

Hans-Georg Wenke *Dipl.-Ing.*
 publisher, consultant, analyst

wenke@wenke.net

fon +49 212 254 01 10, mob +49 172 20 3 20 20
 Skype „hgwenke“, Twitter: hgwenke

D-42651 Solingen, Hasselstrasse 182



mission & vision

Prämisse, Prognose:

▶ **Die erkennbare Zukunft ist nicht-linear.**

Wir befinden uns in einem epochalem Wandel. Jeden Tag ist die Welt prinzipiell, substanziell anders, als wir sie bisher erlebt haben, gewohnt waren, kannten. Diese Veränderungsprozesse nehmen an Dynamik und Dramatik zu.

▶ **Unsere Erfahrungen und Gewohnheiten können uns massiv im Wege stehen und verhindern, dass wir uns auf die richtigen Ziele und Strategien konzentrieren.**

Wir müssen umdenken, auf grundsätzlich Neues und vieles Geänderte einstellen. Das Beibehalten von bisherigen Verhaltensmustern wird zur Gefahr. Es gilt, alles neu zu bedenken, zu bewerten – „anders zu sein“.

▶ Die Konditionen, unter und in denen wir leben, Geld verdienen, mit denen wir zurecht kommen müssen, werden sich oft signifikant und rasch verändern, nur selten eine Konstanz aufweisen, in die man sich „fallen lassen“ kann, die zu Routine führt. Ein Ausruhen gibt es (vorläufig) nicht (mehr).

Wir müssen „panta rhei“ („alles fließt“, Heraklit) akzeptieren, lernen, in ständiger Veränderung einen individuellen Kurs zu finden.

▶ **Die Gleichzeitigkeit des Gegensätzlichen und die 180°-Wende von Normen, Riten, Strukturen wird Permanenz.**

Scheinbare Widersprüche heben sich auf; Trends und Tendenzen können jeweils ihr Gegenteil provozieren; Positionen und Relationen ändern als Fortsetzung des Bisherigen ihre Polarität; Bedeutungen werden neu definiert, Werte und Prioritäten vollständig in Frage gestellt. Arbeiten und Leben organisiert sich neu durch **vier elementare, Ansprüche, die als Triebkräfte wirken: „ich, jetzt, alles, hier“:**

1. **Globalisierung** mit einer Aufhebung von Zeit und Raum.
2. **Mediales und kommunikatives Primat der Daten und Informationen** als Basis allen Miteinanders (Gesellschaft, Wirtschaft, Wissenschaft, Kunst).
3. **Individualisierung/Singularität** als prinzipielles Ziel und Recht für jeden („mass-individualization“).



Schlussfolgerung:

Die unternehmerischen, beruflichen Herausforderungen und Aufgaben im Hier und Heute für Eigner, Führungskräfte, Mitarbeiter mit Verantwortung und Entscheidungsbefugnis lauten daher:

- ▶ **Technology assessment (Technologiefolgen-Einschätzung):**
Erkennen, bewerten, „ahnen“, welche Auswirkungen die rasche Technologieentwicklung auf das Alltags- und Berufsleben hat, alle Erwartungen, Ansprüche und Bedürfnisse verändert. Zugleich umgekehrt, wie gesellschaftliche Entwicklungen nach neuen Lösungen und Aufgaben, neuen Werten und Qualitäten verlangen, mit denen man Geld verdienen kann.
- ▶ **Holistic Risk Management (Aktive Unternehmensführung und permanente personelle Qualifikation):**
Eine ganzheitliche Sicht, das eigene Tun ins globale Umfeld zu integrieren, um nachhaltig erfolgreich zu sein. Die eigenen Stärken nutzen, um die Schwächen anderer zu minimieren; gemeinsame Chancen sehen, suchen, fördern; den Risiken (Routine, alte Regeln, Ich-Fixierung) fliehen; „path of optimizing“ – „fight for excellence“.
- ▶ **Market Development/Progressive Marketing (Unternehmensentwicklung und Selbstvermarktung):**
Nach wie vor gilt, „Angebot und Nachfrage regulieren den Preis“; wer Umsatz machen oder als Arbeitnehmer beschäftigt sein will, muss seine Fähigkeiten, Angebote, Kenntnisse, Positionierung ständig mutieren („survival of the fittest“, Überleben der am besten Angepassten). Es gibt kaum noch „geborene“ Märkte oder Berufe, die „von selbst“ Erfolg garantieren.
- ▶ **Change Management (Marketing):**
Den Wandel und die Anpassung, die Mutation(en) organisieren und „machbar machen“; einerseits für sich selbst, andererseits als Hilfestellung für andere (womit man dann Geld verdient); alles ist solange „Chaos“, bis man seine Strukturen, Regeln, Initialkräfte durchschaut hat und nutzen kann. Dann ist es „the power of now“, Trendsurfing, Cutting edge, Mode, Zeitgeist, „angesagt“.

