

## POSTKARTEN-WETTBEWERB ZU ROBERT WALSER

In Zusammenarbeit mit zwölf internationalen Schriftstellerinnen und Schriftsteller wurde eine Postkartenserie zum bekannten Schweizer Autor Robert Walser produziert.

Robert Walser (1878–1956) gehört zu den rätselhaftesten Schriftstellern seiner Zeit. Obwohl von Autoren wie Hermann Hesse, Kurt Tucholsky, Robert Musil, Franz Kafka und Walter Benjamin hoch geschätzt, blieb er Zeit seines Lebens bei einem breiteren Publikum verkannt. Heute gilt Robert Walser als einer der wichtigsten deutschsprachigen Autoren des 20. Jahrhunderts und wird in über dreissig Sprachen übersetzt. 2009 wurde in Bern das Robert Walser-Zentrum eröffnet.

Mit dem Postkarten-Wettbewerb gab der VSD den jungen Polygrafinnen und Polygrafen in der Schweiz die Chance, an der typografischen Gestaltung der Postkarten mitzuwirken. Die Jury wählte am Ende zwei Arbeiten aus, die mit einem Konzept zur gesamten Postkartenserie mit Aussagen zu Robert Walser überzeugten. Sie stammen von Autorinnen und Autoren – darunter mit Elfriede Jelinek und Herta Müller auch zwei Nobelpreisträgerinnen.

Gesiegt haben schliesslich Daniel Barnbeck, Polygrafenfachklasse, 2. Jahr, von der GBC Gewerblichen Berufsschule Chur, und Isabel Heller, Polygrafenfachklasse, 3. Jahr, vom BBZB Berufsbildungszentrum Bau und Gewerbe Luzern. Beide Vorschläge wurden gedruckt und sind als Postkartenserie beim VSD und beim Robert Walser-Zentrum erhältlich.

Als Preis konnten beide Siegerklassen einen schönen «Zustupf» in die Klassenkasse entgegen nehmen. Im Rahmen des Forums der grafischen Industrie wurde eine Auswahl aus den eingesandten Vorschlägen in einer kleinen Ausstellung vorgestellt.

### LESETIPP

Kennen Sie Robert Walser noch nicht? Dann empfehlen wir Ihnen seinen unterhaltsamen Roman «Der Gehülfe» – erhältlich als Taschenbuch in jeder Buchhandlung!



Die beiden Gewinner (rechts) mit Annamaria Senn (VSD) und Reto Sorg (Robert Walser-Zentrum)

### Branchenverband VSD forciert das Berufsbild Mediamatiker:

## GUTE BERUFSKARRIEREN FÜR ALLROUNDER

Printmedien sind und bleiben wichtig. Doch sie sind heute nur ein Feld im Puzzle moderner Kommunikations-, Werbe- und Informationsstrategien. Spezialisierte Berufe zergliederten den Arbeitsprozess heute in viele Stufen. Organisatorisch und kalkulatorisch ein mühsames Unterfangen. Die Lehre zur/zum Mediamatiker/-in mit eidg. Fähigkeitszeugnis ist genau die Antwort auf diese Bedürfnisse: ausgebildet in der Informationsaufbereitung, Gestaltung und Design, Marketing und Kommunikation, Projektmanagement und Informatik. Ein Universalberuf, der drei Bereiche zusammenfasst: IT, PrePress-Workflow und Cross-/Multi-Media.

### DER VERBINDUNG VON IT & PRINT GEHÖRT DIE ZUKUNFT

Ein Berufsbild, das dringend in der Praxis benötigt wird und wegen seiner Vielfältigkeit recht hohe Anforderungen an die Lernenden stellt. Denn Mediamatiker müssen sowohl später Teams und Projekte leiten können, also in administrativen Belangen fit sein, gleichzeitig aber auch in vielen Bereichen der HighTech-Medienindustrie umfangreiche Kenntnisse haben. Die Entwicklung auf diesem Gebiet ist rege und vielschichtig, «life long learning» ist also vorprogrammiert. Entsprechend der Themenvielfalt ist die Ausbildung auf drei Lernorte verteilt, Lehrbetriebe (Praxis, Übung, Anwendungen), Be-

# VSD NEWS

JUNI 2011

# VSD NEWS



### Dr. Markus Staub, Präsident VSD

## EDITORIAL



Während vieler Jahre herrschte bei der Medienproduktion von der Kreation bis zur Seitengestaltung eine klare, technisch bedingte Arbeitsteilung. So war die Druckindustrie lange durch die Technologie und das Fachwissen der Mitarbeitenden ein abgeschlossener Bereich. Heute ist alles anders. Jede Person ist in der Lage, selber ein Fotobuch zu gestalten, welches digitale Bilder der letzten Ferien beinhaltet. Der Druck kann schliesslich per Internet in Auftrag gegeben werden.

