

PRINTPRODUKTION – QUO VADIS?

Mehr Effizienz durch verschlankte Produktionsprozesse
und Kostenvorteile durch weltweiten Printeinkauf

OnPrint

HEFT
2|08

Onlinebasierte Prozessoptimierung für Marketing & Print

■ **Globale Unternehmensnetzwerke**
Oft fehlt eine stimmige Gesamtkonzeption

■ **70% Kostensenkung**
Fallbeispiel IT-Investition inkl. ROI-Betrachtung

■ **Professionelles Printmanagement**
Einkaufsvorteile im weltweiten Produktionsmarkt

Gebot der Stunde: Vernetzte Web & Print- Lösungen für ein effizientes Marketing

Online-Prozesse werden immer wichtiger. Print ist nach wie vor unverzichtbar. Gefragt ist eine sinnvolle Verschmelzung.

Druckvorstufe und Printproduktion haben sich in den letzten 15 Jahren durch die Digitalisierung tiefgreifend verändert. Eingebettet in den branchenübergreifenden Prozess der Globalisierung gingen in der deutschen Druckindustrie tausende Arbeitsplätze verloren. Ursächlich hierfür ist, neben der technischen Rationalisierung der Printproduktion, die fortschreitende Internationalisierung des Printeinkaufs, die Abwanderung von Produktionsaufträgen ins Ausland. Dennoch gehört die Druckbranche mit einem Umsatz von rd. 24 Mrd. Euro in 2007 unverändert zu den Schlüsselbranchen in der deutschen Medienlandschaft. Parallel wächst die Bedeutung von E-Commerce von Jahr zu Jahr, so dass vernetzte Web & Print-Kampagnen heute zum Standardrepertoire der Marketing-Kommunikation gehören. Als Basismedium für die eigene Website, einen Online-Shop oder die interaktive Kundenkommunikation ist das Internet für die meisten Unternehmen nicht mehr wegzudenken.

Aber damit ist das Potenzial des Mediums längst nicht ausgeschöpft. Schließlich ist das Internet für fast alle Organisations-, Kommunikations- und Produktionsprozesse im Unternehmen die ideale Plattform, um ein Höchstmaß an Effizienz zu realisieren und damit die eigene Zukunft im globalen Wettbewerb abzusichern: Durch Kosteneinsparungen, durch mehr Effizienz und eine höhere Produktivität. Dass sich die Investi-

tion in maßgeschneiderte IT-Lösungen sehr kurzfristig amortisieren kann, belegt das OnPrint Fallbeispiel in der vorliegenden Magazinausgabe. Darüber hinaus lesen Sie, welche innovativen Möglichkeiten das Internet im Bereich des globalen Printeinkaufs bietet und worauf es dabei ankommt.

Zweifelsohne ist es im unüberschaubaren Markt von heute nicht leicht, die unternehmensindividuell richtigen IT-Systeme und Tools zu finden. Aber genau hier liegen die Daseinsberechtigung und der Wert professionell beratender Print- und Internet-Experten. Sie gewährleisten auf Entscheidungsebene eine kompetente Begleitung strategischer IT-Investitionen. Hierzu gehört nicht nur die Konzeption einer bedarfsgerechten IT-Landschaft, sondern auch die reibungslose Implementierung im Zusammenspiel mit den firmeninternen IT-Spezialisten.

Wir hoffen, dass Ihnen auch die neue OnPrint Ausgabe anregenden Lesestoff bietet. Für Detailinformationen zu einzelnen Beiträgen sprechen Sie einfach direkt den jeweiligen OnPrint Kooperationspartner an.

Ihre OnPrint Redaktion



Höchste Zeit, umzudenken: „Think local, act global.“

Wertvolle Erkenntnis, speziell für international aktive Unternehmen: Effizienz bündelt man am wirkungsvollsten dort, wo heute weltweit alle Fäden zusammenlaufen. Im Internet.

„Nicht die Großen fressen heute die Kleinen, sondern die Schnellen die Langsamen.“ Diese Erkenntnis ist in den Köpfen der meisten Unternehmensentscheider längst verankert. Dennoch stellt sich die Frage, warum viele international agierende Unternehmen die Möglichkeiten der internetgestützten Informationstechnologie nicht konsequent(er) nutzen. Trotz innovativer Software-Lösungen und immer schnellerer Datenverbindungen bremsen sich viele „globale Akteure“ selbst aus. Ein Hauptgrund: Das Handeln vieler Unternehmenszentralen und die daraus erwachsene Unternehmenskultur folgt immer noch dem IBM-Leitsatz aus den Anfangstagen der Globalisierung: „Think global, act local“.

