

Technology meets

n^(sp)eedds

Marketing

08. April 2011, 09:15 Uhr

Halle 6, Eingang Nord, Messe digi:media, Düsseldorf



Speed-Congress:
Maßgeschneiderte Technologien
evaluieren und optimal vermarkten

DRUCK **BESSER**

Medien-Gruppe



Kongress-Partner

DRUCK **BESSER**

Medien-Gruppe

Wir bedanken uns bei folgenden Partnern:



LANDESVERBAND DRUCK
UND MEDIEN BREMEN E. V.



Entlang der Linie zwischen Technologie und Marketing,

sehr geehrte Damen und Herren,

besteht ein starkes Spannungsfeld. Während heute verfügbare Technologien meist reibungslos funktionieren, stockt es vor allem bei der Vermarktung von technologie- und webbasierten Geschäftsmodellen. Nach unserer Schätzung sind über 60 Prozent der Druck- und Mediendienstleister mit dem Einsatz webbasierter Marketingtechnologien, beispielsweise mit einer Web-to-Print-Technologie, nicht oder nur bedingt zufrieden.

Warum ist das so und was machen erfolgreiche Druck- und Mediendienstleister besser? Was sind die jeweiligen Vor- und Nachteile bei B2B- zu B2C-Modellen oder zwischen offenen und geschlossenen Shops? Warum ist das Internet als Handelsraum so gefährlich und unüberschaubar geworden? Welche Marketingtrends entpuppen sich als Zeit- und Geldvernichter? Mit welchen alternativen Technologien können Sie mit sehr überschaubarem Geld- und Zeiteinsatz sofort einen Nutzen erzielen, um Ihre Druck- und Mediendienstleistungen deutlich erfolgreicher abzusetzen? Wir fokussieren auf die Chancen und Risiken eines zunehmend digitalisierten Marktes. Der Kongress richtet sich inhaltlich an alle Unternehmensgrößen der Druck- und Medienbranche.

Zwölf Referenten, gestandene Pragmatiker mit hoher Reputation und außergewöhnlichen Denk- und Dienstleistungsansätzen, zeigen Ihnen konkrete Lösungsansätze für eine professionelle und erfolgreiche Vermarktung von Technologien im Umfeld von Druck- und Mediendienstleistungen - auf Keyfacts komprimiert, mit je 20 Minuten Redezeit - für Ihren maximalen Mehrwert auf dem Kongress.

Vor der Veranstaltung erhalten Sie ein Booklet. Hier fassen wir die wichtigsten Vortragsinformationen für Sie zusammen.

Wir freuen uns auf Sie am 08. April in Halle 6

Status Richtige Kaufentscheidung treffen

Druck- und Mediendienstleister stehen zahlreichen Vermarktern und Beratern gegenüber, die ein verständliches Ziel verfolgen: Produkte, Technologien und Dienstleistungen abzusetzen. Wer nicht zeitnah investiert, so häufig die Argumentation, verpasst den Anschluss. In der theoretischen Präsentation gehen Wirtschaftlichkeitsberechnungen meistens auf – in der Praxis nicht immer.

1) Verhältnismäßig(keit) vergleichen

Druck- und Mediendienstleistern sehen häufig Fallstudien von personal- und finanzstarken Marktbegleitern, die zeigen, wie gut Technologien funktionieren können - soweit vergleichbare finanzielle und personelle Ressourcen verfügbar sind. Belastbare Garantie für alle Betriebsgrößen beinhalten solche Beispiele nicht. Welche Investitionen in neue Technologien sich rentieren, zeigt sich, wenn alle Unternehmensfaktoren (Maschinenpark, Personal- und Finanzstärke, Geschäftsausrichtung etc.) in die Entscheidungsfindung einfließen oder häufig erst, wenn Geld und Zeit schon verloren sind. Sie erfahren von verschiedenen Referenten anhand von realen Fallbeispielen, wie Sie Fehler bei der Systemwahl vermeiden können und das optimale System für Ihr Geschäftsmodell evaluieren.

2) Sind Closed Shops die bessere Wahl?

