



**PRINT digital!**  
Die größte  
**Digitaldruck-Brancheninitiative**  
PRINT · CROSSMEDIA · EMOTION

[www.print-digital.biz](http://www.print-digital.biz)

---

## Liebe Digitaldruck-Interessierte,

die Bedeutung des Digitaldrucks steigt stetig. Längst erobert die Technologie wichtige Nischen des Akzidenzdrucks. Die immer neuen Entwicklungen sorgen dafür, dass die digital wirtschaftlich zu produzierende Auflagenhöhe von Jahr zu Jahr ansteigt. Zudem werden aufgrund der Digitalisierung neue Anwendungsbereiche und Individualisierungsoptionen geschaffen, die der Printkommunikation ganz neue Wege eröffnen.

Doch gibt es auch Widrigkeiten, die dem Erfolg nach wie vor im Wege stehen. Dazu gehört die noch unzureichende Information der Kommunikationsentscheider über die werbliche Wirksamkeit von Individualisierung, die noch weitestgehend fehlende Standardisierung eines digitalen Workflows unter Berücksichtigung von CRM-Systemen und dynamischen

Datenbanken sowie die mangelnde Etablierung von nutzbaren Prozess-, Qualitäts- und Umweltsiegeln für digital produzierte Produkte. Als vom Fachverband Medienproduktion (f:mp.) ins Leben gerufene Brancheninitiative setzt sich **PRINT digital!** daher für die Förderung und Verbreitung von Wissen rund um die digitale Drucktechnologie ein.

Geleitet von einem unabhängigen Beirat mit Vertretern aus allen wichtigen Bereichen der Wertschöpfungskette wird durch Veranstaltungen, Seminare, Case Studies, Studien und die Bereitstellung von Fachinformationen die Basis für eine effiziente Nutzung der Potenziale eines sich dynamisch entwickelnden Marktes geschaffen.



**Ihr Rüdiger Maaß**  
PRINT digital!



Editorial.....	2
Warum »PRINT digital!«? .....	4
Digitale Stärke: CRM und Cross-Media .....	6
Digitale Stärke: Individualisierung .....	7
Digitale Stärke: Veredelung .....	8
Zielgruppe und Reichweite.....	9
»PRINT digital!«-Kooperation .....	10
»PRINT digital!«-Mitgliedschaft.....	11
Zusatzleistungen.....	12
Kontakt.....	16

Die Brancheninitiative wurde als Reaktion auf eine Herausforderung ins Leben gerufen, die sich derzeit im Druckmarkt abzeichnet. Obwohl die Digitaldrucktechnologie schon seit einigen Jahren ausgereift und in zahlreiche Drucksäle eingezogen ist, bleiben die Nachfrage und die Anwendungsvielfalt im Akzidenzbereich in vielen Fällen hinter den Erwartungen zurück – nicht zuletzt aufgrund der mangelnden Kreativität in der Nutzung der Möglichkeiten, die die Cross-Media-Kommunikation bietet – und münden letztlich in der einfachsten Form der Shortrun-Produktion, dem Kleinauflagedruck ohne Individualisierung.

Die Gründe hierfür sind meist ebenso vielfältig wie lösbar. Zum einen scheinen die Potenziale der zahlreichen neuen Individualisierungslösungen in den Kommunikationsabteilungen und -agenturen nur unzureichend bekannt zu sein. Auch fehlt es häufig an sinnvollen Verknüpfungen von Print- und Onlinekampagnen, die durch die digitalen Technologien gefördert werden könnten. Zum anderen müssen sich Digitaldruckdienstleister vom Printanbieter hin zum

Berater für erfolgreiche Kommunikation weiter entwickeln.

»PRINT digital!« setzt sich für die Erarbeitung von Praxisbeispielen ein, um die meist technisch orientierte Beratung der Druckdienstleister zu bereichern. Beispielhafte Kreativstrategien geben Kommunikationsentscheidern Impulse zur Entwicklung innovativer Ansätze und Kampagnen und erhöhen das Verständnis für die Potenziale der Digitaldrucktechnologie. So wird nicht nur die Nachfrage, sondern auch die technologische wie kreative Weiterentwicklung konsequent gestärkt.

