

Die neue Wirtschaftlichkeit des Farbdrucks

Massendruck- und Versandunternehmen haben jetzt mehr Möglichkeiten, Kosten zu senken, Einnahmen zu steigern und Kunden zu binden.

Einleitung

Nach Jahren voller Verheißungen beginnt nun die Aktionsphase.

Marktführer aus der Bank-, Versicherungs-, Telekommunikations- und Gesundheitsbranche erstellen nun Kontoauszüge, Rechnungen und andere für Kunden wichtige Transaktionsdokumente in Farbe – und das in weit größeren Mengen als jemals zuvor. Während die Vorteile des Farbdrucks jahrzehntelang dokumentiert wurden, hat sich die Wirtschaftlichkeit erst vor Kurzem von Schwarz-Weiß in Richtung Farbe verschoben.

Auf der Ausgabenseite kann eine neue, sich weiterentwickelnde Kategorie von Druckmaschinen personalisierte Farbdokumente zu wesentlich niedrigeren Kosten pro Seite herstellen. Die Technologie setzt neue Maßstäbe bei der Integration, bei der Straffung von Arbeitsabläufen und bei der Produktivitätssteigerung. Außerdem werden beträchtliche Kosteneinsparungen realisiert, indem Portokosten vermindert und vorgedruckte Papierbestände und Werbebeilagen sowie das entsprechende Bestandsmanagement abgeschafft werden.

Auf der Einnahmenseite haben Unternehmen die hohen Öffnungs- und Leseraten von Transaktionsdokumenten gewinnbringend genutzt, indem sie relevante, datengesteuerte Angebote und Werbebotschaften hinzugefügt haben. Durch die Abstimmung von Farbdruck und digitaler Kommunikation haben Unternehmen die Gesamtkundenerfahrung verbessert. Mit neuen Dashboards für Inhalte können Vermarkter One-to-One-Mitteilungen so kontrollieren, dass eine direkte Messung der Reaktionen und des ROI möglich wird.

Fortschritte bei der Hardware, Software und dem Workflow-Engineering bieten in ihrer Kombination Vorteile für Organisationen, die das Potenzial des Farbdrucks nutzen wollen.

Die Vorteile des digitalen Farbdrucks

Nach zwei Jahrzehnten digitalen Farbdrucks ist klar, dass der Einfluss von datengesteuerter digitaler Farbe zu einer neuen Ebene effektiver Kommunikation geführt hat.

In Bezug auf Farbe ist sich der Markt einig – sie ändert die Effektivität von Kommunikation:

- Mit Farbe wird die Markenerkennung verbessert.
- Botschaften, die einen Eindruck hinterlassen, verstärken nicht nur Handlungsaufforderungen, sondern reduzieren auch Fehlerraten, weil Anweisungen klar und einfach befolgt werden können.
- Farbgrafiken und Diagramme vermitteln Konzepte häufig schneller und effektiver als reiner Text.

Man geht auch stark davon aus, dass das Hinzufügen von datengesteuerter Farbe Kundenbeziehungen festigt. Mit Farbe wird Kommunikation klarer, Anweisungen sind einfacher befolgbar, und Botschaften erreichen Kunden persönlich. Alle diese Faktoren führen bei Kunden zu einer stärkeren Markenassoziation, Verbundenheit und Loyalität.

Laut einer Umfrage vom März 2010 öffnen 69 Prozent der Konsumenten eher Poststücke mit farbigem Text und Grafiken,

als ein rein weißes Kuvert ohne Botschaft. Im Auftrag von Pitney Bowes Inc. führten Leflein Associates diese Umfrage unter 1500 US-amerikanischen Konsumenten durch.

Die Umstellung auf großvolumigen Farbdruck kam nur langsam in Gang. Falsche Vorstellungen hinsichtlich Geschwindigkeit, Druckqualität und Kosten haben bis vor Kurzem die Migration behindert. In dieser Hinsicht hat sich jedoch viel verändert. Auch die Analysten von InfoTrends sagen voraus, dass die Tintenstrahltechnologie letztendlich ein „großer Erfolg im Massendruck“ sein wird. Es zahlt sich aus, einen genaueren Blick auf die Realität des Farbdrucks von heute zu werfen.

