

**ManyPrint Solutions**

# **Der Workflow zur Generierung von individualisierten Druck-Dokumenten**

# Worum es geht

## Einführung

Um Personalisierungen im Bereich Print zu perfektionieren und auf ein bisher nicht für möglich gehaltenes Level zu heben, haben wir ManyPrint Solutions

erschaffen. Mit dieser Software können bereits vorhandene Datensätze, beispielsweise aus dem Bereich E-Commerce, für Drucksachen genutzt werden.

## Stand der Dinge

Haben Sie als Mann bereits Werbekataloge ausschließlich mit Damenmode erhalten und verwundert ungelesen weggeworfen? Ärgern Sie sich als Frau über klischeebehaftete Werbung für Küchengeräte in Ihrem Briefkasten, weil Sie lieber selbst Möbel schreinern statt Apfelmus einzukochen?

In digitalen Medien wird heutzutage ein Targeting betrieben, das vor ein paar Jahren noch nicht vorstellbar war. Das Sammeln, Zusammenführen und Auswerten von Informationen, die wir durch unser Online-Verhalten ebenso von uns preisgeben wie durch Kund:innenkarten und andere Bonussysteme, machen es möglich, Zielgruppen bis ins Detail zu definieren und Anzeigen treffsicher zu platzieren. Auch im Fernsehen und Kino werden Werbespots nach einer eingehenden Zielgruppenanalyse platziert.

Bei Drucksachen hingegen – speziell bei Postsendungen, die an Einzelpersonen gerichtet sind – wird seit Jahrzehnten unverändert verfahren: Alle Kund:innen erhalten ungeachtet ihrer bekannten Einkäufe oder Interessen dieselben Produktvorschläge – allein das Eindringen eines Namens oder einer Adresse in Anschreiben oder Katalogen hat hier bereits Einzug gehalten und sorgt für eine schwache Form der Personalisierung. Selten werden immerhin Varianten eines Katalogs produziert, die an eine durch jeweils ein einzelnes Kriterium (z. B. Alter oder Geschlecht) definierte Zielgruppe adressiert werden. Die Einbeziehung des Kaufverhaltens oder der Interessen der Kund:innen kommen bisher in gedruckter Form nicht zum Einsatz. Das ist schade, denn Druck-Erzeugnisse haben wunderbare Eigenschaften!

Sie interessieren sich für die besonderen Eigenschaften von Print? Erfahren Sie mehr in unserem kostenlosen Whitepaper „Print wird niemals tot sein“.

## Möglichkeiten einer umfassenden Personalisierung

Eine Personalisierung kann für Einzelpersonen ebenso erfolgen wie für Unternehmen. Abhängig davon, mit wem Sie Geschäftsbeziehungen unterhalten, fließen unterschiedliche Daten in die Personalisierung ein.

Beispielhaft können bei Geschäftsbeziehungen zu Konsumenten (B2C) demografische Merkmale, sozioökonomische Merkmale, psychografische Merkmale und Kaufverhalten in die Personalisierung einfließen.

Abhängig vom Umfang der Datensätze sind u. a. folgende Personalisierungen denkbar:

- Die Art der **bisher gekauften Artikel** entscheidet über die Auswahl der vorgeschlagenen Produkte. Kund:innen, die Hosen kauften, erhalten Vorschläge zum Kauf von Hemden oder Gürteln.
- Das **Geschlecht** entscheidet über die Auswahl der vorgeschlagenen Produkte. Männliche Kunden erhalten Vorschläge zu Produkten aus der Herren-Kategorie.
- Die **Preiskategorie** der bisher gekauften Artikel entscheidet über die Auswahl der vorgeschlagenen Produkte.
- Der **Wohnort** entscheidet über die Auswahl der vorgeschlagenen Produkte.
- Das **Alter** entscheidet über die Auswahl der vorgeschlagenen Produkte. Junge Kund:innen erhalten »coole Produkte«.
- Basierend auf den **Konfektionsgrößen** der Kund:innen werden nur Produkte angezeigt, die in diesen Größen verfügbar sind.

Viele weitere Varianten sind denkbar. Eine Kombination von Kriterien ist möglich.

