

M!KOM

7. UND 8. NOVEMBER 2006
IN WIESBADEN

KEYNOTE



„Jesus Christ,
Supersignal®“
Charles Greene, ehemals Grey

MIT FREUNDLICHER UNTERSTÜTZUNG VON



IN KOOPERATION MIT



MEDIENPARTNER



MOBILITÄTSPARTNER



KONGRESS FÜR INTEGRIERTE MARKENKOMMUNIKATION UND MEDIENPRODUKTION

THEMENSCHWERPUNKTE

- Internationale Markenkommunikation und Medienproduktion
- Anforderungen an die Markenführung der Zukunft
- Qualitätsmanagement in der Medienproduktion
- Corporate Publishing und medienneutrale Datenerhaltung
- Vernetzung der Medienproduktion in der Markenführung
- Erfolgsfaktoren für werthaltiges Media-Asset-Management
- Produkt- und Handelskommunikation

IHR NUTZEN

- Sie erhöhen den Wert Ihrer Marke(n) durch effiziente Integration von Markenkommunikation und Medienproduktion

VERANSTALTER

**DEUTSCHE
KONGRESS**

www.deutsche-kongress.de

Sehr geehrte Damen und Herren, herzlich willkommen zur **M!KOM** 2006!

Internationaler Wettbewerb und Globalisierung treiben die Kommunikation und Medienproduktion an. Schnellere, individuellere und variantenreichere Medien bedingen eine neue Sicht auf die Herstellung von Medien für Unternehmens-, Finanz-, Marken, Handels- und Kundenkommunikation. Die ehemals handwerklich geprägte grafische Welt sollte längst zur Medienindustrie geworden sein – mit Methoden und Verfahren für Projekt- und Prozess-Management, mit Instrumenten für zentrale Produktionssteuerung und Qualitätskontrolle. Markenführer, Hersteller und Handel wollen eine schnellere und individuellere Kommunikation – und damit eine eng verknüpfte Medienproduktion. Die Königsdisziplin ist die internationale Medienproduktion – für Kommunikationsaufgaben über Länder- und Kontinentgrenzen hinweg. Die Anforderungen sind hoch und disziplinübergreifend. Das Ziel sind hoch verfügbare individuelle Kommunikationsmittel – analog, digital, verfahrens- und prozessneutral. Mit der **M!KOM** etablieren wir eine Kongressmesse, der Chancen und Trends ebenso aufzeigt wie Beispiele und Lösungen. Das Kongressprogramm ist verknüpft mit einem Marktplatz für Lösungs-

anbieter und Dienstleister. Das Programm lebt von renommierten Gastrednern mit langjähriger Erfahrung und Kompetenz ebenso wie von Anwendern und deren praktischer Erfahrung. Das branchen- und disziplinübergreifende Forum ermöglicht einen Dialog entlang der Prozesskette Medienproduktion. Aussteller und Besucher finden hier die passenden Ansprechpartner. Die **M!KOM** bildet die Prozessschritte der Medienproduktion ab – von der inhaltlichen Erfassung über Datenlagerung, Individualisierung und Prozessmanagement bis zur Medienproduktion für analoge und digitale Kommunikationsmedien. Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

L. Schulz-Nigmann



Lüder Schulz-Nigmann, Geschäftsführer
DEUTSCHE KONGRESS
Projektleiter der **M!KOM** 2006
schulz-nigmann@deutsche-kongress.de

KEYNOTE AM 7. NOVEMBER VON CHARLES GREENE – „JESUS CHRIST, SUPERSIGNAL®“



**„Jesus Christ,
Supersignal®“**
Charles Greene, ehemals Grey

Erleben Sie den ehemaligen Creative Director von Grey als einen der kreativsten Köpfe, wenn es um visuelle und inhaltliche Kommunikationsumsetzung geht. Bekannt wurde Charles Greene durch erfolgreiche Werbekampagnen, mit denen er Produkte in Markenartikel verwandelte. Obstgarten, Punica, die Wiederauferstehung von Odol, Fruchtzwerge, Bepanthen, Dany+Sahne, Kitekat, Skoda.....

Jeder weiß, wofür der Mensch, der krachend im Boden verschwindet, weil sein Imbiss zu schwer war, steht, oder die Oase. Wer der Absender der 3fach-Prophylaxe ist und was so wertvoll wie ein kleines Steak ist. Und auch Sheba hat davon profitiert, dass Charles Greene sich für die Erhaltung des typischen Petersilien-Bouquets stark gemacht hat.

WER NIMMT AN DER **M!KOM** TEIL?

Das Programm ist auf der einen Seite zugeschnitten auf Entscheider für Kommunikation, Medienproduktion und der IT-Systeme zur Umsetzung in international agierenden Unternehmen aus Industrie, Handel, Banken und Versicherungen. Andererseits auf deren Ansprechpartner und Pendanten in Werbe- und Designagenturen, Druckvorstufe und digitale Bildbearbeitung, Medienproduktion, Verlags- und Druckindustrie.

In erster Linie sprechen wir folgende Personen an:

- Vorstand / Geschäftsführung Marketing
 - Agenturchefs
 - Werbe- / Marketingleiter
 - Markenführung / Brand Management
 - Leiter Druckvorstufe / Produktion
 - Leiter Produktmanagement
 - Leiter Kommunikation
 - Leiter Layout, DTP, Grafik
- und weitere Entscheider der Kommunikationsindustrie

DER VERANSTALTUNGSORT KURHAUS KOLONNADEN, WIESBADEN:



Das historische Kurhaus, Wahrzeichen der Stadt Wiesbaden, ist das Zentrum für nationale und internationale Kongresse, Tagungen, Konferenzen und Ausstellungen.

Veranstaltungsort der Kongressmesse **M!KOM** sind die Kurhaus Kolonnaden im Stil des

Klassizismus direkt gegenüber – Bestandteil des Kurhauses und mit 129 m die längste Säulenhalle Europas.

FACHBEIRAT DER M!KOM 2006:

Wir bedanken uns bei dem Fachbeirat für die inhaltliche Unterstützung.



THOMAS MÜLLER
GESCHÄFTSFÜHRER
VALUEINETZWERK GMBH

„Qualität und Produktion gehören heute fest zusammen, wenn es um führende Marken und Produkte geht. Diese Kombination ist auch die Vorbedingung für die Kommunikation von Marken und Produktinformationen – also Medien. Die Medienindustrie ist auf dem Weg von der handwerklich geprägten Produktionshaltung zum industrialisierten Medienproduktionsprozess. Die M!KOM zeigt, wie effektive Kommunikation und Markenführung mit der Medienproduktion verknüpft werden können – auch und gerade im internationalen Kontext.“



DR. CHRISTINE WICHERT
MANAGING DIRECTOR
LOGIBRAND GMBH

„Eine optimale Verzahnung aller Schritte im Markenführungsprozess ist das A und O. An jeder Stelle lauert Verlustgefahr in der Übersetzung von einem Schritt zum nächsten. Deswegen gilt es zunächst einen strategischen Zielkorridor zu finden, der aus der Positionierung abgeleitet wird, dann die Kommunikationsstrategie abzuleiten und die Medienwahl und –produktion nahtlos zu integrieren.“



PROF. DR. KLAUS THALER
LEHRSTUHL FÜR PROZESSPLANUNG UND SIMULATION
HOCHSCHULE DER MEDIEN STUTTGART

„Trotz ständiger Innovation wird das Medienmanagement in den Unternehmen von vielen Faktoren erschwert. Integrierte Kommunikation bedeutet vor allem die intensive Vernetzung und das Management komplexer Teams im Rahmen der Medienproduktion. Studien zeigen, dass übergreifendes Workflow-Management heute nur in einem von fünf Unternehmen beherrscht wird“. Wir müssen uns langfristig fragen, wie trotz sinkender Margen und kürzeren Produktlebenszyklen der Kommunikations-Workflow nachhaltig gesichert werden kann.