Die Dynamik der modernen Tintenstrahltechnologie verstehen

Preisgestaltung in der Praxis

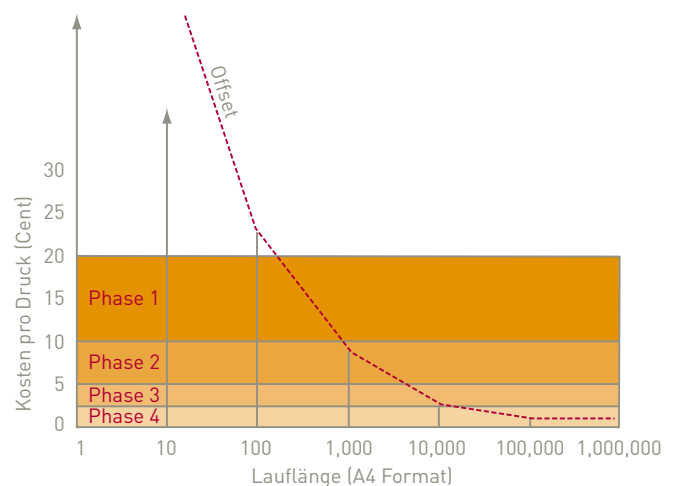
Was früher unerreichbar schien, ist heute Realität: kostengünstiger Hochgeschwindigkeitsfarbdruck. Die Farbdrucktechnologie ist zwar normalerweise teurer als Schwarz-Weiß-Druck, die Kostenkurve für

Phase	\$/Druck	Beispiel:	Ära
1	<\$0,20	Frühe Farbkopierer/-drucker	1995
2	<\$0,10	Frühe Massenfarbdrucker	2000
3	<\$0,05	Digitaler Farbdrucker mit Einzelblatteinzug	Heute
4	<\$0,025	Hochgeschwindigkeits-Farbdrucker, Tintenstrahltechnik mit kontinuierlichem Einzug	Heute

Tintenstrahltechnologie hat jedoch einen Punkt erreicht, an dem sie oft hoch praxistauglich ist. Diese Tatsache, zusammen mit den Vorteilen des Einsatzes von Farbe, macht es sehr schwer, einen Ansatz ohne Farbdruck zu rechtfertigen.

Wie sehr haben sich Preise geändert? Gemäß InfoTrends betragen die Kosten des digitalen Farbdrucks heutzutage nur noch einen Bruchteil des Preises von 1995, als Farbkopierer und Farbdrucker auf den Markt kamen. Allein in den letzten 10 Jahren sanken die Kosten für digitale Farbe um 75%. So liegen die Kosten für digitale Farbe mittlerweile sehr nahe bei denen des Schwarz-Weiß-Drucks – und damit auf Augenhöhe mit dem Offset-Farbdruck. (Siehe untenstehende Grafik)

Die vier Phasen digitaler Druckkosten



Quelle: Infotrends. Laufende Kosten: (1) enthält Kosten für Ausrüstung über die erwartete Lebensdauer + plus Wartung und Zubehör (2) ohne Papier, Arbeitszeit, Gemeinkosten

Qualitativ hochwertiger Druck

Der Fortschritt bei digitaler Technologie führte zu Qualitätssteigerungen, während gleichzeitig die Preise sanken. Zum Beispiel ermöglicht die neue digitale Drucktechnologie qualitativ hochwertiges Drucken sogar auf Standardpapier. Mit neuen und innovativen Drucksystemen wird Papier genau dort vorbeschichtet, wo die Tinte aufgetragen wird – das sieht auch bei Standardpapier hochwertig aus. Kontinuierliche branchenweite Investitionen in Forschung und Entwicklung sind ein Hinweis dafür, dass der Digitaldruck in Zukunft Standard wird.

