

DIGITALDRUCK-KONGRESS 2017 THE MAKING OF .. EVENT-MANAGEMENT

Wenn am 15. und 16. Februar in Düsseldorf der Digitaldruck-Kongress 2017 von bvdM und drupa über die Bühne geht, hat Canon als Partner bereits bewiesen, wie intelligent Digitaldruck sein kann. Denn das Management eines Einladungsprozesses ist nicht gerade banal und auch mehr als ein bisschen drucken. 5.500 Einladungen erfordern Kampagnenmanagement, Workflows, Drucktechnologien und Druckmedien.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Der Stellenwert des digitalen Drucks als Produktionstechnik in der grafischen Industrie steigt seit Jahren. Nischen des Akzidenzdrucks wurden bereits besetzt und die permanenten Entwicklungen der Technik sorgen dafür, dass auch die wirtschaftlich zu produzierenden Auflagenhöhen von Jahr zu Jahr steigen. Dennoch blieben Nachfrage und Anwendungsvielfalt bislang oft erheblich hinter den hochgesteckten Erwartungen zurück. Warum? Weil die Stärken des Digitaldrucks durch die Herstellung von Kleinauflagen beileibe nicht ausgeschöpft werden. Mangelnde Kreativität beim Einsatz des Digitaldrucks wird der Technik aber bei Weitem nicht gerecht. So hätte man für den Kongress ganz klassisch Einladungen drucken und

versenden können, vielleicht noch eine Erinnerung, und abwarten, wie sich die Zahl der Anmeldungen entwickelt. Es geht aber auch anders! Denn interessant wird es, wenn der Druck in crossmediale Kommunikationsstrategien eingebunden wird. Die Kombination aus Drucksachen und digitalen Medien kann hohe Response-Raten erzielen und gleichzeitig lassen sich Rentabilität und Return of Investment der Kommunikationsmaßnahme messen. Dies ist auch den Veranstaltern des Events nicht verborgen geblieben. Und so ergaben sich auch die Anforderungen an den Einladungsprozess zum Digitaldruck-Kongress fast von selbst. Bevor das erste Wort in Düsseldorf gesprochen ist, sollten die einmaligen Stärken des Digitaldrucks (Personalisierung und Individualisierung) bereits umgesetzt sein. Zudem sollte die Einladung beispielhaft auf-

zeigen, wie sich Druckprodukte mit digitalen Medien verknüpfen lassen.

Höchste Sicherheits-Standards

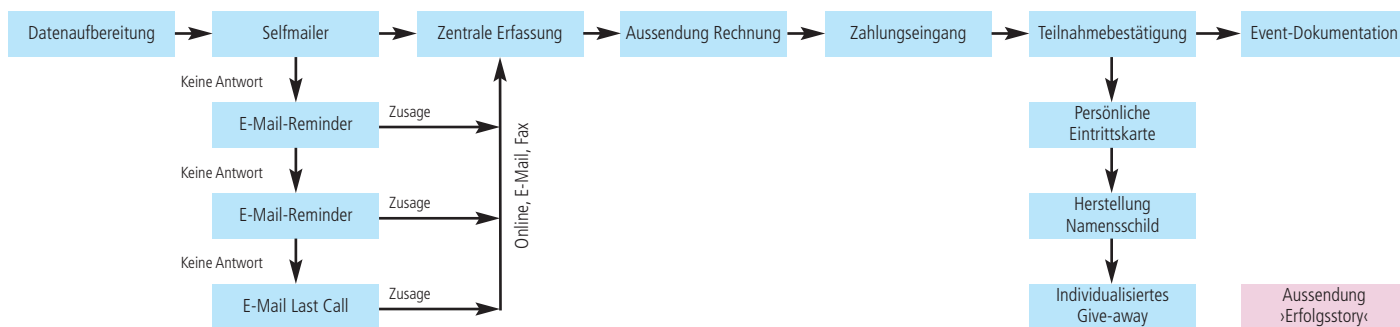
Rückgrat für den Einladungsprozess war ein Crossmedia-Server von EFI DirectSmile, einem Technologiepartner von Canon. Auf dieser Plattform wurde der gesamte Kampagnenablauf unter Wahrung aktuellster Datenschutz-Richtlinien definiert. Denn gerade für eine automatisierte Kampagne mit sensiblen Daten ist viel Detailarbeit notwendig. So steuerte der Server die Aussendung der bis zu vier Mailings, die abhängig von der Reaktion der Adressaten in mehreren Stufen versendet wurden. Zudem wurden über den Server auch die Rechnungen mit Gebühren in Abhängigkeit vom Teilnehmerstatus (Verbandsmitglied oder nicht) versendet und das weitere Teilnehmermanagement gesteuert.

