



KONICA MINOLTA

Die Initiative

**WE.LOVE.PRINT**



**WE.LOVE.PRINT** meets  
Professional Printing Innovation Days

# Programm

Von Gestern bis Morgen – Print ist unverzichtbar



**Besuchen Sie uns**

am 29. & 30.10.2024 in Langenhagen

# VORTRAGSPROGRAMM

## KEYNOTE STAGE



### **Meine Meinung steht fest, irritieren Sie mich nicht mit Tatsachen.**

Warum Print besser ist als sein Ruf und Nachhaltiger als viele glauben.

Ralph Dittmann beleuchtet Wirkung und Nachhaltigkeit gedruckter und digitaler Werbung. Bei der Wirkung wird schnell klar, dass die Kunden sich längst entschieden haben! Es ist ein hybrider Kunde entstanden, der Druck und Digital erwartet.

Zum Thema Nachhaltigkeit zeigt er den Carbon-Footprint gedruckter Produkte aus Sicht eines der größten Akzidenzdrucker Deutschlands und stellt die Daten digitaler Werbung gegenüber. Des Weiteren beleuchtet er die Entwicklung und Zustand unserer Wälder und stellt einen Zusammenhang zur Papierproduktion her.

Alle von Ralph Dittmann verwendeten Daten und Fakten sind renommierten, öffentlich zugänglichen Quellen entnommen und erlauben nicht nur einen Perspektivwechsel, sondern führen teilweise zu einem richtigen „Aha-Effekt“.

Dr.-Ing. Ralph Dittmann  
Geschäftsführer WKS Gruppe



### **Print rockt**

Print ist nicht nur ein Kommunikationskanal, sondern das multisensorische Medium, welches im Einklang mit digitalen Kanälen Kommunikation erst richtig zum Erlebnis macht.

Rüdiger Maaß zeigt die Dimensionen der Print-Values auf und macht deutlich, wie diese im Rahmen der digitalen Transformation die Produkt- und Markenkommunikation erst richtig pusht.

Rüdiger Maaß,  
Geschäftsführer Fachverband Medienproduktion e.V.



## **„Erfolg ist kein Zufall und Print kann das auch.“**

Print ist stark, aber es braucht die richtigen Strategien, um das zu zeigen.

Der kompetente, sympathische und bis über die Landesgrenzen hinaus bekannte Vertriebscoach und Top-Speaker Jens Löser (derLÖSER), nimmt uns mit auf eine Reise in die Welt des erfolgreichen Verkaufens. Denn auch Print im Allgemeinen, als Branche und Gattung, muss sich im Wettbewerb mit digitalen Kommunikationsangeboten, veränderten Lebensrealitäten und Sichtweisen behaupten. Die Stärken und Alleinstellungsmerkmale von Print, generationsübergreifend und erfolgreich sichtbar und bewusst zu machen, ist eine echte Teamaufgabe. Umso besser, wenn man sie gemeinsam und strategisch angeht.

Wir freuen uns auf einen intensiven Beitrag mit vielen Anregungen für eine erfolgreiche Zukunft mit Print.

Jens Löser  
Geschäftsführer derLÖSER, Verkaufstrainer, Sales Consulting



## **Machen ist wie wollen, nur krasser**

Es ist an der Zeit, Farbe zu bekennen.

Wie oft haben wir uns schon gesagt, dass dieses oder jenes Thema dringend angepackt werden müsste, und dann haben wir es wieder auf die lange Bank geschoben oder aus den Augen verloren? Wie oft hat man sich gewünscht, dass jemand aufsteht und öffentlich Tacheles redet für unsere wunderbare Branche und ihre nach wie vor fundamentale Bedeutung? Was gäbe man nicht für motivierten Nachwuchs, der unsere bewegte Geschichte in eine spannende Zukunft führt.

Vieles ist in den letzten Jahren auf den Kopf gestellt worden, Kommunikationswege und Lebensmodelle haben sich grundlegend verändert. Die Herausforderungen sind groß. Lehnen wir uns also wie gewohnt zurück und schauen zu, wie die anderen sie lösen... - oder?

Thorsten Kinnen nimmt uns mit in seine Gedanken- und Erfahrungswelt. Geprägt von über 30 Jahren Print mit seinen vielen Facetten, findet er es an der Zeit, Farbe zu bekennen. Also, auf die Plätze, fertig, los - jetzt heißt es machen, denn WE.LOVE.PRINT.

Thorsten Kinnen  
Business Development Manager Commercial Printing  
Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH

# VORTRAGSPROGRAMM TECHNICAL STAGE



## **Programmatic Print**

Die Bausteine und Vorzüge professioneller Dialogkommunikation

Es gibt Segmente, in denen ein individualisiertes und personalisiertes Printprodukt das Maß aller Dinge ist. Durch das Zusammenspiel aus individualisierter Information und Haptik, Markenbotschaft und Emotion werden Printmedien zu Ereignismedien. Durch die Kombination mit anderen Marketingkanälen erhöht man die Aufmerksamkeit und Relevanz, verbessert die Kundenbindung, steigert alle KPIs, intensiviert den Dialog und optimiert die visuelle Anziehungskraft.

Raimund Leykauf,  
CEO DIALOG KOMPLEX GmbH

**Weitere Vorträge sind in Vorbereitung.**

# UNSERE THEMENTOUREN

## Begleite unsere Expert\*innen auf inspirierende Thementouren:

### **AUTOMATISIERUNG:** Data meets Print – **WE.ARE.AUTOMATION**

Tauche ein in die faszinierende Welt der Automatisierung, wo Daten und Print zu einer beeindruckenden Einheit verschmelzen. Erlebe hautnah, wie die neuesten Trends und Technologien Deine Produktionsprozesse effizienter und nachhaltiger gestalten. Lass Dich von Programmatic Printing begeistern, das nicht nur Effizienz und Präzision in den Fokus rückt, sondern auch Hyperpersonalisierung und gezielte Kundenansprache ermöglicht.

### **GLAMPRINT:** Response is King – **WE.ARE.GLAM**

In einer Welt, in der der erste Eindruck alles zählt, ist es entscheidend, wie Deine Printprodukte wahrgenommen werden. GLAMPRINT zeigt dir, wie Du das kreative Potenzial des Drucks voll ausschöpfen kannst, um Deine Kund\*innen mit beeindruckenden, haptisch aufregenden und brillanten Printprodukten zu begeistern. Schluss mit dem Einheitsbrei – setze auf Print, der auffällt und einfach Spaß macht!