Den Übergang zu Farbe erleichtern

Unternehmen haben manchmal Bedenken, von formularbasiertem Schwarz-Weiß-Druck auf digitalen Vollfarbdruck umzusteigen. Sie machen sich vor allem darüber Sorgen, dass der Umstieg zu einer erheblichen Umstrukturierung ihrer vorhandenen Druck- und Postprozesse führt.

Tatsächlich ist es aber so, dass die Umstellung gar nicht auf einmal stattfinden muss. Unternehmen erkennen jetzt, dass sie ihre Ausrüstung auf digitale Farbe umstellen können, während sie die vorhandenen Prozesse mit Schwarz-Weiß-Vordrucken beibehalten. Dadurch können sie ihren Vordruckbestand abbauen oder sowohl Vordruck als auch Vollfarbe einsetzen. Außerdem wird es ihnen dadurch möglich, problemlos auf einstufigen Vollfarbdruck umzusteigen.

Vereinfachte Druckanforderungen

Beim effektiven Einsatz von Farbe ist weniger oft mehr. Früher haben Unternehmen ihren Dokumenten durch Vordrucken von farbigen Logos, Briefköpfen und Formularen einen Farbtupfer hinzugefügt – und sie anschließend in einem separaten Prozess digital schwarz-weiß bedruckt. Oder die Farbe wurde hinzugefügt, indem vorgedruckte Farbbeilagen beim Zusammenstellen von Poststücken mit in das Kuvert sortiert wurden.

Durch das vollständige Implementieren von digitalem Farbdruck wird der gesamte Prozess vereinfacht. Vordrucke sind überflüssig. Farbe und Schwarz-Weiß können in einem Durchgang gedruckt werden. Außerdem können Farbbeilagen parallel mit den anderen Teilen des Poststücks gedruckt werden. Durch die neue Technologie können Kunden auch variable Daten und Bilder in Farbe direkt auf das Kuvert drucken.

Dieser einfache einstufige digitale Farbdruckprozess bietet eine Vielzahl von Vorteilen. Mit Abschaffen der Vordruck-Phase wird die Druckproduktion effizienter, flexibler und es werden Einsparungen erzielt, die in der Gesamtkostenrechnung nicht immer berücksichtigt werden:

- **Auflösen/Reduzieren von Vordruckbeständen:** Wenn Unternehmen an vorgedrucktes Material gebunden sind, haben sie entweder hohe Lagerkosten und müssen die vorgedruckten Bestände verwenden, oder sie müssen zusätzliche Druckzeit für den zweistufigen Druckprozess einkalkulieren. Außerdem entstehen durch Änderungen am Design der Vordruckbestände sofort Wertverluste und Abfall. Der Einsatz von digitalem Farbdruck ermöglicht Drucken auf weißes Papier nach dem Just-in-Time-Prinzip ohne Lagerhaltung. So können Unternehmen ihre Lagerbestände flexibler anpassen, Lagerkosten senken und Kosten durch Wertverlust und Abfall vermeiden.
- **Abschaffen/Reduzieren von vorgedruckten Farbbeilagen:** Das Vordrucken von Beilagen macht Überbestände erforderlich. Unternehmen, die scharf kalkulieren, investieren Überschussbeständen von etwa 10% oder weniger, jedoch gibt es auch weit höhere Zahlen. Beim digitalen Farbdruck können Beilagen zusammen mit den Poststücken, zu denen sie gehören, produziert werden. So besteht nicht die gleiche Notwendigkeit für Überschussbestände und durch den Just-in-Time-Ansatz können Beilagen vor dem Versenden nicht veralten. Unternehmen können schneller mit einer neuen Botschaft am Markt auftreten und die durch geplanten Überschuss entstehenden Ausgaben und Abfall vermeiden.
- **Abschaffen/Reduzieren von Kosten für die Vordruckverwaltung:** Vordrucke erfordern nicht nur

eine Lagerhaltung, sondern auch eine umfassende Organisation. Mit Digitaldruck können alle Vordrucke elektronisch verwaltet werden. Das ist nicht nur effizienter, sondern ermöglicht auch die so wichtige Flexibilität beim Druckprozess. Unternehmen sind zum Beispiel nicht mehr daran gebunden, Druckabläufe nach Dokumententyp auszuführen. Sie haben die Möglichkeit, Abläufe entsprechend der Postleitzahlen zu verwalten. Dadurch können sie ihre Post vor dem Drucken digital sortieren und so höhere Einsparungen erzielen.

