

'GRUNDLAGEN: HÖHERE LEISTUNG
IN HAUSDRUCKEREIEN' TEIL 1

Erfolgsstrategien für Hausdruckereien

you can



Dieser Leitfadenreihe liegen umfassende Analysen von Hausdruckereien zugrunde. Mit der Unterstützung durch Canon hat der Branchenkenner Professor Frank Romano mit seinem Team vom Rochester Institute of Technology (RIT) nahezu 700 Leiter von Hausdruckereien, Einkäufer von Drucksachen, Branchenfachleute und andere befragt, um die momentane Situation in Hausdruckereien zu beleuchten und Schlüsse für die Zukunft zu ziehen. Das Ergebnis ist der Canon Insight Report Corporate Reprographics: Trends and Opportunities.

Die Erkenntnisse hieraus sind die Grundlage für diese Canon Leitfadenreihe. Es hat sich gezeigt, dass die heutigen Hausdruckereien - wie die Druckbranche generell - vor großen Herausforderungen stehen. Sie können aber auch von einer Reihe von Entwicklungen profitieren, die enorme Chancen eröffnen, unter anderem die, in Zukunft für interne Kunden unverzichtbar zu sein.

Das erste Jahrzehnt des 21. Jahrhunderts war für viele Hausdruckereien sehr erfolgreich. Das Druckvolumen, das hausintern abgewickelt wurde, wuchs von 30 % auf 50 % des gesamten betrieblichen Bedarfs. Die Zahl der Hausdruckereien stieg weltweit auf über 44.000, davon 11.500 in Westeuropa.

Viele dieser Betriebe bieten für ihre Muttergesellschaften nach wie vor die gleichen Vorteile wie schon zur Zeit, als sie an den Start gingen. Der wichtigste ist die **Kosteneinsparung**, die dadurch erzielt wird, dass Gewinnmargen und Verkaufsprovisionen entfallen. Hausdruckereien bedienen ihre internen Kunden nicht nur meist schneller und effizienter als ein externer Anbieter, sondern auch günstiger. Einsparungen von 10 bis 20 % sind hier üblich, bei bestimmten Aufträgen sogar bis zu 30 %. Internes Drucken verbessert auch die **Kontrolle** über das, was gedruckt wird, und die Kosten, denn jedes Dokument kann auf dem am besten geeigneten und preiswertesten Weg produziert werden. Der Bedarf der internen Kunden stellt meist eine **Volumenbündelung** dar, auf die sich die Hausdruckerei mit dem geeigneten Maschinenpark und einer kostenoptimierten Produktion und Weiterverarbeitung perfekt einstellen kann. Der nächste Pluspunkt ist die **Annehmlichkeit**, eine Druckproduktion direkt nebenan zu haben, was Absprachen sowie An- und Ablieferung sehr bequem machen. Den Druck im eigenen Haus abwickeln zu können, garantiert letztlich auch größere Sicherheit. Ein nicht zu unterschätzender Faktor, wenn man bedenkt, dass **Datenschutz** ein wichtiger Baustein in der Unternehmensführung ist.

Diesen offensichtlichen Vorteilen kann man drei weitere hinzufügen. Der erste ist die Bedeutung, die das Unternehmen dem Druck beimisst in einer Zeit, in der es immer wichtiger wird, ständig sowohl mit einem internen als auch externen Publikum zu kommunizieren. Die große Mehrheit der Unternehmen, mit denen das RIT-Team gesprochen hat - einschließlich einer bemerkenswerten Quote von 95 % im öffentlichen Sektor - nennen Druck als entscheidend für ihre Tätigkeiten. Zweitens, der globale wirtschaftliche Abschwung führt dazu, dass die Unternehmen weiter auf der Suche nach Kosteneinsparungen sind. Und Geld sparen, das kann man mit einer gut geführten Hausdruckerei allemal. Drittens, die Kombination aus Digitaldruck und automatisierten Arbeitsabläufen - einschließlich Web-to-Print - läßt eine Hausdruckerei flexibler und kostengünstiger für ihre Kunden agieren. Hinzu kommen kurze Produktionswege, schnellere Lieferzeiten und personalisiertes Drucken.