Die Veranstaltung M!KOM zeigt, wie die vielfältigen Anforderungen an die integrierte Kommunikation und die moderne Medienproduktion beherrscht werden kann. Hierbei spielen innovative Konzepte, Standards für Qualitätssicherung und Datenaustausch, durchgängige Verfahren der Prozessoptimierung und neue Kommunikationstools eine herausragende Rolle.“

*Qualitätssicherung in Unternehmen der grafischen Industrie, HdM 2006

DAS KONGRESSPROGRAMM IM ÜBERBLICK

DIENSTAG

7. NOVEMBER 2006

- Jesus Christ, Supersignal®
- Intelligente Konzepte für Markenkommunikation
- Senkung der Produktionskosten am Beispiel Geschäftsberichte
- Prozessperformance im internationalen Marken-Management

Fachforum A

Markenkommunikation und Medienproduktion
im internationalen Umfeld

Fachforum B

Corporate und Network Publishing

- Anforderungen an die Markenführung der Zukunft

MITTWOCH

8. NOVEMBER 2006

Fachforum C

Qualitätsgesicherte Medienproduktion

Fachforum D

Produktkommunikation in Industrie, Handel und Versandhandel

- Herausforderung: Integrierte Qualitätsgesicherte Medienproduktion – iQMP
- SPECIAL:
Branding im Champagner-Klima – wie St.Moritz kommuniziert
- Die Zukunft integrierter Kommunikation und Medienproduktion
- Podiumsdiskussion

DIENSTAG

7. NOVEMBER 2006

8:30 -09:15 | Check-in und Ausgabe der Kongressunterlagen

9:15 - 9:30 | Begrüßung durch den Vorsitzenden

9:30 -10:00 | Keynote

„Jesus Christ, Supersignal®“

- Was ist bloß mit meinem Schmusetuch passiert?
- Das Leben heißt sich selbst zu kreieren
- Die Kraft der Supersignale
- Supersignale: relevant, bedeutungsvoll und einmalig



Charles Greene, Werbeverrickter in Halbpension, Supersieben

10:00 -10:45 | Keynote

Intelligente Konzepte für Markenkommunikation

- Warum ist professionelle Markenkommunikation heutzutage so schwer?
- Positive & negative Beispiele der Markenkommunikation
- Integrierte Markenkommunikation – Eine Königsdisziplin
- Ausblick: Die Digitalisierung der Markenkommunikation



Andreas Horx, Geschäftsführer, Wächter & Wächter Identity & Design GmbH

10:45 -11:30 | Kaffeepause und Besuch der Fachausstellung

11:30 -12:15 |

Senkung der Produktionskosten am Beispiel Geschäftsberichte

- Analyse des Ist-Zustandes der Geschäftsberichtsproduktion
- Produktions-Kosten-Index – PKI. Nutzen und Anwendung
- Vergleiche und Trends
- Darstellung der Optimierungs- und Einsparpotentiale



Sönke Martensen, Geschäftsführender Gesellschafter, NETWØRK GmbH

12:15 -13:00 |

Prozessperformance im internationalen Marken-Management

- Kennzeichen Globalisierung
- Prozessorientierung statt Flickwerk
- Trends und Herausforderungen zukünftiger Kommunikation
- Crossmediale Steuerung über das Web



Ramona Kaden, Managing Director, Star Publishing



Jürgen Wagishauser, Leiter Sales & Conceptions, Star Publishing

13:00 -14:30 | Mittagessen und Besuch der Fachausstellung

Fachforum

**MARKENKOMMUNIKATION
UND MEDIENPRODUKTION IM
INTERNATIONALEN UMFELD**

Moderation

Rüdiger Maaß, Geschäftsführer,
f:mp

A

Fachforum

**CORPORATE UND
NETWORK PUBLISHING**

Moderation

thomas müller, geschäftsführer,
value!netzwerk gmbh

B

M!

14:30 -15:00 |

Demokratisierung der Kreativität – Mit Web to Print hochwertige und CI-konforme Individualisierung von Werbemitteln für jeden zugänglich machen. Ein Praxisbeispiel.

- Kreativprozesse ohne Verlust der Konsistenz verschlanken und automatisieren
- Nicht-Kreative in den Ablauf integrieren
- Einsatz neuester Technologien und Standards wie InDesign Server und Flash
- Der Einsatz von Web to Print anhand eines Praxisbeispiels



Klaus Kurz, Manager Business Development, Adobe Systems GmbH

15:00 -15:45 |

Stellen Sie sich vor, es gibt Strategien und keiner weiß davon

- so genannte Marketingabteilungen in Unternehmen machen meist nicht einmal Kommunikation
- oft fehlt ihnen jeder Einblick in die Strategien der Unternehmensführung

- manchmal auch deshalb, weil diese über keine Strategien verfügt
- die „Intentionsplanung“ als eine einfache Methodik zur Entwicklung von schlüssigen Strategien als Vorgabe und Briefing für eine effiziente Marktkommunikation.



Michael Girstmair, Managing Partner, PPI United Werbeagentur

15:45 -16:30 | Kaffeepause und Besuch der Fachausstellung

16:30 -17:15 |

Verteiltes redaktionelles Arbeiten an DTP-Dokumenten mit zentral gesteuerter Technologie und Lösung

- Wer arbeitet zusammen?
- Wie kann zusammengearbeitet werden?
- Wo wird zusammen gearbeitet?
- Was sollen/können Lösungen?
- Lösungsvielfalt
- Beispiel Smart Connection



Rainer Jeberien, Geschäftsführer, Jeberien Consulting GmbH

17:15 – 18:00 | Keynote

Anforderungen an die Markenführung der Zukunft

- Markentrends
- Führungstrends
- Anforderungen an den Chief Brand Officer 2010



Dr. Christine Wichert, Managing Director, Logibrand GmbH

14:30 -15:00 |

Neue Werkzeuge im vernetzten Publishing erfordern veränderte Arbeitsweisen bei Dienstleistern und deren Auftraggebern

- Wirkliches medien- und prozessneutrales Publizieren
- Herausforderung qualifizierte Daten und Datenhaltung
- Aufgabenverteilung Auftraggeber und Dienstleister
- Qualifizierungsbedarf beteiligter Personen oder Hilfsmittel
- Naht- und reibungsloser Medienproduktionsprozess



thomas müller, geschäftsführer, value!netzwerk gmbh

15:00 -15:45 |

Kundenmagazine – Von den Briefkästen in die Köpfe

Augenblicke - Einblicke - Seitenblicke - Ausblicke

- Augenblicke, wo Magazine begeistern
- Kurze Einblicke in das Kundenmagazin von comdirect

- Seitenblicke in andere Kundenmagazine/der etwas andere Blick auf Kundenmagazine
- Ausblicke in die Zukunft des Kundenmagazinmarkts



Martin Witt, Marketing-Manager, comdirect bank

15:45 -16:30 | Kaffeepause und Besuch der Fachausstellung

16:30 -17:15 |

Vernetzte Produktion – Corporate Publishing als Prozess

- Kommunikationsmanagement
- Workflowmanagement im „virtuellen“ Team
- Qualitäts- und Kostenkontrolle
- Technische Standards



Alexander Lohmann, Leiter New Business, HOFFMANN UND CAMPE VERLAG GmbH Corporate Publishing



Jürgen Mischke, Projektmanager, ProPublish AG

Ab 18:30 |

Abendveranstaltung im Käfer's Bistro direkt an den Kurhaus Kolonnaden.