### *DIGITALE PROZESSE*

Digitale Medienproduktion erfordert neben der entsprechenden Drucktechnologie auch passende Softwarelösungen und zusätzliche Dienstleistungen, mittels derer innovative Kampagnen wirtschaftlich – und das bedeutet weitestgehend automatisiert – realisiert werden können.

---

Entscheidend ist der Aufbau von verlässlichen Strukturen, die innerhalb des jeweiligen Workflows die zuverlässige Erstellung dynamischer Inhalte aus variablen Datensätzen ermöglichen. Für jeden Prozessbeteiligten muss frühzeitig klar definiert sein, welche Daten in welcher Form vorhanden sein müssen und über welche Schnittstellen diese übergeben werden sollen. Daher setzt sich »PRINT digital!« für die Schaffung von klaren Standards ein, die es letztlich Kommunikationsagenturen erleichtert, benötigte Daten vorzuhalten, und Hemmschwellen für komplexe Kampagnen zu reduzieren. Die Ausarbeitung und Etablierung eines Qualitätsstandards, der analog zum ProzessStandard Offset (PSO) als Indikator für industriell genormte Produktion und hohe Qualität dienen soll, ist ein wichtiger Baustein auf diesem Weg, der durch die Brancheninitiative »PRINT digital!« deshalb ausdrücklich befürwortet wird.

### *NACHHALTIGKEIT*

Auch in Bezug auf die immer wichtiger werdende nachhaltige Medienproduktion engagiert sich »PRINT digital!« für die Etablierung glaubwürdiger Standards im Digitaldruck. Gemeinsam mit Media Mundo wird an der Entwicklung verbindlicher Empfehlungen gearbeitet. Wenn Markenunternehmen ihre Kunden mittels glaubwürdiger Zertifizierungsnachweise über die nachhaltige Produktionsweise ihrer Printprodukte informieren können, wird das Thema Nachhaltigkeit im Digitaldruck an Relevanz zunehmen.

Die Marketingwelt kennt den »One-to-One«-Ansatz schon seit Anfang der 90er Jahre. Die Konzepte für die individuelle und interaktive Kundenansprache stammen von den Amerikanern Peppers & Rogers. Nach ihnen lässt sich das One-to-One-Marketing in vier Phasen unterteilen:

1. **Erkenne deine Kunden persönlich und adressierbar**  
(Informationen sammeln)
2. **Klassifiziere sie nach Wert und Bedürfnissen**  
(Informationen verarbeiten und Profile anpassen)
3. **Interagiere mit ihnen noch zeit- und kosteneffizienter**  
(Recommendation)
4. **Individualisiere das Angebot deines Unternehmens**  
(Customization)

Im weiteren Sinne beinhaltet der Begriff »Customization« eine dynamisch zusammengesetzte Drucksache, deren Inhalte aus dem Interessenprofil und den impliziten Daten ermittelt wurden. Customization stellt den Rahmen, in dem die empfohlenen Inhalte dargestellt werden.

CRM-Systeme unterstützen beim Auf- und Ausbau der dazu notwendigen Informationen zu den jeweiligen Interessen der Kunden. Um die entsprechenden Daten zu sammeln, empfiehlt es sich, alle in der Kommunikation genutzten Medien miteinander zu vernetzen (Cross-media) und darüber mit den Kunden in den Dialog zu treten. Dazu muss über alle Medienkanäle hinweg die Möglichkeit zur einfachen Rückmeldung gewährleistet sein. Persönliche Kontaktangebote können durch personalisierte URLs oder das Angebot spezialisierter Foren ergänzt werden. Auch Web 2.0- und Rich Media-Applikationen (wie z.B. Augmented Reality) bieten zusätzliche Kontaktmöglichkeiten.