Haben Sie dagegen Kund:innen aus dem Unternehmensbereich sind organisatorische Merkmale, ökonomische Merkmale, Kaufverhalten des Unternehmens sowie personenbezogene Merkmale oder Charakteristika der Entscheidungsträger:innen der Unternehmen von Bedeutung. Wollen Sie Mitarbeiter:innen eines Unternehmens oder eine Verwaltung ansprechen, gelten wieder andere Kriterien.

# Was es dazu braucht

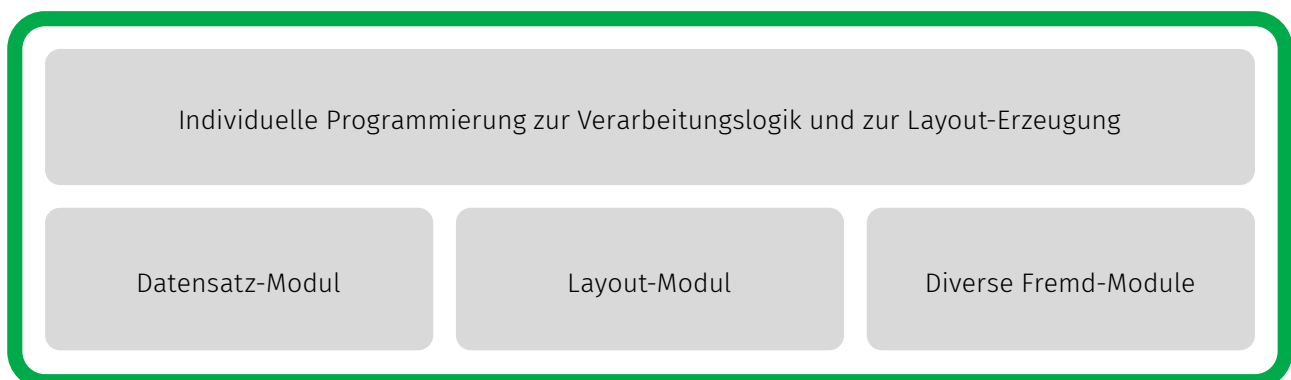
## Grundsätzliches

Die gelieferten **Datensätze** entscheiden über die Personalisierung. Je vielfältiger und komplexer die vorliegenden Daten, desto so mehr Möglichkeiten der Verarbeitung ergeben sich. Der Datensatz kann einem Web-Shop entstammen oder bereits aufbereitet und angereichert worden sein. Gerne verarbeiten wir die Daten weiter und ergänzen sie beispielsweise mit Informationen anderer Dienstleister:innen. Dazu können auch öffentliche Schnittstellen verwendet werden, zum Beispiel von Google, Wikipedia, Twitter oder Flickr. Wo es möglich oder nötig ist, verarbeiten wir Informationen mit Hilfe von Machine Learning.

Erforderliche **Texte** und **Bilder** müssen vorhanden und kategorisierbar sein. Nur so kann der Datensatz mit entsprechenden Texten und Bildern kombiniert werden. Auch hier lassen sich Daten aus anderen Schnittstellen ergänzen.

Ein **Muster-Layout** wird geliefert oder erstellt. Hier wird das grundsätzliche Layout definiert; Schriften, Farben, Formen.

## Aufbau der Software



## Vorgehen

Die Herstellung der personalisierten Dokumente erfolgt in vier Schritten:

### 1. Logik

Es wird analysiert, welche Daten zur Verfügung stehen und besprochen, nach welcher Logik der Datensatz verarbeitet werden soll.

Der Datensatz und alle benötigten Medien werden geliefert.

### 2. Layout

Ein Muster-Layout wird geliefert oder erstellt und als verbindliche Vorlage verwendet.

Anschließend wird ein Layout-Skript geschrieben, das die bestehende Vorlage exakt nachbilden kann.

### 3. Datensatz

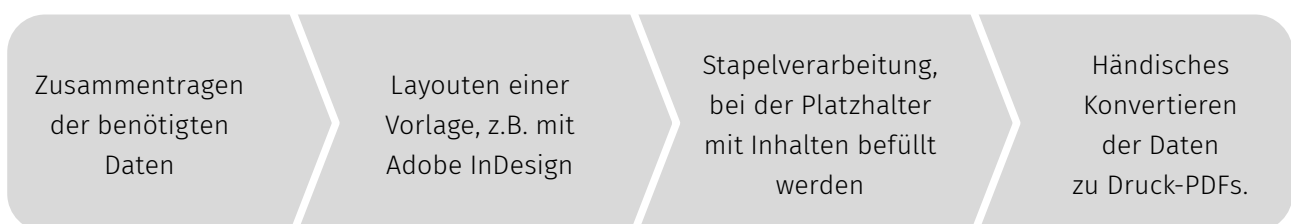
Der gelieferte Datensatz wird zu den für die Personalisierung benötigten Daten konvertiert.

