

Crossmedia für 15.000 Jesus

Erfolgreiche Tagung des Fachverband publishingNETWORK

Im Hotel Belvoir in Rüslikon führte publishingNETWORK die erste Veranstaltung «Crossmedial erfolgreich» durch. An der Tagung Anfang Oktober befassten sich über 60 Personen, die sich für effiziente Medienproduktion interessierten, mit der Frage, wie wir die heutige Informationsmenge intelligent und kostensparend zum Nutzer bringen.

Kommunikations-Professor Stefan Gürtler brachte es als Key-Note-Sprecher auf den Punkt: Was wir als Mediennutzer verkraften müssen, entspricht der 15.000-fachen Informationsmenge zur Zeitenwende, was eben in «Jesusen» gemessen wird. Und er sprach von der Wissensarmut im Informationsreichtum: «Wir erhalten so viele Nachrichten – ungefragt und aus so vielen Quellen, in unterschiedlichen Formen und Konzentrationen, dass die Gefahr besteht, dass Informationen zu einer Art Müll werden.»

Die Herausforderung der Zukunft müsse die Filtrierung von wesentlichen und relevanten Informa-

tionen für das Individuum sein. Heute bestehe ein Qualitätsproblem der Information: Relevante Informationen werden vermischt mit unspezifischen, vorläufigen oder Mehrfach-Nachrichten sowie Werbung (Spam).

«Wir verfügen im Grunde über alle Informationen, sehen aber den Wald vor lauter Bäume nicht mehr», führte Professor Gürtler aus. Dabei haben Männer das grössere Selektionsproblem als Frauen, so die Aussage von Professor Gürtler. Auf komplexe Fragen gibt es simple Antworten. Diese Kunst gilt es in der Kommunikation und Produktion zu schärfen.

Organisatorische und logistische Herausforderung

Die Werbegruppe Wirz hat für die Crossmedia-Produktion eine neue Einheit gebildet (Wirz Medienrealisation), die Geschäftsführer Daniel Ehrensperger vorstellte. Er erläuterte, weshalb dies für sie von strategischer Bedeutung ist. Dabei wird dank dem Einsatz von Censhare jede Woche eine

Vielzahl an Produkten für die Migros erstellt. Es ist primär eine organisatorische und logistische Herausforderung, welche eine hohe Bereitschaft für repetitive, stringente Arbeitsweisen erfordert, was in der Regel in einer kreativen Agentur schwierig umsetzbar ist.

Die Migros als Kundin erwartet von ihrem Partner, dass der Marketing-Inhalt wie Bilder, Texte, Preise, Video- und Audio-Dateien etc. möglichst effizient verwaltet und crossmedial verwendet werden kann.

Kommunikationsprozesse unterstützen

Auch die Schweizerische Post hat massiv in eine neue Infrastruktur investiert; ein komplexes Gebilde für eine komplizierte Aufgabe beim Mischkonzern «Schweizerische Post».

Von den Hochs und Tiefs bei deren Einführung berichtete Projektleiter Michael Eberle. Beim Entscheid der Post ging es primär darum, mit einer crossmedialen Lösung Kommunikationsprozesse zu unterstützen, die Kosten zu kontrollieren und



Professor Stefan Gürtler, Hochschule für Wirtschaft, sieht eine Wissensarmut trotz Informationsreichtum.



Daniel Ehrensperger, Wirz Medienrealisation, kennzeichnet die Medienproduktion als strategische Erfolgsposition.



Michael Eberle erläuterte die Hochs und Tiefs bei der Einführung eines Crossmedia-Projekt bei der Schweizerischen Post.



Rolf Zimmermann, Managing Director von Spillmann/Felser/Leo Burnett will gute Ideen auf dem multimedialen Klavier umsetzen.



Peter Jeschke, GC Consulting, ist der Meinung, dass es wesentlich ist, die Kunst zu beherrschen, die Bedürfnisse des Kunden zu verstehen.



Hanspeter Lebrun, Verleger Südostschweiz: Crossmedial erfolgreich kann nur mit den richtigen Rahmenbedingungen passieren.

einen Mehrwert zu schaffen. Als strategisches Ziel stand auch die Effizienzsteigerung durch eine zentrale Daten- und Systembasis und die Rückgewinnung der Prozessführerschaft im Vordergrund. Für Michael Eberle ist eine gut strukturierte Projektleitung an der Schnittstelle zwischen IT- und Mediendienstleister sowie Kommunikationsspezialisten ein wichtiger Erfolgsfaktor zur Verwirklichung des Crossmedia-Projekts bei der Schweizerischen Post.

