



# PRINT & DIGITAL CONVENTION LÖSUNGSANBIETER STATT MESSE

Die PRINT digital! CONVENTION 2018 Ende April in Düsseldorf hatte Format und war eine Fachveranstaltung, wie sie wünschenswert ist: kurzweilig, informativ und mit einer gehörigen Portion Know-how-Transfer. Inzwischen wird weiter am Konzept gefeilt. Noch mehr als bisher soll der Community-Charakter dazu dienen, Trends und neue Geschäftsmodelle aufzuzeigen.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

**N**ach der erfolgreichen Kongress-Messe ›Tage der Medienproduktion/PRINT digital! CONVENTION‹ ist die Planung für 2019 in vollem Gange. Druckmarkt hat sich mit den Machern der Kongress-Messe Sabine Geldermann, Director drupa und Global Head Print Technologies, und Rüdiger Maaß, Geschäftsführer Fachverband Medienproduktion e. V., unterhalten und die ersten Neuerungen für 2019 in Erfahrung gebracht.

**Mit über 1.000 Besuchern und über 70 Ausstellern haben Sie in 2018 Ihren Erfolg aus 2017 verdoppelt. Herzlichen Glückwunsch dazu. Können Sie jetzt schon etwas zum Event 2019 sagen?**

**Rüdiger Maaß:** Klar, die letzten Wochen nach unserem Event in Düsseldorf dienten einer intensiven Nachbetrachtung mit einem Blick nach vorn. Die umfangreichen, überaus konstruktiven und kreativen Rückmeldungen der Teilnehmer auf Aussteller- und Besucherseite ermöglichen konzeptionelle Anpassungen für die nächste Convention im Jahr 2019. Die wohl vorerst wichtigste Information ist der Termin für 2019 – und der steht schon fest: Das Event findet am 7. und 8. Mai 2019 – wieder im CCD Congress Center Düsseldorf – statt.

**Sabine Geldermann:** Ein weiterer wichtiger Schritt ist die klare und fokussierte Positionierung des Events hinsichtlich der Namensgebung und des Logos. Unsere Anpassungen schaffen Orientierung und eine noch stringendere Herausstellung des Themenspektrums. Die Rückmeldungen der Besucher und Aussteller waren hier sehr hilfreich. Wir haben uns jetzt klar auf den Event-Titel ›Print & Digital Convention‹ festgelegt und somit auch auf ein weiterentwickeltes Logo. Das fasst auch zusammen, was wir tun, wie unser Themenspektrum aussieht und wie das Format



»Die Print & Digital Convention ist keine Messe, sondern ein Format, bei dem in Themenwelten Lösungen angeboten werden.«

*Sabine Geldermann, Director drupa und Global Head Print Technologies.*

definiert ist. Das Veranstaltungskonzept integriert alle relevanten Medienkanäle – es geht also um Multichannel-Publishing. Und das Format Convention umfasst Interaktion, Wissenstransfer und Networking. Das erzeugt ein einzigartiges Ambiente, bei dem alle Teilnehmer – ob Aussteller oder Besucher – integrierter Bestandteil des Systems sind.

**Hört sich spannend an. Was sind denn Ihre Ziele für 2019?**

**Maaß:** Erfolg macht ja bekanntlicherweise süchtig – wir sind jedoch nicht so vermessen, dass wir 2019 auf eine erneute Verdopplung unserer Kennzahlen setzen. Unsere Erwartungshaltung ist, organisch zu wachsen und liegt bei rund 100 Ausstellern und 1.500 Besuchern.

**Frau Geldermann, für eine Messegesellschaft sind das ja eher ›moderate‹ Zahlen. Sonst sind Sie ja eher mit deutlich größeren Parametern konfrontiert. Warum ist das Format der Print & Digital Convention für die Messe Düsseldorf so relevant?**

**Geldermann:** Das Format ist für uns hochinteressant und keinesfalls zu ›moderat‹. In unserem internationalen Messeportfolio setzen wir auf dynamische Kongress- und Convention-Formate, die sich mittelfristig aufgrund ihres Wachstumspotenzial sehr positiv entwickeln können und vor allem dem Community-Charakter dienen. Die Messe Düsseldorf bietet in unterschiedlichen Industrien defi-

nitiv sehr vergleichbare Events für ihre Kunden – und dies im In- und Ausland.

**In diesem Jahr war die Ausstellungsfläche ausgebucht. Besteht für 2019 eine Option für Flächenwachstum?**

**Maaß:** Wir planen für 2019 eine Zusammenlegung des Vortrags- und Kongressprogramms. Das bedeutet, dass wir an beiden Tagen jeweils vier Vortragsslots haben werden, die dann durch Keynotes erweitert werden. Dieser Schritt hat zwei Vorteile: Das Vortragsprogramm wird für Besucher flexibler buchbar und wir entziehen die Besucher am Kongresstag nicht der Messe. Und ganz nebenbei wird dadurch der bisher nur für Vorträge genutzte Bereich der Stadthalle für Ausstellungsfläche frei. Diese Fläche werden wir jedoch nicht nur Ausstellern zur Verfügung stellen, sondern werden eine Lounge-Fläche schaffen, die dem Networking zwischen Besuchern und Ausstellern entgegenkommt.