Für Schlüsselkunden entwickeln Druck- und Mediendienstleister immer häufiger gemeinsam mit ausgewählten Technologieanbietern maßgeschneiderte Systemlösungen, die große Effizienzsteigerungen in der gesamten Marketing-Prozesskette für große Kunden mit sich bringen. Die Entwicklung solcher Marketing-Prozess-Systeme für individuelle Kunden reduziert große Marketinganstrengungen der Kundengewinnung wie bei klassischen Open Shop-Modellen erforderlich. Das Nadelöhr mit komplexeren Einzellösungen hingegen ist die Vermarktung von individuellen Technologien. Sie erfahren, wie der Kundennutzen in der täglichen Praxis belastbar analysiert und optimal gegenüber Kunden kommuniziert wird. Außerdem: Was können ausgereifte Closed Shop-Systeme nach dem neusten Stand der Technik heute wirklich leisten?

3) Herausforderung Multi-Channel-Marketing

Immer neue Kanäle im Multi-Channel-Marketing bringen nicht nur Vorteile. Unternehmen müssen stets mehr Geld für die Organisation crossmedialer Marketinglösungen ausgeben.

Unternehmen investieren mittlerweile bis zu 40 Prozent des Marketingbudgets für die Organisation und Vorbereitung von Marketingaktionen – Geld, das für die effektive Werbebotschaft fehlt. Die Schulung und Bereitstellung von Personal, das sich mit Marketingthemen auseinandersetzt, kostet Geld, ebenso wie guter Rat externer Fachleute für die Einrichtung und Justierung verschiedener Werbekanäle. Welche Investitionen sind nötig und bedarfsgerecht?

4) Offene Shops für klassisches B2C-Geschäft

Druck- und Mediendienstleister, die mit offenen Technologien, beispielsweise mit einem Web-to-Print-Angebot, den Consumer-Markt bedienen möchten, wollen zur Erreichung einer bestimmten Quantität die richtigen Weichen im Onlinemarketing stellen und den Zielmarkt genauestens kennen. In vielen Branchensegmenten bewegen sich bereits finanzstarke Unternehmensgruppen und Konzerne, die Marktpreise bestimmen. Markteinsteiger benötigen entweder Abgrenzungsmerkmale in Form besonderer Innovationen, ausreichend Liquidität für entsprechende Brandings oder Zeit - je in einer proportionalen Wechselwirkung zueinander. Geringere Werbebudgets müssen durch Abgrenzungsmerkmale kompensiert werden. Sie lernen innovative Unternehmen kennen, die sich im Markt bewährt haben und erfahren wie grenzenlos flexibel die technischen Möglichkeiten marktführender Systeme der allerneuesten Generation heute sind.

5) Alternativen: technologiebasierte Alleinstellungsmerkmale und Innovationen

Der Druckdienstleister wird Dienstleistungsdrucker. Wird die Drucksachenerzeugung als Teil eines insgesamt viel größeren Dienstleistungsangebotes schon in zehn Jahren zur Nebensache? Das Thema der kollaborativen Web-to-Technologie steht im Fokus des Kongresses. Welche weiteren Möglichkeiten und Alternativen gibt es außerhalb dieser Technologien? Sie lernen erstaunliche Optionen und Möglichkeiten prämiierter und praktisch bewährter Technologie-Alternativen kennen.

Begrüßung

Vorstellung des Programms

Jürgen Zietlow, geschäftsführender Gesellschafter, Verlagsleiter bei der druckbesser.de GmbH & Co KG



Vorteile webbasierter Technologien analysieren, gegenüber Kunden deutlich kommunizieren u. erfolgreich umsetzen

Online-Marketing-Portale können enorme Einsparpotenziale bergen. Wer seinen Kunden diese Vorteile klar benennen kann, verkauft Technologien mit Erfolg. Ira Melaschuk stellt einen beispielhaften Prozess vor, mit dem Druck- und Mediendienstleister im Verkauf ihren Kunden Zeit- und Kostenersparnisse aufzeigen können. Beispiele aus der Praxis zeigen außerdem, auf was es bei der Umsetzung ankommt, damit Web-to-Print-Lösungen nicht nur implementiert, sondern auch erfolgreich genutzt werden.

Informationen:
[druckdeal.de/
go/imk](http://druckdeal.de/go/imk)



Dipl.-Ing. (FH) Ira Melaschuk, Melaschuk Medien, Systemberaterin, ist Expertin für Medientechnologien und Fachjournalistin. Sie berät Mediendienstleister und Unternehmen wie das Goethe-Institut und die Villeroy & Boch AG in Fragen der Auswahl von Web-to-Publish-Systemen und der Marketingprozess-Optimierung.