In angenehmer, ruhiger Atmosphäre genießen Sie zusammen mit Ihren Fachkollegen ein kulinarisches Menü der Extraklasse. Dabei haben Sie genügend Gelegenheit Ihr Networking zu intensivieren und interessante Gespräche führen.

KOM

Fachforum QUALITÄTSGESICHERTE MEDIENPRODUKTION

Moderation

thomas müller, geschäftsführer,
value!netzwerk gmbh

C

9:00 - 9:45 |

Grundlage für Qualität: Standards und Normen in der Medien- produktion

- Bedeutung von Standards für die Corporate Design Implementierung
- Zusammenspiel aller Beteiligten in der Medienproduktion
- Praktische Umsetzung vom Foto bis zum Druck



Florian Süßl, Director Technology,
MetaDesign AG

9:45 -10:15 |

Digital Marketing Center – Web- gestützte Marketing- und Vertriebs- medienproduktion für konsistentes Brandmanagement und individuelle Zielgruppenansprache

- Marketingmedienproduktion heute und digitaler Workflow von morgen
- Digitale Revolution: m/p/m Digital Marketing Center
- Crossmediale Medienproduktion mit Online Mediendatenbank, Online Printcenter und Email Newsletter
- Case Study: Digital Marketing Center als zentrales Organ der Marketing- und Vertriebsaktivitäten bei einer führenden Immobilienfondsgesellschaft



Frank Bockius, Geschäftsführender
Gesellschafter, DigitalAgentur m/p/m

10:15 -11:00 | Kaffeepause und Besuch
der Fachausstellung

Fachforum PRODUKTKOMMUNIKATION IN INDUSTRIE, HANDEL UND VERSANDHANDEL

Moderation

Thomas Lucas-Nülle,
Geschäftsführer LN:C

D

9:00 - 9:45 |

Einsatzgebiete für serverbasiertes, formatneutrales Publishing mit Quark DDS

- Dezentrales Publishing mit Quark Dynamic Document Server (QuarkDDS)
- Verteilte Erstellung individualisierter Dokumente im strikten Unternehmensdesign per Webbrowser
- InBetween für XML-basiertes, flexibles und cross-mediales Database Publishing
- Verbindung von QuarkDDS und InBetween am Beispiel eines Kundenprojekts



Marko Pagel, Partner Manager
Central Europe, Quark QSE Sarl



Peer Schmid, Business Development,
InBetween GmbH

9:45 -10:15 |

Dezentrale Medienproduktion am Beispiel von Print-Katalogen

- Globalisierung, die Auswirkungen auf inhouse und externe Medienproduktionen
- Der Kreative und Datenbanken, zwei Welten prallen aufeinander
- Database Publishing für gestaltete und strukturierte Layouts
- Dezentrale Medienproduktion und automatisierte Erstellung von Sprachfassungen



Horst Huber, Geschäftsführender
Gesellschafter, WERK II Medien-
und Informationsgesellschaft mbH

10:15 -11:00 | Kaffeepause und Besuch
der Fachausstellung

M!

11:00 -11:45 | Praxisbericht
Systeme für sichere Druckvorlagen in der Packmittelproduktion

- Bedeutung von Druckvorlagen
- Datenbankgestützte Zuordnung der Druckvorlagen zu Kundenaufträgen
- Qualitätssicherung bei dezentraler Erstellung von Druckvorlagen
- Besondere Anforderungen an datenbankgestützte Erzeugung von Druckvorlagen



Frank Breuer, Label- and Artwork Manager, Bayer CropScience AG

11:45 -12:15 |
Steigerung der Medien-Qualität durch zentral gesteuerte Produktion am Beispiel Hein Gericke

- Unternehmensstrategie und operative Hürden – Product Information Management
- Sicherstellung des Corporate Designs – Regelbasierte Layout-Erstellung
- Ökonomisierung der Publishing-Prozesse – Serverbasierte Produktion
- Human Resources und integrierter Marketing-Workflow – Online-Redaktion



Alexander Katzner, Managing Partner, H2K_communications GmbH

12:15 -13:45 | Mittagessen und Besuch der Fachausstellung

13:45 -14:30 |
Herausforderung: Integrierte Qualitätsgesicherte Medienproduktion – iQMP

- Standards und Normen als Grundlage für die Medienproduktion
- Beispiel PDF/X für Druckvorlagen
- Beispiel Farbmanagement und/oder Master-Druckvorlagen
- Workflow und Aufgabenverteilung
 - für Qualitätssicherung und Hilfsmittel
 - für effiziente Datenbank-gestütztes Publizieren
- Erfolgsfaktoren für iQMP



thomas müller, geschäftsführer, value!netzwerk gmbh

14:30 -15:15 |
Branding im Champagner-Klima – wie St. Moritz kommuniziert

- Das Produkt St.Moritz/Engadin
- Die Strategien
- Die Kommunikation
- Fazit und Perspektiven

SPECIAL



Dr. Hanspeter Danuser, Kurdirektor/CEO, Kur- und Verkehrsverein St. Moritz

15:15 -15:30 | Kaffeepause und Besuch der Fachausstellung

15:30 -16:15 | Keynote
Die Zukunft integrierter Kommunikation und Medienproduktion

- Problematik heutiger Medienproduktion
- Ansätze und Vorgehensweisen zur Prozessoptimierung
- Netzwerk Betrachtung
- Zukunftsszenarien und Ausblick



Prof. Dr.-Ing. Klaus Thaler, Hochschule der Medien Stuttgart

16:15 -17:00 |
Podiumsdiskussion

17:00 | Ende der MIKOM 2006

11:00 -11:45 |
Anforderungen an crossmediales Content Management der neuen Generation

- Wo entstehen Informationen und Daten in den Unternehmen?
- Die Herausforderung der medienneutralen Datenhaltung
- Unterstützung für die Informationslieferkette (Information Supply Chain) durch Systeme, Tools und Workflows
- Wo geht die Reise hin? Heutige und zukünftige Systemlandschaften in einer neuen globalen Informationswelt



Thomas Lucas-Nülle, Geschäftsführer LN:C

11:45 -12:15 |
Enterprise Media Management – Geschäftsprozessoptimierung für Handels-, Industrie- und Produktwerbung

- Aufgabe: Mediendaten in den unterschiedlichsten Landessprachen für Kataloge und Broschüren, Beilagen, Webshop zu sichern, anzupassen, bereitzustellen, zu archivieren und unternehmensweit zugänglich zu machen
- Nutzen: sowohl im Haus als auch über ASP
- Ziel: zentral halten und dezentral nutzen



Antonius Huerkamp, Chief Sales Officer, Opix AG

12:15 -13:45 | Mittagessen und Besuch der Fachausstellung

KOM

DIE REFERENTEN DES KONGRESSES MIKOM IM ÜBERBLICK



Frank Bockius, DigitalAgentur m/p/m

Frank Bockius hat langjährige Erfahrungen mit Financial- und Digital Communications durch seine Tätigkeiten in leitenden Funktionen bei führenden Medienleistungern und Agenturen. Die Schwerpunkte liegen in den Bereichen Internet Services, Online Publikationen und Mediendatenbanken für Marketing- und Vertriebsunterstützung/-produktion. 2000 gründete er die Agentur DigitalAgentur m/p/m, deren geschäftsführender Gesellschafter er ist.



