

Kunden zeitgemäss betreuen – von CRM bis Social Media

DR. MATTHIAS ACKERET



Matthias Ackeret (48) ist Geschäftsführer und Chefredaktor der Kommunikations-Fachzeitschrift «persönlich» und persönlich.com. Der promovierte Jurist hat sich zudem als Buchautor und Fernsehmoderator einen Namen geschaffen. Er stellt am VSD-Forum die Referenten vor und leitet die Podiumsdiskussion am Schluss der Veranstaltung.

PHILIPP SAUBER



Philipp Sauber (41) ist Partner und CEO der INM AG in Wetzikon. Er studierte Elektro-Ingenieur war nach dem Studium als Produkt Manager in der Schweiz und Europa tätig. Seit 2003 ist er bei der INM Partner und kann auf eine langjährige Erfahrung in den Bereichen Web-Entwicklung und Web-Design zurückgreifen. Sein Wissen gibt er zusätzlich als Dozent an der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich weiter.

UWE TÄNNLER



Uwe Tännler (54) ist Inhaber und Geschäftsführer einer Firma für Personalmanagement sowie Präsident von Swiss Marketing, dem grössten Branchenverband in der Kommunikation. Nach der Lehre war er als Berufsinstruktor und später als Personalberater tätig. Heute wirkt er in diversen Juries mit und ist OK-Präsident des Schweizerischen Marketing-Tages.

ALEX SCHMID



Alex Schmid (53) ist Inhaber der Dialogagentur Alex Schmid AG mit 15 Mitarbeitenden. Sein beruflicher Werdegang führte ihn von der Uni St. Gallen via Leo Burnett in Chicago über Saatchi&Saatchi in London zurück an den Zürichsee nach Zollikon. Er hat neben Schulungsmandaten Einsitz in verschiedenen Juries wie dem Dialogmarketing Preis, Best of Swiss Web, Caples Award, Eurobest und Cannes Lions.

DR. MARKUS STAUB, PRÄSIDENT VSD Editorial

Die Aussichten auf eine langsam einsetzende Konjunkturerholung bleiben nach wie vor vage. Die Lage in der Druckindustrie ist schwierig, weil unser Heimmarkt begrenzt und sehr begehrt ist, zudem bedrängen neue Kommunikationstechnologien die traditionelle Vormachtstellung der Druckindustrie. Der VSD bleibt von dieser Entwicklung nicht verschont und hat auf das neue Umfeld reagiert. Mit der Gründung von publishingNETWORK wurde ein Gefäss geschaffen, das die traditionelle grafische Industrie sprengt und Abteilungen der Druckvorstufe, die in der Industrie, im Dienstleistungsbereich oder in der Ver-

waltung tätig sind, in der Fachgruppe integriert. Im Bereich der Faltschachtel- und der Karton verarbeitenden Industrie wird die Zusammenarbeit der Vereinigung Kartonverpackung Schweiz (VKS) und Swisccarton ein Zeichen setzen. Zudem sucht der VSD eine konstruktive Zusammenarbeit mit Viscom, doch ist der Zentralvorstand einstimmig der Meinung, dass zum jetzigen Zeitpunkt kaum realistische Chancen bestehen, Fusionsverhandlungen mit Viscom zum Erfolg zu führen.

Mein Dank richtet sich an die Vorstandsmitglieder und die Mitarbeiter der Geschäftsstelle, die für den VSD immer wieder Wege in die Zukunft suchen und aufzeigen, ohne sie wäre unsere vielfältige Tätigkeit in schwieriger Zeit nicht möglich.



Frisch aus Cannes: hervorragende Werbung in gedruckter Form.

