

Auch in diesem Jahr eröffnet Peter Dehm, Vorsitzender des Vorstandes der Doxnet, wieder die Fachkonferenz und Ausstellung in Baden-Baden.



19. Doxnet-Fachkonferenz und Ausstellung vom 19. bis 21. Juni 2017

Das Branchenevent

Die 19. Doxnet-Fachkonferenz und Ausstellung lockt vom 19. bis 21. Juni wieder zahlreiche Entscheider und Planer von Rechenzentren, Versicherungen, Banken, Druckdienstleistern, Digitaldruckereien und grafischen Betrieben sowie IT-Manager, Betriebs- und Organisationsleiter in die badische Kurstadt. Neben hochkarätigen Keynote-Speakern gibt es auf dem Branchenhighlight der Dokumentenprofis in Baden-Baden wieder zahlreiche Fachthemen aus dem Bereich des Dokumentenmanagements, insbesondere Erfahrungsberichte von Anwendern über interessante Installationen und Projekte. Erwartet werden erneut über 500 interessierte Teilnehmer. Den Erfolg des Branchenevents macht eine Mischung aus Fachvorträgen, direkten Kontakten zu führenden Herstellern der Hard- und Softwarebranche, ein einzigartiges Branchennetzwerk sowie ein ausgewogenes Tagungsangebot aus. BIT stellt, wie gewohnt, eine Auswahl der diskutierten Themen in den Grundsatz-, Anwender- und Hersteller-Vorträgen in kurzen Fachartikeln auf den folgenden Seiten vor.

Schnell. Intelligent. Präzise: Epic & IJ20

Höchstmögliche Produktivität

Wilhelm Kanzler, Director Product Management Insertion, Graphics bei Pitney Bowes, spricht u. a. über Postsendungen als wichtigen Bestandteil des Kommunikationsmix und den sinnvollen Einsatz von Drucksystemen.

Die Print- und Postbranche sieht sich derzeit zwei großen Herausforderungen gegenübergestellt. Erstens: Zunehmend konsolidiertes Versandvolumen bei gleichzeitig steigenden Portokosten und zweitens schwankende Marktanforderungen durch eine zunehmende Auftragsdiversifizierung, die die Erstellung präziser Prognosen zum Postvolumen und Anwendungsprofilen erschweren. Noch dazu wird das Ganze von einem harten Preiswettbewerb und geringen Margen begleitet – das scheinen keine guten Voraussetzungen für die Anschaffung einer Postverarbeitungs-Plattform zu sein.

Lohnt sich die Investition trotzdem? Für Wilhelm Kanzler, Director Product Management Insertion, Graphics bei Pitney Bowes, ist das keine Frage: „Postsendungen ermöglichen einen sehr inhaltsreichen Austausch mit Kunden, daher bleiben sie ein wichtiger Bestandteil des Kommunikationsmix“. Die volatilen Marktbedingungen erfordern jedoch den Einsatz von Systemen, die bei gleichbleibender Arbeitsgenauigkeit flexibel auf unterschiedliche Auftragsgrößen reagieren können, ohne Stückkosten oder Durchlaufzeiten in die Höhe zu treiben. Neben der Dokumentver-

arbeitung sollten moderne Versandplattformen zudem in der Lage sein, Unternehmen in der Gestaltung ihrer Kundenkommunikation bestmöglich zu unterstützen, indem sie physische Technologien mit intelligenten digitalen Plattformen verknüpfen.

Pitney Bowes nimmt die Herausforderungen mit zwei Produkten in Angriff: mit dem Kuvertiersystem Epic und dem IJ20-Drucksystem. Epic ist darauf ausgelegt, Postsendungen mit unterschiedlichen Kuvertformaten bei maximaler Effizienz zu verarbeiten und gewährleistet dadurch höchstmögliche Produktivität.

Gemeinsam mit TagG und HP hat Pitney Bowes zudem einen neuen nativen IPDS-Controller für die IntelliJet-Drucksysteme entwickelt, der im Zusammenspiel mit der HDNA-Technologie vor allem Kunden aus dem Bereich Transaktions-, Dialog- und Marketing-Services unterstützt.

Vortrag:
Montag, 19. Juni, 15.30 Uhr,
Kongresssaal 1 im 1. OG.



Wilhelm Kanzler, Director Product Management Insertion, Graphics bei Pitney Bowes: „Postsendungen ermöglichen einen sehr inhaltsreichen Austausch mit Kunden, daher bleiben sie ein wichtiger Bestandteil des Kommunikationsmix.“

Digi-M-Jet – eine digitale HSI Druckmaschine

Neuer Ansatz für Papierveredler

Digikett-Geschäftsführer Hans-Wolfgang Bracht berichtet in seinem Vortrag über die zahlreichen Vorzüge der Digi-M-Jet, einer Druckmaschine, die den Einstieg in digitale Drucklösungen ermöglichen soll.

Einen völlig neuen Ansatz für Papierveredler bietet die Firma Digikett GmbH: Hochleistung in Druckqualität und Produktivität hat seinen Preis, meist unerreichbar für kleinere Betriebe, ohne Möglichkeiten an Großaufträgen zu kommen wie die „Big Players“ der Medienbranche. Digikett bietet eine einfache Lösung, und ein Palettenroller genügt um das komplette Digi-M-Jet Aggregat vom Ein-

satzort an einer Hybrid-Formulardruckrotation zu einer In-line-Lösung der Papierveredelung zu stellen.

Beeindruckend sind Auflösung 1 600x1 350 dpi und Druckleistung bis 102 Meter/Minute. Die Papierbahn kann je nach Einsatzort unter Spannung oder als lose Bahn über seitliche Stifttraktoren geführt werden. Gerade Endlosformularhersteller werden die Vorteile dieser Lösung würdigen.

Die Digi-M-Jet ermöglicht den Einstieg in digitale Drucklösungen. Schrittweise lässt sich eine Anlage vergrößern, um das Druckbild von 220 mm auf 440 mm zu verbreitern oder Duplex zu drucken. Die solide Bauweise der Maschinenbasis und die logische Bedienung passen gut zu vorhandenen schmalen Rollendruckmaschinen im Flexo- und Offsetdruck. Das vollfarbige Druckbild wird ohne bewegliche Teile bebildet. Das Verfahren wird vom Hersteller der Farbgeberleisten als „Waterfallsystem“ bezeichnet. Dabei werden innerhalb einer Sekunde 700 Millionen Minitropfen ausgelöst. Einzelne Düsen sind mehrfach gesichert um einen Punktausfall zu verhindern.

Vortrag:
Montag, 19. Juni, 16.30 Uhr,
Kongresssaal 1 im 1. OG.



Hans-Wolfgang Bracht, Geschäftsführer der Digikett Formular-Etikettendruck und Laminieretechnik GmbH: „Gerade Endlosformularhersteller werden die Vorteile dieser Lösung würdigen.“



Frank Derks, Geschäftsführer Finanzen, Wanzl Metallwarenfabrik GmbH: „Im Zeitalter der Digitalisierung hat die Wanzl Metallwarenfabrik GmbH einen Schritt in Richtung Innovation gemacht.“

Weg vom Alten, hin zur Innovation

Einfach weniger Aufwand

Frank Derks, Geschäftsführer Finanzen der Wanzl Metallwarenfabrik GmbH, berichtet in seinem Vortrag über den Weg von der analogen zur digitalen von Gehaltsdokumenten mit Hilfe einer Lösung aus dem Hause der Output AG.

