

FO-INNEX`10 – Neues aus der Medien- und Kommunikationsbranche

Kaum ein anderer Sektor unterliegt technischen Veränderungen so sehr wie die Kommunikationsbranche – zu komplex sind die Möglichkeiten der Umsetzung und Vernetzung! Diese Tatsache fordert insbesondere Unternehmer, Werbefachleute und Marketeers immer wieder aufs Neue heraus. Für die FO Print & Media AG ein stichhaltiger Grund, Licht ins Dunkel der modernen Unternehmenskommunikation zu bringen.

Namhafte Aussteller setzen auf Ökologie

Bereits zum zweiten Mal öffnete der führende Mediendienstleister aus Egg seine Tore zur FO-INNEX`10 – der Expo für Innovationen in Print und Media. Das Unternehmen mit seinen sechs Geschäftsbereichen sowie zahlreiche Partner und Zulieferer informierten abermals über aktuelle Trends und Entwicklungen innerhalb einer breit vernetzten Medienwelt. Das Angebot wurde rege genutzt. An die 150 Besucher verfolgten die technischen Highlights und themenspezifischen Fachbeiträge. Für namhafte Aussteller wie Xerox, Heidelberg und Sihl+Eika stand vor allem das Thema Ökologie im Vordergrund.

Die Internetdruckerei

Neben Klimafragen, 3-D Visualisierungen, neusten Druck-Veredelungsmechanismen, barrierefreien Internetseiten, erfolgversprechenden Crossmedia-Projekten und innovativen Near-Field-Communication Technologien für Sicherheitskonzepte, wurden die Anwesenden aus den Bereichen Wirtschaft, Industrie, Verband, Gesundheit, Behörden und Werbung unter anderem für Publishing 3.0 sensibilisiert – der Internetdruckerei. Geschäftsdrucksachen online zu bestellen ist bereits vielfach verbreitet, doch birgt die Technologie noch erhebliches Potenzial für den gesamten Kommunikationssektor. Unter dem Motto «Heavy Metal war gestern!» erörterte Herr Martin Spaar, Herausgeber und Chefredakteur der Fachzeitschrift «Publisher», erste Möglichkeiten.

Pro Print

Ob der vielen Hightech- und internetbasierten Lösungen bedarf es dennoch, eines als herausragendes Fazit festzuhalten: Das Medium Print gilt nach wie vor als stärkstes Glied der Kette. Seine Haptik weckt Emotionen und im Verbund mit anderen Medien dürfte es auch in Zukunft erstklassige Ergebnisse erzielen. Denn während das Internet und TV sich zu einer unterhaltungsorientierten Plattform der Informationsbeschaffung entwickelt, wird dem Printmedium die Position als kontextuelle Plattform zugeschrieben. Diese Erkenntnis weckte das Interesse des fachkundigen Publikums und bot beim anschließenden Apéro regen Anlass zu Diskussionen – an Inspiration für innovative Ideen und deren Umsetzungslösungen scheitert es zumindest nicht.