ALEX SCHMID

Tops, Flops und Trends im Direct-Marketing: Auf welche Kommunikationsmittel wir setzen

Die Alex Schmid AG wurde 1991 gegründet, zählt heute 20 Mitarbeiter und ist in der Schweiz sowie international bestens vernetzt. Ihr Inhaber, Alex Schmid, sitzt in den Juries der wichtigsten Auszeichnungen, von Best of Swiss Web bis Cannes Lions. Seine Erfahrungen als Kunde der Druckbranche sind vielfältig, zum einen wird er bombardiert mit Werbedrucksachen, die sofort im Papierkorb landen, zum andern freuen ihn gedruckte Aufmerksamkeiten, wo er sich ange-

sprochen fühlt. Für ihn sind relevante Vorschläge wichtig, Lieferanten die mitdenken, schnell offerieren und bei Bedarf Muster erstellen. Die heutigen Werbekampagnen sind komplex, die Einhaltung der festgelegten Prozesse ist eminent wichtig. Die Zukunft von Direct Marketing sieht er zweigleisig: Print und Digital, eine Substitution wird nicht stattfinden, die Qualität der Printkanäle wird aber steigen. Print ist und bleibt das Push-Medium, der Personalisierung folgt die Individualisierung. Den Druckern empfiehlt er für die eigene Kommunikation ein klares Konzept, einen Kontaktplan, die Verwendung eines CRM-Systems sowie informative Websites. Ihre Spezialisierung sollte der Full-Service sein.

PHILIPP SAUBER

Im ständigen Dialog mit Kunden
Social Media – ein Muss im Marketing-Mix?

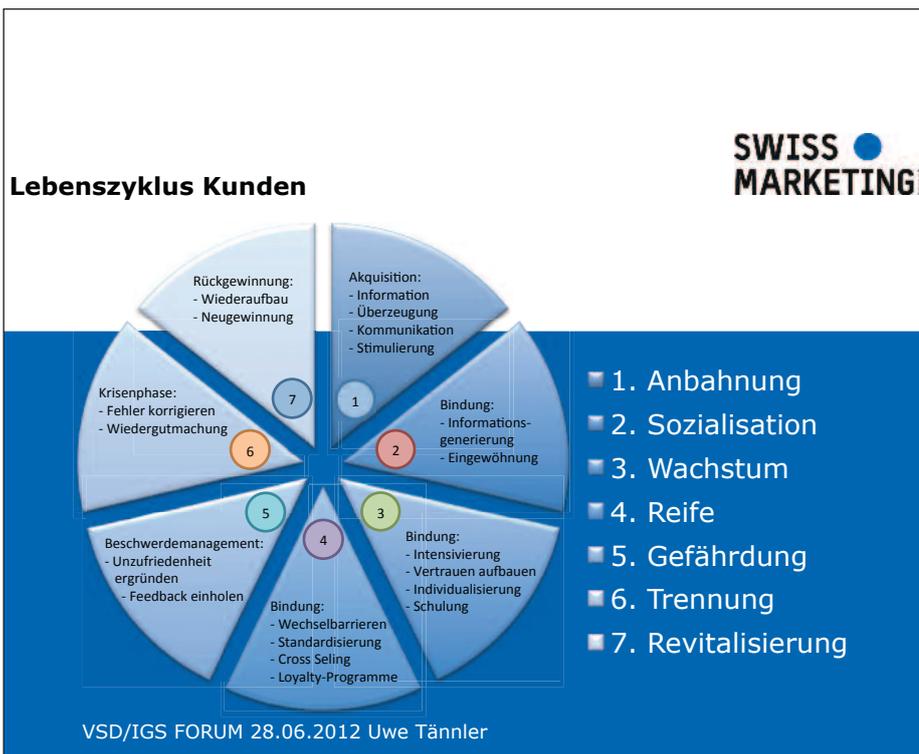
Die Palette an Social-Media-Möglichkeiten ist riesig, deshalb steht zu Beginn die Frage im Raum: Hat's nicht schon genug? Was vor allem beachtet werden muss, ist der Paradigmen-Wechsel: die Kommunikation ist heute offener und transparenter. Wer in der Social-Media-Welt als Unternehmen mitreden will, der pflegt in diesen Kanälen einen ständigen Dialog, sorgt sich so um Image und Reputation und will sein Angebot zusätzlich in dieser Weise anpreisen. Doch wie sieht der Return-on-Invest ROI aus? Die INM AG, welche Philipp Sauber führt und auf die er in Facebook, Twitter, Xing und Blog sehr aktiv hinweist, kann respektable Zahlen vorweisen, die eine bedeutende Community bilden, aus welcher sich der

