

Bildpersonalisierung: Eine Chance für den Digitaldruck

Wir zeigen, wie es Digitaldruckern
gelingen kann, die Potenziale ihrer
Drucktechnik besser zu nutzen

In Zusammenarbeit mit:



Personalisierter Text für die Kundenansprache ist heute gängige Praxis. Das Problem: Hat man sich daran gewöhnt, wird es langweilig und verliert den Charakter des Besonderen. Bildpersonalisierung trägt den Gedanken, der hinter der Textpersonalisierung steht, einen Schritt weiter und bindet einen Schriftzug als Wiedererkennungsmerkmal mit in das Bild ein.

Die Personalisierung von Bild-
daten wird im Dialogmarketing
immer wichtiger. Fallstudien be-
legen, dass sich dank der Bildper-
sonalisierung deutlich verbesserte
Responseraten erzielen lassen. M-
Real erreicht eine Responsera-



te von 28 Prozent im Rahmen
einer Kundenrückgewinnungsak-
tion. Das Mailing führt zur deut-



Quelle: DirectSmile

Mehr Response:
Die Bildperso-
nalisierung erhält
durch die sehr in-
dividuelle Note
ein Höchstmaß an
Aufmerksamkeit.

Die Arbeitsweise:
Beim Erstellen
eines Motivs für
die Bildperso-
nalisierung mit Hilfe
der DirectSmile-
Software.

lichen Umsatzsteigerung. Auch
T-Online setzt im Rahmen einer
Cross-Media-Kampagne zur Kun-
denbindung auf Bildperso-
nalisierung und erhält 36 Prozent Re-
sponse. Natürlich darf man nicht
annehmen, dass Bildperso-
nalisierung allein ausreicht, um Pro-
dukte zu verkaufen. Die Werbe-
botschaft, die den Kaufimpuls
erzeugen soll, bleibt stets von
hoher Wichtigkeit.

Der Datenfluss: Im Umfeld des
Dialogmarketings spielt die Auf-
gabe der Medienproduktions
eine wesentliche Rolle. Die Lei-
stungspartner sind konkret mit-
einander abzustimmen, der Da-
tenfluss und die Synchronisation
der technischen Parameter sind

im Vorfeld zu klären. Außerdem
muss die Agentur bereits bei der
Planung berücksichtigen, dass
sich der Text harmonisch in das
Gesamtbild einfügt, um die beab-
sichtigte Wirkung nicht zu stören.

Statisch oder dynamisch: Bildper-
sonalisierung lässt sich auf zwei-
erlei Art erreichen – statisch
oder dynamisch. Statische Bild-
personalisierung ist die manuelle
Generierung eines einzelnen per-
sonalisierten Bildes. Dies ist mit
ein wenig Programmkenntnis
und gängigen Bildbearbeitungs-
programmen möglich.

Internet: Weitere Infos

- www.alphapicture.biz
- www.directsmile.de
- www.directype.org
- www.xmpie.com

Demoversionen:

- www.directsmile.de/index.php?id=freedesigner&L=0
- www.directype.org/?id=511

Spezialisierte Anwendungen zur
Bildpersonalisierung wie Lösun-
gen der Firmen Directsmile oder

Keine Angst vor Neuem!

Neue Entwicklungen sollte man nicht verpassen.
Zusammen den Überblick behalten. fachverband medienproduktions e.V.

Seminare

- Bildungsmaßnahme: „Geprüfter Medienproduktions/f:mp.“
Start 28. September 2007 in Frankfurt, 10 Wochenenden
- Bildungsmaßnahme: „Junior Medienproduktions/f:mp.“
26. bis 27. Oktober 2007 und 8. bis 10. November 2007
- Bildungsmaßnahme: „Start Medienproduktions/f:mp.“
15. und 16. Februar 2008

www.f-mp.de/seminare



Directype gehen einen Schritt weiter, sie setzen auf dynamische Bildpersonalisierung. Aus Bildelementen des gewählten Motivs oder frei gestalteten und an das

lichkeiten ihrer Technik besser zu nutzen. Bildpersonalisierung kann hier neue Geschäftsfelder eröffnen. Denn Bildpersonalisierung ist ein Alleinstellungsmerkmal des Digitaldrucks,

welches auch auflagenstarken Digitaldruck, jenseits des Preisdrucks durch Offset, interessant macht.

