



ZUKUNFT DER BERUFE



e-webradio  info

Grafisch-visuelle Medien

Auf dem Weg zur Popularisierung





ICH GLAUB, ICH



Zukunft der Berufe grafisch-visueller Medien

Tag für Tag gleichmäßig gute Arbeitsbedingungen sind Voraussetzung für stets einwandfreie Leistungen, für die Anfertigung von Spitzenqualitäten bei kurzen Lieferfristen

Ideal für Ihre Repro-Techniker

GEVAERT REPRO-MATERIAL

gewährleistet mit Sicherheit stets gleichbleibend einfache Verarbeitung und damit die Voraussetzung für rationelles Arbeiten:

ALLE REPRODUKTIONEN VON ALLEN VORLAGEN IN UNÜBERTROFFEN GUTER QUALITÄT

Dafür bürgt die langjährige Erfahrung eines Weltunternehmens, dessen Pionierleistungen auf dem Repro-Sektor von unzähligen grafischen Betrieben voll anerkannt werden - dessen Qualitätsstandard in der Praxis allen Bewährungsproben standhält.

Verlangen Sie ausführliche Auskünfte
Vorbildlicher Kundendienst durch Repro-Techniker

STEH' IM WALD





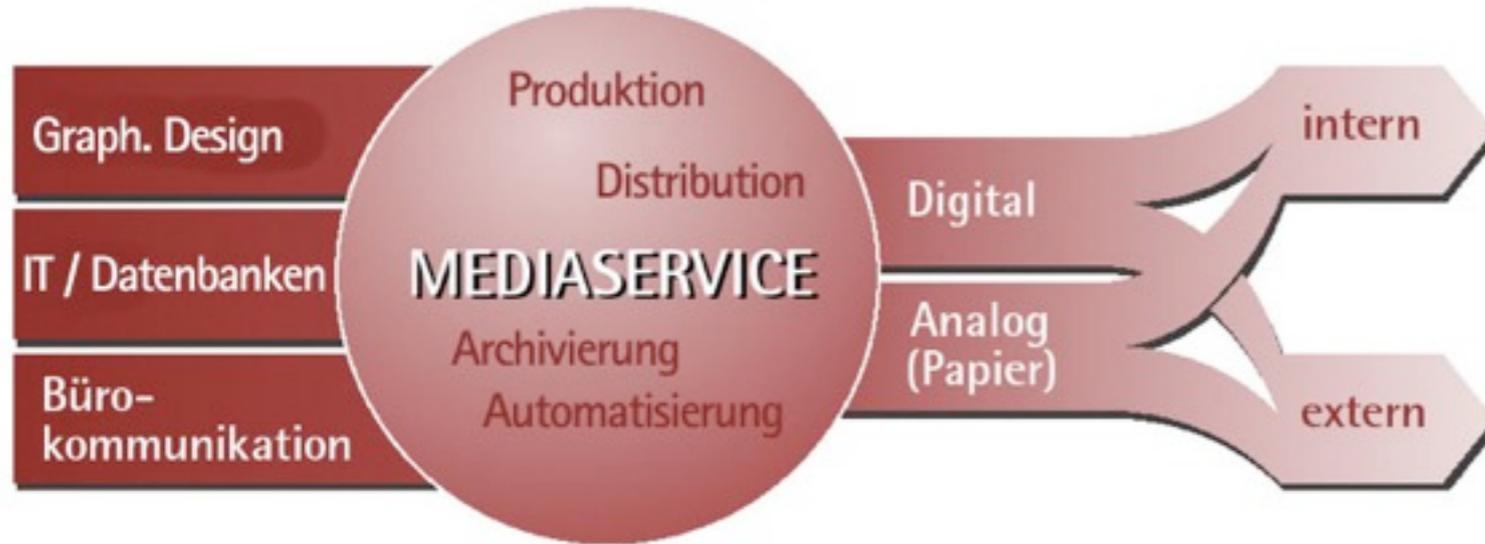
HAHAHAHAHA ...

Über solche Warnungen pflegen wir zu lachen, weil wir ja schließlich klug, erfahren, erfolgreich sind.

*« **Doch Erfahrung kann von großem Nachteil sein. Sie verhindert, sich darum zu bemühen, zukünftig etwas erreichen zu wollen. Das einzige, was einen motiviert, ist ein „weiter wie bisher“.** »*



Unternehmenskommunikation



HOHOHOHO ...

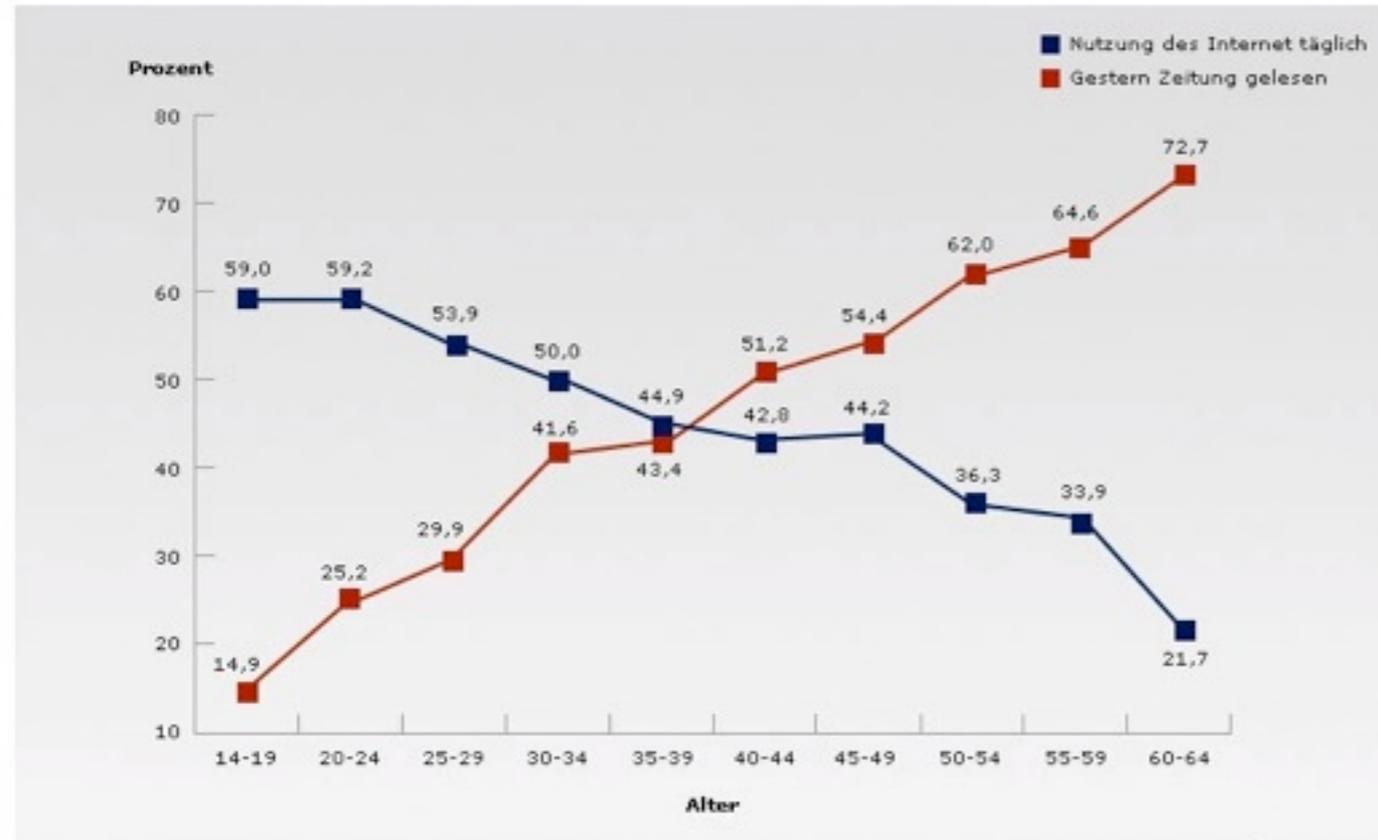


« *We all have
a pretty future.
It will not be based
on our past.* »