Neue Rolle mit enormem Potenzial

Dass es jedoch nach wie vor trotz exzellenter Technik auf die richtige Idee ankommt, diese Meinung erläuterte Rolf Zimmermann, Managing Director von Spillmann/Felser/Leo Bernett. Am Beispiel der Schweiz Tourismus-Kampagne zeigte er auf, wie die verschiedenen Medienkanäle heute gezielt genutzt werden.

Nach dem umfassenden Blick in die zukunftsweisende Praxis standen am Nachmittag konkrete Lösungsvorschläge auf dem Programm.

So verwies Peter Jetschke (GC-Consult, München) auf die durchgängige Gestaltung ohne rationale und emotionale Brüche als wichtigster Erfolgsfaktor von Crossmedia-Kampagnen. Die Kunst-Bedürfnisse der Kunden zu verstehen, ist für ihn eine der wichtigsten Voraussetzungen. Dabei sieht er die klassischen Anbieter von Medienprodukten in einer neuen Rolle mit enormem Potenzial.

Rahmenbedingungen erarbeiten, damit Crossmedia wachsen kann

Für die Zeitungsverleger ist das Thema Crossmedia eine grosse Herausforderung. Dazu stellte Hanspeter Lebrument, Verleger der Südostschweiz Medien und Präsident des Verbandes Schweizer Medien, ein paar interessante Thesen auf. Mit dem Druck, der den Rückwärtsgang eingeschaltet hat, verdienen die Verleger immer noch das Geld.

Online, das seit über zehn Jahren die Hoffnung der Zukunft ist, kostet immer noch mehr als es wirklich einbringt. Für Hanspeter Lebrument müs-

sen die Rahmenbedingungen noch erarbeitet werden, damit Crossmedia in einer absolut freizeithlichen Marktsituation, in der Gebühren und Subventionen keinen Platz haben, auch wachsen kann.

Koordinierung und Synchronisation

René Theiler (publishingNETWORK, Bern) sprach die Kosten an, die nur mit Standardisierung und Automatisierung in den Griff zu bekommen sind. Dabei ist das Ziel einer Automatisierung ein erster Schritt, um eine sichere und verfahrensgerechte Kommunikation von Daten mit der Prozesssicherheit und Qualitätssicherung zu garantieren.

Stefan Eggenberger (HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich) zeigte auf, wie mit Multiprojektmanagement die Unternehmenskommunikation von morgen zum Laufen kommt. Für die erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen dem Verbund der integrierten Unternehmenskommunikation und dem Projektmanagement hört die Betrachtungs- und



René Theiler, Leiter Technik VSD: Standards sind entwickelt worden, um auch konsequent eingesetzt zu werden.



Stefan Eggenberger, HWZ, sieht vor allem Kommunikationsherausforderungen und Projektmanagement als wesentliche Komponenten.



Philipp Sauber, INM AG, Social Media Marketing, setzte den gekonnten Schlusspunkt der Veranstaltung mit dem Thema Social Media.



Hannes Zaugg ist schon seit längerer Zeit überzeugt, dass sich Crossmedia durchsetzen wird.



Interessierte Teilnehmer der Tagung von publishingNETWORK an einem schönen Ort in Rüschlikon.



Auch Fragen der Teilnehmer hatten genügend Raum an der interessanten Veranstaltung «Crossmedial erfolgreich».

Keiner zu klein, multimedial tätig zu sein

publishingNETWORK stellt zur Diskussion

Verantwortungsebene nicht bei gemeinsamen Sitzungen und situativen Medienmitteilungen auf, sondern sie umfasst alle strategischen, operativen und dispositiven Aktionen, um das Projektmanagement als Teilkompetenz des unternehmerischen Potenzials nach innen und aussen zur richtigen Zeit überzeugend darzustellen. Als Basis müssen eine effektive und effiziente Koordination sowie eine laufende Synchronisation in den Projekten von den involvierten Personen sicher gestellt werden.

Nutzen und Grenzen von Social Media

Den gekonnten Schlusspunkt der Veranstaltung setzte Philipp Sauber (Partner und CEO von INM in Wetzikon), der Nutzen und Grenzen von Social Media im Verbund mit klassischen Medien darlegte. Der richtige Einsatz ist für ihn stark abhängig vom Produkt.