Der Wert von gezielter, auf die spezifischen Interessen und Bedürfnisse der Empfänger zugeschnittener Kundenkommunikation ist unbestritten. Das Gleiche gilt für die Erkenntnis, dass Print als hoch emotionales Kommunikationsmedium im Dialogmarketing ein wertvolles Instrument für den Aufbau, die Pflege und die Stärkung von Kundenbeziehungen ist. Individualisierung vermittelt dem Angesprochenen das Gefühl, wertgeschätzt zu werden.

Dialogkampagnen setzen auf größtmögliche Individualisierung bei der Produktion von Mailings. Darüber hinaus sind Anwendungen für den Kommunikationserfolg entscheidend, die dazu beitragen, dass Printmailings Empfänger aus sich heraus emotional ansprechen und womöglich noch einen konkreten Zusatznutzen bereithalten. Druckprodukte müssen generell interaktiver werden, damit die Empfänger im Kommunikationsmix auch über den klassischen Kanal Print direkter angesprochen werden. Dazu muss Print nicht neu erfunden, sondern lediglich neu positioniert werden. Es sind zahlreiche

Medienbrücken verfügbar, die von Print auf Online- und Mobile Medien verweisen, sodass Print als Navigationsmedium im Dschungel des Informationsüberflusses fungieren kann.

Neben der Individualisierung der Inhalte und die Abstimmung auf die Interessen des Angesprochenen auf Basis der durch ein sorgfältiges Customer Relationship Management gewonnenen Erkenntnisse spielen deshalb auch Bild- und Geopersonalisierungen eine zunehmend wichtige Rolle für die Kommunikation. Die auf den spezifischen Empfänger abgestimmte grafische Ansprache erfüllt sinnbildlich die Funktion eines Türöffners für die weiteren Inhalte.

### *BILDINDIVIDUALISIERUNG*

Bildindividualisierte Botschaften zielen aufs Ego, erzeugen dadurch Emotionen und umgehen somit die Selektionsbarrieren der Empfänger. Die Bildindividualisierung kann den Empfänger mit dem Produkt in Verbindung setzen oder auf den Empfänger selbst Bezug nehmen. Selbst hartnäckige Werbeverweigerer erliegen oft diesem Zauber.

Für den Erfolg entscheidend ist der sinnvolle und konzeptionelle Einsatz, möglichst eingebettet in ein Gesamtsystem. System bedeutet immer Beratung und Planung. Auch das ist heute eine wesentliche Voraussetzung für eine erfolgreiche Mailingabwicklung. Medien-dienstleister beraten, was technisch machbar ist, und erweitern somit den kreativen Freiraum der Agentur. Dabei sollte die Technik nicht mehr klassischer »Kreativbremsen« sein, sondern Kreative und Designer damit überraschen, welche Potenziale dahinter verborgen liegen.

### GEOINDIVIDUALISIERUNG

Für den Druck optimierte Umgebungskarten und Anfahrtspläne mit individuell berechneten Routen haben einen hohen Aufmerksamkeitswert. Darüber hinaus bieten sie vor allem auch einen relevanten Informationsgehalt. Der Weg vom Kunden zur nächsten Filiale oder auch interessante Angebote in der direkten Umgebung können eindrucksvoll aufgezeigt werden. Das sorgt dafür, dass sich ein Mailing von der grauen Masse absetzt. Durch die Visualisierung der Nähe des Angebots zum Kunden eröffnen sich zudem ganz neue Möglichkeiten in der Kundenkommunikation.

Die Relevanz der Information ist ein wichtiger Aspekt für den Kommunikationserfolg. Andererseits wird diese Relevanz von den Rezipienten innerhalb von wenigen Sekunden bewertet. Das stellt Printkommunikation regelmäßig vor Herausforderungen. Es ist wissenschaftlich erwiesen, dass Printprodukte besser wahrgenommen werden, wenn sie gezielt emotionalisieren. Durch sämtliche Veredelungen lässt sich die Attraktivität eines Printprodukts deutlich steigern und somit eine höhere Aufmerksamkeit für die Inhalte erzielen.

Dabei sollte jedoch nie der Kundennutzen bzw. das Mehrwertversprechen aus den Augen verloren werden. Veredelung sollte nicht dominieren, sondern möglichst subtil Aufmerksamkeit wecken. Ziel ist es deshalb, ein stimmiges (multisensorisches) Gesamtkonzept zu generieren.