### 4. Erzeugung

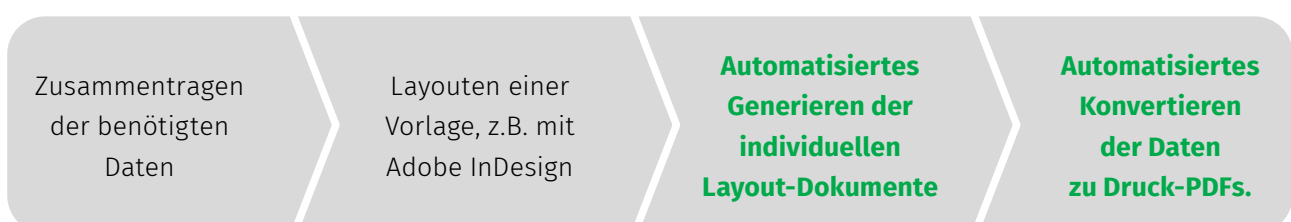
Das Layout-Skript wird mit Datensätzen versehen und erzeugt einzelne Layout-Dokumente.

Diese werden von der Software schließlich zu Druck-PDFs verarbeitet und an eine Druckerei übergeben.

## Klassisches Vorgehen bei Personalisierungen



## Der Workflow mit Manyprint Solutions



# Was daraus entsteht

## Kosten, Nutzen und der Zeitfaktor

Ist ein Layout und die dazugehörige Layout-Logik definiert und programmiert, kann sie beliebig oft eingesetzt werden. Das Layout für eine Broschüre, für eine Postkarte oder einen Katalog beispielsweise. So können über Jahre hinweg mit der einmal definierten Layout-Logik Drucksachen generiert werden.

Bit&Black stellt die Software bereit, archiviert die Datensätze, Bilder, Texte und die erstellten Personalisierungen, so dass Sie jederzeit »per Knopfdruck« neue Personalisierungen erstellen können. Dafür stellen wir Ihnen so viele Terabyte zur Verfügung wie nötig sind.

## Ergebnis

Menschen sind unterschiedlich. Käufer:innen sind unterschiedlich. Vor allem anspruchsvolle, gebildete und damit in der Regel finanzkräftige Personen wollen nicht allgemein und unpersönlich angesprochen, sondern in ihren speziellen Ansprüchen wahrgenommen werden. Aus Zielgruppen werden im Marketing und in der Werbung zunehmend individuelle Personen, Menschen, buyer personas, für die endlich auch im Bereich Print ein Targeting betrieben werden kann, wie man es von digitalen Medien oder Anzeigen in Suchmaschinen kennt.

Die Verschmelzung der Stärken digitaler und gedruckter Medien führt zu einem überragenden Feedback. Mit unserer Software liegen Ihnen Druck-Unikate für jeden einzelnen Ihrer Kund:innen vor, die den Bedürfnissen, der Lebensweise und Lebenssituation passgenau entsprechen. Ihre Kund:innen fühlen sich von Ihnen in ihren Ansprüchen wahr- und ernstgenommen, Streuverluste – wie bei allgemein gehaltenen Werbemitteln üblich – werden vergleichbar der kontextsensitiven Werbung im Online-Bereich minimiert.

## Anwendungsbeispiel

Nachfolgend befindet sich die jeweils erste Inhaltsseite dreier Druck-Erzeugnisse, die alle in derselben Ausspielung erzeugt wurden. Folgende Logik wurde programmiert und bei der Konvertierung der Datensätze angewandt:

- Für Bestandskund:innen mit Fokus auf hochwertige Artikel soll das Targeting stärker ausgeprägt sein, weshalb dort **geschlechtssensitiv** vorgegangen wird. Broschüre 1 und 2 bilden daher jeweils nur einem Geschlecht zuordenbare Inhalte ab, während Broschüre 3 Artikel geschlechtsunabhängige Inhalte zeigt.
- Je nach Klientel unterscheidet die **Ansprache** zwischen Sie und Du. Ebenfalls wird eine andere Schriftart verwendet.
- Die Kundin der Broschüre 2 kaufte vor Kurzem eine Hose und ein Oberteil, nicht aber eine Jacke oder einen Mantel. Der Fokus liegt daher auf diesen **Artikeln**.
- In Broschüre 1 enthält eines der Bilder helle **Bildteile**, weshalb es der Software erlaubt war, dieses unter dem Text zu positionieren. In Broschüre 2 war dies nicht möglich, deshalb hat sich die Software entschieden, die Bilder nebeneinander zu reihen.
- Die Käufer:innen der hochpreisigen Artikel sollten ein etwas konservatives Layout erhalten, weshalb die Bilder nicht so oft über den **Seitenrand** ragen dürfen. Sie wurden ebenfalls automatisch mit **Abstand** zueinander versehen.
- Der Kunde mit Broschüre 3 hatte sich **online** mehrmals für Schuhe **interessiert**, aber bisher keine gekauft. Daher enthält die untere Bildzeile ausschließlich Schuhe. Andere Kund:innen dieser Zielgruppe bekommen an dieser Stelle andere Inhalte zu sehen.
- Für Kund:innen mit Wohnsitz in ausgewählten Städten wurden **spezielle Inhalte** erstellt. Daher enthält Broschüre 2 unten links einen Hinweis darauf.

1

Sehr geehrter Herr Huber, wir freuen uns, Ihnen im Herbst folgende Neuheiten empfehlen zu dürfen.



Mit den Armbanduhr  
der schweizer Traditionsmaschinen-  
manufaktur Uhrhüli  
tragen Sie ein echtes  
Schmuckstück.




Unsere neueste Kollektion warmer  
Wollmäntel aus Italien für die kalte  
Jahreszeit.

2

Sehr geehrte Frau Bruckner, wir freuen uns, Ihnen im Herbst folgende Neuheiten empfehlen zu dürfen.




Was trägt man in Hamburg? Lesen Sie  
auf Seite 4 mehr über die Trends in  
Ihrer Stadt.




Unsere neueste Kollektion warmer  
Wollmäntel aus Italien für die kalte  
Jahreszeit.

3



LIEBER JONAS, SCHAU MAL, WAS WIR IM  
HERBST FÜR DICH HABEN!



BLAU STEHT JEDEM! KOMBINIERE HOSE  
UND WESTE MIT EINEM WEISSEN T-SHIRT  
UND MAN WIRD DICH IN JEDEN CLUB  
LASSEN!



GELB STEHT FÜR MUT!  
FÜR ALLE LÄDIES DER GROSSSTADT DAS  
MUST-HAVE!

# Was unsere Software noch kann

## Zwei Anwendungsbeispiele

Durch den modularen Aufbau der Software ist es möglich, sie in verschiedenste Anwendungen zu integrieren. Die nachfolgenden beiden Beispiele verlassen das bisher beschriebene Anwendungsgebiet und nutzen die Möglichkeit, Layout-Dokumente durch Software zu erzeugen, auch in völlig anderer Art und Weise.