Web-to-Print als Werkzeug zur Prozessoptimierung und Kundenbindung

Für das zukünftige Publizieren wird die Einbeziehung des Internets zunehmend wichtiger und die Kommunikation mit dem Kunden mittels Internet unabdingbar. Hier gilt es den richtigen Weg zu finden, um auch zukünftig mit neuen Ansprechpartnern der Kunden kommunizieren zu können. Web-to-Print stellt dabei u.a. eine Möglichkeit dar, den Weg des Internets zu beschreiten. Der Erfahrungsbericht von Katharina Matters skizziert, wo die Herausforderungen liegen und welche Möglichkeiten sich für Unternehmer ergeben.

Informationen:
[druckdeal.de/
go/kmk](http://druckdeal.de/go/kmk)



Sc. Katharina Matters, technische Beraterin beim VDM NRW, ist zuständig für den Digitaldruckbereich und Themen rund um Web-to-Print-Technologien. In dieser Funktion ist sie außerdem Mitglied des Innovationsteams des VDM NRW.



Closed vs. Open Shop

„Drum prüfe, wer sich ewig bindet“ – lautet die Devise vor der Entscheidung zu einer webbasierten Technologie. Das Anbieten komplexer und individueller Closed Shop-Systeme erfordert intensive Identifikation mit dem Kunden. Demgegenüber entfallen einige Marketinganstrengungen für die Kundenakquise von Consumer-Geschäftsmodellen. Eine komprimierte Gegenüberstellung beider System-Modelle skizziert insbesondere die Vorteile geschlossener Systeme im direkten Vergleich.

Informationen:
[druckdeal.de/
go/jzk](http://druckdeal.de/go/jzk)



Jürgen Zietlow, geschäftsführender Gesellschafter und Verlagsleiter druckbesser.de GmbH & Co. KG, Autor, initiierte druckdeal.de und web-to-publish.de, entwickelte 1999 einen der ersten deutschen Online-Printshops und arbeitete vier Jahre als Berater und Sales Director bei der [flyerheaven.de GmbH & Co. KG](http://flyerheaven.de). 2011 Fertigstellung seines Buches [Web-to-Publish.de](http://web-to-publish.de). Organisator der IT-Solutions-Lounge auf der digi:media 2011.



Web2Print im Einsatz - Beispiele für Closed Shop-Systeme von cay solution

Wann funktionieren individuelle Closed Shop-Systeme als maßgeschneiderte Kundenlösungen? Uwe Köhler gibt anhand ausgesuchter Kundenbeispiele Einblick in Systeme, die auf das Kommunikationspotenzial des Internets und seinen aktuellen Technologien fußen. Dabei dokumentiert er den Prozess, beginnend mit der individuellen Kundenanforderung bis hin zum praktischen Einsatz der maßgeschneiderten Web-to-Print Lösung und gibt einen authentischen Einblick in die Praxis mit individualisierten Web2Print-Systemen - auf dem aktuellsten Stand der technischen Möglichkeiten.

Informationen:
[druckdeal.de/
go/urk](http://druckdeal.de/go/urk)



Uwe Köhler, geschäftsführender Gesellschafter der cay solutions GmbH, ist seit über 20 Jahren im IT Business tätig. Mit technischer Ausbildung und kaufmännischem Hintergrund agiert er seit 1997 in der Prozessoptimierung und im Marketing. Als Vorstand eines Business Angel Netzwerkes hat er bereits einige IT-Startups erfolgreich initiiert und betreut.



20 min

10:50 Uhr Pause



Informationen:
[druckdeal.de/
go/kbk](http://druckdeal.de/go/kbk)



ci-book™ ZOONA, Web-to-Print einfach und flexibel für Großkunden offerieren

Eine einfache CI- und CD-konforme Anpassung an individuelle Web-to-Print-Plattformen zählt zu den wichtigsten Entscheidungskriterien bei Kunden. Am Beispiel ZOONA wird deutlich, wie schnell Uploads von Vorlagen auf eine Webplattform durchgeführt werden können. Eine besonders hohe Web-to-Print-Flexibilität entsteht durch ein Bausteinkonzept, mit dem Text und Bildelemente innerhalb des vorgegebenen Raums variabel per Drag&Drop gestaltet werden können. Sie erfahren anhand praktischer Fallbeispiele, wie einfach dabei die so wichtige CI der Kunden gewährleistet werden kann.

Dipl.-Kulturwirt Konstantinos Bountolas,

Sales Director der d-serv SE GmbH, war nach einer technischen Ausbildung und dem Studium der Sprachen, Wirtschafts- und Kulturraumstudien an der Universität Passau bei der IDS Software und Systeme GmbH als technischer Consultant im Bereich Sales (CAD, PDM) zuständig. Heute leitet er bei d-serv SE den Bereich Sales und Marketing.