Dabei gilt auch heute noch die Formel «Probieren geht über Studieren». Die heute zur Verfügung stehenden Kanäle wie Twitter, Facebook, YouTube, Xing oder Google Adwords sollten je nach Aufgabe gezielt eingesetzt werden. Dazu zeigte er ein paar interessante Beispiele aus seiner Praxis.

Weiteres Wissen ist nötig

Diese spannende Crossmedia-Veranstaltung wurde von publishingNETWORK (Bern) zusammen mit der HZW für interaktive Medienprojekte (Zürich) erstmals durchgeführt und soll fortgesetzt werden.

Referenten und Tagungsteilnehmende waren sich einig: Wir stehen in der multimedialen Kommunikation erst am Anfang, weiteres Wissen und zusätzliche Erfahrungen sind nötig, um Crossmedia-Kampagnen (noch) erfolgreicher gestalten zu können.

An ihrem Vorabend-Event Mitte November befasste sich das publishingNETWORK mit der neuesten Entwicklung im Crossmedia-Publishing. Dieses Thema findet grosses Interesse, denn gut 70 Mitglieder und Interessierte aus Produktionsbetrieben oder –abteilungen in Unternehmen und Agenturen folgten der Einladung ins Zürcher Restaurant Gnüsserei.

Bereits in seiner Einleitung machte René Theiler deutlich, dass in vielen Fällen der crossmediale Auftritt angesichts der beschränkten Budgets mit einfachen Mitteln erfolgen muss. «Sind multimediale Kampagnen auch in kleinem Umfang möglich?», lautete deshalb die zentrale Frage an diesem spannenden Anlass.



Multimediale Erfolge beginnen im Kleinen, wies Christian Mossner (Canon AG Schweiz) in eindrücklicher Weise nach.

Eine eindrückliche und sehr praxisnahe Antwort kam sofort. Christian Mossner, Marketing-Direktor von Canon Schweiz, schilderte hautnah, wie er mit der Einstellung der Lokalzeitung an seinem Wohnort konfrontiert wurde. Da ihm, seiner Fami-

lie und seinen Freunden der Quartieranzeiger am Herzen lag, überlegte er sich, wie diese Drucksache gerettet werden kann. Er wurde aktiv, drehte selbst kleine Videos, in denen örtliche Gewerbebetriebe ihre Leistungen in attraktiver Weise vorstellen konnten, verband so das herkömmliche Printprodukt mit neuen Medien, was guten Anklang fand. Die Lokalzeitung floriert nun wieder, seine Erfahrungen setzt der umtriebige Marketing-Profi jetzt auch bei Canon um.

Es braucht zunächst den Willen, in die multimediale Kommunikation einzusteigen, ein gewisses Können lässt sich rasch aneignen. Dies bestätigten alle Teilnehmer am Podium, die anschliessend unter der Moderation von Hannes Zaugg (HZW für interaktive Medienprojekte) nach Lösungen für bisherige Lieferanten suchten, die crossmedial tätig sein wollen und dafür nur über beschränkte Geldmittel verfügen. Insbesondere Claude Bolliger (Geschäftsleitung Autoglobal AG, Fullservice Marketing Agentur der Emil Frey Gruppe) forderte die Anwesenden auf, sich ins multimediale Geschäft zu wagen. Er hat dies mit Bravour in der Autobranche geschafft, in welcher die Kommunikations-Ansprüche sehr hoch sind.

Einen besonderen Weg schlug Michael Scherrer (Multimedialer Gestalter) ein. Mit einem Kollegen durchstreifte der gelernte Polygraf die USA und besuchte dabei verschiedene Firmen, in denen sie eine Zeit lang arbeiteten, um sich – in der Tradition der wandernden Zimmerer – mit den neuesten Medien vertraut zu machen. Siegfried Alder (Market Business Developer Canon Schweiz AG) bestätigte das stark zunehmende Interesse an multimedialen Möglichkeiten und René Theiler (publishingNETWORK) nannte die veralteten Ausbildungskonzepte die grösste Hürde, um von der klassischen Informationsweise zum multimedialen Auftritt zu gelangen.



Das Podium (René Theiler, Sigi Alder, Michael Scherrer und Claude Bolliger) unter Leitung von Hannes Zaugg zeigte Wege für Lieferanten auf, die sich im Crossmedia-Publishing etablieren wollen.

