste jaren vielen op omdat het niet alleen om een leuk ontwerp en mooi drukwerk ging. Er werden ook allerhande nieuwe afwerkingstechnieken in verwerkt. De ontwerpers hadden – op het vaste formaat na – daarin de vrije hand in concept en uitvoering. Er ontstond gaandeweg een leuke wisselwerking met de ontwerper. De eerste gesprekken vonden vaak al vroeg in het voorjaar plaats. Vóór

oktober moest de kalenderproductie gereed zijn. Er werd ook altijd een speciale verpakking voor ontworpen. De productietijd hadden we doorgaans hard nodig. Op 5 december lagen de kalenders klaar om uitgedeeld te worden. Dat gebeurde nooit eerder dan dat de Goedheiligman uit ons land vertrokken was. De oplage is geleidelijk gegroeid tot ongeveer 2.000 exemplaren. Onze accountmanagers maakten in de donkere dagen voor de Kerst veel kilometers om de kalenders persoonlijk te overhandigen en het verhaal erachter uit te leggen.'

Afscheidscadeautje

Toch komt er na 33 jaar een einde aan de rijke historie van de Zwaan-kalender. Marco Zwaan: 'Tja... dat was een zware, maar weloverwogen beslissing. Je ziet steeds minder wandkalenders in de vorm zoals wij altijd een wandkalender gemaakt hebben. Bij de kalenders die je wel ziet, gaat het

Lang, dun en lekker

De Zwaan kalender 2016 is door de vakjury van Kalenderwedstrijd | KW beoordeeld als 'beste wandkalender'. Dat is niet voor het eerst dat de 'Lange Zwaan', zoals de kalender in KW-kringen genoemd wordt, in de prijzen valt. Die liefkozende bijnaam kwam door een opmerking van Tessa Schlüter van het KVGGO, die zich tijdens de juryering bij de beoordeling van de Zwaan-inzending liet ontvallen: 'Typisch Zwaan, lang, dun en lekker'. Marco Zwaan: 'Het winnen van prijzen is nooit een doel op zich geweest, maar het is wel prettig als het ontwerp en de uitvoering gewaardeerd worden en het levert positieve publiciteit op. Dat is altijd welkom.'



Marco Zwaan (rechts) en ontwerper Serge Scheepers, winnaars van de KW 2016, categorie wandkalenders.



vooral om functionaliteit en minder om creativiteit. Toen hier enige tijd terug tijdens een vergadering de vraag gesteld werd: "hoe valt Kerst dit jaar?", liep ik naar de kalender. Toen ik omkeek, hadden mijn collega's dat al via hun mobiele telefoon ontdekt. Onder andere dat heeft me aan het denken gezet. We wilden wel met opgeheven hoofd afscheid nemen van een tijdperk Zwaan-kalenders. Dat is gelukt. Ontwerper Serge Scheepers van ontwerp bureau INCLDD heeft met de laatste feestelijk uitgepakt, of beter ingepakt. Want ieder maandblad is verpakt in fraai, speciaal ontworpen cadeaupapier. Voor wie het geduld kan opbrengen om maand voor maand uit te pakken, wacht aan het einde van dit jaar een leuk afscheidscadeautje van Zwaan.' **PM**