Kern dieser Philosophie ist, den einzelnen Niederlassungen als den Spezialisten für ihre lokalen Märkte weitestgehend freie Hand zu lassen, solange „die Zahlen stimmen“. Das Ergebnis: Jede Niederlassung entwickelt ihre eigenen Geschäftsprozesse, pflegt ihre eigenen Datenbestände, nutzt ihre eigenen, nicht selten veralteten IT-Lösungen. Bei der Umsetzung länderübergreifender Projekte, etwa beim Einsammeln der Ergebniszahlen für den Quartalsabschluss oder bei Erstellung des nächsten internationalen Kataloges, offenbart sich dann regelmäßig: Der geförderte Wildwuchs an nationalen, „marktnahen“ Insellösungen ist letztlich Sand im Gesamtgetriebe. Die Umkehrung des antiquierten IBM-Credos in „Think local, act global“ eröffnet zeitgemäße Wege zu mehr Produktivität und Effizienz. Entscheidend hierbei: Eine grundlegend neue Handlungsorientierung von oben nach unten. Die Einführung einer unternehmensweit homogenen IT-Struktur muss von der höchsten Entscheidungsebene ausgehen und bedarf einer zentralen Projektsteuerung.

1. Ziele auf Unternehmensebene (global)

Etablierung eines weltweit nutzbaren, webbasierten Marketing Management Systems als Plattform für interne Kommunikation, Marketing und Vertrieb

- Zentraler, global verfügbarer Datenbestand mit konsolidierten Informationen
- Unternehmensweite Standardisierung der Unternehmensprozesse
- Nutzung aller sinnvollen Möglichkeiten zur Automatisierung
- Integration sämtlicher Funktionalitäten in einer homogenen Software-Systemlösung

2. Ziele auf Anwenderebene (local)

Inhaltliche und formale Anpassung an lokale Gepflogenheiten, Rechtsnormen, kulturelle Besonderheiten, Sprachen

- Die vereinheitlichte IT-Infrastruktur darf kein dirigistisch verordnetes Zwangskorsett sein. Sie muss jeder Niederlassung die Flexibilität und Funktionsvielfalt bieten, die für den Erfolg im jeweiligen lokalen Markt nötig ist.

Für die Konzeption und Implementierung einer solch komplexen, international einheitlichen Lösung braucht es kompetente interne/externe IT-Experten mit ganzheitlichem Blickwinkel. Es muss auch klar sein, dass jede aktive Veränderung der Unternehm-

enskultur auch interne Widerstände verursachen kann und nicht über Nacht funktioniert. Auf der Habenseite für das Unternehmen stehen nachhaltige Kostenvorteile und ein dauerhafter Effizienzgewinn.

Nachhaltiger, unternehmensweiter Nutzen

- Reibungsfreie internationale Zusammenarbeit (z.B. multinationale Projektteams)
- Beschleunigter Projektdurchsatz, kürzere Zyklen für Produktneheiten
- Mehr Effizienz/Flexibilität beim weltweiten Einsatz von Mitarbeitern (kürzere Einarbeitung)
- Zeit-/Kostensparnis durch weitgehend papierlosen Workflow
- Gewinn von Personalressourcen für strategische Aufgaben (Wegfall unnötiger Mehrfacharbeiten)
- Reduzierter Aufwand für IT-Wartung und Pflege



Willkommener Zusatzeffekt einer unternehmensweit homogenen IT-Lösung: Durch den reduzierten Abstimmungsbedarf im Tagesgeschäft sinken auch der Zeit- und Kostenaufwand für Geschäftsreisen und internationale Projektmeetings.

„Schon nach gut 1/2 Jahr waren die Kosten wieder drin!“

Einfaches Rechenexempel: Nachhaltige Kostensenkung durch die webbasierte Verschlankung komplexer Prozesse.

Viele Unternehmen suchen nach Wegen, um komplexe, langjährig gewachsene Arbeitsabläufe bei der Druckmedienherstellung zu vereinfachen und Kosten zu sparen. Doch häufig fehlt den Entscheidern der Abstand, um den Gesamtprozess und das Potenzial zur Effizienzsteigerung ganzheitlich zu erfassen. Oder es mangelt an hausinternem IT-Know-how, um die bestgeeignete Lösung zu finden. Welches Software-System bringt den größten Nutzen, wie hoch ist die nötige Investition und wann hat sie sich amortisiert? Erfahrene externe IT-Spezialisten können diese Fragen im Voraus beantworten und damit die Investitionsentscheidung auf eine solide Grundlage stellen. Das folgende Praxisbeispiel skizziert den Weg von der Problemstellung bis zur sauber durchkalkulierten Investitionsentscheidung.

Das Unternehmen

Ein mittelständischer Versandhändler mit einem Sortiment von rund 3000 Artikeln. Hauptvertriebsinstrumente sind jährlich 2 aufwendig gestaltete Saisonkataloge (Sommer 360 Seiten/Winter 460 Seiten) und der E-Shop.



Die Statusanalyse

Aus den identifizierten Schwächen der bisherigen Arbeitsabläufe leiteten sich die wesentlichen Zielvorgaben für die Erneuerung der IT-Architektur ab.

