

JUNI 2010

# VSD NEWS

VSD  
IGS

**Dr. Markus Staub, Präsident VSD**

## HERAUSFORDERUNGEN



Der Verband der Schweizer Druckindustrie wirft an seinem Forum die Frage auf, ob das E-Reading das Zukunftsmodell für die Verlage ist. Dies zeigt, wie sich die Medienwelt und die Märkte der Druckindustrie in den letzten Jahren bereits grundlegend verändert haben und wie sie unvermindert einen raschen Wandel ausgesetzt sind.

Die Spuren, die diese Entwicklung in unserer Branche hinterlässt, sind deutlich. Es wurde 2009 weniger gedruckt als ein Jahr zuvor. Dies erhöht den Druck auf die Unternehmen. Die Produktivität soll mittels Standardisierungs- und Rationalisierungsmassnahmen weiter erhöht werden, in der Akquisition sollen neue Wege beschritten werden. Zwei Beispiele zeigen, dass der VSD die Betriebe dabei unterstützen kann: Das Management-Handbuch bietet konkrete Hilfen zur nachhaltigen Medienproduktion; mit net4print.ch wird eine neue Branchenlösung für Drucksachenmanagement geboten, die auch für kleine Firmen erschwinglich ist.

### IMPRESSUM

**Redaktion:** Hannes Zaugg, HZW Zürich, René Theiler, VSD Bern

**Fotos:** Annamaria Senn

**Layout:** Beat Kipfer, PubliCollege Burgdorf

**VSD-Forum 2010 über zukunftsweisende Projekte und wie sie anzupacken sind**

## NEUES WAGEN – MIT NACHHALTIGKEIT

Die Medienbranche wandelt sich, immer öfter wird heute die Frage gestellt, was wie lange noch gedruckt werden soll. Druckbetriebe müssen sich nach neuen Möglichkeiten umsehen, dabei sollen Projekte angestossen werden, die nachhaltig wirken. Dazu braucht es zunächst die Gewissheit, dass die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen stimmen.

Am VSD-Forum zeigt Dr. Michael Graff, wie sich der Konjunkturmorgen aufhellt und mit welcher Auslastung die Printunternehmen laut neuester Umfrage rechnen. Neues wagen die grossen Schweizer Verlage zusammen mit der Swisscom. Sie wollen eine eigene Plattform für bezahlte Inhalte (Paid Content) aufbauen und bieten damit den marktbeherrschenden Giganten Amazon und Apple die Stirn. Roland Wittmann zeigt Umfang und Erwartungen dieses Projektes auf. Dass

auch kleine Unternehmen innovativ sein können, beweist Roger Wernli anhand der individuellen Zeitung «niiu». Seine Softwareschmiede hat ein System entwickelt, welches der Zeitung neue Möglichkeiten gibt und zwar für Leser und Inserenten. Wenn solche Projekte auf Interesse stossen, können sie realisiert werden, doch darf bei der Umsetzung die Nachhaltigkeit nicht ausser Acht gelassen werden. Dieser Schlusspunkt wird aus Bankensicht vorgetragen, denn ohne Geld kann auch das beste Projekt nicht realisiert werden. Dass nicht nur der Rappen zählt, sondern auch auf Emotionen geschaut wird, erläutert Dr. Gabriel Barell. Der erfahrene Manager und heutige Banker stützt sich in seinen Aussagen auf das limbische System im Gehirn. Dort sind emotionale Persönlichkeiten und natürliche Verhaltensprogramme gespeichert, die schlussendlich bestimmen, was im Leben wichtig ist.





# VSD FORUM

## PD DR. MICHAEL GRAFF



PD Dr. Michael Graff führt den Bereich Konjunktur an der Konjunkturforschungsstelle (KOF) der ETH Zürich. Nach der Habilitation in Volkswirtschaftslehre an der TU Dresden wirkte er zunächst als wissenschaftlicher Mitarbeiter am KOF der ETH Zürich. Seit 2003 ist er Lehrbeauftragter für Entwicklungsökonomik an der Universität St. Gallen.