Wie viele Unternehmen hat die Firma Wanzl Metallwarenfabrik GmbH Gehaltsdokumente noch klassisch per Post verschickt und/oder einen „Verteiler“ durch die Räumlichkeiten geschickt, um den Mitarbeitern die Gehaltsdokumente persönlich „in die Hand zu drücken“. Bedenkt man den gesamten Aufwand – sprich Personalkosten und die Kosten für Druck, Papier und Porto – so ist die analoge, klassische Vorgehensweise sehr teuer und unserer Meinung auch nicht mehr zeitgemäß.

Im Zeitalter der Digitalisierung hat die Wanzl Metallwarenfabrik GmbH einen Schritt in Richtung Innovation gemacht und sich für einen digitalen und vor allem sicheren Weg der Abholung von Gehaltsdokumenten entschieden. Wir versenden heute unsere Gehaltsdokumente elektronisch über den :::(bit)kasten der Output AG. Die Vorteile liegen klar auf der Hand – weniger Zeitaufwand, digitale Aktenführung ohne Medienbrüche und wir können unsere Mitarbeiter an jedem Ort der Welt digital erreichen. Und das auf jedem mobilen Endgerät ihrer Wahl. Durch den Einsatz des :::(bit)kasten ergeben sich erhebliche Kosteneinsparungen. Die rechtsverbindliche und vertrauliche Zustellung rundet die Vorteile im Ganzen noch ab.

Die Möglichkeit für den Mitarbeiter, selbst zu bestimmen, wie er seine Gehaltsdokumente erhalten möchte und die Innovation hinter dem :::(bit)kasten hat auch unseren Betriebsrat überzeugt. Bewusst haben wir uns gegen eine Zustellung per E-Mail entschieden. Die rechtsverbindliche

und eindeutige Zustellung an den Mitarbeiter ist über diesen Kanal nicht sichergestellt. Zudem müsste unsere Personalabteilung diese Adressen pflegen und Sie wissen, Mailadressen ändern sich sehr häufig ...

Unsere Personalabteilung erstellt die Gehaltsdokumente wie bisher und übergibt über eine definierte Schnittstelle die Druckdaten an den :::(bit)kasten. Binnen weniger Sekunden stehen die Dokumente elektronisch für den Mitarbeiter bereit.

Er kann nun selbst entscheiden, wie er seine Gehaltsdokumente erhalten möchte. Sei es per Download oder per E-Mail. Wenn er nicht elektronisch abholen will, erhält er diese klassisch per Post. Der :::(bit)kasten ist also nicht nur eine Lösung, von der wir als Unternehmen profitieren, sondern auch unsere Mitarbeiter.

Viele werden nun denken „das ist doch wieder so ein Unternehmensportal“. An der Stelle muss klar gesagt werden – NEIN, ist es nicht. Der :::(bit)kasten bietet weitere Einsatzmöglichkeiten – auch die Krankenkasse oder die Versicherung können ihre Post digital in den :::(bit)kasten des Mitarbeiters „einwerfen“. Wir glauben damit unseren Mitarbeitern einen zukunftsorientierten Service zu eröffnen.

Vortrag:

Montag, 19. Juni, 17.30 Uhr, Auditorium im UG.

Montag, 19. Juni 2017

- 15.30 Uhr Schnell. Intelligent. Präzise: Epic & IJ20, Pitney Bowes Kongresssaal 1 im 1. OG
- 16.30 Uhr Digi-M-Jet – eine digitale HSI Druckmaschine, Digikett Formular-Etikettendruck und Laminiertechnik GmbH Kongresssaal 1 im 1. OG
- 17.30 Uhr Weg vom Alten, hin zur Innovation, Wanzl Metallwarenfabrik GmbH Auditorium im UG

Dienstag, 20. Juni 2017

- 9.00 Uhr Kommunikation im digitalen Zeitalter, Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI) Auditorium im UG
- 10.00 Uhr Die neue Kraft auf der letzten Meile, Kern GmbH Kongresssaal 1 im 1. OG
- 10.00 Uhr Die Weiterentwicklung des CCM-Marktes, Keypoint Intelligence Auditorium im UG
- 13.00 Uhr Layflat Klebebindung für den Digitaldruck, Palamides GmbH Kongresssaal 1 im 1. OG
- 14.00 Uhr Sind Sie fit für die Zukunft? #Unleashprint, Canon Deutschland Kongresssaal 1 im 1. OG

...

Kommunikation im digitalen Zeitalter

Kann jeder machen was er will?

Matthias Kammer, Direktor des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI), beleuchtet in seinem Vortrag den digitalisierten Alltag und die gesellschaftlichen Herausforderungen für eine sichere Kommunikation.

Nach der „Computerisierung“ in den 80er und 90er Jahren und der nachfolgenden „Mobilisierung“ durch Smartphone, Laptop und Tablet ist die digitale Informations- und Kommunikationstechnologie inzwischen fester Bestandteil im Alltag der Menschen.

Mit Hilfe neuer digitaler Medien und unter breiter Nutzung sich bietender Möglichkeiten kommunizieren die Menschen heute auf unterschiedlichste Weise: Nicht nur im persönlichen Gespräch und schriftlich, sondern unbegrenzt und ständig erreichbar, raum- und zeitunabhängig am Telefon,

Smartphone und webbasiert über das Internet per E-Mail, im Messenger-Chat und in sozialen Medien. Auch wenn Dank neuer Technologien Kommunikation einfacher geworden und mit einer Reihe von Vorteilen verbunden ist, so sind nicht wenige Menschen allein schon durch die Möglichkeiten überfordert – von notwendigen IT-Kompetenzen ganz zu schweigen.

Der Vortrag von DIVSI-Direktor Matthias Kammer nimmt den digitalisierten Alltag der Menschen in den Blick. Während diese auf der einen

Seite die Vorteile wie Schnelligkeit, Flexibilität und Bequemlichkeit nutzen wollen, bestehen gleichzeitig große Sicherheitsbedenken und mangelnde Kontrollmöglichkeiten. Die Menschen nehmen zwangsläufig Nachteile und Risiken in Kauf. Im Kern liegen Nutzerverhalten und Nutzer-Erwartungen nicht selten auseinander; Paradoxien sind kennzeichnend für den modernen digitalen Alltag. Dabei sind die Nutzer auf der Suche nach Risiko-Minimierung, tragen sich mit Sorge um Datenschutzaspekte und wollen Sicherheit. Was verschafft ihnen Sicherheit im Online-Alltag? Wer trägt Verantwortung?

Untermauert mit aktuellen Umfrage- und Studienergebnissen erläutert Matthias Kammer die gesellschaftlichen Herausforderungen für sichere Kommunikation im Spannungsfeld Wirtschaft, Staat/Behörden und Nutzer/Bürger.

Vortrag:
Dienstag, 20. Juni, 9.00 Uhr,
Auditorium im UG.



Matthias Kammer, Direktor des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI): „Nach der ‘Computerisierung’ und der nachfolgenden ‘Mobilisierung’ ist die digitale Informations- und Kommunikationstechnologie inzwischen fester Bestandteil im Alltag der Menschen.“

Die neue Kraft auf der letzten Meile

Einfache intuitive Handhabung

Sybille Stöckle-Luschitz, Leiterin Unternehmensstrategie bei Kern, geht in ihrem Vortrag auf die neuen Kern Paket-Terminals ein. Diese können, dank der modularen Bauweise, nach den Wünschen der Kunden konfiguriert werden.

