

Verband Werbetechnik+Print

Das gedruckte Wort kommt in Bedrängnis

Interessante Erkenntnisse und kritische Anmerkungen zum VWP-Tag vom 9. September an der Swiss Publishing Week in Winterthur.

■ **JOSEF INAUEN** Im Wissen, dass die Anmeldungen aus den Bereichen Werbetechnik und Siebdruck äusserst gering ausgefallen sind, bin ich trotzdem voller Optimismus nach Winterthur gereist. Alles war bestens organisiert, die Vortragsräume blitzsauber und mit dem nötigen Equipment für ausgezeichnete Präsentationen ausgestattet. Die ersten guten Gespräche konnten bereits bei Kaffee und Gipfeli geführt werden. Das bis zu diesem Zeitpunkt noch keine Werbetechniker und Siebdrucker begrüsst werden konnten, wurde erwartet, führte aber zu einem flauen Gefühl in der Magengegend. Aber mehr zu diesem Thema später.

Der erste Schreck

Bevor der eigentliche VWP-Anlass begann, nutzte ich die Gelegenheit, bei der Keynote von René Theiler vom VSD hineinzuhören. Er zeigte im grossen Saal einen Film des IPMZ Institute of Mass Communication and Media Research der Universität Zürich. Ich denke, auch BesucherInnen, welche zu dieser frühen Morgenstunde noch nicht ganz fit in den Stühlen sassen, waren nach den ersten 20 Sekunden hellwach. Schonungslos zeigte der Film den Wandel im Kommunikations- und Publikationsverhalten der Gegenwart.

- Die Schweiz hat 75 Radiosender, 165 TV-Sender (Kabel) 197 Schweizer Kaufzeitungen, 180 000 iPhone Apps, 192 Millionen registrierte Internet-Domains.
- Seit 2008 haben die Printausgaben der fünf grössten Tageszeitungen 10 Prozent der LeserInnen verloren.
- Die jeweiligen Onlineausgaben konnten die Anzahl LeserInnen in der selben Zeit verdoppeln.

- 2009 sind die Werbeausgaben im Print um 20 Prozent eingebrochen, Im Internet haben sie sich um 38 Prozent gesteigert.
- SchweizerInnen verbringen mehr Zeit im Internet als mit Zeitunglesen.
- Der Umsatz mit CDs ist in der Schweiz alleine 2009 um 12 Prozent eingebrochen.
- Im gleichen Zeitraum ist der Umsatz mit bezahlten Musik-Downloads um 53 Prozent gewachsen.
- Ein handelsüblicher MP3-Player bietet Platz für 40 000 Songs. Dafür hätte man vor 10 Jahren noch 2'000 CDs mitschleppen müssen.
- SchweizerInnen tippen 400 Millionen Mal pro Monat ihre Fragen in das Suchfenster einer Suchmaschine. Wer hat diese Fragen früher beantwortet?

Der Kurzfilm «Medienwandel in der Schweiz» kann unter mediachange.ch/news/26/ in voller Länge betrachtet werden.

Visionen?

Eben nicht mehr, und das ist das Erschreckende. Noch vor wenigen Jahren wurden diese Szenarien in die Bereiche der Utopie oder des Wunschdenkens einiger Hardwarehersteller verbannt. Heute sind sie Realität. iPod, iPhone und iPad zeigen überdeutlich auf, was mit mobilem Internet heute bereits umgesetzt wird. Viele grosse Printkunden befassen sich heute damit, wie ihre Informationen auf die genannten Produkte zu bringen sind. Was dies dem Bereich Print an Auflagenminderung bringen wird, ist heute noch Spekulation. Dass es aber Auswirkungen haben wird, darin sind sich die Fachleute einig.

Die Besucher des Kongresses

Die Aussage der Veranstalter, dass die Mehrheit der interessierten BesucherInnen aus der Industrie stammt, ist somit gar nicht mehr so erstaunlich. Da will man aufrüsten und die neuen Publikationsformen rasch und gewinnbringend in die Tat umsetzen. Macht dies die Industrie selber, oder wird sich auch für diesen Bereich eine Dienstleistungsbranche entwickeln? Kann dies unter Umständen sogar der Druckdienstleister sein? Nur der Berufsweig, welcher am meisten unter den Konsequenzen zu leiden haben wird, war äusserst spärlich vertreten.

Werbetechnik und Siebdruck

Ich muss Ihnen recht geben, wenn sie meinen, diese Entwicklung treffe die Werbetechnik und den Siebdruck nicht. Ich meine aber – noch nicht! Aus diesem Grund wurde der VWP-Tag auch etwas konservativer gestaltet. Es ging noch nicht um elektronisches Publizieren, sondern ganz einfach darum, moderne Produktionsformen mit Unterstützung von zeitgemässer Software vorzustellen. Marktplayer zu Wort kommen zu lassen, um einem grösseren Publikum aus der Branche aufzuzeigen, wie der erfolgreiche Weg in die Zukunft aussehen könnte.

Hilfe

Wir wollten Ihnen helfen und nur wenige interessierten sich dafür. Die Enttäuschung im Verbands-Vorstand wie auch bei den Organisatoren des Anlasses darf nicht verschwiegen werden. Die erste Frage ist immer; «was haben WIR falsch gemacht?». Hier erhoffen wir uns Feedback von Ihnen. Die zweite Frage ist schnell formuliert;

Haben Sie Interesse daran, in Zukunft richtig aufgestellt zu sein. Den Kunden die richtigen Produkte anbieten zu können, also ganz einfach, sich um ihre Zukunft zu kümmern. Denn wer dies nicht tut, hat bald keine mehr. Ich weiss, dies ist ein abgedroschener Spruch, wahr ist er trotzdem.

Ein grosses Lob

Ein ganz grosses Lob und Dankeschön geht an die Referenten. Mit viel Engagement und Enthusiasmus wurden ausgezeichnete Informationen aufbereitet und vorgetragen und dies teilweise vor einer Handvoll Interessierter. Dies verdient Hochachtung, weil einige Referenten auch ganz uneigennützig Erfolgsrezepte vortrugen, welche der clevere Zuhörer zum eigenen Erfolg hätte kopieren können. Und genau dies war ja das Ziel des Anlasses, Ihnen zu helfen, die Zukunft erfolgreich zu meistern. ■

Wichtige Termine

6. Mai 2011

VWP-Generalsammlung in Meisterschwanden

24. bis 26. Mai 2011

FESPA Digital 2011 in Hamburg

Details zu allen Anlässen auf der Internetseite des Verbandes www.verband-werbetechnik-print.ch oder telefonisch über das Sekretariat: 081 750 35 88

VWP
Verband Werbetechnik+Print