Mehr zum Anlass und dem publishingNETWORK: www.publishingnetwork.ch oder 031/ 351 15 11 (René Theiler).

publishingNETWORK

Redaktion VSD-Mitteilungen

VSD, Schosshaldenstrasse 20, 3006 Bern
Telefon 031 351 15 11 Fax 031 352 37 38

Kurse und Seminare des VSD im ersten Quartal

Mit grossen Schritten gehen wir dem neuen Jahr 2012 entgegen. Normalerweise ist das ein Anlass, den Blick zurückzuwerfen – das Vergangene zu resümieren, sich an Erfolgen zu erfreuen oder Fehler zu reflektieren, um sich im kommenden Jahr neu beweisen zu können. Wir blicken nicht zurück, sondern geben Ihnen schon die ersten Ausblicke auf das Jahr 2012.

Speziell im Bereich der Events und Veranstaltungen hat der VSD bereits zahlreiche Aktivitäten fest geplant. Es freut uns, Ihnen einen Überblick über die aktuellen Seminare und Kurse des VSD im ersten Quartal 2012 zu geben.

Praktischer Workshop

Prozesskontrolle im Druck mit Hilfe von modernen Mess- und Auswertungsmethoden auf der Basis der ISO-Norm 12647-2

Die Druckbetriebe müssen den Schritt zur industriellen Produktion vollziehen, um eine Chance im aktuellen Strukturwandel zu haben. Kostendruck und schwindende Margen verlangen schnellere, schlankere Workflows und erhöhen den Bedarf an optimalen Kontroll- und Prüfmethoden. Die Prozesskette für die Herstellung von Druckprodukten muss sich zwingend an Standards und Normen orientieren.

Wenn man die Bedingungen für die ISO Norm im Betrieb einmal eingerichtet hat, funktioniert nicht plötzlich alles Automatisch. Es ändern sich ständig die Rahmenbedingungen, es muss gemessen, geprüft, protokolliert und nachjustiert werden. Die Technikverantwortlichen in einer Druckerei

müssen verstehen, was sich im Einzelnen im Prozess abspielt. Deshalb ist es von grosser Bedeutung, sich an Kursen, wie vom VSD durchgeführt, das Wissen zu aktualisieren oder entsprechend der digitalen Produktion aufzubauen – im Sinne des kontinuierlichen Verbesserungsprozess (KVP). Für die Umsetzung im Betrieb steht mit der Visual PRINT Reference ein Produkt zur Verfügung, mit der die in der ISO-Norm enthaltenen Messwerte auch sicht- und somit greifbar werden. Mit diesem Set, bestehend aus Referenzdruckbogen für die visuelle und messtechnische Kontrolle bzw. Beurteilung, Testformen im RGB- und CMYK-Format sowie Schritt-für-Schritt-Anleitungen und allgemeinen Informationen steht den Betrieben ein ideales Werkzeug zur Verfügung. Dabei wird der

Prozesskontrolle und Optimierung

Der VSD führt am Donnerstag, 12. Januar 2012, zusammen mit Oswald Grütter, quality&more, bei der Ast&Fischer AG in Wabern bei Bern einen weiteren praktischen Kurs zum Thema der Prozesskontrolle und Optimierung durch.

Zielgruppe für diesen Kurs sind Drucker und Drucktechnologien, die ihr Wissen rund um den Druckprozess auf den neusten Stand bringen wollen. Der praktische Nutzen im Umgang mit der ISO-Norm 12647-2 für die tägliche Umsetzung steht im Zentrum dieses Kurstages und ist eine ideale Vorbereitung auf die PSO-Zertifizierung der Ugra.

Informationen zum aktuellen Kurs und einen Rückblick auf den letzten Kurs bei der J.E. Wolfensberger AG vom November 2011 finden Sie auf der Webseite www.druckindustrie.ch

gesamte Prozess berücksichtigt: RGB-File über den Monitor, das Proof (mit Medienkeil), die Ausgabe (PDF/X), die Kalibration (CtP) sowie den Druck und dessen Auswertung (Druckkennlinie). Die Testseiten der Visual PRINT Reference unterstützt die Betriebe bei der Einführung und erleichtert die laufende Kontrolle und Überwachung der Prozesse. Rahmenbedingungen, welche die Teilnehmer/innen im Kurs Prozesskontrolle mit praktischen Beispielen erleben können. Das Feedback der Teilnehmer an diesen Kursen ist immer sehr positiv, ein wichtiger Punkt ist auch der Austausch zwischen den Teilnehmern was einem für die täglichen Arbeiten neue Aspekte aufzeigt.