Mit den neuen Paket-Terminals eröffnet Kern eine Reihe von Einsatzmöglichkeiten im geschäftlichen und privaten Umfeld: Die Terminals stehen für eine sichere und zuverlässige Paket- bzw. Postzustellung und -abholung. Mit mehr als 200 Installationen in Spanien, Portugal, Argentinien und Frankreich sind die Kern Paket-Terminals bereits auf dem Vormarsch und sollen nun auch den deutschen Markt erobern. Hinter den Paket-Terminals

steckt eine Grundidee mit drei Varianten, die zahlreiche Einsatzmöglichkeiten bieten: Das Kern City Terminal kommt dort zum Einsatz, wo sich Menschen täglich aufhalten, z. B. an Bahnhöfen, Supermärkten und Tankstellen. Das Kern Home Terminal bildet dort die zentrale Anlaufstelle, wo Menschen wohnen und leben. Das Kern Kühl- und Gefrierterminal öffnet neue Möglichkeiten im Bereich Food und Pharmazie.

Charakteristisch für alle Terminals sind die einfache und intuitive Handhabung sowie die modulare Bauweise, die es ermöglicht, die Terminals nach den Wünschen der Kunden zu konfigurieren. Die Zustellung „auf der letzten Meile“ wird so einfach und effektiv gestaltet: Die dahinter stehende innovative Software sorgt dafür, dass die Pakete an den richtigen Adressat gelangen und garantiert außerdem einen reibungslosen Ablauf hinsichtlich der Zustellung und Retoure von Paketen. Paket-Terminals in Unternehmen: Eine große Menge von geschäftlichen Paketen erreicht tagtäglich die Poststellen. Logistisch ist es sehr aufwändig, arbeitsintensiv und bindet Personalressourcen, die Pakete zu erfassen, zuzuordnen und pünktlich an die richtige Abteilung bzw. den richtigen Mitarbeiter zuzustellen. Genau hier setzen die Kern Paket-Terminals an und werden zur logistischen Schnitt-



Sybille Stöckle-Luschitz, Leiterin Unternehmensstrategie bei Kern GmbH: „Kern Paket-Terminals werden zur logistischen Schnittstelle sowohl zwischen Kurierdiensten und Poststelle als auch zwischen Poststelle und der internen Verteilung.“

stelle sowohl zwischen Kurierdiensten und Poststelle als auch zwischen Poststelle und der internen Verteilung. Die Zeitersparnis ist enorm, die gesamte Logistik steckt in den Terminals selbst: Die Information, dass das Paket eingetroffen ist, erreicht den Mitarbeiter digital per Mail oder SMS. Auch die Zustellung datenschutzrele-

vanter Post kann so unter Einhaltung des Dienst- bzw. Briefgeheimnisses vollautomatisiert und zeitlich unabhängig erfolgen. Der Zugang zu den Dokumenten, dem Brief bzw. dem Paket erhält nur die dazu berechnigte Person und macht damit die sichere Übergabe von Dokumenten mit sensiblen Daten möglich. Als weiteren Mehrwert kön-

nen Unternehmen ihren Mitarbeitern anbieten, private Pakete an die berufliche Adresse schicken zu lassen. Für das Unternehmen bedeutet dies keinen zusätzlichen Aufwand.

Vortrag:

Dienstag, 20. Juni, 10.00 Uhr, Kongressaal 1 im 1. OG.



David Stabel, Director, Customer Communications Services, Keypoint Intelligence: „Unternehmen müssen auch den organisatorischen Veränderungsprozess berücksichtigen und anfangen, Geschäftsprozesse zu innovieren und nicht nur Kommunikationsabläufe zu optimieren.“

Die Weiterentwicklung des CCM-Marktes **Kundenorientierter Ansatz**

David Stabel von Keypoint Intelligence beleuchtet in seinem Vortrag „Die Weiterentwicklung des CCM-Marktes“ das Customer-Communications-Management und hebt dabei drei Bereiche hervor.

Zunehmend begreifen Unternehmen Kundenerfahrung als wettbewerbsfähiges Differenzierungsmerkmal um Commoditisierung entgegen zu wirken, den Umsatz zu steigern und profitabler zu werden. Der Umstieg auf einen kundenorientierteren Ansatz bedeutet mehr als in Technologie zu investieren. Unternehmen müssen auch den organisatorischen Veränderungsprozess berücksichtigen und anfangen, Geschäftsprozesse zu innovieren und nicht nur Kommunikationsabläufe zu optimieren. Die Annäherung aus der Perspektive des Customer-Communications-Management (CCM) und das Verständnis von Innovationen innerhalb der CCM-Technologielandschaft hilft Unternehmen in diesem Wandel.

CCM ist das Ergebnis einer langen Geschichte und hat seine Wurzeln in der Software, die die Zusammenstellung von (Mainframe-) Daten in ein druckfähiges Dokumentformat ermöglicht. Heute ist CCM aber viel mehr als das und zunehmend finden sich CCM-Anwendungen außerhalb von Druckumgebungen. Bei Keypoint Intelligence verfolgen und analysieren wir sorgfältig den Kundenkommunikations-

markt, einschließlich CCM. Wir identifizieren heute drei Bereiche der CCM-Technologie-Innovationen, unter Berücksichtigung einem Prozessfokus (Druck vs. Geschäftsprozess) und Kompetenzbereich

1. Den Druckproduktionsprozess innovieren: Im vergangenen Jahrzehnt haben CCM-Anbieter und Lösungsanbieter ihren CCM-Lösungen Funktionen hinzugefügt, um den gesamten Druckproduktionsprozess – von der Dokumentenerstellung (Komposition) bis hin zur Druckproduktion, zum Versand und Finishing – effizienter und produktiver zu machen. Die Möglichkeiten der Komposition ist mit Track & Trace und Workflow-Automatisierungen bis hin zu kompletten Whitepaper-Lösungen erweitert, die so eine durchgängige Verwaltung des gesamten Druckproduktionsprozesses ermöglichen.

2. Unternehmenskommunikationsprozesse innovieren: Die von uns befragte Unternehmen zeigen in unserem 2016 Customer-Engagement-Technology-State-of-the-Market-Studie, dass fast 20 Prozent der deutschen Unternehmen nach Wegen suchen, um ihren Mitar-

beitern mehr Verantwortung und Freiraum über die Kundenkommunikation zu geben. Gründe sind die Reduzierung der Belastung der IT und die Agilität bei der Kommunikation mit Kunden. In der Regel sehen wir interaktive und On-Demand-Kommunikationslösungen in diesem Bereich, die Geschäftsprozesse wie u. a. Nachforderungsmanagement und Kundenkorrespondenz unterstützen.

3. Orchestrierung der Customer Journeys: Bei der Verfolgung eines kundenorientierten Geschäftsansatzes ist die Verwaltung der vielen Customer Journeys eines Unternehmens entscheidend, genauso wie das Bewusstsein, dass Kundenkommunikation ein zentraler Bestandteil jeder einzelnen Berührungsstelle innerhalb dieser Customer Journeys ist. Nur knapp 10 Prozent der befragten deutschen Unternehmen in der oben genannten Studie haben ihre Kundenkommunikation auf ihre Customer Journeys vollständig abgestimmt.

