

PRINT & DIGITAL CONVENTION PERFEKTER MARKTPLATZ UND INNOVATIONSTREIBER

Mit über 1.250 Teilnehmenden ging Ende Juni im Congress Center Düsseldorf die 5. Edition der *Print & Digital Convention (PDC)* zu Ende. Das Konzept der Kongressmesse sorgte für eine kommunikative und geschäftige Atmosphäre und ermöglichte langersehntes Networking und Wissenstransfer an den Ständen und in den Vorträgen.

Text und Bilder: Messe Düsseldorf

Der jährliche Branchen-Event hat sich im deutschsprachigen Raum fest etabliert: Viele Besucher machten sich auch aus Belgien, den Niederlanden und Luxemburg auf den Weg nach Düsseldorf.

«Die Stimmung war hervorragend! Im Vergleich zur Vorveranstaltung konnten wir ein Plus von über 50 Prozent bei den Teilnehmenden verzeichnen. Das ist



ein Topergebnis», freut sich RÜDIGER MAASS, Geschäftsführer *Fachverband Medienproduktion (f.mp.)*.

«Und wir haben es geschafft, dass sich die richtigen Zielgruppen miteinander vernetzt und intensiv ausgetauscht haben. Es waren zwei wunderbar inspirierende und beflügelnde Tage – nicht nur für uns, sondern auch für die gesamte Branche!»

Umfangreiches Programm

Neun Themenwelten, vier Bühnen, 50 Speaker, täglich 19 halbstündige Präsentationen und 63 Aussteller – darunter *Datev*, *Deutsche Post*, *FKS*, *Kodak*, *Konica Minolta*, *Mondi*, *Xerox* und *HP* – boten den Teilnehmern zukunftsorientierten Content zum Potenzial von Digitaldruckanwendungen, Multichannel-Lösungen, kreativer Weiterverarbeitung, Veredelung und nachhaltigen Verpackungslösungen.

Highlight-Projekte zeigen die Faszination von Print

Im besonderen Besucherinteresse standen sieben Highlight-Projekte, die der *f.mp.* mit seinen Partnern realisiert hatte. Die Projekte stehen für «Best-Practice» zum Anfassen und spiegeln so den besonderen Wert der *Print & Digital Convention* wider: eine «Mitmachmesse» mit konkreten und praktischen Anwendungen. Die Faszination von Print wird so im wahrsten Sinne des Wortes begreifbar gemacht.

Next Generation of Print

Um auch neue und junge Zielgruppen für Print und Packaging zu begeistern, kooperierten der *f.mp.* und die *Messe Düsseldorf* als Veranstalter der Kongressmesse mit dem *Fritz-Henßler-Berufskolleg* aus Dortmund, der *Hochschule der Medien Stuttgart*, der *Akademie für Mode & Design Düsseldorf* und mit dem *Berufskolleg Bachstraße* aus Düsseldorf.

So informierten sich junge Talente von morgen direkt bei den Experten an den Ständen und in den Fachvorträgen, welche faszinierenden Anwendungen Print und Packaging in der modernen und nachhaltigen Medienproduktion bieten.

«Auch im digitalen Zeitalter ist Print in seinem Facettenreichtum hochrelevant und unverzichtbar – das wollen wir vor allem auch der jungen Generation vermitteln»,



erklärt SABINE GELDERMANN, Project Director Print Technologies *Messe Düsseldorf*. «Die Resonanz

bei den Studierenden und Auszubildenden war sehr gut. Der Informationsbedarf ist einfach exorbitant hoch! Der Nachwuchs wünscht sich einen direkten Zugang zum Markt und möchte live erleben, welches Potenzial in Print steckt.»

Daher planen die Veranstalter, die Investition in die Fachkräfte von morgen zur nächsten Austragung der *PDC* noch weiter zu forcieren. So ist angedacht, «Youngster Talent Recruitment» für angehende Auszubildende und interessierte Unternehmen anzubieten. Perspektivisch soll eine sogenannte «Start-up-Area» etablierte Unternehmen mit jungen und innovativen Newcomern vernetzen.

Perfekter Marktplatz mit Dynamik

«Die *Print & Digital Convention* hat sich als perfekter Marktplatz der grafischen Industrie präsentiert»,



resümiert FRANK SIEGEL, Geschäftsführer *Obility GmbH*: «Es waren alle da:

Brand-Owner, Einkäufer, Produzenten, Druckbetriebe und Lieferanten. Dieser Vorteil hat sich für uns konkret

ausgezahlt. Wir konnten aufzeigen, wie Druckereien mit unserem modernen MIS/ERP-System Aufträge viel schneller und günstiger abwickeln und ihren Kunden mit integrierten Kunden-Shops, Web-to-Print und Auftragschnittstellen die Arbeit erleichtern. Diese Vorteile digitalisierter Geschäftsprozesse haben uns die Besucher als grosse Nutzen zurückgemeldet. Deshalb freuen wir uns nun auf die Anschlusstermine und sicherlich interessante Projekte.»

