

Medienkontakte:

Gillian Beard, Kodak, +44 1442 846 730, Gillian.beard@kodak.com

Ursula Voss-Eiden, Kodak, +49 (0) 61 75-79 60 84, Ursula.Voss-Eiden@kodak.com

Martin Umbach, PR KOM, +49 (0) 70 22-5 10 09 rec@pr-kom.com

Treffen für KODAK NEXPRESS Anwender beleuchtete digitale Technologien und neue Geschäftspotenziale

STUTTGART, DEUTSCHLAND, 27. September – Neulich in Köln: Während der Photokina, Leitmesse der Foto und Imagingbranche, veranstaltete Kodak ein Treffen für Anwender von digitalen KODAK NEXPRESS Digitaldruckmaschinen. „Business Development im Fokus“ lautete das Motto und bildete den roten Faden der Vorträge und Diskussionen. Die Veranstaltung am 20. September diente dem Ziel, den Kunden einen Überblick über die Technik-Trends im Digitaldruck sowie Anregungen für geschäftliche Expansion zu geben.

Auf den erstgenannten Aspekt ging Prof. Dr.-Ing. Gunter Hübner von der Stuttgarter Hochschule der Medien ein, indem er die wichtigsten Trends von der drupa 2012 Revue passieren ließ. Wie er ausführte, müssten verschiedene interessante Neuheiten zwar erst noch den Beweis der Praxistauglichkeit erbringen, insgesamt sei aber eine stetige Fortentwicklung der Technologien zu verzeichnen. Zudem bescheinigte Gunter Hübner dem Digitaldruckmarkt eine generell verstärkte Nachfrage nach Veredelungen. Den Bedarf an höherwertigen Druckprodukten, die einen größeren Umsatz einspielen, können Besitzer von NEXPRESS Digitaldruckmaschinen besonders gut erfüllen. Das machte Reinhold Frech, Business Director Digital Solutions für D-A-CH bei Kodak, deutlich. Er hob unter den außergewöhnlich vielseitigen Aufrüst- und Inline-Veredelungsoptionen der NEXPRESS Maschinenplattform die jüngsten Neuerungen hervor: innovative Gold-, Perlmutterglanz- und Neon-Pink-Druckeffekte und zusätzliche Inline-UV-Lackierung sowie künftig ein abermals vergrößertes Langbogenformat (bis 914 mm Länge).

Außerdem gab Reinhold Frech einen Überblick über die unter dem Produktnamen KODAK PROSPER vermarkteten, schnellen Inkjet-Produktionsdrucklösungen. Einen Themenschwerpunkt bildete hier der Einsatz der KODAK PROSPER S-Eindruckssysteme für die hybride Druckproduktion in der Kombination Offset plus Inkjet. Gerade bei raffinierten Dialogmarketing-Anwendungen lassen sich mit diesen Systemen variable Informationen – neben Text auch Bilder, Grafiken, QR- und Barcodes – bei hoher Geschwindigkeit, Qualität

und Wirtschaftlichkeit ein- oder mehrfarbig eindringen.

Apropos Dialogmarketing, diesen Begriff sezierte Rüdiger Maaß, Geschäftsführer des Fachverbandes Medienproduktions e. V., und reichte ihn mit heutigen Bedeutungsinhalten an, die den (Digital-)druck in eine klare Beziehung zum Einsatz von Mobil- und Onlineanwendungen einschließlich Social Media bringen. Maaß sieht Druckdienstleister aufgerufen, Medienkonvergenz mit Leben zu erfüllen und statt der traditionellen Technik-Orientierung in Kundenkommunikation und Umsetzung von Projekten mehr auf marketing- und markenorientierte Aspekte zu setzen.

