



Früh – bereits 1995 - wurden in Schwarzach nahe der Landeshauptstadt Bregenz in Österreichs westlichem Bundesland Vorarlberg die Weichen für den Wandel des klassischen Zeitungsverlages und Druckereiuunternehmens zum Crossmedia-Medienhaus gestellt.

Das Vorarlberger Medienhaus setzt Maßstäbe mit crossmedialer Produkt-Strategie

Nach genauer Analyse der eigenen Geschäftsprozesse wurden die Geschäftsprozesse vorhandener Kunden und potenzieller Kunden analysiert und auf Umsetzungsreife für die tägliche Medienpraxis untersucht.

Als vom charismatischen Verleger und Eigentümer des Vorarlberger Medienhauses Eugen A. Russ vorgelebte Maxime gilt, daß die Tageszeitung noch nützlicher für den Medienkonsumenten werden muß. Der Wert der Ware Information wird dabei für den Medienkonsumenten erkennbar ausgebaut. Und dies unter Nutzung aller möglichen Vertriebskanäle von Print bis Online, Radio und TV.



Grenzbalken gefallen: Europa wächst weiter



Der italienische Premierminister Robert Prodi und Österreichs Bundeskanzler Alfred Gusenbauer verlegen am Donnerstag in Brno und Petruska symbolisch einen Grenzstein. Heute wird die Schengenzone in Europa entscheidend vergrößert: Heute kommt Polen, Estland, Lettland, Litauen, Ungarn, Slowenien, Slowakei, Tschechien und Malta. Seiten A25

- POLITIK** Bush verbietet Arnie Schwarzenegger den Klimaschutz. Seiten 6/7
- LOKAL** Überfall auf Bäckerei in Bludenz. Seite 15
- TENNIS** Tamira Paszek erstmals an Weihnachten nicht bei der Familie. Sportteil

TITELSTORY

Internationale Trendsetter

Das Unternehmen wurde national und international mit einer konsequenten Multimedial-Strategie ausgerichtet. Der strategische Fokus zielt dabei immer auf regionale Vertriebsgebiete unter Umgehung großstädtischer Ballungszentren.

In Österreich werden mit den „Vorarlberger Nachrichten“ und „Neue Vorarlberger Tageszeitung“ zwei Tageszeitungen herausgegeben. Bei den „Vorarlberger Nachrichten“ beträgt der Anteil der Zeitungsabonnenten sensationelle 97 Prozent. Die „Vorarlberger Nachrichten“ haben montags bis freitags eine Auflage von 76.000 Exemplaren, samstags eine Aufla-



Sammler aus Leidenschaft. Kurt Anzobler (57) aus Bredens besitzt mehr als eine Million Bücher. Es kommt es nicht nur Leidenschaftlich, sondern verkauft sie auch zu günstigen Preisen. Der zum Lesen hat er selbst kaum. Der „Neue am Sonntag“ gewährt er einen Einblick in sein Reich. SEITEN 14/15

- Zeit des Schenkens** Die Psychologie des Schenkens und was sich vor allem Männer wünschen. SEITEN 34 bis 37
- Streit im Paradies** Jahrelanger Nachbarschaftsstreit stört die idyllische Idylle in Mäggers. SEITEN 18/19
- Bittere Niederlage** SCR Altach verliert zu Hause gegen das Tabellenschlusslicht Kärnten 0:1. SEITEN 94/95

Vorarlberger Nachrichten

FRÜH Nach 105 Tagen bis zu 4200 2007

Ländle ist letztes Bollwerk

AMIS-Skandal: Hohe Strafen für Manager

Südkorea macht Druck auf Nachbar

St. Anton

400.000 Exemplaren täglich. Jüngstes Kind in der internationalen Medienfamilie ist die im September 2007 gegründete Schweizer Gratis-Tageszeitung „ch“, die täglich mit 435.000 Exemplaren in der deutschsprachigen Schweiz vertrieben wird. 200.000 Exemplare werden dabei im Druckzentrum des Vorarlberger Medienhauses gedruckt. Das Vorarlberger Medienhaus ist mit weiteren Gesellschaftern daran maßgeblich beteiligt.

Erfolgreicher Medien-Mix

Zum Jahresende 2007 ist Print mit 85 Prozent Umsatzanteil die tragende Säule im Unternehmen.

Mit 15 Prozent Umsatzanteil der elektronischen Medien ist das Vorarlberger Medienhaus – international betrachtet – bereits auf einem sehr hohen Level bei der Vermarktung bezahlter elektronischer Medienangebote befindlich.

„Wir wollen den Umsatzanteil bei den elektronischen Medien in den nächsten fünf Jahren auf 40 bis 45 Prozent steigern. Bei jährlichen Wachstumsraten der elektronischen Medien von 50 bis 100 Prozent ist dies realistisch.“ so Eugen A. Russ im persönlichen Gespräch.

