

Bedrucken von Briefumschlägen

Inkjet als Herausforderung

Die Vorteile von White-Paper-Solutions gelten uneingeschränkt auch für das Bedrucken von Briefumschlägen. Die Herausforderungen sind jedoch ähnlich, berichtet Nico Päuser, Produkt-Manager Inkjetpapiere bei der Mitsubishi Hitec Paper Europe.

Die White-Paper-Produktion bei Umschlägen wird immer populärer. Einhergehend damit bekommt auch die farbige Inkjet-Bedruckung von Umschlägen einen immer höheren Stellenwert. Kuvertier- und Frankiermaschinen sowie Mailing-Solutions und Direktadressierer beinhalten heutzutage Inkjetdruckköpfe, welche die Außenseite der Briefumschläge als Werbefläche nutzen und personalisiert bzw. in kleinen Auflagen farblich gestalten können.



Nico Päuser, Produkt-Manager Inkjetpapiere bei der Mitsubishi Hitec Paper Europe GmbH:

„Studien belegen, dass individuell bedruckte Umschläge die höchste Öffnungs- und Lesequote haben. Damit wird der Inkjetdruck auf Briefumschlägen immer populärer.“

Studien belegen, dass individuell bedruckte Umschläge die höchste Öffnungs- und Lesequote haben. Solche Erkenntnisse beschleunigen den Trend der Inkjet bedruckten Briefumschläge. Ein zweiter treibender Faktor ist die Time-to-Mailbox. Das separate Vor-drucken von Umschlägen kostet wertvolle Zeit, welche im Gegensatz dazu bei der White-Paper-Produktion eingespart werden kann. Die Umschläge werden erst bei Bedarf und direkt in der Verarbeitungsmaschine digital bedruckt. Mit solchen technischen Innovationen steigen auch die Anforderungen an das Briefumschlagpapier. Das Medium hat einen wesentlichen Einfluss

auf die Druckqualität. Das Druckergebnis ist folglich das Zusammenspiel von Tinte, Software und Medium. Die Komponenten müssen aufeinander abgestimmt sein und zur jeweiligen Anwendung passen, besonders wenn die Qualitätsanforderungen steigen.

Gestern waren die Umschläge weiß, heute sind sie farbig, morgen entscheidet die Druckqualität. Die Corporate Identity muss berücksichtigt werden, indem Logos die

Hausfarbe haben, der Umschlagdruck muss zu der Qualität der Dokumente in den Umschlägen passen und Farben wie Haut- und Metalltöne sollen naturgetreu dargestellt werden. Es muss also einiges beachtet werden beim Zusammenspiel von Tinte und Papier, und dem Einfluss des Papiers auf die Druckqualität des Umschlagdrucks.

Vortrag: Dienstag, 18. Juni, 14.00 Uhr, Doxnet-Fachkonferenz.

Informationslogistik in Unternehmen

Vom Suchen zum Finden

Warum ist für Unternehmen die Informationslogistik so wichtig? Antworten darauf gibt Guido Schmitz, Vorstand der Pentadoc, und stellt dabei die neuen Anforderungen an die Informationsabläufe in den Unternehmen sowie die damit verbundenen Herausforderungen dar.

Das Ziel eines wertvollen Informationsmanagements liegt nicht darin, jede Information für jeden verfügbar zu machen. Ganz im Gegenteil: Mit Lösungen, die anstelle einer Informationsflut auf intelligente Informationsfilter setzen, soll die richtige Information zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort zur Verfügung gestellt werden. Kurz: Die Grundidee ist eine Just-in-time-Informationslogistik oder, anders gesagt, eine bedarfsgerichtete Informationsversorgung. Ganz pragmatisch ausgedrückt ist Just-in-time-Informationslogistik der Übergang

vom Suchen zum Finden.

Eine wichtige Erkenntnis bei der Just-in-time-Informationslogistik ist, dass Informationsbedarfe häufig aus Geschäftsprozessen abgeleitet werden. Der Prozess gibt vor, welche Information in welchem Prozessschritt – zu welchem Zeitpunkt – an welchen Mitarbeiter übermittelt werden muss. Dass bereits heute viele Prozesse im Geschäftsleben mit Dokumenten und Informationen zu tun haben, zeigt auch eine Untersuchung des DFKI Kaiserslautern bei einem europäischen Finanzdienstleistungsunternehmen

Doxnet-Sponsoren

Eine Großveranstaltung wie die Doxnet-Fachkonferenz ist auf Sponsoren angewiesen. In diesem Jahr erfreut sich der Kongress der finanziellen und materiellen Unterstützung durch Modo Papers als Goldsponsor, Canon und Open Limit als Silbersponsoren und Böwe Systec als Bronzesponsor. Die Bänder für die Kongressteilnehmer stammen von TNT Post. (www.doxnet.eu)