

« Zum Beispiel »



Hans-Georg Wenke Auf den folgenden Seiten finden Sie grundsätzliche Informationen und Beispiele der beruflichen Arbeit: Beratungen, Vorträge, Publikationen, Studien und dergleichen aus dem mehr als drei Jahrzehnte umfassenden Zeitraum meiner selbständigen Tätigkeit.

- ▶ Person & Netzwerk
- ▶ Consulting, Coaching
- ▶ Publikationen: Analysen, Backgrounds, Aktuelles, Trends, Glossen
- ▶ Referenzen

Person & Netzwerk



Hans-Georg Wenke

Dipl.-Ing.

Fachgebiet

Grafisch-visuelle Medien & Kommunikationsarchitektur
(Grundlagen, Entwicklungen, Nutzen, Anwendungen)

Tätigkeiten

Berater, Dozent, Autor, Chefredakteur

Business

Beratungs- und Redaktionsbüro „wenke.net“
Mitherausgeber „beyond print“

Netzwerk

- ▶ [ZIPCON consulting network](#), Essen-München-Philadelphia (USA): Partner und Consultant
- ▶ [Druckmarkt Schweiz](#), Zürich: Autor
- ▶ [«gib»Zürich](#) Kaderschule / [JPT AG](#), Zürich: Dozent
- ▶ [consulting partner](#), Wien: Berater
- ▶ ([Xing](#))

Koordinaten

D-42651 Solingen
Hasselstraße 182
Tel +49 (0)212 254 01 10
Mobil +49 (0)172 203 20 20
Fax +49 (0)212 254 01 12
Skype hgwenke
Email wenke@wenke.net

**Info-Pool,
Kompodium, E-Zine** <http://wenke.net>

curriculum vitae



- ▶ Jahrgang 1948
- ▶ Berufsausbildung als Schriftsetzer
- ▶ Studium an der Fachhochschule /
Universität Wuppertal, Abschluss Diplom-Ingenieur für Printtechnologien
- ▶ Leitende Berufe in der Industrie
- ▶ Management-Berater bei einem
Unternehmerverband
- ▶ Seit 1978 selbständiger Berater und Fachjournalist; bisher ca. 2.000 Pro-
jekte
- ▶ über 3.000 Veröffentlichungen in namhaften Fachzeitschriften der Print-
und Publishing-Industrie in D, A, CH und anderen Ländern sowie Veröf-
fentlichungen in Organisations- und Wirtschaftspublikationen
- ▶ Chefredakteur Branchen-Magazine Printmedien / Kommunikation
- ▶ Autor von Fachpublikationen; Entwicklung von Prognose-Modellen für die
mediale Kommunikation
- ▶ Dozent und Seminarleiter in den Fachbereichen Werbung, Marketing, Me-
dientechnik, e-commerce und Kommunikationsstrategien
- ▶ Gründung PrintRadio („Fachradio“)
- ▶ Partner und Consultant in drei internationalen Beratungs- und Publikati-
ons-Netzwerken (Deutschland, Österreich, Schweiz, USA)

« Zum Beispiel »

Publizistische, journalistische und mediale Konzepte, Projekte, Produktionen

*Ein Blatt ist eine Bühne.
Ein Bildschirm auch.
Worte sind die Schauspieler.
Farben die Scheinwerfer.
Bilder die Kulissen.
Regie führt die Phantasie.*

Auf diesen medialen Bühnen Menschen in Stimmung zu versetzen, sie zu motivieren, zu informieren, Hilfe, Orientierung und Impulse zu geben, ist mein Metier. Logisch, dass auch die Bühne selbst – das Podium, das Vortragspult, der Seminarraum – dazugehören.

Alles kreist immer wieder um die gleiche, spannende Frage und Entwicklung: wie beeinflussen sich und was bewirken Kommunikation & Organisations- bzw. Business-Konzepte im Zusammenspiel? Das beantwortet, welche Technik welchen Nutzen hat, welche Lösungen für welche Märkte und welche Kommunikationsmedien für welche Ziele am besten geeignet sind.

Das erforsche und analysiere ich, darüber schreibe und spreche ich. Darin berate und coache ich Menschen, die Phantasie genug haben, die aktuellen medialen Möglichkeiten der digitalen Print- und Publishing-Welt effizient zu nutzen.

« Schwierige, komplexe Zusammenhänge, aktuelle Entwicklungen, ihre Konsequenzen, Vorteile und Zusammenhänge für ein breites Publikum präzise und prägnant zu erklären – das ist die weit über die Branche bekannte Spezialität von Hans-Georg Wenke. Seine Analysen sind nachweislich schon oft die frühesten und zugleich treffendsten Beurteilungen und Voraussagen der Medienentwicklung gewesen. Besondere Bedeutung bekommen diese Expertisen, weil sie Technik, Marketing, Kommunikation und Business-Strategien in Beziehung setzen und zu einer umfassenden Sicht der Dinge führen. In der persönlichen Präsentation gelingt es ihm, in den Köpfen der Zuhörer Visionen zu erzeugen, die zu neuen Ideen und zu einem entspannteren Umgang mit der raschen Entwicklung führen. »

Referenzen

1978 – heute, unter anderem:

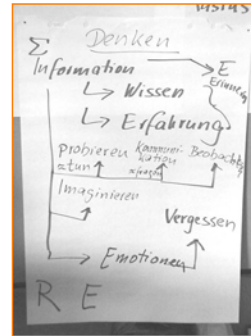
- ▶ A&F Computersysteme, CH
- ▶ Agfa Grafische Systeme, D
- ▶ AM Digital, CH
- ▶ a:prico Digitaldruck, D
- ▶ arcus Verlag, D
- ▶ auf der scho:n, A
- ▶ Baur Versand, D
- ▶ Bayer AG, D
- ▶ Birkhäuser Verlag, CH
- ▶ Bucur, D
- ▶ Bundesverband Druck, D
- ▶ Canon, D + A
- ▶ Ceylon Direkthilfe, C + LK
- ▶ Chateau le Claire, D
- ▶ CLC Nord Computer, D
- ▶ columnnum Beratungssozietät, D
- ▶ deltafuture, CH
- ▶ Desktop Dialog Verlag, D
- ▶ Deutscher Drucker Verlag, D
- ▶ Deutscher Fachverlag / „Horizont“, D
- ▶ Druckladen im Gutenberg-Museum, Mainz, D
- ▶ Druckmarkt, D + CH
- ▶ Druck & Medien, Haymarket, D
- ▶ Druckspiegel Verlag, D
- ▶ drupa, weltgrößte Fachmesse Drucktechnik, D
- ▶ equal, CH
- ▶ Fachschriften-Verlag, D
- ▶ Feldegg AG, CH
- ▶ Ferag, CH
- ▶ Finanzverwaltung NRW, D
- ▶ FOGRA Forschungsinstitut, D
- ▶ Fujifilm Europa, D +GB
- ▶ gawu international, D + CH
- ▶ «gib»Zürich Kaderschule, CH
- ▶ Goeke Fachhandel, D
- ▶ Gmund Papier, D
- ▶ graphax, CH
- ▶ Grafisches Forum Zürich, CH
- ▶ Grafische Revue, A
- ▶ Gronenberg Druck und Medien, D
- ▶ gugler, A
- ▶ Heidelberger Druckmaschinen, D + intern.
- ▶ impresse e-procurement, USA + D
- ▶ IRD Institut für rationale Unternehmensführung, D + A + CH
- ▶ ISW Interessengemeinschaft Solinger Wirtschaft, D
- ▶ JPT AG, CH
- ▶ KBA Druckmaschinen, Radebeul, D
- ▶ Konica Deutschland, D

- ▶ Kromer-Druck, CH
- ▶ LithoTronic Handel, CH
- ▶ Linotype-Hell, D + weltweit
- ▶ Louisgang Druck, D
- ▶ MAN-Druckmaschinen, D
- ▶ Messe Düsseldorf, D + weltweit
- ▶ Meyle + Müller Repro, D
- ▶ miro Messebau, D
- ▶ Océ, D + CH
- ▶ Ökologischer Werkhof Opl. Projektbüro, D
- ▶ Paul Albrechts Verlag, D
- ▶ printmedia.tv, D
- ▶ Rapp Buchkunst, D
- ▶ Scangraphic, D
- ▶ Scherrer Druck Neue Medien, D
- ▶ Scheufelen Papier, D
- ▶ SCS Schwarz Systemhaus, D
- ▶ Schweizer Bundesbahn SBB, CH
- ▶ siggset print & media, D + CH
- ▶ SPD Sozialdemokratische Partei Deutschlands, D
- ▶ Swico, CH
- ▶ Swiss Publishing Week, CH
- ▶ Typon, CH
- ▶ Typophil, CH
- ▶ UGRA Forschungsinstitut, CH
- ▶ VBDM Verband Bayerischer Druck- und Medienindustrie, D
- ▶ vdma, Verband Dt. Masch.- und Anlagenbauer, Fachgruppe Druck + Papierverarbeitung, D
- ▶ Verband deutscher Buchbindereien für Verlag und Industrie, D
- ▶ Verband der Druckindustrie Nordrhein e.V., D
- ▶ Verband der Schweizer Druckindustrie VSD, CH
- ▶ Verband Druck- und Medientechnik, A
- ▶ Verlag Normann Rentrop, D
- ▶ VSD, Verband Schweizer Druckunternehmen, CH
- ▶ viscom, CH
- ▶ Wassermann Communication, A
- ▶ Westdeutsche Landesbank, D
- ▶ WRH-Marketing, D
- ▶ X-Art, CH
- ▶ Xeikon, B + weltweit
- ▶ Xerox, USA + D + CH + weltweit
- ▶ Zipcon, D

Consulting, Coaching

Konzepte. Strategien. Veränderungen. Realisierungen.