In diesen vier Bereichen bin ich als Analyst, Berater, Fachjournalist/-Autor bzw. Dozent aktiv und konzentriere mich dabei auf die ...



Zentrale Säule der Zukunftsgestaltung:

Im Berufs- und Geschäftsleben der Industrieländer wird alles, was wir heute unter den drei Begriffen „Medien“, „Marketing“, „Kommunikation“ kennen, eine entscheidende Rolle spielen.

Es ist die Welt der **grafisch-visuellen Kommunikation**, die eine Mehrfach-Bedeutung hat und verschiedene Rollen übernimmt:

- ▶ Geschäftsprozesse und Märkte (egal, welchen Genres) vorzubereiten, zu begleiten, zu *dokumentieren und unterstützen*;
- ▶ *selbst ein Produkt zu sein*, das den Markt des „intellektuellen Konsums“, „mentale Welten“ bedient (Ideen, Visionen, Fakten, Erinnerungen);
- ▶ *Grundlage und Werkzeug* der allgemeinen (und damit auch zweckfreien) Kommunikation, des Miteinanders, der Gesellschaftsstrukturen mit all ihren Facetten;
- ▶ *Kunst sein*, sich selbst genügen.

Grafisch visuelle Kommunikation ist grundsätzlich poly-medial und umfasst die Stufen ...

- ▶ **Content creating & generating:** Erstellung von Inhalten und „media unities“ („Medienprodukten“) mit Mitteln der grafisch-visuellen Kommunikation (Text/Schrift, Bild/optische Inszenierung, Grafik/Design) auf automatisierten und manuellen Wegen; Verbindung von Kreativ- mit Produktionsprozessen.
- ▶ **Quality enhancement, Proofing & automation:** Verbesserungen der inhaltlichen und darstellenden Qualität, der Standardisierung und Stabilisierung technischer Prozesse, der Workflows.
- ▶ **Print & archiving:** die Fixierung und Distribution von Content (Inhalt, Substanz) auf dauerhaften Datenträger, human oder digital lesbar.
- ▶ **Distributing & media on demand:** materiell als Print-Logistik oder immaterial via Internet und andere Netze.

Es ist das **neu formierte Common Publishing**, die Zusammenfassung bisher getrennter Bereiche:

- **Informationstechnologie** (Computertechnik; Netze, Rechenzentren)
- **Kommunikationstechnologie** ([Mobil-]Telefonie/+**Internet**)
- **Content-Creating** (Bild/Fotografie, Grafik/Design, Text)
- **Data-Hosting** (lokale Datenbanken, Datenbanken via Internet)
- **Office Communication** (Telefonie, PCs und Peripherie)
- **Multimedia**/Neue Medien“ (multifunktionale, digitale Devices)
- **Internet-Publishing** (www, Portale, Communities, Channel-Publishing)
- **Drucken**/Printmedien (grafische Industrie, Verlage, Hausdruckereien)
- **Massenkommunikation** (Presse=gedruckt und Sender=Rundfunk/TV)



Konsequent auf grafisch-visuelle Medien fokussiert

Seit 1978 Jahren bin ich selbständig, eigenverantwortlich-unabhängig im deutschsprachigen Markt tätig als ...

- ▶ **Analyst**; neutraler und kritischer Beobachter. Mit der Intention des Journalisten „alter Schule“, nämlich meinungsbildend. Aber auch die des Ingenieurs nach klassischem Verständnis: die Überführung der Theorie in praktische Anwendung.
- ▶ **Consultant**; Berater, Ratgeber, Trainer, Redner, Dozent, Team-Coach – Helfer im Unternehmens-Alltag, in besonderen Situationen oder bei spezifischen Herausforderungen.
- ▶ **Publisher**; Schreiben + Reden, veröffentlichen vor allem in Fachzeitschriften und Vorträge, Seminare-Kongresse-Workshops-Symposien für und bei Verbänden, Organisationen, Schulen, Firmen. Journalistisch tätig „auf Papier“, „im Netz“, per Video und mit Vorliebe auch per Audio (Podcasts, Gründung von „PrintRadio“), als Chefredakteur und Herausgeber.
- ▶ **Dozent, Redner, Moderator**; den zentralen Themenkreis „common publishing“ Berufsleuten und Unternehmern, Führungskräften und Experten präsentieren, Diskussionen provozieren und moderieren, die Basisideen vermitteln und Ideen provozieren.