Was Agenturen sich von Druckern wünschen

Nicht weniger interessant waren die „Erwartungen von Werbeagenturen an Druckereien“, die Natascha Bernhagen vor den versammelten Digitaldruckern entwarf. Die erfahrene Produktionerin erklärte die typische Struktur einer Werbeagentur und die Aufgaben des Produktioners im Zusammenspiel zwischen Lieferanten (z. B. Druckdienstleistern) und Agentur. Gefragt sind demnach Lieferanten, die über hohe Kompetenz sowie die Fähigkeit zu proaktivem Denken und Handeln verfügen. Um sich als Lieferant einer Agentur zu qualifizieren sollten Drucker den Kontakt suchen, die Agentur z. B. mit Mailings und Druckmustern regelmäßig über die eigenen Fähigkeiten informieren und auch vor Kundenbindungsmaßnahmen wie Open Houses oder Fachseminaren nicht zurückschrecken. Natürlich ist dies, wie in einer lebhaften Diskussion zum Ausdruck kam, für Drucker mit einigem Aufwand verbunden, aber damit erhöht sich die Chance auf den Zugewinn von Geschäft.

Den Bezug zur Digitaldruckpraxis schuf Karsten Müller vom langjährigen KODAK NEXPRESS Anwender msp druck und medien gmbh mit gleich zwei Fallbeispielen. Eines veranschaulichte den Einsatz der Geoindividualisierung, um die Werthaltigkeit und Effizienz von individualisierten Mailings zu steigern. Dafür liefert die locr GmbH, deren CEO Rolf Richter bei dem Treffen das ganze Spektrum der Variationsmöglichkeiten aufzeigte, optimierte Karten, die auf topaktuellen GIS-Daten basieren. Im zweiten Beispiel, einer mehrstufigen Mailingkampagne (mit Gewinnmöglichkeit für Adressaten) zur Neukundengewinnung für den Druckdienstleister, wurden Geoindividualisierung, Digitaldruck und die Datenbankdienstleistung von Firmen-Radar kombiniert. Firmen-Radar ist ein Tochterunternehmen der Werner Maier Wertsteigerung GmbH und versorgt B-to-B-

Marketer per Abo regelmäßig mit neuen Firmenadressen (Neugründungen, Umfirmierungen, Umzüge) in Deutschland.

NEXPRESS Anwender auf photokina-Tour

An das Tagungsprogramm schloss sich der Besuch des photokina-Standes von Kodak an. Hier war die KODAK NEXPRESS Photo Press als ein Hauptakteur des Messeaufgebots mit dem Druck hochwertiger Fotobücher und Fotoprodukte beschäftigt. So konnten sich die Teilnehmer des Anwendertreffens ein authentisches Bild von der Rolle der NEXPRESS Photo Press innerhalb der Imaging- und Fotodruckproduktlinie von Kodak machen. Dazu gehören u. a. auch die erfolgreichen KODAK Fotokioske, neue Smartphone- und Tablet-Apps oder die KODAK Create at Home Software – alles Lösungen, mit denen Verbraucher hochwertige, persönliche Fotoartikel überall sofort erstellen und auf KODAK Systemen schnell und professionell produzieren lassen können. Dieser Markt dürfte für Digitaldrucker sehr interessant sein, weil ihm auch für die kommenden Jahre mit jeweils deutlich mehr als 20 % ein überproportionales Wachstum vorhergesagt wird.

Insgesamt ein Event, der die Teilnehmer in konzentrierter Form über digitale Drucktechnologien auf den neuesten Stand brachte und mit zahlreichen Anregungen zur Erweiterungen ihrer Geschäftsaktivitäten versorgte.

Kurzporträt Kodak

Als ein weltweit führender Anbieter von Innovationen für den Imaging-Markt hilft Kodak Endverbrauchern, Unternehmen und professionellen Kreativen, ihr Leben durch die Macht von Bildern, Informationen und des Drucks zu bereichern.

In der grafischen Kommunikationsindustrie unterstützt Kodak seine Kunden im Druck-, Verlags-, Verpackungs- und Enterprise-Markt mit intelligenten Lösungen, die ihnen Wettbewerbsvorteile und eine größere Investitionsrendite erschließen. Weitere Informationen finden Sie unter graphics.kodak.com. Folgen Sie uns auf Twitter unter twitter.com/kodakidigprint und besuchen Sie unseren Blog unter growyourbiz.kodak.com

#

(Kodak und NexPress sind Marken der Eastman Kodak Company.)
2012