künftige Umsatz schöpfen lässt. Doch dieses System funktioniert nur, wenn der Zugang zu den eigenen Seiten offen steht, alles gut aufeinander abgestimmt ist. Anhand von Zugriffen kann genau eruiert werden, was den Besucher interes-

siert, aber auch wieviele Nutzer den Weg über die gewählten Social-Media-Tools zu uns finden. Wer Social Media richtig einsetzt, kann seine Glaubwürdigkeit erhöhen und virales Potenzial freilegen, zwei wichtige Wachstumsgaranten.



Alternative: Social Media ist ein wirkungsvolles Instrument zur Neukundengewinnung.



UWE TÄNNLER

Kunden zeitgemäss betreuen
Der Key-Accounter: Ein Multitalent

Eine Kundenbeziehung ist lebendig. Nach der Akquisition fängt die Arbeit erst an, der Kunde muss an das Unternehmen gebunden werden, durch Sozialisation kann Wachstum erreicht werden. Im Reifestadium ist dem Beschwerdemanagement besondere Beachtung zu schenken, um einer Unzufriedenheit vorgreifen zu können. Springt er dann doch ab, lohnt es sich, sich für eine Rückgewinnung einzusetzen. Der Verkauf beginnt dann, wenn der Kunde «Nein» sagt, hier ist verkäuferisches Geschick gefordert. Dafür ist der Key-Account-Manager zuständig, welcher über Analysefähigkeiten verfügt, planen, koordinieren und kontrollieren kann. Neben Fachkenntnissen sollte er die Arbeitsprozesse gut kennen, über Marketingwissen verfügen, ein Organisations- und Verkaufstalent sein, Sozialkompetenz mitbringen und unternehmerisch denken sowie handeln können.

Abbildung: Wer den Lebenszyklus des Kunden genau verfolgt, kann diesen gezielt verlängern.

Nachhaltige Medienproduktion im Kleinbetrieb

Neue Perspektiven durch Umsetzung der Unternehmensphilosophie

Die Kopp Druck + Grafik AG ist ein Familienunternehmen mit Sitz in Zweisimmen im Berner Oberland. Insgesamt beschäftigt die Firma etwa zehn Mitarbeiter. Neben der eigenen Wochenzeitung, der «Simmental Zeitung», wird ein breites Spektrum von Akzidenzaufträgen wie Broschüren, Prospekten oder auch Geschäftspapieren produziert.

Das kleine Unternehmen bietet aber auch Spezialdrucksachen an: Garnituren, Blocks, gestanzte oder gerillte Produkte. Und hin und wieder dürfen sich – neben den Kunden – auch die Mitarbeiter über die Vernissage eines neu gedruckten Buches freuen.

Ein Schwerpunkt liegt in der Vorstufe. Angeboten wird das gesamte Corporate Design von der Logogestaltung über den Prospekt oder das Buch bis hin zum Internetauftritt.

Ökologie und Ökonomie miteinander zu verbinden war immer schon eines der Ziele der Kopp Druck + Grafik AG. Je mehr sich Fabian Kopp mit den Themen Umweltschutz, Energieeffizienz und klimafreundlicher Produktion auseinandersetzte, desto mehr stellten er und sein Vater Josef Kopp fest, dass in ihrer Druckerei insgesamt emissionsarm und klimafreundlich produziert wird. Dieses Bestreben sollte definiert und glaubwürdig auch nach aussen kommuniziert werden. So begann sich Fabian Kopp mit der Idee der Zertifizierung im Umweltmanagementbereich auseinanderzusetzen und nahm im Frühjahr 2010 Kontakt zu René Theiler, Projektleiter Technik und Umwelt beim VSD, auf.

