

# Weißes Papier ist mehr als schlicht

Sich von vorgedruckten Materialien zu lösen, bedeutet Kostensenkung bei gleichzeitiger Umsatzgenerierung.



## Einleitung

Nur wenige Unternehmen sind in der Lage, ihre Druck- und Weiterverarbeitung kurzfristig umzugestalten. Doch noch weniger möchten abwarten, während Wettbewerber neue, innovative Wege zur Kosteneinsparung und Kundenbindung nutzen. Eine der Aufsehen erregenden Entwicklungen der letzten Monate betrifft das wachsende Interesse an der sog. «White Paper Lösung».

In den neuartigen Print-to-Mail-Umgebungen können sich Unternehmen von vorgedruckten Formularen verabschieden und jede Anwendung mit weißem Papier und weißen Briefumschlägen realisieren. Die Gründe dafür sind einfach und überzeugend: Die Inkjet-Technologie liefert heute Geschwindigkeit, Druckqualität und niedrige Stückkosten: All das, was moderne Produktionen fordern.

Durch die Kombination von Hochleistungs-Drucksystemen und sicherer, dateigestützter Software können s/w- oder Vollfarbdrucke mit variablen Inhalten in Echtzeit und im Rahmen der normalen Produktionsroutine laufen.

### Die zwei Seiten von White Paper Factory™ Lösungen: Kostenreduzierung und Umsatzwachstum

Wenn Sie einem Produktionsprozess folgen, der vorgedruckte Formulare, Beilagen, Laufzettel und Briefumschläge erfordert, ist dies der ideale Ausgangspunkt, um neue Möglichkeiten der Kosteneinsparung und Umsatzsteigerung zu identifizieren. Auf der Kostenseite der Gleichung entfallen Kostensenkungen für gewöhnlich meist auf drei Bereiche:

- **Bestandsmanagement.** Die Koordinierung von Druckläufen erfordert einen hohen Zeit- und Organisationsaufwand. Vor allem Unternehmen, die verschiedene Formulare und unterschiedlich gebrandete Briefumschläge verwenden, sind hiervon betroffen. In einigen Fällen ist der exakte Bedarf erst mit dem letzten Poststück bekannt, sodass zur Sicherheit größere Mengen gedruckt werden als erforderlich. So vermeiden Sie zwar Engpässe, müssen aber für nicht notwendigen Überschuss bezahlen. Jahresvorräte dämpfen zunächst diesen Effekt, führen aber u.U. zu umfangreichen

Sonderabschreibungen, wenn Unternehmen ihre Geschäftsbedingungen, Logos oder Angebote ändern und die Bestände obsolet werden. Alte Bestände werden entsorgt, neue gedruckt, und der Kreislauf beginnt von vorn. In Summe führen die Kosten von Lagermanagement, Überschuss, Ein- und Auslagerung sowie Abfall jedoch zu Kostennachteilen der Produktion um 10% oder mehr. Hochgerechnet auf das Gesamtjahr ergeben sich so Einsparpotenziale von Hunderttausenden von Euro.

- **Auftragseinrichtung.** Personalkosten haben einen großen Anteil an den täglich anfallenden Kosten für Druck- und Versandunternehmen. Daher ist es für den langfristigen Erfolg unabdingbar, neue Wege zur Produktivitätssteigerung zu finden. Dadurch, dass jeder Auftrag sofort beginnt, können Unternehmen den Zeit- und Arbeitsaufwand vermeiden, der für das Abrufen, Laden, Neubefüllen und Auffüllen unterschiedlicher Formulare und Briefumschläge unterschiedlicher Aufträge anfällt. Da nur wenige Zuführungen benötigt werden, verringert sich außerdem der Platzbedarf. Sie reduzieren ebenfalls Fehler, die durch das Laden falscher Formulare, Beilagen oder Briefumschläge entstehen können.
- **Auftragskonsolidierung.** Sobald die grundlegenden Prozesse etabliert sind, können Sie sich größerem Kosteneinsparpotenzial zuwenden. Job- bzw. Auftragskonsolidierung gehören zu dem besonders Lohnenswerten. Dabei werden Druckströme mehrerer Aufträge zu einem einzelnen Druckauftrag zusammengefasst. Da der Druck datenbasiert ist und auf weißes Papier gedruckt wird, ist die Anzahl der kombinierbaren Aufträge unbegrenzt. Unterschiedliche Logos, Werbebotschaften und Antwortadressen spielen dabei keine Rolle. Alles wird durch die vorhandenen Druckdaten innerhalb des Druckdatenstroms gesteuert.

