

Aufbruchstimmung beim Online Print Symposium 2019

Onlinedruck expandiert weltweit – hochinnovative Einblicke in internationale Geschäftsmodelle

München, 11. April 2019

„Think Global – Print Online“ – 290 begeisterte Teilnehmer aus 18 Nationen trafen sich am 3. + 4. April 2019 im Infinity Hotel & Conference Resort Munich zum 7. Online Print Symposium. Trotz schmalerer Wachstumsraten im Onlineprint sehen Teilnehmer, Referenten und Veranstalter auch für die Zukunft hohe Expansionschancen. Das Online Print Symposium lieferte erneut wertvolle Denkanstöße und Diskussionsstoff.

Robert Keane, CEO des zuletzt aufgrund von Wachstumsraten von „nur“ knapp 10% in die Kritik geratenen Branchenführers Cimpres, eröffnete mit seiner Keynote das Online Print Symposium. Keane zeigte sich für die Zukunft zuversichtlich und nahm die Teilnehmer mit auf die Reise in eine digitale, automatisierte und mit künstlicher Intelligenz angereicherte Printproduktion. Dass Cimpres hier nicht mehr am Start steht, sondern bereits mitten in der Umsetzung und Weiterentwicklung steckt, zeigte er eindrucksvoll in seinem Vortrag.

Mit Spannung erwarteten die Teilnehmer die Insights von Bernd Zipper, zipcon consulting und Mitveranstalter des OPS. Zippers Insights gehören inzwischen zu einem festen Bestandteil des Online Print Symposiums und haben sich als zuverlässiger Blick auf die Entwicklungen und Trends der nächsten 12 bis 24 Monate im Onlineprint erwiesen. Für das vorliegende Jahr verspricht Zipper gegenüber den Vorjahren schmalere Wachstumsraten, wobei insbesondere das B2B-Geschäft an Fahrt verliert. Dennoch liegen die Wachstumsraten deutlich vor anderen Geschäftsfeldern inner- und außerhalb der Druckindustrie. In seiner Rede rief er zu mehr Selbstbewusstsein für Print auf. „Print ist die Manifestation von Wissen in einer digitalen Welt“, so Zipper. Print habe sich auch im Sturm der digitalen Medien bewährt und ist weiterhin ein unverzichtbarer Bestandteil im Kanon der gesamten Medien.

Weitere Impulse des 1. Tages bildeten die internationalen Einblicke in das Print-Business in Japan und Israel, in denen Yasukane Matsumoto, CEO Raksul Inc. und Eyal Ben-Zvi, CTO Be’eri Printers, über Marktmechanismen und Strategien ihrer Unternehmen berichteten. Dass auch in Europa interessante Neuentwicklungen stattfinden zeigten Jürgen Geiger von mypromo.com, Sven Burkhard von SCHMID Druck+Medien und Paul Adriaans von RPI Europe.

Pressemitteilung zum 7. Online Print Symposium

Ein Highlight bildete den Abschluss des ersten Tages. Der unter dem Namen Chaosflo44 bekannte Influencer & YouTuber zeigte in seinem aufrüttelnden und etwas anderen Vortrag, wie aus einem YouTube-Kanal in Kombination mit Social Media ein attraktives Merchandising-Geschäftsmodell wird. Eindrucksvoll zeigte der gerade 20-jährige Chaosflo44 wie er ein funktionierendes Onlineprint-Geschäftsmodell aufgebaut hat und mit strategischem Marketing für weiteres Wachstum sorgt.

Eine vielbeachtete Keynote eröffnete den zweiten Tag. Dr. Holger Schmidt, Netzökonom und Wirtschaftsjournalist, zeigte den Teilnehmern auf eindrucksvolle Weise welche Plattformstrategien heute etabliert sind und welche Ziele die Global Player derzeit verfolgen. Seine Empfehlung an die Unternehmen ist die Etablierung zielgerichteter Kooperationen, die dem Kunden einen Mehrwert bieten und diese über eine Plattform zu organisieren. Dabei steht der Kundennutzen im Vordergrund und ist der reinen Größe einer Plattform im Erfolg überlegen.

In weiteren Vorträgen zeigten sich die facettenreichen Möglichkeiten des Onlineprint. Jim Cunliffe präsentierte, wie die Face Media Group als reiner Online Broker die Begeisterung des Kunden in den Mittelpunkt stellt. Als professioneller Partner für Reseller im LFP-Segment gilt Probo als eine der besten Adressen in Europa – CEO René de Heij berichtete über seine Diversifikation in verschiedene Absatzmärkte. Onur Durmuş, CEO Bidolubaski.com, zeigte, wie Onlineprint „Made in Turkey“ als Brücke zum Absatzmarkt in den nahen Osten funktioniert und welche Wachstumsperspektiven die Region bietet.