Der Fabrikationsprozess entwickelt sich immer schneller. Die traditionellen Druckereien stellen nur noch einen geringfügigen Anteil jener Dateien selber her, welche dann bei ihnen auch gedruckt werden. In diesem sich wandelnden Umfeld hat sich der Verband der Schweizer Druckindustrie entschieden, den Beruf «Mediamatiker/in» zu unterstützen. Ein Berufsbild, das dringend in der Praxis benötigt wird und wegen seiner Vielfältigkeit recht hohe Anforderungen an Absolventen stellt. Denn Mediamatiker müssen sowohl später Teams und Projekte leiten können, also in administrativen Belangen fit sein, gleichzeitig aber auch in vielen Bereichen der HighTech-Medienindustrie umfangreiche Kenntnisse haben. Ein Universalberuf, der drei Bereiche zusammenfasst: IT, PrePress-Workflow und Cross-/Multi-Media.



### VSD-Forum 2011

## PRINT ERFOLGREICH DANK NEUER MEDIENWELT

Am diesjährigen Forum zeigt der VSD auf, wie Print sich in der neuen Medienwelt behaupten kann. Rob Hartmans, Head of Corporate Communications von Helsana, gibt Einblick in die Kommunikationswelt des grössten Schweizer Krankenversicherers, welcher sowohl hochwertige wie auch einfache Broschüren und Prospekte auflegt, aber auch im WorldWideWeb gut präsent ist. Von ihm wollen wir erfahren: Auf was für Informationsmittel er angesichts einer veränderten Mediennutzung setzt und wie er die Drucksachen im Markt von morgen positioniert? Das Print mit Web mehr bietet als das Web allein, zeigt Dani Sigel auf, Geschäftsführer der Liechtensteiner Volksblatt AG, welche die älteste Tageszeitung im Nachbar-Ländle herausgibt. Ein Medienunternehmen, das ebenso traditionsbewusst wie modern daher kommt, neben mehreren Printtiteln auch online präsent ist und eigenes Web-TV produziert. Da werden mit einem Dutzend Redaktoren Inhalte generiert, die je nach Situation zuerst im Web, dann im Print

oder gleichzeitig in beiden Medien erscheinen. Im Alltag stellen die Drucker heute vermehrt fest, dass der «Druck» schon vor der Produktionsmaschine beginnt, weil Fachkenntnisse allein nicht mehr genügen. Wie man die Mitarbeiter auf neue Situationen ausrichten kann, erläutert Stephan Kälin, der aus der Schwarzen Zunft stammt und heute in verschiedenen Branchen als Motivator wirkt. Seine Ausführungen ergänzt in der Schlussdiskussion Andreas Sidler, verantwortlich für den Studiengang zum Medieningenieur in Yverdon. Moderiert wird das Forum durch David Strohm, NZZ-Redaktor und ZPV-Präsident, er leitet auch die Schlussdiskussion, mit der das Forums-Thema abgerundet wird.

### IMPRESSUM

**Redaktion:** Hannes Zaugg, HZW Zürich, René Theiler, VSD Bern  
**Fotos:** Annamaria Senn  
**Layout:** Beat Kipfer, PubliCollege Burgdorf



# VSD FORUM

# FORUM 2011 DER GRAFISCHEN INDUSTRIE



## DAVID STROHM



Wirtschaftsredaktor bei der NZZ am Sonntag und Präsident des Zürcher Pressevereins. Als Moderator stellt er die Referenten vor und befragt diese nachher zu ihrem Statement, um das Thema abzurunden.

## ROB HARTMANS



Rob Hartmans (48) ist seit 2006 Leiter Kommunikation von Helsana, dem führenden Kranken- und Unfallversicherer der Schweiz. In seiner Funktion ist er auch Herausgeber von diversen Printpublikationen in Auflagen von wenigen Hundert bis zu einer halben Million Exemplare. Rob Hartmans studierte Geschichte und Politik an der Uni Zürich, hat einen MBA-Abschluss der HSG und verfügt über eine mehrjährige Praxis als Redaktor.

## DANI SIGEL



Dani Sigel (47) ist seit 2001 Geschäftsführer bei der Liechtensteiner Volksblatt AG. Nach dem Diplom als Oberstufenlehrer war er insbesondere im Medienbereich tätig, wo er für Radios, TV, Print und Online arbeitete. Seine Weiterbildung umfasst den MBA für Corporate Communications Management (FH Olten) sowie die Ausbildung zum dipl. Mentalcoach (mentalpower.ch).

## STEPHAN KÄLIN



Stephan Kälin (45) war in der grafischen Branche als Ausbildungsleiter, Projektleiter und Unternehmensberater tätig. 2000 wechselte er zur Migros, wo er bis 2006 die konzernweite Strategie- und Organisationsberatung leitete. Dann gründete er sein eigenes Beratungsunternehmen «Paradigmenwechsel», welches auf Organisationsentwicklung, Changemanagement, Prozessmanagement, Leadership und Coaching spezialisiert ist.



Rob Hartmans, ehemaliger Journalist, setzt nach wie vor auf Print.