## ROLAND WITTMANN



Roland Wittmann ist Leiter Projektservices, welche für Strategieprojekte der Tamedia AG zuständig ist. Mit 7 Jahren Erfahrung aus der Managementberatung bei Roland Berger und 2 Jahren als Leiter Strategie beim SBB Personenverkehr ist er ein Experte für innovative Geschäftsmodelle.

## ROGER WERNLI



Roger Wernli ist CEO der Prevision AG, einer Schweizer Hightech-Firma mit Sitz in Zofingen. Seine Ausbildung begann er mit einer Lehre als Polygraf; er war sodann ein Mitbegründer der SMI AG, die auf die Weiterbildung im Publishingbereich fokussiert ist, und einer der Väter der Prevision AG.

## DR. GABRIEL BARELL



Dr. Gabriel Barell ist Leiter Region Basel der Valiant Bank. Sie hat sich in diesem Jahr in der Nordwestschweiz etabliert mit der Neueröffnung einer Geschäftsstelle im Zentrum von Basel. Dr. Gabriel Barell war zuvor Geschäftsführer eines rasant wachsenden KMU-Betriebes in der Region Basel.

## DAVID STROHM



David Strohm ist Wirtschaftsredaktor bei der NZZ am Sonntag und Präsident des Zürcher Pressevereins.

## Die Schweizer Wirtschaft 2010–2011

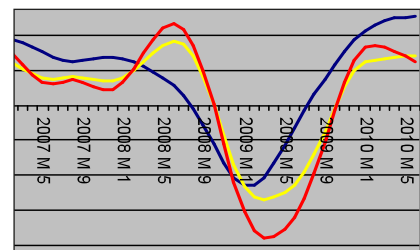
# KONJUNKTURVERLAUF UND STRUKTURWANDEL

Die Konjunkturforschungsstelle der ETH gilt als das bedeutendste Prognoseinstitut der Schweiz. Dementsprechend gewichtig sind die Aussagen, welche aus diesem Haus stammen.

**PD Dr. Michael Graff** zeigt zunächst das Umfeld der Schweizer Wirtschaft auf: Das Brutto-Inlandprodukt BIP in den 27 EU-Staaten erholt sich nach einem deutlichen Einbruch in den vergangenen beiden Jahren wieder langsam; für dieses und nächstes Jahr werden zwar positive Werte, aber im sehr tiefen Bereich vorhergesagt. Neben der wirtschaftlichen Leistung spielt auch die Entwicklung des Wechselkurses eine bedeutende Rolle. Währenddem sich der Dollar zum Schweizer Franken klar verbessert (was gut für die Exportwirtschaft ist), behauptet sich der Euro gegenüber unserer Währung kaum. Die Prognosen für die Schweiz sind denn auch eher verhalten. Das BIP dürfte in diesem Jahr 1,8% und im nächsten Jahr 1,6% wachsen, der Private Konsum geht nach 1,8% in diesem Jahr auf 1,5% zurück (2011). Von besonderem Interesse ist die Entwicklung der einzelnen Branchen, vorab des Segmentes von Papier, Druck und Verlag.

Die Kapazitätsauslastung ging im vergangenen Jahr stark zurück und erreichte im 3. Quartal ihren Tiefpunkt, seither ist eine Erholung zu beobachten, die allerdings auf tiefem Niveau momentan stagniert. Positiver sieht die (in 6 Monaten) erwartete Geschäftslage aus: sie zeigt eindeutig nach oben. Der Bestellungseingang hat sich nach einer klaren Verbesserung eher wieder zurückgebildet; ähnlich verhält sich die Beschäftigtenzahl.

