

Intro	Abstract Purpose Past	Arne Schöllhorn – exPress				
				43	44	Zukunftsszenarien
Concepts	Attitudes Strategies Modalities			47	48	Szenario 7: Zukunft im digitalen Zeitalter
Partners	Students Teachers Institutions	51	52	Szenario 8: Integration digitaler Papier		
Spaces	Buildings Exhibitions Interspaces	55	56	Szenario 9: Entwicklung im Wettbewerb		
		59	60	Betrachtungen		
Output	Workshops Projects Events	63	64			
Extras	Business Statements Glossary	67	68	Zum Buch		
		71	72	Titel Abbildung		
						 <p>Zukunftsszenarien für das Druckgewerbe</p>
		<p>Zukunftsszenarien für das Druckgewerbe</p>				

Zusammenfassung

Das Projekt exPress bot und bietet in drei Schritten Gefässe für einen breiten Dialog über die Zukunft des Druckgewerbes. Ausgangspunkt für das Projekt war das in der Branche weit verbreitete Credo: «Der grafischen Industrie fehlen die Ideen für die Zukunft»:

Phase 1



Interviews mit Vertretern der Druckbranche zum Wandel der Vergangenheit und den Erwartungen für die Zukunft. – Die Ergebnisse hielt ich auf einer DVD und Gesprächszusammenfassungen für das Medienprodukt in Phase 3 fest.

Phase 2



Ein dreitägiger Szenario-Workshop zum Thema «Zukunftsszenarien für das Druckgewerbe» mit Teilnehmern aus dem Hyperwerk und Vertretern der Industrie. – 6 Zukunftsszenarien wurden entwickelt, ein reger Austausch fand statt und das Material wurde für die weitere Beschäftigung aufbereitet.

Phase 3



Ein 80-seitiges, personalisiertes Buch – Die Ergebnisse wurden in attraktiver und leicht zugänglicher Form für die weitere Diskussion zugänglich gemacht.

Am Schluss steht ein in im persönlichen Austausch entstandenes Stimmungs- und Meinungsbild zur Zukunft der Druckbranche, das als Denkanstoss und Gesprächsgrundlage für Entwicklungen in dieser bedrohten Branche dienen kann.

Ausgangslage und Ziel

Motivation

Als Polygraf war es nahe liegend, für mein Diplomprojekt ein Thema aus der grafischen Industrie zu bearbeiten. Schon während der Vorbereitungen im Vorfeld der Arbeit kristallisierte sich das allgemein konstatierte Credo heraus, welches den Anlass für das Projekt bot: «Der grafischen Branche fehlen Ideen für die Zukunft.»

Technische Lösung?

Ursprünglich hatte ich vor, diesem Umstand mit einer technischen Lösung zu begegnen. Doch bald stellte ich fest, dass eine weitere technische Erweiterung viel weniger benötigt würde, als ein ernsthafter Dialog über die Zukunft der Branche, die mir am Herzen liegt. So entstand das Projekt exPress, das versucht hat, eben diesen Dialog zu fördern.

Inspiration

Inspiration für mein Projekt fand ich in der Zukunftsstudie der Viscom, dem Arbeitgeberverband der Schweizerischen Druckindustrie, welche eine umfassende quantitative und wirtschaftliche Situationsanalyse, aber keine visionäre Synthese oder Ableitungen beinhaltet. Mein Diplomprojekt will den Fakten der Zukunftsstudie ein Stimmungsbild und konkrete Vorstellungen gegenüberstellen.

Vorgehen

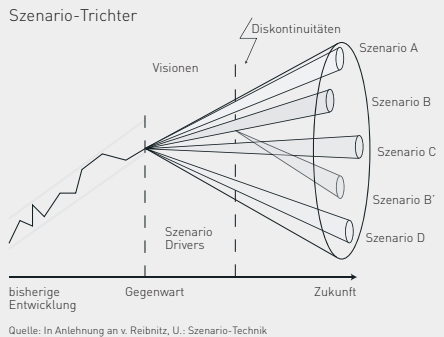
Dafür ermittelte ich vorhandene Vorstellungen zur Zukunft der grafischen Industrie. Diese wiederum waren die Ausgangsbasis, um in Zusammenarbeit mit Exponenten der grafischen Industrie Ideen für die Zukunft zu entwickeln. Die Ergebnisse würde ich der Branche in Form eines Medienprodukts zur Verfügung stellen.