Informationen:
[druckdeal.de/
go/mbk](http://druckdeal.de/go/mbk)



Open-Shop System: Risiken und Chancen im Online-Business

Wer im Internet Geschäft mit einem Open-Shop System akquiriert, verfolgt das Ziel, eine möglichst breite Öffentlichkeit zu erreichen und zum Kauf in seinem Shop anzuregen. Aber auch dieses Marktsegment unterliegt mittlerweile einem starken Wettbewerb. Umfassende Markt- und Wettbewerbsanalysen bilden die Grundlage für die Geschäftsausrichtung. Welche Marketing-Kanäle und Trends im crossmedialen Publishing sind wirklich wichtig? Was ist im Suchmaschinenmarketing und für den Bereich Social Media-Marketing zu beachten? Eine Diskussion mit Marketing-Experte Markus Besch über die Risiken und Chancen in dem zunehmend komplexer werdenden Handelsraum Internet.

Markus Besch, Vorstand SMI SocialMedia Institute,

Business Developer und Marketier mit über 20 Jahren Erfahrung, Social Media-Experte und -Umsetzer seit der Geburtsstunde dieser Mediengattung. Initiator der erfolgreichen Social Media Night, im Mercedes-Benz-Museum in Stuttgart.



Informationen:
[druckdeal.de/
go/ahk](http://druckdeal.de/go/ahk)



Open Shop-System: Optimaler Einstieg in das Internet- Business mit drei Web-to-Print-Varianten

Mit fast 700 Installationen zählt LEAD-PRINT zu den erfolgreichsten Open-Shop- und Web-to-Print-Systemanbietern in Europa. André Hausmann berichtet über seine jahrelangen Erfahrungen mit der Druck- und Medienbranche und zeigt auf, wie Unternehmen mit geringem Risiko in das Open-Shop Business einsteigen können. Warum ist LEAD-PRINT so erfolgreich und wann und warum funktioniert das System in der täglichen Praxis? Wohl kein anderer Technologieanbieter verfügt über derart belastbare praktische Erfahrungen im Open-Shop Business. Ein Einblick in verschiedene Module zeigt anhand von über zehn Jahren praktischer Erfahrung konkret, wann Druck- und Mediendienstleister erfolgreich mit Web-to-Print-Technologien im Internet-Business bestehen können.

André Hausmann, Sales Manager LEAD-PRINT, Geschäftsführer der Be.Beyond GmbH & Co. KG, gilt als Pionier in der Entwicklung offener Systeme. Nach der Lehre als Druckvorlagenhersteller und mehrjähriger Berufserfahrung in der Werbe- und Medienbranche, war er 2000 Mitbegründer des markführenden Softwareunternehmens BE.BEYOND und gilt heute als einer der erfahrensten Köpfe im Internet-Business für Mediendienstleister.



12:20 Uhr Mittagspause

In der Mittagspause können Sie sich am großen Buffet in Halle 6 bedienen, brauchen also die Halle nicht zu verlassen. Die Pause wird dem Zeitplan angepasst 45 bis 60 Minuten dauern, damit wir pünktlich fortfahren können.



Informationen:
[druckdeal.de/
go/awk](http://druckdeal.de/go/awk)



Nachhaltige Medienproduktion: Worauf kommt es in der Praxis an?

Andreas Weckwert, einer der Pioniere in der nachhaltigen Medienproduktion, hat mit natureOffice bereits über 300 Unternehmen erfolgreich für nachhaltiges Handeln begeistert. Wann funktioniert das Geschäft mit nachhaltig produzierten Medien in der Praxis? Wie wird aktiver Klimaschutz zum echten Unternehmenserfolg? Wie können Medienproduktionsbetreiber die Mehrwerte verständlich und erfolgreich kommunizieren? Welche Umweltschutzmaßnahmen sind heute tatsächlich wichtig? Sie erfahren, wie Sie Umweltschutz überzeugend vermarkten können und alle Akteure schon ab einem Cent pro Drucksache erheblich profitieren.

Andreas Weckwert, Geschäftsführer natureOffice, studierte politische Wissenschaften und Fotografie und gründete Tochterunternehmen von natureOffice in den USA und Paraguay. Vorstand der Genossenschaft zur Wahrung der Nutzerinteressen iG, Pionier und Visionär in der nachhaltigen Medienproduktion.



