

PPL SPECIAL

PRINT
PAKT ✓ LIVE
25 MEI 2016
UTRECHT

TWEEDE EDITIE PRINT PAKT LIVE IN UTRECHT SMAAKT NAAR MEER



Op woensdag 25 mei vond op de Meelzolder in DeFabrique te Utrecht de tweede editie van Print Pakt Live plaats. Presentatrice Isolde Hallensleben (foto) drukte om 16.30 uur op de startknop voor een even informatief als vrolijk evenement.

Paulina de Nijs, Ed Boogaard, Mr Print Pakt en Rob Wilders vertelden hun eigen verhaal. De Nijs onderstreepte het belang van het opbouwen van een goede band met jonge ontwerpers.

Boogaard wil met Print Pakt naar de Dutch Design Week, Kunst liet alle activiteiten van de campagne zien, waarna Wilders afsloot met een prikkelend betoog over de manier waarop een grafisch bedrijf kan werken in deze digitale wereld. De Ja/Ja Nee/Nee quiz zorgde voor verwarring en vertier. De laatste deelnemer vertrok rond de klok van 19.30 na het prima pasta-diner met een gevulde goody bag naar huis. Print Pakt Live smaakte ook na deze tweede editie naar meer.



GOED BEZOCHT EVENEMENT IN UTRECHT



Een kleine negentig bezoekers wisten op woensdag 25 mei de weg naar Print Pakt Live 2016 te vinden.

COLOFON

Print Pakt is een langlopende campagne, mogelijk gemaakt door het KVGGO.

Postbus 220
T 020 543 56 78
info@printpakt.nl
www.printpakt.nl

Redactie

w.gielissen@kvgo.nl

Opmaak & productie

Carann & Strak, Amsterdam

Beeld

Print Pakt Live 2016 |
Pieter Magielsen, NFP



INTERACTIEF!

Naast de sprekers kwam ook de zaal aan het woord met vragen, opmerkingen en suggesties. Er werd getwitterd en op social media verslag gedaan van het evenement.



ROB WILDERS:

'PRINT PAKT EN KLIKT'



Rob Wilders was nog onder de indruk van Startup Fest op 24 mei in Amsterdam. Wat hij daarvan meenam? "Ecosystemen veranderen razendsnel. Ook wij als grafici zullen ons moeten aanpassen aan deze nieuwe ecosystemen."

Wilders luisterde naar topmannen als Tim Cook van Apple, Travis Kalanick van Uber en Eric Schmidt van Google. Een van de belangrijke lessen van deze topondernemers is dat je je moet durven te begeven in – zoals Wilders dat noemt – nieuwe ecosystemen.

"Je moet radicaal durven denken." Tegelijkertijd zet hij met de Ecomediagroep in Nieuwkoop voorzichtige stappen en erkent hij dat het grootste deel van zijn omzet met druk- en printwerk wordt gerealiseerd.

Traffic genereren

"Drukwerk kan niet meer zonder online en online kan niet meer zonder drukwerk. Papier heeft daarbij de functie om aandacht te trekken, interesse te wekken en slaat de brug naar het web. Online zorgt vervolgens met actuele informatie voor de dialoog en converteert interesse naar actie. Met andere woorden: papier is het startpunt geworden van het koopproces. Het straalt vertrouwen uit en is in staat om beleving over te brengen. Is eenmaal de interesse gewekt dan moeten we voor onze klant traffic zien te genereren naar zijn site. Voorwaarde is dan wel dat vormgeving en boodschap van beide media op elkaar zijn afgestemd. Vanuit één platform worden alle media, zowel offline als online, van de juiste productinformatie voorzien."

Durf te experimenteren

"Wij verwachten dat verdienmodellen van mediabedrijven in de toekomst sterk zullen veranderen. Opdrachtgevers betalen straks niet langer voor het drukken van een aantal folders, maar voor het aantoonbare aantal conversies die we voor ze behalen. Wat dat betreft hebben we veel geleerd van Google, die dat spel als geen ander beheerst. In onze strategie spelen we nu al in op deze situatie. We experimenteren met het idee dat je niet betaalt voor de oplage, maar voor het aantal kliks dat je voor je klant weet op te roepen. Dat gaat uiteraard niet van vandaag op morgen. Maar we leren en zetten stappen vooruit."