Katalogprozess: Umständlich, veraltet und sehr teuer. Beteiligung vieler externer Dienstleister und Agenturen. Zahlreiche Medienbrüche im Prozessablauf.

E-Shop: Gemietet und von externem Dienstleister gepflegt.

Doppelarbeiten: Katalog und E-Shop werden in separaten, mühevollen Arbeitsabläufen erstellt.

Die Lösungsvorschläge

Basierend auf einer anpassungsfähigen Software für Cross Media Publishing wurden dem Versandhändler mögliche Optimierungsmaßnahmen vorgeschlagen. Zu den Eckdaten gehörte ein Investitionsaufwand von rund 140.000 €, die Amortisationszeit sollte laut Vorgabe des Kunden maximal 18 Monate betragen.

Eine mögliche Systemlösung

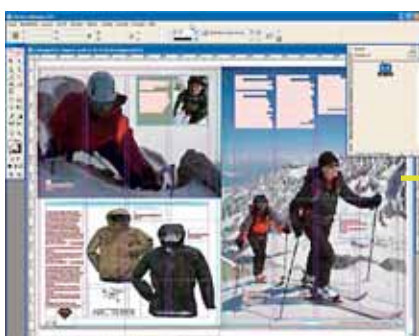
Ein integriertes Komplettsystem mit professionellen Software-Lösungen für Produkt- und Kundendatenverwaltung, sowie für die automatisierte Erstellung des Printkatalogs. Mit inbegriffen: Ein Modul zur E-Shop-Einbindung.

Die Kundenentscheidung

Trotz des etwas höheren Aufwandes zur Übernahme vorhandener Bildbestände fiel die Wahl auf die integrierte Komplettlösung. Die ROI-Betrachtung belegte, dass sich die Investition „fast aus dem Stand“ rechnet. Zwei weitere Vorzüge, abgesehen von der höheren jährlichen Kosteneinsparung: Alle am Katalogprozess Beteiligten, insbesondere die verantwortlichen Sortimentsleiter, werden besonders umfassend und nachhaltig entlastet. Für die Geschäftsleitung wird der komplette Prozess endlich überschaubar und transparent.

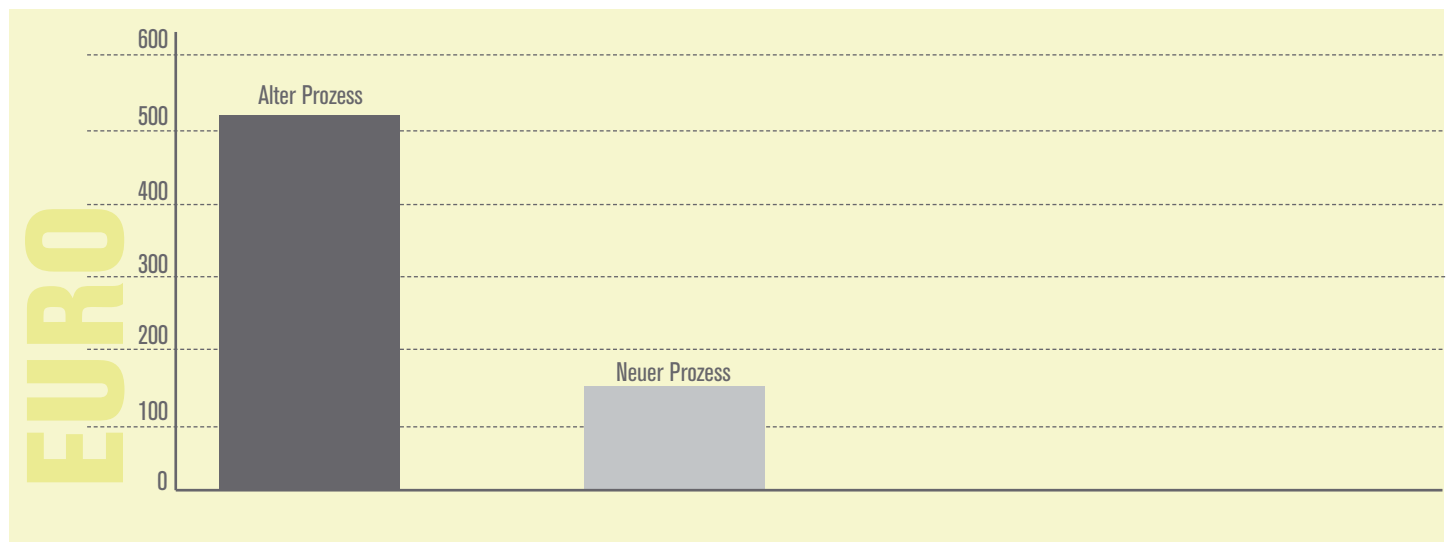
Der erste Schritt zu mehr Effizienz: Eine gründliche Status-Analyse.