Frank Breuer, Bayer CropScience AG

Frank Breuer, gelernter Wirtschaftsinformatiker, mit mehrjähriger Erfahrung in der Distribution chemischer Produkte beschäftigt sich seit 2002 mit den Themen Druck und Druckvorlagen. Aktuell ist er Teamleiter in der Abteilung Packaging Technology und zuständig für das Label & Artwork Management bei Bayer CropScience. Sein Schwerpunkt liegt auf der Definition und Steuerung global organisierter Prozesse zur Erstellung von Artworks für den Verpackungsdruck und deren Zuordnung zu Kundenaufträgen.



Dr. Hanspeter Danuser, Kur- und Verkehrsverein St. Moritz

Hanspeter Danuser ist am 31. Juli 1947 in St. Moritz geboren und hat zwei Söhne. Seine Hobbies sind Windsurfen, Snowboarden, Skaten (Langlauf und Inline), Hochtouren, Alphorn blasen, Palmen züchten und Lesen. Seine Studien an der HSG St. Gallen in den Bereichen Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (lic. oec. HSG) sowie an der Universität Zürich (Dr. oec.) schloss er beide „magna cum laude“ ab. Hanspeter Danuser wurde 1978 Kur- und Verkehrsdirektor von St. Moritz und kreierte kurz darauf den Namen Heidiland und liess ihn als Marke schützen. 1986 ließ Hanspeter Danuser St. Moritz als Wortmarke registrieren – als per se ersten geschützten Ortsnamen der Welt. Damit führte er den Markenbegriff in das Destinations-Management ein und vergab den „Brand St. Moritz / Top of the World“ in Lizenz an strategische Partner aus der Privatwirtschaft – ein damals revolutionäres und umstrittenes Verhalten für einen Ferienort. 1999 kürte die Sonntagszeitung Hanspeter Danuser zum Schweizer „Kopf des Jahrhunderts“ in der Kategorie „Kurdirektoren, Erfinder, Hoteliers, Piloten und Unternehmer“. 2003 war Hanspeter Danuser „Bündner des Jahres“ und erhielt den „Milestone Tourismuspreis Schweiz“ in der Kategorie „Lebenswerk einer Persönlichkeit“ sowie den Tourismuspreis der Edition „Salz und Pfeffer“.

SPECIAL



Michael Girstmair, PPI United Werbeagentur

Seit 20 Jahren in der Werbung, davon 15 Jahre selbständig, ist Michael Girstmair im Führungsteam von PPI United tätig. Als einer der bedeutendsten Inhaber geführten Werbeagenturen Österreichs betreut PPI internationale Marken der unterschiedlichsten Branchen.



Charles Greene, Supersieben

Charles Greene, geboren 1938 in White Hall, Illinois, kam vor über 30 Jahren nach Deutschland und lebt seit langem in Düsseldorf. Bis zu seinem 60. Geburtstag war er Creative Director und General Manager der Werbeagentur Grey. Bekannt wurde er durch erfolgreiche Werbekampagnen, mit denen er Produkte in Markenartikel verwandelte. Obstgarten, Punica, die Wiederauferstehung von Odol, Fruchtzwerge, Bepanthen, Dany+ Sahne, Kitekat, Skoda..... Jeder weiß, wofür der Mensch, der krachend im Boden verschwindet, weil sein Imbiss zu schwer war, steht, oder die Oase. Wer der Absender der 3fach-Phylaxie ist und was so wertvoll wie ein kleines Steak ist. Und auch Sheba hat davon profitiert, dass Charles Greene sich für die Erhaltung des typischen Petersilien-Bouquets stark gemacht hat. Selbst der berühmte Dr. Best ist nicht zuletzt seine Kreation: Greene grübelte gerade über den passenden Namen für eine Zahncreme, als sein Bruder anrief und ihm mitteilte, dass er heiraten werde. Auf seine Frage, wer denn die Glückliche sei, bekam er die Antwort: Die Tochter des Zahnarztes Dr. James Best. Damit war nicht nur eine neue Ehe geschlossen, sondern auch eine neue Marke begründet. Vor kurzem hat er sich selbständig gemacht, sitzt in diversen Beiräten, berät mittelständische Marken – und er ist glücklich. So glücklich, dass er seine Mailbox besungen hat mit dem Sesamstraßen-Lied „Wie schön, dass Du anrufst“. Greene gewann von Gold bis Bronze zahlreiche Preise – auf den New York-Film-Festivals, den London International Festivals, bei Eurobest, in Cannes. Von all den Effies ganz zu schweigen. Begehrt war er auch als Jury-Mitglied. Fast alle Festivals wünschten sich ihn als Medaillengeber und manchmal vertrat er die gesamte Branche in den Medien, wie z.B. sein Auftritt für „Made in Germany“ bei Thomas Gottschalk.

„JESUS CHRIST, SUPERSIGNAL“



Andreas Horx, Wächter & Wächter Identity & Design GmbH

Wohnhaft in der Agenturstadt Frankfurt. Seit über 10 Jahren ist er in der Kommunikations-Branche aktiv. Vornehmlich als Kommunikations-Visionär und Management-Strategie arbeitet er für diverse Branchen, wie Automobil, Touristik und Investitionsgüterindustrie. Sein Steckepferd ist die Entwicklung und Realisierung von integrierten Kommunikations-Strategien. Mehrjährige Management-Erfahrung als Kommunikations-Generalist. Umfassende Kenntnisse des Integrierten Marketings auf nationaler und internationaler Ebene. Fundierte Kenntnis in den neuen Medien.



Horst Huber, WERK II Medien- und Informationsgesellschaft mbH

Horst Huber ist Geschäftsführender Gesellschafter der WERK II Medien- und Informationsgesellschaft mbH. 1992 gründete er die Firma Schnittstelle GmbH. Er ist einer der Pioniere des datenbankgestützten Publizierens und Erfinder des cataloX-Systems. Nach dem Verkauf der Firma an Bertelsmann gründete er WERK II. In den letzten fünfzehn Jahren optimierte er Medienprozesse u.a. für AVON Cosmetics, Bertelsmann Buchclub, Baur Versand, Deutscher Supplement Verlag, jako-o, Media Markt, Otto, Saturn Hansa, Weltbild Verlag, Witt Weiden u.v.m.. WERK II ist eine der führenden Beratungsunternehmen rund um das optimierte Print Publishing und bietet mit IQest.comet ein High End Database Publishing System an.



Antonius Huerkamp, Opix AG

Antonius Huerkamp begann seine berufliche Laufbahn 1982 als Verkaufsleiter bei Taylorix, Stuttgart. Von dort wechselte er 1985 als Vertriebsbereichsleiter zur Verlagsgruppe Bertelsmann. Vier Jahre später wurde er Mitglied der Geschäftsleitung bei eps Bertelsmann in Gütersloh und war für Vertrieb und Marketing verantwortlich, bevor er von 1996-2000 Geschäftsführer der eps Bertelsmann war. Seit 2000 war er CEO der empolis-Bertelsmann und 2003-2005 Geschäftsführer der Tanto Portal Solutions GmbH (Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck). Seit 10/2005 ist er Chief Sales Officer der Opix AG.



Rainer Jeberien, Jeberien Consulting GmbH

Rainer Jeberien ist als selbständiger Consultant für Verlage, Druckvorstufenbetriebe und in Unternehmen für Marketing und Investor Relation Abteilungen tätig. Bis Ende 1998 war er für Aldus/Adobe als Produktmanager und Business Development Manager beschäftigt. Im Rahmen dieser Aktivitäten war er für Adobe Photoshop, PageMaker, Type-Produkte, die Adobe Prepress-Produkte sowie Acrobat zuständig. Die Jeberien Consulting GmbH realisiert als Systemintegrator u.a. Projekte zur Einführung und Implementierung von Redaktionssystem- und Workflowlösungen.