Ganz nach dem Motto «Keiner zu klein, um zertifiziert zu sein» begannen Fabian Kopp und seine Frau Kerstin, mit Hilfe des Führungshandbuchs des VSD, die einzelnen Abläufe innerhalb der Kopp Druck + Grafik AG zu prüfen und im Handbuch abzubilden. Es stellte sich heraus, dass auch ein kleiner Betrieb die Vorteile einer Zertifizierung nutzen kann.

Die Struktur des Betriebes wurde erfasst, Schwachstellen und Stärken wurden definiert und klar herausgestellt. Die einzelnen Abläufe wurden möglichst unbürokratisch und praxisorientiert dokumentiert und für alle Mitarbeiter verbindlich gemacht. Jeder im Betrieb sollte in seinem Um-

welt- und Qualitätsbewusstsein gestärkt und mit optimierten Prozessen für den Weg der kontinuierlichen Verbesserung motiviert werden.

Qualität hängt in einem Kleinbetrieb mehr denn je vom einzelnen Mitarbeiter ab

Auch wenn die Basis für eine strukturierte und qualitätsorientierte Arbeitsweise durch die Zertifizierung gelegt ist, hängt die produzierte Qualität von jedem einzelnen Mitarbeiter ab. Vor allem bei einem kleinen Betrieb spürt man dieses am schnellsten. So ist die Kopp Druck + Grafik AG bestrebt, Lehrlinge – und somit auch zukünftige Mitarbeiter – selbst auszubilden.

Nach dem Weggang des langjährigen Druckers musste das Unternehmen leider feststellen, dass es im ländlichen Berner Oberland nicht einfach ist, einen guten Drucker zu finden. Die «Städter» gehen zwar gerne aufs Land, wenn dann aber der Wohnort dorthin verlegt werden soll, bleibt der urbane Raum doch der bevorzugte Lebensmittelpunkt.

Bei der längeren Suche nach einem selbstständigen und qualitätsbewussten neuen Drucktechnologien wurde auch die Qualitätsprüfung auf die Probe gestellt. Die mit der Zertifizierung eingeführte neue Struktur half bei der Vorgabe der Qualitätsrichtlinien.

Zum Beispiel wird neben dem kompletten Produkt auch jeder einzelne Bogen geprüft und signiert. So konnten viele Fehler früh gefunden und meist noch rechtzeitig korrigiert werden. Nur selten musste etwas neu gedruckt werden.

Praxisorientierter Ansatz für Kleinbetriebe

Anhand des Management-Handbuchs des VSD konnte sich Kerstin Kopp als Systemleiterin innerhalb kurzer Zeit in die Materie einarbeiten. Sie passte die Dokumente unter Berücksichtigung der Grösse des Betriebes individuell an.

Die Kopp Druck + Grafik AG baute ein Führungssystem mit ganzheitlichem Ansatz auf, das auf den Säulen Qualität, Umwelt und Ethik basiert. Berater Willy Ringeisen begleitete den Prozess und unterstützte die Mitarbeiter mit praktischen Tipps. Das Unternehmen profitierte enorm von seinem Wissen und seiner Erfahrung. Ebenso auch von Andreas Wälti (SQS), der die Zertifizierung des Systems nach ISO 9001:2008, FSC und ISO 14001:2004 im November 2010 abnahm.

Die Kopp Druck + Grafik AG hat ihre Aufgaben für Nachhaltigkeit und Umweltschutz gemäss der Norm nicht nur formuliert, sondern auch mit grossen Schritten begonnen umzusetzen. Im Juni 2010 wurde gleichzeitig mit der Einführung eines neuen Auftragsbearbeitungssystems mit Lagerverwaltung das ganze Lager ISO-konform angeschrieben und in das Programm «WinPress» aufgenommen. Dies war der erste Schritt zur FSC-Zertifizierung. 2011 wurde im Unternehmen über 90% FSC-Papier verwendet und etwa 60% davon auch FSC-gelabelt.

Wie weit geht klimaneutrales Drucken?