PAULINA DE NIJS: ONTWERPERS ZIJN JE AMBASSADEURS

Paulina de Nijs is oprichter van de stichting Print voor Nederlandse grafische vormgeving en typografie. Ze organiseert projecten en activiteiten voor ontwerpers, studenten en publiek op uiteenlopende locaties in Nederland.

Volgens De Nijs zouden grafische bedrijven zich sterker op ontwerpers kunnen richten. "Jaarlijks studeren enkele honderden ontwerpers af aan kunstacademies en grafische opleidingen. Steeds meer mbo's bieden opleidingen aan voor grafische vormgeving, mediavormgeving en webdesign. Voor ontwerpers en bureaus liggen er kansen in de industrie, de retail, bij de overheid en de maatschappelijke- en zorgsector."



Onderzoek

De Nijs hield een – niet-representatieve - steekproef onder een aantal ontwerpers. Haar belangrijkste conclusies. "Ruim 82 procent werkt met een aantal vaste drukkers en uitsluitend met Nederlandse drukkers. Circa 78 procent kiest voor een grafisch bedrijf op basis van het contact tussen hen en het bedrijf waarmee ze samenwerken. Voor 71 procent van de ondervraagden zijn kwaliteit en prijs even belangrijk. Circa 75 procent van de ontwerpers is tevreden over het werk dat de drukker levert, maar ongeveer 15 procent vindt dat er veel overleg nodig is om tot het gewenste resultaat te komen. Daar staat tegenover dat 31 procent tevreden is over de mate waarin de drukker meedenkt, maar bijna 70 procent zou het prettig vinden als de drukker meer suggesties zou doen over materialen, papiersoorten en bindwijzen. Bovendien zouden ze het waarderen als ze meer zouden meedenken over de mogelijkheden van 'web2print'."

Geen verplichtingen

"Hoe zouden de wensen van de ontwerper en het aanbod van de drukker beter op elkaar kunnen aansluiten? Ongeveer 33 procent koos voor beurzen/bijeenkomsten voor ontwerpers waar drukkers/grafische bedrijven zichzelf en hun producten presenteren. Twintig procent koos voor een bemiddelaar tussen ontwerper en drukker om het best passende bedrijf te vinden. Ruim 73 procent koos voor open dagen bij drukkerijen/grafische bedrijven, zodat je zonder verplichtingen bij ze kunt gaan kijken."

Open huis?

De Nijs onderzoekt op basis van haar bevindingen de mogelijkheden van een landelijke open dag voor ontwerpers bij grafische bedrijven en nodigt Print Pakt uit mee te doen.

Waarom?

"Je laat zien wat ontwerpers voor je kunnen betekenen door materialen, technieken, apparatuur en mogelijkheden te tonen en demonstreren. Nodig daarbij studenten communicatievormgeving uit. Geef presentaties over je bedrijf. Laat voorbeelden zien van wat je hebt gedaan.

Doe een mooi aanbod voor samenwerking en denk er aan: ontwerpers zijn belangrijke ambassadeurs."

ED BOOGAARD:

OP NAAR DE DUTCH DESIGN WEEK

Ed Boogaard roept de branche op om naar de Dutch Design Week eind oktober in Eindhoven te komen. "In negen dagen lopen hier 2.500 ontwerpers en 275.000 bezoekers rond. Het barst van de creativiteit en energie."

Papier en drukwerk zijn op de Dutch Design Week in allerlei vormen aanwezig, maar de makers ontbreken. Voor de bezoekers vormt print geen aandachtspunt. Twee keer eerder stelde Boogaard de 'Print Pakt Dutch Design Paper Trail' samen met voorbeelden van aansprekend werk.

Dit jaar moet dat beter door met Print Pakt Live op de DDW aanwezig te zijn. Gesprekken met het KVGGO zijn in volle gang, net zoals met Papierenkarton.nl en BNO Nextpack. In een ruimte moet er plaats zijn voor grafische hoogstandjes, zoals de Best Verzorgde Boeken en de Kalenderwedstrijd. Op het podium draait een doorlopend programma met presentaties & workshops door grafisch ontwerpers, papierspecialisten, drukkers en binders.