Unternehmen mit mehreren, komplexeren Druckzentren können an eine zentrale Produktionsstätte umleiten und dabei bedeutende Rationalisierungs- und Skaleneffekte erzielen. Zusätzlich zu den Produktivitäts- und Druckeffizienzsteigerungen öffnet die Auftragskonsolidierung auch die Tür für zusätzliche Einsparungen durch Dokumentenkonsolidierung, Vorsortierung und letztendlich höhere Portorabatte.

Obwohl Kostensenkungen alleine bereits jede Investition in die White Paper Factory™ Technologie rechtfertigen, ist der langfristige Zugewinn auf der Umsatzseite noch vielversprechender. Insbesondere, wenn Sie sich die positive Auswirkung auf die Kundenbeziehungen vor Augen führen.

- **Öffnungsrate steigern.** Ihre Entscheidung für einen Übergang zu einer White Paper Factory™ Lösung könnte mit der Inline-Bedruckung von Briefumschlägen beginnen. Studien zeigen, dass die Wahrscheinlichkeit, dass Kunden ein Poststück mit farbigem Text und Grafiken auf der Vorderseite öffnen, um 70 Prozent höher liegt als weiße Kuverts ohne Überschrift und Grafik<sup>1</sup>. Die Resultate liegen sogar noch höher, wenn es sich um individualisierte Botschaften handelt. Sie können heute in einem einzelnen Durchgang Adressen, Barcodes, Logos, Antwortadressen, 1:1 Marketingbotschaften und Bilder in Vollfarbe mit Produktionsgeschwindigkeit aufdrucken.
- **Up- und Cross-Selling.** Vorgedruckte Formulare und Beilagen bieten Möglichkeiten für Massenmarketing, aber Verbraucher werden täglich mit 3.000 Meldungen und mehr bombardiert. Unpersonalisierte Massenangebote werden selten zum Verkaufsschlager. Gestalten Sie hingegen den gesamten Inhalt individuell, d.h. basierend auf Kundenprofilen, Bestellhistorien und Demografien, dann heben Sie sich von der Masse ab, indem Sie die Kunden individuell ansprechen und ihnen relevante Angebote unterbreiten. Sie können einzelne oder aber die komplette Weißfläche des Dokumentes nutzen, um Ihr Ziel zu erreichen. Verwandeln Sie Transaktionspost in eine vollständig personalisierte und relevante Kommunikation, die echte Umsatzmöglichkeiten für Ihr Unternehmen generiert.
- **Entscheidungen in Echtzeit.** Sofortnachrichten, Instantkaffee und Push-E-Mails - Kunden sind an Schnelligkeit gewohnt. In der Druckvorstufe müssen viele Entscheidungen jedoch Wochen, wenn nicht sogar Monate im Voraus getroffen werden. Briefempfänger erhalten daher oftmals Werbeaktionen, die sie bereits kennen, angenommen oder abgelehnt haben. Dies kann schlimmstenfalls zu der Annahme führen, dass Sie Ihre Kunden nicht kennen.

Marketingverantwortliche sind sich dessen oft bewusst, aber auf Grund unflexibler Prozesse nicht in der Lage, angemessen darauf zu reagieren. Durch eine 100% ig variable Datenproduktion können Sie relevante Nachrichten schnell und genau platzieren und so eine präzisere Kommunikation garantieren.