Mit einer Abschluss-Keynote regte Jörg Schieb, IT-Experte und ARD-Moderator, zum Nachdenken an. Wie das Internet mit allen seinen Facetten in Profit- und Non-Profit-Leistungen heute funktioniert, über die Gefahr der Abhängigkeit zu den Big Playern bis hin zu konkreten Strategien, ein möglichst freies Internet zu bewahren, zog der Experte ein mahnendes und zugleich aufforderndes Fazit.

Viel Raum für gemeinsame Ideen und angeregte Diskussionen boten das Insider-Get-together und das Networking-Dinner. Der Austausch mit anderen Online-Spezialisten zu aktuellen Trends und der persönliche Kontakt abseits des täglichen Geschäfts waren auch in diesem Jahr wichtiger Bestandteil des Online Print Symposiums.

Interessante Informationen hielt die Partnerausstellung des Online Print Symposiums bereit. Angeführt von SAPPI, dem Hauptsponsor des Events, konnten die Teilnehmer bei den 12 Partnern über Workflow-Lösungen, Farbe, Papier, CTP bis hin zu neuesten Angeboten im E-Commerce Know-how zu brandaktuellen Lösungen sammeln.

Save the Date: Der Termin für das 8. Online Print Symposium steht bereits – jetzt im Kalender blocken 25.+26. März 2020.

Pressemitteilung zum 7. Online Print Symposium

Bildmaterial

Fotografin: Nadja von Prümmer – Quelle: Online Print Symposium

Bild: 01-POS_Logo_2019.png

Bild: 02-Keane.jpg

Bildunterschrift: Robert Keane, CEO Cimpres mit einer Keynote zur digitalen Transformation im Onlineprint

Bild: 03-Zipper.jpg

Bildunterschrift: Online-Experte Bernd Zipper, CEO zipcon consulting begeisterte mit seiner Brandrede für Druck

Bild: 04-Chaosflo44.jpg

Bildunterschrift: Influencer und YouTuber Chaosflo44 erklärte wie man mit einem Online-Merchandising-Shop erfolgreich Printprodukte verkauft

Bild: 05-Dr_Schmidt.jpg

Bildunterschrift: Dr. Holger Schmidt, Netzökonom erklärte warum Plattformen das Wachstum beschleunigen

Bild: 06-de_Heij.jpg

Bildunterschrift: René de Heij, CEO Probo berichtete über Mass Customization im LFP

Bild: 07-Schieb.jpg

Bildunterschrift: Der ARD-Digitalexperte Jörg Schieb teilte in einem Impulsvortrag seine Sorgen und seine Vision der Zukunft des Internets

Bild: 08-Diskussion.jpg

Bildunterschrift: Podiumsdiskussion „Ende des rasanten Wachstums im Onlineprint!“ mit Bernd Zipper, zipcon consulting; Kees Arends,cimpres; Dr. Michael Fries, Onlineprinters; Willi Soll, Initiative Online Print; Jens Meyer, printXmedia (v.l.n.r.)

Bild: 09-Moderatoren.jpg

Bildunterschrift: Das Moderatorenteam Bernd Zipper, zipcon consulting und Jens Meyer, printXmedia

Bild: 10-Publikum.jpg

Bildunterschrift: 290 begeisterte Teilnehmer aus 18 Nationen beim Online Print Symposium

Bild: 11-Netzwerken.jpg

Bildunterschrift: Intensiver Austausch und Netzwerken mit Kollegen

Die Veranstalter

Der **Bundesverband Druck und Medien e.V. (bvdm)** ist der Spitzenverband der deutschen Druckindustrie. Als Arbeitgeberverband, politischer Wirtschaftsverband und technischer Fachverband vertritt er die Positionen und Ziele der Druckindustrie gegenüber Politik, Verwaltung, Gewerkschaften und der Zulieferindustrie. Getragen wird der bvdm von neun regionalen Verbänden. International ist er über seine Mitgliedschaft bei Intergraf und FESPA organisiert. www.bvdm-online.de

zipcon consulting GmbH ist ein global agierendes Beratungsunternehmen für die Kommunikations-, Druck- und Medienbranche mit dem Fokus Online-Print und Digitale Transformation. Das Unternehmen versteht sich als unabhängiger und ganzheitlicher Technologie- und Strategieberater. zipcon erstellt zudem Marktstudien sowie verschiedene Fallstudien für E-Business-Print, Mass Customization und Multichannel Publishing. Führende Unternehmen der Online-Print-Branche setzen auf das Know-how dieses Unternehmens. www.zipcon.de

Ansprechpartner für Medien

Jens Meyer

printXmedia Süd GmbH

Einsteinring 1a, 85609 Aschheim b. München

Tel.: +49 (0) 89 - 330 36 210

E: j.meyer@pxm-sued.de

Aussender: Bundesverband Druck und Medien e.V. (bvdm) (Mitveranstalter)