Info: Kostenbeispiele			
Hersteller	Directsmile	Directype	Alpha Picture
Produkt	Directsmile SE (Smily Model)	Directype-Producer	Alpha Picture.biz
Basispreis in Euro	4.990	5.800	18.000
Jährliche Servicepauschale	Nein	Nein	18 Prozent
Klickkosten	Ja	Nein	Ja

Motiv angepassten Elementen sind einzelne Typen generierbar, die per zu erstellendem Template mittels Import der Empfängerdaten automatisch eingefügt werden.

Der Arbeitsaufwand für die Erstellung der Templates und Typen ist größer als bei der Erstellung einer einzelnen, statischen Personalisierung, da die für die Schrift zur Verfügung stehende Fläche zu definieren ist und alle möglichen Typen in Groß- und Kleinschrift zu entwerfen sind, damit diese im Zuge der Automatisierung bereitstehen. Dann werden die Datensätze, je nach verwendetem Programm, als druckfertige Dateien exportiert – bei Directsmile beispielsweise entweder als JLT oder PPML. Der Lernaufwand für die Verwendung der Programme ist für alle, die den Umgang mit Adobe Photoshop oder Quark Xpress gewöhnt sind, vergleichsweise gering. Die Software eines weiteren Anbieters, XM-Pie ulmage, setzt eine Lizenz von Photoshop oder Illustrator voraus.

Chance: Für Digitaldruckereien bietet die Bildpersonalisierung einige Chancen. Längst ist klar, dass Digitaldrucker zur Steigerung der Rentabilität lernen müssen, die Potenziale und Mög-

Zudem sind gerade im Bereich der Mailings die Druckkosten nicht der Hauptkostenfaktor. Der Preisunterschied pro Blatt liegt hier oft nur bei etwa 5 Cent, während der Versand mit 25 Cent (Deutsche Post Infobrief) den Löwenanteil ausmacht.

Info: Die Kosten

Zu Beachten: Die mit der Bildpersonalisierung verbundenen Kosten sind nicht niedrig. Je nach Umfang der erworbenen Softwarepakete oder des Serviceangebotes, fallen neben Anschaffungs- und Einrichtungskosten auch Klickkosten sowie Wartungsgebühren an. Lizenzierte Xerox-Druckereien, die über eine Maschine ab der Docucolor-5000er-Serie verfügen, können über das Xerox-Portal den Alpha-Picture-Service zu Sonderkonditionen nutzen.

Während die Arbeit mit Bildbearbeitungssoftware in Agenturen zum Alltag ge-

hört, schreckt viele kleine und mittelständische Druckereien der zusätzliche Aufwand ab, den die Einarbeitung in neue Software mit sich bringt. Um auch diesen Druckereien den Zugang zur Bildpersonalisierung zu ermöglichen, hat sich Alpha-Picture als Serviceanbieter positioniert. Statt einer Software bietet das Unternehmen den Zugang zu fertigen oder individuell angefertigten Bildpersonalisierungen. Durch Upload der Adressatenliste erstellt Alpha-Picture Datensätze im gewünschten Format, sodass diese direkt an die Druckerei weitergeleitet werden können.

Fazit: Bildpersonalisierung eröffnet neue, kreative Horizonte. Die damit verbundenen Kosten sind dank der verschiedenen Lösungen kontrollierbar. Allgemein gilt: Je mehr Arbeitsaufwand man selber trägt, umso günstiger ist es. ◀
Hendrik Fey/pe

Info: Vorgehensweise

Unkompliziert: Bis zum personalisierten Motiv sind es nur wenige Schritte.

- Motiv wählen
- Schriftfont aus Grafikelementen generieren
- Template erstellen und Schriftfeld definieren
- Adressdaten importieren
- Personalisierte Bilder generieren
- Bilddateien drucken

Michael Feser,
Geschäftsführer
F-Media Druck GmbH

„Der f:mp. ist eine starke Plattform für die Publishing-industrie“



Der f:mp. – fachverband medienproduktioner e.V. ist ein unabhängiger Berufsverband, der den Medienproduktioner in seiner täglichen Arbeit unterstützt. Als wesentliche Aufgabe übernimmt der f:mp. den Part der Aus- und Weiterbildung in allen Belangen des Medien- und Managementwissens rund um die Medienproduktion und ist Initiator von Branchentrends.

f:mp.
fachverband
medienproduktioner
www.f-m-p.de