

postprint berlin 2010 – FachForum  
Donnerstag, 6. Mai 2010

11.00 Uhr



**Keynote**

**Der Konsument ist eine Katze.**

**Warum Print digitaler werden muss, um die Zielgruppe von morgen zu erreichen.**

**Knud Schlaudraff**

Geschäftsführer RedWorks GmbH - An Ogilvy Company,  
Mitglied der Geschäftsleitung der OgilvyOne worldwide GmbH  
und Jurymitglied für den Innovationspreis der Deutschen Druckindustrie

Verbraucher verhalten sich nicht mehr wie Hunde. Einheitlich gedruckte Werbebotschaften, die nach dem Motto: "Friss oder stirb!" funktionieren, sind out. Der neue Verbraucher möchte mitbestimmen, welche Werbebotschaften über welche Medien und Kanäle zu ihm gelangen. Und das funktioniert nur mit flexiblen, individuellen Print-Lösungen, die keine Wünsche offen lassen. Print muss auch irgendwie Online sein. Und umgekehrt.

Seit Mai 2008 verantwortet Knud Schlaudraff die Verschmelzung der Print- und Online-Produktionsbereiche der deutschen Ogilvy-Gruppe. RedWorks ist ein weltweites Netzwerk, das zurzeit mit 35 Büros in 27 Ländern vertreten ist. Betreut werden sowohl global agierende, wie auch kleinere und mittelständische Kunden in den lokalen Märkten.

11.30 Uhr



**Cross Media Publishing – Live**

**Oliver Langer**

Sales Channel Manager Central Europe, XMPie Ltd.- ein Unternehmen der Xerox Corporation





Tracking einer Dialogmarketing Kampagne für einen Konzertveranstalter inklusive personalisiertem Druck, RURL, E-Mail und SMS. Zugeschnitten auf die Vorlieben des Empfängers.

12.15 – 13.15 Uhr

**BestInnovation Tour**

13.00 - 14.00 Uhr

**- MITTAGSPAUSE -**

<p><b>14.00 Uhr</b></p>		<p><b>Expertendialog</b></p> <p><b>Es wird Zeit, den Brief neu zu erfinden</b></p> <p>Moderation:</p>  <p><b>Hans Dieter Westhoff</b> Chefredakteur POSTMASTER Magazin</p> <p>Mit der Entwicklung der Online-Medien, insbesondere durch die Etablierung von Online-Brief/DE-Mail, gerät die klassische Marketing- und Transaktionspost in die Krise. Mit Mailing-, Output- und Digitaldruck-Experten wollen wir diskutieren, welche Potenziale in neuen Post-, Druck- und Datentechniken stecken und wie man damit den neuen Brief erfinden kann, der die Kommunikationsbedürfnisse besser befriedigen kann als alle anderen Medien.</p> <p>Im Dialog mit:</p>  <p><b>Hans Schulz</b> Geschäftsführer, Drescher Full Service Versand GmbH</p> <p><b>René Schumann</b> Manager Business Development Transaction Direct Mail, Océ-Deutschland GmbH</p> <p><b>Stefan Huth</b> Director Marketing CE, Pitney Bowes Deutschland GmbH</p> <p><b>Dr. Alexander Seyferth</b> Geschäftsführer iab- Internet Access GmbH</p>
<p><b>15.00 Uhr</b></p>		<p><b>Druckst du noch oder publizierst du schon? – Cross Media Publishing am Beispiel des Deutschen Bundestages</b></p> <p><b>Markus Müller-Trabucchi</b> Leiter Strategie &amp; Vertrieb, SRZ Berlin</p> <p>Beleuchtet werden neue Aufgaben für Druck und Mediendienstleister. Das SRZ erstellt eine automatisch um die Metadaten angereicherte Sammlung sämtlicher Drucksachen für den Deutschen Bundestag (rund 7.000 PDF-Dokumente mit ca. 30.000 Seiten). Anhand des Praxisbeispiels wird dargestellt, wie Unternehmen durch Technologieführerschaft, Prozess-Know-How und der Verinnerlichung der Aufgaben des Kunden erfolgreich Märkte besetzen. Bei den Anforderungen des Projektes geht es um vollautomatische Extraktion von Metadaten nach Formalkriterien, Plausibilitätskontrolle, Anreicherung der Dokumente mit Metadaten sowie die Integration einer kombinierten Volltext- und Metadatensuche inklusive Highlighting der Ergebnisse in den Fundstellen.</p>
<p><b>15.30 Uhr</b></p>		<p><b>Effiziente Marktkommunikation in Zeiten der Veränderung – der Digitaldruck macht's möglich</b></p> <p><b>Reinhold Frech</b> Business Director Digital Printing, Kodak GmbH</p> <p>Die Druckbranche muss sich der Herausforderung eines veränderten Kommunikations- und Mediennutzungsverhaltens stellen. Statt undifferenzierter, streuverlustreicher Massenwerbung sind Lösungen gefragt, die eine individuelle, hoch wirksame und medienübergreifende Kommunikation fördern.</p> <p>Dank seiner Flexibilität und Inhaltsvariabilität sowie hybrider Produktionsmöglichkeiten in Kombination mit dem klassischen Offsetdruck bietet der Digitaldruck dafür ideale Voraussetzungen. Elektrofotografische und Inkjet-Digitaldrucktechnologien sowie intelligente Workflow-Lösungen erlauben die Individualisierung in Text, Bild und Inline-Veredelung, effiziente 1:1-Printkommunikation sowie die Herstellung aufmerksamkeitsstarker Druckprodukte. Dabei lassen sich mittlerweile mit den neusten Entwicklungen auch größere Auflagen schnell, wirtschaftlich und auf Offset-</p>

		Qualitätsniveau produzieren. Durch Nutzung dieser innovativen Technologien unterstützen ihre Kunden mit zielgerichtetem Marketing neue Kunden zu gewinnen.
<b>16.00 Uhr</b>		<b>Standardisierung und Prozesskontrolle (Workshop)</b> <b>Mustafa Dilek</b> GMG GmbH & Co. KG
<b>16.00 – 17.00 Uhr</b>	<b>BestInnovation Tour</b>	
<b>- ENDE des Fachprogramms -</b>		

Änderungen vorbehalten.