«Man spürt förmlich, dass wieder mehr Dynamik und Bewegung in der Branche ist. Die Lust zu Netzwerken und zum Austausch ist gestiegen. Daran merkt man: Alles digital ist auch keine Lösung



– der Mix machts!», so CHRISTIAN KULHANEK, Key Account Manager Digital- & Drucklösungen *Datev*

eG. «Das Publikum der *Print & Digital Convention* war breit gefächert und passt somit hervorragend zum ebenso breiten Angebotsspektrum von *Datev*. Eine Herzensangelegenheit war es für uns, unser Azubiprojekt «*Datev Kochbuch*» auf der Messe vorzustellen – präsentiert von den Auszubildenden selbst. Das Besondere daran: Der gesamte Entstehungsprozess des Kochbuches wurde von A bis Z eigen-



Schnappschüsse von der Print & Digital Convention Ende Juni in Düsseldorf. Durch die Kooperation der Messe Düsseldorf und dem f:mp. mit Schulen, Hochschulen, Akademien



und einem Berufskolleg besuchten junge Interessierte die Kongressmesse. Die Resonanz bei den Ausstellern, Studierenden und Auszubildenden war sehr gut.

ständig von unseren Nachwuchskräften umgesetzt.»

Ort der Begegnung



SEBASTIAN HARDUNG, Director Alliances & Marketing print Group Werk II Medien- und Informationsgesellschaft

mbH, stellte als langjähriger Aussteller auf der Print & Digital Convention und strategischer Partner des f:mp. fest, dass sich die Branche wieder treffen und austauschen will. «Für uns ist die Messe ein Ort der Begegnung und gerade hier merkt man immer mehr, dass Print als Medium im Mainstream des digitalen Marketings angekommen ist. Umso mehr freuen wir uns als Softwarehersteller, die weitere Entwicklung bei Partnern und Kunden zu begleiten. Daher sind wir im Januar auch der Programmatic Print Alliances (PPA) beigetreten.»

«Der Branchentreff zeigt wieder einmal, dass Print lebt und wie Print erlebbar wird. Wir freuen uns, Teil der Print & Digital Convention zu sein und den Mix aus Technik, Wissenstransfer und



Networking mitzugestalten», sagt KIM NIEMEYER, Marketing & Kommunikation, Ing. Fritz Schroeder

GmbH & Co. KG, Barsbüttel. «Für FKS stand die Veranstaltung ganz im Zeichen von Industrie 4.0,

denn Automatisierung und Vernetzung sind heutzutage das A und O einer effizienten Prozessgestaltung. Zudem konnten wir im Bereich Multifinishing eine Europa-Premiere für unsere B2-Lösung präsentieren. Wir haben spannende Gespräche rund um Druck, Druckweiterverarbeitung und intelligente Prozessgestaltung geführt und so wertvolle Inspirationen und innovative Ideen gemeinsam entwickelt und mitgenommen.»

«Wir konnten spannende persönliche Gespräche mit Vertretern von Industrie, Handel und Markenartikelherstellern führen und haben auf der diesjährigen Print & Digital Convention von zahlreichen Besuchern positives Feedback über die interessanten Vorträge erhalten», berichtet



BERNHARD CANTZLER, Head of Marketing & Innovation bei Mondi Uncoated Fine Paper.

«Hier konnten wir zum Beispiel bei den Nachhaltigkeitsvorträgen sehr gut damit abschliessen, dass alle Mondi-Marken wie Pergraphica oder Color Copy Cradle-to-Cradle-Certified Bronze sind.» Bei dieser Gelegenheit sprach er ein grosses Lob für die ausgezeichnete Organisation aus, die es erlaubt habe, «uns auf unsere Kernkompetenz zu konzentrieren und Kunden und Interessenten bei der Papierauswahl zu beraten.»

Messe als Innovationstreiber

Die Print & Digital Convention ist in den Augen von ein MIRKO



PELZER, Offering Manager Professional Printing Konica Minolta, ein «Innovationstreiber. Diverse Unternehmen und Branchen zeigen hier, wie die grafische Industrie morgen produziert. Und das alles in einer familiären Atmosphäre mit vielen und guten Gelegenheiten zum Netzwerken. Deshalb ist Konica Minolta seit der ersten Ausgabe mit dabei. Uns verbindet zudem eine traditionelle und lange Partnerschaft mit dem f:mp. Die Print & Digital Convention ist

etwas Besonderes: Es steht nicht der reine Verkauf von Maschinen im Vordergrund, es geht vielmehr darum, Lösungen und Anwendungsmöglichkeiten aufzuzeigen. Dazu hat Konica Minolta Glamprint implementiert – eine Symbiose von Glamour und Print. Hier können wir alle drucktechnischen Optionen und Lösungen zeigen, die im erweiterten Vierfarbdruck möglich sind.»

«Die Print & Digital Convention ist eine gute Möglichkeit, sein Netzwerk auszubauen und die neuesten Trends und Meinungen aus der Print- und Digitalbranche kennenzulernen», schwärmt

«Die Themen Digitaldruck, Sonder- und Spezialfarben sowie Multi Channel Anwendungen für Print und digital wurden stark nachgefragt, was sehr gut in das Portfolio von Xerox und XMPie passt. Auch das Thema Nachhaltigkeit war immer wieder Thema in unseren Gesprächen. Vor allem bei jüngeren Besuchern gewinnt das Thema immer mehr an Bedeutung. Alles in allem eine runde Veranstaltung, die sich stetig neu erfindet und die Chance hat, auch in Zukunft erfolgreich zu sein.»



MATTHIAS WAGNER, Product Marketing Manager Graphic Communications D/A/CH bei Xerox.

«Die Themen Digitaldruck, Sonder- und Spezialfarben sowie Multi Channel Anwendungen für Print und digital wurden stark nachgefragt, was sehr gut in das Portfolio von Xerox und XMPie passt. Auch das Thema Nachhaltigkeit war immer wieder Thema in unseren Gesprächen. Vor allem bei jüngeren Besuchern gewinnt das Thema immer mehr an Bedeutung. Alles in allem eine runde Veranstaltung, die sich stetig neu erfindet und die Chance hat, auch in Zukunft erfolgreich zu sein.»

