

**Feierabend-Apéro: Dienstag, 14. Mai 2019, 18.00 Uhr
in der KV-Business-School beim Zürcher Hauptbahnhof**

Wie Konzeption, Kreation und Produktion besser zusammenarbeiten

Die digitale Transformation ist in aller Munde, sie betrifft ja auch (fast) alle Branchen. Doch was bewirkt sie konkret in der Umsetzung von Kommunikationsprojekten? Wir wissen, mehr oder weniger, dass es neue Techniken gibt und ahnen, dass neue Organisationsformen gefragt sind. Dieser Abend bietet einen Wegweiser durch die digitale Medientransformation mit Strategien zum agilen Teamwork und Tools, welche nötig sind, um in der zunehmend komplexer werdenden Kommunikationswelt besser zusammenzuarbeiten.



Bildquelle: Shutterstock

Agile Werkzeuge optimieren die Kommunikation im Team

Was in der Kommunikation sich schon vor Jahren bemerkbar machte, war die steigende Zahl an neuen Medien, die auf dem Radar der Kommunikationsfachleute auftauchen; damit kommen weitere Spezialisten ins Spiel, die mitreden wollten. Die Umsetzung wird dadurch immer schwieriger, weil sich mehr Personen in den Produktionsprozess einschalten und dank neuen Techniken auch können, obwohl der Arbeitsweg eigentlich kürzer und einfacher geworden ist. So war es nur noch eine Frage der Zeit, dass sich neue Arbeitsformen im Produk-

tionsprozess festsetzen. Eine Arbeitsgruppe vom deutschen Fraunhofer Institut sowie dem Bundesverband Druck und Medien (bvdM) hat sich mit dieser Problematik befasst und eine Studie zur Strategieentwicklung für Druck- und Mediendienstleister verfasst, die unter der Bezeichnung «Druckindustrie 4.0» im Dezember 2018 erschienen ist.

Druckindustrie 4.0

Darin werden zunächst die wichtigsten Einflussfaktoren genannt, wie die Cloud-Techno-

logie, intelligente Wertschöpfungsnetzwerke, die sich in wirtschaftlicher wie technischer Weise auswirken, die Möglichkeit zu Augmented und Mixed Reality, das Internet der Dinge, Big Data (die Datenflut zu den Konsumenten und ihre Nutzungsgewohnheiten), kundenindividuelle Lösungen in der Fertigung, Smart Factory sowie Künstliche Intelligenz (KI). Bei letzte-

publishing NETWORK
Fachverband Medienproduktion

rem stellen die Studienverfasser allerdings klar fest, dass die KI nicht zu einer vollständigen Automatisierung führen wird, sondern sich auf einzelne Arbeitsschritte begrenzen dürfte. Was die Vielfalt an diesen wichtigsten Einflüssen bringt, sind neue Produkt- und Servicemöglichkeiten, die zu veränderten Geschäftsmodellen führen.

Kundenindividuelle Massenfertigung

Wir bewegen uns von der Massen- über die Variantenproduktion zur individuellen Fertigung. In der zitierten Studie sind das vier Stufen, welche die Printbranche durchlaufen hat: Von der Druckindustrie 1.0, wo es um reproduzierbare Produkte geht (seit Gutenbergs Zeiten), zur Druckindustrie 2.0 mit ihrer industriellen Fertigung und damit der Massenproduktion, weiter geht es zur Druckindustrie 3.0, bei der die Drucksachen vielfältiger und teilweise exklusiver werden, hin zur Druckindustrie 4.0, wo jedem Kunden sein Medienprodukt offeriert wird, an dem er auch selbst mitarbeiten kann. Da sieht das Fraunhofer-bvdm-Team aber auch Grenzen, beispielsweise beim Print-to-Web, welches viele Druckdienstleister als Weg in die Zukunft betrachten. Da diese Nische immer mehr ausgefüllt wird und damit das Angebot ständig steigt, gerät auch diese Neuerung unter Preisdruck.

Evolution statt Disruption

Was für alle Dienstleister nötig ist: die systematische Positionsbestimmung. Wer eine solche vornimmt, stellt rasch fest, dass es weniger um den fundamentalen Wandel, die Disruption, geht, sondern dass die Veränderung in verkraftbaren Schritten erfolgen soll, eben in evolutionärer Weise. Die zurückgehende Produktion wird dabei am besten durch zusätzliche Dienstleistungen wettgemacht, so eine wichtige Erkenntnis in der Studie. Und solche Zusatzleistungen werden definiert durch ein entsprechendes Prozess-Knowhow. Denn nur wer den Arbeitsfluss des Kunden versteht und allenfalls sich da auch einbringen kann, wird Erfolg haben. Doch auch hier sind Schatten-

seiten festzustellen, weil je mehr sich ein bisheriger Druckanbieter vom Print entfernt, desto eher kommt er in Kontakt mit neuen Konkurrenten!