Alter Prozess	Status-Analyse/Bewertung	Neuer Prozess
1. Ordererfassung im Warenwirtschaftssystem	Schritt kann nicht ersetzt werden	
2. Erstellung von Scribbleseiten im Vorfeld der Katalogmusterung	Medienbruch 1: Handschriftlich (keine spätere Verwendbarkeit)	1. Ordererfassung im Warenwirtschaftssystem
3. Musterung (I): Artikel werden nummeriert und einzeln für Musterbuch abfotografiert („Platzhalterfotos“)	Hoher Aufwand für „Platzhalterfotos“ (keine spätere Verwendbarkeit) – ersetzbar durch Fotos der Hersteller/Lieferanten	2. Automatischer Import von Produktdaten und Abbildungen in die PMS-Suite
4. Musterung (II): Layoutbriefing bzgl. Artikelzusammenstellung und Seitenpositionierung (Ende Musterung)	Strukturierung des Briefingmaterials hat häufig Schwächen	3. Auswahl, Zusammenstellung und Pflege der Produkte als PMS View oder Kanäle
5. Erstellung Musterbuch: Seiten werden mit Platzhaltern „gelayoutet“ und mit Einzelementen und Fotografenvorgaben zum Musterbuch zusammengefasst	Medienbruch 2: Aufwendige Seitenerstellung in QuarkXPress, die nur als Vorlage dient (keine spätere Verwendung für finales Layout)	4. Erstellung „Digitales Musterbuch“ in der Creation Suite (zusätzliche Notizfunktion)
6. Fotografenbriefing anhand des Musterbuches	Briefing-Formulierungen häufig zu unpräzise	5. Anhand des Musterbuches Fotografenbriefing und Fotoshooting – Legeware und Aktionsfotos
7. Fotoshooting: Legeware und Aktionsfotos	Mangelnde Briefing-Qualität führt zu unbefriedigenden Ergebnissen bei Aktionsfotos	
8. Auswahl von Fotos, Versand an Layouter	Nach Fotoauswahl zeitraubende Versendungen vermeidbar	6. Auswahl, Nachbearbeitung und Import der Fotos, autom. Platzierung sowie Einfügen von fehlenden Produktbeschreibungen im Layout
9. Nachbearbeitung der Fotos	Schritt weiterhin erforderlich	
10. Erstellung Produktbeschreibungen und E-Mail-Versand an Layouter je Doppelseite	Verschiedene Medien-/Dateiformate (Word/Excel/ Outlook + handschriftliche Infos) – müssen vom Layouter manuell übertragen werden	7. Digitales Musterbuch wird durch Reinzeichnung zum Katalog
11. Formatierung Produktbeschreibungen	Erfolgt bereits effizient im Formatierungsprogramm	
12. Neuerstellung Seitenlayout nach Mustervorlage in QuarkXPress anhand der ausgewählten Fotos & Textelemente	Medienbruch 3: Layout-Neuerstellung in QuarkXPress ersetzbar durch automatische Befüllung aus Produktdatenbank	
13. Reinzeichnung	Aufwand ggfs. durch Produktdatenbank ebenfalls reduzierbar	
14. Abstimmung & Korrektur	Hohe Zahl der Korrekturläufe wird sich voraussichtlich verringern	

