

Ein Anfang ist gemacht: Die MerchDays feierten Premiere in Köln

Mit über 60 Unternehmen und 300 Gästen feierten die Kölner MerchDays in der vergangenen Woche ihre gelungene Premiere. Erstmals präsentierten sich Hersteller, Händler und Full-Service-Dienstleister den Merchandisern aus den Bereichen Musik, Film und Games. Die MerchDays sollen sich langfristig als jährliches Branchentreffen der Entertainment-Branche etablieren.

„Wir haben mit den MerchDays eine Basis für weitere Branchentreffen der Entertainment-Merchandise geschaffen. Die Aussteller freuten sich über hochwertige Kontakte und zeigten sich zufrieden über die Möglichkeit des Networkings mit den Playern der Branche. Die Kölner XPOST hat sich als Location hierfür bestens bewährt“, lautet das Fazit von Veranstalter Stefan Roller-Aßfalg, Geschäftsführer der Aka Merch & Textil GmbH. Mit 61 Unternehmen und Partnern wurde die Zahl der erwarteten Aussteller deutlich übertroffen. Dahingegen blieb die Zahl der 300 Besucher hinter den Erwartungen zurück. Roller-Aßfalg: „Keine Frage, wir haben mit mehr Gästen gerechnet, zumal wir über 600 vorregistrierte Besucher hatten. Möglicherweise haben die tropischen Temperaturen von 35 Grad an beiden Messetagen viele Interessierte von einem Besuch abgehalten. Auch werden wir den Termin in der Urlaubs- und Festivalzeit hinterfragen. Dennoch haben uns die Aussteller ein überwiegend positives Feedback gegeben. Das Veranstaltungskonzept wird von den Ausstellern grundsätzlich sehr begrüßt. Wir haben mit den MerchDays einen guten Anfang für weitere Veranstaltungen geschaffen und das Branchentreffen als Plattform für Networking und Informationsaustausch rund um Merchandising auf einen guten Weg gesetzt.“

Begleitet wurden die MerchDays durch ein interessantes Rahmenprogramm – organisiert von der Akademie für Textilveredlung. Der Kölner Siebdruckexperte und Geschäftsführer der Textildruckerei CFF, Günter Söndgerath, ließ die Besucher ihr eigenes T-Shirt drucken, um das Siebdruckverfahren kennenzulernen. Thomas Mosner, Inhaber der Kölner Textildruckerei Dakota, diskutierte mit den Gästen über die Richtlinien des Global Organic Textile Standard (GOTS) für eine ökologische und sozial verantwortliche Textilproduktion. „Fans zu Markenbotschaftern machen“ – so lautete der Vortrag von Michael Witzorrek, Projektmanager Merchandising der NDR Media GmbH. Einen weiteren Schwerpunkt der MerchDays bildete das Thema „Mass Customization“ – die Massenproduktion von individualisierten Fanartikeln. Die Experten Mark Busche (Smake GmbH) und Oliver Lüdtko (Kornit Digital Europe) führten mehrmals täglich Workshops für Merchandiser durch.

Die MerchDays sollen auch im kommenden Jahr wieder stattfinden. Einen Termin will der Veranstalter in Abstimmung mit Ausstellern und Partnern in Kürze bekanntgeben.

Presstext und Pressebilder zum Download

<http://merchdays.de/presse/>

Pressekontakt:

Stefan Roller-Aßfalg | stefan@merchdays.de | mobil: +49 (0) 176 9875 4214