Über 400 Teilnehmer beim Event des Clusters Druck und Printmedien

PrintMedienForum 2010, München PRINT auf dem Prüfstand

Anfang Juli trafen sich über 400 Teilnehmer – darunter auch viele österreichische – beim diesjährigen PrintMedienForum des Clusters Druck und Printmedien. Ziel des bei BMW und im Haus der Bayerischen Wirtschaft durchgeführten Fachforums war es, aktuelle Themen der Branche aufzugreifen und zukünftige Entwicklungen mit Hilfe hochkarätiger Referenten aus unternehmerischer Praxis, Politik und Mediengesellschaft zu skizzieren.



Roland Hamm, Wofgang Totzauer, Harald Sexl

Eröffnet wurde das PrintMedienForum durch einen Abendempfang bei BMW in München. Carola Erlewein, Leiterin Events, Ausstellungen und Sportmarketing der BMW AG begrüßte als Hausherrin zunächst die zahlreich erschienenen Gäste. Clustersprecher Karl-Georg Nickel dankte Frau Erlewein für die Möglichkeit, erneut im Pavillon von BMW mit dem PrintMedienForum zu Gast sein zu dürfen. Herzlich willkommen hieß Nickel Staatsminister Siegfried Schneider und Professor Dr. Jo Groebel als Referenten.

Die Printmedienbranche am digitalen Scheideweg

Nach dem Grußwort von Siegfried Schneider sprach Medienwissenschaftler Prof. Dr. Jo Groebel, Direktor des Deutschen Digital Instituts, zum Thema „Zwischen Himmel und Hölle. Die Printmedienbranche am digitalen Scheideweg". Die Druckbranche, so Groebel, bewege sich im Digitalzeitalter zwischen größten Herausforderungen und vielen neuen Möglichkeiten.

Hierbei ginge es zukünftig jedoch nicht um ein „Entweder-Oder", sondern um flexible Strategien, in denen die Nutzungssituation der Konsumenten darüber entscheide wann Druck und wann Elektronik im Vordergrund stünden. Gleichzeitig müssten ganz neue Funktionen für bedrucktes Papier und andere Träger identifiziert werden, die wiederum neue Nutzungsformen ermöglichten.

Nicht zuletzt bestimme dies seiner Meinung nach mit, wie die Industrie künftig aufgestellt und geclustert sein werde und welche besondere Position einzelne Regionen dabei im Wettbewerb einnehmen würden.

Vorträge zeigen Zukunft von PRINT auf

Am 7. Juli fand das eigentliche PrintMedienForum mit mehreren Vorträgen im Haus der Bayerischen Wirtschaft in München statt. Moderatorin Ursula Heller, die kompetent, charmant und humorvoll durch die Veranstaltung führte, begrüßte die anwesenden Gäste. Ganz besonders hieß sie das Präsidium und die Geschäftsführung des Verbandes Druck und Medientechnik aus Österreich und dessen Präsidenten, Ing. Rudolf A. Cuturi, willkommen.

Einmalig: Cluster vertritt gesamte Wertschöpfungskette

„Innovationen benötigen intakte Netzwerke" – diese Botschaft von Clustersprecher Karl-Georg Nickel stand zu Beginn der Vorträge hochrangiger Referenten. Der Cluster Druck und Printmedien unterstütze mit seinem Netzwerk und stärke so die gesamte Branche. Hierfür plane man nun auch ein Qualifikationsprogramm „Innovationsmanager Print", welches, gesponsert durch die Zulieferindustrie, Führungskräften in den Unternehmen der Druck und Medienindustrie Zusatzqualifikationen in Bezug auf Innovationsprozesse vermittle. Der Cluster Druck und Printmedien stünde zudem bei Fördermitteln unterstützend zur Seite und berate Clustermitglieder bei Innovationsvorhaben. „Angst vor Veränderung und finanzielle Gründe dürfen schließlich nicht ausschlaggebend dafür sein, dass ein Unternehmer vor einem Innovationsprojekt zurückschreckt", so Nickel weiter.

Neue Anforderungen an die Medien

Im Anschluss sprach Stefan Rühling, Vorsitzender der Geschäftsführung der Vogel Business Media GmbH & Co. KG. In seinem Vortrag „Vom Printverlag zum mehrmedialen Kommunikationspartner – Leads, Twitter, Apps und Communities" beschäftigte er sich mit dem Wandel vom 1891 gegründeten Verlagshaus zum international agierenden Fachmedien-Haus. Aus Sicht von Rühling stellt eine differenziertere Welt neue Anforderungen an die Medien. So müssten sich Fachzeitschriften zukünftig eine neue Rolle und Funktion im Konzert der Informationskanäle herausarbeiten. Daher habe Vogel Business Media seit 2006 unter dem Rubrum „Educational Marketing" ein digitales Geschäftsmodell mit Lead-Generierung, Whitepapers, Webcasts und Webinaren aufgebaut, welches das bestehende Printmodell zeitgemäß ergänze. In Zeiten von neuen Endgeräten wie dem iPad müsse ganz konsequent der passende Content für den jeweiligen Medienkanal aufbereitet werden. Das Marketing arbeite hierbei immer effizienter und ROI-orientierter.

Fachmedien müssten daher den Zugang zu den Märkten und gerade zu den Menschen in diesen Märkten ermöglichen. Im Falle von Vogel Business Media geschehe dies auf vier Feldern: Print, Online, Events und Services. Er stellte außerdem einen Werbespot des Verbandes Deutscher Zeitschriftenverlage vor, der auf hervorragende Weise die Stärken von Print als Kommunikationskanal darstellte und die Gäste begeisterte.

Zeit des Wandels

Prof. Gerd Finkbeiner, Vorsitzender des Vorstandes der manroland AG, erläuterte dann in seinem Vortrag „Perspektive Print – Herausforderungen und Chancen für Druck und Printmedien" seine Sicht auf die aktuellen Trends und Entwicklungen in der Branche. Nach der Finanz- und Wirtschaftskrise befinde sich die Druckindustrie aktuell im mühsamen Aufschwung, wobei Verleger und Druckunternehmer