**Von der Fläche einmal abgesehen – gibt es weitere konzeptionelle Neuerungen?**

**Geldermann:** Es gibt zahlreiche Optimierungen in 2019. Dazu zählen beispielsweise umfangreichere Marketingaktivitäten auf nationaler und internationaler Ebene zur Erschließung von zusätzlichen Besucherpotenzialen. Ein Highlight-Guide steht ebenfalls auf unserer Agenda, der



»2019 wird das Vortragsprogramm auf beide Tage ausgeweitet, ist flexibler buchbar und lässt mehr Zeit für den Besuch der Ausstellung.«

*Rüdiger Maaß, Geschäftsführer Fachverband Medienproduktion e.V.*

unseren Teilnehmern eine noch bessere Orientierung bezüglich Trends und Innovationen bietet, die im Rahmen der Convention präsentiert werden. Last but not least möchten wir den sehr wertgeschätzten Community- und Netzwerk-Gedanken über ein kostenfreies Catering für alle Teilnehmer ermöglichen.

Einen kompletten Überblick über alle Maßnahmen werden wir im Anschluss an unser Ausstellermeeting im September geben.

#### Welchen Hintergrund hat dieses Ausstellermeeting?

**Maaß:** Wir pflegen einen intensiven Austausch mit unseren Mitgliedern und Kunden, der vonseiten der Aussteller sehr begrüßt wird. Ziel ist es, deren Anregungen und Wünsche so weit wie möglich in die Ausrichtung der Convention einfließen zu lassen und so eine proaktive Mitgestaltung zu ermöglichen.

Einerseits möchten wir den Wünschen unserer Aussteller entsprechen, andererseits gilt es auch, den Bedarf der Besucher zu befriedigen.

Um dieses Ziel zu erreichen, müssen wir den Dialog mit beiden Teilnehmergruppen suchen, um eine bestmögliche Positionierung der Veranstaltung zu erreichen.

Die Tatsache, dass sich bereits rund 30 Unternehmen für das Ausstellermeeting angemeldet haben, unterstreicht den Stellenwert dieses Formates. Es wird sicherlich ein konstruktives Meeting werden und von den Ergebnissen werden Aussteller und Besucher profitieren.

**Geldermann:** Hinzu kommt, dass die meisten Aussteller eine sehr enge Bindung an den Fachverband Medienproduktion haben und dieses integrierte »Beratungsformat« zu schätzen wissen.

**In diesem Jahr hatten Sie knapp 30% der Besucher aus dem Bereich Werbung, Marketing und Auftraggeber. Was ist hier für die Zukunft geplant?**

**Geldermann:** Unser erklärtes Ziel ist es, dass wir die Teilnehmerzahlen aufseiten der Entscheider von Werbung treibenden Unternehmen erhöhen. Die lösungsorientierte Themenaufbereitung in den Themenwelten ist genau darauf hin ausgerichtet. Aber dieses Format muss im Markt auch noch gelernt werden. Wir sind keine klassische Messe, sondern ein Lösungsanbieter. Wir erklären neue Geschäftsmodelle, zeigen Trends auf und wollen alle Prozessbeteiligten begeistern. Dazu haben wir zahlreiche Maßnahmen geplant.

**Was ist unter Weiterentwicklung des Projektes Themenwelten zu verstehen?**

**Maaß:** Die Themenwelten haben in diesem Jahr ganz gut funktioniert – aber auch hier gibt es noch Optimierungspotenzial, das wir bereits in die Wege geleitet haben.

Auf jeden Fall wird die Themenwelt »Dialogmarketing« ausgebaut. Hier arbeiten wir wieder mit der FEPE, der European Envelope Manufacturers' Association sowie dem Verband der deutschen Briefumschlagindustrie zusammen und für 2019 erarbeiten wir dazu auch gerade ein Kooperati-



**7. und 8. Mai 2019**  
CCO Congress Center Düsseldorf

**Lösungen für Multichannel-Marketing und Themenwelten in Zeiten der digitalen Transformation**

[www.printdigitalconvention.de](http://www.printdigitalconvention.de)




Die Kongressmesse Print & Digital Convention bietet die gesamte Bandbreite von Digitaldruck, digitaler Medientechnologie und Multichannel-Anwendungen. In acht Themenwelten werden Neuheiten, Trends und Visionen rund um Medienproduktion und Marketing gezeigt: Dialogmarketing, Value Added Printing, Label & Packaging, Print for Production, Postpress Converting, Printed Electronics, Brand and Product und Interior & Exterior Design. Die Messe und das begleitende Vortrags- und Workshop-Programm ist der Brückenschlag zwischen Technik, konkreter Anwendung und deren konzeptioneller Planung und bietet gewinnbringenden Know-how-Transfer. Die Print & Digital Convention 2019 ist der Treffpunkt aller wichtigen Entscheider aus der Druck- und Medienbranche, Brandownern, Verlagen, Agenturen und Industrie.

onsmodell mit Intergraf. Auch die Themenwelt »Marketing for Print« wird weiter ausgebaut – die ersten Konzeptideen werden gerade diskutiert.

Fest steht, dass die Themenwelten noch deutlicher auf die Besucherbedürfnisse fokussiert werden.

**Ende September wollen Sie mit der Ausstellerakquisition starten. Das Ziel von 100 Ausstellern haben Sie ja bereits genannt. Was macht Sie so zuversichtlich?**

**Maaß:** Zuerst sind da die positiven Rückmeldungen der Aussteller, die wir direkt nach dem diesjährigen

Event bekommen haben. Von den über 70 Ausstellern haben bereits 26 Unternehmen für nächstes Jahr proaktiv gebucht.

Hinzu kommt, dass durch den Wegfall anderer Veranstaltungen – zum Beispiel Druck+Form und CoReach – ein gewisses Vakuum im Markt existiert. Wir sind davon überzeugt, dass wir mit unserem Format gute Chancen haben, den Bedarf des Marktes bestmöglich zu bedienen – national, in der D/A/CH-Region und zukünftig wohl auch auf europäischer Ebene.

➤ [www.printdigitalconvention.de](http://www.printdigitalconvention.de)