*Frank Romano,
Branchen-Guru*



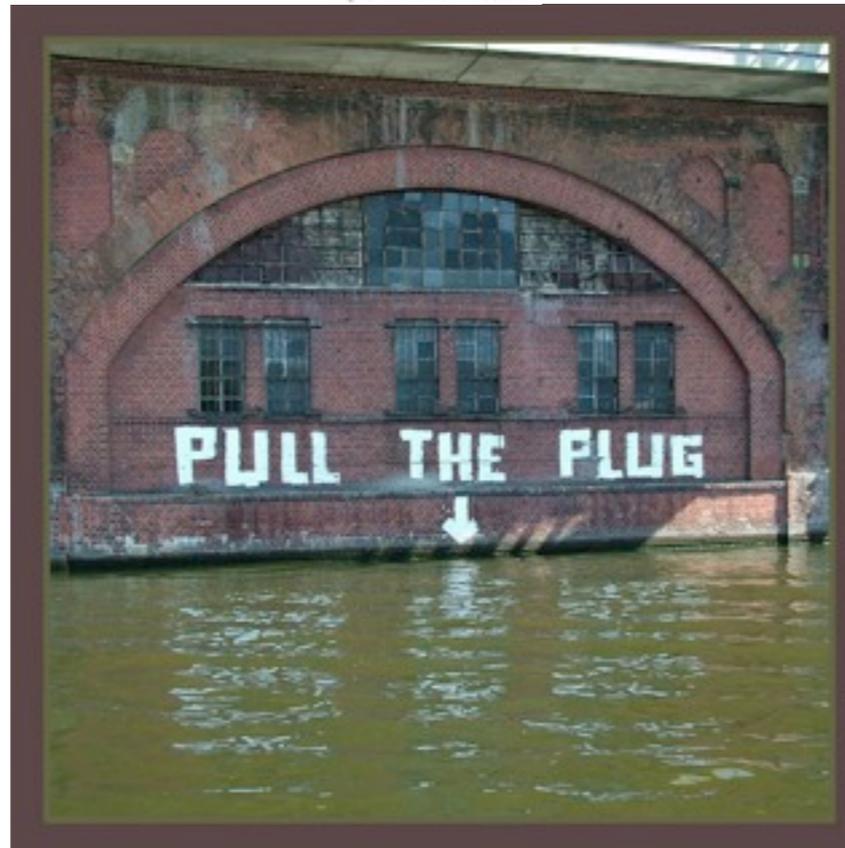
NUTZUNG VON INTERNET UND ZEITUNG NACH ALTER
Anzahl der Befragten: 10 369; Angaben in Prozent



Quelle: ACTA 2008

KEINE PERSPEKTIVE

„Wer gegen den Strom schwimmt, hat oft keine Chance. Anpassung durch Wandel wäre klug gewesen. Die Print-Branche wollte es so nicht, bis auf wenige Ausnahmen.“

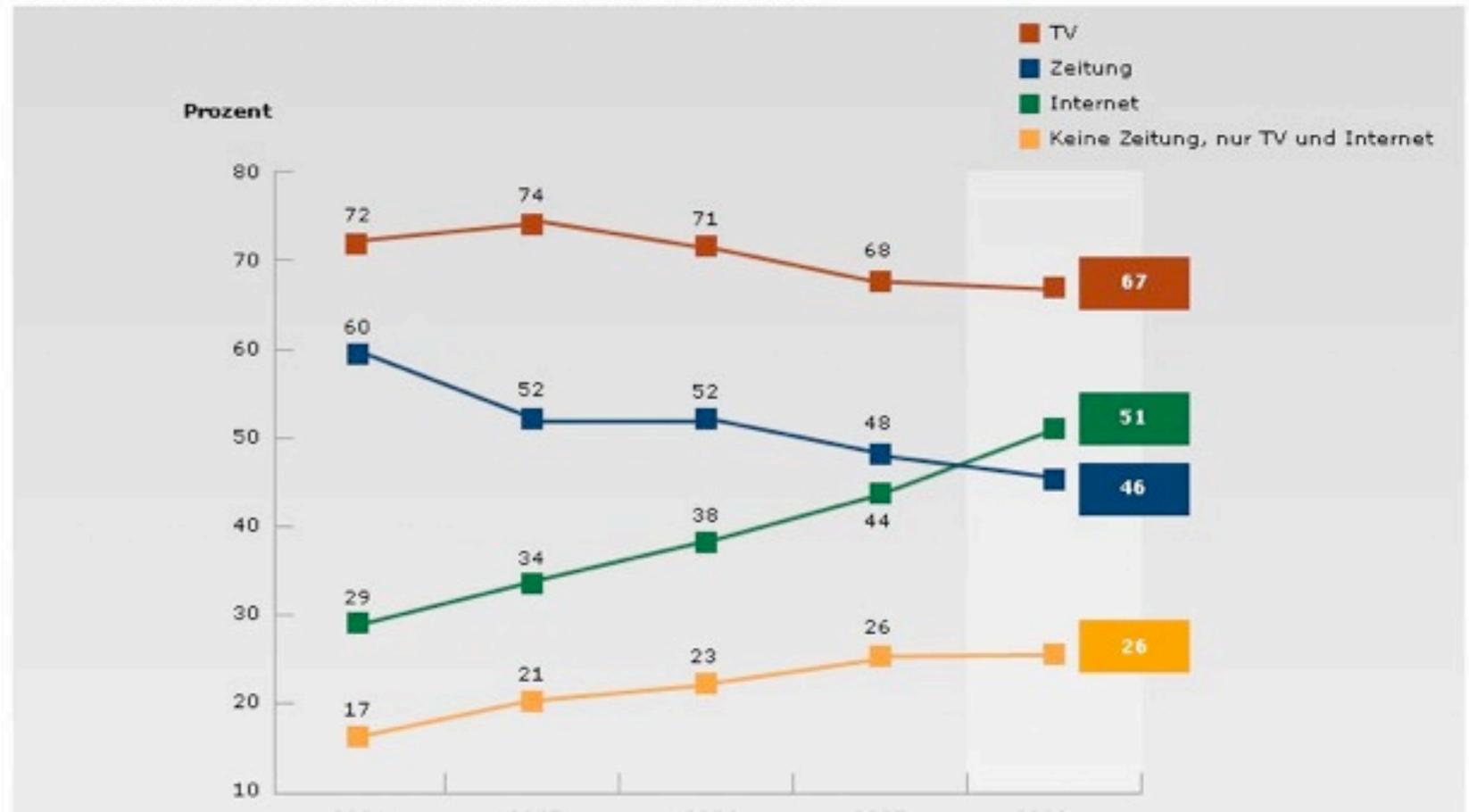


DAUER-DESASTER

„Man muss nicht drumherum reden: Verantwortliche der Branche Print haben quer durch Europa seit mehr als 30 Jahren satt gepennt. Sie wollten nicht anerkennen, was Sie selbst miterlebten.“

IMAGEWANDEL DER MEDIEN

Informationsquellen der 20- bis 39-Jährigen mit Fach- bzw. Hochschulreife



OTTO NORMALDRUCKEREIBESITZER



► „Tote Katze spielen“

Nach den Regeln des Kölner
Lebensmottos:

1. Et kütt, wie et kütt
2. Et es noch imma juod jejange
3. Do kannste nix maache

*„Es wird auch in
Zukunft gedruckt
werden.“*

*„Das bestreitet ja
auch keiner.
Die Frage ist nur,
von wem und wie!?“*



Zukunft der Berufe grafisch-visueller Medien

DESASTER, HOME-MADE

„Nein, Herr Wenke“: Fehlteile

Nur wenige in der Druckindustrie hat bisher die Zukunft wirklich interessiert. Jeder sah zu, ausschliesslich seine Pfründe zu verteidigen und sich die anstehenden Mühen durch Scheinargumente zu ersparen.

Prognosen schlichtweg ignoriert

► Schon Mitte der 80er Jahre war klar, wohin der Weg geht (siehe Schaubild) — es interessierte keinen.

Vor allem die Unternehmerverbände in ganz Europa haben – bis auf die Ausnahmen einzelner Personen – massiv gegen die Interessen ihrer Mitglieder gehandelt, indem sie die vorhersehbaren, massiven Veränderungen vor allem der Print-Industrie bewusst kleingeredet oder teilweise völlig ignoriert haben.

1/7 – 25.02.11 wenke net

Denkwerkstatt ✨
Medienzukunft ✍️

WORKSHOPS & VORTRÄGE
LEIT- UND FACHARTIKEL
POLY-MEDIALES

Die auf den folgenden Seiten beschriebenen Themen sind wertvoll und wichtig für strategisch, unternehmerisch, verantwortlich denkende und handelnde Menschen in Berufen bzw. Unternehmen und Organisationen, die mit Medien, Marketing und Kommunikation verbunden sind.