CCM dreht sich nicht mehr allein um hochvolumigen Produktionsdruck. Es geht immer mehr um die Unterstützung von Unternehmen bei dem Wandel auf einen kundenorientierten Ansatz durch kommunikationsintensive Geschäftsprozesse zu innovieren. Die CCM-Technologie-Innovations-Matrix, wie hier beschrieben, kann Unternehmen dabei helfen zu verstehen wie die verschiedenen Technologieinnovationen hierbei unterstützen kann.

Vortrag:

Dienstag, 20. Juni, 10.00 Uhr, Auditorium im UG.

Layflat Klebebindung für den Digitaldruck

Für moderne Bedürfnisse

Jan Oldenkott, Sales Manager bei der Palamides GmbH, stellt in seinem Vortrag einen Klebebinder vor, mit dessen Hilfe Bücher und Broschüren umweltfreundlich gebunden werden können und sich zudem flach aufschlagen lassen.

Einen neuen Klebebinder zu entwickeln macht in der heutigen Zeit eigentlich keinen Sinn. Mit dem Digitaldruck entstand die Möglichkeit, Bücher auch in Kleinauflagen kostengünstig in sehr guter Qualität herzustellen. Allerdings fehlte am Markt, dass sich Bücher und Broschüren umweltfreundlich binden und dabei flach aufschlagen lassen – egal mit welchem Papier. Doch wie bekommt man eine solch flache Bindung überhaupt hin? Die herkömmlichen Klebebindungen mit Hotmelt- oder Pur-Leim weisen die bekannte Klammerwirkung auf. Dabei verschwinden Bilder oder Texte, die zu weit im Bundsteg sitzen; oder sie lassen sich nur umständlich lesen. Auch bleiben die Bücher nicht aufgeschlagen liegen.

Auch die anderen Möglichkeiten am Markt überzeugen nicht:

1. Die Fadenheftung ist für derartige Produkte zu aufwändig und bedeutet zusätzliche Produktionsschritte- und somit höhere Produktionskosten.
2. Der Rückendrahtheftung ist eine einfache Lösung – wirkt aber sehr billig.
3. Wire-O erlaubt kein Layout, das nahtlos über eine Doppelseite geht.

Mit dem Klebebinder smartliner240 geht Palamides genau in diese Richtung und setzt auf eine völlig neue Klebebindemethode. Zum Einsatz kommt die eigens entwickelte Smartflat-Technologie. Einsatzbereich sind kleine Auflagen sowie der Digital Druck. Smartflat steht daher für umweltfreundliche Klebebindungen mit perfekt flachem Aufschlagverhalten (lay-flat). Nahezu alle Papierarten und Grammaturen können verarbeitet

werden. Wichtige Bestandteile der Smartflat-Technologie sind der hochflexible hydrosiv Klebstoff, der aus einem geschlossenen Düsensystem appliziert wird sowie eine speziell entwickelte Rückenbearbeitung. Besonders das flache Aufschlagverhalten der Bücher verleiht der Smartflat-Technologie ihren Reiz.

Um den „Memoryeffekt“ bei einem Buch zu vermeiden geht der Palamides Klebebinder ganz neue Wege: Der Buchrücken wird nicht abgefräst sondern mit einem speziellen Verfahren mechanisch bearbeitet. Dabei werden die Papierfasern der Blattkanten freigelegt. In diese freigelegte Faserstruktur kann der hochflexible hydrosiv Klebstoff, der von Palamides mit einem namhaften Leimhersteller dafür entwickelt wurde, tief in die Faserstruktur des Buchblockrückens eindringen. Die Papierfasern werden dabei fest in der Blattkante verankert; diese Verankerung gibt

den Seiten eine enorme Zugfestigkeit. Im selben Zug werden die Fasern miteinander verbunden, was den Büchern das fantastische Aufschlagverhalten verleiht.

Taschenbücher können entspannt mit einer Hand gehalten werden. Fotobücher profitieren in besonderem Maße von dieser Technology. So werden Panoramafotos, die über zwei Seiten gehen komplett sichtbar und müssen nicht mehr flach gedrückt werden. Kochbücher, Bedienungsanleitungen, Fachbücher um nur wenige zu nennen, sind ohne Einschränkung nutzbar.

Das erste Serienmodell wurde auf der Drupa2016 präsentiert und die ersten smartliner240 stehen inzwischen schon in Druckereien und produzieren umweltfreundlich flach aufschlagende, digitalgedruckte Bücher. Da der smartliner240 sowohl über einen automatischen Umschlaganleger mit Balkenrillung, die sich automatisch auf die aktuelle Buchdicke einrichtet als auch über eine Seitenbeleimung und über eine automatisierte Einrichtefunktion verfügt, findet er besonders bei Kleinauflagen sein Anwendungsgebiet. Die „green Technology“ d. h. wenig Energieverbrauch, keine giftigen Dämpfe, und so gut wie keine Abfälle passen zu den modernen Bedürfnissen.

Vortrag:
Dienstag, 20. Juni, 13.00 Uhr,
Kongresssaal 1 im 1. OG.



Jan Oldenkott,
Verkaufsleiter
international,
Palamides GmbH
„Um den ‘Memory-
effekt’ bei einem
Buch zu vermeiden
geht der Palamides
Klebebinder ganz
neue Wege.“

Sind Sie fit für die Zukunft? #Unleashprint

Explore. Inspire. Improve.

Mathieu Peeters von Canon Deutschland schlägt das nächste Kapitel von #Unleashprint auf und spricht über heutige und zukünftige Herausforderungen von Druckzentren vor dem Hintergrund des digitalen Wandels.

Die anhaltende Digitalisierung zieht sich als Herausforderung durch alle

Bereiche des alltäglichen privaten und geschäftlichen Lebens. Schlagworte



Mathieu Peeters, Director B2B Marketing & Sales Excellence bei Canon Deutschland: „Für Druckzentren muss es die Zielsetzung sein, sich an den geänderten Kundenanforderungen zu orientieren und den Wandel aktiv zu gestalten.“

wie Internet of Things, Big Data und die Digitale Transformation sind allgegenwärtig. Für Druckzentren – egal ob inhouse oder kommerziell – muss es die Zielsetzung sein, sich an den geänderten Kundenanforderungen zu orientieren, an technologischen Entwicklungen und Innovationen zu partizipieren und den Wandel aktiv zu gestalten.

Der zunehmende Wettbewerbs- und Kostendruck erfordert die Automation von bestehenden Prozessen und die Investition in neue und innovative Geschäftsfelder. Die größten Herausforderungen liegen im Nach-

weis der Wirtschaftlichkeit, sinkende Auslastung der Produktion bei höherer Komplexität, steigende Kosten für Personal sowie deren Entwicklung und die Flexibilität bei gleichzeitig hoher Geschwindigkeit im Handeln. Am Ende stellt sich die Frage: Wo stehen sie mit ihrem Druckzentrum im Jahr 2027? Mathieu Peeters spricht über die Leistungsversprechen und das Selbstverständnis, wie das Unternehmen mit großer Expertise und Innovationskraft Druckzentren bei der Umsetzung der heutigen und zukünftigen Kundenanforderungen unterstützt und in einer sich durch die Digitalisierung

verändernden Welt begleitet. Anhand von praktischen Beispielen stellt Peeters das umfangreiche Technologieportfolio vor. Von Workflowlösungen zur Steuerung von Daten-, Dokumenten- und Informationsprozessen, über die Automation im Druckzentrum bis zum breiten Portfolio im Digitaldruck – entfesseln sie gemeinsam mit Canon als Partner die Stärke von gedruckter und digitaler Kommunikation. Machen Sie sich fit für die Zukunft.