- ▶ Die Balance zwischen engagierter Innovationsfreude und neutraler Distance ist entscheidend für die Qualität einer Beratung. Ob im Gespräch bzw. der Projektarbeit mit einzelnen Personen – Inhabern, Geschäftsführern – oder einem Team: sich deren Probleme, Wünsche, Sorgen, Pläne zu eigen machen und fairer Partner sein, lässt gute Gedanken entstehen, denen erfolgreiche Taten folgen können.
- ▶ Anderen Menschen Mut machen und gleichzeitig vor Fehlern bewahren: das sind die Ziele und Leitlinien einer vertrauensvollen Zusammenarbeit. Sie basieren auf Offenheit sowie positiver Kritik und kritischer Dialoge als Quelle ständiger Weiterentwicklung.



Beispiele:

Beratungssozietät:

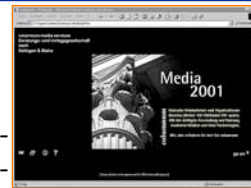
Kommunikations-Architektur

columnum, Solingen + Mainz

- ▶ Ab 1989 Aufbau einer international tätigen Beratungssozietät für Medien, Marketing und Kommunikation.
- ▶ Etablierung des Business-Konzeptes und zahlreiche konzeptionelle Arbeiten, Thesen, Ausarbeitungen von Präsentationen, Publikationen und Informationen über die Verbindung von Kommunikation und Medienproduktion.
- ▶ Durchführung mehrerer hundert Beratungsprojekte und weit über tausend Publikationen bzw. Auftritte verschiedenster Art.

Kunden im In- und Ausland, Kooperation mit zahlreichen Verlagen und Redaktionen.

Verkauf der Geschäftsanteile im Jahr 2000 an den seinerzeitigen Mitgründer.



Produktlaunch:

Deutschlands erster professioneller Vierfarb-Digitaldruck-Fachbetrieb

Digital Graphics, Neuenbürg

- ▶ Konzept der Werbe- und Pressekampagne zur Eröffnung; Fachartikel und Berichte über diesen Event; Interviews, Sachdarstellungen.
- ▶ Konzept der Einladungsunterlagen.
- ▶ Erstellung eines Live-Berichts während der Eröffnung über die Eröffnung und sofortiges Drucken auf der Digitaldruckmaschine.

Auch wenn dieses Unternehmen bereits nach relativ kurzer Zeit wieder die Segel streichen musste, so war die Eröffnung der ersten deutschen Digi-



taldruckerei ein Medien- und Brancheneignis ersten Ranges. Den Siegeszug des Digitaldrucks hat der kleine Stolperer nicht aufhalten können.

Markterweiterung:

„below the line“-Promotion

a:prico, Hamburg

- ▶ Konzept und Entwürfe für eine außergewöhnliche Awareness-Kampagne mit interaktiven und kultischen Aspekten. Kombination von Printmedien und Internet.



a:prico ist einer der konzeptionell erfolgreichsten Digitaldruck-Dienstleister. Für die Weiterentwicklung einer Vertriebs-, Produktions- und Technologie-Idee und deren Relaunch im Markt wurde eine Kampagne mit direktem Bezug zum Produkt und den damit verbundenen Möglichkeiten gesucht.

Die Lösung war eine Wort- und Bildmotivserie, die den Digitaldruck in neuem Licht – und vor allem technik- und fachsprachefrei – darstellte und darüber hinaus spielerische Elemente hatte.

Prozessoptimierung:

Geld sparen durch Medientechnologie

Bayer AG, Leverkusen

- ▶ Umfangreiche Studien, Workshops und Beratungsleistungen für eine Prozessoptimierung zur Herstellung zeitkritischer und inhalts-sensibler Drucksachen mit Digitaldruck-Technologie.



Moderne professionelle Publishing- und Drucktechnologie ermöglicht Informations- und Geschäftsprozesse, die im wesentlichen Umfang Zeit und Geld sparen, Fehler und Falschinformations-Risiken minimieren und die Informationslogistik sowohl inhaltlich wie auch rein pragmatisch materiell signifikant entlasten. Freilich müssen dazu Geschäftsprozesse, Organisationsformen, Arbeitsabläufe und das Zusammenspiel der beruflichen Funktionen verändert, anders geregelt werden. Bei vielen offensichtlichen Vorteilen dennoch ein komplexer Vorgang, der genauer Studien und Beschreibungen bedarf.

Paradigmen:

Was ist die Wirklichkeit?

wenke.net, Solingen

- ▶ Erarbeitung und Formulierung von Thesen und Paradigmen zur Präsentation und Objektivierung moderner Medien- und Kommunikations-Effizienz; Darstellung und Präsentation in Sonderschriften, Zeitschriften, bei Vorträgen, Seminaren, Workshops, in Moderationen und Diskussionsleitungen; in Büchern, Fachaufsätzen, Internet-Sites, Beratungen.



Ist die Welt kompliziert? Jedenfalls wirkt sie weniger unübersichtlich, wenn man die richtigen Formeln, Paradigmen, Erkennungs- und Bewertungsmuster zur Hand hat, um Relationen, Bedeutungen, Entwicklungen

und Gesetzmäßigkeiten zu beurteilen. Solche „Hilfskonstrukte“ ersetzen nicht die Wirklichkeit, aber sie machen es leichter, die Realitäten in Worte, Gedanken, Entscheidungen zu fassen. Obwohl über Kommunikation viel gesagt, geschrieben, gelehrt wird, fehlt es in Bezug auf moderne Medien und Medienanwendungen permanent an griffigen Formeln und kurzen, präzisen Beschreibungen in Form von Paradigmen, die sowohl Laien wie auch Fachleuten Orientierungshilfe und Anregung zugleich sind.

Marktstudien:

Wie steht es mit dem digitalen Druck?

IRD, Druckmarkt, wenke.net

- Vorbereitung und Formulierung der Umfrage; Kommentierung und Interpretation der Auswertung; Gesamtscrip für die Erstellung des Reports.

Selbst die Anbieter von Digitaldrucksystemen und -Lösungen kennen den Markt der potentiellen Investoren und deren Motivationslage nur sehr ungenau. Wohl auch, weil sich die Stimmungsbilder relativ schnell ändern und weiterhin ändern werden. In einer Gemeinschaftsaktion haben das IRD, der Druckmarkt und wenke.net per qualifizierter Umfrage Trends und Einstellungen erforscht, ausgewertet, kommentiert und dokumentiert.



Corporate Identity:

Vom „Verein“ zum „Institut“

IRD D, A, CH

Das IRD-Knowledge-Institut war einem starken Wandel unterworfen. Markt, Technologie, Wettbewerb, alles Parameter befanden sich gleichzeitig im Umbruch. Außerdem war das Image des Institutes zwar von hoher Reputation, was die fachliche Kompetenz betrifft. Doch es galt als konservativ, weil die Dokumentationen über lange Jahre nicht verändert wurden.

Der Spirit des Institutes jedoch hatte sich längst gewandelt. Es griff und greift Themen auf, die an vorderster Front der Entwicklung stehen. Es ist Wegbereiter für neue Erkenntnisse ebenso wie für sehr moderne Lösungen. Daher war es an der Zeit, dies auch in einem neuen CI zu symbolisieren.

- ▶ Über ca. anderthalb Jahre wurden sämtliche Reports und Dokumentationen, Programme und Einladungen, Newsletter und Broschüren, Briefschaften und alles, was in kopierter und gedruckter Form das Haus verlässt, sukzessive – wenn die Produktion ohnehin anstand – neu gestaltet.
- ▶ Inzwischen ist daraus eine CI-geprägte Drucksachenreihe geworden, die auf dem Markt hohe Beachtung gefunden hat.



Corporate Identity :

Ökologie als Vorbild der Ökonomie

gugler, Melk (A)

Eines der erfolgreichsten Bogen-Akzidenzdruckereien Österreichs mit konsequenter Ausrichtung auf ökologische Belange und Crossmedia. Auf der grünen Wiese ist eine HighTech-Schmiede mit einzigartigem Flair entstanden.

Es galt (und gilt), diese Besonderheiten, also das USP und die Kernkompetenz im ökologischen Drucken konsequent zu vermarkten. Dazu wurde ein umfangreiches Textarchiv erstellt, aus dem sich Werbe-, Promotion-, Informations- und Präsentationsmedien mosaikartig zusammensetzen lassen. So wird die Stimmigkeit der Aussagen und der öffentlichen Präsenz gewahrt, der damit verbundene zeitliche Aufwand minimiert und die Substanz bzw. Effizienz der Werbemedien erhöht.

Zusätzlich wurden eine Reihe von Event-Aktivitäten konzipiert und durchgeführt, die den unmittelbaren Kontakt mit den Kunden auf eine sehr unkomplizierte Art und Weise festigen und inzwischen breite Anerkennung gefunden haben.

- ▶ Presstexte, Einladungen, Dokumentationen
- ▶ Werbematerial, Informations-Drucksachen, Slogans
- ▶ Internet-Auftritt (www.gugler.at)
- ▶ Beratung in unternehmensstrategischen Fragen und Moderation interner kommunikativer und konzeptioneller Meetings



Market Development – Market Surveys – Marketing

Digital PrePress Digital Workflow Digital Printing

Digitaldruck – genauer gesagt der professionelle Vierfarb-Digitaldruck im Bereich der grafischen Industrie – erlebte den Beginn seines Durchbruchs um 1995.

