**PRESSEMITTEILUNG** 

21. April 2023

**FESPA VERÖFFENTLICHT PROGRAMM FÜR DIE ERSTE PERSONALISATION-EXPERIENCE-KONFERENZ**

Die FESPA hat das Programm für die erstmals ausgerichtete Personalisation-Experience-Konferenz vorgestellt, die vom 23. bis 25. Mai 2023 auf dem Münchner Messegelände stattfindet. Teilnehmer können sich an den drei Konferenztagen über Erkenntnisse aus Psychologie und Verhaltenswissenschaft informieren, die für eine attraktive Personalisierung relevant sind. Außerdem geht es um den kommerziellen Nutzen der Personalisierung und darum, wie Technologie- und Softwarelösungen der digitalen Transformation eine Individualisierung möglich machen.

Das Moderieren der Konferenz übernimmt Richard Askam, Botschafter der FESPA für Personalisierungserfahrung. Richard Askam war einer der kreativen Köpfe hinter der „Share a Coke“-Kampagne von Coca-Cola; zudem hat er an mehreren personalisierten Werbekampagnen für Marken wie Marmite, Nutella, Lynx und Dove gearbeitet. Einzelveranstaltungen – abgehalten jeweils in englischer Sprache – mit folgenden Themen wurden für die Konferenz bestätigt:

* **Personalisierung: Umdenken ist erforderlich.** Kunden- und Einzelhandelsexperte Peter Cross beleuchtet die Denkweise moderner Konsumenten. Er legt dar, warum es für die Branche an der Zeit ist, das Thema Personalisierung ernst zu nehmen. Ausgehend von den Erwartungen der Verbraucher wird es darum gehen, warum es für die Differenzierung der eigenen Marke wichtig ist, bedeutungsvolle Kundenbeziehungen aufzubauen.
* **Generation Z und Generation A: Personalisierung ist alles.** Chloe Combi, Autorin und Generation-Z/A-Expertin, beschäftigt sich mit dem Wesen der jüngsten Generationen: Wie gelingt es Markenartiklern, die Menschen dieser Generationen effektiv anzusprechen? Wie lässt sich eine enge Beziehung zu ihnen aufrechterhalten? Ein personalisierter Ansatz ist dabei von zentraler Bedeutung.
* **Die Cocktailparty als Analogie zum Verstehen der Customer Journey: Grundlage für eine effektive Personalisierung.** Gianfranco Cuzziol, Personalisierungsberater bei Natura & Co, erkundet das Potenzial der Personalisierung im Marketing und geht darauf ein, wie mit Personalisierung die Kundenbindung und Kundentreue gestärkt wird. Als wichtige Basis dafür muss die Customer Journey verstanden werden. Vorgestellt werden auch die wesentlichen Komponenten einer Kundendatenstrategie.
* **Menschen, Umwelt, Ertrag: Print-Personalisierung mit Nutzen für alle.** Hannah Green, Digital Sales and Experience Manager bei Tony’s Chocolonely UK, stellt dar, wie der Personalisierungsservice bei Tony’s Chocolonely den Umsatz und die Kundenloyalität fördert. Dem Unternehmen ist es damit gelungen, neue Marktsegmente zu erschließen und wichtige Markenpartnerschaften einzugehen.
* **Von der Industrie 4.0 zur Industrie 4.U: Individualisierung und Personalisierung der nächsten Generation.** In dieser Keynote-Präsentation erläutert Frank Piller, Professor für Management an der RWTH Aachen, die Schlüsselkomponenten der Industrie 4.U. Er zeigt nicht nur, wie neue datengesteuerte Geschäftsmodelle Individualisierung und Personalisierung auf die nächste Stufe heben, sondern auch, wie Pionierunternehmen mit der Industrie 4.U neue Geschäftsmodelle entwickeln.
* **Emotionen frei Haus geliefert: Intensivere Verbindungen durch personalisierte Geschenke.** Sabine Huijskes, Innovationsmanagerin für physische Produkte und Prozesse bei Greetz, und Konrad Klimkowicz, Innovationsprojektmanager bei Moonpig, sprechen darüber, wie Unternehmen emotionsgeladene Personalisierung und Einzelstückpersonalisierung in ein schnelles operatives Produktionsumfeld integrieren können und dabei das richtige Gleichgewicht zwischen Innovation und effizienter Auftragsabwicklung finden.
* **Personalisierung und Kreativität.** Justin Cairns, Leiter der Offline-Produktion bei Ogilvy UK, präsentiert preisgekrönte Fallstudien, die deutlich machen, was Kreativität bei Personalisierung im Printbereich alles bewirken kann. Personenbezogene Daten sind dabei nicht immer notwendig.

Referenten von Markenartiklern wie ProQure, PRINTFUL, Landa Digital Printing, Ipsos, Printess und Canon behandeln weitere Themen – einige Beispiele: Verhaltenswissenschaft als Basis für Personalisierung; das Potenzial von Print in einer personalisierten Welt; Inhalte für mehr Wirkung und stärkere Kundenloyalität; Technologien und Geschäftsmodelle zum Ermöglichen von Personalisierung.

Neben den einzelnen Vortragsveranstaltungen leitet Richard Askam eine Reihe von Gesprächsrunden mit Verbraucher- und Technikexperten, Einzelhändlern und Herstellern.