Informationen:
[druckdeal.de/
go/sbk](http://druckdeal.de/go/sbk)



Prämiertes Affiliatesystem mit doppeltem Mehrwert für Kunden und Druckereien

AffiliPRINT ist weltweit das erste Netzwerk für Offline-Affiliate-Marketing und gewann Januar 2011 den enable2start-Award der Financial Times Deutschland. Das System öffnet unglaubliche Möglichkeiten und verbindet werbende Unternehmen (Advertiser), mit Vertriebspartnern (Publishern, Print-buyern). Das System lässt sich simpel in den Bestellprozess von Druckshops integrieren. Warum werden intelligente Affiliate-Systeme neuester Generation die Landschaft für Online- und Offline-Werbung auf Dauer verändern? Wie können Print-buyer und Druckdienstleister gleichermaßen mit jedem Druckauftrag erheblich profitieren? Sönke Burkert berichtet aus der täglichen Praxis über ein Abgrenzungsmerkmal der Extraklasse.

Sönke Burkert, Geschäftsführer AffiliPRINT GmbH studierte Wirtschaftswissenschaften, Schwerpunkt Statistik und Betriebswirtschaft in nur fünf Semestern und ist seit 2008 als Gründungscoach der Nbank akkreditiert. 2009 Konzipierung des prämierten AffiliPRINT-Systems.



Informationen:
[druckdeal.de/
go/spk](http://druckdeal.de/go/spk)



Intelligente Qualität im Print mit job/webbased Realtime-Quality-Monitoring

Reklamationen verursachen materielle Schäden, die das 10-fache des reklamierten Umsatzes oder den Kunden kosten können. Die Dunkelziffer der qualitätsbedingten Fluktuation liegt nach Schätzungen bei 15 Prozent. Stefan Spengler, Erfinder des iQIP®-Systems, diskutiert mit Jürgen Zietlow über die praktischen Mehrwerte, die Kunden und Druckdienstleister mit web- und auftragsbasiertem Echtzeit-Qualitätsmanagement gewinnen können und wie mehr Qualitäts-, Investitions- und Argumentations-Sicherheit in der Druckproduktion entsteht – unabhängig vom Drucksystem oder Soft/Hardproof-, Digitaldruck- und Verpackungsdrucksystem. Ein Statusbericht über den neusten Stand der Technik.

Stefan Spengler, Geschäftsführer der impact-medien GmbH & Co. KG, Fogra-Mitglied mit 30 Jahren Berufserfahrung in der grafischen Industrie. Arbeitete an der Entwicklung des PSR_V2 Standard mit. Entwickler des iQIP®-Systems, das weltweit erste auftragsbezogene Online-System zur Qualitätssicherung und -dokumentation.



Informationen:
[druckdeal.de/
go/cwk](http://druckdeal.de/go/cwk)



Druckdienstleistung durch intelligente Rich-Media-Content-PDFs ergänzen

Print- bzw. Mediabuyer fragen neben Drucksachen vermehrt angereicherte PDFs für die Verbreitung z. B. auf Tablet PCs oder für die Publizierung im Internet nach. Ein Wachstumsmarkt mit großem Umsatz- und Gewinnpotenzial. Die Produktion crossmedial einsetzbarer Medien wird künftig zu einem sehr lukrativen Geschäftsfeld und wird Druckdienstleistungen künftig optimal ergänzen. Wie ist der technologische Status und welche Trends werden sich durchsetzen? Cornelius Wenz berichtet über Chancen und Anforderungen mit der Produktion von Rich- und Multimedia-Dokumenten auf Basis von PDF-Dokumenten.

Dipl.-Wirt.-Ing. (FH) Cornelius Wenz (Prokurist) verantwortet den Bereich Vertrieb und Controlling bei 3D-Zeitschrift GmbH. Im Key Account Management betreut er u.a. die CDU Bundespartei, Axel Springer Schweiz AG und die Verlagsgruppe Ebner, die neben Printmedien erfolgreich die Herstellung und Distribution von digitalen Publikationen leisten.