Umweltschutz und klimafreundliches Drucken

Verkaufargumente zur nachhaltigen Medienproduktion

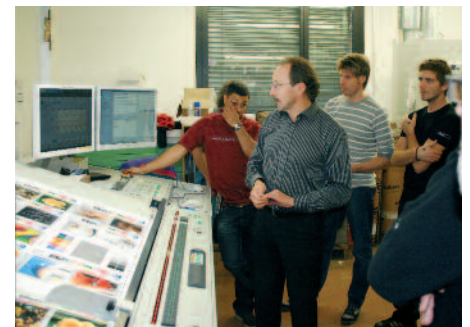
Durch die konsequente Wahrnehmung ökologischer, ökonomischer und sozialer Verantwortung können Unternehmen einen neuen Mehrwert schaffen. Immer mehr Betriebe in der Branche beschäftigen sich mit Themen wie Umweltschutz, Energieeffizienz und klimafreundlicher Produktion. Der Stellenwert einer umfassenden Beratung im Bereich der für die Umwelt relevanten Themen und für eine nachhaltige Medienproduktion ist sehr hoch. Dem Kundenberater aus den Druckereien stehen immer mehr Einkäufer gegenüber, die sehr gute Kenntnisse im Umweltbereich haben und auch unbequeme Fragen stellen. Dabei geht es dann häufig um die Themen Recycling, FSC Papiere, Ökologischer Fussabdruck und Kli-



Der Dialog ist ein wichtiger Bestandteil des praktischen Kurses des VSD.



Plattenkontrolle mit den richtigen Werkzeugen zur Sicherung der Qualität.



Mit welcher Strategie Drucken wir die Testseiten der Visual PRINT Reference?

maneutralität, die für die Produktion einen immer grösseren Stellenwert einnehmen. Dabei sollten diese Fragen kompetent beantwortet und mit den richtigen Argumenten die Vorteile einer ressourcenschonenden Produktion aufgezeigt werden. Unternehmen benötigen gut ausgebildete und motivierte Mitarbeitende, um den Umsatz zu steigern. Durch Aufwandreduktion in der Produktion (Strom, Material) sparen Unternehmen Kosten – Aspekte, die eine nachhaltige Entwicklung fördern und Treiber für neue Märkte darstellen. Die integrative Betrachtung der Nachhaltigkeit ist für Unternehmen enorm wichtig, denn nur so kann erkannt werden, welche Perspektiven in der Kundenbindung daraus entstehen. Durch die konsequente Wahrnehmung aller relevanten Massnah-

Nachhaltige Medienproduktion

Das VSD-Seminar am Dienstag, 17. Januar 2012, bei der Kromer Print AG in Lenzburg bietet nebst einer theoretischen Einführung in das Thema vor allem konkrete Anwendungsvorschläge für die Praxis. Diese werden in Gruppenarbeiten besprochen und verfeinert, damit sie anschliessend an das Seminar im Alltag gewinnbringend eingesetzt werden können.

Zielgruppe für dieses Seminar sind Personen mit Kundenkontakt, zum Beispiel Geschäftsführer/innen, Mitarbeiter/innen im Verkaufsaussen- und -innendienst, Teamleiter im Bereich Technik sowie weitere interessierte Personen.

Weitere Informationen zum Seminar sind auf der Webseite des VSD – www.druckindustrie.ch – zu finden einschliesslich elektronischem Anmeldeformular.



Grundlagenwissen über die Tonwertzunahme nach Standard und die geeignete Messtechnik.

men der «Nachhaltigen Medienproduktion» können die Unternehmen doppelten Mehrwert schaffen: Sie können ihre Wettbewerbsfähigkeit verbessern und helfen gleichzeitig mit, eine auf lange Sicht lebenswerte Zukunft für Mensch und Umwelt zu gestalten.