Kontext – Zukunftsforschung

Jeder Entscheid beruht auf Informationen über die Vergangenheit (woher komme ich?), die Gegenwart (wo stehe ich?), aber auch die Zukunft (was sind mögliche Entwicklungen, wohin will ich?). Ohne Vorschau ist keine Entscheidung möglich. Früher ging man davon aus, dass die Zukunft berechenbar sei. Man glaubte, die richtige Theorie, das Sammeln von Daten, die Anwendung richtiger Methoden und genügend Geld würden zu einer Vorhersage der Zukunft führen. Heute vertritt kaum ein Zukunftsforscher noch diese Auffassung. Vielmehr geht es darum, alternative Zukünfte zu erfinden und Wege zu suchen, um das bevorzugte Ziel zu erreichen. Gleichzeitig wird der Fortschritt auf diesem Weg beobachtet und das wünschbare Ergebnis im Licht neuer Informationen und Erfahrungen im Zeitverlauf überprüft. Dabei überspringt die Zukunftsforschung bewusst die Grenzen akademischer Disziplinen. Ja, sie ist geradezu dazu gezwungen, geht es doch in den meisten Fällen um den Menschen, um seine Verhaltensweisen, welche umfassend nie allein mit wissenschaftlichen Methoden beschrieben werden können.

Heute ist eine Vielzahl von Methoden bekannt, die sich der Zukunft widmen. Eine dieser Methoden ist die Szenariotechnik, welche ich für meine Arbeit ausgewählt habe. Mittels der Szenariotechnik können mögliche alternative Zukünfte unter Einbeziehung externer und interner Einflüsse entwickelt werden. Auf diese Art wird auch der mögliche Verlauf einer Entwicklung vorweggenommen. Es wird jedoch nicht möglich sein, anhand der Szenariotechnik die Zukunft vorauszusagen oder Eintretenswahrscheinlichkeiten zu formulieren. Vielmehr sollen dynamische Systeme in ihrem Funktionsprozess begriffen, Möglichkeiten und Wünschbarkeiten entdeckt werden.

Die Kombination aus Szenariotechnik, Interviews und Buch ermöglichten einen lebendigen, ausgangsoffenen Dialog über die Zukunft des Druckgewerbes und ergänzt so die Faktenlage der Zukunftsstudie der Viscom.



Prozess

Konzeption / Partnersuche

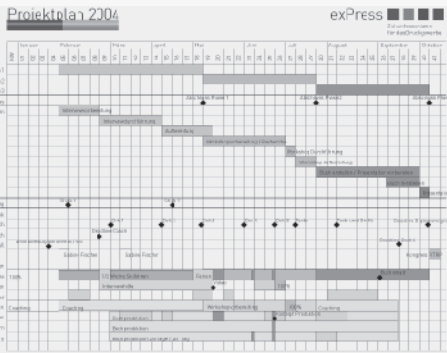
Nach der Konzeptionsphase, in welcher ich den Projektablauf skizzierte und kommunizierbar machte, suchte ich nach geeigneten Partnern, die das Projekt ideell und finanziell unterstützen sollten. Als ersten Partner konnte ich die UGRA, den Verein zur wissenschaftlichen Untersuchung der grafischen Industrie gewinnen. Die UGRA war insofern der ideale Partner, als dass sie an der Schnittstelle von Industrie, Bildung und Forschung steht. Nach der Recherche zum Thema Zukunftsforschung, in welcher ich entschied, die Szenariotechnik anzuwenden, konnte ich Dr. Gereon Klein vom SGZZ als Projektcoach und als Moderator für den Workshop gewinnen. Beide Partner begleiteten das Projekt über den gesamten Zeitraum. Weitere Projektpartner fand ich im Umfeld der Druckbranche. So unterstützte die Firma NexPress den Druck des Buches, die Firma Burkhardt beteiligte sich an den Kosten für den Einband, die Firma Antalis lieferte das Papier und das Papiermuseum öffnete seine Tore für die Teilnehmer des Workshops.