Dies alles mit Engagement im persönlichen Gespräch. Mit suggestiver Motivation als Element von Bildung und Unterrichtung, Reportagen und Dokumentationen. Plus nicht nachlassender Verve, Menschen ihrer eigenen Zukunft wegen „aus der Reserve zu locken“.

Wenke Online

- ▶ <http://www.wenke.net> – die klassische Homepage; darin strukturiert angezeigt aktuelle und relevante Veröffentlichungen, Analysen, Charts, Dossiers. Als PDF bzw. Link zu den Quellen. Das Wichtigste ist (auf der Homepage) unter „Fahne“ chronologisch zu finden.
- ▶ <http://www.twitter.com/hgwenke> – die „follow me“-Seite; alle Updates der wenke.net-Homepage werden dort angekündigt > **RSS-Feed** !
- ▶ <http://www.beyond-print.de>
 - Erstens das internationale „*zipcon consulting network*“,
 - zweitens exklusives Themen- und Branchenportal inklusive Podcasts,
 - drittens die „*Petersberger Seminare*“ – Brainware unplugged sozusagen.
- ▶ <http://www.xing.com> – Das Wenke-Netzwerk und einiges über Person, Programm und Publikationen.

Beratungen

USP: Entscheidungssicherheit

Sie als Unternehmer, Führungskraft, Entscheider bekommen durch meine Arbeit ...

- ▶ **neue und nützliche Einblicke** in die zentralen Aspekte des Informations- und Kommunikations-Ära;
- ▶ **Fakten, Argumente, Backgrounds und Zusammenhänge** zum Vorbereiten und Treffen von Entscheidungen in den Bereichen Informations- und Kommunikations-Architekturen/-konzepte, Mediennutzung, publizistische Werkzeuge und Wirkungen;
- ▶ **Anregungen und Perspektiven** für berufliche und geschäftliche Benefits:
 - Die Entwicklungen der grafisch-visuellen Kommunikation, ihrer Anwendungen, Vorteile und Technologien, Trends und Neuigkeiten kennen, sehen, bewerten, in die eigenen beruflichen und unternehmerischen Ziele und Ansprüche einbinden und so Nutzen daraus ziehen –*
 - oder –*
 - als Experte, Mitarbeiter, Unternehmer, Führungskraft, Entscheider, Anbieter, Entwickler „Parizipant“ („Nutznießer“) der Entwicklung zu sein und durch Wissen, Können, Produkte Einkommen erzielen.*

Entscheidend dafür ist die Art, wie ich für Sie Themen analysiere, aufbereite und präsentiere:

- ▶ auf das Wesentliche, das Eigentliche, den Kern **komprimiert, konzentriert**;
- ▶ mit wichtigen Relationen, Einflussgrößen, Wechselwirkungen **synchronisiert, kombiniert**;
- ▶ sowohl in allgemeiner Form, die **über den Tag hinaus gültig** und von Nutzen ist („Theorie“),
- ▶ als auch **projiziert auf Berufs- und Geschäfts-Modelle** und -Gelegenheiten („Praxis“);
- ▶ **objektiv, unabhängig**-frei analysiert, aber engagiert und motivierend präsentiert.

Das hilft Ihnen und Ihren Mitarbeitern bzw. dem Team, für das Sie verantwortlich oder ein wesentliche Part sind

- ▶ **Sicherheit** zu erlangen, Zweifel definitiv abzubauen,
- ▶ **Wissen** ständig zu erweitern,
- ▶ **Meinungen** zu festigen und zu begründen,
- ▶ fundierte **Entscheidungen** vorzubereiten und zu treffen;
- ▶ sich und das, was Sie verantworten, auf die **Zukunft** vorzubereiten,
- ▶ jederzeit schnell und flexibel **reagieren** zu können,
- ▶ **Chancen** auch in komplex-komplizierten Situationen zu erkennen;
- ▶ verlässlichen **Trends** zu folgen,
- ▶ um sich **Vorsprung** zu verschaffen, mit dem man
- ▶ im **Wettbewerb** bestehen bestehen kann.
- ▶ *summa summarum: **innovativ und zugleich nachhaltig zu sein.***

Schreiben, sprechen, präsentieren

USP: Pointierte Faszination

Sie als Verleger/Chef- oder Themenredakteur, Kongress- und Seminarveranstalter, Markentwickler, Vertriebsstrategie profitieren von meinem Wissen, Erfahrung und multimedialen Tätigkeiten durch ...