Beim Digitaldruck ist und bleibt das entscheidende Kriterium die Individualisierung. Das heißt, dass auch die Veredelung an die jeweilige Individualisierung mit einer gezielten Unterstützung des Designs angepasst sein sollte. Es wird also nicht nur der Inhalt, sondern auch die Gestaltung individualisiert.





Die **PRINT digital!**-Initiative hat es geschafft, eine Community von mehr als 4.600\* Digitaldruck-Interessierten zu generieren.

Die Community setzt sich wie folgt zusammen:

- Werbeagenturen
- Creative / Designer
- PrintByer (Industrie) und Medienproduktions
- Druckdienstleister
- Hersteller aus der Industrie
- Verlage
- Markenartikler / Marketingabteilungen

Pro Monat hat die Website über 7.800 Besucher zu verzeichnen – über den f.mp.-Newsletter (mit eigener »PRINT digital!«-Rubrik) werden monatlich 8.500 Newsletterabonnenten erreicht.

\* (Stand: 11. September 2016)



Um das Leistungsportfolio von **PRINT digital!** zu nutzen, gibt es die **PRINT digital!-Partnerschaft** für Maschinen- und Softwarehersteller und Papiergroßhändler/Papierhersteller.

Die **PRINT digital!-Partnerschaft** schließt folgende Leistungen ein (die im Detail auf den Folgeseiten und unter [www.print-digital.biz/partner](http://www.print-digital.biz/partner) beschrieben werden):

- Kontent-Partnerschaft
- 1 Querbanner (im Wechsel)
- News-Partnerschaft
- Aufnahme in der Internetrubrik  
»Kooperationspartner«
- gemeinsame Erarbeitung von CaseStudies
- Aufnahme Kontaktdaten Ihrer Experten
- Möglichkeit der redaktionellen Berichterstattung und Anzeigen-Sonderkonditionen bei unserem offiziellen Kommunikationsorgan DRUCKMARKT
- Sonderkonditionen bei der Beteiligung von  
»PRINT digital!«-Aktivitäten (Messeauftritten usw.)
- kostenfreier IT-Sicherheits-Check
- kostenfreie f:mp.-Personen-Mitgliedschaft
- kostenfreie Abonnements der Fachmagazine (Druckmarkt, W&V, PRINT & PRODUKTION, W&V, lead digital, Druck&Medien, marke 41 und acquisa)

### **Kosten**

1.700,- € pro Jahr

(f:mp.-Strategiepartner zahlen den reduzierten Beitrag von 500 Euro)

## »PRINT digital!«-MITGLIEDSCHAFT

Um das Leistungsportfolio von **PRINT digital!** zu nutzen, gibt es die **PRINT digital!-Mitgliedschaft** für Druckdienstleister und sonstige Dienstleistungspartner (z.B. Lettershops usw.). Die **PRINT digital!-Mitgliedschaft** schließt folgende Leistungen ein (die im Detail auf den Folgeseiten und unter [www.print-digital.biz/partner](http://www.print-digital.biz/partner) beschrieben werden):

- Kontent-Partnerschaft
- News-Partnerschaft
- kostenloser Eintrag in der Digitaldruckdienstleister-Datenbank inkl. Logo und Erklärungstext
- kostenfreie Dienstleisterpositionierung zu den jeweils relevanten »PRINT digital!«-Fachthemen
- gemeinsame Erarbeitung von CaseStudies
- Aufnahme Kontaktdaten Ihrer Experten
- Möglichkeit der redaktionellen Berichterstattung und Anzeigen-Sonderkonditionen bei unserem offiziellen Kommunikationsorgan DRUCKMARKT
- Sonderkonditionen bei der Beteiligung von »PRINT digital!«-Aktivitäten (Messeauftritten usw.)
- kostenfreier IT-Sicherheits-Check

- kostenfreie telefonische Fach-Beratung
- kostenfreie telefonische Rechts-Beratung
- kostenfreie f:mp.-Personen-Mitgliedschaft
- kostenfreie Abonnements der Fachmagazine (Druckmarkt, W&V, PRINT & PRODUKTION, W&V, lead digital, Druck&Medien, marke 41 und acquisa)

### **Kosten**

900,- € pro Jahr

(f:mp.-Strategiepartner zahlen den reduzierten Beitrag 300 Euro.)