Im «Druckmarkt» erschienen bereits mehrere Beiträge zum Thema klimaneutral Drucken. Mit der



280 Panels à 240 Watt produzieren ab Taghelle bis nach Sonnenuntergang jährlich rund 80.000 kWh Strom. Genau dann am meisten (Mittagszeit), wenn am meisten verbraucht wird. Auch bei Wolken und Nebel wird Strom produziert, nur etwas weniger.



Andreas Wälti von der SQS (3. von rechts) übergibt die Zertifikate an die Geschäftsleitung und Mitarbeiter.

Umwelt-Zertifizierung nach ISO 14001:2004 prüfte Fabian Kopp auch die Varianten mit myclimate oder Swiss Climate. Allerdings musste er feststellen, dass die Grundkosten für einen Kleinbetrieb sehr hoch sind. So entschloss er sich, vorerst darauf zu verzichten, Druckprodukte klimaneutral anzubieten und den Schwerpunkt weiter auf umweltfreundliche Produktion und auf die Reduzierung des Energieverbrauchs zu setzen.

Wärme aus dem Boden und Strom vom Himmel

Auf 1.000 m über dem Meeresspiegel verbraucht eine Heizung relativ viel Energie. Bei den Überlegungen, wie der Energieverbrauch weiter gesenkt werden kann, beschäftigten sich Fabian Kopp und sein Vater Josef intensiv mit der Nutzung von alternativen Energien.

Bisher wurde mit billigem und zum Teil im Überfluss vorhandenen AKW-Strom geheizt. Beim Bau des Gebäudes vor 25 Jahren wurde eine Elektroheizung mit Wasserspeicher und Bodenheizung propagiert.

Der Grundwasserspiegel beim Druckerei-Gebäude liegt nur wenige Meter unter der Erdoberfläche. So lag es nahe, den Stromverbrauch im ersten Schritt mittels einer Wärmepumpe drastisch zu reduzieren. Das 8°C bis 12°C warme Grundwasser wird südseitig des Gebäudes gefasst, ins Gebäude geleitet und mit Hilfe einer Wärmepumpe wird dem Wasser die vorhandene Wärme entzogen. Nach dem Wärmeentzug bis zu circa 4°C wird das abgekühlte Wasser nordseitig wieder ins Grundwasser zurückgeleitet.

Im November 2010 konnte die Anlage in Betrieb genommen werden. Mehr als zwei Drittel des bisher nötigen Stromverbrauchs werden auf diese Weise eingespart.

Energieverbrauch wird zu 200% mit Solarstrom gedeckt

Gut ein Jahr später, im November 2011, ging die Firma noch einen Schritt weiter: Die über 500 m² grosse Süddachfläche wurde zu 90% mit Fotovoltaik-Panels ausgestattet. Die Nennleistung der PV-Anlage beträgt 68 kWp. Neben der Druckerei sind in dem Gebäude sechs weitere Firmen und zwei Wohnungen. Die Stockwerkeigentümer waren äusserst kooperativ und so durfte die Kopp Druck + Grafik AG die Fotovoltaikanlage auf dem ganzen Dach des Gebäudes bauen.

Für eine Solaranlage liegt die Druckerei ideal. In der Bergregion ist es nachts so kühl, dass für die Druckräume keine Klimaanlage benötigt wird. Im Sommer wird die Raumtemperatur durch Lüften reguliert. Da die Luftfeuchtigkeit im Sommer relativ hoch ist, ist dies auch für das Papier kein Problem. Zweisimmen hat im Winter keinen Nebel und so kann die Anlage auch in dieser Jahreszeit viel Energie produzieren.

