



NEU DENKEN KOMMERZIELLER DRUCK



**WAS HÄLT DIE ZUKUNFT
FÜR KOMMERZIELLE DRUCKDIENSTLEISTER BEREIT**

Wie erreicht man langfristigen Geschäftserfolg



**STEIGENDER BEDARF
NACH INTELLIGENTEREN PROZESSEN**

Wie durchgängige Lösungen Prozesse optimieren



**ES GEHT NICHT MEHR NUR UM DIE KOSTEN -
SERVICEANGEBOTE MIT MEHRWERT**

Wie aus Kreativität und Beratung Kundenbindung wird

Canon



INHALT

3	Einführung
4-5	Die Topografie des kommerziellen Druckmarkts
6-7	Die Herausforderung und die Chance
8-9	Die sich ändernde technologische Landschaft
10-11	Was die Zukunft bringt
12-13	Mehrwert schaffen
14-15	Den Bedarf nach intelligenteren Lösungen steigern
16-22	Wandel des Geschäftsmodells
23	Warum Canon?

EINFÜHRUNG



In jedem Unternehmen, das daran interessiert ist seine langfristige Rentabilität und seinen Erfolg sicherzustellen, muss man sich regelmäßig die Zeit nehmen, über die aktuellen Herausforderungen hinauszuschauen und sich auf die Zukunft vorzubereiten. Das fängt damit an, dass man sich der Markttrends, der sich ändernden Kundenbedürfnisse und der neuen Möglichkeiten, die sich aus dem technologischen Wandel ergeben, bewusst wird.

In der kommerziellen Druckindustrie werden die drei Schlüsseltechnologien, Offset-, Toner- und Inkjetdruck, auch weiterhin wichtige Rollen spielen. Dieser Leitfaden, der den Druckunternehmen helfen soll, den kommerziellen Druck zu überdenken, wird sich jedoch mit den Technologien befassen, die für die Anforderungen der Zukunft am besten geeignet sind.

Aus vielerlei Gründen, die wir in diesem Handbuch untersuchen werden, eignet sich die Inkjet-Technologie besonders gut, um Druckdienstleistern dabei zu helfen, sich an die sich ändernde Landschaft anzupassen und die zukünftigen kreativen Möglichkeiten voll auszunutzen.

Jede Analyse der aktuellen Markttrends und alle Prognosen, unabhängig von der Branche oder dem Marktsektor, werden natürlich durch die Auswirkungen von Covid-19 stark beeinflusst. Dieser Leitfaden bildet dabei keine Ausnahme.

Die weltweite Pandemie und die damit verbundenen Lockdown-Maßnahmen haben sowohl die Komplexität als auch die Zahl der Herausforderungen erhöht, vor denen die kommerziellen Druckanbieter stehen. Doch trotz alledem setzen sich einige der Markttrends fort, die wir schon seit etwa einem Jahrzehnt beobachten können. Und mit den zunehmenden Verwerfungen tun sich auch zusätzliche Chancen für diejenigen auf, die das notwendige kreative Denken und das Marktbewusstsein besitzen, um sie zu nutzen.

Eines hat sich auch durch die Pandemie herauskristallisiert: Das Wichtigste ist der Mehrwert für den Kunden. Ein wirtschaftlicher Schock solchen Ausmaßes zwingt die Unternehmen zur intensiven Analyse der Kosten und Investitionsrenditen. Jede Ausgabe, die nicht nachgewiesenermaßen zu einem Mehrwert führt, droht gekürzt zu werden.

Der kommerzielle Druck war schon auf dem Weg von der Massenware zum Qualitätserzeugnis beziehungsweise von der Einheitsgröße hin zur variablen, zielgerichteten und maßgeschneiderten Spezialanfertigung. Und wir sagen voraus, dass Covid-19 diesen Trend nicht nur moderat fördern, sondern turboartig beschleunigen wird. Die Schaffung von Mehrwert ist das Mittel der Wahl, um bestehende Kundenbindungen zu sichern und neue Aufträge zu gewinnen. Und es ist der Kern, der in allen Trends, Herausforderungen und Chancen steckt, die wir in diesem Leitfaden betrachten werden.

Doch bevor man überhaupt Mehrwert schaffen kann, muss man den Kunden verstanden haben. Auf den nächsten Seiten werden wir deshalb die Wünsche und Bedürfnisse der Druckkunden unter die Lupe nehmen – vom Marketingprofi bis zum Verleger und anderen Einkäufern. Wir werden sehen, wie diese Anforderungen den Wandel im kommerziellen Druck mit seinen Herausforderungen und Chancen im Jahr 2021 und darüber hinaus antreiben.

Doch um sich voll auf die Wertschöpfung zu konzentrieren, müssen die Geschäftsabläufe möglichst intelligent abgesichert werden. Deshalb beschäftigen wir uns auch mit den Geschäftstransformations-Strategien kommerzieller Druckunternehmen – Bereitstellung von Tools zur Prozessoptimierung, Markterweiterung, Wertschöpfungsmaßnahmen und Konzepten wie "nahtlosem Druck" bis hin zur Vollautomatisierung.

Wir zeigen Ihnen nicht nur, wie Sie Mehrwert schaffen, sondern auch, wie Sie das effizient und profitabel umsetzen.



DIE MARKTUMGEBUNG DES KOMMERZIELLEN DRUCKS

Die gute Nachricht ist, dass kommerzielle Druckdienstleister das größte Marktsegment der Druckindustrie darstellen und bereits eine große Bandbreite an Produkten herstellen, von Büchern und Direktwerbung bis hin zu Broschüren, Handbüchern und Magazinen. Daher bieten sich ihnen aufgrund der Flexibilität dieses Produktangebots so viele Chancen.

Smithers Pira schätzt, dass der kommerzielle Drucksektor im Jahr 2018 einen Wert von 20,53 Milliarden Euro hatte. Diese Zahl liegt leicht unter der Schätzung von 2013 mit 23,79 Mrd. EUR, da die Zuwächse in den weniger erschlossenen Märkten Osteuropas die Rückgänge in Westeuropa nicht ausgleichen konnten¹. In der gleichen Zeit-

spanne wurde ein entsprechender Rückgang im gesamten Druckvolumen festgestellt.

Es ist kein Geheimnis, dass die Druckvolumina aufgrund der rasanten Zunahme von Jobs mit niedrigen Auflagenhöhen schrumpfen, oft bei höheren Kosten und sehr viel kürzeren Lieferterminen. In diesem Kapitel beleuchten wir diese Trends, die speziellen Schwierigkeiten, die damit zusammenhängen, und wie der Druck, der auf den Kunden der kommerziellen Druckunternehmen lastet, das Tempo des Wandels in diesem Markt antreibt.

Alle Entwicklungen und Herausforderungen, vor denen die kommerziellen Druckdienstleister heute stehen, sind die unmittelbaren Folgen der immer höheren Bedürfnisse und Anforderungen der Marketingspezialisten, Verleger und anderer Druckeinkäufer.

Den Anforderungen im Marketing gerecht werden

In unserem letzten Insight Report hat Canon Europe eine umfassende Untersuchung zur Umgebung des Marketing- und Werbemarktes veröffentlicht. Es sollte ein besseres Verständnis für die Bedenken und Herausforderungen von Kunden für Werbedienstleistungen geschaffen werden.

Dabei stellte sich unter anderem heraus, dass fast alle (97 %) von ihnen Druckerzeugnisse nach wie vor in ihre größeren Marketingkampagnen integrieren. Sie sehen sie als bestimmende Größe, als kreativ und als Sinnbild für Qualität an. Und sie haben erkannt, dass sie die Verbraucher in einem mit digitaler Werbung und Promotion übersättigten Markt wirklich noch erreichen.