Vortrag:
Dienstag, 20. Juni, 14.00 Uhr,
Kongressaal 1 im 1. OG.

Effizienzstudie digitaler Markt

Deutlicher Optimierungsbedarf

Michael Steinberg von Francotyp-Postalia geht in seinem Vortrag „Effizienzstudie digitaler Markt“ unter anderem der Frage nach, ob es neue Umsatzpotenziale in der digitalen Transformation gibt?

Ob analog, hybrid oder digital: Die Kommunikation der Unternehmen findet heute auf vielen verschiedenen Kanälen statt. Bei der Mehrheit der Unternehmen besteht Handlungsbedarf, da sie Effizienzpotenziale im täglichen Büroablauf verschenken. Optimierungsmöglichkeiten gibt es nicht nur bei der Verarbeitung der klassischen Ein- und Ausgangspost, sondern auch bei der Gestaltung der Kommunikations- und Dokumentenprozesse.

Trotz E-Mail, Messenger und Co. ist der Brief entgegen der weitläufigen Meinung noch lange nicht vom Aussterben bedroht. Für die Mehrheit der deutschen Unternehmen ist der klassische Brief noch immer die erste Wahl: 81 Prozent nutzen den Postbrief häufig oder sehr häufig, wenn es sich um den Versand von wichtiger und vertraulicher Geschäftspost handelt – noch vor der E-Mail mit 57 Prozent

und dem Fax mit 23 Prozent. Die Kommunikationsvielfalt stellt die Unternehmen vor große Herausforderungen und die Studie offenbart Optimierungspotenzial: 68 Prozent geben an, dass die Verarbeitung der Eingangspost bei ihnen verbesserungsfähig sei, 46 Prozent erkennen Optimierungsbedarf bei der Verarbeitung der Ausgangspost. Immerhin benötigen 71 Prozent der Unternehmen zwischen zwei und acht Stunden täglich für die Verarbeitung der Ein- und Ausgangspost. Unternehmen können hier Zeit und Kosten sparen.

Zeit lässt sich auch beim Scannen der Eingangspost einsparen. Von den 47 Prozent der Unternehmen, die ihre Eingangspost digitalisieren, gab fast jedes dritte Unternehmen an, dass es beim Scan-Prozess Optimierungsmöglichkeiten gibt. 53 Prozent verzichten hingegen noch ganz auf den Scan-Vorgang bei der eingehenden

Geschäftspost, obwohl die Arbeitsprozesse inzwischen fast alle über Computer laufen. Medienbrüche und damit Effizienzverluste sind also vorprogrammiert.

Aus dem Effizienzreport geht hervor, dass in deutschen Unternehmen Optimierungsbedarf bei der Auswahl der Kommunikationskanäle, den Postverarbeitungsprozessen sowie dem Dokumentenmanagement besteht. Die Studie legt offen, wo die Potenziale für eine effizientere Gestaltung der Kommunikationsprozesse liegen. Doch welche Formen der Dienstleistungen und Services werden in der kommenden Zeit die am gefragtesten sein und wie können die Unternehmen eine schnelle Migration vorantreiben? Welche Hemmnisse in intern, sowie extern spielen dabei eine Rolle? Wo stehen die Unternehmen in der digitalen Transformation und welche aktuellen Trends werden auf Entscheidungen Einfluss nehmen.

Viele Fragen auf dem Weg der digitalen Transformation – Auf einige Fragen wird der Vortrag „Effizienzstudie digitaler Markt“ eine Antwort geben und Handlungsfelder aufzeigen.

Vortrag:
Dienstag, 20. Juni, 14.00 Uhr,
Auditorium im UG.



Michael Steinberg, Global Head of Program Management Strategy, Francotyp-Postalia Holding AG: „Digitale Transformation kommt nicht über Nacht – Es ist eine Vertrauensfrage in jeder Hinsicht ob intern oder extern!“

Ist (Kunden)Kommunikation morgen rein digital?

Trends im Output-Management

Robert Duisberg von der Managementberatung Insentis möchte mit seinem Vortrag eine Hilfestellung für die Zuhörer geben, um sich besser ein Bild von der künftigen Gestalt der Kundenkommunikation machen zu können.

Auf der einen Seite gibt es heute kaum ein namhaftes Unternehmen, das nicht Digitalisierung ganz vorne auf seiner Agenda stehen hat und andererseits zeigt nicht zuletzt unsere Alltagserfahrung, wie weit wir immer noch von einem „papierlosen Büro“ entfernt sind.

Dieses Spannungsfeld haben einschlägige Experten unter dem Titel „Trends im Output-Management: Ist (Kunden)Kommunikation morgen rein digital?“ auf der diesjährigen CeBIT im Rahmen einer Podiumsdiskussion unter Leitung des Autors aufgegriffen. Der Doxnet-Vortrag zeichnet diese Diskussion nach und schließt dabei die intensiven Vorgespräche ein. Dabei geht

es hier vor allem um ganz aktuelle Eindrücke und Tendenzen von der „Front“.

Ein wichtiges Ergebnis der Diskussion ist, dass man erst sehr verschiedenartige Fragestellungen betrachten muss, bevor man zu einem abgerundeten Zukunftsbild der Kundenkommunikation kommen kann:

- Die oft beschworene Digitalisierung ist richtig und wichtig; aber wo findet sie bis heute im Wesentlichen statt? Wo gibt es typischerweise Prozessbrüche? Haben digitalisierte Unternehmensprozesse Einfluss auf die Kundenkommunikation? Gibt es Branchenunterschiede?
- Führt eine erfolgte Umstellung der Kundenkommunikation auf elektroni-

sche Medien bei den Unternehmen zu Änderungen in der Kundenloyalität?

Wie sehen erste Trends aus?

- Die Diskussionen um den Umgang mit „Fake News“ und „Alternativen Fakten“ beschäftigen uns alle. Gibt es schon Auswirkungen auf die Kundenkommunikation bzw. welche sind absehbar?

- Welche Entwicklung nimmt die klassische E-Mail? Ist sie wirklich schon tot? Oder leben Todgesagte länger? Wie sieht es speziell in der Geschäftskommunikation aus?

- Wie unterscheiden sich gedruckte Werbekommunikation und das elektronische Pendant in ihrer Wirksamkeit?

- Wie werden moderne, webbasierte Werbemaßnahmen von Endkunden empfunden – also Dienste, die auf der Analyse des Standortes einer Person basieren?

Über die Diskussionspunkte der Podiumsdiskussion hinaus geht der Vortrag noch auf die Medienvorlieben von Jugendlichen ein.

Vortrag:

Dienstag, 20. Juni, 15.00 Uhr,
Auditorium im UG.



Robert Duisberg, Insentis GmbH und Vorsitzender des Bitkom-Arbeitskreises Printing Solution Services: „Man muss erst sehr verschiedenartige Fragestellungen betrachten, bevor man zu einem abgerundeten Zukunftsbild der Kundenkommunikation kommen kann.“

Einbindung von dokumentenerstellenden Systemen

Ganzheitliche Prozesse

Das Outputmanagement durchlebt den Wandel von der Manufakturverarbeitung zu einheitlichen, standardisierten Abläufen mit Hilfe des Dokumentenprozesses. Michael Duras von der SET GmbH berichtet.

