

Erfolgskombination: Technische Innovation & innovative Kreation

Der Artikel wurde erstellt
in Zusammenarbeit mit:

f:mp.
fachverband
medienproduktions

Rhein-Mail ist bereits seit mehreren Jahrzehnten als Dienstleister im Bereich Digitaldruck tätig und versteht sich als kompetenter Lösungspartner seiner Kunden, vor allem im Dialog- und Kundenbindungsbereich. Einen besonderen Schwerpunkt legt das Unternehmen auf effektive, effiziente und vor allem integrierte Prozesse. Das Portfolio umfasst deshalb auch Leistungen wie Warehousing, Logistik sowie Business Process beziehungsweise IT-Services.

Die Marktbeobachtung der 60 Mitarbeiter von Rhein-Mail Service in Boppard gibt aktuellen Studien Recht, die einen klaren Trend in Richtung Geschwindigkeit und schneller Verfügbarkeit von Printprodukten ermittelt haben. Demnach wird bis zum Jahr 2010 bei ungefähr 33 Prozent aller Druckaufträge ein enges Zeitfenster von 24 Stunden zur Verarbeitung und Auslieferung vorgegeben sein. Bis 2009 soll besonders im Bereich Print-on-Demand ein jährliches Wachstum um die 14 Prozent stattfinden. »Hinter dieser Entwicklung

steht die Forderung, dass Druckprodukte nicht mehr auf Halde produziert, sondern unmittelbar dem Verwendungszweck zugeführt werden«, so Thilo Reichert, Mitglied der Geschäftsleitung von Rhein-Mail und zuständig für das Aufgabengebiet New Business.

Hoch qualitativ: Glanz und Optik bestimmen den Erfolg der Geschäftskommunikation ebenso wie individuelle und personalisierte Inhalte.



Der Trend – Individualisierung: Für viele Firmen ist Kundenbindung die zentrale Zielsetzung und stellt entsprechende Anforderungen an gedruckte Kommunikation. Dabei spielen Individualisierung und Personalisierung eine wichtige Rolle. Heute personalisiert man rund 30 Prozent der immer kleiner werdenden Aufträge im Digi-

taldruck oder wertet sie durch variable Inhalte auf. »Dieser bedeutende Trend in der Printkommunikation stellt an uns die Forderung, auch vollständig individualisierte Druckproduktionen herzustellen«, erklärt Thilo Reichert.

Vom Druckdienstleister erfordern solche Kommunikationslösungen den konsequenten Einsatz modernster Technologien und fundiertes Wissen bezüglich Möglichkeiten und Grenzen des Digitaldrucks. Gerade variable Inhalte sind für One-to-one-Kommunikation unerlässlich. »Um direkt mit dem Kunden in Kontakt zu treten, ist die Segmentierung aufgrund vorhandener Kundendaten insofern hochgradig effektiv, als dass man somit Kunden sehr gezielt erreicht. Doch führen dazugehörige komplexe Prozesse dazu, dass aufgrund des Mangels an adäquaten Werkzeugen und effektiven Workflowlösungen die Abläufe in vielen Druckereien nicht gerade effizient sind. Extrem hohe Kosten und großer Zeitverlust sind die Folge. Die Entwicklung sollte aus die-

Keine Angst vor Neuem!

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

Seminare

Bildungsmaßnahme: „Start Medienproduktioner/f:mp.“
15. und 16. Februar 2008, Köln
Seminar: „Professionell Verhandeln“
07. und 08. März 2008, Frankfurt
Seminarroadshow: „Alles was Recht ist...“
9. bis 24. April 2008, Köln, Hamburg, Frankfurt, Stuttgart, München

www.f-mp.de/seminare

f:mp.
fachverband
medienproduktions

sem Grund neben den druck-technischen Aspekten auch Prozesslösungen umfassen, die geeignet sind, alle Produktionspartner sowie deren Dienstleistungen optimal zu unterstützen.«

Info: Kontakt

Rhein-Mail Service Boppard GmbH,
Telefon 0 67 42/87 20-0, Fax 0 67 42/87
20-87, E-Mail dialog@rheinmail.de, In-
ternet www.rheinmail.de

Mit IT in die Zukunft des Drucks:

Diesem Gedanken folgend hat man bei Rhein-Mail in den letzten Jahren nicht nur in Drucktechnik investiert, sondern vor allem in den IT-Bereich. Wenn Variable-Data-Printing erfolgreich sein will, müssen Datenbestände mehrfach nutzbar sein und dem Endkunden auch über verschiedene Medien bereitstehen. So lassen sich einmal errechnete (Bild-)Daten bei entsprechender Vorbereitung und Planung crossmedial einsetzen. Die Hardware-Anforderung verändert sich dadurch nicht sehr.