Interviews – das Sammeln von Zukunftsvorstellungen Einzelner

In Zusammenarbeit mit Erwin Widmer wählte ich 10 Persönlichkeiten in der grafischen Industrie, um bei diesen die vorhandenen Zukunftsvorstellungen und Stimmungen einzuholen.

Dafür wählten wir systeminterne und brancheninterne Experten. Systeminterne Experten arbeiten direkt in der Druckerei, brancheninterne in der grafischen Industrie, aber nicht direkt in der Druckerei. Der Entscheid, mit Leuten aus beiden Bereichen zu arbeiten, entsprang der Hoffnung, dass sich so ein breites Bild der vorhandenen Zukunftsvorstellungen ergeben würde.

Die Interviewpartner sind Chefs und Inhaber von Druckereien (Paul Buetiger, Peter Stämpfli, Hans Blatter), Experten aus den einzelnen Produktionsebenen (Marco Fanetti, Andreas Schaffner), Berater (Peter Karlen, Hannes Zaugg), Verbandsvertreter (Fritz Aebi, René Theiler) und Zulieferer (Thomas Häuptli). Die Interviews erfolgten bewusst in offener Gesprächsform im Umfeld der einzelnen Personen.



Der Projektplan



Interviewvorbereitungen



Interview mit Peter Stämpfli

Zwei Grundfragen bestimmten die einstündigen Gespräche: «Was hat sich in Ihren Augen in den letzten 15 Jahren in der Druckerei am meisten verändert?» und «Welche Chancen und Gefahren sehen Sie für die Zukunft?»

In diesen Einzelgesprächen verschaffte ich mir einen Überblick über die herrschende Stimmung bei Exponenten der grafischen Industrie, über ihr Verständnis des Wandels in der Zeit, ihre Meinung zur gegenwärtigen Situation, ihre Hoffnungen und Ängste für die Zukunft. Ich wollte wissen, was die Leute bewegt, welche Aspekte der Zukunft für sie entscheidend sind und welche als weniger entscheidend eingeschätzt werden. Die persönliche Erlebniswelt der Interviewten stand im Mittelpunkt. Die Interviews wurden auf Video aufgenommen.

Um das Material handhabbar zu machen, folgten weitere Schritte zur Kondensation der ausschlaggebenden Aussagen: Nach den Interviews fertigte ich ein Gesprächsprotokoll an und transkribierte ausgewählte Passagen. Schliesslich entstanden eine DVD mit den entscheidenden Gesprächsaussagen zu den Themen Vergangenheit, Marktveränderungen, Kooperation, Medienmix und Zukunft sowie das Material für das Buch, in welchem jedes Gespräch auf einer Doppelseite auszugsweise wiedergegeben wird.

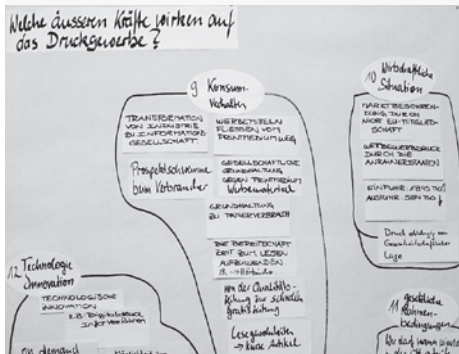


Screenshot der DVD

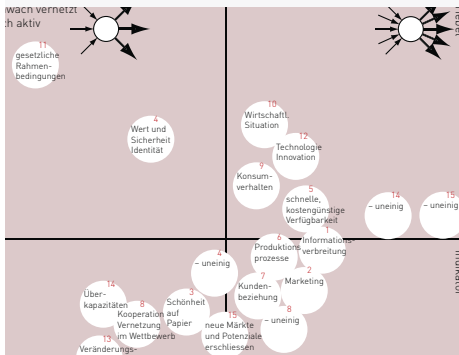
„Ich denke, es wird nicht mehr lange dauern, bis die Leute den Prozess nicht mehr verstehen müssen, um gute Resultate zu erzielen.“ (Marco Fanetti)