Bereits seit 1985, als die ersten wirklich produktiven DTP-Systemen in der damaligen Druckindustrie Einzug hielten, habe ich über die damit verbundenen technischen Themenkomplexe, unternehmerischen und unternehmensstrategischen Auswirkungen, die Marktveränderungen und die Einflüsse auf Kommunikation, Medien und Publishing zahlreiche Artikel verfasst, Vorträge und Seminare gehalten und in Hunderten von Beratungen konkret an der Einführung und Nutzbarmachung der neuen Technologien mitgewirkt. So ist dieser Bereich, der sich bis heute auf der „digitalen Schiene“ fortsetzt, zu meinem technologisch-funktionellen Spezialgebiet geworden.

Ein wenig Ironie muss sein: Für das IRD haben wir für eine Werbekampagne alte Postkarten mit modernen Markt- und Technik-Themen kombiniert. Wie diese hier: „Nu hören se mal jut zu: Det hier is on demand gedruckt!“

Marketing-Kampagnen

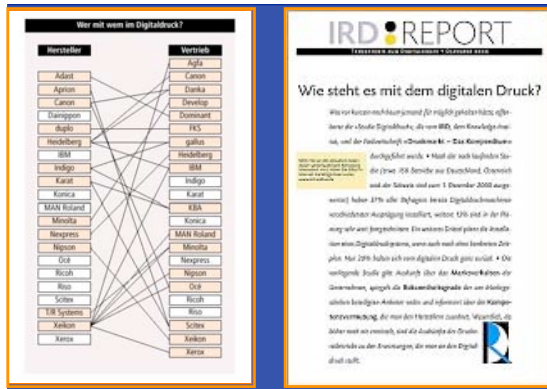
- ▶ Wer nicht wirbt, stirbt, ist ein bekannter Slogan. Doch leider gilt auch oft: manche Werbung ist sterbenslangweilig. Es sterben der Kontakt und die Motivation. Daher: Der Spirit zählt mehr als das bloße formale Design, es zählt, was Kunden überrascht – und zwar auf angenehme, sympathische Art und Weise. Durchaus auch mit Ironie und lockerem Humor.



Einige der Aktivitäten auf diesem Gebiet waren oder sind:

- ▶ Mitwirkung bei der Konzeption und Durchführung sowie Dokumentation der „Fogra-Symposien“ über Electronic Publishing (in der „heißen Phase“ mit praktisch allen Größen und Koryphäen des seinerzeit jungen Marktes, etwa Tim Gill [Gründer Quark], John Warnock und Chuck Geschke [Gründer Adobe], Paul Brainard [der wirkliche Erfinder von DTP], Jim King [Chefentwickler Adobe], Jonathan Seybold [Seybold Conferences] und vielen anderen)
- ▶ Umfangreiche journalistische Aktivitäten in Fachzeitschriften wie z. B. Deutscher Drucker, Offsetpraxis, Druckspiegel, Desktop Dialog, Handelsblatt, Horizont (Konzept und Aufbau eines regelmäßigen DTP-Specials für die Werbebranche) und anderen

- ▶ Intensive Mitarbeit bei der deutschen Einführungskampagne zum ersten Schwarzweiß-Digitaldruck-Produktionssystem (DocuTech)
- ▶ Deutsche Einführungskampagne Xeikon Vierfarbdrucksystem
- ▶ Gründung „Digitaldruck-Forum“
- ▶ Roadshows und Fachveranstaltungen zu „Digitalem Buchdruck“, „Office Publishing“, Farb-Digitaldruck
- ▶ Erste veröffentlichte Wirtschaftlichkeits- und Kalkulationsstudien
- ▶ Erste deutsche Investor-Studie über Digitaldruck (zusammen mit IRD)
- ▶ Konzept und Produktion eines Fachbuches über Digitaldruck
- ▶ Themen- und Fachredakteur Digitaldruck der Fachzeitschrift „Druckmarkt - das Kompendium“; u. a. Leistungs- und Marktübersichten, Trendberichte, Top-Level-Interviews mit Anwendern und Anbietern



Publikationen: Analysen, Backgrounds, Aktuelles, Trends, Glossen

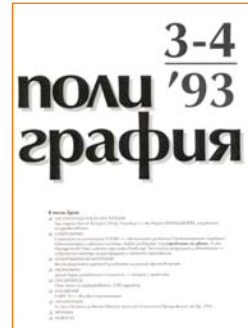
Medien, Marketing, Kommunikation

Journalismus:

Internationale Präsenz

Rumänische Fachzeitschrift - Fachzeitschriften in Portugal, USA, Finnland, Niederlande, Österreich, Schweiz

- ▶ Fach- und Sachartikel, Background-Stories und Marktanalysen wurden und werden in zahlreichen Zeitschriften des In- und Auslandes publiziert.



Technische Reports:

Anwendungen und Analysen

Rank Xerox Deutschland Ingenieur-Produkte, Düsseldorf

- ▶ Inhaltliche Konzeption einer technisch-sachlichen Informationsbroschüre mit Anwenderstories über einen Spezialbereich: Großformat-Kopierer.
- ▶ Durchführung aller Recherchen und Interviews.
- ▶ Briefing von Fotograf und Layouter sowie Gesamtüberwachung der Broschürenentstehung.



Dokumentation:

Jahresbericht auf Top-Level

Westdeutsche Landesbank, Düsseldorf

- ▶ Inhaltliche Konzeption, Recherchen, Interviews und Text eines spezifischen, umfangreichen Branchen-Specials über die Druckindustrie in Nordrhein-Westfalen.
- ▶ (Der Geschäftsbericht der WestLB enthält jedes Jahr eine Analyse über eine Branche mit NRW-Bezug).
- ▶ Zusammenarbeit mit Otl Aicher, der für die grafische Gestaltung verantwortlich war.



Schriftstellerei:

Menschenanalyse einer Stadt

Gronenberg Verlag, Wiehl

- ▶ Konzept-Mitarbeit, sämtliche Texte, Fotoregie.

Populäres Buch über Solingen mit bis dato einmaligen Luftbildern der Klingensteinadt. Intensive und pointierte Texte über die Mentalität der Bevölkerung und das Charakteristische der Stadt im Bergischen Land. Die Texte des Buches wurden vor allem von vielen Kennern



als „humorvolle, tiefgründige Beschreibung der wirklichen Solinger“ bezeichnet.

drupa 2008, drupa innovation parc (dip):

show me the show

Messegesellschaft Düsseldorf und
Zipcon Consulting, Essen

- ▶ Chefredakteur einer Multimedia-Publishing-Crew
- ▶ Organisation einer täglichen Dokumentation über den dip (print on demand, on site)
- ▶ parallel dazu Internet-Portal (dip.drupa.de)
- ▶ PodCasts: Interviews, Schneiden, Publizieren „on the spot“
- ▶ Business-TV: Interviews und Analysen; Arbeiten „vor und hinter der Kamera“
- ▶ – alles bilingual deutsch/englisch



Der drupa innovation parc wurde von Besuchern und Ausstellern als das „eigentliche Herz der drupa-Innovationen“ angesehen: hier waren die progressiven Entwickler zusammen, die der Druckindustrie durch Org- und Software neue Impulse gaben. Alle Aussteller der Halle 7.0 (dip) komplett abzudecken und zahlreiche Prominente, vor allem Analysten und Funktionsträger, täglich gut 12 Stunden „im Blick zu halten“ und live zu berichten – und dies mit einer frisch zusammengesetzten, gemischten deutsch-amerikanischen Crew – war eine organisatorische wie journalistische Herausforderung gleichermaßen.

Moderne Fachmedien:

Gutenberg und das Radio

Verband Schweizer Fachpresse, Q-Publikationen:

- ▶ Vortrag vor Kolleginnen/Kollegen der Schweizer Fachpresse, Redaktionsleitungen, Verlagsmanagern über die Möglichkeiten des Podcasting



Mit PrintRadio.info habe ich das erste deutschsprachige Podcast für (Print-)Medien, Marketing und Kommunikation geschaffen. Es hat vor allem unter jüngeren Fachleuten einen hohen Stellenwert und ergänzt die gedruckten Publikationen. Vorerst noch, denn seit dem Zusammenschluss mit Zipcon-Consulting und deren Internet-Portal „www.beyond-print.de“ wächst PrintRadio als eigenständiges Medium.

Marketing:**Sich durchsetzen, Themen besetzen**

AM Digital, Cham, Schweiz

- ▶ Erarbeitung einer nationalen Vertriebsstrategie für Digitaldrucksysteme und andere hochwertige Investitionsgüter für PrePress und Print.
- ▶ Konzeption und Texte von Anzeigen- und Prospektkampagnen.
- ▶ Erarbeitung, Umsetzung Durchführung eines Messekonzepthes mit Business-Theater-Präsentationen.
- ▶ Vorträge und Seminare.
- ▶ Fachartikel für interne und externe Publikationen.

**Market Development:****Dem Neuen ein Gesicht geben**

Xerox Konzern, Stamford, Con., USA

- ▶ Weltweit hunderttausendfach distribuerter Fachartikel über die Relation von Digitaldruck und 1:1-Marketing. Bedeutung der individualisierten Werbung und Kommunikation in Vertriebs- und Business-Prozessen.
- ▶ Fachvorträge vor internationalem Publikum während der Drupa 2000 über dieses Thema.

**Publizistik:****Verbindung zweier Branchen**

Deutscher Fachverlag, Redaktion Horizont, Frankfurt am Main

- ▶ Aufbau einer neuen Sektion der Wochenzeitung für Werbung und Marketing: Printmedientechnologie in ihrer Effizienz und mit ihrem Einfluss auf Werbung und Marketing in konkreten Anwendungsfällen und ihren Tendenzen darstellen.
- ▶ Komplettes Konzept der Specials, Reportagen, Background-Stories, Interviews, News, Kommentierungen.
- ▶ Mitarbeit bei der Weiterentwicklung des jährlich mehrfach erscheinenden Specials zur Rubrik „interactive“.

