Interview mit Max Rubens, Leiter Press International

Bern, März 2012.

Unterschiedliche Versandbestimmungen in den einzelnen Ländern stellen Verlage vor enorme Herausforderungen. Press International hat sich darauf spezialisiert, die Steine aus dem Weg zu räumen und offeriert Unternehmen auf sie zugeschnittene Lösungen und Services.

„Der internationale Versand von Zeitungen und Zeitschriften ist eine Wissenschaft für sich."

Herr Rubens, in der Schweiz werden immer mehr Publikationen von anderen Verlagen übernommen oder eingestellt. Auch in vielen anderen Ländern verschwinden Titel von der Bildfläche. Was bedeutet das für Press International?

Die zunehmende Konzentration vor allem im Pressemarkt zwingt uns, für das internationale Geschäft neue, innovative Services zu entwickeln. Services, die den Verlagen helfen, einerseits Kosten zu sparen, so dass sie sich auf ihr Kerngeschäft konzentrieren können, und andererseits zusätzliche Einnahmen zu generieren. Denn kurzfristig ist nicht damit zu rechnen, dass sich die Anzeigenmärkte nachhaltig erholen werden.

Welche zusätzlichen Services bieten Sie den Verlagen an?

Die meisten Medienhäuser erwirtschaften nur einen kleinen Teil ihres Umsatzes im Ausland. Dafür lohnen sich eigene Investitionen, zum Beispiel in spezielle Verpackungsmaschinen, nicht. Hierbei unterstützen wir die Verlage kompetent. Mit „Packing & Addressing“ stellen wir zum Beispiel sicher, dass die Versand- und Adressierungsvorgaben für jedes Land eingehalten werden, die entsprechende Versandfolie oder das passende Kuvert verwendet wird und die Zeitungen und Zeitschriften unbeschädigt ihr Ziel erreichen. Zudem übernehmen wir das komplette Verlagsmanagement. Dabei reicht das Spektrum von der Abonnentenverwaltung und -gewinnung über die Distribution bis hin zum Kioskvertrieb. Unser Ziel ist es, neben dem internationalen Versand und der Zustellung alle diese Services kompetent aus einer Hand anzubieten.

Ab welchen Ländern bieten Sie diese Dienstleistungen im Export an?

Grundsätzlich ab allen Ländern, in denen wir vertreten sind. In gewissen Ländern bieten wir zudem auch Lösungen für den jeweiligen nationalen Markt (z.B. alternative Zustelldienste und Presse-Nationalvertrieb für Verlage in Deutschland, Kioskbetreuung in der Deutschschweiz mit unserem eigenen Aussendienst).

Herr Rubens, Sie bieten Verlagen immer mehr Services und Mehrwerte an. Vernachlässigen Sie dadurch nicht Ihre eigenen Kernkompetenzen?

Nein, keineswegs. Wir bauen unsere Kernkompetenz, den internationalen Versand von Zeitungen und Zeitschriften sowie Kunden- und Mitarbeitermagazinen, weiter aus. Durch internationale Partnerschaften und Allianzen im Distributionsnetz von Swiss Post International und gute Kontakte zu anderen Postgesellschaften optimieren wir unsere Vertriebswege ständig. Je nach Priorität, zum Beispiel Laufzeit, Menge, Preis, Grösse oder Gewicht der Sendung, wählen wir den optimalen Zustellkanal aus.

Seit einiger Zeit bieten Sie auch digital gedruckte Publikationen an. Was verbirgt sich dahinter?

Per Digitaldruck ist es möglich, die Zustellzeiten von Zeitungen enorm zu verkürzen und den Leser in entfernten Regionen am Erscheinungstag zu beliefern. In der Schweiz bietet Press International diesen Service in Zusammenarbeit mit PostMail an. Dabei werden die

redaktionellen Inhalte elektronisch übermittelt und die Publikationen vor Ort gedruckt. Die Technik ist inzwischen soweit ausgereift, dass eine digital gedruckte Zeitung qualitativ vom herkömmlichen Druckverfahren kaum zu unterscheiden ist. So garantiert der Druck ab Rolle sogar das sogenannte „look and feel" einer konventionell gedruckten Zeitung.

Welche Potenziale bietet Ihrer Meinung nach die neue Technik?

Das digitale Druckverfahren lässt sich auch hervorragend dazu nutzen, Publikationen aller Art zu personalisieren und zu individualisieren. So ist es denkbar, dass sich der Leser am PC seine Wunschrubriken zusammenstellt und sie abonniert. Wir liefern ihm diese Zusammenstellung dann als fertig gedruckte Zeitung. Für das Marketing von Unternehmen ergeben sich hierdurch in Zukunft ungeahnte Möglichkeiten. Denken Sie nur daran, dass so auch individuelle auf den Leser zugeschnittene und personalisierte Anzeigen möglich sind oder Angebote, die genau seinen Bedürfnissen entsprechen.

Ihr Mutterkonzern, Swiss Post, bietet in Deutschland seit Ende November 2011 die persönliche Tageszeitung „My Newspaper" an. Ist Press International daran beteiligt?

Ja, wir sind an diesem Projekt beteiligt. Bereits 2009 hat Swiss Post erfolgreich die personalisierte Zeitung unter den Namen „PersonalNews" getestet. Dieses Modell ist gerade für international arbeitende Verlage in Kombination mit dem Digitaldruck hoch interessant. Schliesslich wird es auch in Zukunft Menschen geben, die Wert auf eine gedruckte Zeitung legen und nicht alles am Bildschirm lesen möchten.

In 2011 startete der Digitaldruck der Tageszeitungen „NZZ" und „Blick" für Zypern und Malta? Was genau beinhaltet diese Dienstleistung?

Das neue Geschäftsmodell der Swiss Post für den Versand von Presseerzeugnissen richtet sich gezielt an den Bedarf von Verlagshäusern, die Auslieferung von Zeitungen während der Ferienzeit oder anderen wichtigen Zeiträumen an die Nachfrage an einer bestimmten Destination anpassen zu können. Die internationale Ausgabe der Neuen Zürcher Zeitung (NZZ), der «Blick» und der «SonntagsBlick» werden seit Mitte 2011 elektronisch an Druckereien auf Zypern und die NZZ auch auf Malta geliefert, wo sie auf Zeitungspapier ausgedruckt und an Kioske, Hotels und in Einkaufsläden verteilt werden. Dank der digitalen Übermittlung der Daten entfällt die Lieferung per Flugzeug, was auch die

Umwelt schont und den Verlagen die hohen Frachtkosten ins Ausland erspart.

Wo werden Sie künftig die Schwerpunkte Ihrer Arbeit setzen?

Wir werden zum einen unsere Versandlösungen insbesondere ab Deutschland, Österreich, Grossbritannien, Asien und USA weiter ausbauen und zum anderen die Leistungen im Bereich des Verlagsmanagements forcieren sowie neue bzw. zusätzliche Distributionswege und Einnahmequellen für die Verlage weiterentwickeln. Dazu zählt zum Beispiel auch der internationale Press-Shop International im Internet. Verlage haben so die Möglichkeit den Bekanntheitsgrad ihrer Titel international zu steigern und ihr Image zu stärken. Unsere Dienstleitungen im Bereich der Lesergewinnung und –betreuung im Auftrag der Verlage werden weiterentwickelt. Ein weiterer Schwerpunkt ist die elektronische Distribution von Presse-Contents (Aufbereitung und Vertrieb von digitalen Ausgaben bzw. Inhalten).

Herr Rubens, herzlichen Dank für das Gespräch.

Kontakt: max.rubens@swisspost.com