„Die Branche hat überhaupt keine Innovationskultur.“ (Peter Karlen)

„Die Frage, wie die elektronischen die gedruckten Medien beeinflussen, ist matchentscheidend. Es ist jetzt matchentscheidend, denn wenn diese Sachen erstmal greifen, ist es definitiv zu spät, um zu reagieren.“ (Peter Stämpfli)



Detail der Systemanalyse – Festgehaltene Diskussion zum Thema «Welche äusseren Kräfte wirken auf das Druckgewerbe».



Detail der Konsensmatrix, Ergebnis der Wechselwirkungsanalyse

Szenarioworkshop – das gemeinsame Entwickeln von Zukunftsbildern

Zusammen mit Dr. Gereon Klein, organisierte ich einen 3-tägigen Workshop, in welchem Zukunftsszenarien für das Druckgewerbe entwickelt wurden. Bald stand die Trägerschaft durch das HyperWerk FHBB und die UGRA fest. Dem Anliegen des HyperWerks folgend, brachten wir erfahrene Praktiker mit jungen, ideenreichen Studenten zusammen. Wir folgten im Workshop der von Dr. Gereon Klein und Prof. Hans Graf entwickelten Dramaturgie des Zukunftsgipfels. Der Workshop setzte sich aus vier Teilen zusammen:

1. System-Analyse – Das System Druckgewerbe wurde in einem offenen, moderierten Gespräch beleuchtet und Schlüsselfaktoren identifiziert.
2. Wechselwirkungsanalyse – Die Schlüsselfaktoren wurden auf ihre Wechselwirkungen hin analysiert, die Ergebnisse grafisch dargestellt und im Plenum diskutiert.
3. Szenarioentwicklung – In Gruppen wurden drei Branchen- und drei Druckerei-Szenarien mit verschiedenen Blickrichtungen entwickelt. Die Branchenszenarien hatten die Blickrichtungen «Dynamik wie gewohnt», «Jeder gegen jeden» und «Märkte ohne Grenzen». Die Druckereiszenarien trugen die Labels «Druckerei ohne Papier», «Umbrüche in der Produktion» und «Druckerei im Wettbewerb» – Ergebnis waren 6 Szenarien, dargestellt auf Pinwänden und künstlerisch umgesetzt auf einem Plakat. Die Ergebnisse wurden gruppenweise präsentiert.
4. Betrachtungen – Externe Referenten ergänzten die Szenarien um pointierte Sichtweisen und der Workshop wurde abgeschlossen.

Begleitet wurde das Programm von einem Besuch im Papiermuseum.



Szenarienentwicklung

exPress – Natürlich ein Buch

Der dialogische Charakter des Projektes legte es nahe, dass die Ergebnisse für die weitere Beschäftigung zugänglich gemacht wurden. Dass das geplante Medienprodukt in Form eines Buches vorliegen sollte, stand schnell fest. Nicht aus Prinzip, sondern weil es das am einfachsten zugängliche Medium ist und den Lesern in der Wissensaufnahme entgegenkommt. Eine DVD, CD-Rom oder eine Web-Plattform bergen neben all ihren Vorteilen noch immer eine gewisse Schnittstellenproblematik.