Der Dokumentenprozess startet mit dem Eintritt eines Geschäftsvorfalles in einem Fachsystem. Sobald Output erzeugt werden soll, werden die Anfragen registriert, zusätzliche Daten aus weiteren Systemen beschafft und eine zentrale Dokumentenerstellung gestartet. Anschließend werden die fertig formatierten Dokumente entsprechend

des geplanten Ausgabekanals optimiert, verarbeitet und versendet. Der Dokumentenprozess endet mit der Zustellung der Dokumente beim Empfänger.

Die Standardisierung mit Hilfe des Dokumentenprozesses wird komplexer, da es eher selten vorkommt, dass ein Unternehmen genau ein dokumentenerstellendes System hat. Dies ist

meist historisch und durch spezielle Anforderungen begründet. Verschiedene dokumentenerstellende Systeme benötigen oftmals auch unterschiedliche Systeme zur Datenbeschaffung. Im Ergebnis entstehen so hohe Aufwände für die Orchestrierung von Dokumentenverarbeitung und Datenbeschaffung.

Die Posy OutputFactory ist inzwischen führend bei Banken, Versicherungen, Telekommunikations-Dienstleistern und Behörden im Einsatz. In der aktuellen Version deckt sie den kompletten Dokumentenprozess vom Eintritt eines Geschäftsvorfalles bis zur Zustellung der Dokumente ab. Dabei beinhaltet die Posy OutputFactory jedoch kein System für die Dokumentenerstellung, sondern bindet verschiedene dokumentenerstellende Systeme ein. Insbesondere in komplexen Umge-



Michael Duras, Technical Consulting, SET GmbH: „Die Auswahl von dokumentenerstellenden Systemen ist auch ‘auf einer grünen Wiese’ nicht einfach.“

bungen mit unterschiedlichen dokumentenerstellenden Systemen führt eine Standardisierung des Dokumentenprozesses mit der Posy OutputFactory zu verschiedenen Vorteilen.

Die Auswahl von dokumentenerstellenden Systemen ist auch „auf einer grünen Wiese“ nicht einfach. Je nach Branche unterscheiden sich die Anforderungen an die Dokumente. Auf einer Seite existieren Branchen, wie z. B. Onlineshops, in denen die Dokumente (meist Rechnungen, Mahnungen) schnell und ohne anspruchsvolle Strukturen erzeugt werden müssen.

Auf der anderen Seite gibt es z. B. bei Versicherungen komplexe Dokumentenstrukturen, in denen ein Dokument aus mehreren Teildokumenten unterschiedlicher Unternehmensbereiche besteht. Durch die Anbindung verschiedener dokumentenerstellender Systeme in der Posy OutputFactory, die sowohl branchen- als auch systembedingte Anforderungen abdecken, bietet die SET passende Gesamtlösungen an. Durch die Integration über die Posy OutputFactory kann der gesamte Prozess vom Eintreten eines Geschäftsvorfalles bis hin zum Versenden fertig

verarbeiteter Dokumente über alle beteiligten Systeme transparent abgebildet und verfolgt werden.

Wie eine solche Integration verschiedener dokumentenerstellender Systeme im Detail aussehen kann und welche Vorteile ein standardisierter Dokumentenprozess mit der Posy OutputFactory hat, erfahren Sie in unserem Vortrag auf der Doxnet Fachkonferenz.

Vortrag:
Dienstag, 20. Juni, 15.00 Uhr,
Kongressaal 1 im 1. OG.



Thorsten Meudt,
Vice President
Marketing,
Compart AG:
„Statt das Dokumentendesign am druckorientierten Seitenformat A4 auszurichten, löst Compart die Erstellung vom Versand und legt ihr ein einziges Quellformat zugrunde.“

Digital First – Die Gunst der späten Geburt

Ein Format für alles

Thorsten Meudt von Compart präsentiert in seinem Vortrag eine universelle und skalierbare Lösung für die gleichberechtigte Erstellung von Dokumenten für seitenorientierten Druck, Web, mobile Endgeräte sowie E-Mail.

Infotrends erwartet, dass im Jahr 2020 mehr Menschen ein Mobiltelefon besitzen als Elektrizität zu Hause. Laut einer aktuellen Markterhebung in den USA sehen die befragten Unternehmen das Webportal als wichtigsten Kommunikationskanal, gefolgt von Smartphone, Tablet & Co. Aber auch E-Mail und selbst die Briefpost würden weiterhin genutzt, so die Studie. Denn bei aller Digitalisierung schätzten die meisten Empfänger es nach wie vor, Rechnungen und Kontoauszüge auf dem klassischen Postweg zu bekommen.

Dennoch – die Digitalisierung in der geschäftlichen Kommunikation schreitet voran und wirkt sich natürlich auch auf die Dokumentenerstellung aus. Denn die ursprünglich ausschließlich für den Druck erzeugten Datenströme werden nun nicht mehr nur für die schriftliche Korrespondenz benötigt, sondern müssen vereinzelt und hochindividualisiert für alle denk-

baren Kommunikationsanforderungen, also für alle heute existierenden physikalischen und elektronischen Kanäle zur Verfügung stehen.

Mit anderen Worten: Es ist nicht mehr damit getan, „reine“ Druckdatenströme zu erzeugen, sondern es müssen flexible Inhalte generiert werden, und zwar zu einem möglichst späten Zeitpunkt, damit sie den unterschiedlichen Anforderungen, die Kunden heutzutage an die Kommunikation haben, gerecht werden. Kurz: Es geht um ein universelles Design von Dokumenten.

Vor diesem Hintergrund geht Compart mit der neuen Lösung DocBridge Impress einen komplett neuen Weg. Statt das Dokumentendesign am druckorientierten Seitenformat A4 auszurichten, löst man die Erstellung vom Versand und legt ihr ein einziges Quellformat zugrunde. Statt – wie bei marktgängigen Lösun-

gen üblich – ein ursprünglich für den Druck konzipiertes Produkt mühsam um digitale Funktionen zu erweitern, hat Compart von Anfang einen „Digital-First“-Ansatz entwickelt: Jedes Dokument wird nur einmal und unabhängig von einer bestimmten Seitengröße erstellt (formatiert) und ist damit automatisch mehrkanalfähig.

Mit anderen Worten: DocBridge Impress ist eine universelle und skalierbare Lösung für die gleichberechtigte Erstellung von Dokumenten für seitenorientierten Druck, Web, mobile Endgeräte sowie E-Mail. Die Software, die alle physikalischen und digitalen Kanäle bedient, vereint die wichtigsten internationalen Standards für die Erstellung und Formatierung von Dokumenten unter einem Dach. Sie basiert u. a. auf HTML5, CSS, SVG, Unicode, XSL und XML. Die Lösung ist durch diesen nicht proprietären Ansatz ausgesprochen zukunftsfähig.

Mehr über den „Digital-First-Ansatz“ sowie die verschiedenen Einsatzszenarien von DocBridge Impress im Vortrag „Die Gunst der späten Geburt: Dokumentenerstellung im Zeitalter der Digitalisierung“ von Thorsten Meudt auf der Doxnet-Fachkonferenz in Baden-Baden.

Vortrag:
Dienstag, 20. Juni, 16.00 Uhr,
Kongressaal 1 im 1. OG.

Spektralwert-Analyse im Highspeed-Inkjet Druck Richtungsweisend einsetzbar

Der selbständige Berater Kai Brückel vermittelt mit seinem diesjährigen Doxnet-Vortrag Step-by-Step die notwendigen Kenntnisse zur Beurteilung der Farbproduktionsfähigkeit eines Drucksystems.

