

Presse-Info

26. Oktober 2023

Die PPA schwimmt gegen den Mainstream

Zell/Mosel, 26. Oktober 2023 – **Mit Goethes Zitat „Widerspruch macht produktiv“ hatte die Programmatic Print Alliance (PPA) am 18. Oktober 2023 zu ihrer zweiten Jahresversammlung nach Frankfurt am Main eingeladen. Mit 40 Teilnehmenden kamen doppelt so viele wie vor einem Jahr in die Geburtsstadt des Universalgenies.**

Gemäß dem Tagungsmotto lotste das Führungstrio der PPA – Rüdiger Maaß, Gerhard Märtterer und Gudrun Aydt – durch den Tag und büstete dabei gehörig gegen den Strich des digitalen Mainstreams. Da auch die drei Speaker des Tages Widerspruchsgeist versprühten, wurde es ein Tag voller Inspirationen, anregenden Diskussionen und neuen Ideen für die Zukunft: Sven Müller, CEO von AutLay postulierte „*Widersprecht den Neophobikern – KI macht Print noch programmatischer.*“ Raimund Leykauf, Geschäftsführer der Agentur DialogKomplex widerlegte am Beispiel der BMW-Motorradkataloge die Vorurteile gegen Print. Und Joachim Glowalla von MSM-Media sprach „*Wider das Old School Print Buying*“. Er zeigte auf, wie man Budgets entfesselt, die dann ins Programmatic Print fließen können.

Vorge stellt wurde auch die intensivierte Zusammenarbeit mit dem DDV Deutscher Dialogmarketing Verband. Martin Jacobi, Vizepräsident Reach im DDV beteiligte sich an der Diskussion: „*Printbasiertes Dialogmarketing erfährt ein neues Level. Aber alle Beteiligten müssen geschlossen an der stärkeren Wahrnehmung dieser sehr effektiven Gattung arbeiten. Die Vorteile liegen auf der Hand: Programmatic Print ist eine Bereicherung für den Omnichannel-Mix jedes Unternehmens*“.

Entsprechend positiv fiel auch der Ausblick aufs kommende Jahr 2024 aus. Zwei Highlights: Erstens wird die PPA-Academy erstmals Experten fürs Programmatic Print ausbilden. Zweitens werden die PPA und der f:mp. die PRINT & DIGITAL CONVENTION in der Halle 3 der drupa abhalten und dabei ihren Mitgliedern eine Plattform für Plug & Play Messeauftritte bieten. Hinzu kommt, dass die PPA auf der drupa die Guided Tours zu den Themen Programmatic Print und High Speed InkJet inhaltlich verantwortet.



Anlage 1: PPA_DD.V.jpg

PPA-Mitglieder kommen aus allen Produktionsbereichen des Programmatic Print: Software-Häuser, Print Service Provider, Lettershops, Maschinenhersteller, Pre-Press Studios, Post-Dienstleister, Kreativagenturen.

Anlage 2: PPA_Gruppenbild_2023.jpg

PPA und DDV intensivieren die Zusammenarbeit (v.l.n.r.): Martin Jacobi, DDV-Vizepräsident Reach im Gespräch mit Gerhard Märtterer, Spiritus Rector der PPA und Rüdiger Maaß, PPA-Geschäftsführer.

Über die PPA - Programmatic Print Alliance:

Die PPA ist eine Initiative des f:mp. Fachverband Medienproduktion. Sie nahm am 20. Februar 2022 ihre Aktivitäten auf. Die PPA-Mitglieder kommen aus allen Produktionsbereichen des Programmatic Print: Software-Häuser, Print Service Provider, Lettershops, Maschinenhersteller, Pre-Press Studios, Post-Dienstleister, Kreativagenturen. Die Geschäftsführung liegt in den Händen des f:mp. Fachverband Medienproduktion. Gerhard Märtterer ist Ideengeber und Spiritus Rector. Gudrun Aydt bringt das Handels- und Omnichannel Know-How ein. Ziel ist es, Marketiers, Werber und Print Service Provider fürs Programmatic Printing zu gewinnen. Die PPA schafft ein Milieu für die Verbindung des Programmatic Advertising mit dem Programmatic Printing.

PPA – Programmatic Print Alliance

Eine Initiative des f:mp.

Domain: <https://www.programmatic-print.org>
E-Mail: r.maass@programmatic-print.org
Adresse: Waldbornstraße 50, 56856 Zell/Mosel
Telefon: (0 65 42) 54 52 | Fax (0 65 42) 54 22
Geschäftsführer: Rüdiger Maaß

Ansprechpartner für Presse:

Gerhard Märtterer
E-Mail: g.maertterer@programmatic-print.org
Telefon: 0171 483 95 98