Noch vor einigen Jahren wäre es in diesem Rahmen nicht möglich gewesen, ein solches Buch herzustellen. Zu gross der Aufwand, ein schön gedrucktes Buch mit hochwertigem Einband zu produzieren. Inzwischen ist das viel einfacher. Dank des Digitaldruckes und moderner Buchherstellungstechniken ist sogar die Anfertigung eines einzelnen Exemplars zu einem vernünftigen Preis möglich. Zudem können kleine Serien hochwertiger Drucksachen individualisiert werden. Alle dazu nötigen Mittel standen mir zur Verfügung und zur Umsetzung fand ich Partner wie die Buchbinderei Burkhardt und die Firma NexPress. Unter Berücksichtigung dieser Rahmenbedingungen entwickelte ich zusammen mit Ivan Weiss, Xaver Zimmermann und Robert Gehrig das Gestaltungskonzept zum Buch. Wir entschieden, dass jedes Exemplar ein Unikat werden soll, was soviel bedeutet, dass zwar die Inhalte eines jeden Buches identisch sind, sie sich aber in der persönlichen Anrede des Lesers und in den individuellen Bildern voneinander unterscheiden.



Layout des Buches...

Ergebnisse und Produkte

Das Buch

Das konkreteste Produkt meiner Arbeit ist mit Sicherheit das Buch. Auf 80 Seiten stelle ich die gewonnen Ergebnisse und Erkenntnisse dar. Den Projektverlauf, die Interviews, den Workshop, die Zukunftsszenarien und die Arbeit am Buch selbst. Das Buch hat, neben der Darstellung des Inhaltes, weitere Funktionen. Primär ist es ein einfach konsumierbares Objekt mit einem Anspruch auf Schönheit. Sekundär ist es ein Statement zum Thema «Möglichkeiten des Drucks heute». Die einzelnen Bücher sind Unikate. Sie unterscheiden sich in der Bildauswahl und sind personalisiert. Zudem erscheint die Auflage als Kleinstserie, wie sie vor ein paar Jahren undenkbar gewesen wäre. Schliesslich ist das Buch auch ein Medium zur Vernetzung und damit Teil eines grösseren Ganzen. Es ist ein Angebot an den Leser, sich über die Grenzen des Projektes mit dem Thema «Zukunft des Druckgewerbes» auseinanderzusetzen und sich mit anderen Menschen zu vernetzen.

Der Dialog und das Netz

Das Projekt «exPress» wurde nur durch Zusammenarbeit und dem vertrauensvollen Gedankenaustausch zwischen den Projektbeteiligten möglich. Vielleicht ist auch deshalb eines der wesentlichen Resultate meines Projektes die Erkenntnis, dass Kooperation von Fachleuten verschiedener Wissensrichtungen die entscheidende Kernkompetenz für die Zukunft auch in der grafischen Industrie ist. Dieses Ergebnis bestätigt mich in meiner Einschätzung, dass das Gewicht sich zukünftig von den technischen Lösungen weg hin zu einem kreativen Dialog der Fachleute verschieben wird.

Die Aussicht

Das Projekt exPress ist zwar praktisch abgeschlossen, die weitere Beschäftigung mit dem Thema hat aber schon begonnen.

- Am 19. November werde ich exPress am Digitaldruckkongress in Mainz vorstellen.
- Die UGRA hat Interesse angemeldet, die Ergebnisse und Methoden in eine zukünftige Studie der Viscom einfließen zu lassen.
- Mit dem Verband VSD bin ich im Gespräch, eine breit gestützte Diskussion über strategische Aspekte der Branchenentwicklung zu initiieren. Konkret soll das Branchenportal mediaforum.ch um eine entsprechende Plattform erweitert werden.

Analyse

Hat es funktioniert?

Ich konnte die Versprechen an meine Partner einlösen. Ich habe die Interviews durchgeführt, ein Gefäß zur Ideengenerierung initiiert und die Resultate kommunizierbar gemacht.