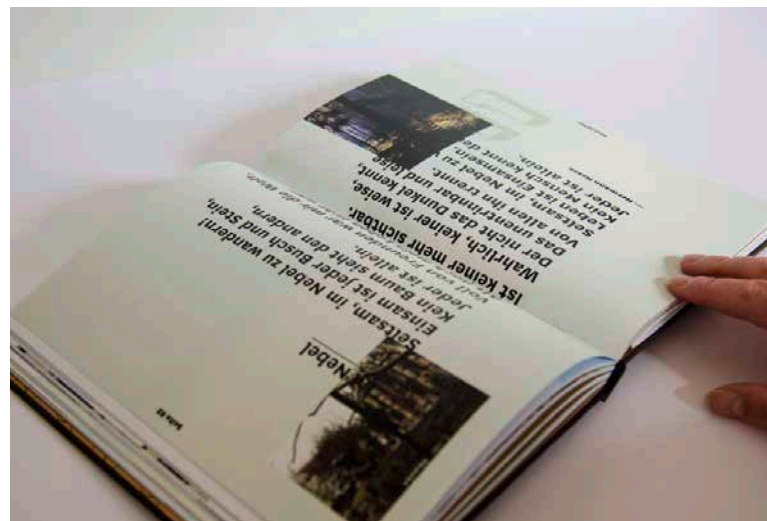


## Hin&Weg

Das Buch Hin&Weg kann online bestellt werden und benötigt als Datensatz den Wohnort und den Ort, der am zweithäufigsten besucht wird – die Schule, der Arbeitsplatz, oder Ähnliches – der Person, die das Buch nutzt. Schnittstellen werten die Strecke aus, laden Informationen zu Sehenswürdigkeiten, zur nahegelegenen Gastronomie, zu den durchquerten Stadtteilen, laden Bilder von Flickr und Google Street View, Tweets von Twitter, QR-Codes und weitere Daten von knapp 20 verschiedenen APIs und generieren damit ein

personalisiertes Buch, das sich mit dem täglichen Weg beschäftigt. Es lädt ein, die Alltagsstrecke neu zu entdecken.

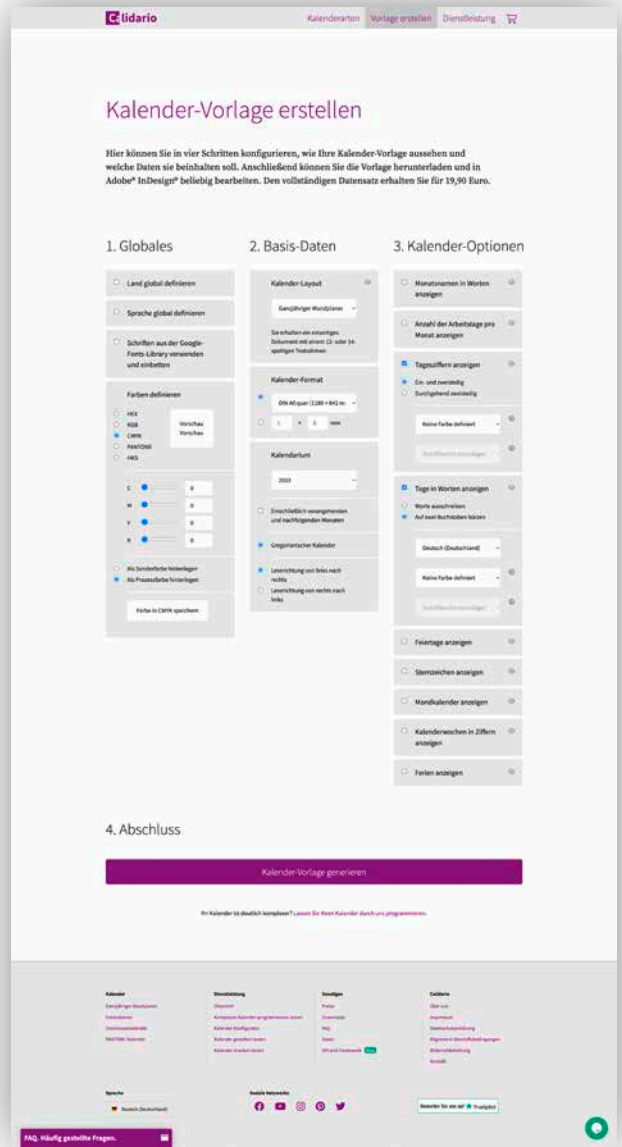
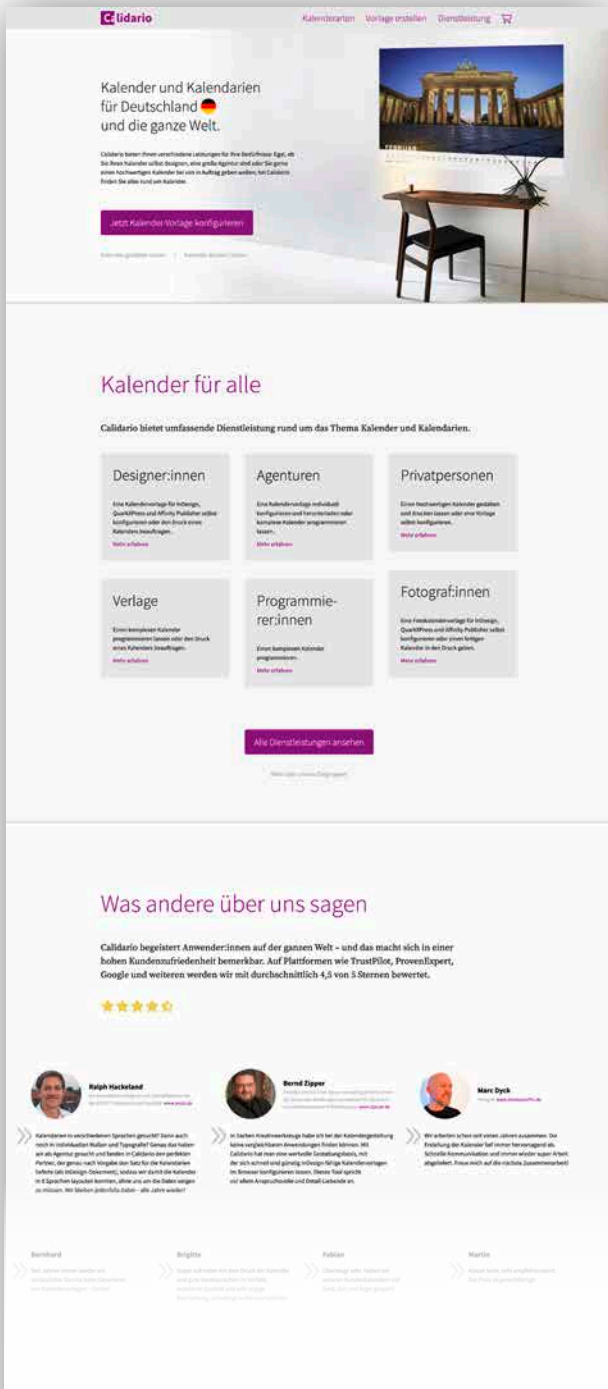
Das Buch wird teils im Offsetdruck vorproduziert und dann im Digitaldruck personalisiert. Eine Blindprägung, die Kombination verschiedener Papiere und das Einarbeiten von Spiegelflächen, Postkarten, Aufklebern und Tütchen sorgen für eine weitere Aufwertung des Buches.