10 min

14:40 Uhr Pause



Informationen:
[druckdeal.de/
go/rrk](http://druckdeal.de/go/rrk)



Praxis: Landkartenpersonalisierung für Direktmailings

Dynamisierte Geodaten visualisieren die Nähe zum Kunden wie keine andere Personalisierungsmethode. Was ist state of the art bei echten Personalisierungs-Technologien? Wie funktioniert die Integration dynamisch berechneter Geodaten in der Praxis, z. B. die Darstellung von Standorten in der Nähe des Adressaten oder dynamische Anfahrtsbeschreibungen? Rolf Richter erklärt anhand von Praxisbeispielen den neusten Stand der Technik und belegt enorme Verbesserungen der Responsequoten mit dem System Locr maps als weltweit einzigartige print-on-demand Lösung für hochauflösende Landkarten für die Kundenansprache in Direktmailings.

Rolf Richter, Geschäftsführer Locr GmbH, gründete nach seinem Studium der Elektrotechnik 1981 das Multimedia-Unternehmen miro Computer Products. Nach dem Verkauf 1997 an die börsennotierte US-Firma Pinnacle Inc. investierte er als Business Angel in mehrere technologieorientierte Startups. Bis heute im Vorstand bei BANSON.



Informationen:
[druckdeal.de/
go/mek](http://druckdeal.de/go/mek)



Power on demand – Fotolias Schnittstelle für Bildcontent gewinnbringend nutzen

Mit der frei skalierbaren Fotolia API, dem de facto Standard der Druckindustrie, ist Fotolia starker Technologiepartner und Business Enabler für Druck- und Mediendienstleister. Murat Erimel zeigt den Mehrwert von personalisiertem Bildcontent für Druck- und Mediendienstleister. Er erklärt, warum sich die Technologie an alle Bedürfnisse anpassen lässt (von Postershops, individualisierten Tapeten, über Autofolien, bis hin zu Web-to-Print und Digital Signage), zeigt erfolgreiche Anwendungsbeispiele (Web-to-Print, CMS-Systeme) und stellt den Konditoreibetrieb scake.com vor, der durch den intelligenten Einsatz von Bildcontent zum erfolgreichen Druckdienstleister wurde und selber von seinen Erfahrungen berichtet.

Murat Erimel, Dir. Marketing & Media Relations, Fotolia, hat die Bekanntheit von Fotolia europaweit gesteigert und erfolgreich dazu beigetragen, Fotolia als Europas führenden Microstock-Anbieter im Markt zu positionieren. Davor war er als freier Kommunikationsberater tätig, u.a. Computec Media, Messe Berlin, made marketing development, Avantgarde und Leipziger & Partner.

IT-Solutions Lounge

Diskutieren, informieren, netzwerken

In der IT-Lounge können Sie vom 07. - 09. April 2011 mit weiteren Experten ins Gespräch kommen sowie mit einigen Referenten über Ihre Fragen sprechen. Ihr Ticket beinhaltet ein Besuch auf der Messe digi:media, jeweils inklusive Catering. Somit können Sie Ihren Kongressbesuch optimal ergänzen.



Preise und Preisnachlässe

a) Normalpreis:

395,00 Euro zzgl. 19 % MwSt., gesamt 470,05 Euro

b) Mitglieder diverser Verbände und Netzwerke:

295,00 Euro zzgl. 19 % MwSt., gesamt 351,05 Euro

- Div. Landesverbände Deutschland,
- Druck- und Medienverbände Österreich und Schweiz
- fm:p, Fachverband Medienproduktions
- BDOA, Bundesverband der Dienstleister für Onlineanbieter
- Registrierte Mitglieder bei grafiker.de, druckdeal.de
- Digicom, Digitaldruckverband
- Weitere Verbände und Organisation auf Anfrage

c) Registrierte Unternehmen bei druckdeal.de:

250,00 Euro zzgl. 19 % MwSt., gesamt 297,50 Euro

[Link zum Shop](http://www.druckdeal.de/shop)

www.druckdeal.de/shop



Ablauf:

Wenn Sie zu einem Nachlass berechtigt sind, können Sie über die Seite **digimedia.druckdeal.de** unter dem Punkt „Tickets“ über das am Seitenfuß stehende Formular Ihren individuellen Gutscheincode anfordern, der Ihnen in Sekunden per Mail übersendet wird. Mit diesem Code können Sie Ihr Ticket im o.g. Shop mit dem entsprechenden Nachlass erwerben.

Alternativ benutzen Sie für Ihre Bestellung bitte entweder das Faxformular auf den folgenden Seiten oder bestellen Sie direkt über die Verbände, die Ihnen das Ticket zum reduzierten Preis übersenden. Alternativ und wenn Sie mit Ihrer Druckdienstleistung bei druckdeal.de registriert sind, senden Sie uns eine Mail an **kongress@druckdeal.de** und fordern Sie Ihren Gutscheincode für die Bestellung an.