Workshops

- firmen-, organisations-, veranstaltungs-intern und -spezifisch unter Berücksichtigung individueller Belange und Zielsetzungen
- offene Workshops, ausgeschrieben im Rahmen von Programmreihen anderer Veranstalter; durch diese jederzeit global (Festpreis) buchbar

Vorträge, Keynotes

- im Rahmen von Open Houses, Kongressen, Symposien, Foren, Messen, Launches, Jubiläen, Tagungen, Kick-offs, Meetings ...
- ca. 20 bis 60 Minuten, kompakt und intensiv, mit instruktiven Charts

Medien

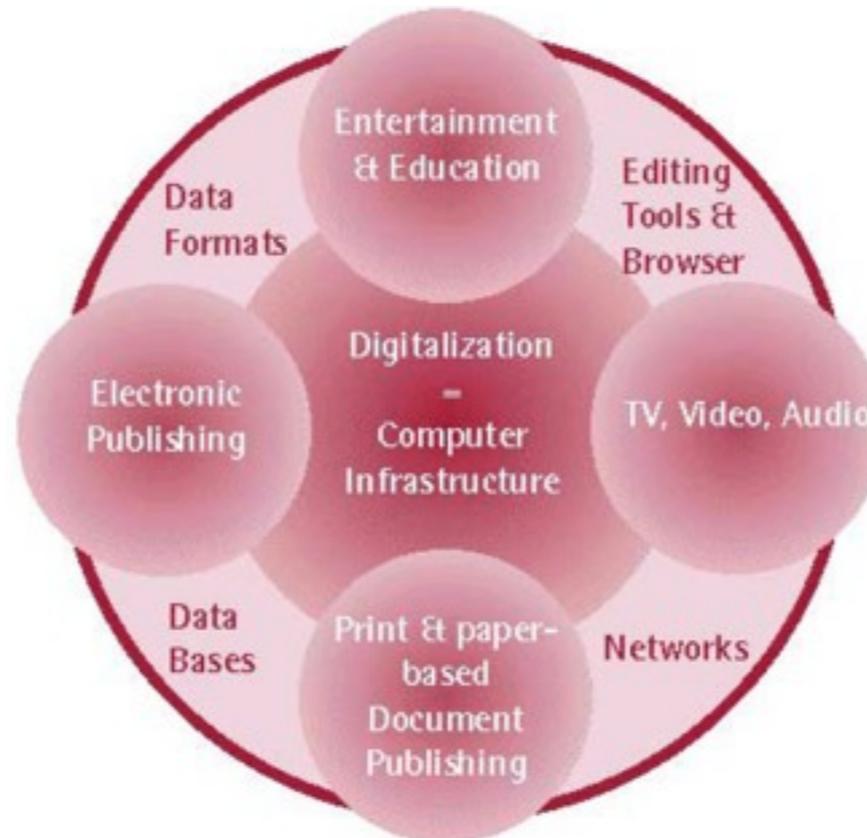
- **Print:** Leit- und Fachartikel vom Aufmacher bis zur Serie; Umfänge-Stil-Zielgruppe(n) angepasst und themen-orientiert; Fach-, Wirtschafts-, Firmenpresse; Themen- und Event-Magazine u.ä.
- **Podcasts** (entweder nur-Ton oder mit Charts)
- **Video-**Statements, Lessons, Trailer, Features
- alles zur Distribution per Web oder Datenträger, Einbindung in E-Zines, Homepages, Portale; bei Print auch in Büchern, Dokumentationen usw.

Kontakt, Konditionen, Kauf/Buchung

Hans-Georg Wenke
wenke@wenke.net — office +49 212 254 2009 — mobile +49 172 203 2020

Background, regelmäßige + ad-hoc-Publikationen (PDFs, Podcasts, Brain-Letter)

► <http://wenke.net> Chronologie der Ergänzungen: wenke.net/neu



SOLUTION, EASY



Medien werden dann durch Kauf honoriert, wenn sie die „olympischen Kriterien“ erfüllen: schneller, mehr, besser.

5 Richtige

- ▶ Mit richtigem **Content**, der richtigen Information
- ▶ im richtigen Medien, der richtigen **Plattform**
- ▶ in der richtigen Aufmachung (**Design**)
- ▶ zur richtigen **Zeit**
- ▶ beim richtigen **Empfänger** sein.

Bereits um 1990 publiziert, interessierte dies „keine Sau“ und wurde als bloße Theorie abgetan.



PERSPEKTIVE

„Wer heute einen Beruf in der Druckindustrie erlernt, hat fast eine Zeitstrecke vor sich wie von der ersten Drupa bis heute!!!“



BIS ZU
6
FARBEN

DRUPA
INTERNATIONALE MESSE DRUCK UND PAPIER IN DUSSELDORF
26. MAI BIS 10. JUNI 1951

LINO-TYPE-LEISTUNGSSCHAU
HALLE 11
STAND 21

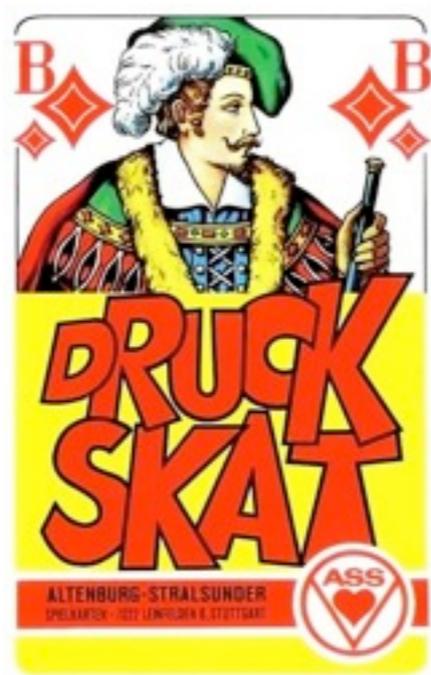
Unsere Setzmaschinen werden in Betrieb vorgeführt

JOSBURG

können mit der Bogen-Offsetmaschine „Ultra-MAN.“ bei einem Bogendurchlauf gedruckt werden. Das erweiterte Typenprogramm umfaßt die Baugrößen III, IV, V, VI, VII.

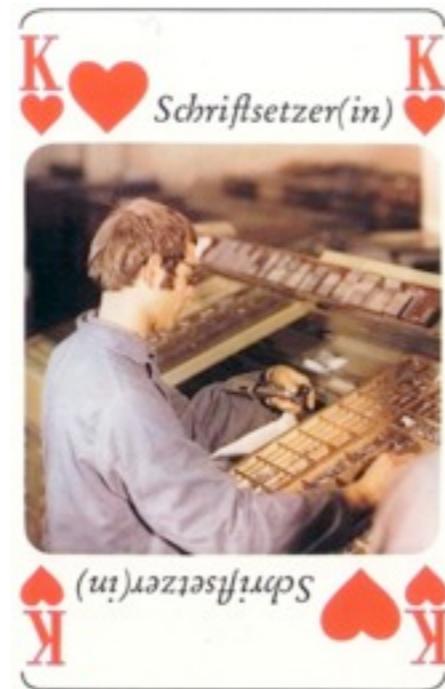
Einige Vorteile dieses bewährten Druckmaschinentyps: Reihenbauweise, komplette Einzeldruckwerke, brillanter, duplierfreier Druck, präzises Register, lange Trockenwege, sichere Farb- und Wasserführung, schnelle Zurichtung, einfache, bequeme Bedienung, hohe Druckleistung.

LÜGE



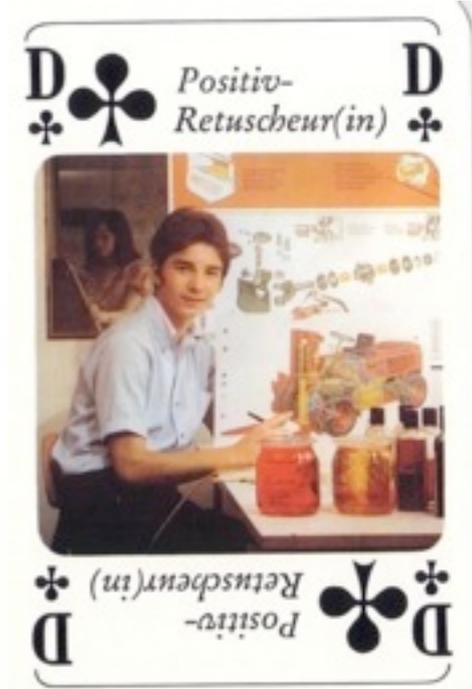
Vor
etwa 20 Jahren

– Wer hat den Mut zu behaupten, in 20 Jahren lachen wir nicht genauso über heute !!



