Ohne Print geht es nicht

GEDRUCKTE WERBEMITTEL SIND NACH WIE VOR GEFRAGT

VON ALBERT PAUL

Man könnte annehmen, dass durch die Ausbreitung des Online-Marktes die Print-Medien immer stärker an Bedeutung verlieren. Erfahrungen zeigen jedoch, dass es auch künftig ohne den Print-Bereich einfach nicht gehen wird. Gedruckte Werbemittel werden weiterhin eine wichtige Rolle spielen, denn sie haben eine zentrale Impulsgeber-Funktion für die Online-Plattformen.

Als jüngstes Beispiel kann der Versuch des Traditionsversenders Neckermann angeführt werden, der den schweizerischen Markt ausschließlich über das Internet erobern wollte. Dieses Experiment scheiterte jedoch grandios – heute verschickt das Unternehmen wieder gedruckte Kataloge an seine Kundschaft. Auch die Studie „Distanzhandel in Deutschland 2009“ des Bundesverbands des Deutschen Versandhandels belegt, dass Kataloge und Broschüren weiterhin unentbehrliche Elemente im Marketing-Mix darstellen. So liefert die Erhebung die wichtige Erkenntnis, dass fast 70 Prozent der Befragten, die im Internet bestellt haben, sich zuvor im Katalog des Versenders über das jeweilige Produkt informiert haben.

Albert Paul ist Geschäftsführer des Beratungsunternehmens Costexpert.

HAND IN HAND MIT DEM ONLINE-ANGEBOT

So können Marketingleiter auch zukünftig keinesfalls die Kosten für Kataloge, Folder, Produktbroschüren, etc. einsparen. Vielmehr müssen die künftigen Print-Projekte weiter ausgebaut und mehr auf die Online-Bereiche abgestimmt werden. So sollten sich nach dem Motto „Print follows E-Commerce“ sowohl die Gestaltungsformen der Kataloge und der Broschüren, als auch deren Inhalte an der Online-Optik orientieren. Um das Verhältnis Kosten zu Qualität dennoch optimal zu gestalten, bedarf es spezieller Analysetechniken sowie einer individuellen und strukturierten Lösungserarbeitung.

POTENZIALE GEZIELT AUFDECKEN

Intern sind die verantwortlichen Mitarbeiter jedoch oftmals durch das operative Tagesgeschäft und das fehlende Know-how gar nicht in der Lage, sich die genauen Prozessabläufe, die aktuelle Marktsituation und die erforderlichen Qualitätskriterien anzuschauen sowie die verschiedenen Anbieterprofile genau unter die Lupe zu nehmen. Deshalb kann in diesem Bereich eine Zusammenarbeit mit einem externen Spezialisten zu ungeahnten Optimierungsergebnissen führen. Durch einen genau auf diesen Bedarf angepassten Projekt-Ablauf lassen sich sowohl die erforderliche Qualität sicherstellen als auch das beste Preisniveau erreichen. Die „Costexpert GmbH“ aus Neu-Ulm bietet einen solchen Optimierungsprozess auf Erfolgsbasis an. Hierbei werden folgende Punkte untersucht:

Produktanalyse
In vielen Print-Portfolios herrschen Unübersichtlichkeit und ein hoher Grad an Komplexität. Oftmals sind es kleine Differenzierungen, die diese komplexen Strukturen verursachen. Durch eine intelligente Standardisierung der einzelnen Produktgruppen, kann im Vorfeld bereits die Transparenz gesteigert werden, was unmittelbare Kostenvorteile nach sich zieht.

Analyse und Darstellung der Kostensituation
In dieser Projektphase wird eine detaillierte Untersuchung der aktuellen Kostensituation mit allen Produktdetails, Bestellzyklen und Bestellmengen sowie Lieferanten-Konstellationen und Konditionsvereinbarungen durchgeführt und individuell für den Kunden aufbereitet.

Anbieter-Vergleich mit gewichteter Bewertung
Hier werden die in Frage kommenden Anbieter strukturiert aufbereitet und mit allen relevanten Qualitätskriterien gegenübergestellt. Somit kann der ideale Partner für die jeweiligen individuellen Bedürfnisse des Kunden ermittelt werden.

Vergabevorschläge mit Einsparpotenzialen
Wichtig ist es, dass die Verantwortlichen des Kunden in den Entscheidungsfindungsprozess involviert sind. Hierzu werden vom Expertenteam mehrere Lösungsalternativen vorgestellt, die jeweils unterschiedliche Vorteils-Pakete beinhalten.

AUSGEZEICHNETE LEISTUNG

Durch den erfolgsbasierten Ansatz entsteht für den jeweiligen Kunden kein Risiko. Die Verantwortlichen können sich entspannt zurücklehnen und die Ergebnisse der Spezialisten abwarten. Für das hohe Maß an Kundenorientierung und die spezielle Ausrichtung an den Bedürfnissen mittelständischer Unternehmen wurde Costexpert jüngst mit dem „Top Consultant Award 2010“ ausgezeichnet, der unter anderem die Zufriedenheit der Kunden widerspiegelt und die Verbundenheit mit dem deutschen Mittelstand unterstreicht. ■

► WWW.COST-EXPERT.DE

Viele Kunden wollen trotz Onlineshops nicht auf Gedrucktes verzichten.

„ERWARTUNGEN WEIT ÜBERTROFFEN“

Die Bredent GmbH & Co. KG aus Senden bei Ulm entwickelt und produziert innovative Produktsysteme rund um die Zahntechnik. Sowohl für Fortbildungsmaßnahmen, als auch für die Präsentation der zahlreichen Artikel, verwendet das Unternehmen eine Vielzahl an Katalogen, Prospekten und Broschüren. Alle Druck-Artikel können über die Internetseite abgerufen oder in Papierform bestellt werden.
Um dieses Print-Portfolio so kostenoptimal und mit einem Höchstmaß an Qualität seinen Mitarbeitern und seinen Kunden zur Verfügung zu stellen, ließ sich das Unternehmen in diesem Bereich mit externer Unterstützung auf das Level der Kosten-Exzellenz bringen. „Die Zusammenarbeit mit den Experten war sehr professionell und zielorientiert“, unterstreicht Sascha Ernst, Leiter Controlling bei der Bredent Group. „Unsere Erwartungen wurden sowohl in Bezug auf das erreichte Qualitätsniveau, als auch auf die Kosteneinsparungen weit übertroffen. Demzufolge haben wir Costexpert auch den Auftrag für die Optimierung weiterer Bereiche erteilt.“

FOTO: FOTOLIA