"Een thuisbasis voor grafisch Nederland, een startpunt voor verkenning van de designwereld plus een ontmoetingsplek & inspiratiebron." Nog voor de zomervakantie zijn de plannen afgerond, dus stay tuned!



MAAK GEBRUIK VAN DE MOGELIJKHEDEN OM PRINT TE PROMOTEN

Alex Kunst – Mr Print Pakt – toerde het afgelopen jaar het land door om de Print Pakt boodschap te verspreiden.

"Print is in de communicatiemix een ijzersterk product. De grafische bedrijfstak biedt een scala aan diensten waarmee klanten hun voordeel kunnen doen. Soms wordt de aandacht voor print teveel naar de achtergrond gedrongen. Het is daarom goed dat de grafische branche met een duidelijke boodschap naar buiten treedt. Print en digitaal versterken elkaar." Kunst riep de aanwezigen op om mee te doen aan de verspreiding van het Print Pakt Promo Pakket. 'Elk van deze tools verbeeldt de verbinding tus-

sen print en digitaal. Laat de wereld zien dat Print Pakt!" Mr Print Pakt benadrukte dat hij bedrijven graag met raad en daad terzijde staat, bijvoorbeeld als ze een open dag willen organiseren voor hun klanten. "Aarzel niet. Neem contact op via de website of via het KVGGO."



JA/JA OF NEE/NEE BLEEK ERG LASTIG



Geen petje op petje af tijdens deze tweede editie van Print pakt Live, wel de Ja/Ja Nee/Nee quiz met als hoofdprijs het interactieve boek van en over designer Jaap Drupsteen.

Links in de hoek op de Meelzolder hield Ed Boogaard het bord met de Ja/Ja sticker omhoog, rechts achterin deed Wolfgang Gielissen hetzelfde. Isolde Hallensleben stelde de vragen, waarna de deelnemers konden kiezen uit ja of nee.

De antwoorden op de vragen bleken zo lastig dat in een luttele vier rondes de winnaar bekend was. Deze keer was de grootste deskundige - of de beste gokker - Paul Bosveld (foto onder) van drukkerij Contrast te Harderwijk.

Hij ging met de hoofdprijs naar huis die hij uit handen van Wolfgang Gielissen ontving. Na de hoog opgelopen emoties zorgde een ijsje voor wat welkome afkoeling.



MEE NAAR HUIS

De deelnemers aan Print Pakt Live 2016 kregen na afloop van het evenement een papieren goody bag mee naar huis.

Hierin onder andere afdrukken van de nieuwe key visuals, plus een handig boekje hoe de posters en andere promotiemateriaal te gebruiken. Dat drukwerk pakt was ten overvloede nog eens te zien op het affiche met de winnaars van de Kalenderwedstrijd.

Papyrus zorgde voor de tasjes. Het printwerk werd verzorgd door KVGGO-lid Impressed druk en print in Pijnacker op een Jetpress 720 S, mogelijk gemaakt door Fujifilm Sericol.

ABONNEER JE OP DE NIEUWSBRIEF

De Print Pakt Nieuwsbrief verschijnt wekelijks. Inmiddels hebben 1.400 mensen ingetekend voor een – GRATIS – abonnement. Ondersteun de campagne door een abonnement te nemen en het nieuws verder te verspreiden. Ga naar www.printpakt.nl en meld je aan.



BIJPRATEN IN HET MAGAZIJN



Print Pakt Live vond plaats op de Meelzolder van DeFabrique. Eten en een drankje waren te vinden in het even sfeervolle Magazijn.

NIEUWE KEY VISUALS EN ANDER PROMOTIEMATERIAAL BESCHIKBAAR

MAILBOX BRIEVENBUS RESULTAAT



Voor de Print Pakt campagne ontwikkelde het team vier nieuwe sleutelbeelden die bedrijven kunnen inzetten om Print Pakt te ondersteunen.

Verder zijn er onder andere banners beschikbaar, digitale handtekeningen onder de e-mail, teksten en beelden. Het materiaal is naar eigen goeddunken verder te bewerken. Downloaden? Ga naar www.printpakt.nl/tools of ga naar de Print Pakt website en klik op de tab PP Promo.

TABLET TABLOID RESULTAAT



PRINTPAKT.NL

PRINT
PAKT