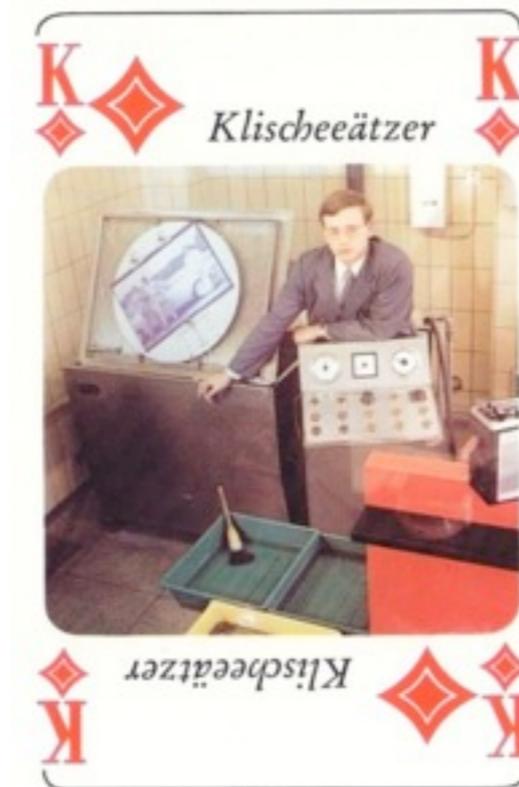
Schriftsetzer(in)

Er oder sie setzt Texte – von Hand oder mit der Maschine – für Drucksachen aller Art und führt auch die vorbereitenden Arbeiten wie Manuskriptberechnungen, Gestaltung und Zusammenstellen von Text- und Bildseiten aus.



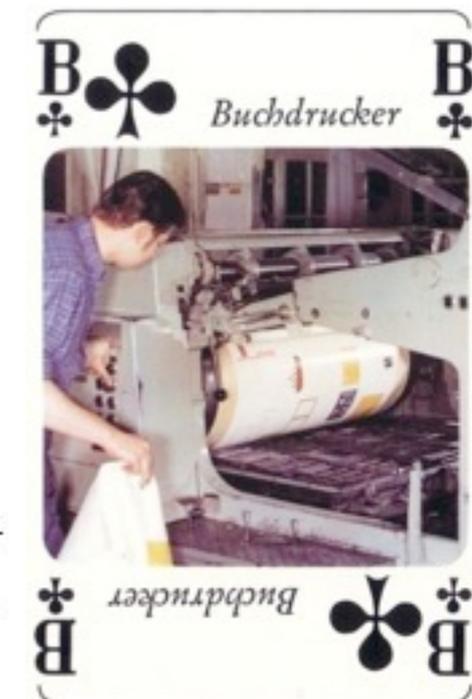
Positiv-Retuscheur(in)

Er oder sie beseitigt mit Pinsel, Spritzapparat, Farbe usw. die Mängel der Fotos. Aufgabe kann beispielsweise sein, Reinzeichnen von Schriften und das Zusammensetzen von Fotos zu ganzen Vorlagenseiten, beispielsweise von Versandhauskatalogen.



Klischeeätzer

Er stellt Druckstöcke für den Hochdruck her. Er kopiert die Vorlage auf eine Metallplatte, retuschiert, ätzt die nicht für den Druck vorgesehenen Partien weg und stellt ein- und mehrfarbige Klischeeandrucke her – dies auch mit Hilfe elektronischer Verfahren.



Buchdrucker

Er druckt ein- und mehrfarbige Drucksachen kleineren und größeren Formats: Bücher, Formulare, Geschäftsdrucksachen und Zeitungen. Im Hochdruckverfahren werden die höher liegenden Stellen der Druckform eingefärbt und die Farbe auf das Papier übertragen.

DIE GRÖSSTE GEFAHR, DER WIR ERLIEGEN ...

... dressierte Affen zu sein, die nur die Lücken füllen, die von der Technik (noch) nicht automatisiert werden konnten

31.08.2011

Drucken | Senden | Feedback | Merken

Studie über Flug-Notfälle

Piloten verlernen das Fliegen

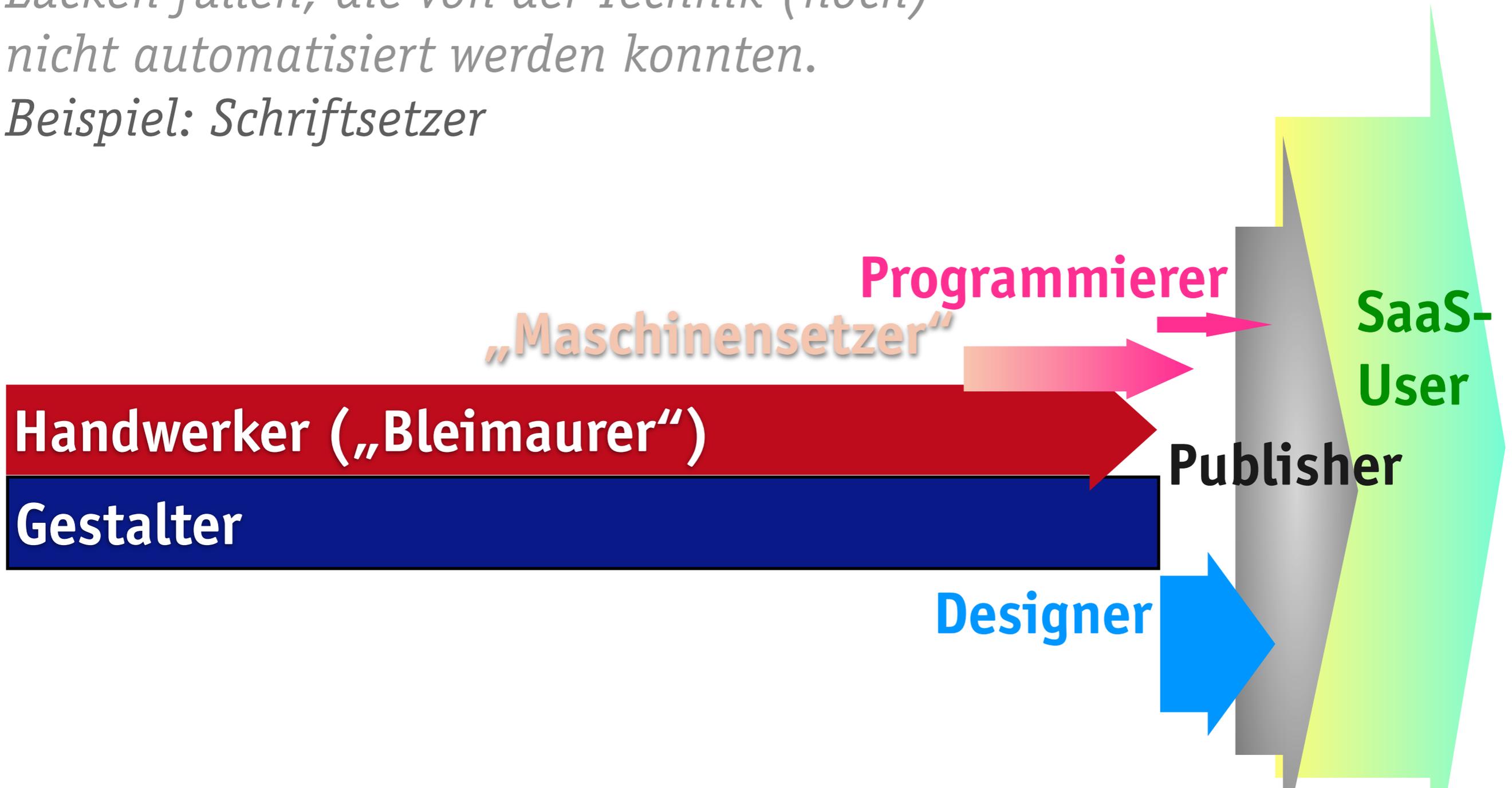
Eine Studie der US-Flugsicherheitsbehörde kommt zu einem erschreckenden Ergebnis: Viele Piloten moderner Linienmaschinen sind derart an automatische Systeme gewöhnt, dass sie immer weniger von der klassischen Fliegerei verstehen. Das hat laut dem Bericht bereits mehrere Abstürze verursacht.