Agiles Arbeiten und Digital Communication Excellence

Eine wichtige Frage blieb bei diesen Überlegungen bisher offen: Welche Kompetenzen sind in der Kommunikation künftig gefragt? In der Studie Druckindustrie 4.0 wird diese Frage für die Umsetzer von Kommunikationsprojekten beantwortet. Eine steigende Bedeutung sehen die Verfasser im Bereich der IT, so vor allem ein grösserer Bedarf an Datenanalytikern, aber auch Produktentwickler werden künftig verstärkt nachgefragt. Dagegen braucht es weniger Personal zur Bedienung herkömmlicher Maschinen in Druck und Weiterverarbeitung, auch hat der klassische Vertriebsfachmann ausgedient. Neue Dienstleistungen müssen durch entsprechende Spezialisten verkauft werden.

Und da hat das publishingNETWORK zusammen mit der Fachhochschule Chur (HTW) die passende Weiterbildung entwickelt. Dieser Kurs auf Hochschulstufe richtet sich an grafische Unternehmer, aber auch an die Produktionsverantwortlichen in Agenturen und Marketingabteilungen, mit der diese die nötige Kompetenz in der gesamten digitalen Kommunikation erreichen können. Dieser Kurs wird von Prof. Ines Jansky von der HTW geleitet, welche nach den Ausführungen von Gregor Obermayr aufzeigt, was sie unter agilem Arbeiten versteht und weshalb ein breites Netzwerk für die künftige Arbeit von grosser Bedeutung ist. Dabei erfolgt die Wissensvermittlung in neuartiger Weise: mit Online-Vorlesungen (deren Besuch der Student selber wählt), Webinaren, Coachings und lediglich 10 Präsenztagen (vor allem in Zürich), wobei bei allen Formen die Praxis von morgen im Vordergrund steht.

Referent



Georg Obermayr

Der sprachgewandte und in Publishing sehr erfahrene Georg Obermayr leitet bei der Werbeagentur Adverma in München die Crossmedia-Produktion. International hat er sich einen Namen geschaffen mit seinem Buch «Agiles Publishing», in dem es um die Organisation und Kreation vom dynamischen Publizieren geht. Zu diesem Thema schreibt er auch regelmässig Fachartikel und bringt sein Fachwissen in Vorträgen, Seminaren und Tagungen ein. Er bezeichnet sich als Grenzgänger zwischen Design, Medienproduktion, Technologie, Marketing und Beratung, der spannende Transfers zwischen praktischer Umsetzung und strategischer Einordnung herstellen will. www.georgobermayr.de

Programm

- 18.00 Begrüssung und Einführung**
durch René Theiler,
publishingNETWORK
- 18.10 Strategien und Tools zum agilen Teamwork**
Georg Obermayr, Leiter Crossmedia-Publishing bei ADVERMA und Buchautor
- 19.00 Was der CAS Digital Communication Excellence zum agilen Teamwork beiträgt**
Prof. Ines Jansky,  HTW Chur
HTW Chur
- 19.15 Diskussion zur besseren Zusammenarbeit in der Kommunikation**
moderiert durch René Theiler,
publishingNETWORK
- 19.45 Apéro riche und Networking**

INFOBOX

Anmeldung online auf
www.publishingnetwork.ch

publishingNETWORK – Fachverband
für digitale Medienproduktion
Schosshaldenstrasse 20
3006 Bern
Mail an: info@publishingnetwork.ch



Direkt zum Anmeldeformular.

Datum / Zeit
Dienstag, 14. Mai 2019
18.00 bis 19.45 Uhr
mit anschliessendem Apéro

Ort
KV-Business-School
Sihlpost-Gebäude beim
Zürcher Hauptbahnhof,
der Vortragsraum ist
beim Eingang vermerkt

Zielgruppe
Unternehmer, Kadermitarbeiter, Abteilungsleiter und interessierte Mitarbeiter aus der Produktion.

Kosten:
Kostenlos für Personen aus Mitglieder-Firmen des VSD oder vom publishingNETWORK sowie deren Gäste.