Mit dem **Nachlasscode** können Sie über den Shop www.druckdeal.de/shop Ihr Ticket gleich mit Nachlass bestellen und per PayPal oder mit Ihrer Kreditkarte bezahlen.

Allgemeine Hinweise

Enthaltene Leistungen:

- a) Kongress-Teilnahme inklusive Catering
 - b) Messe-Eintritt inklusive Catering (**Dauerkarte**)
 - c) Buch Web-to-Publish von Autor Jürgen Zietlow
- Über 200 Seiten Informationen über Marketing-Prozess-Optimierung, Web-to-Print, Web-to-Publish mit zahlreichen Fall- und Praxisbeispielen und Adressen von über 70 Technologieanbietern.

Veranstaltungsort:

Messe Düsseldorf, Halle 6, Eingang Nord, Technikbühne Nord. Bitte beachten Sie die Beschilderung.

www.druckdeal.de/go/dm11-kongressanfahrt

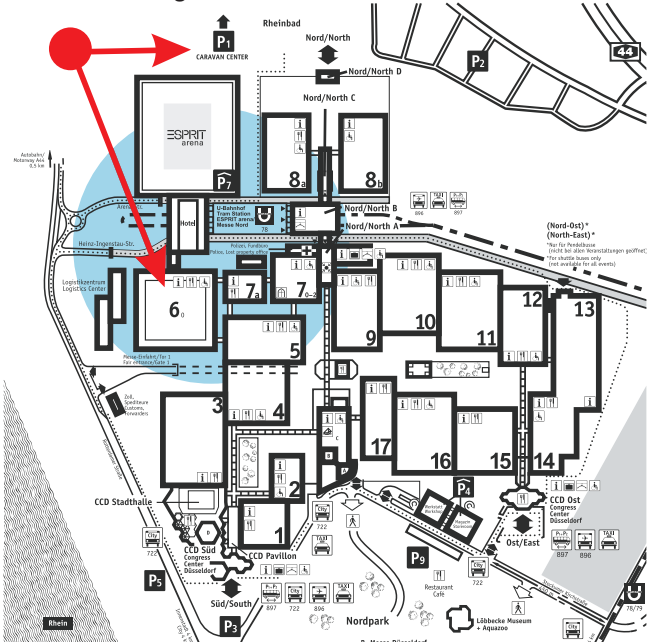
Veranstaltungstag und -beginn, Einlasszeit:

08. April, Beginn: 09:15 Uhr, Einlass **ab 08:30 Uhr**, Eingang Nord der Halle 6

Sonstiges:

Bei Anmeldung mehrerer Personen räumen wir einen Nachlass von 10 Prozent ein, soweit die Teilnehmer gleichzeitig angemeldet werden: Der Nachlass erfolgt durch Gutschrift. Programmänderungen bleiben vorbehalten. Gerichtsstand ist Syke b. Bremen. Bei Rücktritt nach dem 01.04.2011 wird die gesamte Teilnehmergebühr fällig, davor werden 70 Prozent erstattet.

Parken und Kongress/Messe



Schnelle Buchung per Telefax: 04242 16 88 928

Die regulären oder reduzierten Teilnahmegebühren gehen zu Lasten der nachfolgenden Firma. Wenn Sie Mitglied einer Organisation oder eines Vereines oder registrierte Druckerei bei druckdeal.de sind, füllen Sie bitte die nachfolgende Legitimation aus.

Firma

Straße, Postfach oder PLZ, Ort

Ansprechpartner

Telefon, Telefax

e-Mail

Ja, ich bin Mitglied in folgendem Verband bzw. Organisation (vgl. Seite 14) und kann mich mit meiner Mitgliedsnummer oder anders legitimieren:

Wir nehmen mit _____ Personen an der Veranstaltung teil und nutzen den Gruppenpreis von 10 % auf den angebotenen Preis von

_____ Mal a)-Nachlass

_____ Mal b)-Nachlass

_____ Mal c)-Nachlass

Endpreis:

Euro: _____ inkl.. MwSt.