Ramona Kaden, Star Publishing

Ramona Kaden, geboren 1974, Managing Director Star Publishing GmbH. Nach der Ausbildung zum Reproduktionshersteller absolvierte Ramona Kaden zwei Abendstudiengänge zum DTP-Layerout (AfK) und Medienfachwirt (IHK). Sie ist in der Medienbranche seit 1996 in verschiedenen leitenden Positionen tätig. Im Januar 2002 trat sie in die Star Publishing ein und wurde im Juli 2003 als Geschäftsführerin der Star Publishing bestellt.



Alexander Katzner, H2K_communications GmbH

Alexander Katzner absolvierte eine Ausbildung zum Diplom-Finanzwirt (FH) und studierte im Anschluss Rechtswissenschaften an der Universität Düsseldorf. Als freier Consultant und Programmierer war er seit 1998 verantwortlich für verschiedene Online-Projekte im öffentlichen und Verbands-Sektor bis er im Jahre 2000 die Geschäftsführung einer Internet-Agentur übernahm. Seit 2002 ist er als Managing Partner der H2K_communications GmbH verantwortlich für den Bereich online_Com (Internet, eCommerce und verwandte Technologien).



Klaus Kurz, Adobe Systems GmbH

Sein Studium der Elektrotechnik und Mathematik an der technischen Universität München schloss Klaus Kurz als Diplom Ingenieur und mit Staatsexamen ab. Seit über 15 Jahren ist er in verschieden Soft- und Hardwarefirmen als Entwickler, Produktmanager und Produktmarketing-manager tätig, darunter Siemens, Micrografx, Corel und Pinnacle Systems. Seit Anfang 2004 als Business Development Manager für das Segment Media und Publishing bei Adobe Systems verantwortlich.



Alexander Lohmann, HOFFMANN UND CAMPE VERLAG GmbH

Alexander Lohmann, Leitung New Business, ist seit über 5 Jahren für Hoffmann und Campe Corporate Publishing tätig. Er verantwortet kaufmännisch sowohl B2C-Magazine z.B. für Wempe und OTTO, B2B-Magazin und Mitarbeiterpublikation z.B. von T-Systems und der Deutschen Bank. Er betreut unterschiedlichste Buchpublikationen von Jubiläumsbüchern für z.B. Bundesdruckerei und Unilever über Imageträger wie bulthaup bis hin zu Gesprächsbänden und Biografien. Er verantwortet außerdem das Neugeschäft für den Bereich Corporate Publishing. Frühere Stationen waren u.a. Key Account Management bei iPUBLISH – Ganske Interactive Publishing (1999-00) und bei ID-Media AG (1998-99) sowie Projektleitung bei der Krämer Marktforschung (1997-98).



Thomas Lucas-Nülle, LN:C

Thomas Lucas-Nülle ist Geschäftsführer der Lucas-Nülle Consulting & Partner (LN:C). Er gilt als einer der anerkannten Experten für Product Information Management (PIM) und Cross-Media-Publishing. Mit über 10 Jahren Erfahrung sowohl auf Industrie-seite in verschiedenen leitenden Positionen als Marketing- und Vertriebsleitung, als auch als Bereichsleitung für Vertrieb und Neue Medien/Katalogmanagement in der Druck- und Medienbranche, verfügt Herr Lucas-Nülle über ein breites, fundiertes Wissen und Erfahrung, wenn es um das Thema konventionelle als auch automatischen Katalogproduktion geht.



Rüdiger Maaß, Fachverband Medienproduktoren e.V.

Jahrgang 1969. Im April 2004 startete er als Herausgeber und Chefredakteur mit der Kommunikationsplattform „VALUE - Das Magazin für Medienproduktion und Unternehmenskommunikation“. Mit einer Ausbildung als Werbekaufmann begann er seine Laufbahn in der Kommunikationsindustrie. Mit der Zusatzausbildung als „Gepürfter Medienproduktoren/f.mp.“ entdeckte er sein Herz für die Medienproduktion und ist seit 1998 als Geschäftsführer des Fachverband Medienproduktoren e.V. tätig. Neben diesen Tätigkeiten arbeitet er erfolgreich als Fachreferent und Moderator für die Kommunikationsindustrie.



Sönke Martensen, NETWØRK GmbH

Nach umfassender Ausbildung und mehreren Positionen in der technischen Leitung großer Druckereien gründeter vor 12 Jahren sein Beratungsunternehmen. NETWØRK berät heute Unternehmen bei der Produktion ihrer Printmedien, so auch bei der Geschäftsberichtproduktion Dax-notierter Unternehmen. Zum Teil langjährig, werden Markenartikler und Kunden aus den Bereichen Touristik, Energieversorgung, Finanzwesen und Versandhandel betreut. Kunden kommen aus Deutschland und aus dem europäischen Ausland.



Jürgen Mischke, ProPublish AG

Jürgen Mischke, ProPublish AG, verantwortlich für Projektmanagement und Beratung, begleitet seit sieben Jahren Kunden und Projekte in den Bereichen Corporate Publishing und vernetzter Medienproduktion. Im Mittelpunkt stehen dabei Lösungen für ein umfassendes Workflow-Management, die den Anforderungen moderner Produktion und Kommunikationsprozesse entsprechen. Zu den Kunden zählen dabei neben anderen Hoffmann & Campe, Schluetersche Verlagsanstalt und Gruner & Jahr.



Thomas Müller, valueNetzwerk gmbh

Thomas Müller begleitet die Druckvorstufe und Medienproduktion seit fast 30 Jahren als Ausbilder, Coach, Consultant und Experte der ersten Stunde für digitale Medienproduktion. Ab 1993 arbeitet er als Berater für medienneutrales Publizieren und gehört zu den führenden Experten für den Einsatz von PDF. 2005 gründet er valueNetzwerk gmbh, ein Beraternetzwerk für Unternehmen der Medienindustrie und deren Auftraggeber. Die Expertenteams setzen sich zusammen aus Coaches und Consultants unterschiedlicher Disziplinen – für technische Aufgabenstellungen wie für strategische und organisatorische. Als erstes Unternehmen dieser Art verknüpft valueNetzwerk die technischen mit den strategischen Aspekten der Medienproduktion – von der Kreation bis zur medienbasierten Kommunikation.



Dipl.-Ing.(FH) Marko Pagel, Quark QSE Sarl

Der studierte Diplom-Ingenieur (FH) für Druck- und Medientechnik ist bei Quark als Partner-Manager für Systemintegratoren und OEM-Partner zuständig. Er zeichnet verantwortlich für die Länder Deutschland, Österreich und Schweiz sowie den osteuropäischen Raum. Schwerpunkt ist der Vertrieb von Quark-Lösungen wie das Quark Publishing System (QPS) und der Quark Dynamic Document Server (QuarkDDS, QuarkXPress Server) - in Kooperation mit Partnern. Herr Pagel ist seit Mitte 2004 für Quark tätig. Zuvor arbeitete er u.a. für die Unternehmen Heidelberger Druckmaschinen und Canon in verschiedenen Positionen.



Florian Süßl, MetaDesign AG

Florian Süßl ist Technology Director bei der Berliner MetaDesign AG und dort für Auswahl, Konfiguration und Pflege des technischen Equipments für die Medienstufe verantwortlich. Im Rahmen von Seminaren und Schulungen unterstützt Florian Süßl Auftraggeber und Dienstleister bei der Einführung standardisierter Druckproduktion und objektiver Qualitätssicherung. Als aktives Mitglied der European Color Initiative (www.eci.org) arbeitete Florian Süßl maßgeblich an der Altona Testsuite für die Überprüfung und Optimierung eines PDF/X-3- Arbeitsablaufs und an den ECI-Offsetprofilen mit. Als Vorsitzender des technischen Beirats des Fachbereichs Druckvorstufe bei der FOGRA und Mitglied des entsprechenden DIN- Ausschusses für die ISO-Normung ist Florian Süßl aktiv an Standardisierungsprojekten beteiligt. Seit vielen Jahren übt er einen Lehrauftrag „Digitale Reprrotechnik“ an der Universität der Künste in Berlin aus.