Das Ergebnis der Studie: Bei mehr als 60 Prozent der Unfälle und über 30 Prozent der größeren Zwischenfälle hatten die Piloten Schwierigkeiten, das Flugzeug manuell zu steuern, oder sie begingen Fehler bei der Bedienung der automatischen Flugkontrolle. "Wir verlernen das Fliegen", sagte Rory Kay, Flugkapitän und Co-Vorsitzender des FAA-Komitees für Pilotenausbildung. Er spricht von einer "Automatisierungssucht" und einer "neuen Art von Unfällen mit modernen Flugzeugen". Die Piloten hätten immer weniger Gelegenheit, ihr fliegerisches Können zu trainieren, warnt das FAA-Gremium.

DIE GRÖSSTE GEFAHR FÜR „DIENSTARBEITER“

... dressierte Affen zu sein, die nur die Lücken füllen, die von der Technik (noch) nicht automatisiert werden konnten.

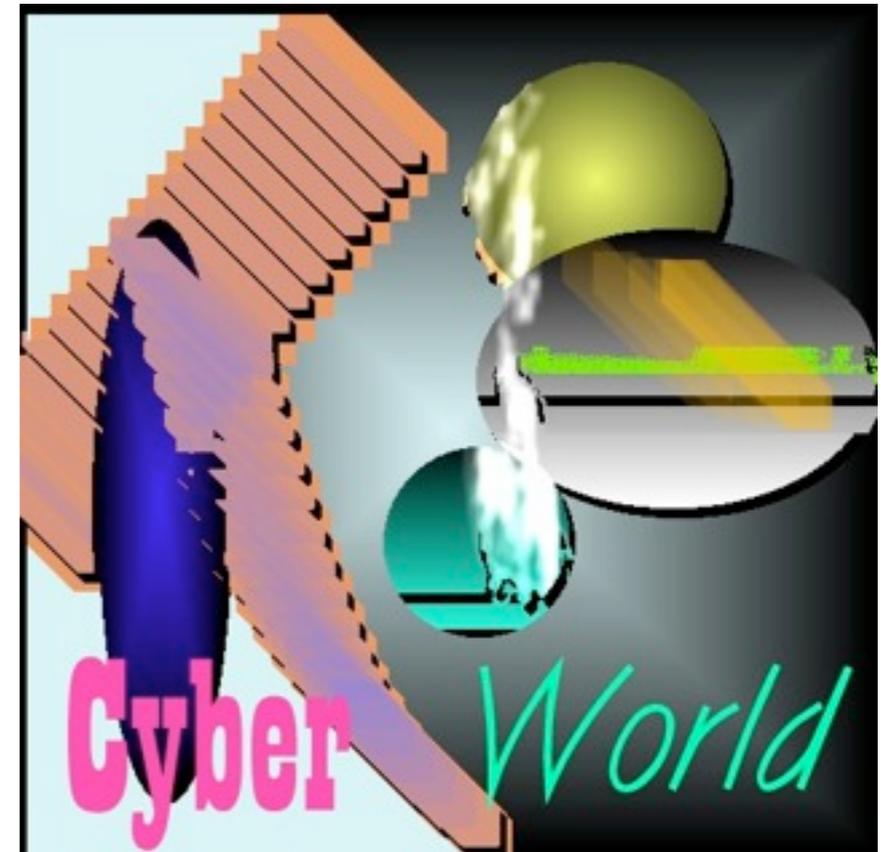
Beispiel: Schriftsetzer



CLASH OF GENERATIONS



± 20 Jahre





WHEN TO LIVE?

*Sie leben in der **Gegenwart**, verdienen Ihr Geld mit der Erfahrung der **Vergangenheit**, um in der **Zukunft** noch dabei zu sein ...*
— oder?

*Sicherlich haben Sie **Erfahrung**.*

*Haben Sie denn auch **Visionen**?*



CLASH OF TECHNIQUES-GENERATIONS



± 20 Jahre

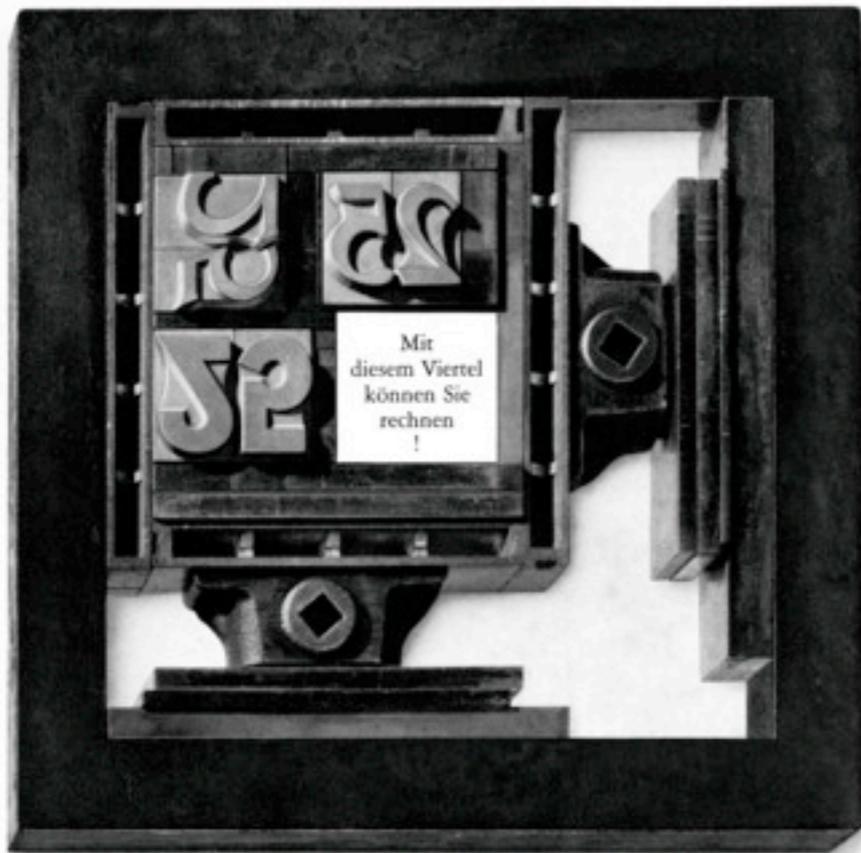


ALTE MEDIEN, NEUE MEDIEN





ALTE UND NEUE ZIELE

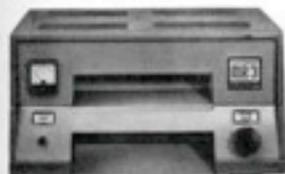


...denn Sie sparen 25 Prozent Zeit – mit der 3M Zurichtung (mindestens!)

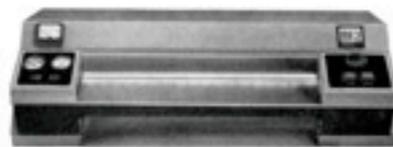
In der Praxis sind es häufig bis zu 60 Prozent. Also: wertvoller Zeitgewinn – Kostensenkung. Und dazu kommt der Gewinn durch die verkürzten Stillstandzeiten der Maschinen. Darum ist die 3M Zurichtung rentabler als konventionelle Zurichtverfahren:

Sie sparen also bares Geld! Zwei Entwicklungsgeräte für Zurichtefolien stehen zur Wahl: das MR 2 und das MR 3. Wodurch unterscheiden sie sich? Durch die Arbeitsbreite. Sonst durch nichts. Beide entwickeln die Zurichtefolie gleich schnell, gleich tonwertrichtig, mit den gleichen

zarten Verläufen und mit der gleichen Standfestigkeit für hohe und höchste Auflagen. Vielleicht möchten Sie sich genauer über die Rentabilität (und die Druckqualität) der 3M Zurichtung informieren. Dann schreiben Sie uns bitte oder – noch einfacher – rufen Sie uns an.



Entwicklungsgerät MR 3
Arbeitsbreite 34 cm - 4 200 DM



Entwicklungsgerät MR 2
Arbeitsbreite 63 cm - 7 775 DM

- Wir interessieren uns für die 3M Zurichtung. Bitte schicken Sie uns Informationsmaterial.
- Veranlassen Sie den unverbindlichen Besuch Ihres technischen Beraters.

Name / Firma: _____

Anschrift: _____

3M COMPANY
Abt. Druckereibedarf
4 Düsseldorf
Immermannstraße 40
Tel. 83981, App. 302

3M Zurichtung – eins von über 30000 Produkten der 3M Company

CUTTING COSTS IS OUR BUSINESS

MULTILITH® OFFSET DUPLICATING can reproduce data obtained from all types of data processing machines, computers, accounting machines, etc. Quantities of 100 or less are ready in just three minutes—and there's no limit to the number of copies.