**Vertrieb:****Neuer Marktauftritt**

LithoTronic, Glattbrugg, Schweiz

- ▶ Anzeigen- und Marketing-Kampagne zum Wechsel des Firmennamens und neuem Erscheinungsbild.
- ▶ Konzeption und Durchführung von Kundeninformationsveranstaltungen (Open Houses, Seminare).
- ▶ Entwicklung und Realisierung eines fachthemenorientierten Magazins.



Jubiläum:

Analytische Phantasie

Bernecker Mediengruppe, Melsungen

- ▶ Einleitung zu einer Firmenchronik, die 125 Jahre Druck- und Kommunikationsgeschichte umfasst.
- ▶ Konzept und Text des „philosophischen“ Teils.

„Zeit und Raum überwinden“ heißen diese ersten Seiten des Buches und beschreiben, warum Papier und Druck, warum die Medien so attraktiv sind und welche Motive auch weiterhin für ihre Virulenz sorgen werden. Eine Brücke, die erklärt, warum die Technologie wichtig, aber nicht der Mittelpunkt der Druck- und Medienbranche ist.



Marketing:

Anzeigenkampagne für eine Technologie

Digitaldruck Forum Deutschland

- ▶ Ausarbeitung von Marketing- und Werbekampagnen mit zahlreichen originären Motiven.
- ▶ Konzepte und Scripte für Seminare, Präsentationen, Open Houses, Messepräsentationen und andere öffentlichkeitswirksame Aktionen.

Ein in den Anfangszeiten des professionellen Digitaldrucks von columnum gegründetes Forum für Unternehmen, die an gemeinsamen Marketing- und Promotion-Aktionen interessiert waren.



Kongress:

Live-Dokumentation

Forschungsinstitut Fogra, München

- ▶ Jahrelange Mitarbeit bei der Konzeption der Veranstaltungen, Auswahl der Referenten. Vorträge und Moderationen bzw. Präsentationen.
- ▶ Dokumentation des Kongresses. Dabei entstand die erste live, während der Veranstaltung original geschriebene, parallel zum Kongress an Ort und Stelle gedruckte Dokumentation der Druckbranche.

Anfang der 90er-Jahre des vergangenen Jahrhunderts waren die jährlichen Fogra-Seminare für Innovation im Druckvorstufenbereich das für Europa wichtigste Meeting für die Branchen- und Technologie-Experten der Druckindustrie. Hier wurden richtungsweisende Konzepte präsentiert und in intensiven, oft englischsprachigen Diskussionen jeweils die besten Analysen zum Stand der Dinge präsentiert.



Betriebswirtschaft:**Schnellberechnung von Investitionen**

Mannesmann Scangraphic, Wedel

- ▶ Konzeption, Text und Berechnungen sowie Diagramme für ein in seiner Art bislang einzigartiges Werk über die schnelle Einschätzungen der Wirtschaftlichkeit von Investitionen (mit Schwerpunkt PrePress).
- ▶ Broschüre und Vorträge bzw. Präsentationen bei Firmenveranstaltungen und in betriebswirtschaftlichen Seminaren von Verbänden.

**Informationstransfer:****Setzen und Drucken im Büro**

FBO-Verlag, Baden-Baden

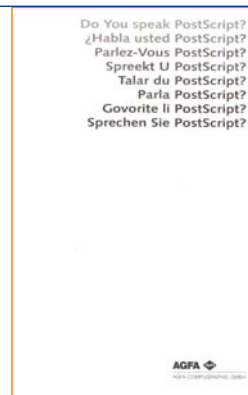
- ▶ Transfer von Know-how der Druckindustrie in den Bereich der Erstellung von Informationen und Teilen davon in Büro-Umgebungen.
- ▶ Artikel und Informationsbroschüren über diesen komplexen Themenkreis.

**Grundlagen:****Basis-Know-how für eine Branche**

Agfa Deutschland

- ▶ Idee und Text und einer „nichttechnischen Darstellung einer hochkomplexen Technologie“.

Informationsbroschüre zum prinzipiellen Verständnis einer seinerzeit für die grafische Industrie revolutionären Technologie, die im erheblichen Masse verändernde Auswirkungen auf die gesamte Branche hatte.



Diese Broschüre wurde zum Bestseller und hat vielen Fachleuten Basiskenntnisse über technologische Prinzipien der Satztechnikarchitektur vermittelt.

Markterschließung:**Verdeutlichung von Wettbewerbsvorteilen**

SCS Schwarz, Leinfelden-Echterdingen

- ▶ Entwicklung von Informations- und Argumentationskonzepten; Umsetzung dieser strategischen Ausrichtungen in Anzeigen, Broschüren, Vortrags- und Multimediapräsentations-Konzepten.
- ▶ Realisierung von Kampagnen und Unterstützung bei Open Houses und anderen Präsentationsgelegenheiten.
- ▶ Ausarbeitung von Rentabilitätsberechnungen.

Marketing und Werbung für eine seinerzeit neue und argwöhnisch betrachtete Technologie, den professionellen 4C-Digitaldruck.

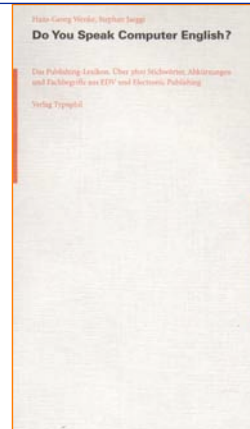


Lexikon:**Die Welt der Bits und Bytes**

Typophil, St. Gallen, Schweiz

- ▶ Eigenständige Erarbeitung des gesamten Manuskriptes, das dann von Stephan Jaeggi lektoriert wurde.

Erstes Taschenlexikon seiner Art für die Print- und Publishing-Branche mit dem fachspezifischen Vokabular aus DTP, Repro, Digitaldruck und artverwandten Themengebieten.

**Humanitäre Hilfe:****Motivation plus Dokumentation**

Ceylon-Direkthilfe e.V., Leichlingen und Sri Lanka

- ▶ Dokumentationen, Broschüren, Web-Auftritt, Pressemitteilungen, Flyer und mehr.
- ▶ <http://www.ceylon-direkthilfe.org>

Ehrenamtliche Arbeit seit 20 Jahren für eine in Deutschland gegründete, inzwischen von der ceylonesischen Regierung und der Europäischen Gemeinschaft unterstützten humanitären Hilfsorganisation. Erreichtes Ziel ist die Errichtung und der weitere Ausbau von Einrichtungen zur seelischen, medizinischen, schulischen und berufsvorbereitenden Betreuung von Menschen mit Behinderungen, insbesondere Kinder und Jugendliche.

Durch ehrenamtliche Arbeit werden die Verwaltungskosten extrem niedrig gehalten (unter 1 % des Spendenvolumens) und über die Jahre konnten sehr viele ‚treue‘ Spender geworben und motiviert werden.

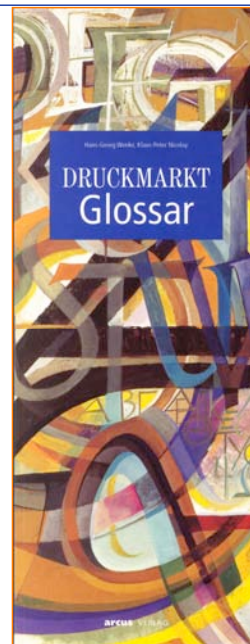
**Glossar:****Print, Publishing und Medienwelt**

arcus-Verlag, Bruttig-Fankel

- ▶ Manuskript und vollständige Überarbeitung.

Glossar mit über 4.000 Fachbegriffen aus der Welt der Medienproduktion, des Desktop Publishing, der Druck- und Kommunikationsindustrie.

Attraktiv für die Aus- und Weiterbildung sowie nützlich für alle, die beruflich zum ersten Mal mit dieser Branche in Kontakt kommen.



Veteran meets Neuzeit:**Buchdruck im Internet***Druckladen des Gutenberg-Museums Mainz*

- ▶ Präsenz des Druckladens im Internet mit aktuellem Terminkalender, Berichten, Informationen, Links.

„Sehr geehrter Herr Wenke,

für Ihre stete Unterstützung des DRUCKLADENS in den vergangenen Jahren möchte ich mich sehr herzlich bei Ihnen bedanken. Was wäre der olle Druckladen ohne den Zugang zu den elektronischen Medien? Immer wieder wird anerkennend betont, wie gut der Laden im Internet steht.

Beste Grüße aus Mainz

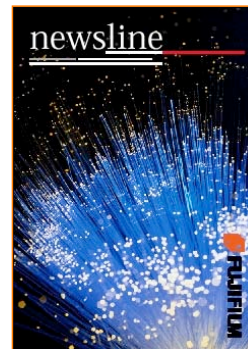
Ihr Dr. Otto Martin, Leiter des Druckladens.“

**Newsletter:****Das Design macht die Wirkung***Fujifilm Europa, Neuss*

- ▶ Konzept, Prototyping, Produktion und laufende Fertigung

Eine schnelle Information für interessierte Kunden – aber gleichzeitig auch ein Eindruck der hohen Qualität. Dies waren die Vorgaben für einen europäischen Newsletter von Fujifilm Europa, einem der renommiertesten Anbietern von High-Tech-Lösungen im Bereich Foto, Reproduktion, PrePress und Proof.

Konzeptionell aus einem Guss – als Synergie von Text und Bild – wurde ein attraktiver Mehrseiter erstellt, der in den ersten Ausgaben immer wieder optimiert wurde, bis Linie gefunden wurde, die hochwertiges Design mit leicht überschaubarer Information verbindet und den unterschiedlichen Erwartungshaltungen in den europäischen Ländern gerecht wird.