## ROB HARTMANS, LEITER KOMMUNIKATION HELSANA

# DIE KÜNFTIGE BEDEUTUNG VON PRINT IN DER UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

Helsana ist mit knapp 1,9 Mio. Versicherten der führende Kranken- und Unfallversicherer in der Schweiz. Die Kommunikation ist laut Rob Hartmans das Kompetenzzentrum zur Verankerung der Unternehmensidentität nach innen und nach aussen und leistet damit einen Beitrag zum Unternehmenserfolg. Dabei steht die Markenidentität im Mittelpunkt: Sie wird gebildet durch die Kommunikation mit der Marke Helsana, durch die Art, wie sich die Firma in der Öffentlichkeit verhält und durch das Design. Das Corporate Publishing spielt dabei eine grosse Rolle; mit ihren drei Zeitschriften «senso», «business» und «info» hat die Helsana mehrere Preise gewonnen. Und doch werden diese nur teilweise weiter geführt, da die Kunden eine verstärkte

Präsenz des Versicherers im Web und da speziell auf den Social-Media-Seiten erwarten. Die Lösung liegt im Ausbau, in der Vertiefung sowie in einer stärkeren Segmentierung der Kundensegmente. Sie wird künftig auch in elektronischer Form in verschiedenen Ausgaben im Web erscheinen.



## DANI SIGEL, VERLEGER LIECHTENSTEINER VOLKSBLATT

# CROSSMEDIALE AUSRICHTUNG SEIT 2003

Der Verlag Liechtensteiner Volksblatt gibt die gleichnamige Tageszeitung sowie eine wöchentlich erscheinende Gratiszeitung heraus, welche vor kurzem ihr Streugebiet verdoppelt hat. Die Rheinzeitung wird ab Juni von Sennwald im St.Galler Rheintal bis nach Disentis verteilt und erreicht damit neben allen Liechtensteiner den Grossteil der Bündner und Sarganserländer. Der Verlag ist auch Pionier im Web-TV (seit 2003) und verfügt über die meisten ePaper-Abonnenten, wie Geschäftsführer Dani Sigel erläutert. Und dies wird mit einem redaktionellem Stab von insgesamt 17 Personen bewerkstelligt; davon sind 7 in der Print-Redak-

tion beheimatet, 8,5 arbeiten crossmedial, 1,5 sind reine TV-Spezialisten. Dieses multimediale Angebot findet Anklang. Die Zugriffe haben ständig zugenommen und betragen heute durchschnittlich 100 000 pro Monat, 3x mehr als 2007; in dieser Zeit ist auch die Zahl der ePaper-Abonnenten ständig gestiegen. 2003 wurde erstmals ein Filmbeitrag ins Web gestellt, seit 2007 werden diese Beiträge täglich erneuert, seit 2008 steht dafür ein WebTV-Studio mit Greenbox zur Verfügung, in welcher eine News-Show produziert wird. Seit diesem Jahr wird in Full HD Qualität gesendet und dies mit einem einfachen, aber professionellen Equipment.



## STEPHAN KÄLIN, UNTERNEHMENSBERATER

# CHANGE MANAGEMENT ALS WETTBEWERBSFAKTOR

Stephan Kälin verweist zu Beginn auf die IBM-Studie «Making Change Work». Dazu wurden weltweit 1500 Personen befragt, die Erfahrung

mit grösseren Veränderungsprojekten haben. Das erstaunliche Ergebnis: 60% aller Change-Projekte erfüllen die Ziele nicht! Dabei sind es vor allem weiche Faktoren, die ein solches Projekt zum Scheitern bringen: Die Denkweisen bleiben die alten (58% der Fälle), die Unternehmenskultur erweist sich als zu grosse Hürde (49%) oder die Komplexität des Vorhabens wurde unterschätzt (35%). Change-Management ist dagegen erfolgreich, wenn das Top-Management ein solches Projekt aktiv unter-

stützt (92%), die betroffenen Mitarbeiter aktiv einbezogen werden (72%) und transparent kommuniziert wird (70%). Anhand des Praxisbeispiels «Multimedia-Kinderwelt» beim Schweizer Radio- und Fernsehen zeigt der Referent erfolgreiches Change-Management auf. Das Projekt neue Kinderwelt ist das erste trimediale Unterfangen, bei dem Radio, Fernsehen und Web gemeinsam eingesetzt werden. Als grösste Hürden im Projekt erwiesen sich die unterschiedlichen Kulturen und Denkweisen von Radio, Fernsehen und Web, bestehende Machtblöcke und Positionskämpfe, die Fähigkeit trimedial zu denken sowie unklare Führungs- und Entscheidungsstrukturen. Doch es sind mit diesem Projekt auch Chancen sichtbar geworden, die in Zukunft zum Tragen kommen: Image-Gewinn und Wettbewerbsvorteile, ein technischer und kreativer Innovationschub sowie persönliche Lern- und Entwicklungsmöglichkeiten, die zu neuen Aufgaben führen.