Über 100 Mitarbeiter sind innerhalb des Unternehmens mit elektronischen Medien beschäftigt. Dabei werden derzeit insgesamt 13,5 Millionen Euro im Jahr 2007 erwirtschaftet. Der reine Online-Umsatz beträgt 3,9 Millionen Euro für 2007.

Eugen A. Russ: „Auf lange Sicht gewinnt nur die Nummer 1“

Produkt-Portfolio

Vorarlberger Nachrichten
 Neue Vorarlberger Zeitung
 Vorarlberg Online
 Austria.com
 Teleport
 1036 Hallo
 Salzburg 24
 Beteiligung an Antenne Vorarlberg (49%)
 Beteiligung an Arabella Wien
 Ungarische Tageszeitungen
 Rumänische Tageszeitungen

Eugen A. Russ sieht sehr positive Perspektiven, die Medienpräsenz weiter ausbauen zu können. „In jedem Medienbereich gewinnt immer nur die Nummer 1 als Marktführer. Dann stimmt auch die Erlösqualität dieser Umsätze – das gilt auch für die elektronischen Medien.“

Der ORF hat derzeit 20 Prozent Medienreichweite in Vorarlberg, während das Vorarlberger Medienhaus mit 80 Prozent eindeutig die Nummer 1 ist.

„Wir führen mit unserem Medienmodell in Vorarlberg mit einem guten Vorsprung. Und wir haben dieses Modell oftmals erfolgreich kopiert.“

Es gibt beispielsweise 12 Klone von Vorarlberg-Online, die ähnlich oder ebenso erfolgreich arbeiten. Salzburg 24 ist un-

sere neueste Entwicklung im Online-Bereich. Das ist meines Wissens europaweit das erste Projekt, bei dem wir eine Tageszeitung publizieren, ohne dass wir diese Tageszeitung auch drucken.“

Die Erfolgsgeschichte des Medienhauses ist das Ergebnis eines sehr offenen, kommunikativen Führungsmodells, auf das Eugen A. Russ von den frühen Anfängen an gesetzt hat.

Mit MAN Roland Druckmaschinen als Generalunternehmer für den Zeitungsdruck wurden viele Projekte erfolgreich umgesetzt. Alle Werbeformen – Allongen, Flappen, Mäntel in verschiedenen Papierqualitäten (zum Beispiel Pergamentpa-



durchsetzbar. Als Gratis-Zeitung gibt es sehr positive Entwicklungen zu beobachten. Der Werbemarkt in Ungarn wie auch in Rumänien entwickelt sich mit sehr guten Wachstumsraten.

Ganzheitliche Serviceorientierung als Erfolgsmodell

Die Attraktivität der Medienangebote zu optimieren, steht bei Eugen A. Russ und seinem Team im Mittelpunkt. Das Medium Zeitung ist der wichtigste Erlösträger beim Vorarlberger Medienhaus.

Daher überrascht es nicht, dass das Vorarlberger Medienhaus permanent in die Kundenzufriedenheit investiert. Die Geschäftsmodelle der vorhandenen Kunden und potentieller Kunden genau zu kennen, sind der Schlüssel für zählbare Ergebnisse.

Und das schließt den permanenten Launch neuer Produkte ein.

Am Beispiel der elektronischen Medien wird deutlich, daß die fortführende und hochkarätige Ausbildung innerhalb der einzelnen Vertriebskanäle höchste Priorität genießt. Die Ausbildung der Sprecher für Radio und Internet-Videos wird mit höchster Professionalität betrieben. „Eine professionelle Sprechtechnik ist der tragende, wenn nicht der entscheidende Faktor bei der erfolgreichen Vermarktung von Videos“, ergänzt Eugen A. Russ.

pier), Längsperforationen auf der Broadsheet-Seite, Aufkleben von Werbemitteln wie MemoStick, MemoFlag und SpotOn werden dem werbetreibenden Kunden angeboten.

Ausländische Medienbeteiligungen arbeiten sehr erfolgreich

Eugen A. Russ Medienbeteiligungen in Ost-Ungarn und Rumänien entwickeln sich erfolgreich. Auch hier gilt es, Vermarktungsmodelle für die jeweilige Region zu entwickeln. Bezahl-Zeitungsmodelle sind beispielsweise in Rumänien kaum

Das Druckzentrum als Mehrwertfaktor

Im Druckhaus ist Wilfried Übelher die treibende Kraft, um der nachfragenden Klientel nach Druckerzeugnissen stets neueste und qualitativ hochwertigste Pro-



TITELSTORY

Internationale Trendsetter
Fortsetzung von Seite 5

dukte liefern zu können. Wöchentlich werden über 4 Millionen Zeitungen und 50 Zeitungstitel gedruckt. Und dabei sind die Anforderungen an die Zeitungstechnik sehr hoch gesteckt.