Die Kehrseite ist, dass Druckerzeugnisse als teuer und im Vergleich zu digitalem Marketing als schwer messbar empfunden werden. Obwohl Druck ein vergleichsweise teures Medium ist, spielt er eine sehr wertvolle und potenziell wachsende Rolle. Doch die kommerziellen Druckdienstleister müssen mutig und kompetent mit ihren Kunden sprechen - nicht nur über deren Druckanforderungen, sondern auch darüber, wie das alles in den breiteren Marketing-Mix passt. Vermarkter geben gerne mehr aus, wenn man sie davon überzeugt, höhere Renditen zu erzielen, beispielsweise durch nahtloses, au-

tomatisiertes Marketing und programmatisches Drucken (wenn Sie noch nie von diesem Prinzip gehört haben: dies ist der Prozess hinter maßgeschneiderter, intelligent ausgelöster, persönlicher Kommunikation mit einem einzelnen Kunden).

Die Marktzahlen, die am Beginn dieses Kapitels genannt wurden, sollten Sie zum Handeln anregen und nicht in Alarmbereitschaft versetzen. Die Zahlen deuten sicherlich darauf hin, dass die Fokussierung auf Massendruck langfristig nicht nachhaltig ist, da das Druckvolumen abnimmt. Doch es gibt zahlreiche kreative Möglichkeiten, die positiven Aspekte des Drucks, z.B. seine hohe qualitative Wahrnehmung, die Kompetenzvermutung und seine Haptik, zu nutzen und darauf aufzubauen. Da der Druck bereits ein Drittel der Kommunikationsbudgets ausmacht, ist es nicht verwunderlich, dass 30 % der Kommunikations-Einkäufer der Meinung sind, dass er in den nächsten Jahren genauso wichtig bleiben oder sogar noch an Bedeutung gewinnen wird.

Unsere Untersuchung hat ergeben, dass viele Druckkunden (80 %) sich mehr Beratung durch die Druckanbieter wünschen. Sie suchen nach neuen Ansätzen und Innovationen sowie Ideen, wie man Druck und digitale Medien miteinander kombinieren kann.

¹ Quelle: The Future of European Printing to 2023 - Smithers Pira - 2018

² Quelle: https://www.midlandpaper.com/wp-content/uploads/2019/07/Two_Sides_Print_and_Paper_In_A_Digital_World.pdf

Die Anforderungen der Verlage verstehen lernen



Bücher zum Anfassen behaupten sich entgegen aller Unkenrufe auf dem Markt. Eine Studie von Two Sides aus dem Jahr 2017 ergab, dass 72 % lieber gedruckte Bücher und Zeitungen lesen und 69 % sich Druckerzeugnissen zuwenden, um ihre elektronischen Geräte mal vergessen zu können.²

Doch E-Books, soziale Medien und andere digitale Unterhaltungsformate werden nicht verschwinden. Hörbücher gewinnen Marktanteile, und die zahlreichen „Selbstverlage“ werden weiterhin Jahr für Jahr Tausende an Titeln veröffentlichen.



Obwohl das gedruckte Buch nach wie vor beliebt ist, haben diese und andere Trends weiter sinkende Auflagen und damit geringere Seitenvolumen zur Folge. Stagnation ist nicht Fortschritt und Kostenkontrolle keine dauerhafte Lösung. Altbewährte Geschäftsmodelle effizienter zu gestalten – dies vermag den Rückgang lediglich zu verzögern.

Verlage und Druckdienstleister können diesen Herausforderungen begegnen. Es gilt, den Digitaldruck in unterschiedliche Geschäftsmodelle einzubinden, die Inhalte auf verschiedenste Weise, ob gedruckt oder digital, zu verarbeiten und zu verteilen und so ihren Kunden attraktive und gehaltvolle Mehrwerte zu bieten.

Leser von heute möchten als Individuen wertgeschätzt werden. Sie möchten Inhalte präsentiert bekommen, die Ihre Individualität und Loyalität widerspiegeln. Und sie sind auch bereit, für etwas Individuelles mehr zu bezahlen. Wenn sie in Zukunft erfolgreich sein wollen, müssen Verlage das Verbraucherverhalten genau kennen und nutzen, um zielgerichtete Produkte zu vermarkten, die die Erfahrungen der Leser vertiefen.

Dynamisches – oder intelligentes – Publizieren besteht darin, relevante variable Inhalte an bestimmte Zielgruppen oder gar einzelne Verbraucher zu liefern. Basierend auf Vorlagen, die online gehostet werden, können die Anwender Inhalte aus verschiedenen Quellen, darunter auch eigene Bilder und Texte, miteinander kombinieren. Der Markt der Lehrbücher ist prädestiniert für dynamisches Publizieren, weil modulares und gemeinsames Lernen immer mehr Verbreitung findet. Dadurch eröffnen sich neue Einnahmequellen mit margenstarken personalisierten Produkten und Diensten, häufig durch die Wiederverwertung vorhandener Aktivposten.

Um diese Chancen voll auszuschöpfen, müssen Sie die Herausforderungen und Bedürfnisse Ihrer Kunden bestens kennen und daraus einen klaren Plan entwickeln, um zu demonstrieren, wie Sie den gewünschten Mehrwert schaffen können.

“**Personalisierung ist für die Kundenbindung äußerst wichtig. Eine unserer erfolgreichsten Kampagnen setzte auf Personalisierung: wir haben die Daten dazu verwendet, um Kunden für ihre meistgekauften Artikel Rabattgutscheine zu senden. Deshalb war es für uns so wichtig, etwas digital drucken zu können und dabei so detaillierte persönliche Daten zu verwenden.**”

Charley Howell,
Assistant Marketing Manager, Waitrose & Partners



DIE HERAUSFORDERUNG UND DIE CHANCE

Herausforderungen für kommerzielle Druckdienstleister

... Eine Branche konsolidiert sich

Durch die Konsolidierung mit Fusionen und Übernahmen sowohl bei Technologieherstellern als auch bei Druckunternehmen bleibt der Markt im Fluss, was eine langfristige strategische Planung erschwert. Und dies wurde durch die Verwerfungen, die durch Covid-19 entstanden sind, ganz sicher noch unsicherer.

... Marktanforderungen im Wandel

Digitale Medien machen die Zukunft des Drucks spontan, individuell, kreativ und integrierbar. Sie stehen nicht nur mit anderen Druckanbietern in Konkurrenz, sondern auch mit einer Vielzahl an digitalen Kanälen, die allesamt um einen Teil des Kundenbudgets buhlen. Wenn Sie den Kunden jedoch dabei helfen, diese Markttrends zu nutzen, und sie darüber beraten, wie Print und E-Medien in Kombination effizienter genutzt werden können, dann werden sie gerne mehr ausgeben und sogar langfristig mehr investieren.

... Optimale Produktionseffizienz für Kleinauflagen

Da hochvolumige Druckjobs allmählich wegfallen³, dürfte das gesamte Druckvolumen im kommerziellen Bereich mit Sicherheit sinken. Die Fähigkeit, Prozesse zu rationalisieren, um sich an die sich ändernden Auftragsstrukturen anpassen sowie schneller reagieren und liefern zu können, ist der Schlüssel zur Verbesserung der allgemeinen Produktionseffizienz.

... Niedrigere Kosten für höhere Profitabilität

Für zukünftiges Wachstum ist es ausschlaggebend, die Kosten niedrig zu halten, um höhere Margen zu erzielen. Auch muss man über die geeignete Technologie und Prozesse verfügen, um die Effizienz und die Gesamtbetriebskosten zu optimieren. Deswegen ist es so wichtig, Produktionstechnik einzusetzen, die für Agilität, Flexibilität und mehr Optionen zur Automatisierung sorgt – man muss in der Lage sein, kurzfristige, kreative Arbeit schnell umzusetzen und Kundenaufträge in profitabler Weise zu fertigen.