Obwohl im vergangenen Januar wegen des in den Bergen sehr schneereichen Winters gut 30 Tage lang kein Strom produziert werden konnte (die Panels waren mit Schnee bedeckt), ist Fabian Kopp mit der Energie-Produktion zufrieden. Die Kopp Druck + Grafik AG kann ihren Stromverbrauch – auch dank der neuen Wärmepumpe – zu 200% mit eigener Solarenergie decken. Mit diesem Überschuss ist der Familienbetrieb nun in der Lage, alle Drucksachen klimaneutral zu drucken. ■

Öko Portal des VSD

Seit Einführung des Öko-Ratings 2007 hat sich das Thema Nachhaltigkeit in der Druckindustrie verändert. Klimaneutrales Drucken hat sich in verschiedenen Anbietern und Konzepten in der Branche etabliert. Bei der Energieeffizienz sieht der VSD immer noch sehr viel Potenzial. Effiziente Energienutzung ist ein wichtiger Beitrag zum Umweltschutz und zur rentablen Produktion bei steigenden Energiekosten.

Im überarbeiteten Öko Portal Print steht nicht mehr das Rating im Fokus, sondern das Verhalten einer Druckerei. Wichtig für die Beurteilung von Leistungen beim Umweltschutz sind messbare Kriterien, die eine klare Aussage zulassen. Mit funktionierendem Prozessmanagement und dem Einhalten verschiedener Normen kann sich ein Dienstleister in der Medienproduktion ein positives Image aufbauen. Ob der Auslöser nun die Senkung der Kosten, die Steigerung der Produktivität oder die Verbesserung der Qualität ist – es geht stets darum, die Wertschöpfung im Unternehmen zu verbessern. Klar definierte, dokumentierte und gelebte Prozesse bieten Potenzial zur Steigerung von Effizienz, Qualität und Kontinuität.

Im aktuellen Öko-Rating des VSD sind verschiedene Bereiche nicht mehr gewichtet und müssen an die veränderten Strukturen angepasst werden.

Für den VSD bleibt die Energieeffizienz ein ganz zentrales Element. Bei der Qualität (ISO 9001) ist die von den Normen erstellte Messgrösse das Fundament einer Bewertung. Umweltmanagement (UMS) ist ein wichtiger Faktor bei der Verbesserung der Prozesse und des aktiven Umweltschutzes. Im Bereich der Prozesse ist eine wichtige Komponente die Kontrolle, ein Bestandteil der ISO Norm 9001, eine weiterführende Massnahme ist für Akzidenz-Druckereien der Prozessstandard Offsetdruck, der idealerweise auf einem Qualitätsmanagement aufsetzt. Diese sind auch im Management-Handbuch des VSD beschrieben und entsprechen dem Gedanken des Prozessmanagements.

Information zum VSD Öko Portal Print finden Sie auf der Webseite www.druckindustrie.ch.

Rückblick auf den Abend-Event von publishingNETWORK

PDF/X-4 Erfahrung in der Praxis (Success Story)

Der Event von publishingNETWORK über die Herausforderungen der neuen PDF/X-4 Kriterien, vom Dienstag, 12. Juni 2012, in der Gnüsserei in Zürich, interessierte über 50 Teilnehmer/innen aus dem Umfeld der Medienproduktion. Eddy Senn, P/B/U Beratungs AG, zeigte an diesem Abend auf, wo die Stolpersteine bei der Umsetzung sind.

Mit dem alten Workflow auf Basis PDF/X-1a war die Welt in Ordnung, alle Daten-Erzeuger und Daten-Ausgabe Spezialisten hatten ein fast sorgenloses Leben. Bei der Lancierung des neuen PDF/X-ready Leitfadens für den PDF/X-4 Workflow V2 im Oktober 2011 war das Interesse der Anwender des sicheren und etablierten «de facto»-Standards von PDF X-ready v1.3 sehr gross.

Ernüchterung

Jetzt, nach über sechs Monaten in der Praxis, hat sich diesbezüglich eine erste Ernüchterung eingestellt. Eddy Senn, Mitglied der Technikgruppe des Verein PDFX-ready, erklärte in seinem Referat sehr gut, weshalb es zu ersten Verunsicherungen im Markt gekommen ist.

