

Printdata bietet einen ganzheitlichen Blick auf den Digitaldruck

# Gute Resonanz zur Printdata insight

Mit Printdata insight hat das Karlsruher Kompetenz-Center für digitale Drucklösungen eine neue Veranstaltungsreihe ins Leben gerufen, bei der sich alles um innovative Ideen, Trends und Technologien für den Digitaldruck dreht. Abgerundet durch zehn Partnerunternehmen, wurde den Besuchern so ein ganzheitlicher Blick auf den Digitaldruck geboten.

Das Grundkonzept der printdata insight-Hausmessen in Hamburg und in Karlsruhe-Eggenstein bildete die Darstellung neuer Möglichkeiten für die Prozessoptimierung in den verschiedenen Stationen im Arbeitsalltag von Druck- und Medienunternehmen – angefangen bei der Integration in die Geschäftsprozesse bei Kunden über die wirtschaftliche und fehlerfreie Abwicklung der Aufträge bis hin zur Herstellung beeindruckender Druckerzeugnisse inklusive Weiterverarbeitung. Mit Hilfe der Unterstützung durch die Partnerfirmen konnten den Besuchern jeweils an drei Tagen einige wesentliche Bausteine für einen erfolgreichen Digitaldruck live, in Grundsatzvorträgen und praxisbezogenen Workshops präsentiert werden.

## DIGITALDRUCK KOMBINIERT MIT SMARTEN VEREDELUNGEN

Anhand des aktuellen Modells Xerox Versant 180 wurden die Automatisierungsvorteile der Xerox Druckmaschinen live demonstriert, und die Besucher konnten sich selbst von ihrer konstant hohen Druckqualität überzeugen. Mit dem Klartoner, der in Hamburg an einer Xerox CP1000 gezeigt wurde, eröffnet sich Anwendern nicht nur eine weitere Kreativoption, sondern auch zusätzliche Wettbewerbsvorteile, beispielsweise durch neue Optionen für eine bessere Fälschungssicherheit.

Auch das Thema Weiterverarbeitung wurde selbstverständlich umfassend



*Auf den Printdata insight Veranstaltungen wurden neue Möglichkeiten der Prozessoptimierung in den verschiedenen Stationen im Arbeitsalltag von Druck- und Medienunternehmen aufgezeigt.*

berücksichtigt: Während Walter & Mackh auf dem Hamburger Event mit der Sleeking-Technologie eine eindrucksvolle Möglichkeit präsentierte, Druckprodukte zusätzlich zu veredeln, richtete der Printdata Partner Herzer binderflex in Karlsruhe den Fokus auf die Möglichkeiten der Lasergravur.

## KONSEQUENTE AUTOMATISIERUNG

Das Workflowsystem FreeFlow ist seit Jahren fester Bestandteil des Sortiments der Printdata, wenn es um die Automatisierung des Datenhandlings geht. Im Oktober konnten die Besucher FreeFlow nun erstmalig in Verbindung mit dem kaufmännischen Administrations- und Kalkulationstool LCbusiness sehen. In dieser Konstellation ist von der Angebotserstellung über die Auftrags- und Fakturierungsmöglichkeit bis hin zum nahtlosen Transfer/Prüfung und der Verarbeitung der Druckdaten an der Digitaldruckmaschine der komplette Ablauf standardisiert und automatisiert.

Selbstverständlich durfte auf den Hausmessen von Printdata auch XMPie mit den Lösungen für personalisiertes Direktmarketing und anspruchsvolle Cross Media-Kampagnen nicht fehlen. Mit den Werkzeugen von XMPie lassen sich einfach und schnell basierend auf den Adobe Produkten beeindruckende personalisierte und relevante Kundenansprachen konzipieren und realisieren.

Matthias Mett, make better GmbH, zeigte Möglichkeiten auf, die sich auch

für Druckunternehmen durch die richtige Platzierung in der digitalen Welt ergeben und wie man mit entsprechenden Konzepten Kundenzyklen nicht nur konsequent aufbaut, sondern vor allem auch zielgerichtet auf den verschiedenen Stationen der Reise begleiten und beeinflussen kann.

## GEÄNDERTE DATENSCHUTZ-GRUNDVERORDNUNG DS-GVO

Da bereits in wenigen Monaten die Übergangsfrist zur Umsetzung der Normen der Datenschutz-Grundverordnung abläuft, ergibt sich insbesondere für Unternehmen der Druck- und Medienindustrie jetzt Handlungsbedarf bei der Umsetzung. Nicht nur weil jedes Unternehmen von der neuen DS-GVO betroffen ist, sondern vor allem da Mediendienstleister zusätzlich als Auftragsdatenverarbeiter neuen Verantwortlichkeiten unterliegen. Mit den beiden Kanzleien Jöhnke & Reichow aus Hamburg und Schutt, Waettke aus Karlsruhe informierten im Rahmen der Printdata insight zwei anerkannt erfahrene Experten über die Neuerungen und Auswirkungen auf den Datenalltag.

„Erfolgreicher Digitaldruck ist auf das Engste mit Personalisierung und Individualisierung verbunden, und wir als Lösungspartner stehen hierbei unseren Kunden in der Pflicht, auch über rechtliche Themen das nötige Handwerkszeug bereitzustellen“, so Thomas Heinrich, Geschäftsführer der Printdata.