Im Fall Bildpersonalisierung spielt eine gut ausgestattete IT auch eine besondere Rolle. So ist, wenn eine durchdachte Bild-datenbank zum Einsatz kommt, bei steigenden Volumina nicht zwingend mit linear wachsenden Anforderungen an Rechner und Speicher zu rechnen. Das Vorhalten der erarbeiteten Bilder spart vor allem bei wiederkehrenden Anforderungen enorme Rechnerzeiten und steigert die Fertigungsgeschwindigkeit. Die dauerhafte Anforderung an den Speicherplatz ist dabei nicht unerheblich, aber im Vergleich zur Neuverarbeitung sehr überschaubar. »Das Zusammen-

führen von einst getrennt verarbeiteten Bestandteilen ist unter Zuhilfenahme der konsequent verwendeten Bilddatenbank leicht realisierbar. Mehrstufige Marketingmaßnahmen lassen sich so

Info: Zum Unternehmen

Rhein-Mail: Das Unternehmen unterstützt Kunden aktiv bei Strategie, Konzepten und Kampagnen im Dialogmarketing und der Kundenbindung. Neben bewährten Verfahren und Prozessen bietet man auch neueste Servicelösungen. Als Full-Service-Anbieter deckt Rhein-Mail die komplette Palette passgenauer Lösungen ab, vor allem im One-to-one-Marketing, Business-Process- und IT-Services, Customer Relationship Management, Printing-Services, Warehousing und Fulfillment.



Thilo Reichert (l.): Der Geschäftsführer von Rhein-Mail kommt selbst aus dem Agenturbereich und weiß deshalb um die Probleme und Herausforderungen der Kundenkommunikation.

stets wieder mit neuen und bekannten Blickfängern anreichern. Die Verarbeitungszeit hinterlegter Elemente ist bereits mit der ersten Verwendung abgeschlossen«, erläutert Thilo Reichert.

Weiterverarbeitung als Service:

Bei Rhein-Mail sind für die hochindividualisierten Printprodukte gleich mehrere Xerox iGen 3 mit verschiedenen Weiterverarbeitungsmöglichkeiten im Einsatz. Erst kürzlich hat man eines der Systeme mit einer UV-Lackaufbringung kombiniert. »So lassen sich beidseitig individualisierte Anwendungen wie Postkarten oder Mailings mit hochglanzveredelter Oberfläche in einem Arbeitsgang fertigen. Darüber hinaus gibt es viele Optionen in der

Verarbeitung von digitalen Printprodukten mit individueller Farbdatenverwendung«, erklärt Thilo Reichert. Gerade die Weiterverarbeitung ist oft wichtiger Faktor für den Er-

folg des Produktes. »Kommunikation im digitalen Zeitalter ist geprägt von Virtualität. Printprodukte überzeugen in diesem Kontext vor allem durch die Ansprache der Sinne«, so Reichert. Zusammen mit Partnern hat Rhein-Mail eine Umsetzung gefunden, die es zulässt, komplett individualisierte Broschüren und Dokumente anstatt mit Drahtheftung mit Rückenverleimung maschinell zu fertigen. Dies erlaubt Druck, Zusammentragen, Leimen sowie Schneiden auf Endformat inline und in beliebigen Auflagen.

Fazit: Um alle Aufgabenstellungen kunden- und marktgerecht realisieren zu können, bedarf es nicht nur der ausgefeilten Technologie, sondern auch deren Weiterentwicklung. Das umfasst sowohl verwandte Bereiche wie die IT, als auch das Zuhören und Lernen aus Kundenwünschen. ◀
Anja Schlimbach/pe

Conrad Maass,
Geschäftsführer
Partner Werbung &
Druck GmbH

„Der f:mp. steht für faire Partnerschaft unter Kollegen.“



www.partnerdigital.de

Der f:mp. – fachverband medienproduktions e.V. ist ein unabhängiger Berufsverband, der den Medienproduktions 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
medienproduktions
www.f-m-p.de