Peer Schmid, InBetween GmbH

Geboren 1973, arbeitet Peer Schmid nach dem Studium zum Medienfachwirt für einige Jahre in der Prepress Abteilung der Schäfer-Shop GmbH. Anschließend als freier Berater im Bereich Medienproduktion in Projekten für Unternehmen wie die Quelle AG. Dort übernahm er 2001 die Leitung der internen Prepress Abteilung und die Produktionsverantwortung für etwa 12.000 Katalogseiten jährlich. Seit April 2006 bei der InBetween für den Bereich Business Development verantwortlich.



Prof. Dr.-Ing. Klaus Thaler, Hochschule der Medien Stuttgart

Prof. Thaler leitet den Lehrstuhl für Prozessplanung und Simulation an der Hochschule der Medien (HdM), Stuttgart. Sein Arbeitsgebiet umfaßt die Bereiche Prozessoptimierung, Produktionsplanung/-steuerung, Projektmanagement, Organisation und IT-Anwendungen. Prof. Thaler ist u.a. für die Ausbildung mit Softwaresystemen verantwortlich und neben der Lehre als unabhängiger Berater in der Industrie tätig. Prof. Thaler studierte Informatik an der Universität Stuttgart und war nach seinem Abschluss als Diplom-Informatiker am Fraunhofer Institut IAO tätig. Nach seiner Promotion zum Dr.-Ing. nahm er 1995 einen Ruf als Professor an die FHWT Berlin an. 2002 wurde er an die HdM nach Stuttgart berufen. Prof. Thaler ist bekannt durch zahlreiche Fachveranstaltungen und Publikationen zu Themen der inner- und überbetrieblichen Prozessoptimierung.



Jürgen Wagishauer, Star Publishing

Jürgen Wagishauer, geboren 1956, hat die Medienbranche als Chefredakteur von Sport- und Freizeitperiodika in allen Facetten kennen gelernt. Später Geschäftsführer und Herstellungsleiter eines Verlages, ab 1999 als Mitglied der Geschäftsführung einer Full-Service-Agentur tätig, seit 2001 bei der Produktionsagentur Star Publishing Leiter des Bereichs Sales & Conceptions im Themenfeld Steuerung von vernetzten Medienproduktionen. Seit Juni 2006 ist er Vorstandsvorsitzender des Fachverbandes Medienproduktoren.



Dr. Christine Wichert, Logibrand GmbH

Dr. Christine Wichert hat nach einem MBA Studium in den USA und Promotion in Ökonometrie in Deutschland zunächst als Top-Management-Beraterin bei der Boston Consulting Group in München und Seoul gearbeitet. Danach wechselte sie in die Industrie und hatte leitende, markenstrategische Funktionen bei BMW in München, Airbus in Toulouse und Hilti in Liechtenstein inne. Sie ist Gründerin und geschäftsführende Gesellschafterin der Logibrand GmbH, der strategischen Beratung für logische Markenführung in Berneck/St. Gallen und Autorin des Buches „Die Logik der Marke“.



Martin Witt, comdirect bank

Martin Witt, 34 Jahre alt, gelernter Versicherungskaufmann und Fachwirt Direktmarketing. Nach 5 Jahren im Marketing der Volksfürsorge (Schwerpunkt: Dialogmarketing, Vertriebsunterstützung und Text) war er weitere 5 Jahre als Werbetexter bei der Proximity Group Germany tätig. Auf Agenturseite war er u. a. für Etats wie Deutsche Bank, T-Online, Nestlé oder Vattenfall verantwortlich. Im Januar 2007 ist Martin Witt bei der comdirect bank eingestiegen und dort für Corporate Identity und Corporate Publishing, hier insbesondere für das Kundemagazin „compass“, zuständig. Darüber hinaus ist er seit 2004 Dozent an der Texterschmiede Hamburg e. V..

DIESE FIRMAN PRÄSENTIEREN IHRE PRODUKTE UND LÖSUNGEN AUF DER MIKOM



Adobe setzt neue Maßstäbe für die Interaktion mit Ideen und Informationen. Seit mehr als zwei Jahrzehnten prägt Adobe mit preisgekrönten Technologien und Produkten die Kommunikation auf privater und geschäftlicher Ebene. Das Unternehmen setzt neue Maßstäbe für die Produktion und Bereitstellung von Inhalten, die Menschen überall

und zu jeder Zeit ansprechen. Von hochwertigen Bildern in Print, Video und Film bis zu dynamischen digitalen Inhalten für verschiedene Medien sind Adobes Lösungen überall dort präsent, wo Informationen erstellt, aufgenommen und zur Interaktion genutzt werden. Weitere Informationen erhalten Sie auch im Internet unter www.adobe.de, www.adobe.at oder www.adobe.ch.

ADOBE SYSTEMS GMBH

Georg-Brauchle-Ring 58, D-80992 München
Telefon +49 (0)180 / 230 43 16, Telefax +49 (0)89 / 31 70 57 77
E-Mail cic@adobe.de, www.adobe.de



m/p/m DigitalAgentur steht für kosteneffizientes und servicestarkes Media Process Management vom Einzelprojekt bis zur Full-Service-Aufgabe.

Das Mainzer Unternehmen bietet Konzept, Text, Grafik/Design, automatisierte Vorstufe, Druckmanagement, Internet Services und Digital Communications (Mediendatenbank, Online Print Center, E-Marketing) für Marketing- und Vertriebsunterstützung. Schwerpunkte sind Financial Communications, Corporate Communications und Automatisierungslösungen durch digitale Techniken.

DIGITALAGENTUR M/P/M MEDIA PROCESS MANAGEMENT GMBH

Wernher-von-Braun-Straße 9, D-55129 Mainz
Telefon +49 (0)6131 / 95 69 20, Telefax +49 (0)6131 / 95 69 77
www.digitalagentur-mpm.de



Seit über 10 Jahren steht InBetween für effizientes database publishing. Mit über 500 Kunden, mehr als 700 Installationen und mehr als 1.500 jährlich produzierten Katalogen ist InBetween der unangefochtene Marktführer bei der automatisierten Produktion von Printprodukten. Ein Netzwerk zertifizierter Businesspartner bietet optimalen Service für Ihre Katalogproduktion.

INBETWEEN GMBH

Waldburgstraße 21, D-70563 Stuttgart
Telefon +49 (0)711 / 68 70 42 45, Telefax +49 (0)711 / 68 70 42 20
www.inbetween.de



Die Opix AG ist ein führender Anbieter von Standard-Software, um Werbemittel, Beilagen und Kataloge effizient zu produzieren. Die Software wird sowohl im ASP-Betrieb als auch direkt inhouse von den Kunden

genutzt. Bei über 240 Installationen nutzen rund 5.000 User die Vorteile der Standard-Software.

OPIX AG

Am Borsigturm 46, D-13507 Berlin-Tegel
Telefon +49 (0)30 / 433 44 00, Telefax +49 (0)30 / 433 44 09
www.opix.de



Die ProPublish AG bietet als herstellerunabhängiger Systemintegrator umfassende Lösungen für Verlage, Medienunternehmen und Druckvorstufenbetriebe.