... Geschäftswachstum durch Druckinnovation

Eine sich wandelnde Marktlandschaft bringt neue Geschäftsmodelle hervor. Und durch diese neuen Geschäftsmodelle ergeben sich viele Möglichkeiten für neue Anwendungen. Von der schieren Vielfalt der Anwendungen, die jetzt erstellt werden können, über die Auswahl verschiedener Grammaturen und Medienarten bis hin zur Personalisierung, dank des geschickten Einsatzes von Daten, können kommerzielle Drucker jetzt Erzeugnisse mit mehr Wert und damit höheren Margen erstellen.



³ The Future of Digital vs Offset printing to 2024 - Smithers Pira, 2019

Herausforderungen für die Kunden

(Vermarkter, Verleger und andere Druckeinkäufer)

••• Wirtschaftlicher Druck

Herabgestufte Einnahmeprognosen aufgrund der Covid-19-Pandemie haben zu einer erheblichen Reduzierung vieler Budgets geführt. Gedruckte Komponenten bestimmen häufig einen wichtigen Teil von Marketingkampagnen. Deshalb hat der Abwärtsdruck auf die Gesamtbudgets auch die Druckausgaben getroffen und wird sie weiter treffen.



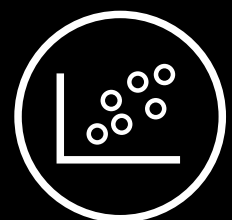
••• Online- und Offline-Kanäle miteinander kombinieren

Vermarkter integrieren Druckerzeugnisse in größere Kampagnen, die mehrere Online-Kanäle und weitere Medien beinhalten. Allerdings, so hat unser Insight Report ergeben, tun sie das oft mit geringen Kenntnissen, wie man das in der Praxis am besten umsetzt oder welche Druckanwendungen und Verarbeitungsoptionen hierzu alternativ noch zur Verfügung stehen. Die meisten Befragten gaben an, dass sie sich anstelle der reinen Ausführungskompetenz eine bessere Beratung durch ihren Druckanbieter gewünscht hätten. Das gleiche trifft auf die Verlagsbranche zu, wo die aufkommenden elektronischen Medien zu einem Rückgang in den Auflagen von Büchern, Magazinen und Zeitungen geführt haben. Wichtig für das Wachstum in der Zukunft wird sein, wie man die Offline- und Online-Welten miteinander verschmelzt, um dem gedruckten Produkt einen Mehrwert zu verleihen.



••• Die Messbarkeit

Im Vergleich zu digitalen Anzeigen, E-Shots oder sozialen Medien ist die Wahrnehmung so, dass der Response auf Printwerbung schwieriger zu messen ist. Es ist wichtig, die Hauptvorteile von Druckerzeugnissen (wie im nächsten Punkt beschrieben) zu betonen, denn es wird schwierig sein, die Unmittelbarkeit und Nachverfolgbarkeit des Digitalen zu imitieren. Sie müssen in der Lage sein, klug gegenüber Ihren Kunden zu argumentieren – nicht nur beim Thema Druckproduktion, sondern auch wenn es darum geht, wie die Druckmittel in ihre umfassenderen Planungen passen und wie sie zum Gesamterfolg beitragen können. Das ist nachweisbarer Mehrwert.



••• Digitale Ermüdung

In einer Zeit, in der viele einen Großteil ihrer Zeit vor Bildschirmen verbringen, kann Print eine willkommene Auszeit darstellen. Und das Publikum wird von Print nachweislich tiefer angesprochen als von der eher flüchtigen digitalen Werbung. Viele Vermarkter haben das erkannt und alle sind auf der Suche nach Wegen, wie sie ihren Botschaften in all dem Getöse mehr Aufmerksamkeit verschaffen können. Einer dieser Wege ist die 1:1-Kommunikation. In diesem Bereich bieten sich für Printlösungen enorme Chancen.



DIE SICH WANDELNDE TECHNOLOGIE-LANDSCHAFT



Wie bereits in der Einleitung erwähnt, spielen die drei Haupttechnologien im kommerziellen Druck – Offset, Toner und Inkjet –, wenn sie von robusten Workflow-Softwaresystemen unterstützt werden, auch in Zukunft eine Rolle.

Diese drei Pfeiler fungieren mittlerweile in vielen Druckumgebungen als ergänzende Techniken, die kommerziellen Druckdienstleistern die Flexibilität geben, um auf jede Kundenanforderung eingehen zu können.

Alle drei haben ihre Stärken und Schwächen. Doch Inkjet ist in besonderer Weise dazu geeignet, die sich schnell ändernden Anforderungen des kommerziellen Druckgeschäfts in Zukunft zu erfüllen. Er führt das Beste aus Offset- und Digitaltechnik zu-

sammen, um Hochgeschwindigkeits- und Qualitätsdruck sowie höherwertige Drucklösungen zu bieten.

Niemand konnte das Ausmaß und die Auswirkungen der Pandemie auf die kommerzielle Druckindustrie und die Gesamtwirtschaft vorhersagen, nicht einmal nach den ersten Monaten des Jahres 2020. Sie ist zu einer brutalen Lektion in der Praxis geworden und hat deutlich gemacht, wie wichtig es ist, dass Unternehmen agil, flexibel und anpassungsfähig bleiben. Um das zu erreichen, müssen Druckunternehmen, die es ernst meinen sowie langfristig überleben und gedeihen wollen, mit hoher Priorität in entsprechende Technologien investieren. Und es gibt gute Gründe dafür, dass Inkjet ein integraler Bestandteil dieser Zukunftspläne ist.

Offset: Die Wahl bei hohen Auflagen



Offsetdruck wird für absehbare Zeit sowohl im Hinblick auf Druckvolumina als auch Umsätze die beherrschende Drucktechnik bleiben. Dennoch sinkt sein Marktanteil und die Covid-19-Pandemie scheint diesen Trend noch zu verstärken. Bei hohen Auflagen bleibt er das Mittel der Wahl. Doch aufgrund der Tatsache, dass die Auflagen sinken, werden mehr und mehr Aufträge auf digitale Alternativen verteilt.

Und auch das zunehmende Umweltbewusstsein bei Unternehmen und Verbrauchern spielt bei dieser Entwicklung eine Rolle. Immer schwerer wiegen die negativen Auswirkungen, die durch den Offsetprozess verursacht werden. Das beginnt bei den Verbrauchsmaterialien in der

Druckvorstufe, geht über die Chemie bei den Druckplatten bis hin zum Wasserverbrauch im eigentlichen Druckvorgang. Noch für einige Zeit wird die Mehrzahl der Druckprodukte weltweit auf Offsetdruckmaschinen hergestellt. Doch die sinkenden Auflagen und der Bedarf nach zielgerichteter und mehrwertorientierter Werbung wird die Nachfrage bei Digitaldruck steigern. Daraus ergibt sich, dass mehr und mehr der kreativsten und höchstwertigen Produkte digital gedruckt werden. Um diese Möglichkeiten schon heute zu nutzen – und um führend auf diesem Markt zu sein und zukünftig mehr hochwertige Arbeit zu generieren –, müssen kommerzielle Druckdienstleister intelligent in digitale Lösungen investieren.

Toner:

Die Wahl bei niedrigen Auflagen



Toner-Technik, sowohl in flüssiger als auch in trockener Form, ist im kommerziellen Druck bestens eingeführt und seine Qualität hat sich über die Jahre deutlich verbessert. Sie bietet digitale Flexibilität im On-Demand-Bereich mit Personalisierungsmöglichkeiten und ist eine wirkliche Alternative für Offset bei einer zunehmenden Zahl kleinerer Jobs, die der Markt benötigt.

Ein weiterer Vorteil ist, dass viele Tonersysteme mittlerweile nahtlos in bestehende Workflows eingebunden werden können. Das gleiche gilt für Zufuhr- und Finishinglösungen, was zu einer Zunahme bei automatisierten und effizienteren Produktionsprozessen geführt hat.