Bei der Erstellung des neuen Leitfadens waren sich alle involvierten Partner des PDF/X-4 Workflows dessen bewusst, dass kein einfacher Weg aufgezeigt wird. Für den Erzeuger von PDF-Daten sind durch den neuen Workflow die aktuellen Probleme im Bereich Kreation mit Transparenz, die modernen Applikationen in vielfältigster Weise – ob sinnvoll oder nicht – einfacher zu realisieren. Gleichzeitig erhöhten sich die technischen Anforderungen an die Datenempfänger auf ein Systemumfeld, das dem aktuellsten, technischen Stand entsprechen muss.



Eddy Senn, Mitglied der Technikgruppe des Verein PDFX-ready, erklärte den interessierten Besuchern sehr anschaulich, warum es mit der neuen PDF/X-4-Version zu Verunsicherungen im Markt gekommen ist.



Dass derjenige dann zwangsläufig ebenso über das notwendige Know-how verfügen muss, ist dabei selbstverständlich.

Im neuen Leitfaden «PDFX-ready-Workflow V2» wird klar darauf hingewiesen, dass ein Austausch von PDF/X-4 mit nativen Transparenzen mit dem Empfänger abgesprochen werden muss. In der Praxis wird dieser Passus dann aber überlesen oder noch weitgehend vom Empfänger falsch interpretiert. Es ergaben sich somit Fälle, die zu Spannungen der Geschäftsbeziehungen führten, weil der Sender PDF/X-4 Datenstrukturen erstell-

te, die Anfrage bezüglich der Möglichkeiten einer Übernahme dieser Daten dem Empfänger zwar auch mitteilte, der Datenempfänger jedoch bis zum Datenempfang der Meinung war, dass es ja kein Problem darstellt und mit dem bestehenden Equipment problemlos umzusetzen sei. Die «heile» Welt bei der Übernahme brach dann jedoch zusammen.

Kontrolle von Workflow und RIP

Eddy Senn kennt auch keinen Dienstleister, der bei einer konkreten Anfrage, ob er PDF/X-4-Daten ausgeben kann, mit einem Nein beantwortet. Viele Empfänger von Daten waren sich der Probleme bei der Ausgabe nicht bewusst. Der Bundesverband Druck und Medien (bvdmd), Wiesbaden, bietet mit der Altona Technical Suite eine gute Testform zur Kontrolle des Workflow und des RIP an. Bei seinen Mandaten gab es bereits einige Produktionen, die auf der Basis PDF/X-4 und den Settings 2.0 erfolgreich durchgelaufen sind. Eddy Senn erläuterte diese Beispiele und zeigte auf, mit welchen technischen Spezifikationen die Datenempfänger sich beschäftigen müssen.

Für den Referenten ist aber eines klar: Der neue Leitfaden von PDFX-ready ist eine sehr gute Informationsquelle, die unbedingt genutzt werden muss. Die dazu gehörende Beispielseite zeigt die technischen Möglichkeiten auf und unterstützt den Leitfaden ideal. Seit Anfang des Jahres kann der Leitfaden auch als iPad Version mit zusätzlichen Funktionen für die interne Schulung genutzt werden.

Die Präsentation des Referates ist auf der Webseite des Fachverband publishingNETWORK aufgeschaltet.



Praxistraining Leadership & Coaching

Trainings für Führungskräfte der Druckindustrie

Erfolgreiche Unternehmen wie die Hilti AG mit Hauptsitz in Schaan (FL) investieren seit Jahren gezielt in die Fortbildung ihrer Kaderleute. Dies geschieht aus gutem Grund, da der international tätige Werkzeughersteller längst erkannt hat, dass er sich im hart umkämpften Markt für Befestigungstechnik nur mit den besten Führungskräften behaupten kann.

Hilti legt Wert auf Führungskräfte, die neben fundiertem Fachwissen auch über ausgeprägte soziale und kommunikative Fähigkeiten verfügen, in der Lage sind, Menschen zu vernetzen, Sinn zu



Gruppenarbeit ist bei den Trainings fester Bestandteil.

stiften und Veränderungsprozesse erfolgreich zu gestalten. Kurz: Führungskräfte, die fähig sind, sich selbst und ihre Teams zu Spitzenleistungen zu führen.