Bei uns erhalten Sie kompetente, lösungsorientierte Beratung mit der Zielsetzung, für Sie als Kunden eine maßgeschneiderte Lösung zu integrieren. Wir pflegen langjährige Partnerschaften zu Softwarehäusern, deren Produkte aus den Bereichen Anzeigen, Redaktion und Produktion wir in unser Portfolio aufgenommen haben. Wir legen besonderen Wert auf eine offene, partnerschaftliche Zusammenarbeit mit unseren Kunden, die durch eine langfristige Perspektive ein hohes Maß an Investitionssicherheit bietet. Bei ProPublish steht Ihnen für diese Aufgaben ein Team von Beratern, Entwicklern, Projektmanagern, Trainern und Technikern zur Verfügung, das mehr als 15 Jahre Erfahrung mit aktuellem Know-How verbindet.

PROPUBLISH AG

Schanzenstr. 70, D-20357 Hamburg
Telefon +49 (0)40 / 413056-10, Telefax +49 (0)40 / 413056-01
www.propublish.de



Quark Inc. (euro.quark.com/de) ist ein führendes Unternehmen der Softwarebranche mit Lösungen für Layout, Design, Produktion und Kollaboration. Seit Quarks Flaggschiff QuarkXPress den Kurs des traditionellen Publishing vorgegeben hat, bietet Quark vielfach preisgekrönte Software für das professionelle Publishing. Quark Inc., mit

Firmensitz in Denver, wurde 1981 gegründet und befindet sich in Privatbesitz.

QUARK HAMBURG (OSE SÁRL)

Valentinskamp 24, D-20354 Hamburg
Telefon +49 (0)40 / 853 328 -0, Telefax +49 (0)40 / 853 328 99
www.euro.quark.com/de



Star Publishing steuert Werbemittel- und Medienproduktionen im nationalen und globalen Umfeld. Der Full-Service Dienstleister bringt mit modular aufgebauten Steuerungskonzepten komplexe Produktionsschritte und umfangreiche Freigabeprozesse für eine Vielzahl an beteiligten Personen unter einen Hut. Ziel ist es, Produktionszeiten und Qualität zu optimieren, um damit einen hohen Effizienzgewinn für Unternehmen zu erreichen.

STAR PUBLISHING GMBH

Ramona Kaden, Otto-Lilienthal-Straße 5, D-71034 Böblingen
Telefon +49 (0)178 / 6288 118
www.star-cooperation.com



Integrierte und optimierte Cross-Media- bzw. Cross-Channel-Kommunikation wird als Wettbewerbsfaktor für Unternehmen immer bedeutender. Die WERK II

Medien- und Informationsgesellschaft steht Firmen als kompetenter Partner bei der Planung, Konzeption und technischen Umsetzung ganzheitlicher Kommunikationslösungen zur Seite. Die Gründer von WERK II verfügen als Pioniere des datenbankgestützten Publishings über mehr als 15 Jahre Projekterfahrung im Handel, Versandhandel und in Industrieunternehmen mit produktzentrierter Kommunikation. Namhafte Firmen machen sich diesen reichen Wissensfundus durch ihre Zusammenarbeit mit WERK II regelmäßig zunutze. Neben umfassenden Beratungsleistungen bietet WERK II außerdem das High End Database Publishing-System IQuest.comet für Adobe InDesign an. Mit WERK II führt Kommunikation zum Erfolg.

WERK II MEDIEN- UND INFORMATIONSGESELLSCHAFT MBH

Falkstraße 73-77, D-47058 Duisburg
Telefon +49 (0)203 / 30511286, Telefax +49 (0)203 / 30511295
www.werk-ii.de



Die Firma WoodWing Software mit Sitz in Zaandam (Holland), Detroit (USA) und Kuala Lumpur (Malaysia), steht seit 1997 für erfolgreiche Entwicklungen im Bereich Adobe InDesign und Adobe InCopy. Über 11.000 Anwender setzen heute Produkte von WoodWing ein. Das seit Mai 2004 erhältliche WoodWing Smart Connection Enterprise

Redaktionssystem konnte innerhalb von 24 Monaten bereits über 200 mal bei Verlagen, Agenturen und redaktionellen Teams eingeführt werden. Kunden von WoodWing finden sich auf der ganzen Welt. WoodWing darf sich heute als einer der erfolgreichsten Entwickler im Adobe-Umfeld bezeichnen.

WOODWING SOFTWARE C/O IMPRESSED GMBH

Bahrenfelder Chaussee 49, D-22761 Hamburg
Telefon +49 (0)40 / 897189-0
www.impressed.de, www.woodwing.com, www.scenterprise.de

FÜR FRAGEN ZUR AUSSTELLUNG ODER INDIVIDUELLER SPONSORINGBETEILIGUNG STEHT IHNEN GERNE ZUR VERFÜGUNG:



BERNHARD KLIER
LEITER VERTRIEB
TELEFON 069 / 63006-699
KLIER@DEUTSCHE-KONGRESS.DE

KOOPERATIONSPARTNER



Der Medienproduktionspartner ist verantwortlich für die einwandfreie kaufmännische, qualitative und terminliche Abwicklung von Aufträgen. Diese dienen zum Transfer von Informationen durch Medien aller Art. Die Hauptaufgaben des Medienproduktionspartners sind: Beratung, Organisation, Vergabe von Aufträgen an Hersteller/Dienstleister, Koordination aller Beteiligten. Um diese Definition in der Kommunikationsindustrie zu festigen und die Stellung der Medienproduktionspartner auszubauen, gibt es den Fachverband Medienproduktoren, der die Interessen dieser Berufsgruppe vertritt.

FACHVERBAND MEDIENPRODUKTIONER E.V. (F:MP)

Waldbornstraße 50, D-56856 Zell/Mosel
Telefon +49 (0)6542 / 54 52, Telefax +49 (0)6542 / 54 22
www.f-mp.de



Die Hochschule der Medien bildet Spezialisten rund um die Medien aus. Seit 1. September 2001 bündelt sie das Know-how der ehemaligen Hochschule für Druck und Medien (HDM) - eine traditionelle Ausbildungsstätte für Druck- und Medientechnik - und der Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen (HBI). Die neue Hochschule deckt europaweit als einzige alle Medienbereiche ab und versteht sich als Full-Service-Hochschule für die Medienindustrie. Ihre Bandbreite erstreckt sich vom Druck bis zum Internet, von der Gestaltung bis zur Betriebswirtschaft, von der Bibliothekswissenschaft bis zur Werbung, von Inhalten für Medien bis zur Verpackungstechnik, von der Informatik über die Informationswissenschaft bis zum Verlagswesen und zu elektronischen Medien. 17 Studiengänge spiegeln diese Inhalte wider. Sie werden an zwei Standorten angeboten. In Stuttgart-Vaihingen (Standort Nobelstraße) ist der Hauptsitz der Medienhochschule. Dort finden Vorlesungen und Veranstaltungen der Fakultäten Druck und Medien sowie Electronic Media statt. In der Stadtmitte Stuttgarts in der Nähe des Hauptbahnhofs (Standort Wolframstraße) werden die Studiengänge der Fakultät Information und Kommunikation angeboten. Studierende können Bachelor- oder Master-Grade erwerben. Über 3200 Studierende sind zur Zeit an der Hochschule eingeschrieben.

HOCHSCHULE DER MEDIEN

Nobelstraße 10, D-70569 Stuttgart
Telefon +49 (0)711 / 8923 10 (Zentrale), Telefax +49 (0)711 / 8923 11
www.hdm-stuttgart.de

MEDIENPARTNER



HORIZONT ist die wöchentliche Fachzeitung für Marketing, Werbung und Medien. Mit exklusiven Nachrichten, Marketing-Checks, unabhängigen Analysen und umfassenden Reports versorgt HORIZONT Marketing- und Kommunikationsprofis mit den wichtigsten Informationen für ihr tägliches Business. Die Online-Plattform HORIZONT.NET liefert weitere Nachrichten, Dossiers, nützliche Daten und Fakten.