**Technologie-Status:****Digitaldruck: Möglichkeiten, Stärken, Besonderheiten***Deutscher Drucker, Ostfildern*

- ▶ Background-Artikel, Kommentierungen

„Digitaldruck hat viele Komponenten in seiner Andersartigkeit gegenüber den konventionellen Verfahren. Seine Stärken liegen in der konzeptionellen Vielfalt und Effizienz bei der Herstellung von Druckprodukten. Das Verfahren ist nicht aus technischer Sicht, sondern aus den marktstrategischen Aspekten durch den Autor beleuchtet“, so schreibt die Redaktion in ihrer Einleitung über diese Ausarbeitung. Kernsatz: „Digitaldruck ist eine technische Freiheit, die dann Sinn macht, wenn man sich funktional und gestalterisch auch frei bewegen will.“

Schaubilder und Tabellen machen deutlich, wie vielfältig inzwischen der Digitaldruck geworden ist, so dass es auch eine extreme Vielzahl von Entscheidungs- und Einsatzkriterien gibt. Der Artikel gibt dazu konkrete Auskünfte.



Literatur-Zeitschrift:**Relaunch der „Federwelt“**

Federwelt Verlag, Berlin

- Gestaltungskonzept, komplettes Layout, Satzanzweisungen, Typo-Korrekturen.

Aus den Leserbriefen der Ausgabe 27, April 2001: „Sieht super aus, das neue Gewand: professionell und anspruchsvoll!“ – „Kompliment für die Printausgabe. Sieht sehr professionell aus!“ – „Alles in Allem ein starker Auftritt“ – „Die ‚Neue‘ ist eindeutig besser.“ – „Federwelt hat sich so positiv entwickelt, dass ich sie von über 30 Literaturzeitschriften, die ich habe, als die fördernde bezeichnen würde. Das neue Titel-Layout ist sehr gekonnt.“ – „Ich finde das neue Layout durch und durch gelungen! Finde keinerlei Kritikpunkte“ - „... und bin begeistert.“ – „Glückwunsch zur neuen Federwelt.“

**Hauszeitschrift:****Eine Druckerei entwickelt sich zum Mediendienstleister**

Gronenberg Digitale Medien und Druck, Wiehl

- Konzept, alle Texte, Layout, Bildauswahl und -Beschaffung und Produktionsvorbereitung alles aus einer Hand – die Druckerei kann sich in der Eigendarstellung auf Full-Service verlassen

„Es war einmal...“ darf man getrost die Beschreibung der höchst bemerkenswerten Evolution von Gronenberg einleiten, es war einmal eine ‚ganz normale‘ Druckerei im Oberbergischen. Der damalige familiäre Geschäftsführer und heutige Inhaber jedoch hatte eine Vision: die Druckerei zum generellen Dienstleistungspartner für die Kommunikationsaufgaben der mittelständischen Industrie zu machen. Was ihm trefflich gelang. Denn heute zählt Gronenberg, obwohl etwas abseits im wunderschönen Oberbergischen gelegen, zu den innovativsten und leistungsfähigsten Print- und Electronic Publishing-Betrieben ganz Deutschlands. Interessantes über die Firma zu berichten, sie mit ihrer Phantasie und Kreativität darzustellen und ohne sich im technischen Detail zu verlieren die Möglichkeiten und Leistungsfähigkeit zu beschreiben: dies ist Aufgabe der eigenen Hauszeitschrift.

**Gastronomie:****Beim Lesen Appetit wecken**

Der Gedeckte Tisch; Gerd Fleischer, Solingen

- Gesamtkonzept aller grafischen Präsentationen, vor allem einer umfangreichen Speisekarte mit zahlreichen Angeboten „zum Reinbeißen“; suggestive Texte und klares Layout; Prepress und Drucküberwachung.

Ein gastronomischer Partydienst muss oft schon weit vor einem Ereignis den Bestellern sprichwörtlich das Wasser im Munde zusammenlaufen lassen.



Denn je appetitanregender die Speisekarte, desto größer die Vorfreude auf die lukullischen Besonderheiten. Doch Partydienste gibt es in jeder Stadt fast wie Sand am Meer und neben der Empfehlung lebt ein solcher Service natürlich auch von der Appetitlichkeit seiner Speisekarten und der optischen Präsentation des Angebotes.

Public Image:

Bunte Gedanken in einer grauen Welt

Wir in der Hasseldelle e.V., Solingen

- ▶ Imagekampagne, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit unter Einhaltung eines strikten CI; Logo- und Slogan-Entwicklung, Penetration von Botschaften; Entwurf und Produktion von Flyern, einem Stadtteil-Magazin, Plakate, Werbetrucksachen, Informationsschriften, und öffentlichen Aushängen.



Es gibt Stadtteile, denen legt die öffentliche Meinung bestimmte Urteile – nämlich Vorurteile – auf, weil das Denken in simplen Kategorien scheinbar leichter ist. Wie aber kann sich ein ganzer Stadtteil gegen die Zuweisung eines falschen Images wehren? Probates Mittel: durch kontinuierliche, konsequente und Linie zeigende PR, intensive Öffentlichkeitsarbeit. In den Medien und bei eigenen Drucksachen, Präsentationen, im gesamten Erscheinungsbild.

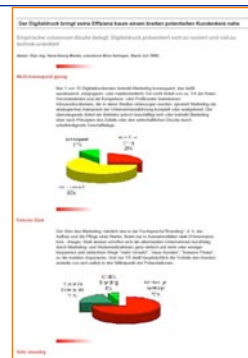
Werbekonzepte:

Die Schuster und ihre Absätze

CLC Nord, Flensburg

- ▶ Marktuntersuchung und Präsentation (Vortrag) über Fehler im Druckerei-Marketing /-Werbung; Darstellung positiver Beispiele und Strategien.

CLC Nord ist einer der erfolgreichsten Distributoren von professionellen Digitaldrucksystemen in Deutschland. Die Kunden werden regelmäßig in Informationsveranstaltungen über die aktuellen Technologien plus viele Gebiete informiert, die ebenfalls zu diesem Metier gehören. Digitaldruck ist für viele Druckereien eine neue Funktionalität, die es den Stamm- und potentiellen Neukunden zu vorzustellen, zu vermitteln, schmackhaft zu machen gilt. Doch wie sieht es wirklich aus mit der Werbung in einer Branche, die von der Werbung lebt? Wie und was muss werbe- und PR-strategisch getan werden, um Digitaldruck zu einer profitablen Produktionsparte zu machen?



Kommunikations-Architektur:**Bewährtes bewahren, Neues verbessern**

columnum, Solingen/Mainz und Fachschriften-Verlag, Fellbach

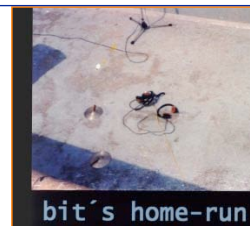
- ▶ Konzept und Produktion des Journals, Redaktion, Texte, Recherchen, empirische Forschungen.

Über die gesamten „modernen“, sprich jeweils zeitgemässen Technologien in ihren Relationen, Konsequenzen, Auswirkungen und Hintergründe zu berichten war die Aufgabe des „columnum journal“, eines bewusst traditionell gestalteten Trailers, der einer aktiven und modernen Fachzeitschrift der Druckindustrie mittig beigegeben wurde. Das mit seiner Typografie und seinem konsequenten Stil von Fachleuten gelobte und hoch anerkannte Journal konzentrierte sich auf Grundsatzbeiträge, die weit über den Tag hinaus reichten und die moderne Technologie abseits von jeglicher Aufgeregtheit dem Prinzip nach zu verstehen, zu nutzen und zu optimieren half. Das Journal wurde als non-profit-Objekt anzeigenfrei erstellt.

**Szene:****Kreativität braucht Struktur. Phantasie das logische Denken.**

Einst kultige Band lebt ihren zweiten Frühling

- ▶ Konzeptionelle PR-Beratung, Erstellung von Pressetexten, Redesign des Internet-Auftritts, Cover-Gestaltung, Background-Informationen für Radio, TV, Fachpresse.



Als Punkrock noch richtig aufregen konnte, war S.Y.P.H. eine Kultband, die in der Szene für Aufmerksamkeit sorgte. Musiker wie Fans von damals sind älter geworden und erinnern sich der „guten alten Zeit“. Schön wars doch! Aber mit dieser Gefühlsduselei kann man allenfalls am Rotweinglas philosophieren, nicht jedoch damit abermals Musik verkaufen. Doch richtig aufgemacht, mit den geeigneten Argumenten, zur Zeit passenden stimmigen Texten und einer PR-Kampagne, die auf heutige Maßstäbe zugeschnitten ist, kann man ein Revival wagen.

Zumal dahinter ein Musiker steht, der in zahlreichen aktiven Projekten die Vergangenheit mit der Gegenwart und viele bislang in Spannung zueinander stehende Musikgattungen zu einer neuen, spannenden Musik verbinden kann, Ulli Putsch.

Weltmesse:**Positives sehen, aber mit realistischem Blick**

Messe Düsseldorf fördert die Druckbranche

- ▶ Fachartikel im Vorfeld der Drupa 2004, der von Zeitschriften in aller Welt als Einstimmung auf die „Druck-Olympiade“ genutzt wurde.

Täglich schlechte Nachrichten. Das ist die Branchensituation ein Jahr vor der Drupa 2004.

Schlechte Nachrichten? Allenfalls dann, wenn man davon ausgeht, alles solle so bleiben, wie es ist oder Fortschritt wäre ein „Wasch mich, aber mach mich nicht nass“.