## Bestellungseingang im Printgewerbe (KOF-Umfrage Juni 2010)



— Industrie insgesamt  
— Papier, Druck, Verlage  
— Druck- und Verlagsgewerbe

## Die Bankensicht

# PROJEKTE AUF NACHHALTIGKEIT PRÜFEN

**Dr. Gabriel Barell** hat ein klares System, mit dem er neue Projekte auf Nachhaltigkeit prüft. Dabei stützt er sich auf die Theorie des «Limbic Thinking», welches auf dem limbischen System des Gehirns basiert. Dort sind emotionale Persönlichkeit und natürliche Verhaltensprogramme gespeichert, die bestimmen, was im Leben wichtig ist. Diese Programme steuern unbewusst unsere Motive und wie wir auf Situationen, Ereignisse oder Informationen reagieren. Diese Theorie sieht deshalb als ersten Schritt die Selbstanalyse vor, bei der das eigene, emo-

tionale Persönlichkeitsprofil bestimmt wird. Dabei geht es um die natürlichen Talente und Fähigkeiten, sie sind von entscheidender Bedeutung für den persönlichen Erfolg im Leben. Nach dieser Selbsteinschätzung folgt die Marktanalyse, die sich ebenfalls auf das limbische System stützt, in der Charakteristiken wie Stimulanz, Dominanz oder Balance wegweisend sind. Der letzte Schritt beinhaltet die Positionierung des neuen Projektes. Auch hier stehen – getreu dem limbischen System – emotionale Kriterien im Vordergrund.

# FORUM 2010 DER GRAFISCHEN INDUSTRIE



## Verlagsübergreifendes Projekt für digitales Lesen

### CODEX – DAS SCHWEIZER E-READING PROJEKT

**Roland Wittmann** befasst sich bei tamedia mit der Strategieentwicklung. Der grösste Schweizer Verlag beobachtet die Mediennutzung genau

kein Interesse an digitalem Lesen haben. Gedruckte Zeitungen und Zeitschriften dürften auch langfristig eine Daseinsberechtigung haben, auch wenn Online-Inhalte vielfach gratis zu haben sind und Nutzer kaum Bereitschaft zeigen, für solchen Content in die Tasche zu greifen. Doch die Mediennutzung ändert sich und darauf müssen sich die Verlage ausrichten. Allein auf dem deutschen Markt werden bereits im kommenden Jahr 10 Mio. Tablet-computer (wie der Apple iPad) erwartet, die 50% der Heimcomputer ersetzen dürften. Heute werden weltweit verschiedene Business-

modelle für das iPad getestet, die teilweise mit höheren Preisen operieren als im Print verlangt werden. Damit wird das Ziel verfolgt, einen erfolgreichen Transformationsprozess vom Print-Leser zu Mobile- und Online-Nutzern hinzukriegen. Die heute marktbeherrschenden eReader von Amazon und Apple stellen geschlossene Systeme dar, welche von einer Gruppe bedeutender Schweizer Verlegern zusammen mit der Swisscom konkurrenziert werden soll. Eine Pilotstudie wurde soeben gestartet, mit ersten Ergebnissen ist im August zu rechnen. Sie wollen über das Web Inhalte für eReader unter der Bezeichnung «Codex Content Store» anbieten, der den Zugriff auf digital aufbereitete Zeitungen und Bücher offeriert. Doch zunächst soll in einer Pilotstudie geklärt werden, ob ein funktionierendes Modell für Paid Content kreiert werden kann, ob diese Plattform für Werbepartner interessant ist und ob eine Schweizer Plattform im World Wide Web überhaupt akzeptiert ist?

**Ein Shop im Internet ermöglicht Zugriff auf Zeitungen und Bücher – Erfolgsfaktoren für digitales Lesen**

Aussehen Codex Content Store

**Endgeräte**

**Inhalte und Angebot**

**Zahlungsbereitschaft**

**Geschäftsmodell**

Übersicht aufgebautes Menu

Einzelner Zugriff auf die gewünschten Produkte

16 VSD-Forum 24. Juni 2010

und lässt sich auch durch eine umfangreiche Marktstudie nicht besänftigen, welche besagt, dass heute über 70% der Schweizer überhaupt