Essential
Business
Builder
Program

Canon

Und obwohl Hausdruckereien einer strahlenden Zukunft entgegenblicken können, sind sie doch immer wieder gezwungen, ihre Existenzberechtigung innerhalb des Gesamtunternehmens zu begründen. Das heißt, es geht um mehr als bloß immer billiger zu drucken. Die Hausdruckerei muss dem Unternehmen innerhalb seiner Kommunikationsstrategie einen Mehrwert bieten: komplexere Produktionsmöglichkeiten, Einbindung automatisierter Workflows, Web-to-Print-Lösungen für mehr Effizienz und termingerechter Einkauf von Druckprodukten. Allerdings geht es auch hier um mehr als nur um Wirtschaftlichkeit. Es heißt kreativ zu sein, für den Kunden neue Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln. Um genau zu verstehen, was der Kunde wirklich braucht, muss die Zusammenarbeit mit den strategisch wichtigen Abteilungen des Unternehmens intensiviert, Arbeitsabläufe müssen optimiert und die Hausdruckerei muss in den kreativen Prozess eingebunden werden, je früher desto besser. Letztlich heißt das, es muss in Mitarbeiter investiert werden, die genau die Fähigkeiten haben, um Kundenanforderungen optimal umzusetzen.

Diese Leitfadenreihe soll Sie dabei unterstützen. Gemeinsam mit unabhängigen Experten, die am Canon Essential Business Builder Programm mitgearbeitet haben, entstand so eine wertvolle Informationsquelle, die sich an die Leiter von Hausdruckereien wendet. Es sollen jene angesprochen werden, die den Schritt weg von der internen Druck- und Kopierabteilung hin zu einem modernen Anbieter von Kommunikationsdiensten mit einem ähnlich großen Stellenwert wie die IT- oder Personalabteilung wagen möchten.

In den kommenden Wochen wird die Leitfadenreihe Ihnen dabei helfen, die richtigen strategischen Entscheidungen zu treffen:



So wächst Ihre Hausdruckerei

Viele Hausdruckereien drängen darauf, ihre Dienstleistungen weiterzuentwickeln und gegenüber internen Kunden zu bewerben. Um deutlich zu machen, was erreicht werden kann, stellen wir eine reale Fallstudie vor. Es wird gezeigt, wie eine Hausdruckerei auf die technischen und organisatorischen Herausforderungen reagiert hat. Es entstand ein erfolgreiches, florierendes und anerkanntes Druckzentrum.



Warum Web-to-Print so wichtig ist

Web-to-Print (W2P) vereinfacht den Bestellprozess, vermeidet Fehler bei der Auftragsübermittlung, erhöht die Sicherheit bei der Einhaltung des Corporate Designs und ermöglicht die Jobverfolgung in Echtzeit. Doch das stärkste Argument für W2P ist die Auswirkung auf die Kundenzufriedenheit — Hausdruckereien mit eigener Webpräsenz werden von 55 % ihrer Kunden mit "herausragend" bewertet, verglichen mit nur 22 % für diejenigen ohne eigenen Internetauftritt. Unsere Ratgeber erklären, worauf es ankommt, unterstützen sie bei der Gestaltung und der Einführung dieses mächtigen Mittels, damit Sie mehr Umsatz generieren können und das Ansehen der Hausdruckerei im Unternehmen steigt.



Ihren Wert demonstrieren

Allzu oft wird der Wert des internen Druckens für das Unternehmen von der Geschäftsleitung unterschätzt. In einer Zeit, in der jede Kostenstelle auf dem Prüfstand steht, zeigen wir Ihnen, wie Sie den Vorteil, den Ihre Hausdruckerei dem Unternehmen bringt, bemessen können – und fast noch wichtiger – wie Sie diese Ergebnisse eindrucksvoll den Entscheidern präsentieren können. Wir geben Tipps, wie Sie die Leistung Ihrer Einheit gegenüber der externen Konkurrenz und den Kollegen ins rechte Licht rücken können.