## Umsatzsteigerung: Die Vorderseite eines Umschlags beeinflusst maßgeblich, ob und wann Empfänger ihn öffnen.

Eine im Jahr 2010 durchgeführte Studie<sup>1</sup> ergab, dass 69 % der Teilnehmer eine Postsendung, deren Vorderseite farbigen Text und Grafiken enthielt, eher öffnen würden, als eine vergleichbare Sendung ohne Bedruckung.

- Bei einer Wahl zwischen farbigen Grafiken und s/w-Text gaben die Teilnehmer an, dass sie mit 247 % höherer Wahrscheinlichkeit die Umschläge mit farbigen Grafiken öffnen würden.
- 57 % der Teilnehmer gaben an, sie würden beim Durchsehen oder Öffnen ihrer Post kaum bemerken, was auf der Rückseite steht.
- Dennoch zeigte die Studie, dass das Vorhandensein von farbigem Text und Grafiken auf der Rückseite ihre Entscheidung, ebenso wie auf der Vorderseite, deutlich stärker beeinflusste als reine s/w Informationen.



Auch wenn Ihr Unternehmen heute nicht für 1:1-Botschaften gerüstet ist, können Sie jetzt die Kostenvorteile einer White Paper Factory™ nutzen und in einem zweiten Schritt gezieltere Anwendungen realisieren, ohne erneute Investitionskosten.

## Migration leicht gemacht.

Eine White Paper Factory™ Strategie stellt Sie nicht vor die Wahl, ob ganz oder gar nicht. Sie können mit der Lösung an jeder beliebigen Stelle der Wertschöpfungskette beginnen und vorhandene Geräte einbeziehen, um die Prozesse abzurunden. Stellen Sie sich die Frage, wo Sie heute am meisten Überschuss produzieren oder Potenzial verschenken. Welche Ihrer Anwendungen profitieren am meisten von der Flexibilität des Inline-Inkjetdrucks? Sie können an jeder Stelle ansetzen: bei den Kuverts, Beilagen, Kontoauszügen oder anderen

Dokumenten. Obwohl der Trend zu variablen Druckprozessen unausweichlich sein dürfte, liegt es an Ihnen, wie schnell Sie die Migration vornehmen. Unabhängig davon, ob Sie über 18 Monate oder Jahre planen - behalten Sie Ihr Ziel im Auge und unterstützen Sie Ihre Ziele langfristig. In Gesprächen mit Unternehmen, die derzeit migrieren, stechen 10 Best-Practices hervor, die Ihnen bei Ihrer Analyse alternativer Optionen als Checkliste helfen können.

1. **Qualität.** Bestehen Sie auf mindestens 1200 x 600 dpi für den variablen Digitaldruck oder 600 x 300 dpi für den Inline-Briefumschlagdruck.

2. **Geschwindigkeit.** Personalisierung soll ihren Erfolg beschleunigen, nicht verlangsamen. Läuft Ihr Kuvertiersystem mit 26.000 Takten/h, dann sollten die Dokumente aus dem Drucker mit der gleichen Geschwindigkeit kommen. Entscheiden Sie sich deshalb für Drucklösungen, die für Druck und Weiterverarbeitung optimiert sind.

3. **Hersteller,** die Erfahrung mit Kuvertierung, Hochgeschwindigkeitsdruck, personalisierter Kuvertbedruckung, Datenmanagement, Endverarbeitung und Sortierung besitzen, können Ihnen dabei helfen, den bestmöglichen Ansatzpunkt zu finden.

4. **Farbe.** Der Einsatz von Farbe wertet Ihre Kommunikation zweifellos auf. Sie können jedoch auch mit Schwarzweißdruck enorme Effizienzsteigerungen erzielen und später zu Vollfarbe wechseln.

5. **Datenflexibilität.** Der Wechsel zum Digitaldruck sollte in Ihre bestehenden Systeme wirksam integriert werden. Ihre Weiterverarbeitungsprozesse sollten mit jeder Druckersprache und jedem Druck- und Weiterverarbeitungssystem kommunizieren.

6. **1:1 Botschaften.** Selbst wenn Sie nur mit einer neuen Strategie Ihrer Basisprozesse starten, können Sie mit einer intelligenten Produktionsumgebung langfristig große Flexibilität erzielen.