Fit für die neuen Medien Projektmanagement – effiziente Arbeitstechnik für den Arbeitsalltag

«Publishing 3.0»-Technologien wie Redaktionssysteme, Web2Print-Anwendungen sowie Lösungen für Datenbank- und Corporate-Publishing verdrängen Teile der klassischen Prozesse schneller als erwartet. Die Einführung und der Aufbau von Web2Print – die Druckvorlagenherstellung sowie die Abwicklung von Printprodukten über das Internet – sind zu zentralen Managementaufgaben eines modernen Medienbetriebs geworden. Die Komplexität der Materie hinsichtlich Technik und Businessmodelle sowie die mit Risiken verbundenen hohen Investitionskosten bergen jedoch ein beachtliches Gefahrenpotenzial. Ein erfolgreicher Crossmedia-Einsatz setzt heute Kompetenzen in verschiedenen Bereichen voraus.

Das Projektmanagement ist bei Crossmedia-Projekten einer der wichtigsten Aufgaben und muss im Sinne eines Grundbausteins als Prozess verstanden werden. In diesem Fachseminar werden Arbeitstechniken, Instrumente zur Überwachung von Zeit und Kosten, Spielregeln und vor allem erfolgreiche Realisationen solcher komplexer Projekte besprochen. Die Schnittstellen zwischen der elektronischen Erfassung und der Produktion von Druckprodukten sind immer vielfältiger und zwin-



Beim Kurs von 2010: Othmar Hug, Swiss Climate AG, bei seinem Referat.

Grundkurs Projektmanagement

Zusammen mit Andreas Sidler, Informatik-Dozent comem+ und Leiter Informatik des Bundeshaus-Parlamentsdienstes, führt der VSD am 22. und 29. Februar sowie 7. März 2012 einen weiteren Grundkurs im Projektmanagement in Bern durch. Weitere Informationen zum Kurs «Projektmanagement – effiziente Arbeitstechnik für den Arbeitsalltag» sind auf der Webseite des VSD – www.druckindustrie.ch – mit einem Klick zum elektronischen Anmeldeformular zu finden.

gen die Druckindustrie zu neuen Lösungsansätzen. Der Kundenberater muss seine Kunden über Lösungen im Bereich neuer Dienstleistungen wie web2print oder Multimedia objektiv und umfassend informieren können. Dazu gehört ein Verständnis im Bereich Projektmanagement und der aktuellen Prozesse.

Eine der grössten Herausforderungen bei der Koordination von Aufträgen im grafischen Umfeld ist heute, ergebnisorientiert zwischen den Auftraggebern und den Technikern zu vermitteln. Dabei geht es um die Entwicklung einer effizienten Lösung für den Auftraggeber, nicht um Selbstverwirklichung des Auftragnehmers. Doch oft sieht die Realität anders aus – Soll und Ist weichen vielfach weit voneinander ab. Immer wieder stellen sich die gleichen Fragen: Wie organisiert und führt man ein Projekt-Team? Wie kommuniziert man mit Kunden und Partnern? Wie handelt und wie plant man als Projektleiter/in unter schwierigen Bedingungen, bei unvollständiger Information oder unter Zeit- und Preisdruck? Wie können Fehler frühzeitig erkannt und verhindert werden? ▶



Andreas Sidler, Projektmanagement Spezialist und erfahrener Referent.

Gewinner des Wettbewerbes

VSD-Wettbewerb anlässlich der Fachmesse Print & Publishing 2011

Der VSD und der neue Fachverband publishingNETWORK begrüßten über 100 Besucher/-innen an ihrem Stand auf der Fachmesse Print & Publishing 2011 und konnten dabei interessante Gespräche führen. Anlässlich dieser Messe wurde auch ein Wettbewerb mit interessanten Preisen durchgeführt.

Den Hauptpreis, einen Gutschein für einen Aufenthalt im Guarda Val, einem einzigartigen Maiensässhotel in der Lenzerheide, hat Herr René Kern, Kern-Etiketten AG in Urdorf, gewonnen. Die Firma Kern-Etiketten AG ist ein klassischer Produktionsbetrieb für Selbstklebe-Etiketten. Die kompetente Druckerei bietet alles was Kunden von individuellen Selbstklebe-Etiketten erwarten. Dabei bieten sie von der eigenen Vorstufe und Druckform-Herstellung über verschiedene Veredelungen und Ausstattungen bis hin zu einer wirklich kundenorientierten Auftragsabwicklung alles im Etikettenbereich an. Daran arbeitet täglich ein kleines, aber qualifiziertes Team von rund



Gewinner des Hauptpreis, den der VSD anlässlich der Fachmesse «Print&Publishing 2011» in Zürich ausgeschrieben hatte, ist René Kern.

zehn Mitarbeitern mit ganzer Kraft, sehr viel Freude und einem grossen Engagement. René Kern freut sich riesig über den Gewinn des Gutscheins und wird diesen im nächsten Frühling dann mit einem Bike-Wochenende einlösen.