HORIZONT

DEUTSCHER FACHVERLAG GMBH

Mainzer Landstraße 251, D-60326 Frankfurt am Main
Telefon +49 (0)69 / 7595 1948, Telefax +49 (0)69 / 7595 1940
www.horizont.net



VALUE ist eine mediale Plattform, die Medienproduktion und Unternehmenskommunikation miteinander verbindet. Die praxisorientierte Struktur in Verbindung mit dem Onlineportal und dem interaktiven Netzwerk aus Fachverband Medienproduktoren e. V., Digitaldruck Forum, pdfzone.de und Forum Wertvolle Kommunikation bietet hohe Aktualität, relevanten und marktorientierten Content.

VALUE VERLAG KG

Waldbornstraße 50, D-56856 Zell/Mosel
Telefon +49 (0)6542 / 9603 20, Telefax +49 (0)6542 / 54 22
www.value-magazine.de

ANREISE MIT UNSEREM MOBILITÄTSPARTNER DEUTSCHE BAHN



Die DEUTSCHE KONGRESS bietet allen Teilnehmern, die sich zum Kongress **MIKOM** anmelden, Sondertickets der DB zum stark reduzierten Preis. Zusammen mit unserem Mobilitäts-Partner DEUTSCHE BAHN offerieren wir insgesamt vier unterschiedliche Ticket-Preise:

- Im Entfernungsbereich bis 300 km, Hin- und Rückfahrt
2. Klasse 69,- €
1. Klasse 99,- €
- Im Entfernungsbereich ab 300 km, Hin- und Rückfahrt
2. Klasse 109,- €
1. Klasse 159,- €

Und so funktioniert es:

Für Teilnehmer der **MIKOM** ist eine Hotline der DEUTSCHEN BAHN eingerichtet: **(01805) 31 11 53**

Die Hotline ist Montag bis Samstag von 8:00 – 21:00 Uhr erreichbar. (Kosten 12 ct/min).

Nennen Sie bitte bei Anruf das Stichwort **MIKOM**.

Die Service-Mitarbeiter der DB werden dann gemeinsam mit Ihnen Ihre gewünschte Zugreise organisieren. Das Veranstaltungsticket gilt nur zur Fahrt für die Veranstaltung MIKOM nach Wiesbaden. Die Geltungsdauer liegt zwischen 5. und 10. November 2006. Das Ticket ist nicht gebunden, gilt somit flexibel für alle ICE-Züge. Es ist gültig zur Hin- und Rückfahrt von/zu allen DB-Bahnhöfen im Nah- und Fernverkehr nach Wiesbaden. Die Sitzplatzreservierung ist im Preis nicht enthalten.

ANMELDUNG

TELEFAX **069 / 63006-669**

DEUTSCHE KONGRESS

SO MELDEN SIE SICH AN

Bitte einfach das Anmeldeformular ausfüllen und per Fax oder Post zurücksenden oder melden Sie sich online an unter www.m-kom2006.de. Sie erhalten schnellstmöglich eine Bestätigung Ihrer Anmeldung.

- Ja, ich melde mich zur **MIKOM** am 7. und 8. November 2006 an. Die Teilnahmegebühr beträgt inklusive Mittagessen, Erfrischungsgetränke, Abendveranstaltung und der Dokumentation € 795,-.

Bei Anmeldung bis 30. September 2006 buchen und bezahlen wir eine Hotel-Übernachtung für Sie.

Name, Vorname
Abteilung, Funktion
Firma
Strasse, Postfach
PLZ, Ort
Telefon, Fax
E-Mail

Warum Ihre E-Mail-Adresse wichtig ist: Sie erhalten schnellstmöglich eine Bestätigung Ihrer Anmeldung, damit Sie den Termin fest einplanen können.

Datum, Unterschrift

RECHNUNG AN

Vorname, Name
Abteilung

- Ja, ich nehme das Übernachtungsangebot in Anspruch.
- Ja, ich möchte als MIKOM - Teilnehmer 4 Wochen kostenlos und unverbindlich HORIZONT - die Zeitung für Marketing, Werbung und Medien - und einen Zugang zur Passwort-geschützten Full Version von HORIZONT.NET erhalten.
- Ja, ich möchte kostenlos und unverbindlich eine Ausgabe der Zeitschrift VALUE erhalten.
- Bitte schicken Sie mir Informationen zu Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten.

JEDER TEILNEHMER ERHÄLT KOSTENLOS
DEN **PROKOM-REPORT** 2/2006

ANMELDEBEDINGUNGEN

Die Teilnahmegebühr für die Veranstaltung **MIKOM** beträgt € 795,-. Die Teilnahmegebühr beinhaltet den Besuch der Vorträge, Mittagessen, Erfrischungsgetränke, Kaffeepausen, Abendveranstaltung und die Dokumentation. Bei Anmeldung bis 30. September 2006 buchen und bezahlen wir eine Übernachtung für Sie. Nach Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Bis zwei Wochen vor dem Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Bei Stornierung der Anmeldung zu einem späteren Zeitpunkt oder bei Nichterscheinen berechnen wir die gesamte Teilnehmergebühr. Die Stornierung ist schriftlich vorzunehmen. Die Vertretung eines angemeldeten Teilnehmers ist selbstverständlich möglich. Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor. Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

GRUPPENTARIFE

Wir gewähren für Sammelanmeldungen einer Firma folgende Rabatte:

- 2 Personen 10% auf alle Anmeldungen
- 3 Personen 15% auf alle Anmeldungen
- 4 Personen 20% auf alle Anmeldungen
- ab 5 Personen 25% auf alle Anmeldungen

WICHTIG: die Anmeldungen müssen zur gleichen Zeit bei uns eintreffen.

TERMIN

Dienstag	7. November 2006	9:15 Uhr-18:00 Uhr
Mittwoch	8. November 2006	9:00 Uhr-17:00 Uhr

SO MELDEN SIE SICH AN

PER TELEFON
069 / 63006-601

PER TELEFAX
069 / 63006-669

SCHRIFTLICH

Neue DEUTSCHE KONGRESS GmbH, Postfach 700212, 60552 Frankfurt /Main

PER E-MAIL

anmeldung@deutsche-kongress.de

Bei Anmeldung per E-Mail geben Sie bitte unbedingt den Namen des Teilnehmers und die vollständige Firmenanschrift mit Telefon- und Faxnummer an.

Hinweis nach §28 VI BDSG: Sie können bei uns der Verwendung Ihrer Daten widersprechen, wenn Sie in Zukunft keine Informationen mehr erhalten wollen.

VERANSTALTUNGSORT

Kurhaus Kolonnaden Wiesbaden
Kurhaus Platz 1
D-65189 Wiesbaden

Bei Anmeldung bis 30. September 2006 buchen und bezahlen wir eine Hotel-Übernachtung für Sie.

ZIMMER/ÜBERNACHTUNGEN

Achat Hotel City Wiesbaden
Mauritiusstr. 7
D-65183 Wiesbaden

EZ: 102,00 Euro inkl. Frühstück

WICHTIG: Bitte reservieren Sie unter dem Kennwort „Neue Deutsche Kongress GmbH“ über den Tourist Service Wiesbaden, Hotel Reservierung Tel.: 0611/1729-777 oder Fax.: 0611/1729-701 oder E-Mail tourist-service@wiesbaden.de.