

Expertenteam „HSI-Project-Engineering“

In Zeiten fortschreitender Digitalisierung, digitaler Transformation und eines veränderten Informations- und Konsum-Verhaltens der Verbraucher erscheint es immer weniger sinnvoll, Print nur an den verschiedenen Verfahrenstechnologien festmachen zu wollen. Jede Drucktechnik kann bei ganzheitlicher Betrachtung nur ein Teilaspekt von Print sein und sollte auch als solche betrachtet werden. So ist etwa der Digitaldruck (also auch High-Speed InkJet) nichts mehr als eine ›Enabler‹-Technologie für Individualisierungen und als ›Möglichmacher‹ damit eine Facette von Interactive Print.

Print muss aber noch aus einem anderen Grund neu betrachtet werden. Befeuert durch neue Techniken hat Print die 2. Dimension (vulgo: Papierformat in Höhe x Breite) längst verlassen. Haptik, Personalisierung, Individualisierung, Interaktion, fühlbare Veredelungen und nahezu dreidimensionale Erlebnisse gehören inzwischen zum Standard zeitgemäßer Druckproduktionen.

Interactive Print ist das Zusammenspiel von Technik, Materialität und individuellen Daten/Informationen zur Animation aller Sinne durch gedruckte Kommunikation. Die reine High-Speed InkJet-Technologie ist nur das Mittel zu dem Zweck, neue Erlebnisse zu schaffen. Jedoch in Kombination mit neuen Kommunikationskonzepten und dem Programmatic-Ansatz werden in Kombination mit digitalen Medienkanälen außergewöhnliche Ergebnisse erzielt. Somit ist Print nicht als einzelner Medienkanal einzustufen, sondern als fester Bestandteil des Multichannel-Marketing.

Daher muss die konzeptionelle Planung eines Printprodukts von den Anforderungen der Kunden und dem Nutzen für den Rezipienten ausgehen und nicht von den technischen Möglichkeiten des Value Added Printing.

Programmatic Printing bezeichnet die in einer Marketing-Automationskette vollautomatisch und individualisierte Erstellung, Produktion und Distribution (postalisch volladressierten Just-in-Time-Zustellung in die Briefkästen ausgewählter Empfänger) von Printprodukten (Kataloge, Magazine, Mailings, Rechnungen, Gutscheinen...). Dabei werden auf Basis der vorliegenden Nutzer- oder Zielgruppendedaten gezielt auf den Empfänger zugeschnittene Produkte, Werbeanzeigen oder entsprechender Content verarbeitet. Die individualisierte Produkt- und Contentplatzierung wird auf Basis vordefinierter Kriterien realisiert.

Grundlage / Ziele

Ziel des Expertenteams „HSI-Project-Engineering“ ist es, fundiertes Fachwissen rund um das Thema aufzubauen, zu vertiefen beziehungsweise das bereits vorhandene Know-how konzeptionell zu bündeln und den Zielmärkten zu vermitteln. Dabei beschäftigt sich das Expertenteam auch mit der konkreten Beratung von werbungstreibenden Unternehmen in Verbindung mit gemeinsamem Project-Engineering.

Projektformate

- Seminare und Workshops
 - Entwicklung von Pilotprojekte
 - Beratung von Werbeagenturen
 - Beratung von werbungstreibenden Unternehmen
 - Know-how-Transfer durch Vorträge, WhitePaper und Fachredaktion
-

Kompetente Ansprechpartner - Expertenteam

Johannes Ferger johannes.ferger@jofeco.com

Joachim Glowalla j.glowalla@t-online.de

Sven Henckel S.Henckel@laudert.de

Alexander Kugas alex@ku-solutions.com

Dr. Stephan Lehmke stephan.lehmke@4ri.eu

Rüdiger Maaß r.maass@f-mp.de

Marcel Maaß m.maass@f-mp.de

Gerhard Märterer gerhard@maertterer.net

Jörg Rewer J.Rewer@laudert.de

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
www.print-digital.biz