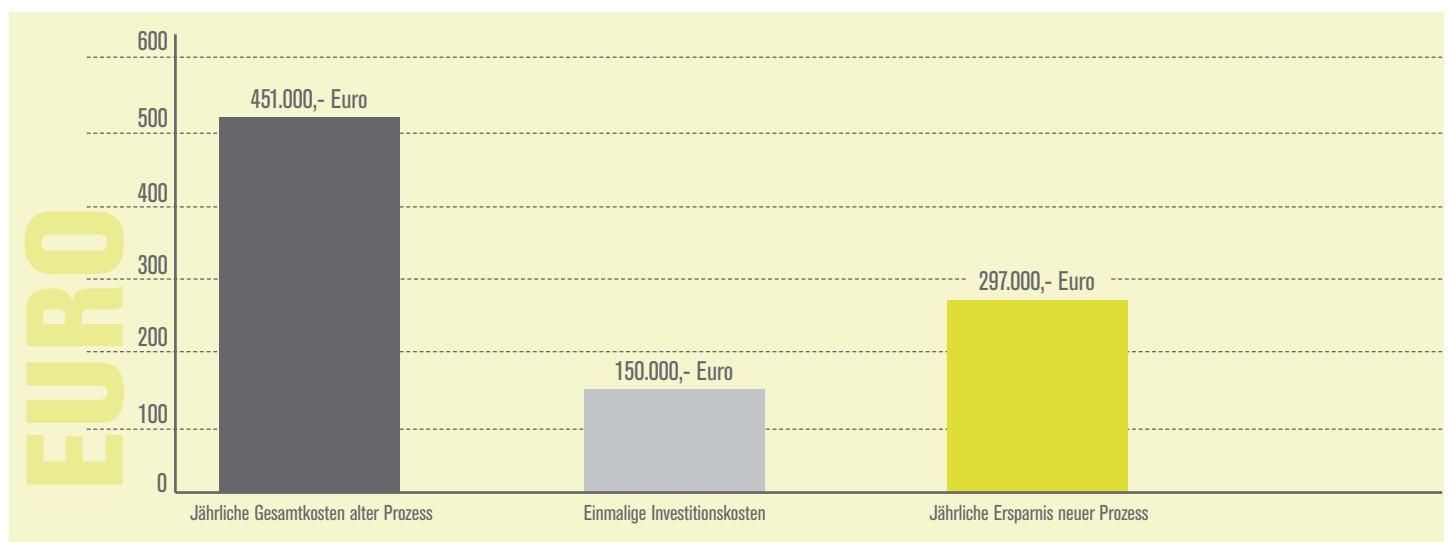


Optimale Verbindung von Print & Web-Anwendungen: Aus der finalen Layoutgestaltung lassen sich automatisch die digitalen Druckdateien für die Katalogproduktion erzeugen. Zugleich können die Produkt- und Bilddaten ohne Aufwand in den Online-Shop importiert und mediengerecht dargestellt werden.

ROI-Betrachtung: Gesamtkosten je Katalogseite vorher/nachher



ROI-Betrachtung: Bisherige Gesamtkosten pro Jahr vs. Investitionsvolumen und jährliche Ersparnis



Die sorgfältige Ermittlung der IST-Kosten und des Einsparpotenzials erlaubte die Prognose, dass sich die Investition bereits im ersten Jahr (ab der 442. von insgesamt 820 Katalogseiten) auszahlt.

Automatische E-Shop-Erstellung inklusive

Besonderer Vorzug der integrierten Systemlösung:

- Die Produktdaten werden schnittstellenfrei in den Shop übernommen, die mediengerechte Darstellung der Bilder erfolgt automatisch
- Einbindung des Warenwirtschaftssystems, z.B. Lagerbestandsabfragen in Echtzeit
- Kombination von Kundenprofil- und Produktdaten für ein professionelles E-Marketing, z.B. kundenindividuelle, personalisierte Angebote und Newsletter

Die Vorteile der Systemlösung im Überblick:

- Hohe Zeit- und Kosteneinsparungen (Ø 30 - 80% je nach Arbeitsschritt) durch Prozessoptimierungen
- Keine redundanten Arbeitsabläufe mehr und schnellere Reaktion auf Marktänderungen

- Fehlerreduzierung und Qualitätssteigerungen durch automatische Abläufe, d.h. besseres, schnelleres Medienmanagement
- Deutliche Umsatzsteigerungen durch ein optimales Zusammenwirken von Direktverkauf, Shopsystem, Newslettern und Katalogen
- Optimierung des Abverkaufs und Reduzierung von Lagerbeständen durch Anbindung an das Warenwirtschaftssystem



Sie haben Interesse an einer individuellen webbasierten IT-Lösung für Ihr Unternehmen mit vorheriger ROI-Berechnung?

*Kontaktieren Sie MOSAIQ-MEDIA
Glenn Kusardi
Geschäftsführer IT-Beratung & Konzeption*

Kompetente Begleitung für Printproduktion & Werbemittelleinkauf!

Gesucht – gefunden: Direktzugang zu den internationalen Beschaffungsmärkten mit persönlicher Projektbetreuung durch Produktionsspezialisten

BRANDS & FRIENDS: Professioneller Produktionsservice

für Printproduktionen in allen Druckverfahren, für dreidimensionale Werbemittel und für Sonderwerbformen:

- Klassische Produktionsabwicklung nach individueller Anfrage via E-mail, Telefon, Fax
- Projektausschreibungen über das baf-Printportal
- Auftragsplatzierung zum Bestpreis per Online-Auktion
- Ausschreibung von Jahresetats über das Printportal

*Für eine Beratung steht Ihnen zur Verfügung:
Peter Backes, Produktionsleitung bei BRANDS & FRIENDS*



Die Erstellung hochwertiger Printerzeugnisse und Werbeartikel erfordert ein sehr komplexes Know-how. Die Einkäufer vieler Markenunternehmen nutzen deshalb gerne das Expertenwissen, die Erfahrung und die Kontakte von Produktionsagenturen. Schließlich können spezialisierte Produktionsdienstleister dazu beitragen, die Quadratur des Kreises zu schaffen, wie sie dem Einkäufer heute in der Regel abverlangt wird: Er soll möglichst günstig einkaufen, die eingekauften Produktionen sollen die bestmögliche Qualität haben und die Lieferung muss absolut zuverlässig innerhalb der Terminvorgaben erfolgen. Und das bei häufig extrem knappen Produktionsvorläufen.