Als Digitaldruckdienstleister können Sie Ihren Datenbankeintrag (Verlinkung zum Digitaldruck-Benchmark) zu den jeweiligen Digitaldruckthemen (auch Unterthemen) zuordnen. Die Dienstleister-Kontakt Daten werden jeweils am Ende der Themenseite alphabetisch (samt Firmennamen) aufgeführt.

### **Kosten**

100,- €/Jahr/Platzierung

Bei mehr als 2 Platzierungen kosten die Platzierungen 90,- €/Jahr/Platzierung, ab 5 Platzierungen 70,- €/Jahr/Platzierung.

Für »PRINT digital!«-Mitglieder und -Partner ist diese Leistung kostenfrei.

Nutzen Sie die Freiabonnements führender Fachpublikationen um Innovationen und attraktive Märkte kennenzulernen. Für strategischen Erfolg sind Brancheninformation ein wesentlicher Bestandteil der Beratungskompetenz. Aus diesem Grund hat »PRINT digital!« mit zahlreichen Fachmagazinen Kooperationen geschlossen. Im Rahmen der Partnerschaft/Mitgliedschaft profitieren Sie von unseren Medienpartnern durch kostenfreie Mitgliedsabonnements der Magazine Druckmarkt, W&V, PRINT & PRODUKTION, W&V, lead digital, Druck&Medien, marke 41 und acquisa.



## KONTENT-PARTNERSCHAFT

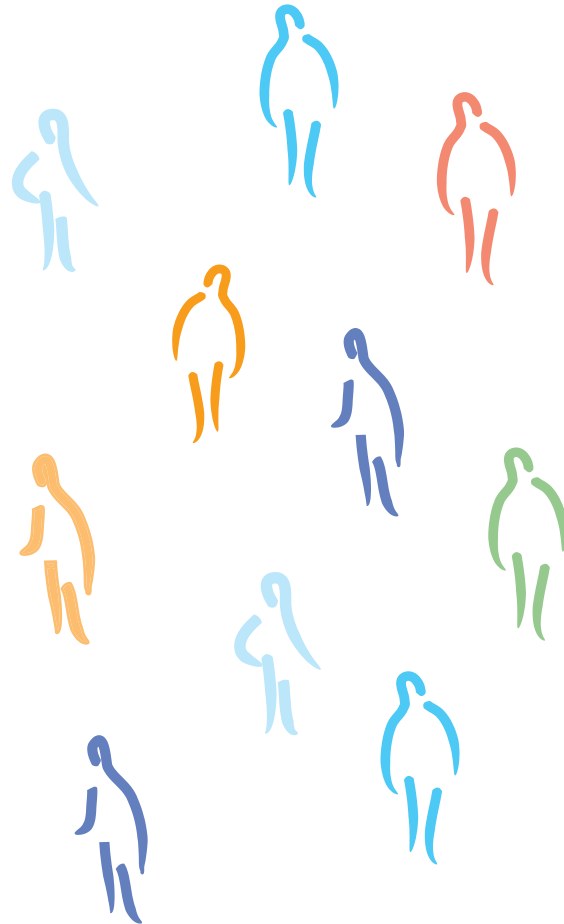
Als Maschinenhersteller, Zulieferer der grafischen Branche oder Druckdienstleister können Sie entsprechenden Kontent zu Fachthemen liefern. Dieser Kontent wird von unserem Redaktionsteam redaktionell aufbereitet und durch zugehöriges Bildmaterial ergänzt. Das entsprechende Thema, welches von Ihnen inhaltlich unterstützt wird, wird zusätzlich mit Ihrem Firmenlogo »Powered by...« ergänzt, ebenfalls werden die Kontaktdaten zu gewünschten Ansprechpartnern und eine Webverlinkung aufgeführt. Selbstverständlich können Sie auch Bildmaterial und informative PDF-Dateien (für Downloads) beisteuern. Weiterhin sind in der Kontent-Partnerschaft folgende Leistungen enthalten:

- Vorzugskonditionen (Nachlass 20%) für sonstige Werbebannerplatzierungen

### **Kosten**

800,- € im ersten Jahr (inkl. Redaktionskosten usw.),  
400,- €/Folgejahr

Für »PRINT digital!«-Mitglieder und -Partner ist diese Leistung kostenfrei.



## SERVICES

Mit den exklusiven »PRINT digital!«-Services für Partner und Mitglieder wie zum Beispiel den kostenfreien „QuickChecks“ unterstützt »PRINT digital!« Sie in Ihren täglichen Aufgaben.

### IT-Sicherheits-Check

In einer ersten Quick-Check-Analyse werden die für die IT-Sicherheit wesentlichen technischen Rahmenbedingungen bewertet. Anschließend werden im professionellen und ausführlichen Hardware-Check vor Ort bestehende Risiken und Sicherheitslücken aufgedeckt. Um die Risiken zu minimieren und die Sicherheitslücken zu schließen, werden anschließend ganz konkrete Lösungsvorschläge erarbeitet.

Für »PRINT digital!«-Partner und -Mitglieder fallen außer eventuellen Reisekosten für diesen Service keinerlei Kosten an.

**Quick Check** **PRINT digital!**  
Mitglieder-Service

**IT-Sicherheit für PRINT digital!-Mitglieder**  
Überprüfen Sie die IT-Sicherheit in Ihrem Unternehmen

SYSTEM  
SOZIALE NETZWERKE  
HACKING  
IT-SICHERHEITS-CHECK  
CYBER SECURITY  
NETZWERK  
SICHERHEIT  
PRÄVENTION INTERNET  
PROGRAMM INTERNETSICHERHEIT  
INTERNETKRIMINALITÄT  
DATENSCHUTZ  
INTERNET-PIRATERIE  
SCHUTZ  
COMPUTERPIRATEN  
CHECK  
INTERNET  
CYBER-KRIEG  
DATENBANK  
ANGRIFF  
LÖSUNGEN

**IT-SICHERHEIT**

»Keiner kann sagen, dass er nicht gewarnt ist«  
BSP Referatsleiter Hölger Jankel beim Kongress zur IT-Sicherheit im Mai 2015 in Bonn

**Quick Check** im Wert von 600 Euro  
Kostenfrei für PRINT digital!-Mitglieder/Partner

Ein Service des **fmp** in Zusammenarbeit mit **SHARED IT PROFESSIONAL**

Auf der **PRINT digital!-Website** sind folgende Bannerschaltungen möglich:

1. Querbanner (468 x 60 Pixel) auf allen Seiten

**Kosten:** 800,- €/Jahr

2. Querbanner (468 x 60 Pixel) auf speziellen Unterseiten (Veredelungsthemen usw.)

**Kosten:** 400,- €/Jahr/Navigationsrubrik

3. Navigationsbanner (170 x 80 Pixel) auf allen Seiten

**Kosten:** 400,- €/Jahr

4. Navigationsbanner (170 x 80 Pixel) auf speziellen Unterseiten (Navigationsrubrik)

**Kosten:** 250,- €/Jahr/Navigationsrubrik

5. Tower-Banner (120 x 600 Pixel) auf allen Seiten

**Kosten:** 900,- €/Jahr

6. Tower-Banner (120 x 600 Pixel) auf speziellen Unterseiten (Navigationsrubrik)

**Kosten:** 450,- €/Jahr/Navigationsrubrik

---

**PRINT digital!**

eine Initiative des f:mp.  
Waldbornstraße 50  
56856 Zell/Mosel

**T** +49 (0) 6542 5452

**F** +49 (0) 6542 5422

[info@print-digital.biz](mailto:info@print-digital.biz)

[www.print-digital.biz](http://www.print-digital.biz)