Data recorded directly onto continuous Multilith Masters by any type of business machine is reproduced in any quantities required on Multilith Offset machines—automatically. Original, highly legible and accurate copies—utilizing both sides of the sheet—are quickly available for any kind of distribution in just minutes. No delays, no retyping, no chance for errors.

Let us demonstrate how Multigraph Methods can help you multiply data output to effect important time and cost savings in your business. Remember . . . Multilith Offset is the standard of comparison for duplicating throughout the world. Contact your nearest Multigraph representative, or write Addressograph-Multigraph Corporation, Cleveland 17, Ohio.

Addressograph-Multigraph
SERVING SMALL BUSINESS • BIG BUSINESS • EVERY BUSINESS

9:05 A.M.
Data is printed directly onto Multilith Master by high speed data printer.

3708	8190	104	7-10
8002	6190	105	8-10
958407			
T	1234	00158	11 13-70

9:06 A.M.
Multilith Master containing data is ready for reproduction on Multilith Offset Duplicator.

9:07 A.M.
Multilith Master in place on Multilith Offset Duplicator ready for reproduction.

9:08 A.M.
100 Copies of business data reproduced—all original, highly legible, accurate.



PERSPEKTIVE

„Die *NEUEN TECHNOLOGIEN* sind übrigens auch schon 30 bzw. 20 Jahre alt.“



Paul Brainard

Erfinder DESKTOP PUBLISHING

Inspiziert durch die Arbeit der ADOBE-Gründer Chuch Geschke und John Warnock, beide aus dem ehemaligen Xerox Labor (Xerox hat eigentlich alles erfunden, was modernes Publishing ausmacht; dem Konzern ist aber nur gelungen, auf dem Gebiet des Digitaldrucks mitzuhalten).



Benny Landa

Mit-Erfinder DIGITALDRUCK (urspr. INDIGO)

Neben Xerox und Louis de Shampelaere (XEIKON) Pionier im Digitaldruck und Konkurrenz zu XEROX. Einige andere ehemalige Fotokopierhersteller – in erster Linie Canon und Océ – trugen anfangs ein wenig zum Hype bei. Sie haben ihre Position im Markt gewissermaßen neu bzw. zurückerobert.



PERSPEKTIVE

„Es ist nicht die Frage, was kommt zur nächsten Drupa. Entscheidend ist, was wird in 25 Jahren sein?!“

Apple

Vor ca. 25 Jahren:
eine Desktop-Publishing-
Company
Heute:
eine App-/Cloud-&Mobile-
Computing-/Entertainment-
Company



Was ist der Link zwischen gestern und heute ???

ERFOLGSFAKTOREN

*„Gestern so, heute so,
– und morgen wieder
ganz anders.“*

*Was ist der Link zwischen
gestern, heute und morgen?*

- Produktqualitäten
- Marktdominanz
- Ertragsmaximierung

**PROFI
PROFIL
PROFIT**

**PRÄSENZ
PRIMAT
PRESTIGE**



PROGNOSE: ES GIBT KEINE „COMPUTER“ MEHR

*„Alle Macht den
Prozessen, Apps und
Clouds“*

*Statt Hard- und Software
haben wir Functionware,
Netze und virtuelle Speicher*

- device-independent
- web-/WAN-/LAN-/radio-
connected
- fingerprint-protected
- semi-/full-broadpublished



**Ein Touchscreen-Panel kann überall und
alles sein: „Log-in-Computing“**

PROGNOSE: ES GIBT KEINE „LIEFERANTEN“ MEHR

„Alle Macht den Teams, Experten und Dispatchern.“

Herstellungs- und Handelswege werden nur noch „virtual owner“ haben
– Produktion wie Handel sind viel mehr Organisation denn Fabriken, Lager, Geschäfte
– Herstellung, Transport, Lagerung, Point of sales werden separate Sphären sein



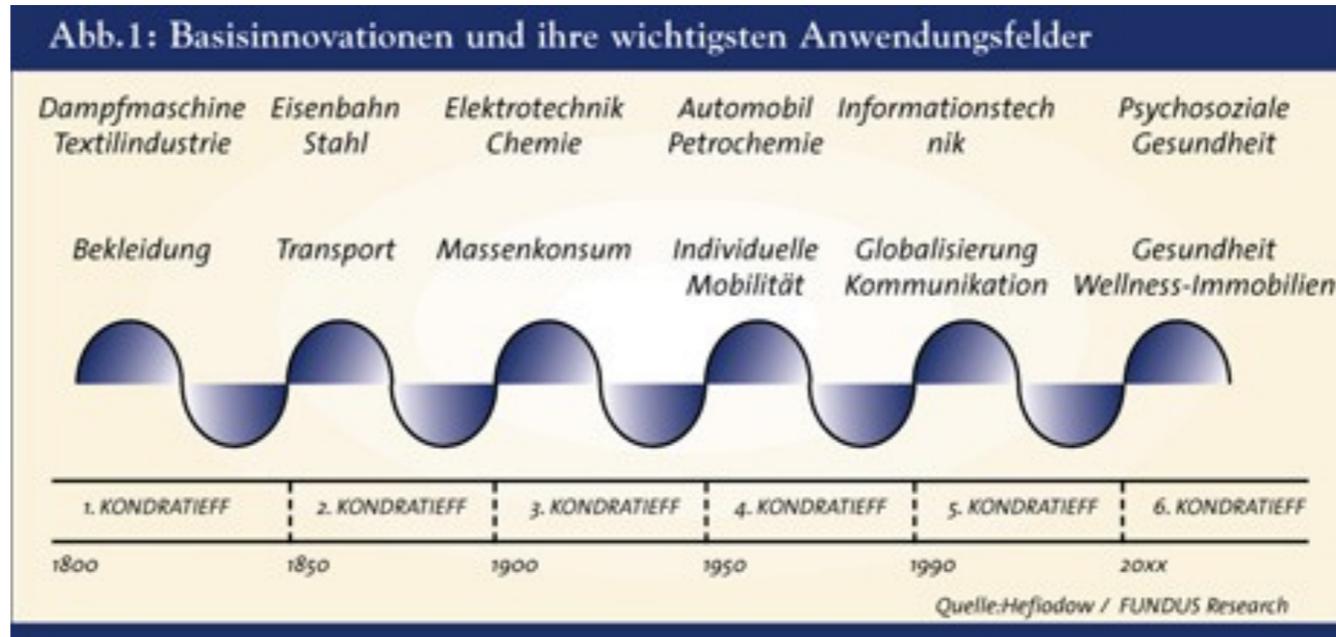
A SOUVENIR OF THE INVENTIONS EXHIBITION.

Vom Auftragnehmer zum Provider

WOMIT MAN IN ZUKUNFT GELD VERDIENT

Zentraleuropa besteht heute aus „Nationalwirtschaften des Know-hows“

Die Ära der Industrialisierung ist vorbei.



Immaterielle Wirtschaftsgüter

Software, Orgware, Middleware
Rechte, Lizenzen
Vermögenswerte (Geld, Kredit, Anlagen)
Branding

„Enabling“

Organisation, Management
ad-hoc-Manpower/-Knowledge (inkl. Consulting)
„Empowerment“ („survival-coaching“)

Gesundheit, Wellness, Unterhaltung

„Well-Being“
Entertainment, Travel + Leisure



WOMIT MAN IN ZUKUNFT GELD VERDIENT

*Zentraleuropa hat
„Nationalwirtschaften des Knowhows“*

Die Ära der Industrialisierung ist vorbei.