Neben statischen Webseiten mussten dabei auch personalisierte und individualisierte Webseiten für die Desktop-Ansicht sowie für eine optimierte Ansicht für Smartphones erstellt werden. Und auch die gesamte E-Mail-Kommunikation (E-Mail-Einladungen, Reminder, Last Call und Bestätigungen zur Registrierung) wurde über diese Server-Plattform automatisiert abgewickelt. Dazu wurden unter den höchsten Standards des Datenschutzes verschlüsselte Adressdateien des Bundesverbandes Druck und Medien sowie der Landesverbände aufbereitet und auf Dubletten abgeglichen. Auf Wunsch des bvdM erfolgte eine Individualisierung für jeden einzelnen Adressaten mit personalisierter Ansprache einschließlich persönlicher URL mit Landingpage. Dabei wurde auch die Feststellung einer Verbandsmitgliedschaft notwendig, da dies Auswirkungen auf die Teilnahmege-



Basis für den Einladungsprozess zum Digitaldruck-Kongress, bei dem Webseiten programmiert, Landingpages bereitgestellt und verschiedene personalisierte Drucksachen produziert wurden, ist der Crossmedia Server von EFI DirectSmile. Dieser Server ist die ideale Plattform, um Kommunikationsmaßnahmen automatisch zu steuern und gleichzeitig mit attraktiven und individuellen Komponenten zu bereichern.

EINLADUNGSPROZESS FÜR DEN DIGITALDRUCK-KONGRESS 2017



bühr hat. Und schließlich managte der Crossmedia-Server auch die Aus-sendung der persönlichen Eintrittskarte, die Herstellung der Namens-schilder und individualisierter Give-aways.

Hochqualitativer Digitaldruck

Die drucktechnische Umsetzung der individuellen Einladung wurde über EFI DirectSmile VDP Studio für den variablen Datendruck gesteuert, das in Kombination mit dem Crossmedia-Server oder auch losgelöst betrieben werden kann.

Für die erste Stufe des Einladungsprozesses wurde ein 12-seitiger personalisierter Selfmailer vom Canon-

Kunden Columbus GmbH mit einer Canon imagePress C10000VP produziert. Der Selfmailer im Format Lang-DIN plus ausklappbarem Umschlag beinhaltet neben der individuellen Ansprache auch die persönliche URL (pURL) und einen QR-Code für weitere Informationen.

Beim Druck des Selfmailers wurde das Papier Canon Top Coated Plus Silk 170 g/m² verwendet, ein beidseitig seidenmattes Digitaldruck-Papier, das von Canon für auflagenstarke Anwendungen zertifiziert ist. Denn

Die Druckproduktion der Einladungen für den Digitaldruck-Kongress 2017 erfolgte auf dem Canon-Flaggschiff im tonerbasierten Bogendruck, der imagePress C10000VP.



auch wenn jeder der 5.500 Selfmailer in Auflage 1 hergestellt wurde, ergeben sie in der Summe eine mittlere Auflage.

Und um auch für die Weiterverarbeitung der Einladung Ross und Reiter zu nennen: Für die Herstellung des Selfmailers wurde mit einem Euro-cutter geschnitten, auf einer tb sprint mit Heftaggregat von Theisen & Bonitz zusammengetragen und auf einer Popp Mailingstrecke der letzte Verarbeitungsschritt (Pflugfalz und Verschlussklappe) durchgeführt.

Und nach dem Event?

Natürlich hätte man bei der Eintrittskarte mit dem Druck eines persönlichen Tickets auf wertvollem Karton samt Sicherheitsmerkmalen und was die Technik sonst noch so hergibt, noch einen draufsetzen können. Das hätte aber weitere Druck- und Versandkosten verursacht. So mussten

die Teilnehmer ihre per E-Mail verschickte Eintrittskarte möglicherweise auf einem Wettbewerbsprodukt von Canon drucken.

Und man könnte der Fantasie freien Lauf lassen, was nach einem solchen Event noch alles denkbar wäre. Etwa ein persönliches Fotobuch für die Teilnehmer oder eine andere Drucksache mit Erinnerungswert. Darin ließe sich vielleicht auch schon die nächste Veranstaltung bewerben, es könnte auf begleitende Literatur hingewiesen werden, ein Seminar oder Ähnliches mehr.

Denn wie war das noch? Gedrucktes animiert zum Kauf, den man dann online abwickelt. Die Medien ergänzen sich eben.

- www.bvdm-online.de/pmmd
- www.canon.de
- www.ddk2017.de

Print macht mehr draus

bvdm.
Bundesverband
Druck und Medien e.V.