7. **Integrität.** Bei datengesteuerten Inhalten sind Integrität, Kontinuität und Kontrolle unverzichtbar. Die richtigen Systeme machen es Ihnen möglich, die richtige Botschaft an den richtigen Kunden zu senden. Sie helfen Ihnen zudem beim operativen Controlling sowie der Druckkostenoptimierung.

8. **Projektmanagement.** Die Zusammenarbeit mit einem erfahrenen Hersteller, der neue Ressourcen in Ihre bestehenden Prozesse integrieren kann (von der Planung, dem Design bis zur Schulung des Bedienpersonals), ermöglicht Ihnen eine nahtlose, kostengünstige Implementierung.

9. **Migration zu Digitaldruck.** Beim Drucken dreht sich alles um Papier und Tinte, aber Ihr übergeordnetes Ziel muss sein: personalisierte, individualisierte und relevante Kundenkommunikation auf hohem Niveau - unabhängig, welchen Kanal Ihr Kunde bevorzugt. Technologieführer bieten Systeme und Softwarelösungen an, die Ihnen helfen, Lücken zu schließen. Solche Hybridmodelle erlauben Ihnen die Wahl zwischen physischer oder digitaler Schnittstelle bzw. Zustellung.

10. **Zuverlässigkeit.** Arbeiten Sie mit Unternehmen, denen Sie vertrauen, die über langjährige Erfahrung verfügen und sich der kontinuierlichen Verbesserung verschrieben haben.

Das Konzept eines integrierten Print-to-Mail-Prozesses, der von 100 Prozent variablen Daten angetrieben wird, ist eine Idee, an der Unternehmen seit Jahren arbeiten. Neu ist, dass diese Technologie heute verfügbar und nicht mehr länger Vision ist, sodass Unternehmen diese Vorteile tatsächlich realisieren können.



Pitney Bowes Deutschland GmbH  
Tiergartenstraße 7  
64646 Heppenheim  
Tel: +49 6252 708-00  
Fax: +49 6252 73354  
E-Mail: [contact.dmt.de@pb.com](mailto:contact.dmt.de@pb.com)  
[www.pitneybowes.de](http://www.pitneybowes.de)

Pitney Bowes Austria Ges.m.b.H.  
Ernst Melchior Gasse 20  
1020 Wien  
Tel: +43 1 2583621-0  
Fax: +43 1 2583621-34  
E-Mail: [contact.dmt.at@pb.com](mailto:contact.dmt.at@pb.com)  
[www.pitneybowes.at](http://www.pitneybowes.at)

Pitney Bowes (Switzerland) AG  
Vogelsangstraße 17  
8307 Effretikon  
Tel: +41 52 35457-57  
Fax: +41 52 35457-00  
E-Mail: [contact.dmt.ch@pb.com](mailto:contact.dmt.ch@pb.com)  
[www.pitneybowes.ch](http://www.pitneybowes.ch)

© 2011 Pitney Bowes. Alle Rechte vorbehalten. 98401332

Seit mehr als 90 Jahren bietet Pitney Bowes innovative Lösungen, um physische und digitale Kommunikationskanäle effizient und gewinnbringend miteinander zu verbinden. Das Portfolio des Weltmarktführers im Bereich Post- und Dokumentenmanagement umfasst Software, Hardware und verschiedene Dienstleistungen, mit denen Kunden ihre Produktivität steigern können. Zunehmend unterstützt Pitney Bowes Unternehmen auch bei der Erschließung neuer Geschäftsfelder - mit fortschrittlichen Lösungen im Bereich Customer Communications Management (CCM). Pitney Bowes erwirtschaftet einen Jahresumsatz von rund 5,4 Milliarden US-Dollar und beschäftigt weltweit 30.000 Mitarbeiter.

Pitney Bowes: Every connection is a new opportunity™

Weitere Informationen finden Sie unter [www.pitneybowes.de](http://www.pitneybowes.de)