Doch die Tonertechnik hat ihre Grenzen. Zwar ist sie als Technologie gereift und gut eingeführt, doch sie entwickelt sich nicht mit der gleichen Geschwindigkeit weiter wie Inkjet und

bietet auch nicht die gleich hohen Produktionsgeschwindigkeiten.

Während die Tonertechnik eine praktikable Option für sehr kurzfristige Arbeiten darstellt, ist ihre niedrige Geschwindigkeit im Vergleich zu Inkjet ein weiterer Nachteil. Die Wirtschaftlichkeit wird ihr besonders bei den mittleren "Cross-Over"-Jobs zum Verhängnis, bei denen kalkuliert werden muss, ob man sie digital oder im Offset produziert.

Tonersysteme haben jedoch den Vorteil, dass sie eine wesentlich geringere Kapitalinvestition erfordern als Inkjet. Daher müssen Unternehmen sorgfältig überlegen und alle Vor- und Nachteile abwägen, bevor sie eine Entscheidung treffen.

Inkjet:

Die Wahl für die Zukunft



Aktuelle Prognosen deuten klar darauf hin, dass Inkjet die Drucktechnologie der Zukunft ist. Fortschrittliche Inkjet-Systeme drucken bereits ein gleichbleibend hohes und zuverlässiges Qualitätsniveau, das dem von Offset entspricht, bei vergleichbarer Geschwindigkeit - unabhängig davon, ob Sie ein Einzelexemplar oder eine Auflage von mehreren Tausend drucken. Obwohl die Technologie noch jung ist, hat sie in den letzten beiden Jahren eine neue Stufe erreicht und entwickelt sich rapide weiter. Dadurch wird sie zur offensichtlichen Alternative für die wachsende Zahl der Jobs im mittleren Auflagenbereich, die im Offset nur bedingt wirtschaftlich zu produzieren sind.

Keiner anderen Drucktechnik wird vorausgesagt, in den kommenden Jahren so zu wachsen wie dem Inkjet. Smithers Pira schätzt, dass Inkjet im Jahr 2025 13,3 % des Werts des weltweiten Druck- und Verpackungsmarkts repräsentieren wird.

Wobei das Wachstum zwischen 2015 und 2020 von 6,4% auf 9,6 % gestiegen ist. Die jährliche Zuwachsrate in Westeuropa⁴ wird auf 7 % bis 2025 geschätzt.

Der Wert des Inkjets ist im Vergleich mit dem dahinterstehenden Druckvolumen unverhältnismäßig groß. Diese Tatsache ist ein hervorragendes Zeichen dafür, dass diese Technologie Sie dabei unterstützen kann, in einem Markt erfolgreich zu sein, in dem die Auflagen sinken. Inkjet trägt dazu bei, das rückläufige Volumen bestehender Offset-Aufträge zu bewältigen, und er bietet die Möglichkeit, neue Anwendungen zu erstellen, z. B. hochvolumige, in Massen individualisierte und hyper-personalisierte Drucksachen. Diese existieren zwar heute noch nicht, aber sie könnten dem gesamten Kommunikationsmix so viel an Mehrwert verleihen. Das alles wird angetrieben durch innovative Geschäftsmodelle, die dem Markt einen besseren Gegenwert und mehr Service bieten.

⁴Quelle: Smithers Pira: The Future of Inkjet Printing to 2025 (2019)

WAS HÄLT DIE ZUKUNFT BEREIT?

Wie bereits in den vorangegangenen Abschnitten erläutert, wird der kommerzielle Drucksektor in Europa aller Wahrscheinlichkeit nach in den nächsten Jahren insgesamt einen Rückgang des Druckvolumens verzeichnen. Wenn der Trend zu kleineren Auflagen anhält, werden digitale Drucklösungen, besonders der Inkjet, eine immer wichtigere Rolle spielen.

Wirtschaftliches Überleben im Jahr 2021 und danach

Die Entwicklung hin zu kleineren Auflagen scheint sich durch die Ereignisse im Jahr 2020 noch zu beschleunigen. Der Branchenanalyst Marco Boer sagt voraus, dass "Offset zwei Jahre früher verschwinden wird, als wir ursprünglich angenommen hatten. Die Pandemie hat diesen Rückgang beschleunigt."

Marco Boer führt das rasche Verschwinden des Offsetdrucks teilweise auf die Auswirkungen der Pandemie und auf die steigenden Papierkosten zurück:

“ Immer mehr Papierfabriken schließen, entweder zeitweise oder für immer. Dabei gehen die Vorteile der Massenproduktion in der Papierherstellung verloren. Der Preisunterschied zwischen Offset- und Inkjetpapier wird viel kleiner. Unter diesen Bedingungen ist es nicht mehr sinnvoll, 100.000 Exemplare mit einer Rücklaufquote von 1 % oder 2 % zu versenden. Was auch immer verschickt wird, muss von hoher Relevanz sein.⁵ ”

Betriebe, die vom Massendruck leben – insbesondere kleine Unternehmen –, werden wahrscheinlich nicht überleben, da der Druckmarkt der Zukunft mit geringerem Volumen bewusster, zielgerichteter und relevanter sein wird.

Smithers Pira schätzen, dass sich zwischen 2014 und 2024 der weltweite Anteil des Digitaldrucks bezogen auf die Volumina auf 5 % verdoppeln wird und dieser Trend hält an. Im selben Zeitraum wird sich der weltweite Anteil des Digitaldrucks gemessen am Wert ebenfalls verdoppeln, auf dann 21 %⁶.

Dabei muss festgehalten werden, dass diese Voraussagen kurz vor der Covid-19-Pandemie getroffen wurden. Deshalb ist es gut möglich, dass die Marktanteile des Digitaldrucks noch schneller wachsen, jedoch bei schrumpfender Gesamtmenge.

Mehr Erfolg dank Digitalisierung

Während digitale Drucklösungen immer mehr analoge Prozesse ersetzen, gehen kleinere Auflagen Hand in Hand mit höherwertigen Druckerzeugnissen, die für spezielle Zwecke geschaffen wurden. Auch hier besteht wiederum die Möglichkeit, Mehrwert zu schaffen, Premium-Qualität zu priorisieren und in Technologie zu investieren, um die Flexibilität für ein breiteres Produktangebot zu haben, das den Freiraum für Personalisierung bietet.

Wie in einer Reihe von Branchen hat auch die kommerzielle Druckindustrie in den letzten Jahren eine erhebliche Automatisierung erfahren, und auch dieser Trend wird sich fortsetzen.



⁵ Quelle: <https://whattheythink.com/articles/102039-marco-boer-it-strategies-how-pandemic-will-drive-inkjet-growth/>

⁶ Quelle: The Future of Digital vs Offset Printing to 2024, Smithers Pira, 2019

Web-to-Print ist noch ein vergleichsweise fortschrittlicher technologischer Bereich. Aufträge können mit geringem personellen Aufwand entgegengenommen, gedruckt und versandt werden. Arbeiten, die auf diese Weise abgewickelt werden können, werden zunehmen. Und diese Art der Automatisierung ist der Schlüssel zur Handhabung einer steigenden Zahl kleinerer Aufträge.

Hinzu kommt, dass superschnelle Digitaldrucklösungen in Verbindung mit nahtlos integrierten **Inline-Finishing**-Optionen wesentlich zur Effizienzsteigerung bei der Auftragsabwicklung und zur Kostenoptimierung im gesamten Produktionsprozess beigetragen haben.

Und dank dieser Automatisierung und Prozessoptimierung mithilfe **durchgängiger Workflowlösungen** müssen sich die kommerziellen Drucker nicht mehr so sehr um die Produktion kümmern. Sie können sich auf die wertvollen Gespräche mit den Kunden konzentrieren, bei denen es darum geht Lösungen zu schaffen, die es erlauben, Druckerzeugnisse effizienter einzusetzen.