# Calidario

Der Dienstleister Calidario ermöglicht es Designer:innen Kalender-Vorlagen zu erstellen, die sie einfach und unkompliziert herunterladen und bearbeiten können. Ein Online-Editor mit unzähligen Optionen ist die Grundlage für den Kalender, der dann von der Software erzeugt wird. Die Layout-Dokumente – vorliegend im IDML-Format – können dann

heruntergeladen und in Adobe InDesign nach Belieben bearbeitet werden. Damit entfällt für Designer:innen das mühsame Suchen nach Kalenderdaten wie beispielsweise den Feiertagen, den Ferien, den Arbeitstagen, Sternzeichen, Mondphasen und vieles mehr. Dank der großen Datenbank und der automatisierten Generierung der Kalender-Vorlagen, sind diese in 118 Sprachen für 249 Länder verfügbar.



# Machen Sie mehr aus Ihren Drucksachen!

## Wir freuen uns auf Ihren Kontakt

Wir möchten Sie gerne dabei unterstützen, anspruchsvolle und zukunftsweisende Drucksachen herzustellen, mit denen Sie sich am Markt von allen anderen Mitbewerbern deutlich abheben.

Auf unserer Website finden Sie weitere Informationen zur Anwendung und Funktionsweise von ManyPrint Solutions.

### Im persönlichen Gespräch



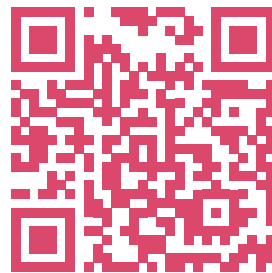
#### **Tobias Köngeter**

Inhaber / Entwickler

tobias.koengeter@manyprintsolutions.com

+49.(0)711.99 52 86-68

### Online



[www.manyprintsolutions.com](http://www.manyprintsolutions.com)

Mit ManyPrint Solutions  
erstellen wir individualisierte  
Dokumente aus Datenbanken.  
Mit individuellen Inhalten,  
Sprachversionen, Gestaltungsmerkmalen.  
Für Werbemittel, Bücher und Kalender.

ManyPrint Solutions ist eine  
Marke der **WirbelWild GbR**.

Überkinger Straße 4  
70372 Stuttgart

[www.wirbelwild.com](http://www.wirbelwild.com)  
[info@wirbelwild.com](mailto:info@wirbelwild.com)