Ich verbrachte viel Zeit mit Erklärungs- und Überzeugungsarbeit in der Projektplanung und mit der Organisation und Koordination für die praktische Durchführung. Insbesondere die Lobbyarbeit für mein Projekt brachte mich mit vielen Menschen in Kontakt. Ich habe viel Goodwill und Engagement angetroffen. Namhafte Partner engagierten sich im Projekt und unterstützten es sowohl finanziell als auch ideell. Viele Freunde und Studenten haben mich in der konkreten Umsetzungsarbeit unterstützt.

Interview

Der Austausch mit den Interviewpartnern war sehr informativ und inspirierend. Ich habe verschiedene Argumentationsräume angetroffen. Aus den Feedbacks meiner Gesprächspartner habe ich den Eindruck gewonnen, dass auch sie neue Erkenntnisse fanden. Ich konnte mit dem Kennen lernen verschiedener Betriebe und Personen mein eigenes Selbstverständnis überprüfen und revidieren. Im Rahmen dieser Interviewreihe fanden wir leider keinen Interviewpartner aus einem Kleinunternehmen, der das Bild komplettiert hätte. Kleinunternehmen bis 10 Personen stellen ja immerhin 85% der grafischen Betriebe dar.

Workshop

Im Workshop konnten Gedanken entwickelt und geklärt werden ohne diese direkt zu bewerten. Die Teilnehmer entwickelten Interesse und Neugier. Auf diese Weise wurde Kooperation konkret erlebbar. In diesem Vorgehen sehe ich eine wertvolle Technik zur Wissensgenerierung. Das Zusammentreffen von Praktikern und Studenten war hemmend und konstruktiv zugleich. Die Studenten nahmen tendenziell eine lernende, konsumierende Haltung ein. Bei den Praktikern wurde eher Zurückhaltung beim Veränderungsdenken spürbar. Die Haltungen der beiden Teilnehmergruppen haben nicht zu einem inspirierenden Feuerwerk neuer Ideen geführt. Es hat jedoch ein intensives Kennen lernen der verschieden Denkwelten stattgefunden.

These right time right place

RTRP kreist um die Fragestellung, wie, wann und wo ein gewünschter Prozess gezielt ausgelöst und gleichzeitig flexibel und kontinuierlich begleitet werden kann, so dass eine transformierende Eigendynamik einsetzt.

Ich habe mit dem Projekt exPress in das System Druckbranche eingegriffen. Das macht vor dem Hintergrund von RTRP sowohl in Bezug auf den Ort (Das Druckgewerbe) wie auch die Zeit (Die Druckerei am Scheideweg zwischen Industrie und Postindustrie) Sinn:

Die Druckbranche steht heute an der Schnittstelle zwischen Industrie und Postindustrie. Die Branche, die sich seit Gutenberg nur wenig verändert hat, steht unter massivem Druck. Die Technologie hat grosse Sprünge gemacht. Internet und Desktop-Publishing haben zu grossen Veränderung im Publishing-Markt geführt und weitere grosse Veränderungen stehen vor der Tür. Die Druckerei hat viele ihrer Produktionsmonopole verloren. Setzen und Drucken kann in vielen Bereichen ausserhalb eines spezialisierten Unternehmens stattfinden.

Das führt zu grosser Verunsicherung und die Strategien im Umgang mit dieser Verunsicherung sind höchst unterschiedlich. Die jahrhundertealte Tradition hat die Branche mit grossem, unverrückbarem, ja sogar statischem Selbstverständnis ausgestattet. Die Unbeweglichkeit ist in der heutigen Situation, wo Flexibilität und Innovationsfreude gefragt sind, sehr hinderlich und führt dazu, dass viele Chancen ungenutzt vorbei ziehen.

In dieser Situation ist es sinnvoll, einen offenen Dialog über Chancen und Risiken für die Zukunft zu initiieren. Der ergebnisoffene Austausch der am Prozess Beteiligten sehe ich als Möglichkeit, die geforderte Transformation des Selbstverständnisses zu begleiten und neue Potenziale zu entdecken.