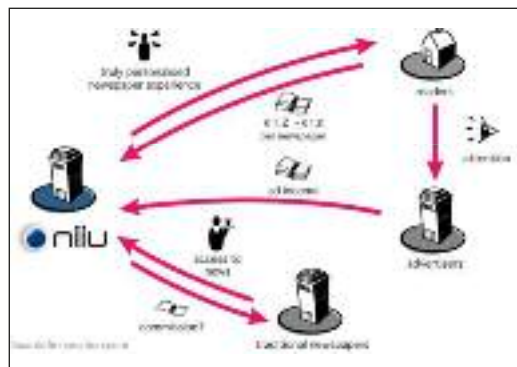
computer (wie der Apple iPad) erwartet, die 50% der Heimcomputer ersetzen dürften. Heute werden weltweit verschiedene Business-

## Die erste individualisierte Tageszeitung

### NIIU – ZEITUNG DER ZUKUNFT

Das Kerngeschäft der Prevision ist laut Geschäftsführer **Roger Wernli** die Entwicklung von Internet-Anwendungen sowie die Suche nach strategischen Lösungen für digitale Medien. In der Praxis stehen sie zwischen den Print- und den Online-Medien. Für Innovationen suchen sie deshalb das Beste aus beiden Welten; dabei spielt die Individualisierung eine zentrale Rolle. Der Vorschlag für eine individuelle Zeitung lag auf der Hand und wurde bereits umgesetzt. Mit einer beachtlichen Zahl an Contentpartnern aus dem deutschen und englischen Sprachraum. Der Ablauf ist einfach und stützt sich auf bestehende Möglich-

keiten: zunächst wählt der Kunde aus dem reichhaltigen Angebot den passenden Inhalt, die von Prevision entwickelte Software stellt daraus eine



individuelle Zeitung zusammen, welche digital gedruckt und persönlich dem Besteller ausgeliefert wird. Auch die Werbung kann personalisiert werden, mit einer persönlichen Ansprache, durch individualisierte Coupons, Direktmarketing-Aktionen sowie Targeting. Die Zeitung der Zukunft wird vom Leser auch gestaltet, er wählt sein Layout, das ihm passende Bild des Tages, die sich wiederholenden Rubriken. Ein erster Versuch wurde 2009 in Berlin durchgeführt. Ermuntert durch die gute Akzeptanz soll nun in ganz Deutschland expandiert werden, um genügend Reichweite und Auflage zu erhalten. Dann werden neue Distributionskanäle gesucht und das Lizenzmodell an weitere Anbieter abgegeben.

Die neue Branchenlösung net4print.ch:

## DRUCKSACHENMANAGEMENT VIA INTERNET

Die Einführung und der Aufbau einer Web-to-Print-Lösung gehören heute zu den zentralen Managementaufgaben einer Druckerei. Damit wird die Druckvorlagenherstellung vereinfacht sowie die Abwicklung von Printprodukten über



das Internet ermöglicht. Die anspruchsvolle Technik und die unbekannteren Businessmodelle sowie die mit Risiken verbundenen hohen Investitionskosten bergen jedoch die Gefahr, dass vor allem kleine und mittlere Druckereibetriebe hier nicht mithalten können.

Um dieser Gefahr entgegen zu wirken und allen Druckbetrieben den Zugang zu dieser Technologie zu gewährleisten, hat der Verband der Schweizer Druckindustrie VSD eine Branchenlösung fürs Drucksachenmanagement entwickelt. Die Web-to-Print-Branchenlösung net4print.ch konzentriert sich in erster Linie auf

Vom 6. bis 10. September 2010

## SWISS PUBLISHING WEEK 2010

In den beiden letzten Jahren hat sich die swiss publishing week definitiv als Fixpunkt in der Agenda der Publishing-Branche etabliert. Knapp 500 Teilnehmer aus dem ganzen deutschen Sprachraum treffen sich jeweils im September



in Winterthur, um Know-how zu tanken, sich über die aktuellen Publishing-Trends zu informieren und sich mit Kollegen aus der