Immaterielle Wirtschaftsgüter

Software, Orgware, Middleware
Rechte, Lizenzen
Vermögenswerte (Geld, Kredit, Anlagen)
Branding

„Enabling“

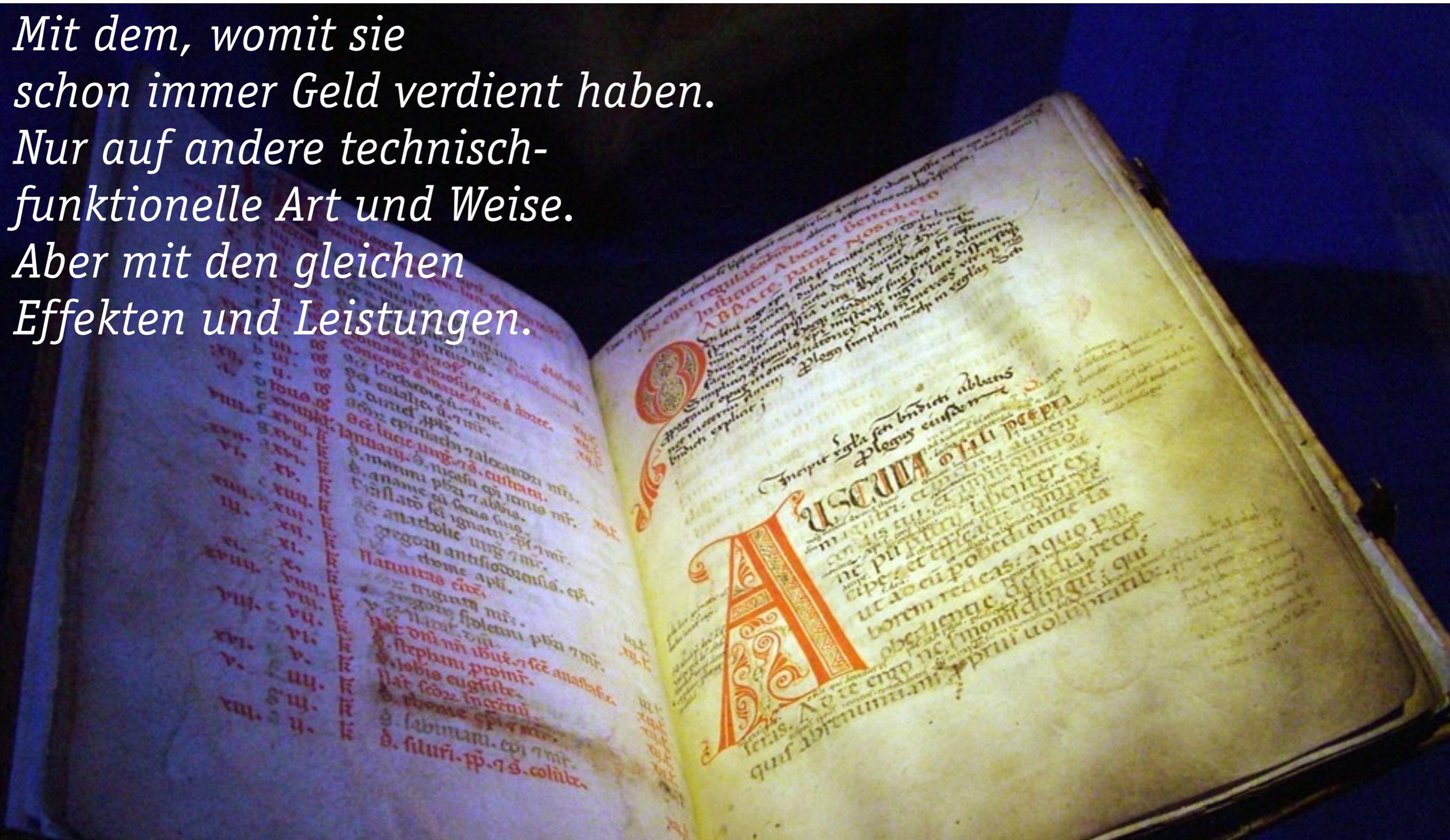
Organisation, Management
ad-hoc-Manpower/-Knowledge (inkl.
Consulting)
„Empowerment“ („survival-coaching“)

Gesundheit, Wellness, Unterhaltung

„Well-Beeing“
Entertainment, Travel + Leisure

WOMIT MEDIEN IN ZUKUNFT GELD VERDIENEN

Mit dem, womit sie schon immer Geld verdient haben. Nur auf andere technisch-funktionelle Art und Weise. Aber mit den gleichen Effekten und Leistungen.



WOMIT MEDIEN IN ZUKUNFT GELD VERDIENEN

Content Treatment



Inhalts-Aufbereitung

WOMIT MEDIEN IN ZUKUNFT GELD VERDIENEN

*Inhalts- und
Medien-
Vorhaltung*

Media Databanking



WOMIT MEDIEN IN ZUKUNFT GELD VERDIENEN

Media Distribution / Verfügbarmachung



MEDIENVIELFALT

*Sprechen/Singen,
Tanzen, Musizieren*

*Inszenieren,
Präsentieren*

*Archivieren,
Dokumentieren*

*Herold, Märchen-
erzähler, Gaukler*

*Feste/Feiern,
Zeremonien*

*(Schön)Schreiben,
Malen, Bildhauerei*

*Radio, Fernsehen,
Internet,
Datenbanken*

*Theater, Kino (Film),
Festivals/Events*

*Fotografie, CAD,
Drucken, Datenträ-
ger, (Files), Netze*

persönlich / unmittelbar

via Technik





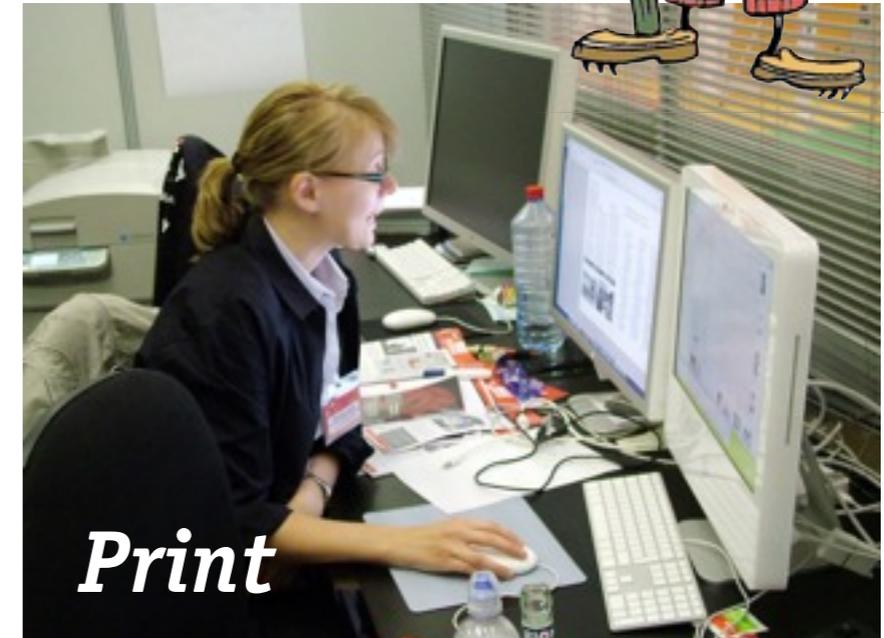
ZUKUNFT IST HEUTE z.B. DRUPA 2008



1 Crew, x Medien+Publikationen



Crew



Print



Internet



Radio



Fernsehen

WOMIT MAN IN ZUKUNFT GELD VERDIENT

Medien – der Begriff wird neu definiert und durch „published“ oder „connectable“ ersetzt.