Das vollständige Programm der Personalisation-Experience-Konferenz steht hier zur Verfügung: <https://www.personalisationexperience.com/2023-agenda>.

„Personalisierte Erlebnisse, unmittelbar und erweitert, werden seit einigen Jahren immer stärker nachgefragt“, so Duncan MacOwan, der FESPA-Verantwortliche für Marketing und Events. „Markenartikler, die auf Personalisierung setzen, haben ihren Wettbewerbsvorteil ausgebaut und ihren Marktanteil vergrößert. Vor diesem Hintergrund möchten wir den Teilnehmern bei unserer erstmals veranstalteten Personalisation-Experience-Konferenz helfen, den kommerziellen Nutzen der Personalisierung zu erfassen. Wir zeigen, welche interessanten Möglichkeiten sich damit in den unterschiedlichen Branchen eröffnen. Sehr kompetente internationale Referenten aus verschiedenen Bereichen bringen reale Geschäftsszenarien, spannende Einblicke und umsetzbare Ratschläge mit.“

Die Personalisation-Experience-Konferenz ist in einen Ausstellungsbereich eingebettet, in dem Besucher die Personalisierungslösungen von Anbietern wie Antigro Designer, Brother, DreamScape, Infigo, OKI, Optimus, Printbox, Print & Logistics, Taopix und XMPie entdecken und erleben können.

Ein Drei-Tages-Pass für die Personalisation-Experience-Konferenz kostet 495 Euro. Teilnehmer haben damit unbegrenzten Zugang zur Konferenz, zum Personalisation-Experience-Ausstellungsbereich sowie zu den parallel stattfindenden Fachmessen FESPA Global Print Expo und European Sign Expo 2023. Für Besucher, die sich bis zum 23. April anmelden, kostet der Eintritt zur Personalisation-Experience-Konferenz und -Ausstellung 395 Euro. Mit dem Aktionscode PERA500 wird bis zur Veranstaltung ein Rabatt von 50 Euro auf den Eintrittspreis gewährt. Die Teilnahme an den Einzelveranstaltungen ist ohne Vorabbuchung möglich.

Weitere Informationen zur Personalisation Experience 2023 bietet die Website <https://www.personalisationexperience.com/>. Auch eine Anmeldung kann darüber durchgeführt werden.

**FESPA**

Die FESPA ist eine 1962 gegründete Vereinigung von Handelsverbänden und organisiert Ausstellungen und Konferenzen für die Sieb- und Digitaldruckbranchen. Die beiden Ziele der FESPA sind die Förderung von Siebdruck und Digitalbildgebung sowie der Wissensaustausch über Sieb- und Digitaldruck unter ihren Mitgliedern auf der ganzen Welt zur Unterstützung der Expansion ihrer Geschäfte und zu ihrer Information über die neuesten Entwicklungen in ihren schnell wachsenden Branchen.

**FESPA Profit for Purpose**
Profit for Purpose ist das internationale Reinvestitionsprogramm von FESPA, das einen Teil der Erlöse aus FESPA-Veranstaltungen dazu verwendet, der globalen Spezialdruckbranche zu einem nachhaltigen und rentablen Wachstum zu verhelfen. Die vier tragenden Säulen hierfür sind Bildung, Inspiration, Erweiterung und Verbindung. Im Rahmen des Programms stehen Druckereien auf der ganzen Welt hochwertige Produkte und Dienstleistungen zur Verfügung, darunter Marktforschung, Seminare, Gipfeltreffen, Kongresse, informative Leitfäden und Features. Zudem werden Basisprojekte in Schwellenländern unterstützt. Weitere Informationen finden Sie unter [www.fespa.com/profit-for-purpose](http://www.fespa.com/profit-for-purpose)*.*

**Nächste FESPA-Veranstaltungen:**

* WrapFest 2023, 26 – 27 April 2023 at Silverstone racecourse, Northamptonshire, UK
* FESPA Global Print Expo 2023, 23 – 26 May 2023, Messe Munich, Munich, Germany
* European Sign Expo 2023, 23 – 26 May 2023, Messe Munich, Munich, Germany
* Personalisation Experience, 23-26 May 2023, Messe Munich, Munich, Germany
* FESPA Mexico 2023, 17 – 19 August 2023, Centro Citibanamex, Mexico City
* FESPA Africa 2023, 13 – 15 September 2023, Gallagher Convention Centre, Johannesburg
* FESPA Eurasia 2023, 23 – 26 November 2023, IFM - Istanbul Expo Center, Istanbul, Turkey
* FESPA Global Print Expo 2024, 19 – 22 March 2024, RAI, Amsterdam, Netherlands
* European Sign Expo 2024, 19 – 22 March 2024, RAI, Amsterdam, Netherlands
* Personalisation Experience 2024, 19 – 22 March 2024, RAI, Amsterdam, Netherlands
* Sportswear Pro 2024, 19 – 22 March 2024, RAI, Amsterdam, Netherlands

**Im Auftrag der FESPA von AD Communications herausgegeben**

**Weitere Informationen:**

Imogen Woods Leighona Aris

AD Communications  FESPA

Tel: + 44 (0) 1372 464470        Tel: +44 (0) 1737 228 160

Email: iwoods@adcomms.co.uk Email: Leighona.Aris@Fespa.com

Website: [www.adcomms.co.uk](http://www.adcomms.co.uk/) Website: [www.fespa.com](http://www.fespa.com/)