Branche auszutauschen. Das Donnerstag-Programm bietet mit einem ganz neuen Konzept Strategie-Seminare und Experten-Dialoge für alle, welche die Weichen für ihre Publishing-Zukunft richtig stellen wollen – sei es für die persönliche berufliche Laufbahn oder für die Ausrichtung eines ganzen Unternehmens. Der VSD hat zu diesem neuen Konzept einen wichtigen Anteil beigetragen. Mitglieder des VSD profitieren von einer 15%-Vergünstigung.

die Automatisierung von Beschaffungsprozessen im Druckbereich, von der Angebotsabgabe bis hin zur Vorlagenherstellung, Vertrieb und Rechnungslegung über das Internet. net4print.ch sorgt an vorderster Front mit für die Weiterentwicklung der Geschäftsprozesse in der Druckindustrie, weil es entscheidenden Einfluss darauf hat, wie Anbieter kommunizieren und ihre Leistungen erbringen.

Web-to-Print hat jedoch nicht nur eine technologische, sondern auch eine unternehmerische Komponente. Die Technologie selbst stellt lediglich ein Werkzeug dar. Für die erfolgreiche Ein-

führung einer solchen neuen Dienstleistung sind Marktkenntnisse sowie das Aufzeigen und das gemeinsame Entwickeln von Businessmodellen weitere Faktoren. Aus diesem Grund gehört «Strategieberatung/Coaching» durch die VSD Consult AG ebenso zu dieser Branchenlösung wie die Softwareintegration oder die Schulung des Personals im Druckereibetrieb. Interessenten finden auf [www.net4print.ch](http://www.net4print.ch) zahlreiche Informationen, Anwendungsbeispiele in Form von Demovideos sowie die Möglichkeit, über einen Testzugang die Funktionalität der Branchenlösung live zu prüfen.

Neue VSD-Broschüre erschienen

## WAS KUNDEN VON PRINT ERWARTEN

Zum diesjährigen Forum des Verbandes der Schweizer Druckindustrie (24. Juni in Bern) veröffentlicht der VSD eine neue Broschüre, welche sich mit der Drucksache im digitalen Wandel befasst. Darin werden die aktuellen Entwicklungen vorgestellt, kommentiert und anhand von Praxisbeispielen dokumentiert. Ausgangspunkt ist der Media-Use-Index, eine aktuelle Studie zur Mediennutzung der renommierten Zürcher Kommunikationsgruppe Young & Rubicam. Der Leiter Strategieentwicklung, Dr. Caspar Coppetti, erläutert sodann die wichtigsten Konsequenzen für die Werbeplanung: Zwar ist das Web klar die Nummer 1 in der Mediennutzung, doch die Kommunikation läuft künftig vor allem crossmedial ab.



sein für die Druckindustrie so bedeutsam sind. Neben grundsätzlichen Gedanken werden zu jedem Thema auch praktische Hinweise anhand eines Fallbeispiels geboten. So etwa im Interview mit Urs Gossweiler, dem umtriebigen Druck- und Verlagsunternehmer aus dem Berner Oberland, der seinen Kleinbetrieb seit langem konsequent auf die multimediale Welt umstellt und heute die Früchte seiner Arbeit ernten kann. Zur Nachhaltigkeit wird das aktuelle Beispiel der Sihldruck in Zürich vorgestellt sowie das erfolgreiche Leistungspaket des VSD für seine Mitglieder knapp und klar umschrieben.

Diese Broschüre ist für VSD-Mitglieder kostenlos und für Nichtmitglieder gegen eine Schutzgebühr von CHF20 erhältlich. Sie kann beim VSD in Bern bestellt werden ([office@vsd.ch](mailto:office@vsd.ch) oder 031 351 15 11).

Die Konsequenzen für die Drucksache werden in weiteren Beiträgen behandelt, die wichtige Aspekte aufgreifen wie der richtige Einsatz des Internets als Informations- und Arbeitsplattform, die Integration des Kunden in den digitalen Workflow, die zentrale Rolle der Mediendatenbank im Crossmedia-Konzept sowie die Frage nach dem künftigen Druckverfahren und weshalb Nachhaltigkeit und Umweltbewusst-