

FO-INNEX`08 - Trendbarometer für innovative Medien

Mit einem Orientierungslauf durch die Welt der Medieninnovationen eröffnete die FO Print & Media AG aus Egg bei Zürich am Donnerstag, den 24. April, ihre Tore zur ersten FO-INNEX`08. Die seit Anfang Jahr agierenden sechs Geschäftsbereiche des führenden Medien-Dienstleistungsunternehmens aus dem Zürcher Oberland informierten gemeinsam mit Partnern, Kollegen und Lieferanten über aktuelle Trends und Entwicklungen innerhalb einer breit vernetzten Medienwelt. „Die grafische Industrie unterliegt einem steten Wandel und dies erfordert Neuausrichtungen, die innovative Technologien und wachsende Marktbedürfnisse optimal miteinander vereinen“, gibt Jürg Konrad, Vorsitzender der Geschäftsleitung bei seiner Eröffnungsrede zu verstehen und unterstreicht das damit verbundene Potenzial für den gesamten Kommunikationssektor. So wurde das vielseitige Angebot von den über Hundert Standbesuchern auch mit regem Interesse verfolgt. Neben Automatisierungs- und Standardisierungsprozessen für digitale Outputvisualisierungen, innovative Technologien im Workflow- und Offsetbereich präsentierte sich den Anwesenden zusätzlich eine Menge an Informationen über aussichtsreiche Onlinelösungen sowie beispielhafter Personalisierungs- und Marketingkonzepte, die für eine starke und erfolgreiche Positionierung am Markt relevant sind. Insbesondere Erfolg versprechende Kampagnen wie AIDA Push sorgten für Beachtung und signalisierten einmal mehr, welche Bedeutung dem Medium Print-to-Web als Kommunikationskanal anhaftet. Zudem lieferten fachspezifische Referate aufschlussreiche Einblicke in die Welt des Machbaren und behandelten Themen, die von Google Rankingkriterien über die sinnliche Macht des Papiers bis hin zu strategischen Mechanismen gegen Produktpiraterie reichten. Somit bot die erste FO-INNEX`08 allen Anwesenden eine Fülle an Möglichkeiten, sich neu zu orientieren und seinen zukünftigen Marktauftritt entsprechend auszurichten. Seien es Web- oder Printlösungen, klassische Werbedrucksachen, Radio- oder TV-Spots – an innovativen Ideen und Lösungen scheitert es dem Mediengewerbe nicht – davon zeugen zumindest die anschliessend geführten Fachgespräche in der Apérobar.