„Einsatz der Spektralwert-Analyse im Highspeed-Inkjet Druck“ – ein sperriger Titel für ein sehr lebendiges und hochaktuelles Thema ... denn immer wieder habe ich bei der Zusammenarbeit mit meinen Kunden und Partnern aus der Druckbranche festgestellt, dass auch bei den Druckprofis selbst Basiswissen zum Color-Management kaum bis gar nicht vorhanden ist.

Kein Wunder, denn nur in den einschlägigen Ausbildungen zum Offsetdrucker und Mediengestalter werden solide Kenntnisse für den analogen Druck vermittelt. Beim Farbmanagement für den digitalen Farbdruck sieht es noch viel schlechter aus. Wer sich ernsthaft damit beschäftigt, sieht sich mit Fachbegriffen wie „Farbmodell“, „Lab-, CMYK, RGB, Pantone C und U“ und „maximales Delta-E“ konfrontiert, ohne herstellerseitig Unterstützung zu bekommen.

Und so verwundert es nicht, dass gerade die Druckdienstleister sich mit der Herausforderung allein gelassen fühlen, die hochwertigen Drucke ihrer Kunden aus dem Offsetdruck mit ihren Sonderfarben möglichst exakt auf ihrem Highspeed-Inkjet-System zu reproduzieren. Es ist eine frustrierende und kostenintensive Aufgabe, durch Versuch und Irrtum akzeptable Ergebnisse zu erzielen! An der Erwartungshaltung eines qualitätsbewussten Kunden geht so eine „Methode“ natürlich Lichtjahre vorbei ...

Mein Fachvortrag knüpft dagegen an Schulwissen an und vermittelt, ohne weitere Auseinandersetzung mit dem komplexen Farbmanagement, Step-by-Step die notwendigen Kennt-

nisse zur Beurteilung der Farbproduktionsfähigkeit eines Drucksystems. Werkzeug dazu sind ein Spektralphotometer und ein Excel-Sheet. Durch die grafische Darstellung der gemessenen Spektren der Grund- und Mischfarben wird die Analyse der Farbsättigung sehr vereinfacht. Auch der Farbvergleich zum Offsetdruck ist leicht durchzuführen.

Im Ergebnis wird die Beurteilung einer Tinten-Papier-Kombination im

Hinblick auf ihre Fähigkeit möglich, Farben aus dem Offsetdruck zu reproduzieren, und das ohne ein ICC-Profil zu erstellen und ohne den Gamut auszumessen! Durch die einfache und schnelle Handhabung dürfte diese Messmethode mit die schnellste Analysemöglichkeit einer Kombination von Drucksystem, Tinte und Substraten sein! In einer hochvolatilen, technologisch getriebenen Umgebung, bzgl. Tinten, Druckköpfe, Trocknungen und immer neuen Substraten, ein hoch einzuschätzender Vorteil, der auch schon in der Evaluationsphase einer Investition eines Drucksystems richtungsweisend eingesetzt werden kann. Wie auch die Jahre zuvor, werden den Zuhörern die einzelnen Prozessschritte in einer Livepräsentation vorgestellt.

Vortrag:

**Dienstag, 20. Juni, 16.00 Uhr,
Auditorium im UG.**



Kai Brückel, Experte für Qualitätssicherung im Highspeed-Inkjetdruck: „Bei der Zusammenarbeit mit meinen Kunden und Partnern aus der Druckbranche habe ich festgestellt, dass auch bei den Druckprofis selbst Basiswissen zum Color-Management kaum bis gar nicht vorhanden ist.“

Dienstag, 20. Juni 2017

- 14.00 Uhr Effizienzstudie digitaler Markt, Francotyp-Postalia
Auditorium im UG
- 15.00 Uhr Ist (Kunden)Kommunikation morgen rein digital?,
Insentis GmbH
Auditorium im UG
- 15.00 Uhr Einbindung von dokumentenerstellenden Systemen,
SET GmbH
Kongresssaal 1 im 1. OG.
- 16.00 Uhr Digital First – Die Gunst der späten Geburt, Compart
Kongresssaal 1 im 1. OG
- 16.00 Uhr Spektralwert-Analyse im Highspeed-Inkjet Druck,
Kai Brückel, Experte für Qualitätssicherung
Auditorium im UG

Mittwoch, 21. Juni 2017

- 10.00 Uhr HTML5-Inhalte und Apps effizient entwickeln,
GMC Software
Kongresssaal 1 im 1. OG
- 10.00 Uhr Vom Leistungsverrechner zum Analysepartner,
Allianz Deutschland AG
Auditorium im UG
- 11.00 Uhr Datenschutz für Transaktionsdokumente, Datev eG
Auditorium im UG
- 11.00 Uhr Herausforderung „Digitale Transformation“,
Böwe Systemec
Kongresssaal 1 im 1. OG



Uwe Bünning,
Sales Manager bei
GMC Software:
„Kunden wollen
für sie relevante
Inhalte auf
dem von ihnen
gewünschten
Kanal erhalten.“

HTML5-Inhalte und Apps effizient entwickeln

Responsive Design macht mobil

Mit den GMC Inspire-Entwicklungswerkzeugen lassen sich HTML5 und personalisierte Apps automatisiert einsetzen und für innovative Angebote von Transaktionsdienstleistern nutzen. Uwe Bünning von GMC Software berichtet.

Wie können Unternehmen individuelle Kundenerfahrungen auf effiziente Weise ermöglichen? Bei der Antwort auf diese zentrale Frage der Kundenkommunikation spielen leistungsfähige Entwicklungstools für HTML5-Inhalte und personalisierte Apps eine wichtige Rolle. Kunden wollen für sie relevante Inhalte auf dem von ihnen gewünschten Kanal erhalten. Mit HTML5 lassen sich multimediale Inhalte nach dem Prinzip des Responsive Design sowohl auf Smartphone oder Tablet als auch

am stationären PC in der passenden Form anzeigen und verarbeiten.

Responsive Design bedeutet, dass eine Webseite beim Aufrufen erkennt, welches Endgerät genutzt wird und automatisch die dafür geeigneten Inhaltelemente anzeigt. Anders als statische Webseiten laden dynamische Webseiten bei jedem Aufruf die relevanten Inhaltelemente aus einem Pool von Komponenten. So lassen sich für unterschiedliche Typen von Benutzern hoch individualisierte Landing Pages

erstellen. Doch das ist nur der Anfang. Die Kommunikation und Interaktion in Echtzeit stellt ganz neue technische Anforderungen an Unternehmen und ihre Transaktionsdienstleister. Moderne Entwicklungstools für die digitale Kundenkommunikation ermöglichen Echtzeit-Anwendungen in nativen mobilen Apps, z. B. für die individuelle Online-Kalkulation in der Finanz- und Versicherungsbranche. Aber erst in enger Verzahnung mit den IT-getriebenen Geschäftsprozessen können Transaktionsdienstleister nachhaltig Mehrwertlösungen schaffen und so neue, profitable Geschäftsfelder in der digitalen Welt entwickeln. Das bedingt nicht nur ein Umdenken auf der technischen Ebene, sondern auch im Vertrieb solcher Lösungen und beim Finden geeigneter Abrechnungsmodelle.