Eine individuell auf den Kunden zugeschnittene Ablauforganisation, eingebunden in optimierte Abläufe und immer offen für zukünftige Entwicklungen - das ist das Erfolgsrezept, dem wachsenden Kostendruck auf die Absatzpreise entgegenzuwirken und gleichzeitig mit innovativen Produkten neue Kunden zu gewinnen.

MAN Roland Druckmaschinen als Gesamt-Integrator

Das Integrationskonzept des Vorarlberger Medienhauses in Zusammenarbeit mit MAN Roland Druckmaschinen überzeugt. Dabei hat MAN Roland Druckmaschinen die Rolle des Generalunternehmers und verantwortlichen Systemintegrators übernommen.

Ein integriertes Anzeigen-Vermarktungskonzept basiert auf durchgängige Datenbankunterstützung im Unternehmen. Der Verlag verfügt über eine aktive Vernetzung mit der Drucktechnik und über höchste Transparenz des Fertigungspro-

zesses innerhalb der einzelnen Arbeitsschritte durch ein durchgängiges Produktionstracking.

Mit dem browserbasierten Trackingsystem GlobalTrack ist das Medienhaus Vorarlberg immer über den aktuellen Stand der Zeitungsproduktion informiert.

Auf Basis von IfraTrack/XML-Meldungen können Arbeitsschritte der Systeme im Verlag, Druckhaus und Versandraum in Echtzeitdarstellung am Bildschirm verfolgt werden.



Wilfried Übelher, Technischer Direktor beim Druckhaus Schwarzach, setzt auf Standards in der Produktion, verdruckt 60er-Raster und erreicht damit höchste Akzidenz-Druckqualität bei der Tageszeitungsproduktion.

Statusveränderungen in der Produktion werden sofort in der Produktion in übersichtlichen Darstellungen kenntlich gemacht.

Dabei weist GlobalTrack automatisch auf kritische Entwicklungen in der Produktion hin und setzt das Schwarzacher Druckhaus jederzeit in die Lage, entsprechend gegenzusteuern.

Dabei ist die Produktionsüberwachung über das Intranet von jedem beliebigen Arbeitsplatz aus möglich.

Die durchgängige Digitalisierung und Vernetzung des Workflows ist seit Jahren ein besonderes Anliegen von Wilfried Übelher: „Der digitale Workflow eröffnet uns entlang der gesamten Wertschöpfungskette eine Reihe von Synergiepoten-

tialen. Doppelarbeit wird dabei vermieden und die Informationen werden ohne Medienbrüche von Produktionsabschnitt zu Produktionsabschnitt weitergegeben.

Die Interaktivität zwischen den einzelnen Prozessschritten ist dabei in vollem Umfang gegeben.“

Diese Integration reicht von der frühzeitigen Blattplanung bis zum hochintegrierten Versandraum.

MAN Roland Druckmaschinen AG ist hier beim Vorarlberger Medienhaus als Gesamtintegrator aufgetreten.

Die PPI-Module PlanPag bietet weit mehr als die vorausschauende Seitenplanung: Sie ist die integrierte Produktionsplanung für die gesamte Zeitungsherstellung.

Und damit im Verlag alle Zeitungstitel konfliktfrei hergestellt werden können, basieren alle Produktionsparameter für die herzustellenden Zeitungstitel auf den von PECOM freigegebenen Produktionskatalogen.

Für die Redakteure bedeutet dies optimierte Unterstützung bei der täglichen redaktionellen Arbeit.

Nach der Migration von QuarkXPress auf InDesign kann der Redakteur eine von PlanPag zugewiesene Teilseite auf die Zeile genau mit redaktionellen Inhalten füllen.

Dem Anzeigenkunden wird technischer Fullservice – wenn gewünscht – angeboten. Dies reicht von der Gestaltung der Anzeigen über das Internet oder dem Download von Anzeigen-Vollvorlagen mit sofortiger Preisinformation und Auftragsbestätigung.

Dabei werden die Softwaremodule von evolver Media eingesetzt.

Einzelne Anzeigen oder Anzeigenserien können mit Unterstützung hausinterner Grafiker gemeinsam mit dem Kunden gestaltet werden.

Die Druckplatten werden mit Basisprint CtcP-Technologie hergestellt, bei der mit der neuen Rastertechnologie Sandystar ein 60er-Raster verwendet wird.