Digitaldrucklösungen lassen sich auch in eine Reihe unterschiedlicher **Softwarelösungen** integrieren, um beispielsweise Kundendaten zu verwalten. Diese Techniken können mit CRM-Systemen und Datenmanagement-Plattformen verbunden werden, um die Informationen daraus beim Drucken zu verwenden.

Es ist wichtig, immer daran zu denken, dass Chancen zur Wertschöpfung nur im kontinuierlichen Kontakt mit dem Kunden und der Kenntnis seiner Anforderungen genutzt werden können. Wenn Sie den persönlichen Kontakt verlieren, werden Sie wieder zum reinen Auftragsempfänger. Dann ist es für den Kunden allzu leicht, nur nach dem Preis zu entscheiden oder einfach das zu bestellen, was für nötig gehalten wird, anstatt das, was tatsächlich die besten Ergebnisse bringt.

Dadurch, dass der Inkjetdruck sich so schnell entwickelt, sind sich die Kunden der zahlreichen Möglichkeiten nicht bewusst. Warten Sie nicht, bis sie fragen. Versuchen Sie herauszufinden, was geplant und notwendig ist, und schlagen Sie Lösungen vor, die im Hintergrund laufen und sich nahtlos in die bestehenden Systeme und Prozesse einbinden lassen.

Es besteht kein Zweifel, dass Unternehmen, die ihre Kunden proaktiv beraten und serviceorientiert handeln, die Produktionseffizienz am besten maximieren können und in der kommerziellen Drucklandschaft der Zukunft erfolgreich sind.

MEHRWERT SCHAFFEN

Es geht nicht mehr nur um die Kosten

Kommerzielle Druckenwendungen werden häufig vom Preis bestimmt. Doch angesichts der Konkurrenz durch Online-Druckereien ist das langfristig nicht nachhaltig.

Wie bereits erwähnt, setzt die große Mehrheit der Marketingfachleute in ihren Kampagnen immer noch Druckerzeugnisse ein. Es besteht jedoch die Gefahr, dass sie das eher aus Gewohnheit und nicht als Reaktion auf harte Daten und Fakten tun. Im gegenwärtigen wirtschaftlichen Abschwung werden viele Marketingbudgets gekürzt. Wenn Sie den Wert der Printwerbung nicht überzeugend nachweisen können, dann besteht die Gefahr, dass sie der gleichen Wahrnehmung als "Billigware" zum Opfer fällt wie die digitale Kommunikation.

In ähnlicher Weise nehmen viele Verlage lediglich Druckaufträge entgegen und denken nicht an die großartigen Möglichkeiten, die Omni-Channel-Lösungen und branchenspezifische, gezieltere Inhalte, angefangen bei der Bildung bis hin zum Gesundheitswesen, bieten.

In Zukunft wird sich nicht mehr alles nur um die Kosten drehen - es wird darum gehen, einen Mehrwert zu bieten, indem man proaktiv berät und so die Loyalität des Kunden gewinnt. Mehr Geschäft bedeutet auch höhere Margen.

“ Langfristig bin ich überzeugt, dass wir viel stärker als je zuvor aus der Perspektive eines Digitaldruckers denken müssen. Und die kommerziellen Drucker, die neue Geschäftsmodelle kreieren und neue Wege finden, um digitalen Output zu verkaufen, sind diejenigen, denen es gutgehen wird. Aber es wird eine schwierige Phase des Wandels geben. ”

Marco Boer,
Analyst der Druckbranche, IT-Strategien

Wie Sie Mehrwert schaffen können



Seien Sie kreativ/agil

Kunden sollten Druck nicht mehr länger als statisches Medium betrachten - er hat so viele dynamische Fähigkeiten. Das zu demonstrieren ist so wichtig, und dabei spielt Inkjet eine tragende Rolle.



Beraten Sie

Kommerzielle Druckanbieter haben die große Chance, ihren Kunden durch Beratung und Dienstleistungen einen Mehrwert zu bieten. Sie können dabei helfen, Druckerzeugnisse in eine breitere Kampagne zu integrieren oder ihren Wert in einem breiteren Content-Mix noch zu steigern. Aus diesen Gründen können Sie für Ihre produzierte Ware auch einen höheren Preis verlangen.



Denken Sie in mehreren Kanälen

Print existiert nicht in einem Vakuum. In der Beratung, wie Druck am besten in digitale Kanäle integriert werden kann, bieten sich hervorragende und weitgehend ungenutzte Möglichkeiten, Ihre Kundenbeziehungen noch zu vertiefen.

Wie kann der Digitaldruck dabei helfen, Mehrwert zu schaffen?

Digitaldruck-Technik, und Inkjet im besonderen, hat sich in den vergangenen Jahren rapide entwickelt. Jedoch sind sich viele Druckeinkäufer, darunter Vermarkter und Verleger, der Bandbreite des kreativen Potenzials und der großen Fülle an Mehrwert schaffenden Möglichkeiten nicht bewusst.



Abgesehen von den aufregenden kreativen Möglichkeiten bleibt unter dem Strich, dass Sie mit der geeigneten Produktionstechnologie effizient und kostengünstig kleine Auflagen produzieren können. Doch laut InfoTrends verfügten selbst im Jahr 2018 nur 13 % der Druckdienstleister über komplett oder weitgehend automatisierte Workflows⁷. Diese Zahl ist beunruhigend, denn die sich schnell ändernden Anforderungen von Druckeinkäufern und der damit zusammenhängende Preisdruck machen die Maximierung der Effizienz von Produktionsabläufen unumgänglich.

Die dynamischen Veränderungen, die sich auch in den Branchen Ihrer Kunden abspielen, machen Zukunftsprognosen extrem schwierig. Dies ist eine wirklich ernstzunehmende Herausforderung und die beste Antwort besteht darin, so viel Produktionsflexibilität wie möglich bereitzuhalten, um das Angebot zu diversifizieren und die Automatisierung und Effizienz zu steigern. Dann haben Sie die größtmögliche Chance, auf alle Entwicklungen gut vorbereitet zu sein.

Mehrwert schaffen ist eine Seite der Medaille, Investitionen in intelligentere Prozesse ist die andere. Das werden wir uns als nächstes anschauen.

⁷ Quelle: European Production Software Investment Outlook, InfoTrends 2018



Nutzen Sie Big Data

Die Flexibilität der Inkjet-Produktion ermöglicht es, im Rahmen einer Kampagne variable Daten zu drucken, z. B. durch Hinzufügen eindeutiger Response- oder Rabattcodes, die Integration von QR- oder NFC-Codes (Near Field Communication) und eine Reihe anderer Personalisierungs- und Anpassungsmöglichkeiten. Dadurch können die Umsätze und Renditen erheblich verbessert und die Nachverfolgung erleichtert werden.

STEIGERUNG DES BEDARFS NACH INTELLIGENTEREN PROZESSEN

Die Zukunft ist "durchgängig"



Durch die Digitaldruck-Technik entstehen neue Angebote an Diensten, die die Offline- und Online-Welten miteinander verbinden. Dadurch wird es Ihnen ermöglicht, diese Verschmelzung schnell und ohne manuelle Eingriffe zu realisieren, um dem Kunden den besten Service zu bieten.

Investitionen in flexible Arbeitsabläufe und die Diversifizierung der Produktionskapazitäten sind unerlässlich, damit Sie Ihren Kunden das liefern können, was sie benötigen, und zwar genau dann, wenn sie es benötigen. Und darüber hinaus erhalten Sie die Möglichkeit neue Dinge und zusätzliche Leistungen anzubieten und bereitzustellen, um die Inhalte der Kunden aufzuwerten.