„Medienmacher“ sind überwiegend Multimedianeer plus Funktions-Spezialisten

Content

Generieren / Kreieren von Inhalten in singulärer oder multipler Medienform

Templating

Im weitesten Sinne das, was wir heute als Design bezeichnen

Processing

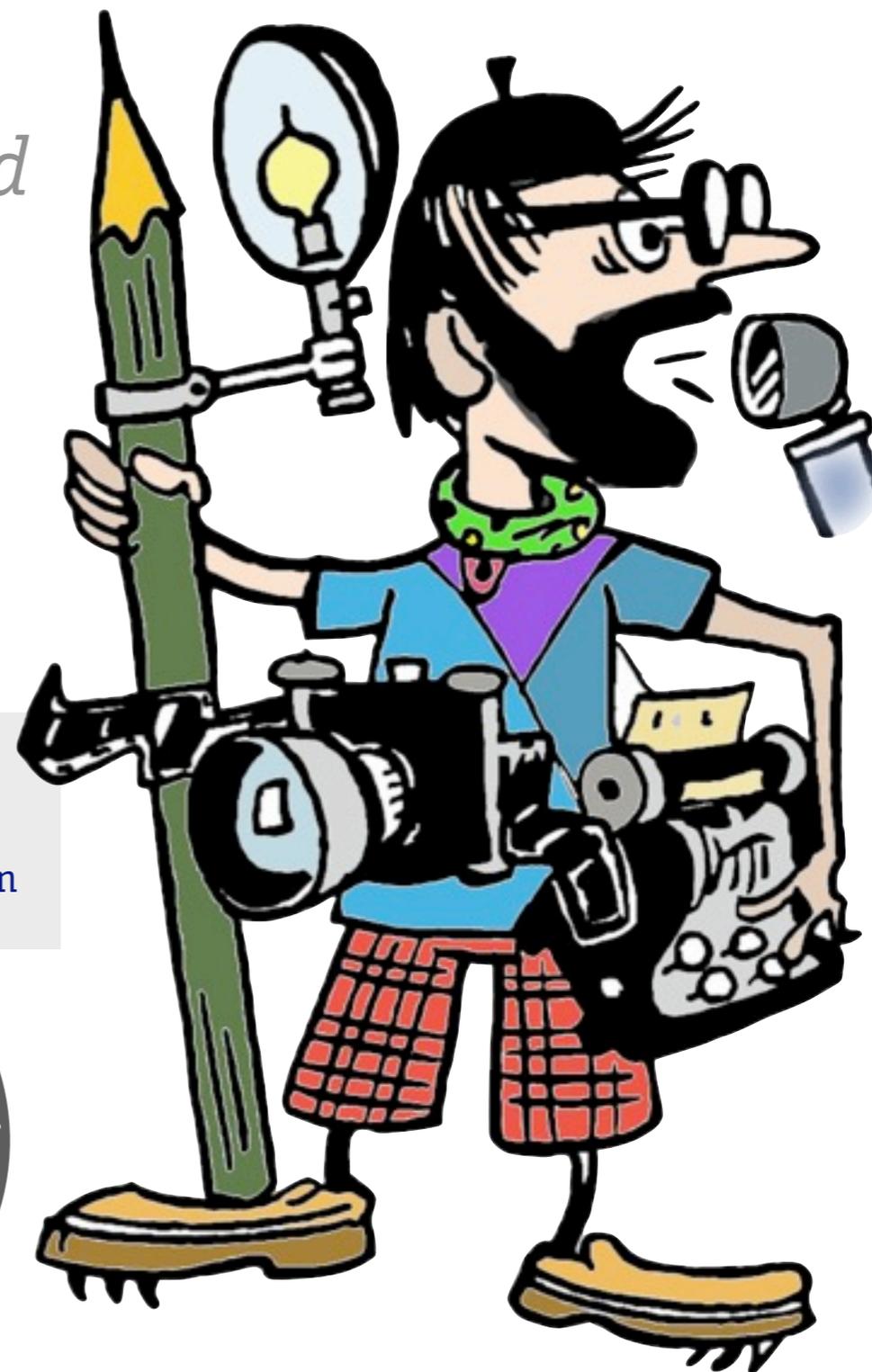
Workflow-Automatisierung

Publishing

in etwa wie heute Provider, Verlage, Sender inkl. Netzbetreiber

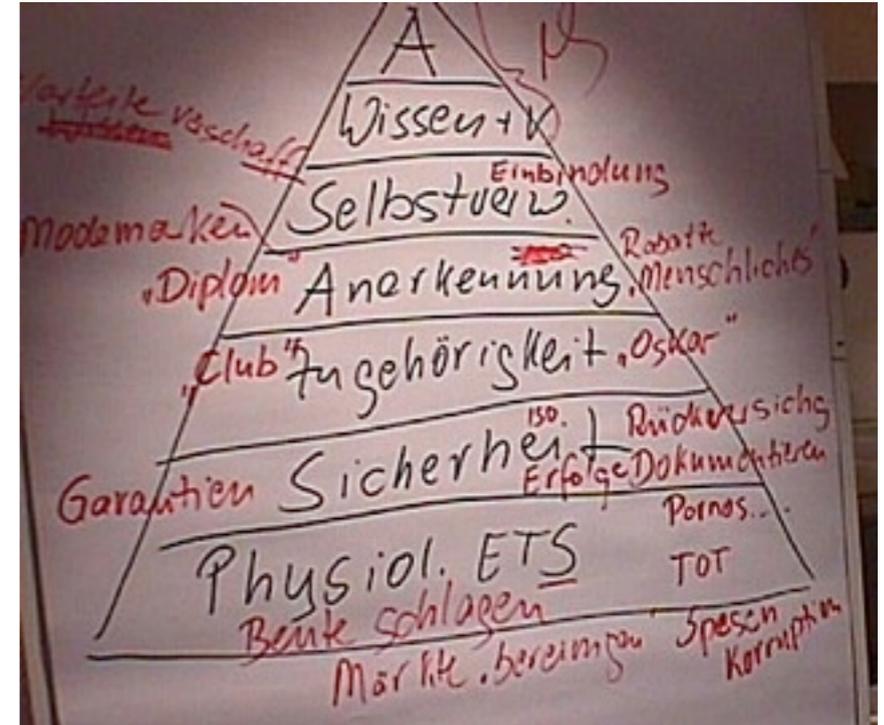
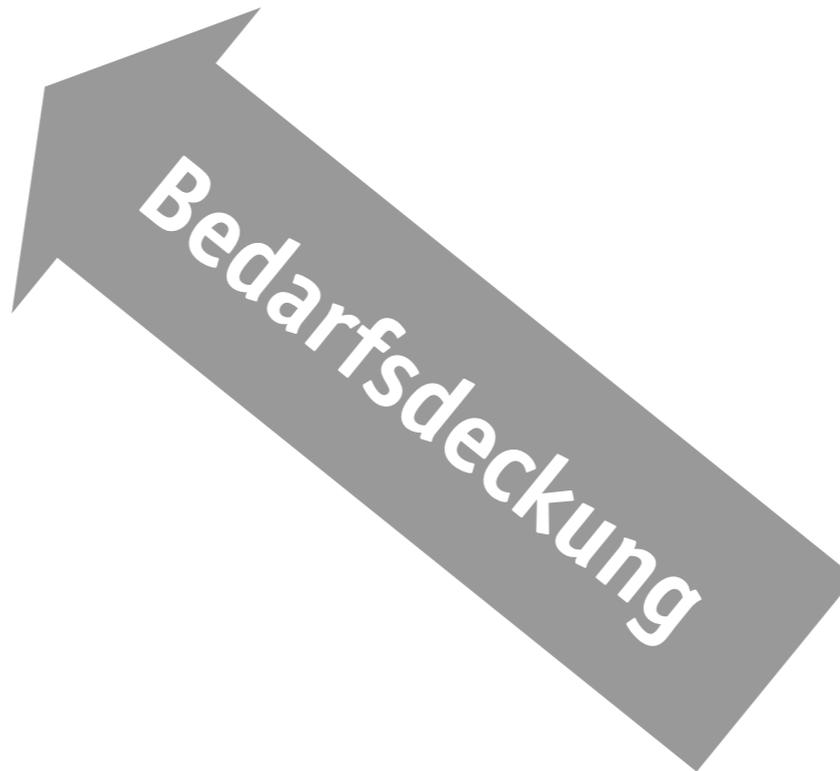
Databases, Office- & Mobile-Communication

Clouds, Apps, Customized configured solution



WOMIT MAN IN ZUKUNFT GELD VERDIENT

Die Maslow'sche Bedürfnispyramide:
Die Dominanz eines Bedürfnisses ergibt sich erst, nachdem fundamentalere in etwa erfüllt sind.



Sie gilt ebenso für einzelne Personen wie für ganze Unternehmen, Organisationen, Vereinigungen:

- Existenz
- Sicherheit
- Zugehörigkeit
- Anerkennung
- Selbstverwirklichung
- Wissen + Verständnis
- Ästhetik

◀ „Maslow und die Marken“: Marketing

1/13 — 12.06.11

wenke net

Maslow und die Marken

Warum Branding dem menschlichen Fühlen entspricht

Der Mensch ist seltsam, unergründlich, nicht in Worte und Theorien zu fassen. Sagen die einen. Andere sehen es gelassener: Mit einer gehörigen Portion Mut zur Generalisierung kann man sehr wohl vieler – vielleicht sogar aller – Menschen Verhalten über alle künstlich generierten Grenzen und scheinbaren Unterschiede hinweg typisieren, charakterisieren, prognostizieren. Als eine der stabilsten Modelle zur Darstellung und Erklärung menschlichen Verhaltens hat sich dabei das Modell des US-Psychologen Abraham Maslow erwiesen und bewährt. Grund genug, um es auf die heute so wichtige und dominante Rolle von Marken (Brands) und damit auch Marketing zu projizieren. Um zu sehen, warum und wie Marketing & Werbung wirklich funktionieren.

SICH NACH DER DECKE STRECKEN

Sie müssen sich selbst entscheiden:

Füllen Sie ‚nur‘ eine Lücke ...

... oder sind Sie eine Stütze des Gesamten

???? ???? ?? ?