Produktivität und Workflow-Integration

Die Vordruckverwaltung ist nur ein Aspekt der neuen, durch digitalen Farbdruck ermöglichten Druckeffizienz. Der Farbdruck ist jetzt vollkommen mit Datenbankmanagement, Druckstromplanung und Posterstellung integriert, wodurch ein nahtloser und umfassender Arbeitsablauf gewährleistet wird. Die absolute Druckflexibilität ermöglicht eine bisher nicht mögliche effiziente Personalisierung der Kommunikation – und zwar in Farbe. Wir haben zuvor die tief greifenden Auswirkungen auf die Effektivität von Kundenkommunikation erwähnt, die eine Kombination aus Farbe, Personalisierung und auf potenzielle Kunden abgestimmte Botschaften haben kann. Das alles kann nun dank höherer Geschwindigkeit und Kapazität moderner Druckmaschinen und der intelligenten Datenbank- und Druckstromintegration einfach in mittlere und größere Postsendungen integriert werden.

Auch Arbeitsabläufe können konsolidiert werden. Es müssen keine Vordrucke mehr physisch bewegt werden, um für unterschiedliche Logos, Formulare und Botschaften zu passen; alles kann automatisch als Teil des einstufigen Druckprozesses programmiert werden. Poststücke und Beilagen können gemeinsam erstellt und zusammengefügt werden, wodurch die Effizienz von Produktionsprozessen für Poststücke erhöht wird und die Kommunikation schneller herausgegeben werden kann.

Alles das führt zu weniger manueller Arbeit, reduzierten Ausfallzeiten und höherem Durchsatz. Die digitale Ausrüstung von heute ist technisch so ausgereift, dass sie sich größtenteils selbst überwacht, auffällige Stücke zur Überprüfung auf einen separaten Produktionsprozess umleitet und bei selten auftretenden Produktionsfehlern die Verantwortlichen alarmiert.

Mit der heutigen Technik zur Druckstromplanung können Unternehmen Dokumente auch spontan überarbeiten. Durch diese Flexibilität kann Kundenkommunikation zeitnaher erstellt werden und die Koordination von Cross-Selling zwischen den Geschäftsbereichen ist weniger mühsam. Änderungen an den Dokumenten können auf Tastendruck statt durch einen komplett neuen Druckablauf durchgeführt werden. Für Änderungen von Botschaften in letzter Minute ist nicht länger eine komplette Arbeitsunterbrechung erforderlich.

Einer der größten, dem Digitaldruck zuzuschreibenden Fortschritte ist die Möglichkeit, Druckabläufe auf völlig andere Art zu gruppieren. Anstatt dadurch eingeschränkt zu sein, Abläufe gemäß vorgedruckter Dokumente bzw. zugehöriger Beilagen zu organisieren, kann man beim Digitaldruck nahtlos zwischen Dokumententypen und Beilagen wechseln. Folglich können Unternehmen Poststücke nutzen, um die Wirksamkeit ihrer Post voll auszuschöpfen und einen einheitlicheren Unternehmensauftritt zu erreichen. Umschläge können zudem als Teil des Kommunikationspakets eingesetzt werden:

- Der USPS (United States Postal Service) bietet laufend neue Möglichkeiten, wie durch Postvorbereitung und Vorsortierung Rabatte erzielt werden können. Dank der digitalen Drucktechnik ist es jetzt möglich, Poststücke auf der Basis ihres Bestimmungsorts anstatt des Formats der zugrunde liegenden Vordrucke oder der zugehörigen Beilagen zu drucken. Das bedeutet, dass Poststücke bereits in der Reihenfolge der Postleitzahlen aus dem Druckprozess kommen und kleinere Aussendungen automatisch kombiniert werden können, um Rabatte zu erhalten, für die entweder ein weiterer Sortierschritt angefallen wäre oder die man sonst nicht bekommen hätte.
- Mithilfe der flexiblen Druckabläufe kann auch der Druck von Umschlägen und Briefen passend koordiniert werden, sodass kein Vordruck notwendig ist. Das hat viele Vorteile: Unternehmen können teurere Fensterbriefumschläge vermeiden, die Umschläge für auf den Empfänger zugeschnittene Botschaften besser nutzen und das Porto nach Bedarf als Teil des Druckprozesses aufdrucken.
- Die Technik kann auch bei der Koordinierung von Mitteilungen für einzelne Haushalte helfen. Wenn ein Bankkunde zum Beispiel über mehrere Kontentypen verfügt, erhält dieser normalerweise mehrfache Ausgaben der

gleichen Werbebeilage oder in seltenen Fällen sogar sich widersprechende Werbebotschaften. Durch die vollständige Integration von Datenbankinformationen in den Druckablauf können Mailstreams zusammengefasst und Duplikate vermieden werden. Mitteilungen an Haushalte können gebündelt und bei sich widersprechenden Botschaften nach auf den Profildaten basierenden Regeln priorisiert werden. Dadurch wird die Kundenkommunikation verbessert und in den Vereinigten Staaten, wo Gewicht ein wichtiger Faktor bei der Preisgestaltung für Poststücke ist, können Unternehmen die zulässigen Gewichtsgrenzen durch entsprechende Bündelung der Beilagen optimal nutzen.

Relevanz und Wirkung sind der Motor für steigende Einnahmen

Diese Effizienz ist umso wichtiger, da sie zusammen mit effektiver Nutzung von Farbe und Botschaften zur Steigerung der Unternehmenseinkünfte führt.

Maximierung der TransPromo-Gelegenheiten

TransPromo, die Integration von Werbebotschaften und -materialien in Transaktionskorrespondenz, ist in den letzten Jahren in den Fokus der Vermarkter und Werbemittelproduzenten gerückt - und das aus gutem Grund. Bei Transaktionskorrespondenz muss in der Regel der Kunde in Aktion treten, daher wird sie auch mit höherer

Wahrscheinlichkeit geöffnet und gelesen. Das Interesse der Kunden an Transaktionskorrespondenz ist hoch. Und das ist eine optimale Gelegenheit, Werbebotschaften zu präsentieren, da man davon ausgehen kann, dass diese auch wahrgenommen werden.

Mit Farbe wird die Wirkung von Werbebotschaften maximiert. Dadurch wird die Chance, die sich durch diese am meisten geöffneten und gelesenen Dokumente bietet, optimal genutzt. Außerdem können Unternehmen dank der digitalen Druckstromtechnik „On-Serts“ einbinden. Das sind gezielte, in Farbe direkt auf aktuelle Transaktionsdokumente und Umschläge gedruckte Botschaften. Diese datengesteuerten Botschaften können kundenspezifischer sein als je zuvor, die Kundenbeziehung reflektieren und zeitlich beschränkte Angebote enthalten.

Kundenerfahrung verbessern

Farbe und personalisierte Botschaften können nicht nur bestimmte Werbeaktionen verstärken, sondern auch ganz allgemein die Kundenbeziehung verbessern.

Moderne, technikverwöhnte Kunden erwarten von Unternehmen, dass diese ihre Beziehung verstehen und ihr Wertschätzung entgegenbringen. Redundante Postsendungen, unwichtige Kommunikationen, Standardbriefe und Ähnliches – das alles weist auf einen Mangel an Verständnis hin. Datengesteuerte, personalisierte Kommunikation hingegen vermittelt die Botschaft, dass Unternehmen ihren Kunden soviel Wertschätzung entgegenbringen, dass sie sie und ihre Bedürfnisse wirklich persönlich adressieren. Farbe und personalisierte Botschaften auf den Briefumschlägen können die Aufmerksamkeit der Kunden schneller erregen. Der effektive Einsatz von Farbe auf den Kommunikationsmitteln innerhalb des Kuverts kann zu besseren Antworten führen.