Die 1997 gegründete BRANDS & FRIENDS GmbH hat früh erkannt, dass die Globalisierung des Beschaffungswesens auch vor dem Bereich Print- & Werbemittelproduktion nicht Halt macht. So hat die Bochumer Produktionsagentur, ergänzend zu ihrem „klassischen Leistungsspektrum“, ein internetgestütztes Printportal etabliert, das (ab einem sinnvollen Auftragsvolumen) den Zugang zum globalen Beschaffungsmarkt eröffnet. Mit diesem Marktplatz bietet BRANDS & FRIENDS einen Service als unabhängiger, neutraler Produktionsmakler, der die Nutzer bei der Ausschreibung einzelner Projekte oder kompletter Jahresetats kompetent unterstützt. Zusatzvorteile des Portals: Durch ein eigens entwickeltes Online-Tool mit Outlook-Anbindung lassen sich selbst komplexe Produktionen Zeit sparend verwalten und steuern. Der Handlingaufwand für den Einkäufer/Auftraggeber und die Zahl möglicher Fehlerquellen werden durch den schlanken Online-Prozess minimiert.

Hohe Qualität, niedrige Kosten

Basis des Printportals: Ein branchenübergreifender Pool aus rund 180 handverlesenen Produktionspartnern aus 13 Ländern. Der Zugang zum Portal nach einfacher Registrierung eröffnet gleich auf drei Ebenen handfeste Vorteile:

- Budgetentlastung: Einsparungen von bis zu 20%, je nach Auftragsvolumen
- Workflow-Optimierung: Durchgängig transparente Produktionsprozesse, für die beteiligten Projektpartner online verfolgbar (projektcode-geschützt)
- Ergebnisqualität: Gewährleistet durch zertifizierte Lieferanten und die hausinterne Projektsteuerung durch erfahrene Produktionsprofis. Bei Auslandsproduktionen Qualitätssicherung/Abnahmen vor Ort durch Mitarbeiter oder Repräsentanten.

Unterstützung, die spürbar entlastet

Von der konzeptionellen/kreativen Werbemittel-Entwicklung über die Druckvorstufe und den Druck bis hin zur Lieferlogistik: Dank des modularen Leistungsangebotes kann BRANDS & FRIENDS auf Wunsch alle Phasen der Produktion aus einer Hand begleiten oder aber einzelne Projektstufen betreuen. Individuelle persönliche Beratung und Prinzipien wie „ein verantwortlicher Ansprechpartner pro Projekt“ zeichnen den Bochumer Produktionsservice aus. Dass ein so konsequent am Kundenbedarf orientiertes Dienstleistungskonzept auch für kniffligste Produktionsaufgaben praktikable Lösungen liefert, verwundert wenig.

Weitere Informationen: www.baf-print.de

Einkauf Fernost: Chancen & Risiken!

Attraktive Einkaufsvorteile lassen Produktionsstandorte in Osteuropa und Fernost boomen. Allerdings hat die Produktion im Ausland auch ihre Tücken. Bei blauäugiger Herangehensweise kann sie leicht zum Abenteuer werden...

OnPrint: Wann lohnt sich Produktion in Fernost, Frau Peters? Und wann nicht?

Pauschal gesagt: Je höher die Auflage, desto größer der Einkaufsvorteil. Konkret, am Beispiel China: Ein Chinese verdient umgerechnet ca. 100,- Euro im Monat. Da kann man sich auch ohne Taschenrechner ausrechnen, wie die Lohnstückkosten im Vergleich zur Produktion in Deutschland aussehen. Allerdings darf man bei der Kalkulation die nicht unerheblichen Kosten für Shipment/Transport, Versicherung, Zolleinfuhr usw. nicht vergessen. Außerdem sind die Container gut und gerne 6 – 8 Wochen von China nach Deutschland unterwegs. Es braucht also auch eine entsprechend langfristige Produktionsplanung.

OnPrint: Was sind nach Ihrer Erfahrung die größten Hürden?

Neben Sprachbarrieren die chinesische Mentalität, die für einen Deutschen nicht wirklich fassbar ist. Da ein Chinese aus Prinzip immer „Ja“ sagt, kann man nie sicher sein, dass er einen verstanden hat. So können z.B. bestellte Muster gänzlich anders ausfallen, als vorher besprochen. Der Chinese macht einfach! Man darf sich also nicht wundern, wenn man ein Muster 3 - 5-mal anfragen muss, um endlich das richtige zu bekommen. Dieser Hürdenlauf zieht sich von der Anfrage bis zur Produktion und kostet natürlich Zeit und Nerven. Von gewohnten europäischen Maßstäben sollte man sich von Anfang an verabschieden.

OnPrint: Gibt es qualitative Unterschiede in der Produktionstechnik?