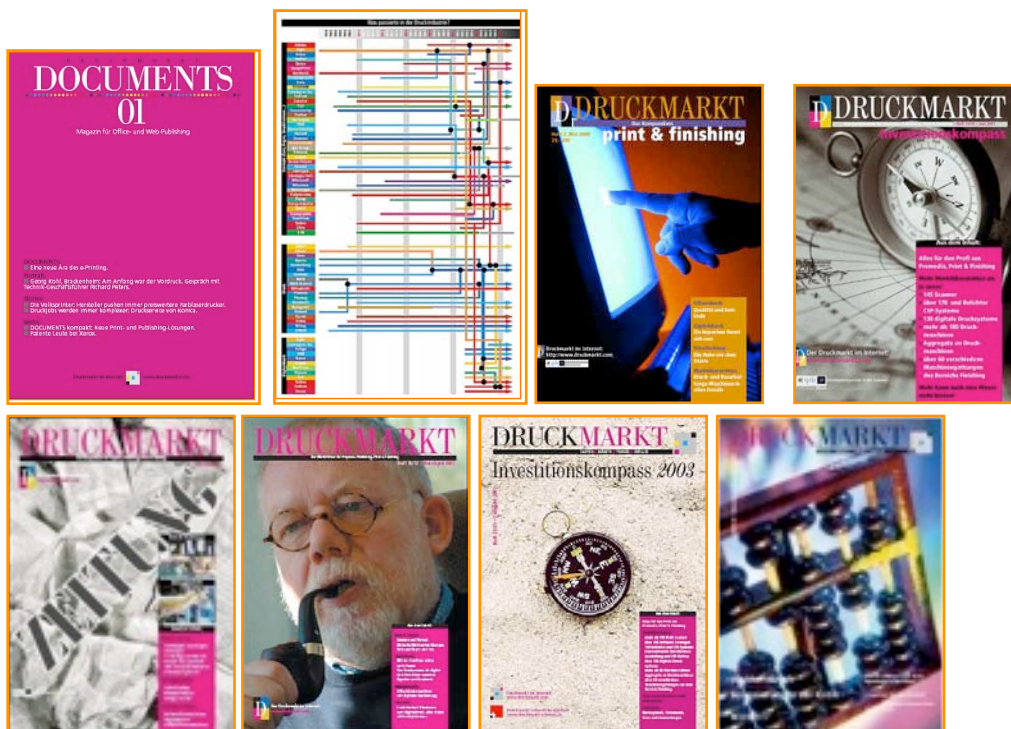
Fachzeitschrift im kritischen Umfeld:

Vollstart in Zeiten, da andere einen Gang zurückschalten

Druckmarkt (Deutschland)

Druckmarkt-Hefte werden von Entscheidern und Meinungsbildnern der professionellen Druckbranche intensiv gelesen und permanent zu Investitions- und anderen strategischen Entscheidungen herangezogen. Zahlreiche Vertriebsteamer der grafischen Industrie nutzen den Druckmarkt als Argumentationshilfe und zur Strukturierung ihrer eigenen Angebote. Der Druckmarkt recherchiert sämtliche Darstellungen eigenständig. Viele Themen (z. B. Digitaldruck) werden mehrmals jährlich veröffentlicht, um dem Innovationstempo gerecht zu werden.

- ▶ Chefredaktion Print-Ausgabe
- ▶ Internet-Redaktion (Recherchen, Analysen, Interviews, Reports)



Fachzeitschrift als Management-Berater

Themen auf den Punkt gebracht

Druckmarkt – Ausgabe Schweiz

Was bewegt eine Branche? Technik, Konjunktur, Produkte? Alles wichtige Aspekte, doch von zentrale Bedeutung sind die Menschen. Ihre Visionen, Hoffnungen, Ziele. Ihre Ängste, Sorgen, Zwänge. Wer eine Branche verstehen, analysieren, darstellen will, muss mit den Menschen reden.

Und, so unser Konzept für den «Druckmarkt Schweiz», diese Menschen in den Mittelpunkt stellen. Konsequenterweise stellen wir sie auch auf das jeweilige Titelblatt.

Informationen, Reportagen, Interviews, Gespräche, Analysen, Kommentare aus der Schweiz und für die Schweiz, von der Stammredaktion und Gastautoren sowie festen Kolumnisten, das ist das publizistische Konzept der

jüngsten Fachzeitschrift der grafischen Branche in der Eidgenossenschaft. Die Redaktion ist unabhängig, aber engagiert, motiviert und schlägt Brücken zwischen allen, die an der Branche interessiert und in der Branche involviert sind.

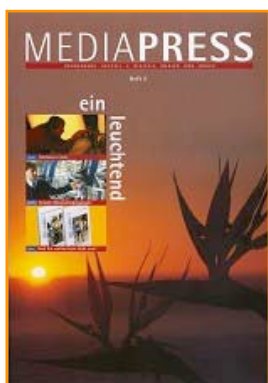
Ein Management-Magazin, das Entscheidern hilft, Entscheidungen sicherer zu fällen.

- ▶ Konzeption, Marktentwicklung, Strategie
- ▶ Chefredaktion



Schwerpunkte journalistischer und medienkonzeptioneller Arbeiten:**Hauszeitschriften, Internet-Sites, Marketing-Kampagnen****Hauszeitschriften:**

- ▶ Fachzeitschriften brauchen vor allem eines NICHT. Hochkomplexe, technisch orientierte Texte. Sinnvoll dagegen sind Reportagen, Stories, Backgrounds und Kommentare, die ein lebendiges Bild geben und die Leser auf völlig unverkrampte Art und Weise mit spannenden Themen aus der Anwendungs- und Technologie-Welt des Hauses vertraut machen, für das die Zeitschrift eine Repräsentanz ist.



Internet-Sites

- Funktionalität („forms follows function“) ist wichtiger als beeindruckende Grafik-Spielereien, die schnell langweilig werden. Unter diesem Gesichtspunkt werden Internet-Auftritte dem Kommunikationsziel angepasst.



Moderationen, Vorträge, Diskussionen

Grundsätzliches:

Seminare:

Motive. Fakten. Argumente. Konsequenzen.

- ▶ Kennzeichen der «wenke.net»-Seminare ist die engagierte Interaktion. Sie haben stets den Charakter eines informativen Workshops, bei dem alle Teilnehmer involviert werden.
- ▶ Die Themen werden so behandelt, dass die individuellen Interessen und Erwartungen der Teilnehmer im Mix optimal berücksichtigt sind.
- ▶ An Stelle eines festen ‚ex cathedra‘-Ablaufes gibt es muntere Diskussionen, die zu überraschenden Einsichten und völlig anderen Blickwinkeln führen. Dennoch wird der Stoff vollständig behandelt – in der Methodik, die dem menschlichen Denken am besten liegt: assoziativ, bildhaft, in Vergleichen und Metaphern, das neu Gesehene und Gehörte mit dem bisherigen Wissen verknüpfend.



Events:

Hören. Sehen. Erleben. Denken.

- ▶ Die Kombination aus Emotion und Abstraktion erzeugt optimale Assoziationen, die sich bei den Teilnehmern als Erinnerung im Bewusstsein verankern. Ob Vortrag, Video, Seminar oder Moderation: Wer Fakten vermitteln will, muss die Emotionen ansprechen.
- ▶ Bilder in den Köpfen erzeugen, Widerspruch provozieren oder das scheinbar Normale ins Absurde logisch fortführen – das sind die Methoden, auf eine andere, vielleicht eben nützlichere Sicht der Dinge aufmerksam zu machen.
- ▶ Tendenzen beobachten, Trends bewerten, Fakten relativieren und Argumente zur Debatte stellen: so entstehen Präsentationen und Events, die trotz leichter und zuweilen heiterer Note zum Vorausdenken und Analysieren anregen.



Beispiele:

Branchentreffen:

Bilanz, Prognose

Verband Schweizer Druckindustrie VSD:

- ▶ Vortrag
- ▶ Moderation

Beim jährlichen Forum des Verbandes in Bern geht es um Trendthemen von grundsätzlicher Bedeutung. Hier kommen Unternehmer und Unternehmenslenker zusammen, um sich Anregungen zu holen, miteinander zu diskutieren und ihre eigenen Standpunkt bestätigt oder in Frage gestellt zu sehen. Eine Plattform für Referenten, um weit über den Tellerrand hinaus zu blicken.

Fachdiskussion mit Niveau:**Heikles einvernehmlich kontrovers diskutiert***Meyle+Müller, Starck-Druck:*

- ▶ Schwierige und kontrovers diskutierte Themen so moderieren, dass die Sachargumente im Vordergrund stehen, die Leidenschaft der Plädoyers aber trotzdem erhalten bleiben.
- ▶ Zuhörer/Teilnehmer in die Diskussion einbeziehen, aber dennoch das straffe Programm im Auge halten und argumentative Endlosschleifen vermeiden.
- ▶ On the spot komplexe Fachbegriffe und -Themen in eine auch für „Nicht-Eingeweihte“ verständliche Sprache und Formulierung übersetzen, so dass alle Teilnehmer der Diskussion folgen können und sich nicht ausgeschlossen fühlen.

Der Moderator ist mehr als nur ein „Ansager“, der die nächsten Themen und Referenten vorstellt. Er muss der Persönlichkeit der Vortragenden gemäß launig-listig-lustige Worte finden, um die meist „drögen“ Sachthemen nicht zum Ermüdungsfaktor werden zu lassen. Und die Stimmung im Saal aufgreifen, um ein „Gruppenerlebnis“ herbeizuführen – in einer gekonnten Mischung aus Zeremonien-Meister und Talk-Entertainer.