Durch die digitale Drucktechnik wird es möglich, Botschaften und Dokumente in allen Kommunikationskanälen zu synchronisieren. Dieser einheitliche Unternehmensauftritt stärkt die Wiedererkennung der Marke und ermöglicht es Kunden, verschiedene Mitteilungen desselben Unternehmens



schneller und effizienter zu verarbeiten. Dadurch ist es wahrscheinlicher, dass Kunden schneller und richtig auf Handlungsaufforderungen reagieren und ihre Beziehung zum Unternehmen positiver sehen.

Integriertes Tracking und Messbarkeit

Alle diese Verbesserungen in der Drucktechnologie könnten für Laien entmutigend erscheinen. Eine große Anzahl benutzerfreundlicher Tools macht es aber ziemlich einfach, diese Technologie anzuwenden. Darüber hinaus bietet die digitale Umstellung schnellere und genauere Möglichkeiten für das Tracking und die Messbarkeit von Ergebnissen als jemals zuvor.

- Benutzerschnittstellen sind auf einfache Bedienbarkeit ausgelegt. Anweisungen sind klar, einfach und logisch.
- Marketing-Dashboards bieten schnelle Momentaufnahmen von Kommunikationskampagnen und deren Performance. Diese können nach Produkt, Kundentyp, geografischer Lage und anderem präsentiert werden, damit Vermarkter einen besseren Einblick in die Performance verschiedener Segmente erhalten.
- Content-Management-Tools helfen dabei, direkte, datengesteuerte Botschaften automatisch zu erzeugen, welche die Kundenbeziehungen vollständig widerspiegeln. Außerdem können sie die Kommunikation zu verschiedenen Produkten und Lösungen koordinieren und bündeln.

Mit dem Einsatz digitaler Drucktechnologien können Unternehmen ausgehende Postsendungen direkt mit eingehenden Daten verknüpfen. So können Markttests effizienter durchgeführt, Ergebnisse schneller gemessen und bewertet, und Entscheidungen zur Implementierung neuer Produkte und Lösungen schneller getroffen werden – und das mit besserem Input. Dadurch können Unternehmen die Markteinführung beschleunigen und gleichzeitig sicherer in ihren Entscheidungen werden.

Technologien, die etwas bewegen

Mit dem technischen Fortschritt ist in den letzten Jahren der Hochgeschwindigkeitsfarbdruck realisierbar, wirtschaftlicher und nützlicher geworden. Um erfolgreich zu sein, müssen Unternehmen verstehen, welche Verbesserungen Druck und Poststückproduktion verändern – und sicherstellen, dass Farbe die Zukunft des Drucks ist.

Höhere Geschwindigkeit

Moderne großvolumige Tintenstrahldrucker sind schneller denn je. Nun können einige sogar 4-up drucken, und das bei Geschwindigkeiten von über 3.500 Drucken pro Minute. Diese Geschwindigkeiten zusammen mit der Tatsache, dass man mit diesen Druckern spontan, ohne Pause zum Nachfüllen von Papier, zwischen Form-to-Form und Document-to-Document umschalten kann, wird die Lücke zu Offset- und Schwarz-Weiß-Druck schnell geschlossen.

Neue Tintenstrahltechnologie

Einer der Hauptverursacher für die höheren Kosten beim Farbdruck war der Einsatz von speziellem, teurerem Papier, um Helligkeit und Qualität der Farbdruckproduktion sicherzustellen. Durch die modernen Drucktechnologien ist es jedoch auch möglich, auf normalem Offset-Papier zu drucken. Diese Drucker tragen immer dann eine spezielle Schicht auf das normale Papier auf, wenn Farbe angewendet wird. Diese spezielle Schicht muss also nicht auf das ganze Blatt aufgetragen werden. Das Resultat sind qualitativ hochwertige Farbdrucke zu einem Bruchteil der mit speziellem Druckpapier verbundenen Kosten.