Verlag druckbesser.de
Alte Poststraße 9

28857 Syke
Tel.: 04242-16889-0

Das Buch, die Website

Das Buch:

Web-to-Publish und die Website zum Buch

Der Verlag des Autors Jürgen Zietlow, druckbesser.de, recherchiert so konsequent wie kaum ein anderes Unternehmen Innovationen, Trends, Tendenzen und neuartige Dienstleistungen aus der Druck- und Medienbranche: aktuell, täglich, ständig. Die Optimierung von Marketing- und Verkaufsprozessen war und ist ein Trend: Ein Thema für Entscheider aus Marketing und Werbung, Druckdienstleister, KMU und die Industrie. Jürgen Zietlow nimmt kritisch den Bestand auf. Das Buch begegnet Glorifizierung und entmystifiziert den

Mythos des technologiegesteuerten Perpetuum mobile. Ein Zoom auf alle Prozesse der Marketing-Prozess-Optimierung zeigt ein klares Bild einzelner System-Funktionen im Marketingprozess. Interview-Zitate führender Technologieanbieter untermauern Risiken und Chancen für alle Beteiligten.

Praxis- und Anwendungsbeispiele zeigen den Spirit hinter erfolgreichen Strategien sowie Machern und Technologien.



Eine Datenbank zum Buch ermöglicht komfortables Sortieren und Filtern nach Technologieanbietern und die Sicht auf die jeweiligen Technologie- und Unternehmensstärken.

WEB-TO-PUBLISH  **DE**
Der Marketingsoftware-Führer

Als Teilnehmer des Kongresses erhalten Sie ein Buch gratis.

Buch kaufen

www.druckdeal.de/shop



VDM NRW

zukunft medien live zur digi:media 2011

Der Verband Druck + Medien NRW nimmt in Kooperation mit dem Verband Druck und Medien Nord und der digicom Interessengemeinschaft Digitaldruck neue Medien und Märkte ins Visier. Gemeinsam bieten sie zur digi:media-Messe in Düsseldorf ein fachliches Rahmenprogramm an. Am Freitag, den 08. April 2011 findet nach unserem Kongress folgende Veranstaltung statt, die wir empfehlen:

zukunft medien live

08. April 2011, 16:00 bis 18:00 Uhr

Weitere Informationen erhalten Sie auf unserem Kongress.



digi:media erleben

Die Fachmesse für digital publishing und commercial printing - der optimale Kongress-Rahmen

Konzentrierter Wissens- und Informationsaustausch für alle, die ihre Zielgruppen auch künftig erreichen wollen und dafür die optimale, maßgeschneiderte Technik benötigen. Für weitere Informationen beachten Sie bitte die folgenden Links:

Hauptseite: www.digimedia.de

Besucherdienste: www.druckdeal.de/go/digi-besucher

Ausstellerliste: www.druckdeal.de/go/digi-ausstellerplan

Hotels, Anreise: www.druckdeal.de/go/digi-anreise

Neue Wege gehen

Wenn man etwas besser machen will als die anderen, muss man den Mut haben, die ausgetretenen Pfade zu verlassen. Deshalb ruhen wir uns nicht auf unseren Erfolgen aus, sondern sehen sie als Ansporn, uns ständig weiterzuentwickeln. Das gilt für unsere Druckmaschinen auf dem neusten Stand der Technik ebenso wie für unsere ökologisch und ethisch ausgerichtete Unternehmenskultur. Für unsere Mitarbeiter bedeutet das mehr Spaß und Erfolg durch Transparenz, Fairness und Eigenverantwortung. Und unsere Kunden profitieren so von ganz besonders engagiertem persönlichem Service – rund um die Uhr!



Handelsblatt



2010
PrintStar

Gewinner
des Innovationspreises der
Deutschen Druckindustrie



info@druckstudiogruppe.com
www.druckstudiogruppe.com

druckstudio
GRUPPE



Veranstalter:

DRUCK **BESSER**

Medien-Gruppe

druckbesser.de GmbH & Co. KG

Alte Poststraße 9

28857 Syke | Germany

Tel.: +49 (0 42 42) 16 88 9-0

Fax +49 (0 42 42) 16 88 9-28

www.druckbesser.de

E-Mail: kongress@druckbesser.de

Ansprechpartner für den Kongress:

» **Philip Hauschild**

Tel.: +49 (0 42 42) 16 88 9-26

E-Mail: p.hauschild@druckdeal.de

» **Tim Klarmann**

Tel.: +49 (0 42 42) 16 88 9-12

E-Mail: t.klarmann@druckdeal.de

Onlinebestellung, weitere Informationen:

www.digimedia.druckdeal.de

www.druckdeal.de/shop

(siehe Informationen auf Seite 14 und 15)

Haupt-Medienpartner:



WEB-TO-PUBLISH  **DE**
Der Marketingsoftware-Führer