Das kann bedeuten, dass Kapazitäten neu aufgebaut werden müssen oder dass die Kapazitäten auf weniger, aber produktivere Systeme verteilt werden.

Wenn Sie dies tun, stellen Sie nicht nur sicher, dass die Kundenanforderungen erfüllt werden können, sondern Sie demonstrieren auch Ihr Knowhow und Ihre Beratungskompetenz. So können Sie kreative Ideen entwickeln, die über das hinausgehen, was Ihre Kunden erwarten.

Jedoch sieht die bittere Wirklichkeit so aus, dass alle Unternehmen, die sich ausschließlich auf Offset verlassen, immer mehr Aufträge ablehnen müssen, da sich der Trend zu kürzeren Auflagen, kürzeren Produktionszeiten und kreativeren Anwendungen fortsetzt.

Doch selbst wenn Offsetaufträge noch eine Zeit lang Ihr Hauptgeschäft sein werden, gibt es dennoch lukrative Möglichkeiten, wenn Sie in ergänzende Digitaldrucksysteme investieren, um kurzfristige, qualitativ hochwertige Arbeiten schnell und zuverlässig zu erledigen.

Die Zukunft ist automatisiert

Menschliche Fähigkeiten und Erfahrungen sind für Druckunternehmen immer wertvoll (nicht zuletzt, um die auf den vorherigen Seiten beschriebene Beratungskompetenz zu unterstreichen). Doch die weitgehende Automatisierung von Prozessen senkt die Arbeitskosten, maximiert die Produktivität und minimiert den Spielraum für menschliches Versagen, das kostspielige Verzögerungen und Fehler zur Folge haben kann. Die richtige Workflow-Lösung, um Prozessoptimierung und Flexibilität in Einklang zu bringen, ist ein wesentlicher Bestandteil davon und von entscheidender Bedeutung – unabhängig davon, ob Sie mit Offset-, Toner-, Inkjetsystemen oder gar mit allen drei produzieren.

Durchgängige, automatisierte Workflows, die mit Softwareunterstützung Druck und Verarbeitung umfassen, sind unerlässlich, wenn man Digitaldruck effizient betreiben möchte. Speziell die Inkjet-Technologie kann dazu beitragen, viele umständliche Schritte im Produktionsprozess zu vermeiden.

Inkjetsysteme vermeiden viele der manuellen Eingriffe, die beim Offsetdruck notwendig sind, und verkürzen so die Einrichtezeiten zwischen den Aufträgen. Sie sind viel einfacher zu automatisieren und zu bedienen, was auch die zeitaufwändigen Schulungen und die Arbeitskosten insgesamt reduziert. Und nicht nur das: Inkjetsysteme sind sehr robust und zuverlässig und haben eine hohe Verfügbarkeit auch im Vergleich zu Tonermaschinen.

Die Zukunft ist smart

So wie die digitalen Elemente einer großen Kampagne sofort aktualisiert werden können, müssen Vermarkter auch in der Lage sein, die Botschaften, die Zielgruppenansprache und das Design der gedruckten Elemente so schnell wie möglich zu optimieren, damit sie ihre Relevanz behalten.

Dank der Flexibilität der digitalen Produktionsverfahren – zum Beispiel bei der Veröffentlichung von limitierten Editionen und Frühbucher-Specials – können kundenspezifische Inhalte, z. B. ausgeschmückte, personalisierte Varianten oder speziell für Mikro-Communities kuratierte Inhalte, jetzt kurzfristig bereitgestellt werden.

Inkjet verbindet Offsetqualität mit digitaler Flexibilität wie keine andere Technologie. Das trifft exakt die Marktnachfrage und ermöglicht es Ihnen, weitgehend automatisierte Workflows zu schaffen, durch die personalisierte, hochwertige Druckprodukte entstehen. Diese Flexibilität sichert nicht nur Ihr bestehendes Geschäft, sondern lässt Sie auch Ihr Produktangebot diversifizieren. Sie gibt Ihnen durch verbesserte Services mehr Möglichkeiten, Mehrwert-Produkte mit höheren Margen zu generieren.

Die erfolgreiche Umsetzung hängt von Druckereien ab, die über einen effizienten On-Demand-Druckworkflow verfügen. Dabei sollten die Kunden der Druckereien sowie die Druckereien selbst das IT-Knowhow besitzen, um daten- und datenbankgestützte Produktionen zu meistern. Und durch die neuesten Fortschritte bei Digitaldrucklösungen können Sie sicher sein, dass Sie schnell und effizient ein außergewöhnliches Qualitätsniveau erreichen.

Personalisierte Direktmailings als Teil von Multichannel-Kampagnen für Markentreue. Exklusive Bücher in Premiumqualität oder Edelkataloge für Luxus-Marken, die sich persönlich an ein-kommensstarke Verbraucher wenden. Individuelle Magazine, die sich äußerst zielgenau an ein Nischenpublikum richten. Programmatischer Druck mit hohen Responsequoten aufgrund von in Echtzeit aktualisierten Kundendaten. Das alles sind Beispiele für die flexible, anpassbare, hochwertige Zukunft des Drucks. Und das alles gibt es schon jetzt!

Um langfristig erfolgreich zu sein, müssen Sie ständige bestrebt sein, Ihren Kunden einen Mehrwert zu bieten. Das müssen Sie mit intelligenten Arbeitsprozessen kombinieren, um Kosten zu senken und die Effizienz zu steigern. Es geht darum, was unter dem Strich bleibt – aber es geht eben nicht nur darum! Es ist auch der einzige Weg, um langfristig die Kundenanforderungen zu erfüllen – und zu übertreffen.

“**Unsere ideale Zukunft wäre eine, in der jedes von uns produzierte Buch bereits verkauft ist. Auf diese Weise können wir unnötige Lagerhaltung eliminieren und die Produktionsprognose wesentlich erleichtern.**”

Marko Silventoinen,
Geschäftsführer, Otava

“**Wir arbeiten mit großen Einzelhändlern zusammen und entwickeln personalisierte Couponbücher, für die Daten verwendet werden, die der Endkunde täglich bei seinen Einkäufen generiert. Personalisierung ist nur ein Weg, mit dieser Technologie [digital inkjet] zu arbeiten. Versionierung, Kleinauflagen, Print-on-Demand sind typische andere Anwendungen, die konventioneller sind und auch für diese Art Technologie genutzt werden können.**”

Alex Joos,
Inhaber, Group Joos

GESCHÄFTSMODELL- TRANSFORMATION

Jedes kommerzielle Druckunternehmen ist unterschiedlich. Und obwohl alle in intelligente Prozesse investieren und nach neuen Wegen suchen sollten, um den Kunden einen Mehrwert zu bieten, wird dieser Wandel je nach den unmittelbaren Bedürfnissen und Herausforderungen, dem Kundenprofil und natürlich den Mitbewerbern unterschiedlich aussehen.

Ein Hauptvorteil des Digitaldrucks ist seine Fähigkeit, neue und innovative Geschäftsmodelle voranzutreiben. Das kann als Möglichkeit verstanden werden, den Digitaldruck im Zusammenhang mit internen Abläufen und Kundendienstleistungen zu nutzen.

Im kommerziellen Druckmarkt kann man unterschiedliche Geschäftsmodelle ausmachen und sie anhand von Marktbeobachtungen unter vier Kategorien einordnen. Dabei hoffen wir, dass unsere Modelle als Anregungen für kommerzielle Druckanbieter dienen, um sich selbst neu zu positionieren und das Geschäft durch Digitaldruck weiter zu entwickeln.

Die neuesten Fortschritte bei sehr schnellen Digitaldrucklösungen, die Qualität, Geschwindigkeit und Medienflexibilität miteinander kombinieren, sind darauf ausgerichtet, die Chancen der vier Modelle zu nutzen.