Customer Intelligence Software

Der Trend, Software als Service zu sehen und herzustellen, ist fest in der digitalen Druckproduktion verankert. Software für den modernen Digitaldruck, für Kuvertierung und Posterstellung ist schnell, anwenderfreundlich und kann eingehende Daten integrieren. Sie bietet wichtiges und aufschlussreiches Feedback zur Mailing-Leistung hinsichtlich Geschwindigkeit und Niveau der Kundenreaktionen. Sie hilft Unternehmen dabei, Daten und Kundenkommunikation in Abteilungen und auf Fertigungsstraßen zu koordinieren

und stellt einen einheitlicheren und effektiveren Unternehmensauftritt sicher.

Production Intelligence/Output Management

Mit dem Farbdruck werden nicht nur Kundenkommunikationen besser. Durch das digitale Format entstehen auch Effizienzmöglichkeiten. Werbebeilagen zum Beispiel, für deren Design und Produktion früher 30 bis 60 Tage veranschlagt wurden, und die dann noch zu Poststücken zusammengestellt werden mussten, können nun als On-Serts produziert und direkt auf die Transaktionsdokumente aufgedruckt werden. Oder sie werden zusammen mit den Poststücken spontan erstellt und gedruckt. Das alles kann in einem hochkomprimierten Zeitrahmen durchgeführt werden. Dokumente können auch auf der Basis ihres endgültigen Bestimmungsorts produziert werden, statt auf der Basis der enthaltenen Dokumente. Außerdem können Kuvertdruck und Botschaften zum standardmäßigen Bestandteil für koordiniertere kundenorientierte Poststücke werden.

Die Entscheidung für Farbe ist eine intelligente Entscheidung in der heutigen Wirtschaft

Der digitale Farbdruck ist die Zukunft. Dorthin fließen die Forschungs- und Entwicklungsgelder der heutigen Druckindustrie. Das ist keine große Überraschung: Digitaler Farbdruck wertet sowohl Transaktions- als auch Werbekommunikation auf und macht es Organisationen einfacher, mit Kunden in Verbindung zu treten. Unternehmen können flexibler reagieren und mit gezielten Botschaften schneller am Markt auftreten. Sie können auch die Performance von Poststücken effektiver als jemals zuvor nachverfolgen, indem sie die gleichen Technologien nutzen, die die Effizienz des Digitaldrucks antreiben.

Die Entscheidung für Farbe ist eine intelligente Entscheidung. Dabei geht es jedoch nicht nur darum, einem Dokument einen Tupfer Rot, Blau oder Grün hinzuzufügen. Datengesteuerte Automation führt zu besserer Kommunikation, besseren Kundenbeziehungen und einer höheren Produktivität. Das gibt Organisationen die Möglichkeit, Effizienz und Einnahmen durch eine einzige Initiative zu steigern. Weitere Informationen zu Hochgeschwindigkeitsfarbdruck, TransPromo-Dokumenten und Production Intelligence erhalten Sie bei Pitney Bowes unter 1-800-536-2763 oder unter www.pb.com/transactionprintandmail



Pitney Bowes Deutschland GmbH
Tiergartenstraße 7
64646 Heppenheim
T: +49 (0) 6252 708-124
F: +49 (0) 6252 708-318

www.pitneybowes.de

Every connection is a new opportunity™

© 2010 Pitney Bowes Ltd. Alle Rechte vorbehalten.
Pitney Bowes feiert 90 Jahre voller Innovationen. Das Unternehmen bietet Software, Hardware und Services, um unterschiedliche Kommunikationskanäle miteinander zu verbinden. Schon lange als Unternehmen bekannt, das die Produktivität seiner Kunden verbessert, unterstützt Pitney Bowes mit seinem Lösungsportfolio Unternehmen zunehmend auch bei der Optimierung ihrer Kommunikation, dem Ausbau ihrer Geschäftstätigkeiten und damit dem Unternehmenswachstum. Pitney Bowes erwirtschaftet einen Jahresumsatz von rund 5,6 Milliarden US-Dollar und beschäftigt weltweit 33.000 Mitarbeiter. www.pb.com