Die weiteren Gewinner von Sachpreisen

Ein Fachbuch «Druck- und Medientechnik» vom Autor Helmut Teschner mit ergänzenden Infos auf DVD geht an:
Herr Hanspeter Bertschi, Safenwil.
Drei Fachwörterbücher Digital und Printmedien des VSD gewinnen:
Erwin Oberhansli, Druckerei Feldegg AG, Schwerzenbach,
Nadine Künzi, MDD AG, Lenzburg,
und Michael Wasescha, Länggass Druck AG, Bern.

Der VSD bedankt sich bei allen Besuchern an der Messe und wünscht allen einen guten und erfolgreichen Start in das neue Jahr mit vielen interessanten Projekten. ■

► Das Projektmanagement ist bei Druckprodukten und Online-Dienstleistungen eine der bedeutendsten Aufgaben und muss als Prozess verstanden werden. In diesem Kurs werden mit realitätsnahen Rollenspielen verschiedene Projektsituationen, aber auch die Bewältigung von Projektkrisen trainiert. Es werden konkrete Projekte als Fallbeispiele beigezogen. Um allgemein verständlich und pragmatisch zu bleiben, wird nur so weit wie nötig auf die fachlichen Details der Projekte eingegangen. Im Vordergrund stehen typische allgemeine Aufgaben und Situationen, die während Projekten auftreten. An drei Seminartagen werden vorhandene Wissensbereiche in methodisch und didaktisch sinnvoller Weise verknüpft.

Abendevent des Fachverband publishingNETWORK

PDF/X-4: Der neue PDFX-ready-Workflow V2

Genauso, wie sich die Druck- und Medienindustrie verändert, verändern sich auch die Anforderungen an den Umgang mit PDF-Dateien. Während früher alles auf das «Endziel Druck» aus-

gerichtet war, haben wir es heute mit einer wesentlich breiteren Medienlandschaft zu tun. Die Evolution von PDF-Verarbeitung, um deren praxiserichte Beschreibung sich PDFX-ready kümmert, ist eingebettet in sich verändernde Publishing-Prozesse. Medienneutralität und Crossmedia sind hier die Schlagworte.

In der letzten Dekade, in der sich PDF zum Standard in der Druckvorstufe entwickelt hat, haben sich Stück für Stück auch die beteiligten Programme, Systeme und Workflows an PDF angepasst. Mit dem vom Verein PDFX-ready vorgestellten V2 Workflow verabschiedet sich PDFX-ready endgültig von PostScript als «Treiber» der Druckindustrie. Mit PDFX-ready V2 wird ein durchgängig auf nativer PDF-Verarbeitung basierender Workflow Realität. Die Vorteile, die PDFX-ready V2 freisetzt, sowohl bei der Datenerzeugung als auch bei der -ausgabe, setzt neues technisches Wissen und vor allem auch entsprechende Technologien im Bereich des Workflows voraus.

publishingNETWORK organisiert zusammen mit dem PubliCollege und der grafi-com einen Abendevent mit dem Referenten Georg Obermayer in

PDF/X-4: Der neue PDFX-ready-Workflow

Der Event findet im PubliCollege am Montag, 30. Januar 2012, mit anschliessendem Apéro statt. Zielgruppe sind Entscheidungsträger und Mitarbeiter aus dem technischen Bereich von Druckereien, Premediabetrieben, Inhouse-Abteilungen für Werbung und Marketing, Verlage, Grafiker, Erzeuger und Empfänger von PDF-Druckvorlagen in Produktionsbetrieben.

Weitere Informationen zum Event «PDF/X-4: Der neue Workflow V2 von PDFX-ready» sind auf der Webseite des VSD – www.druckindustrie.ch – mit einem Link zum elektronischen Anmeldeformular des PubliCollege zu finden.

Burgdorf. Bei der Erstellung des neuen Leitfadens sowie den neuen Profilen und Rezepten war Georg Obermayer in der Technik-Gruppe des Verein PDFX-ready massgebend beteiligt. Er kann an diesem Seminar aus einem breiten Fundus an Informationen über die Entwicklung des neuen PDFX-ready V2 Workflow berichten. ■