Das Ergebnis ist eine herausragende Akzidenzdruckqualität bei der Bildwiedergabe in der täglichen Zeitungsproduktion. Gedruckt wird auf einer 2x 48 Seiten Broadsheet MAN Geoman mit voller Vierfarb-Möglichkeit, Baujahr 1993.

Die enge Zusammenarbeit mit der Lieferindustrie – MAN Roland, Ferag und UPM-Kymmene - geht weit über die Lieferung von Hard- und Software und innovativem Zeitungsdruckpapier hinaus.

Ganzheitliches Projektmanagement mit dem Ziel, neue Produktkategorien im Druck anbieten zu können, konnten in den letzten Jahren erfolgreich mit den Partnern der Lieferindustrie realisiert werden.

Hochintegrierte MAN-Zeitungstechnik

■ PPI-Workflow-System

■ Druckvorstufe: basysPrint UV-57Z

■ 96 Seiten MAN Roland GEOMAN

2 Falzapparate

■ 6 Achtertürme für 96 Seiten Broadsheet, volle Vierfarbigkeit (1 Turm Wifag)

35.000 Exemplare pro Stunde

■ 2 Ferag-Versandraumlinien; Geschwindigkeit: 40.000 Exemplare pro Stunde und Versandlinie

„Qualität ist das Produkt fein aufeinander abgestimmter Prozesse“



Die rasanten Minis von Vorarlberg Online sind rasch an jedem Ort und nehmen per Videokamera die aktuellen Ereignisse für das crossmediale Medienangebot auf.

Dass sich die tägliche Suche nach Spitzenleistungen im Druck bezahlt macht, ist am Beispiel der Produktkategorie UPM Matt C nachvollziehbar. Dabei wird eine Produktqualität im Coldset erreicht, die dem Heatsetverfahren durchaus ebenbürtig ist.

Mit einer Grammatur von 60g/m² werden hier Spitzenergebnisse erzielt, die dem Verlag erweiterte Möglichkeiten des Beilagenmarketings auf höchstem Niveau eröffnen.

UPM Matt C für die Qualität der
Extra-Klasse

Diese außerordentliche Papierqualität wird seit Jahren beim Druckhaus Schwarzach mit großem Erfolg eingesetzt.

„Wir haben von Beginn an versucht, die bestmöglichen Ergebnisse mit Standards in der Druckvorstufe und beim Druck zu erreichen“, kommentiert Wilfried Übelher den eingeschlagenen Weg in der Technik.

„Wir sehen für die Papierqualität UPM Matt C steigende Nachfrage der internationalen Zeitungsverlage.“

Mit der damit erreichbaren Spitzenqualität können neue Kunden und Zielgruppen adressiert werden, die im Coldset-Verfahren eine Produktqualität wie bei Heatsetdruck erwarten können“, resümiert Sales Director Martin Moshhammer von UPM-Kymmene Austria.

Der Weg zur Spitzenqualität im Zeitungsdruck musste konsequent und hart erarbeitet werden.

Viele Tests, um die optimale Abstimmung zwischen Farbdeckung, eingesetzten Druckfarben, Druckmaschine und dem ge-

strichenen Magazinpapier UPM Matt C in der Grammatur 60g/m² zu finden, haben heute zu einem für die Verlagsindustrie richtungsweisenden Spitzen-Standard im Vorarlberger Medienhaus geführt.

Der Erfolg im regionalen wie überregionalen Markt bestätigt diese Strategie.

Das Vorarlberger Medienhaus setzt mit seiner erfolgreichen Crossmedia-Strategie in Marketing und höchsten Qualitätsprodukten im Druck internationale Maßstäbe.

Die starke Kernkompetenz von Print ist die Basis einer sehr erfolgreichen crossmedialen Markenpflege. *–karma-*

UPM Matt C - das gestrichene Papier für höchste Ansprüche im Coldset-Druckverfahren

Eine bahnbrechende Innovation bei den gestrichenen Papieren (MFC), die neue Dimensionen für den Coldset-Druck eröffnet. UPM Matt C eignet sich besonders für hochwertiges Werbematerial, Zeitungen, Zeitungsbeilagen.

Als erstes fällt die Helligkeit von UPM Matt C ins Auge, die die Grundlage für gute Kontraste und ein klares Druckbild bietet. Mit seinem hohen Weißgrad fördert das Papier die Reproduktion der gewünschten Farben.

- Oberfläche: Matt
- Druckverfahren: Coldset-Rollenoffsetdruck
- Sorte: gestrichenes holzhaltiges Papier
- Flächengewichte: 48.0 - 60.0 g/m²
- Produktionsstandort: Stracel



Herausragende Qualität mit UPM Matt C, Flächengewicht 60g/m²: Freude bei Wilfried Übelher und Martin Moshhammer, UPM-Kymmene Austria.