Vortrag:

**Mittwoch, 21. Juni, 10.00 Uhr,
Kongressaal 1 im 1. OG.**



Hans-Peter Niesyt,
Projektleiter
bei der Allianz
Deutschland AG:
„Anhand eines
Praxisbeispiels wird
aufgezeigt, warum
das Allianz Output-
Center ein wichtiger
Bestandteil der
Digitalisierungs-
strategie des
Unternehmens ist.“

Vom Leistungsverrechner zum Analysepartner

Digitalisierungsstrategie

Das Print- und Output-Center der Allianz Deutschland AG geht völlig neue Wege bei der Verrechnung seiner Print und Output Service und hat sich damit „Vom Leistungsverrechner zum Analysepartner in der digitalen Welt“ entwickelt.

Transparentes und verursachergerechtes Verrechnen der verkauften Service ist das Eine, aus diesen Verrechnungsdaten noch zusätzliche, für die Kunden wichtige Analysen zu Kostentransparenz, Planungen und Optimierungen zu ziehen, das Andere. Dies kann nur gelingen, wenn Geschäftsvorfälle der Kunden bei der Übergabe von Dokumenten an ein Output-Management-System bestimmte zusätzliche Metadaten mitliefern und diese an das nachfolgende Verrechnungssystem weiterreichen. Dort werden sie entsprechend

je Kunde flexibel abgerechnet und speziell aufbereitet, damit sie jederzeit für den Kunden einfach abrufbar sind und ihn bei der Weiterentwicklung seiner digitalen Geschäftsvorfälle unterstützen. Das Ganze muss natürlich in der heutigen digitalen Welt für alle Outputkanäle funktionieren und die Anforderungen an Datenschutz und Datensicherheit zu jedem Zeitpunkt gewährleistet sein.

Dieser spannenden Aufgabenstellung hat sich das Print- und Output-Center der Allianz Deutschland AG,

welches als Dienstleister für Allianz Gesellschaften, aber auch auf dem externen Markt tätig ist, im Rahmen eines gemeinsamen Software Migrationsprojektes mit einem in der Branche bekannten Softwarehersteller gestellt. Der Vortrag zeigt auf, wie das Projekt in einzelnen Stufen definiert und abgelaufen ist, welche neuen technischen Möglichkeiten, Schnittstellen und Funktionen das gemeinsam entwickelte Software System besitzt und wie sich das implementierte Verrechnungssystem in der laufenden Produktion bewährt. Anhand eines Praxisbeispiels wird aufgezeigt, warum sich das Allianz Output-Center mit diesem Produkt vom herkömmlichen Leistungsverrechner nun zum Analysepartner des Kunden entwickelte und damit ein wichtiger Bestandteil der Digitalisierungsstrategie des Unternehmens ist.

Vortrag:

**Mittwoch, 21. Juni, 10.00 Uhr,
Auditorium im UG.**

Datenschutz für Transaktionsdokumente

Wirtschaftlich drucken

Wie kann die Umsetzung von Datenschutzbestimmungen in einem Druck- und Logistikzentrum im Umgang mit sensiblen Daten realisiert werden? Von der Zutrittskontrolle bis zur Datenträgervernichtung zeigt dies Digitaldruckexperte Manuel Ruland am Beispiel der Datev eG auf.

Vor dem Hintergrund von Gesetzen, Vorschriften und Richtlinien, beispielsweise der BaFin, Mindestanforderungen an das Risikomanagement (MaRisk) und Kontrollzielen des Datenschutzes kommen auf Druck-

zentren enorme Herausforderungen hinsichtlich des Umgangs mit Kundendaten und Druckerzeugnissen zu, um z. B. internen und externen Audits standhalten zu können. Eine lückenlose Zutrittskontrolle zu Sicherheits-

zonen gehört ebenso dazu wie möglichst automatisierte Prozesse in der Produktion, vollständige Verfolgung jedes Dokumentes durch die Verarbeitungsprozesse und sachgerechte Vernichtung von Datenträgern (z. B. bedrucktem Papier).

Anforderungen, deren Umsetzung anhand von Beispielen aus der Praxis der Datev eG im Bereich Druck- und Versanddienstleistung dargestellt werden. Welche technischen und organisatorischen Maßnahmen ergriffen werden können, darüber berichtet Manuel Ruland, Vertriebsberater im IT-Sourcing.

Vortrag:

Mittwoch, 21. Juni, 11.00 Uhr, Auditorium im UG.



Manuel Ruland, Vertriebsberater im IT-Sourcing der Datev eG referiert über die sichere Verarbeitung von Druckdokumenten für Banken und Versicherungen.

Herausforderung „Digitale Transformation“

Investition als Chance

In seinem Vortrag berichtet Simon Cleven, Produktmanager Kuvertieren bei Böwe Systec, u. a. über die Herausforderungen und Chancen, die dieser Veränderungsprozesses für die kuvertierende Weiterverarbeitungsbranche mitbringt.

Digitale Technologien sind längst fester Bestandteil der Kundenkommunikation geworden. Unternehmen stellt dies vor die Herausforderung, aus der Vielzahl der nun verfügbaren Kanäle, die richtigen für ihre Kundenansprache zu wählen. Dabei kommt dem physischen Brief eine besondere Rolle zu: Während er als seriöses Medium für die Übermittlung sensibler Informationen geschätzt wird, verliert er in der Form anonymer Massenmailings oder eintöniger Transaktionsanschriften an Bedeutung.

Indes erfreuen sich individuelle, qualitativ hochwertige Mail-Kampagnen mit personalisierten Inhalten und Beilagen in unterschiedlichen Formaten und Materialien einer gewissen

Renaissance. Denn nur mit der entsprechend originellen, hochwertigen Gestaltung und einer persönlichen Ansprache können diese in der Informationsflut auffallen, ihre volle Wirkung entfalten und somit ihren Preis rechtfertigen.

Für den Produzenten in der Weiterverarbeitung bedeutet das, dass er flexibel eine steigende Zahl individueller, kleinerer Jobs bei einem breiteren Formatspektrum verarbeiten muss. Dabei gilt es die Stückkosten trotz der geringeren Losgrößen und den steigenden Anforderungen an Integrität und Qualität wettbewerbsfähig zu halten. Wie kann das gelingen?

Die Antwort: Mit der Investition in die richtige Technologie. Technologie,

die es ermöglicht, Produktionsprozesse zu automatisieren und dadurch die Produktivität zu erhöhen und die Betriebskosten zu senken. Technologie, die außerdem die nötige Flexibilität bietet, um jederzeit auf neue Anforderungen reagieren zu können – und das bei höchster Datenintegrität und Zuverlässigkeit.

Mit solch einer ausgeklügelten Technologie bietet Böwe Systec in diesem Zusammenhang Anbietern im Transaktions- und Direct Mail-Markt alle Möglichkeiten, die zur Erschließung neuer Geschäftsfelder sowie zu erheblichen Kosten- und Wettbewerbsvorteilen führen können.

Was diese Technologie im Einzelnen zu bieten hat, warum sich eine Investition lohnt und mit welchen Strategien namhafte Dienstleister mit Hilfe von Böwe Systec daraus einen Vorteil für sich ziehen konnten, wird Simon Cleven im Rahmen seines Vortrags „State-of-the-Art-Mailing-Produktion“ näher beleuchten.

Vortrag:

Mittwoch, 21. Juni, 11.00 Uhr, Kongressaal 1 im 1. OG.



Simon Cleven, Produktmanager Kuvertieren bei Böwe Systec: „Eine Investition in neue Technologie kann Outputzentren und Mailingdienstleistern den entscheidenden Wettbewerbsvorteil bringen.“