Fazit / Lessons learnt

Reise durch das Druckgewerbe

In meinem Diplomjahr habe ich eine «Reise» quer durch das Druckgewerbe unternommen und dabei einen Mix von verschiedenen Methoden genutzt. Gemeinsam war den einzelnen Schritten, dass die Interaktion, der Gedankenaustausch zwischen zwei oder mehreren Menschen, im Zentrum stand. Ich habe viele Personen gesprochen und mit einander ins Gespräch gebracht.

Ich konnte eine breite Palette an Kommunikationsformen ausprobieren und kennen lernen:

- In den Interviews erreichte ich Menschen in einer Eins-zu-Eins-Situation. Hinzu kamen Video, Gesprächsauswertung und Transkription.
- Im Workshop arbeitete ich mit einer Gruppe. Ich bereitete den Anlass vor, half bei der Moderation mit und bereitete die Resultate auf.
- Mit dem Buch möchte ich sowohl den Prozess dokumentieren als auch nachhaltig die ganze Gruppe erreichen und im besten Fall miteinander in Beziehung setzen.

Vernetzung

Mit dem Einsatz verschiedener Methoden war es möglich, Fachleute aus verschiedenen Richtungen in den Prozess zu integrieren und zu vernetzen. Das Netz, das durch die Arbeit entstanden ist hat Beispielcharakter für die notwendige Vernetzung innerhalb der Druckindustrie und kann deshalb auch als Gegenstand der Zukunftsperspektive verstanden und genutzt werden.

Wunsch

Ich wünsche mir, dass die Chancen und Risiken für die Zukunft im Druckgewerbe weiter bearbeitet werden. An diesem Dialog sollten möglichst viele Interessensgruppen teilnehmen. Denn mit neugierigen und engagierten Menschen kooperativ die Zukunft zu entwerfen, kann ein ausserordentliches Potenzial freisetzen. Diesen Prozess möchte ich gerne weiter begleiten und unterstützen.

Feedbacks

Aus den Interviewfeedbacks

«Für mich war das eine interessante Stunde. Ich denke nur in solchen Gesprächen öffnen sich neue Horizonte.»

«Das Interview hat mich interessiert. Es gibt ja immer wieder Gelegenheit, die eigenen Ideen und Gedanken zu überprüfen.»

Aus den Workshopfeedbacks

«Für mich war es interessant mit Workshop Teilnehmer aus der privaten Industrie zu arbeiten. Auch konnte ich neue Inputs zu meinem eigenen Berufsbild dort erwerben.»

«Einer der besten Workshops in 3 Jahren HyperWerk!»

«Ich habe von der Haltung und der Erfahrung der externe Teilnehmer sehr viel lernen können. Es war sehr spannend die Dynamik, welche zwischen den Studenten und den Berufstätigen entstanden ist, zu erleben. Die Haltung der externen Teilnehmer war sehr mit der Berufserfahrung und der Berufszugehörigkeit verbunden. Der Betrachtungswinkel hat sich dadurch sehr von unserem unterschieden. Wir Studenten konnten viel davon profitieren. Ein reger Austausch fand in allen Etappen des Workshops statt.»

«Das Thema, wie es im Workshop bearbeitet wurde hat am HyperWerk ein hohes Gewicht. HyperWerk strebt ja danach, den Wandel in der Gesellschaft früh genug zu erkennen und zu reagieren.»

«Wenn man sich mit der Zukunft auseinandersetzt, ist das grundsätzlich immer gut. Es hilft einem den Blick zu schärfen.»

«Der Viscom lässt alle drei Jahre eine Zukunftsstudie machen. Dort sollten diese Techniken mit berücksichtigt werden.»

«Nicht alles ist so einfach und fassbar, wie es im Moment scheint.»