**Jahrestagung:****Raus aus dem Alltag. Rein in die Zukunft.***IRD Hanau*

- ▶ Mitarbeit bei der Konzeption der Tagung, Eröffnungsvortrag, Moderation und Live-Reporting (Dokumentation on demand): umfassende Begleitung eines Branchen-Events mit handwerklichen Besonderheiten und phantasievoller Inszenierung.



An einem einzigen Seminartag ein gutes Dutzend Referenten, komplexe und schwierige Themen, jede Menge Fakten, ungezählte Argumente. Die Phantasie der Teilnehmer wird auf das Äußerste strapaziert. Aber wie kann man das alles ertragen, ohne mit der heutigen Realität in Konflikt zu kommen?

Durch einen „Trick“. Zum Beispiel: ein Vortrag aus der Zukunft, der die Gegenwart als Vergangenheit behandelt. Und damit auf eine leicht verständliche, locker-humorvolle Art und Weise vorweg nimmt, was sich manche bis jetzt kaum vorstellen konnten: die Veränderung in einer technologischen Welt, die sich schneller dreht, als man es wahrhaben will.

Open House:**Geschäftsfreunde, Lieferanten, Nachbarn***Stieber-Druck, Lauda-Königshofen*

- ▶ Fachvortrag über die Bedeutung der Druckindustrie in der neuen Medienwelt für ein gemischtes Publikum.

Die typische Situation: anlässlich eines für die Firma besonderen Ereignisses werden Partner und Geschäftsfreunde, die Angehörigen der Mitarbeiter, Nachbarn, Honoratioren, die Presse und viele andere Menschen eingeladen. Höchst unterschiedliche Vorkenntnisse und Interessen, Menschen jeden Alters. Da gilt es, Reden zu halten, die alle interessieren und für das Unternehmen begeistern.



«Solche Vorträge sind eine Spezialität von Hans-Georg Wenke. Mit einfachen Worten, aber mit interessanten und spannenden Themen weiß er Menschen für das grafische Gewerbe zu begeistern und die Botschaft zu vermitteln, wie wertvoll und wichtig Drucksachen sind, wie modern und technologisch Druckereien heute sein können. Da spürt man die Begeisterung für das Gedruckte und ahnt, wie modern das Gewerbe sein kann, wenn es sich mit seinen Zielen der digitalen Technik und Medienentwicklung nicht verschließt.»

Business-Theater:**Eine Druckerei inszeniert***Scherrer Druck Neue Medien, Hannover*

- ▶ Idee, Manuskript eines Bühnenstücks
- ▶ Inszenierung und eine aktive Rolle auf der Bühne.

Anspruchsvolle Kunden und hohe Ansprüche an sich selbst: wenn dann ein besonderes Datum ins Haus fällt, muss der Event schon ein wenig aus dem Rahmen fallen.

Für solch einen Anlass suchte Scherrer Druck Neue Medien in Hannover den passenden Rahmen und das rechte Ambiente. Zumal man zwei Jahre vorher zusammen mit Wenke bereits im Cinemaxx auf Großleinwand die ganze Welt des Multimedia überzeugend präsentiert hatte.



Die Lösung: Business-Theater. Ein eigens geschriebenes Theaterstück – „Der ganze Kopf ist eine Bühne“ – ließ auf amüsante Art und Weise in knapp einer Stunde die Konflikte und Spannungen, aber auch die Gemeinsamkeiten und Ergänzungen zwischen elektronischen Medien und der guten alten Drucksache mehr als deutlich werden. Mit humorvollen, aber auch mit tiefgründigen Szenen wurden Spannungen erzeugt und mit viel Sympathie für ein Unternehmen geworben, das mehr als das Übliche zu bieten und zu leisten bereit war.

Seminar:**Unternehmenscockpit Betriebswirtschaft**

viscom, Zürich / ZU, Schweiz

- ▶ Komplettes Seminkonzept und Ausarbeitung aller Lehrinhalte; Erstellung der Seminardokumentation.

Betriebswirtschaft wird von vielen als eine Art zweckfreie Statistik und Zahlenspielerei gesehen – zu Unrecht. Denn die Betriebswirtschaft liefert die Entscheidungsgrundlagen für eine aktive Unternehmensführung. Nur wer seine Zahlen kennt, kann analysieren, nur wer analysiert, kann Strategien entwickeln, nur wer Strategien hat, kann Ziele konkretisieren. Auf der Basis einer zielorientierten Management-Philosophie werden die Basiserfordernisse und die Vorgehensweise zur Erlangung von Entscheidungsgrundlagen in Workshops erarbeitet.

**Open House:****Produktlaunch der Karat**

Grütter-Gruppe, Ronnenberg und KBA, Radebeul, D

- ▶ Präsentation der Möglichkeiten und „Perspektiven im Digitaldruck“ vor einem exklusiv eingeladenen Publikum anlässlich des offiziellen Abschlusses des Betatests.

Beta-Tester und damit Pionier einer eigenständigen Technologie-Linie des Digitaldrucks war die Unternehmensgruppe Grütter (nahe Hannover). Ein mittelständischer Betrieb, der mit vielen Innovationen bereits auf sich aufmerksam machte und zu den agilsten multifunktionalen grafischen Unternehmungen Deutschlands gehört.

KBA, ein Weltunternehmen im Druckmaschinenbau, hat zusammen mit Scitex (Israel) eine Druckmaschine gebaut, die „Digital-Offset“ in einer neuen Geschwindigkeit ermöglicht. Eine Maschine, die von ihrer Art und Konzeption aller Voraussicht nach zu einem Weltstandard werden wird. Grütter als bekannt qualitäts-kritisches Unternehmen wurde von KBA als Betatester ausgewählt, um die Maschine im finalen Stadium zur Marktreife zu bringen.

**Seminare:****Für Manager, die strategisch handeln wollen**

Institut für rationale Unternehmensführung in der Druckindustrie, Hanau

- ▶ Ausarbeitung eines kompletten Digitaldruck-Seminars
- ▶ Durchführung des Seminars

Geschäftsführer, Verkaufsleiter, technische Leiter, Controller – alle, die Entscheidungen über wichtige Investitionen zu treffen haben, werden zu diesem strategisch-konzeptionellen Seminar eingeladen. Im Mittelpunkt stehen Konzepte für die gezielte Marktbearbeitung, die organisatorische Einbindung und die Infrastruktur für Digitaldruck, Kalkulation, Kosten- und Ertragsfaktoren im



Digitaldruck, Beispiele und Erfahrung mit guten und schlechten Anwendungen

Manager-Seminar für Entscheider und Visionäre: Ein Mix aus Vortrag, Diskussion, Fallstudien und individuellen Beratungsgesprächen machen dieses Seminar zum „Evaluations-Workshop“

Product-Launch:

Neue Technik schafft neue Dimensionen

Typon, Burgdorf CH und KBA-Karat, Radebeul

- Einführungs- und Strategie-Vortrag über die Möglichkeiten, Entwicklungen und Potentiale des Digitaldruck-Marktes sowie der professionellen Anwendung in der Druck- und Medienindustrie sowie Marketing und Werbung.



In der Drucktechnologie beginnt nun, was vor rund 15 Jahren bereits in der Druckvorstufe sich ereignet hat: bisherige bewährte Technologien werden entweder obsolet oder durch neue, digitale Techniken ergänzt und verändert. Es gilt nun, einer breiten potentiellen Käuferpublikum die neuen Möglichkeiten vorzustellen, sie von der Verknüpfungen mit dem Bisherigen zu überzeugen und letzten Endes überzeugend darzustellen, wie man die Vorteile jeweils nutzen kann.

Jubiläum:

Unterhalten, um zu informieren

Siggset, Albruck

- Präsentation eines Open Houses, Moderation, Durchführung einer Gautsch-Zeremonie, Festvortrag vor mehreren hundert Gästen in vollem „Gutenberg-Ornat“ in kurzweiliger, sachlich-philosophischer Form über Hintergründe und Entwicklungen der Medien und des Medienkonsums.



Logisch: Business ist Hektik. Um so wichtiger, gute und treue Kunden ebenso wie solche, die es ja einmal werden könnten, in stressfreier Umgebung und zu einem lockeren Anlass zu versammeln, um auch einmal „über Gott und die Welt“ und nicht nur über Zahlen, Termine, Probleme reden zu können. Neue Maschinen, Einweihungen, neue Bauabschnitte oder die Aufnahme einer neuen Produktion sind immer gute Anlässe, dies so zu tun. Wenn dann noch Speis' und Trank stimmen, ist der Erfolg fast vorprogrammiert. Fast, denn eines ist und bleibt wichtig; ein Redner, der die Teilnehmer in gute Laune versetzt und gleichzeitig Botschaften vermitteln kann, die neugierig machen und interessant sind.

Wissen & Kunst:

Philosophie für den Arbeitsalltag

Grafisches Forum Zürich, CH

- Vortrag über die Mensch-Technik-Wechselbeziehung, optisch begleitet mit illustrativen Bild- und Textmotiven und einem Bezug zu dem Kunstblatt „Handy-Engel“



Zu Jahresbeginn widmet sich die monatliche Vortragsveranstaltung des traditionsreichen und mitgliederstarken Kader- und Fortbildungsverbands der Kombination von beruflich-fachlicher Wissensvermittlung und der Begleitung des jeweiligen Themas durch grafische Kunst. Von Jahr zu Jahr wechselnd gestaltet ein anderer Künstler oder eine Künstlerin ein Kunstblatt, das in limitierter Auflage den Mitgliedern zum Kauf angeboten wird. Die telefonierenden Engel aus dem Jahr 2001 symbolisieren den Konflikt zwischen der himmlisch-friedlichen Welt, die wir uns so oft wünschen und der Versuchung, Kommunikationsmedien und Technik immer ungehemmter einzusetzen, ja, vielleicht sogar danach süchtig zu werden.