Allgemeines Geschäftsmodell kommerzieller Druck

Dienstleistungsstufen



**Prozess-
optimierung**

**Höhere betriebliche
Effizienz**



**Markt-
expansion**

**Geschäftswachstum
auf Basis der
Effizienz**

**Ein Hauptvorteil
des Digitaldrucks
ist seine Fähigkeit,
neue und innovative
Geschäftsmodelle
voranzutreiben.**



**Services mit
Mehrwert**

**Kundenbetreuung
über den Druck
hinaus**



**Nahtloser
Druck**

**Angebot an
vollautomatischen
(datengesteuerten)
Diensten**



**Automatisie-
rungsgrad**

PROZESS OPTIMIERUNG

Das allgemeine Ziel der Prozessoptimierung ist das optimale Verhältnis zwischen Input (gemeint sind Personalkosten, Zeit und Aufwand) und erzieltm Output (hier vor allem Umsatz und Gewinn). Man spricht auch von betrieblicher Effizienz.

Generell gibt es drei unterschiedliche Wege für kommerzielle Druckdienstleister, mehr betriebliche Effizienz durch Digitaldruck zu erreichen.

- ① Von Offset auf Digital
- ② Von digitalem Toner- auf digitalen Inkjet-Druck
- ③ Von digitalem Bogen- auf digitalen Rollendruck

Jedes Szenario bietet unterschiedliche Aspekte der Prozessoptimierung, wenn man es aus dem Blickwinkel eines **durchgängigen Workflows** betrachtet (einschließlich der Geschäfts- und Produktionsprozesse z. B. Angebot, Auftragsannahme, Druckvorstufe, Druck und Verarbeitung).



“ Nachdem wir gesehen haben, wie erfolgreich Print-on-Demand für unser Unternehmen sein kann, bieten wir jetzt auch Kleinauflagen an, um für unsere Verlagskunden einen Kostenvorteil zu schaffen. Mittlerweile können wir die Produktion von einem Einzelexemplar bis zur Großauflage im Falle eines Bestsellers individuell steuern und dabei je nach Situation nahtlos von Print-on-Demand auf Offsetdruck wechseln. ”

Dave Van't Wout,
Produktionsleiter, Centraal Boekenhuis

Vorteile für Druckdienstleister:

Interne Produktionsabläufe zu optimieren, kann den **Durchsatz** und die **Effizienz maximieren**, dadurch entsteht **Kostentransparenz** und die Kosten sinken. Digitale Druckworkflows **vermeiden unnötige Schritte** in der Produktion. Das **spart Zeit**, **verringert die Fehler** und senkt die **Personalkosten**. Management Information Systems (MIS) und Enterprise Resource Planning (ERP) Systeme ermöglichen optimale und vollautomatische Betriebsabläufe, um **mehr Aufträge abzuwickeln** und **Zeit zu sparen** sowie **manuelle Eingriffe zu verringern**.

Vorteile für Druckeinkäufer:

Bestehende Kunden können durch ihren Druckdienstleister kostengünstig und zeitnah mit hochwertigen Produkten und Dienstleistungen beliefert werden, sie bleiben in einem preissensiblen Umfeld wettbewerbsfähig und können gleichzeitig den Gewinn steigern. Sie werden auch die höhere Flexibilität haben, sich an bestehende Marktanforderungen anzupassen, wie z. B. schnellere Lieferzeiten, einen größeren Spielraum bei den Auflagen und Anwendungen. Das schöne dabei ist, dass sie genau das drucken lassen können, was sie benötigen.



MARKT EXPANSION

Marktextension ist die Fähigkeit durch die Erschließung neuer Anwendungen und Kundensegmente auf Grundlage der Produktionseffizienz zu wachsen.

Darüber hinaus bietet der Digitaldruck die Möglichkeit, höhere Margen zu erzielen oder neue und innovative Anwendungen anzubieten, insbesondere durch die Verwendung variabler Daten und dynamischer Finishing-Lösungen.



“ Wenn man allein die Marktsegmente für Handbücher, Kataloge und Selbstverleger betrachtet, dann sichert uns das neue System [ColorStream] 10-15 % mehr Auftragsvolumen in diesem Bereich über die nächsten Jahre. Unser Wachstum kommt auch durch Edubase und dem Angebot von schnell produzierten Kleinauflagen, meist über die Web-2Print-Plattform. Dieses Drucksystem hat die Zukunft für uns hell erleuchtet. Das ist sehr spannend.

Sergio Nobile
Geschäftsführer, Edubook



Vorteile für Druckdienstleister:

Ein hoher Grad an Effizienz in den internen Abläufen kann Kapazitäten freisetzen, um bestehende Kundensegmente auszubauen und neue Märkte zu erschließen. Eine höhere Flexibilität in Bezug auf Auflagenhöhen bietet Offsetunternehmen die Möglichkeit, Kleinauflagen effizienter zu produzieren und Digitaldruckanbietern Aufträge mit höheren Auflagen zu akquirieren. Dank der Finishing- und variablen Datenfunktionen können auch mehr Anwendungen mit höheren Gewinnspannen erstellt werden.

Vorteile für Ihre Druckkunden:

Ihre Kunden haben eine breitere Auswahl an Anwendungen mit dem Vorteil, dass sie für alle Druckanforderungen nur einen Ansprechpartner haben. Im Allgemeinen ermöglicht eine effizientere Digitaldruckproduktion auch schnellere Durchlaufzeiten und die Optimierung von Wertschöpfungs- und Lieferketten. Darüber hinaus können sie im Werbebereich weitaus gezieltere Inhalte in Auftrag geben, was wiederum das Engagement im Verkauf erhöht und bessere Renditen erzielt.



MEHRWERT- DIENSTLEISTUNGEN



In der Vergangenheit war die Druckproduktion der wichtigste Service für die meisten kommerziellen Drucker, da sie darauf ihr Geschäftsangebot, ihre Fachkenntnisse und ihre Handwerkskunst ausgerichtet hatten. Daher basiert die Kundenberatung stark auf dem Druckprodukt selbst, z. B. die Papierauswahl, die Veredelungsoptionen usw.

Mit einer effizienten Digitaldruckproduktion und Geschäftsworkflows sowie einem qualifizierten Verkaufs- und Marketingteam ausgestattet, können sich Druckunternehmen als echte Dienstleister über den Druck hinaus etablieren und einen Mehrwert für das Geschäft ihrer Kunden bieten. Als unerlässliche Grundlage dafür müssen Druckdienstleister eng mit ihren Kunden zusammenarbeiten.

Kompetenz in IT-Fragen, ein beratender Vertriebsansatz und die entsprechenden Softwarelösungen müssen vorhanden sein, um integrierte Workflows mit Kunden in der Praxis umzusetzen.

Das Ziel eines Mehrwert orientierten Geschäftsmodells ist es, sich vom Wettbewerb abzuheben und gleichzeitig eine stärkere Bindung zu den Kunden zu schaffen. Das erhöht die Kundenloyalität, der Preisdruck nimmt ab und lösungsorientierte Ansätze setzen sich durch.

Der Schwerpunkt dieses Geschäftsmodells liegt darauf, dem Kunden einen optimierten und integrierten Service in seiner Lieferkette anzubieten. Der Mehrwert für Druckkäufer kann je nach Geschäftszielen und Herausforderungen recht vielfältig sein.



Vorteile für Druckdienstleister:

Durch ein **Upselling der Dienstleistung** in der Angebotsphase ergibt sich die Chance **mehr Umsatz zu generieren** und **die Kundenbindung zu stärken**. Die Betonung des Stückpreises wird durch eine breitere Sichtweise ersetzt, die Kosteneinsparungen in der Wertschöpfungskette berücksichtigt. Aber auch nicht so offensichtliche Mehrwertfaktoren, wie beispielsweise die Rolle des Drucks in der Customer Journey und wie man **Daten so integrieren kann**, dass bessere Druckanwendungen entstehen und **die Kreativität des Drucks** genutzt wird.