Literaturverzeichnis

- Das qualitative Interview*, Ulrike Froschauer, Manfred Lueger; UTB (2003)
- Die falschen Propheten*, H. Reichholf; Wagenbach (2002)
- Die Zukunftsmacher*, Bert Beyers; Campus (1999)
- Gestern begann die Zukunft*, Hilmar Hoffmann; Wissenschaftliche Buchgesellschaft (1994)
- Gutenberg Galaxy*, H. Marshall McLuhan; University of Toronto Press (1965)
- Gutenberg und seine Wirkung*, Stephan Füssel, Insel (1999)
- In die Zukunft führen*, Hans Georg Graf, Gereon Klein; Rüegger (2003)
- Kurzmoderation*, Karin Klebert, Einhard Schrader, Walter G. Straub; Windmühle (1985)
- Schnittstelle Gutenberg (CD-ROM)*, Gutenberg Museum Mainz und Institut für Mediengestaltung (Hrsg.); Verlag Hermann Schmidt (2000)
- Szenario-Technik*, Ute von Reibnitz; Th. Gabler (1992)
- Utopieforschung*, Wilhelm Voßkamp (Hrsg.); Suhrkamp (1985)
- Visualisieren, Präsentieren, Moderieren*, Josef W. Seifer; Gabal (2003)
- Wege zur Zukunftsfähigkeit*, Heino Apel (Hrsg.), Dorothee Dernbach (Hrsg.), Thomas Ködelpeter (Hrsg.), Peter Weinbrenner (Hrsg.); Stiftung Mitarbeit
- Zukunftswerkstatt und Szenariotechnik*, Olaf Albers, Arno Broux, Peter Thiesen; Belz (1999)
- Zukunftsforschung und Politik*, Rolf Kreibich, Weert Canzler, Klaus Burmeister; Belz (1991)
- Netlexikon, Utopia, <http://www.net-lexikon.de/Utopia.html>
- Rolf Schwendter, Utopie, <http://www.nadir.org/nadir/archiv/PolitischeStroemungen/utopie>
- Sowi-Online.de, Szenariotechnik, <http://www.sowi-online.de/methoden/dokumente/szenariotechnik.htm>
- The book arts net, History, is it a book?, <http://www.philobiblon.com/isitabook/history>
- The ultimate ScienceFiction Webguide, <http://www.magicdragon.com/UltimateSF>
- UGRA, <http://www.ugra.ch>
- Universität Paderborn, Szenario-Management, <http://www.hni.upb.de/rip/im/scenario>
- Ute von Reibnitz, SCENARIOS + VISION, <http://www.scenarios-vision.com>

Credits und Dank

Ich möchte an dieser Stelle allen danken, die zum Gelingen des Projektes exPress beigetragen haben. Dem Projektteam, den Partner und Sponsoren, den Interviewpartnern, Workshopteilnehmer und Büropartnern.

Projektteam:

Annett Altvater, Erwin Widmer, Florian Suter, Gereon Klein, Ivan Weiss, Kenneth Brönnimann, Peter Schär, Robert Gehrig, Rudolf Bächlin, Xaver Zimmermann.

Coaching:

Dr. Gereon Klein, Prof. Mischa Schaub

Partner/Sponsoren:

UGRA, St.Gallen

HyperWerk FHBB, Basel

Gereon Klein, Blauhaus/SGZZ, Freiburg/St. Gallen

NexPress, Bern

Buchbinderei Burkhardt, Mönchaltorf

Antalis, Lupfig

Papiermuseum, Basel

Digitaldruckforum, Mainz

Netlive, Teufen

Weiterführende Informationen im Internet

<http://www.express04.net>

hyperforum
basel

hyperstudio
beider
basel

fachhochschule
hyperwerk

hyperwerk.ch

hyperwerk.ch

236
and
236
hyperwerk.ch

922
hyperwerk.ch

269
hyperwerk.ch

269
hyperwerk.ch

switzerland

61
hyperwerk.ch

61
hyperwerk.ch

basel
hyperwerk.ch

+41
hyperwerk.ch

+41
hyperwerk.ch

url
hyperwerk.ch

email
hyperwerk.ch

fax
hyperwerk.ch

tel
hyperwerk.ch

4051
hyperwerk.ch

tel
hyperwerk.ch