Auch einige Betriebe der grafischen Industrie haben erkannt, dass sie trotz – oder gerade weil sie unter enormen Kostendruck stehen – in ihre Kaderleute investieren müssen, wenn sie auch in Zukunft erfolgreich sein wollen. Das Investment in die eigene Führung ist, besonders in Zeiten, wo sich die angebotenen Produkte und Dienstleistungen aus Kundensicht kaum noch unterscheiden, ein zentraler Wettbewerbsfaktor.

Führungskompetenz trainieren

Der VSD bietet Einsteigern/Einsteigerinnen, aber auch erfahrenen Führungskräften, eine einzigartige Möglichkeit, ihre Führungskompetenzen im Rahmen eines fünftägigen Kurses zu trainieren. Dabei lernen sie neueste Methoden und Instru-

Themenübersicht

Modul 1 Erster Tag (20. August 2012)

- Grundlagen systemischer und situativer Führung
- Wirkungsvolles Führen mittels professioneller Fragetechniken
- Bearbeitung von Praxisanliegen der Teilnehmer mittels Live Coaching und Video-Analyse

Zweiter Tag (21. August 2012)

- Steigern der Auftrittskompetenz: Sicher auftreten und erfolgreich Kommunizieren als Führungskraft (Gabriela Amgarten)

Modul 2 (18. September 2012)

- Werte, Haltung und Sinnhaftigkeit in der Führung
- Anspruchsvolle Mitarbeitergespräche kompetent, sicher und zielgerichtet führen
- Vom Kollegen zum Vorgesetzten: Wie Sie sich erfolgreich neu positionieren
- Bearbeitung von Praxisanliegen der Teilnehmer

Modul 3 (1. November 2012)

- Führen in komplexen Veränderungssituationen
- Umgang mit Druck und Stress: Life-Balance und Selbstmanagement
- Richtig Feedback geben und einholen, Mitarbeiterbeziehungen vertiefen durch wertschätzende und konstruktive Kommunikation
- Anspruchsvolle Aufgaben und Probleme im Team lösen durch Kollegiales Team Consulting (CTC)
- Bearbeitung von Anliegen aus der Praxis

Modul 4 (14. Dezember 2012)

- Positiver Umgang mit Gruppendynamik, Macht und Teamkonflikten
- Freies Themenvertiefungselement auf Wunsch der Teilnehmenden
- Bearbeitung von Anliegen aus der Praxis

mente der systemischen Führung, des Coachings und der Kommunikation kennen. Dies alles, um die eigene Führungsarbeit bewusster und effektiver im Alltag zu gestalten.



Geleitet wird das Training von zwei hochkarätigen Trainern: Stephan Kälin, einem international tätigen Experten für Organisationsentwicklung, Führungsentwicklung und Coaching, der viele Jahre in leitender Stellung in der grafischen Industrie arbeitete, und



Gabriela Amgarten, die frühere Unterhaltungschefin vom Schweizer Fernsehen, die heute als Kommunikationsexpertin, Beraterin und Coach arbeitet.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann melden Sie sich online auf unserer Homepage im Bereich Kurse und Seminare (www.druckindustrie.ch) an. Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme!



Wettbewerbspreis drupa 2012

An der drupa 2012 konnten die Besucher am VSD-Stand bei einem Wettbewerb teilnehmen. Zu gewinnen war eine Reise mit dem Glacier Express für zwei Personen von St. Moritz nach Zermatt in der 1. Klasse, zwei Hotelübernachtungen sowie ein Mittagessen im Glacier Express. Wir gratulieren Andrew Haderer, Teamleiter Werbemarkt bei der Ziegler Druck- und Verlags-AG in Winterthur (links neben René Theiler bei der Preisübergabe), ganz herzlich zu seinem Gewinn und wünschen ihm und seiner Begleitperson eine erlebnisreiche Reise durch die faszinierende Bergwelt.

Redaktion VSD-Mitteilungen

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