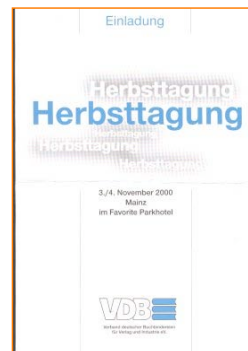
Verbandstagung:

Wird Buchbinden jetzt auch digital?

Verband Industrieller Buchbindereien, D

- ▶ Vortrag und anschließende Diskussionsrunde auf der Jahrsfachtagung des Bundesverbandes der industriellen Buchbindereien Deutschlands.

Digital gedruckte Produkte stellen an die Form oder Termine der buchbinderischen Weiterverarbeitung zum Teil extrem andere Ansprüche als die aus dem konventionellen Offsetdruck. Im Mittelpunkt vieler Diskussionen und Spekulationen stehen immer wieder die „books on demand“, der Druck von Exemplaren nach Bedarf und nötigenfalls in der Auflage 1. So könnten auch andere Drucksachen, Kataloge zum Beispiel, in Zukunft gedruckt werden. Welche Auswirkungen hat dieses Szenario auf Buchbindereien?



Live Reports:

Gedruckt so schnell wie das gesprochene Wort

Knowledge-Institut IRD, Hanau

Eine bisher konkurrenzlose journalistische Leistung in der Druckindustrie

- ▶ Live-Berichterstattung während der Veranstaltung, bebildert und fertig umbrochen in einem Arbeitsgang, Sekunden nach dem Ende des Vortrags digital gedruckt – noch mehr ‚on demand‘ ist nicht mehr möglich.

Sie sitzen in einer Fachtagung, der Referent redet sich, weil ihm heftig widersprochen wird, in Rage. Dann endlich: Kaffeepause. Während Sie ins Foyer gehen, erhalten Sie das, was Sie soeben gehört haben, gedruckt vorgelegt. Hat der Referent etwa wirklich nur abgelesen, war alles Show? Nein, dafür aber superschneller Journalismus: Live mitgeschrieben so schnell wie Steno, digitale Bilder, die sofort ins Layout einfließen, Netzwerkverbindung zum Digitaldrucksystem direkt vor der Saaltüre. Und viel Fachwissen, redaktionelle und journalistische Routine und Sicherheit, Kreativität plus Beherrschung des Handwerks. Bereits mehrfach praktiziert, von den Zuschauern mit Begeisterung aufgenommen.



Kundenpflege:

Mini-Fachtagung beim Open House

Heidelberger Druckmaschinen, Heidelberg

- ▶ Vortrag und Präsentation über Digitaldruck während einer als Open House organisierten mehrtägigen Informationsveranstaltung in einer Verkaufsniederlassung.

Beim Offsetdruck kennen sie sich bestens aus, doch beim Digitaldruck herrscht noch Skepsis. So könnte man die Grundstimmung der meisten Verantwortlichen in deutschen Druckereien bezeichnen. Um zu motivieren, sich mit dem neuen Genre intensiv auseinander zusetzen und die Vorteile für sich und sein Unternehmen zu erkennen, bedarf es der ständigen vielfältigen Information und anregenden Motivation.



Roadshow:

Wie geht man denn mit Farbe um?

Haywards, Salzburg, A

- ▶ Fachreferat und Multimedia-Präsentationen „Farbe im Büro“, „Kosten der Farbe“, „Wirkung von Farbe“; Einzelgespräche und -beratungen, Dokumentationen.

Farbe hält Einzug im Büro. Doch für viele Anwender in der Bürokommunikation ist dies auch eine große Herausforderung: wie geht man mit Farbe gestalterisch so um, dass sie zum Kommunikationsziel passt, die Informationen auf dem gedruckten Blatt unterstützen und die Bedingungen des schnellen und sicheren optischen Erfassens von Informationen erfüllen? Das hat man weder in der Schule noch in der Berufsausbildung trainiert. Händler, die solche Geräte verkaufen sollen, auch nicht. Hayward, ein österreichischer Generaldistributor für Computerperipherie, stellte in einer knapp zweiwöchigen Roadshow durch ganz Österreich seinen Kunden – Fachhändlern – Geräte und Lösungen vor.



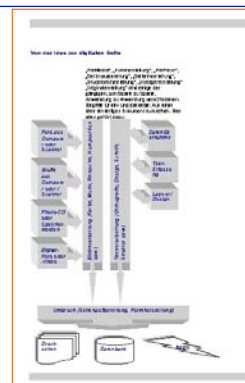
Vertriebsschulung:

Total solutions statt box moving

Konica Deutschland, Hamburg

- ▶ Komplettes Konzept und mehrbändiges Script über „Office Publishing“ – Farbe, Schrift, Gestaltung, aber auch technische Grundlagen der Verknüpfung mit der Druckindustrie; Train the trainer, Pilotseminare.

Im gesamten Bereich der Bürokommunikation bleibt gemessen an den Bedingungen und Verhältnissen bis Mitte der 90er Jahr „kein Stein auf dem anderen“. Sämtliche Vertriebs- und Service-Konzepte müssen neu arrangiert werden, um sich den völlig geänderten Bedingungen, die die Technologie geschaffen hat und die vom Markt gefordert wird, anzupassen. Das heisst intern gesehen für alle, die eigene Vertriebs- und Service-Mannschaft intensiv und unentwegt zu schulen. Denn viele Funktionen des



„normalen Büros“ greifen heute auch schon in Abläufe ein, die früher ausschließlich extern in der Druckereien möglich waren – Satz und Seitengestaltung, Bilder und Farbe, eben Druckvorlagen für viele Zwecke.

Market Development:

Zahlen, Fakten, Kalkulationen

«gib»Zürich Kaderschule, Zürich, CH



- ▶ Empirisches und systematisches Zusammentragen von Fakten, Zahlen, Relationen über den Digitaldruckmarkt; Aufbereitung in Kalkulationen und Wirtschaftlichkeitsberechnungen; Darstellungen in Tabellen, Listen, Marktübersichten; Präsentation in Vortrags- und Workshop-Form mit Charts und Handouts.

Bei aller Euphorie für neue Technik, neue Märkte, neue Möglichkeiten, die erste bange Frage heisst meistens: was kostet es? Denn wer neues wagt, muss investieren, Geld „vorstrecken“ – und dieses Wagnis muss überschaubar und kalkulierbar bleiben. Also braucht man Zahlen, Daten, Fakten, um potentielle Märkte besser ausloten zu können. Die Kombination der Themenbereiche Technologie–Betriebswirtschaft–Marketing–Organisation machten dieses Seminar, wie bereits hunderte andere der gleichen Art, zum wertvollen Helfer für Strategie- und Investitionsentscheidungen des Kaders schweizer Druckereien.

Gutenberg-Preis:

«Wider die Regeln»

Laudatio auf einen epochalen Erfinder

Gutenberg-Gesellschaft und Stadt Mainz



- ▶ Laudatio vor geladenen Gästen anlässlich der feierlichen Verleihung des Gutenberg-Preises 1994 der Stadt Mainz an Paul Brainerd.

Desktop Publishing heißt die Standard-Technologie für die Seiten- und gestaltete Dokumentenaufbereitung in Print und Publishing. Und diese Technologie hat mehrere konkrete „Väter“, Erfinder. Einer davon – wahrscheinlich der bedeutendste, weil seine Idee alles in Gang setzte und er ganze nebenbei diese Vokabel DTP schuf – ist der Amerikaner Paul Brainerd. Als die Apple Macs noch revolutionär neu und ohne originäre Anwendung waren, ersann er das erste aller DTP-Programme, PageMaker. Und setzte damit eine Welle in Gang, die zum schöpferischen Sintflut wurde. Alles, was es bis dato an Satz- und Reprotechnik in der grafischen Industrie gegeben hatte, wurde binnen weniger Jahre durch eine völlig neue Technologie ersetzt, die sich mit der allgemeinen Computerindustrie verknüpfte. Paul Brainerd hatte die Vision, das Alte und Bewährte in neuer funktionaler Dimension zu konstruieren. Wider alle Regeln, die bis dato galten.

Credo

Kommunikation ist ein wesentlicher Teil der menschlichen Psyche.

Die Nutzung und der Besitz von Informations- und Kommunikations-Technologien sind ein Grundrecht jedes einzelnen.

Das Wissen um das Wesen und Wirken der grafisch-visuellen Kommunikation ist ein Teil unserer Kultur.

Sich selbst, sein Unternehmen, Ideen, Ziele und Meinungen darzustellen, publik zu machen, wirkungsvoll zu präsentieren, gehört zu den Bedürfnissen und Ansprüchen, die uns allen eigen sind.

Doch so einfach die Logik des Prinzips, so komplex oft seine Verwirklichung.

Mein berufliches Ziel ist, mit meinen journalistischen und beratenden Arbeiten allen zu helfen und nützlich zu sein, die auf ihre Art und Weise – sei es als Anbieter von Lösungen oder Nutzer – der umfassenden Informations- und Kommunikations-Technologie und -Effizienz dienen. Die damit Geschäfte machen, die ihren Beruf und ihre Existenz darauf gründen und die willens sind, dem Bewährten zu vertrauen, um Neues zu erforschen und zu entdecken.

Daraus ergibt sich die Vielfalt und Bandbreite meiner Aktivitäten. Doch dahinter steht eine konsequente Idee: Eine Botschaft taugt grundsätzlich für alle Medien. Doch jedes Medium braucht eine Inszenierung, in der es seine Stärken wirkungsvoll zum Einsatz bringen kann.