

Südtiroler Wirtschaftszeitung

29/04/2005 - Infos auf Knopfdruck

„Wiziway-Click on Tag“ – die neue digitale Brücke zwischen Papier und Internet

Bozen – Printmedien wie Zeitungen oder Kataloge haben nur einen beschränkten Platz. Mit einem neuen Service wird nun eine Brücke zum Internet geschaffen: Auf Knopfdruck gibt es Zusatzinformationen, Bilder, Filme, Preislisten oder Kaufangebote.

Die neuen Informationstechnologien haben sich in den vergangenen Jahren stark ausgebreitet. Internet und mobile Kommunikation sind tief in die Businesswelt vorgedrungen, und auch private Haushalte verfügen vielfach über einen Anschluss ans weltweite Netz. Die Befürchtung, dass Printmedien allmählich durch das Internet verdrängt werden, hat sich nicht bewahrheitet. Der Bücher- und Zeitschriftenmarkt floriert, und nach wie vor strahlen Produkte aus Hochglanzprospekten und Verkaufskatalogen. Es gibt kein Entweder-oder, sondern ein Sowohl-als-auch. Beide Medienformen, Druckmedien und digitale Medien, können mit ihren jeweiligen Vorteilen noch effizienter punkten, wenn ein Verbindungsweg, eine „Brücke“ zwischen beiden hergestellt wird, wenn sie sich gegenseitig ergänzen und damit in ihrer Wirkung potenzieren.

Ein neuartiges System namens „Wiziway-Click on Tag“, das weltweit patentiert wurde, ermöglicht die umfassende Nutzung der Komplementarität zwischen gedrucktem Text und Internet. Anders ausgedrückt: Mithilfe dieses Instrumentes kann eine neue Verbindung von gedruckten und digitalen Medien hergestellt werden. Seit drei Jahren erscheinen bereits verschiedenste Printprodukte wie Zeitungen, Fachbücher und Enzyklopädien in dieser Form, nämlich „interaktiv“.

Und wie funktioniert es? Das System setzt sich aus zwei Bestandteilen zusammen: der Internet-Adresse, welche in Form eines quadratischen 3x3 mm großen Textsymbols („Tag“) abgespeichert und im Printmedium mitgedruckt wird, und einem optischen Lesegerät („Clicker“). Per Klick am gedruckten Produkt (Zeitung, Katalog usw.) kann mit dem Lesegerät die digitale Information aufgerufen und am Bildschirm dargestellt werden.

Zwei Beispiele sollen veranschaulichen, welche Möglichkeiten geboten werden.

1. Eine Zeitung veröffentlicht in ihrem Sportteil einen Bericht über einen Halbmarathon, an dem sich 1500 Läufer in sechs Kategorien beteiligt haben. Jede/r Teilnehmer/in möchte am nächsten Tag eingehende Informationen über ihre Platzierung und die von Freunden und Bekannten. Es ist aber aus Platzgründen unmöglich, die Wertungslisten abzudrucken. Also beschränkt sich die Redaktion auf einen Bericht und eine Liste der Besten. Am Ende steht aber das erwähnte „Tag“; wer mehr wissen möchte, braucht lediglich das Symbol in der Zeitung anklicken – und schon erscheinen auf dem Bildschirm alle Wertungen. Auf die gleiche Art kann ein Printmedium den Leserinnen und Lesern eine ganze Reihe von Zusatzinformationen auch in anderen Bereichen geben oder ihnen Zugriff auf Gesuchsvordrucke, Fotoserien oder Tabellen und ergänzende Berichte gewähren.

2. Ein Werbekunde derselben Zeitung, etwa ein Autohändler, kann in einem Inserat auf ein neues Modell hinweisen und über das schon erwähnte Textsymbol am Rand der Anzeige Zugang zu einem Präsentationsfilm, Hinweise auf

Sonderausstattungen oder Preislisten gewähren. Ähnliches gilt auch für Kataloge: Das (gedruckte) Bild wird ergänzt durch Zusatzinformationen und/oder bewegte Bilder, die auf Knopfdruck gleichsam aus dem Internet zugeschaltet werden.

Dieser Weg der Information bringt eine Vielzahl von Vorteilen für den Anwender mit sich. Die Zeitersparnis bei der Informationssuche ist enorm, zudem ist die Handhabung bequem und übersichtlich. Datenmengen lassen sich um ein Vielfaches komprimieren, den gestiegenen Anforderungen an Mobilität und Aktualität an veröffentlichten Informationen kann schneller und kostengünstiger entsprochen werden. Druck- und Versandkosten können eingespart werden, wie am Beispiel des großen französischen Vertriebsunternehmens LMC gezeigt werden kann. LMC druckt seit zwei Jahren anstatt 1500-seitiger Kataloge nur mehr Kataloge mit 200 Seiten und gibt die gesamte Information durch das „Wiziway-Click on Tag“-System weiter. Die Technik ist einfach und ausgereift, die Straßen (Internet-Anschlüsse) sind vorhanden, es braucht nur noch genügend Verkehrsteilnehmer, die sich ein entsprechendes Vehikel zulegen, nämlich den bereits genannten „Clicker“, der nicht mehr kostet als ein gutes Abendessen. Mit wenigen Nutzern ist das System eine leere Schachtel, mit der Anzahl der Nutzer wächst aber dessen Bedeutung.

Zwei Südtiroler Unternehmer, Hannes Stampfer, Spezialist im Bereich Printproducing, und Ralph Greifeneder, Kommunikationsberater und Inhaber der Marketingagentur Sell Well, haben „die Chancen des neuen Systems erkannt“, wie sie betonen, und schlagen in Italien die Brücke zwischen Papier und Internet, indem sie das Verbindungssystem zwischen Printmedien und digitalen Medien vertreiben und auch die gesamte Vermarktung anbieten.

Die Anwendungsbereiche sind weit gesteckt und reichen von Kleinanzeigen in Zeitungen über Kartensysteme wie Straßen- oder Wanderkarten bis hin zu Produktkatalogen. Nicht nur private Unternehmen, sondern auch öffentliche Einrichtungen – vorwiegend im Bereich Bildung und Forschung – können von den immensen Vorteilen profitieren.

Als erstes italienisches Unternehmen seiner Branche setzt die Firma Gerhò aus Bozen bereits auf das neue System, mit dem Ziel, den Online-Umsatz innerhalb von zwei Jahren zu verdoppeln, obwohl dieser bereits heute überdurchschnittlich hoch ist. 30.000 potenziellen Kunden, den Zahnstudios, wird die Möglichkeit geboten, per Klick zu bestellen. „Durch die neuartige Hilfestellung, die sich beim Endkunden jetzt bietet, werden Unternehmen in der Vermarktung ihrer Produkte indirekt unterstützt, eine weitere Besonderheit, die das System bietet“, sagt Greifeneder.

Die Nachfrage nach dem neuen System ist laut Greifeneder „sehr groß“. Viele Unternehmen unterschiedlichster Größen und Branchen möchten in naher Zukunft „Wiziway-Click on Tag“ implementieren und ihren On line- Umsatz damit erhöhen oder einen Mehrwert schaffen. So hätten bereits das Technikum in Wien, Ferrari in Maranello und der AC Milan Interesse gezeigt.