- ▶ **fachlich-analytische Darstellung** der Entwicklung, der Perspektiven, der phantastischen Effizienz grafisch-visueller Kommunikation (Papier, Print, Schrift/Design, x-/multi-/cross-/blended media);
- ▶ **engagiert-motivierende Impulse** für Unternehmer und Führungskräfte, sich auf die Chancen und Herausforderungen, Möglichkeiten und Entwicklungspotentiale zu konzentrieren, die positiven Aspekte und günstigen Gelegenheiten zu erkennen und zu nutzen;
- ▶ **Vielfältig-interessante, kurzweilige und auch für Fachfremde faszinierende Präsentationen** vor großem und kleinen Teilnehmerkreis, in unterhaltsamer oder formaler Manier, intern, extern, als **Ankerpunkt** oder als „Sahnehäubchen“.

Einzigartig – so bestätigen es andere einhellig – ist die suggestive Kraft der Präsentationen auf Papier oder am Rednerpult, auf der Bühne, im Video oder Podcast.

- ▶ **Komprimiert** auf das Wesentliche, Charakteristische **konzentriert**;
- ▶ **Synchronisiert** mit einbettenden Themenbögen, mit dem jeweiligen Umfeld **kombiniert**;
- ▶ **Über den Tag hinaus Gültiges** betonend: Kräfte, Gesetze, treibende Motive („Philosophie“);
- ▶ **Projiziert auf Berufs- und Geschäfts-Modelle** Machbares konkret zeigend („Pragmatismus“);
- ▶ **objektiv, unabhängig** meinungsbildend bis provozierend-grundehrlich, „punktgenau“.

Das hilft Ihnen, Ihrer Redaktion, Ihrer Veranstaltung, für die Sie verantwortlich oder Initiator sind

- ▶ **Fachkompetenz** zu engagieren, Wissen und Erfahrung einzubringen,
- ▶ **aktuelle Themen** auf den Punkt zu bringen,
- ▶ **Interesse und Aufmerksamkeit** zu wecken, und zwar mit einem extrem hohen Erinnerungs- und Motivations-Effekt,
- ▶ **Zuhörer** für Ihre Botschaft, Ihre Marke, Ihr Haus zu begeistern,
- ▶ **Emotionen** zu wecken, an die sich Images knüpfen lassen,
- ▶ **Sachverstand** mit einem lockeren Schreib- und Redestil zu verbinden und dadurch Themen begreiflich, denkbar, verständlich zu machen,
- ▶ **summa summarum: vorauszuschauen, aufzubauen, vorbereitet zu sein.**



Ihre Herausforderung:

Profi—Profil—Profit

- ▶ **Permanente Evolution:** «panta rhei, alles fließt» – «survival of the fittest – Überleben durch Anpassung» – «smart beats big – Flexibilität schlägt Größe» – «Entrepreneurship – Gestalter statt Verwalter» – «cooperate, don't incorporate – Koexistenz statt Konfrontation». Und schließlich vor allem: «Ökologie ist Ökonomie»: Nachhaltigkeit ist „Kapitalismus pur“: mit dem geringsten „Schaden“ (=Aufwand) den höchstmöglichen Nutzen (=„Profit“) erzielen. **Durch die Feinjustierung von eigener Unternehmung und Arbeit-/Dienstleistung zu den realen Markt- und Gesellschaftskonditionen ergibt sich Professionalität.**
- ▶ **«I did it my way»** – Gerne wird Frank Sinatras Edelschnulze zu Abschied und Beerdigung gespielt. Zu spät! Es sollte das Credo (wörtlich: *Glaube*) aktiv gelebt werden – als Glauben an sich selbst, das eigene Können, die eigene Attraktivität, die eigene Leistung; eben: **das eigene Profil, shape**. Die Persönlichkeit, *personality*. **Nur so ist wirklich Marketing möglich: als eine Orientierungs-Marke auf diffusen Märkten, die Ziel, Hilfe, Verlässlichkeit zugleich ist.** Nur wer sich von anderem unterscheidet, kann als Eigenständiges wahrgenommen werden.
- ▶ **Profit** ist der Begriff für **Gewinn, Zuwachs, Mehrwert, Substanzvermehrung**. Das kann, muss aber keineswegs nur Geld oder die Bewertung in Geldwerten sein. Bekanntheitsgrad, Attraktivität, Marktanteil, Exklusivität, Qualität, Innovationskraft, Qualifikation – alle „harten“ und „weichen“ **Arbeits- und Unternehmens-Erfolgsfaktoren** gehören dazu. Zwar tröstet manchmal, wenn „wenigstens nichts verloren gegangen ist“, aber **Tun und Handeln** (vor allem beruflich-unternehmerisches) befriedigt erst wirklich dann, wenn „unter'm Strich etwas dabei herauskommt“. Was, kann jeder für sich selbst definieren.

Dabei zu helfen, dass dies funktioniert, möglich ist, erreicht wird, ist mein Angebot an Sie.