Vorteile für Ihre Druckkunden:

Mehrwert-Dienstleistungen können zur **Optimierung der Lieferkette** der Druckprodukte für den Kunden führen. Ein Beispiel: Um die **Kosten für den Verleger zu minimieren**, die für die Lagerung der Bücher aufgewendet werden müssen, könnte das Druckunternehmen einen **On-Demand-Service** anbieten, der auf einem optimierten **Auftragsmanagement-System** wie Web-to-Print basiert. Oder: Im Bereich Werbung könnte der Mehrwert darin bestehen, eine Druckanwendung durch **variable Daten** anzureichern, um benutzerorientiert höchst individuelle Informationen zusammenzuführen. Damit ließen sich die Responseraten erhöhen, das Kundenerlebnis steigern und nebenbei den **integrierten Datenverwaltungsdienst** verbessern.



“ Die ProStream eröffnet eine ganze Reihe von Möglichkeiten. Das heißt, wir drucken nicht nur Beilagen auf der ProStream, sondern bieten unseren Kunden auch die Möglichkeit, den Umschlag als Kommunikationskanal zu verwenden, um Kunden ein umfassendes Erlebnis zu bieten. ”

Alex Joos
Inhaber, Group Joos

“ Digitale Technik macht es möglich, Print und Online-Plattformen zu maßgeschneiderten Kommunikationslösungen zu verschmelzen, die deutlich kürzere Durchlauf- und Lieferzeiten bieten als konventionell möglich wäre. So können wir hochgradig personalisierte und individualisierte Kampagnen durchführen, bei denen jedes gedruckte Objekt ein Unikat ist und unterschiedliche Bilder, Texte und sogar Perforationen enthalten kann. Nach der Auswertung einer Reihe von durch SDM realisierte Kampagnen haben wir deutlich gesehen, dass die Rücklaufquoten umso höher sind, je relevanter der Inhalt ist. Vor diesem Hintergrund wird Print in der Arbeit von SDM stets eine Rolle spielen. ”

Nadine Krienbuehl
Marketing-Chefin, Swiss Direct Marketing

“ Wir können mittlerweile einige wirklich erstklassige Arbeiten mit hochwertigen Fotos konvertieren. Das bewerkstelligen wir über einen vollständig digitalisierten, personalisierten Service für unsere Kunden, der es ihnen erlaubt, unterschiedliche Kunden zielgenau und individuell anzusprechen. ”

Mike Hughes
Geschäftsführer, Latcham Direct

NAHTLOSER DRUCK



Nahtloser Druck beschreibt die Umsetzung eines hochgradig automatisierten, auf Trigger basierten Workflows. Der große Unterschied in diesem Modell ist der Grad der Automatisierung und die Nutzung von Daten zur Steuerung von Produktions- und Geschäftsprozessen.

Dieses datengestützte und triggerbasierte Druckgeschäftsmodell verbindet die Prozesse vollständig nahtlos. Von Endverbrauchern und Zwischenhändlern bis hin zu Produktions- und Logistikpartnern wird die gesamte Lieferkette mit eingebunden. Und es setzt auf die aufkommenden Trends wie Individualisierung, Massen-Personalisierung, Benutzerorientierung und Kundenerfahrungen in Echtzeit.

Das Konzept des nahtlosen Druckens kann auch von anderen Druckkunden genutzt werden, um die Lieferketten zu optimieren. Beispielsweise ist das Geschäftsmodell im

Promotion-Bereich als programmatischer Druck bekannt. Hier lösen Verbraucheraktivitäten hochgradig personalisierte Nachrichten in Echtzeit aus, die über einen effizienten datengesteuerten, vollautomatisierten Workflow an die Druckproduktion übermittelt werden. Auf diese Weise können Vermarkter den Druck nahtlos und effizient in eine mehrkanalige Kundenkommunikationsreise integrieren.

Im Verlagsbereich kommt nahtloser Druck in unterschiedlichen Szenarien zur Anwendung. "Dynamic Publishing" bietet Verlegern die Möglichkeit, äußerst zielgerichtete Inhalte, basierend auf optimierten Datenworkflows, mit automatisierter Dokumentenerstellung und -verarbeitung anzubieten. Geschäftsmodelle wie das "Buchlebenszyklus-Management" oder "Print-on-Demand" folgen dem gleichen nahtlosen Workflowkonzept mit Bestellungen, die direkt im Buchladen oder durch ein automatisiertes Lagerauffüllsystem ausgelöst werden und so die Verfügbarkeit der Buchtitel sicherstellen.

“ Wir produzieren Mailings für einen Kunden, die für eine einzige Person 15 Bereiche der Personalisierung umfassen können. Hier kommt programmatischer Druck ins Spiel. In jeder Phase des Kundenlebenszyklus wird sichergestellt, dass ein Gefühl der Wertschätzung, des Willkommenseins und des Informiertseins herrscht. Erreicht wird das, indem die Kunden in eine auslöserbasierte Marketingkampagne eingebunden sind. Das ist eine Option, von der die meisten nicht einmal wissen, dass es sie gibt. Und sie ist mittlerweile ziemlich kostengünstig. ”

Simon Bitcliffe
Geschäftsführer, Webmart



Vorteile für Druckdienstleister:

Der Vorteil eines solchen Geschäftsmodells ist, dass, wenn der Workflow einmal eingerichtet ist, ein konstanter **automatisch erzeugter** Fluss von Druckjobs mit **minimalen notwendigen manuellen Eingriffen** entsteht, der die Vertriebsaktivitäten des Unternehmens nutzt und die **Kundenbindung erhöht**.

Vorteile für Druckeinkäufer:

Durch dieses Geschäftsmodell können die Druckkunden ihre **Beschaffungsprozesse automatisieren** und gleichzeitig ihre **Drucklieferkette optimieren**. Alles in allem trägt das Modell zu einem wesentlich effizienteren Workflow und einer **höheren Effektivität des Drucks** bei, da der Umsatz durch einen **zielgerichteteren Ansatz** gesteigert werden kann.

WARUM **CANON**

● ● ● ● **WIR GLAUBEN AN DIE WIRKSAMKEIT VON PRINT.**

Wir glauben an den Druck und an seine Wirksamkeit als außergewöhnliches Kommunikationsmittel.

WIR HANDELN ALS WIRKLICHER PARTNER.

Canon arbeitet mit Kunden und Partnern zusammen, mit der gemeinsamen Inspiration, bessere Unternehmen aufzubauen, die von hochqualifizierten Fachleuten geleitet werden.

**WIR GEHEN ÜBER DAS NORMALE WEIT HINAUS –
IN DER TECHNOLOGIE, BEI SERVICE & SUPPORT.**

Wir entwickeln Spitzentechnologie, die durchgängige Lösungen mit breitem Anwendungsbereich ermöglicht und von erstklassigem Service unterstützt wird.

**Also, lassen Sie uns den kommerziellen Druck
gemeinsam neu überdenken.**



Canon Inc.
canon.com

Canon Europe
canon-europe.com

German edition 0147W156
© Canon Europa N.V. 2020

Canon Deutschland GmbH
Europark Fichtenhain A10
D-47807 Krefeld
Canon Helpdesk
Tel.: +49 2151 3450
Fax: +49 2151 345 102
canon.de

Canon Austria GmbH
Oberlaaer Straße 233
A-1100 Wien
Canon Helpdesk
Tel. (01) 360 277 4567
canon.at

Canon (Schweiz) AG
Richtistrasse 9
CH-8304 Wallisellen
Tel. +41 (0) 848 833 835
canon.ch

 /Canon

 /Canon

 /CanonBusinessUK

Canon