Verantwortung fürs Design

In den vergangenen Jahren sind die Prozesse Gestaltung und Druckproduktion immer mehr miteinander verschmolzen. Mittlerweile bestimmen Grafikdesigner maßgeblich, wie ein Auftrag produziert wird – und damit auch die Kosten. Doch nur wenige Unternehmen führen Gestaltung, Druck und Druckeinkauf zusammen, obwohl dies immense Vorteile brächte. Wir erklären, wie die technische Entwicklung das Verschmelzen von Verantwortlichkeiten gefördert hat. Es werden die Schritte in der Praxis erklärt, die größeren Einfluss auf die Gestaltung und den Einkauf von Drucksachen ermöglichen.



Cross-Media kennen lernen

Die künftige Bedeutung des Druckens für das Marketing wird maßgeblich durch andere Kommunikationskanäle bestimmt. Es ist wichtig, Cross-Media zu kennen, damit die Zusammenarbeit mit der Marketingabteilung funktioniert – dem wichtigsten Kunden einer Hausdruckerei. Wir vermitteln Ihnen das Fachvokabular, damit Sie professionell über das Thema Cross-Media sprechen können – sowohl im Allgemeinen als auch aus der Sicht des Druckers im Besonderen. Wir erklären, was Cross-Media ist, wo die Vorteile für das Marketing liegen und welche Chancen sich für die Hausdruckerei ergeben.



Durch Endverarbeitung Mehrwert schaffen

Die Endverarbeitung entscheidet über den Wert einer Drucksache, denn der Kunde möchte nicht nur einen Stapel bedruckter Blätter – sie verlangen nach einer kompletten Broschüre oder einem gebundenen Bericht. Wir beschreiben die Entwicklung bei der automatisierten Endverarbeitung und zeigen, wie Hausdruckereien diese Möglichkeiten nutzen können, mit allen Vor- und Nachteilen. Wir erklären, was integrierte und semi-integrierte Systeme sind, und erläutern die Broschürenproduktion, das Falzen, Schneiden und Binden und wie durch Veredelung Erzeugnisse aufgewertet werden.



Mit externen Druckereien zusammenarbeiten

Obgleich Digitaldruck und Endverarbeitung es den Hausdruckereien ermöglichen, immer hochwertigere Druckerzeugnisse selbst zu produzieren, wird es nach wie Jobs geben, die ihre Möglichkeiten aus unterschiedlichen Gründen übersteigen: Auflage, Umfang, Termin, Verarbeitungsgröße etc. Wir geben Ihnen Hilfe zu entscheiden, wann es sinnvoll ist, einen Auftrag extern zu vergeben, wie man den richtigen Partner findet und wie man den Einkauf optimiert – sowohl aus Sicht der Hausdruckerei als auch aus der des Gesamtunternehmens.

Sollten Sie sich von der Themenfülle dieses Katalogs überfordert fühlen, so ist das verständlich.

Doch Sie sind nicht allein auf diesem Weg; die gesamte Druckindustrie muss sich dem Wandel in der Kommunikationsbranche stellen. Keiner sagt, dass die Veränderungen einfach sein werden, aber die Hausdruckereien haben gegenüber externen Mitbewerbern einen entscheidenden Vorteil: In Gestalt ihres Stammunternehmens haben sie einen klar umrissenen Kunden mit einem eindeutigen Bedarf, der verstanden und gedeckt werden will. Wir hoffen, diese Leitfadenreihe wird Sie dabei erfolgreich unterstützen.

Bitte wenden Sie sich für weitere Informationen an:

Chas Blanchard
European and UK Vertical Marketing Business Developer
professionalprinting@canon-europe.com

Canon Inc.
canon.com
Canon Europe
canon-europe.com

German Edition
© Canon Europa N.V., 2012

Canon Deutschland GmbH
Europark Fichtenhain A10
D-47807 Krefeld
Canon Helpdesk
Tel. 069 29 99 36 80
canon.de

Canon Austria GmbH
Oberlaaer Straße 233
A-1100 Wien
Canon Helpdesk
Tel. 0810 0810 09 (zum Ortstarif)
canon.at

Canon (Schweiz) AG
Richtstrasse 9
8304 Wallisellen
Canon Helpdesk
Tel. 0848 833 838
canon.ch

