

# PRINT & PRODUKTION

Das Magazin für Druck + Medien

## **bvdm**

Digitaldruckkongress

Seite 44

## **EWPA**

Mitgliederversammlung

Seite 45

## **Forum Prägefolien Veredelung**

Seite 46

Ihr Printspezialist wünscht frohe Weihnachten und ein gesundes Jahr 2019.

www.vogt-druck.de



### **Cortina Anwendertreffen**

Networking und Praxisaustausch auf hohem Niveau. Seite 16



### **Hauptsache auffallen**

Mit veredelten Printprodukten Aufmerksamkeit erzielen. Seite 37



### **Werbetechnik 2019**

Die Viscom verändert ihr Gesicht. Neues Konzept überzeugt. Seite 21

## „The Inkjet Conference“ bleibt auf Wachstumskurs



Mit 550 Teilnehmern aus 26 Ländern verzeichnete die fünfte Ausgabe von The Inkjet Conference (TheIJC) einen neuen Rekord.

In nur fünf Jahren hat sich TheIJC als Treffpunkt der Tintenstrahl-Industrie etabliert; als Ort an dem alle größten Druckkopfhersteller und Vertreter der Schlüsselindustrien die Zukunft planen. Neben dem Fachpersonal von den leitenden Systemintegratoren wie Domino, Durst, EFI, Inca, Kerajet, Markem-Imaje und System Group nahmen auch Innovationsexperten von z.B. Boeing, Bosch, Nike, Saint Gobain oder Tetra Pak, sowie die wichtigsten Forschungsinstitute an dem Event teil. Die Themen der Konferenz befassten sich damit, wie Inkjet als Herstellungsverfahren in der Luftfahrt, Verpackung, Sportbekleidung und Design sowie in Textilien, Keramik, Laminaten,

Sicherheitsdruck und Grafik eingesetzt wird. Dieses Jahr behandelten viele Vorträge auch die gedruckte Elektronik und die Entwicklungen in den biomedizinischen Anwendungen.

### Umfassendes Programm

In einem Programm von 61 Präsentationen, die auf drei parallele Tracks verteilt waren, konnte jeder Teilnehmer Themen von besonderem beruflichen Interesse auswählen, die von Hardwarekomponenten, Systemintegration, Software, Vision-Sensoren bis zu Tintenzusammensetzung, Flüssigkeiten, Innovation und akademischer Forschung reichten. Alle Redner konkurrierten um den prestigeträchtigen Best

Speaker Award, den das Publikum über die Konferenz-App gewählt hatte. Das lang erwartete Urteil lautete wie folgt:

- Bester Redner von den Plenarsitzungen: John Corral (Industrial Inkjet); 2. und 3. Platz: Dan Denofsky (Kodak), Jason Remnant (Xaar).
- Beste Rednerin vom Track 1: Yolanda Justo (ChemStream); 2. und 3. Platz: Steffen Orth (Hapa), Clayton Sampson (Cyan Tec).
- Bester Redner vom Track 2: Thomas Willers (Krüss); 2. und 3. Platz: Daisuke Hamada (Kao Collins), Simon Daplyn (Sensient).
- Bester Redner vom Track 3: Tri Tuladhar (TriModal); 2. und 3. Platz: Florian Bourguet (iPrint Institute), Olga Kiefer (Heinrich Heine University Düsseldorf).

### ESMA ist Organisator

Organisiert von dem Europäischen Verband für Hersteller der Spezialdruckindustrie (ESMA), Digital Direct Technologies Ltd., in Zusammenarbeit mit der drupa, gesponsert von MS Italy und mit Medienunterstützung von „Specialist Printing Worldwide“, hat TheIJC bereits das Bewerbungsverfahren für die bevorstehenden Veranstaltungen geöffnet.

Nach der erfolgreichen Premiere am Anfang dieses Jahres kehrt die Konferenz am 22.-23. Mai 2019 nach Chicago O'Hare zurück. Die 6. Ausgabe der europäischen Veranstaltung findet am 29.-30. Oktober 2019 im Crowne Plaza Düsseldorf statt. Alle, die an einer Stand- und Präsentationsbuchung interessiert sind, wenden sich bitte an [info@esma.com](mailto:info@esma.com).

## Zukunft der Medienproduktion – großes Potenzial

Wie sieht die Medienproduktion der Zukunft aus? Diese Frage beantworteten die Experten der Crossmedia-Roadshow des Fachverbands Medienproduktion e.V. in Kooperation mit Johnen Druck in Stuttgart, Frankfurt und Hamburg. Dabei wurden nicht nur wichtige Handlungsempfehlungen diskutiert, sondern auch die vielfältigen Potenziale der zukünftigen Medienproduktion aufgezeigt.

### Print bleibt

Wichtige Erkenntnis: In Zukunft wird alles digital umgesetzt, was sich digital umsetzen lässt. Dabei bleibt Print nicht auf der Strecke – im Gegenteil: Print bekommt als enorm wichtiges Pushmedium eine neue Bedeutung und eine neue Positionierung.

Neben dieser Ausgangslage ist auf der Crossmedia-Roadshow deutlich geworden, dass Mar-

keter in Zukunft nicht umhin kommen, sich noch intensiver mit ihrer Zielgruppe und deren medialer Erreichbarkeit auseinanderzusetzen. Die Ansprüche der Menschen an Produkte, Marken und Unternehmen haben sich derart verändert, dass weniger deren Nutzen im Mittelpunkt des Interesses steht, sondern vielmehr deren Mehrwert, den der Konsument für sich in Anspruch nimmt.

Im Umfeld der Forderung „Ich, hier, immer und sofort“ spielt das sogenannte Experience Business, das Schaffen eines Kundenerlebnisses, für die Werbungtreibenden eine wichtige Rolle.

Eine gute Customer Experience entsteht durch die richtige Kombination aus Kundenwissen, Kreativität und Relevanz. Es gilt, den Kunden zur richtigen Zeit auf dem richtigen Medium in der richtigen Sprache zu erreichen.

### Umgang mit Kundendaten

Kundendaten und -informationen müssen gesammelt, ausgewertet und für die automatisierte Medienproduktion aufbereitet werden. Das betrifft sowohl die Interessen der Zielgruppen als auch die Wirkweise und Nutzen der einzelnen Medien in Bezug zur Zielgruppe. Dabei spielen die Offline-Kanäle eine immer bedeutendere Rolle, wobei die Print-Ausleitung nicht zu unterschätzen ist. Das persönliche Gespräch und Print als Medienkanal bleiben vorerst die „letzten freien Königreiche“, die werbungstreibende Unternehmen uneingeschränkt selbst kontrollieren können. Alle digitalen Kanäle werden zwar weiter wachsen und an Bedeutung gewinnen, hier ist die externe Kontrolle und deren Einfluss von Großkonzernen wie Google und Consorten jedoch nicht zu unterschätzen. <http://www.mdz-roadshow.de>