Es ist keineswegs so, dass man in China nur über Maschinen verfügt, die wir als veraltet oder überholt bezeichnen würden. Aber es fehlt meist an Personen, die diese Maschinen auch entsprechend bedienen können, was hin und wieder zu abenteuerlichen Erlebnissen führt. Dementsprechend sind dann leider auch die Ergebnisse schon mal nicht so gut, wie sie eigentlich sein könnten. Permanente Kontrolle ist also unerlässlich, sonst wird aus dem gewünschten satten Grün schnell mal ein knalliges Rot. Andererseits sind die Chinesen Meister im Improvisieren, erzielen mit bescheidenen Mitteln bisweilen erstaunliche Resultate.

OnPrint: Was ist für eine reibungslose Produktionsabwicklung unverzichtbar?

Wie schon gesagt: Viel Zeit, starke Nerven und permanente Kontrolle. Bereits bei den Anfragen für Fernost-Produktionen ist es unerlässlich, dass man einen Ansprechpart-



*Geschäftsführung BRANDS & FRIENDS
Susanne Peters*

ner direkt vor Ort hat. Dieser sollte mehrsprachig sein oder entsprechende Mitarbeiter haben, um alle Sprachhürden zu überwinden. Ein Chinese, der Mandarin spricht, kann sich in Nordchina nicht verständigen! Für manche Produkte ist eine persönliche Abnahme, bzw. eine Abnahme durch einen Fachmann vor Ort unverzichtbar. Gerade Produkte, die ge- oder bedruckt werden, sollten direkt an der Maschine abgestimmt werden, um dann auch wirklich ein akzeptables Ergebnis zu erhalten.

OnPrint: Wie lange wird der China-Boom nach Ihrer Meinung andauern?

Solange es ein klares Lohngefälle zwischen Deutschland und China gibt, wird die Fernostproduktion attraktiv bleiben. Allerdings kann man bereits spürbare Lohn- und Kostensteigerungen in China beobachten. Und es gibt Planer in Peking, die den Umbau des Standortes zu einer Hightech-Volkswirtschaft vorantreiben. Nach den Regeln des globalen Wettbewerbs rücken somit verstärkt auch Staaten wie Vietnam, Taiwan, Korea oder Indien in den Fokus der Einkäufer.

OnPrint: Vielen Dank für das Gespräch, Frau Peters.

Produktion in Fernost

„Ein Fall für Profis...“



Unternehmen, die von den deutlichen Preisvorteilen bei Einkauf und Produktion in Fernost profitieren wollen, sollten sich der Besonderheiten und Risiken bewusst sein. Wer sich mit den Standards und Geschäftsgepflogenheiten, etwa „im Reich der Mitte“, nicht auskennt, kann hier ohne einen erfahrenen, vor Ort präsenten Produktionspartner schnell Schiffbruch erleiden.



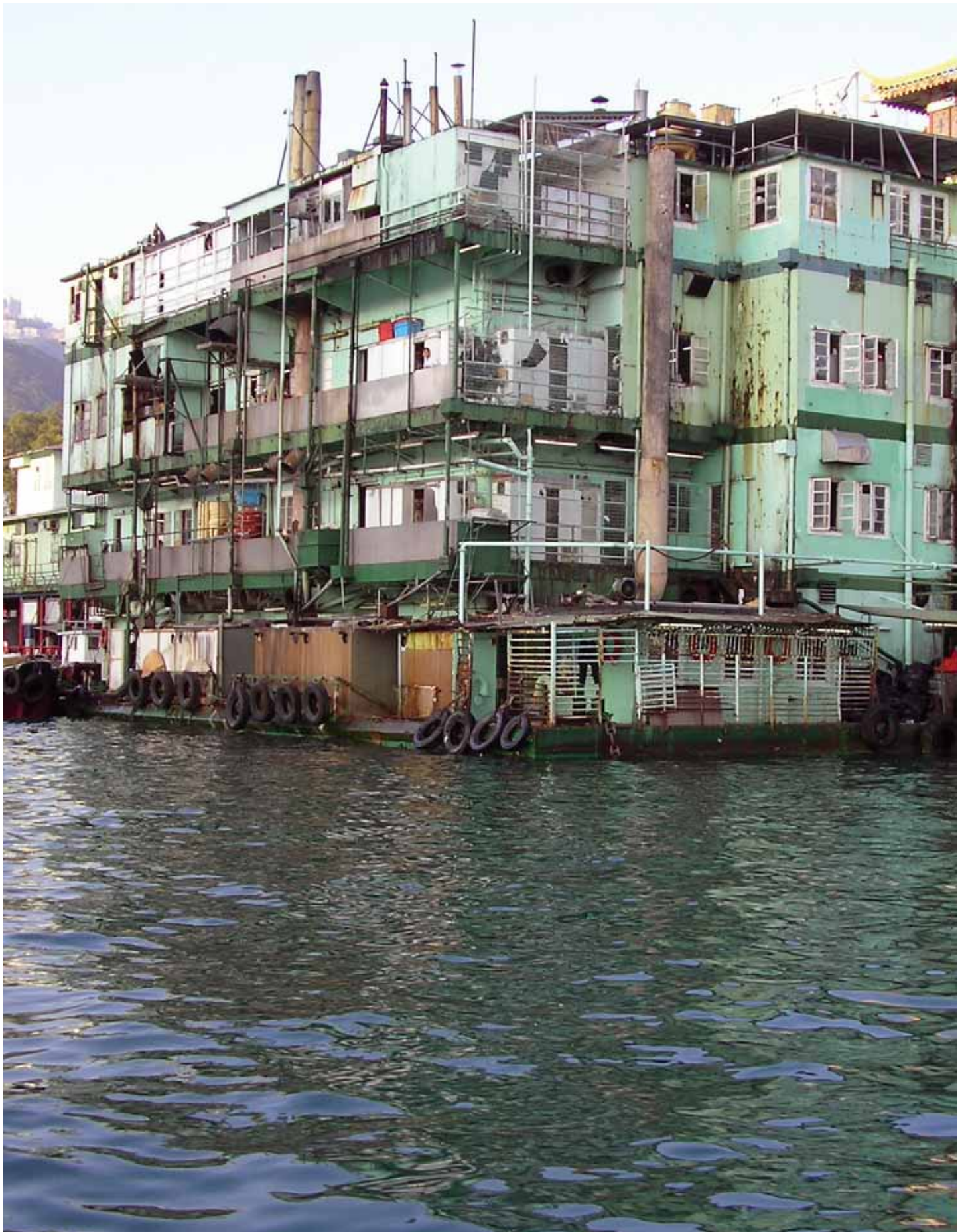
Mühsam, aber unverzichtbar: Nur die Produktionsabstimmung direkt vor Ort kann gewährleisten, dass bei der Auflagenproduktion neben dem Einkaufspreis auch die Qualität stimmt.



Permanente Kontrollen sind der wichtigste Faktor, um die Betriebsamkeit chinesischer Produktionspartner in die gewünschten Bahnen zu lenken.

Worauf man in China gefasst sein muss...

- Chinese New Year (Anfang Februar) ist Nationalfeiertag. Dann stehen die Maschinen 14 Tage still, passiere was wolle!
- Abrechnung: Am liebsten alles bar, sofort und ohne Abzüge! Sobald der Auftrag erteilt wird, fließen die ersten Gelder. Keine Ware verlässt das Land, bevor nicht der letzte Karton bezahlt ist.
- Höhere Gewalt: Tagelange Stromausfälle oder Energieknappheit sind nicht selten. Also: Produktionsstopp. Auch Schneekatastrophen wie 2007 in Shanghai oder Krankheiten wie SARS oder Schweinepest können ganze Regionen lahmlegen. Dagegen gibt es keine Versicherung, da hilft kein Schimpfen, kein Betteln, kein Flehen: Die Ware kommt einfach nicht.



OnPrint

Gewinnspiel

In jedem Unternehmen gibt es andere Optimierungspotenziale und Möglichkeiten, die Marketing-Effizienz zu steigern. Wo sehen Sie persönlich konkrete Problemfelder und Handlungsbedarf in Ihrem Unternehmen? Zu welchem Themenbereich würden Sie gerne unverbindlich von Experten eine Problemanalyse mit Lösungsansätzen erhalten:

- Nutzung des Internet als strategisches Marketinginstrument?
- Kostensenkung/Prozessoptimierung bei Printproduktion/Einkauf?

Setzen Sie sich jetzt mit uns in Verbindung und profitieren Sie von unserer Expertise. Mit etwas Glück gewinnen Sie – neben wertvollen Einsichten für Ihr Unternehmen – ein iPhone der neuesten Generation (o. Vertrag)!*



Um an der Beratungsaktion teilzunehmen, senden Sie einfach bis zum 30. November 2008 eine E-Mail unter dem Betreff „gut verbunden“ an BRANDS & FRIENDS (Themenkreis Produktion/Einkauf) oder an MOSAIQ-MEDIA (Themenkreis Internet). Schildern Sie mit ein paar Stichworten Ihr spezielles Interesse oder Problem – wir nehmen umgehend Kontakt mit Ihnen auf.

* Der Gewinner wird per Los ermittelt, alle bis zum Stichtag eingegangenen E-Mail-Einsendungen nehmen an der Verlosung des iPhone teil.

BRANDS & FRIENDS GmbH

Wittener Straße 56
44789 Bochum
Fon: 0234 97 33 52-0
info@baf-print.de
www.baf-print.de

MOSAIQ-MEDIA GmbH

Weilimdorfer Straße 45
70825 Korntal/Stuttgart
Fon: 0711 839 48 48-30
welcome@mosaiq-media.de
www.mosaiq-media.de