



Neuer Canon Insight Report: 'Gestalten Sie Ihre Zukunft mit Druck'

Neuer Canon Insight Report: "Gestalten Sie Ihre Zukunft mit Druck"

Canon kündigt heute die Veröffentlichung seines neuen Insight Reports mit dem Titel "Gestalten Sie Ihre Zukunft mit Druck" an. Bei dieser unabhängigen Marktstudie handelt es sich um die fünfte Untersuchung in einer Serie von Insight Reports, die von Canon in Auftrag gegeben wurde, um Trends und Chancen für Druck und Druckdienstleister zu analysieren. Das Gesamtergebnis der Studie zeigt, dass eine gesunde Nachfrage nach Druck als Kommunikationsmedium besteht. In Anbetracht eines Anteils von 62 Prozent der Druck- und Medieneinkäufer, die Druckaufträge für ihre Kommunikationskampagnen erteilen, gibt es in den letzten zwei Jahren wenig Anzeichen für einen drastischen Rückgang. Von den befragten Druckdienstleistern erkennen 80 Prozent aus ihrer Sicht jedoch jetzt die Notwendigkeit für Veränderungen, um für die zukünftigen Anforderungen ihrer Kunden gerüstet zu sein.
Die von einem unabhängigen Marktforschungs- und Beratungsunternehmen durchgeführte Studie verfolgt das Ziel, die Ansichten von Druckdienstleistern mit denen von Druck- und Medieneinkäufern zu vergleichen, um zu untersuchen, wie Trends und Einstellungen sich gegenüber vorherigen Reports verändert haben. Die Ergebnisse des Reports stellen eine klare Vision und Empfehlungen für Druckdienstleister bereit, um ihr Geschäft erfolgreich voranzutreiben.
Die Studie basiert auf über 550 geführten Interviews mit Entscheidungsträgern aus 25 Ländern in Europa. Befragt wurden 275 grafische Betriebe und Inhouse-Druckereien sowie 277 Druck- und Medieneinkäufer unterschiedlicher Branchen und Betriebsgrößen; davon mehr als 60 Unternehmen in Deutschland.
Nach Ansicht der Druckeinkäufer stellt Druck immer noch einen erheblichen Wert dar, da er die einzigartige Fähigkeit besitzt, Qualität zu vermitteln, das anspruchsvollere Offline-Publikum zu erreichen und die Vermittlung von Botschaften von der digitalen Kommunikation zu differenzieren. Vor dem Hintergrund der Wachstumsprognosen für digitale Medien und Online-Medien und in Anbetracht eines Anteils von 38 Prozent der Einkäufer, die einen Rückgang in der Verwendung von Druck für wahrscheinlich halten, liegt die Herausforderung für Druckanbieter in der Darstellung von Werten und Mehrwerten gegenüber virtuellen Alternativen, die als besser mess- und verfolgbar wahrgenommen werden.
Während sich Kunden von Druckereien weitgehend zufrieden mit ihren Druckanbietern zeigen - 84 Prozent geben an, dass diese ihre Kommunikationsbedürfnisse erfüllen - gibt es immer noch Raum für eine intensivere Einbindung der Kunden, um die Geschäftsmöglichkeiten zu verbessern. Nur 56 Prozent der Druckeinkäufer haben den Eindruck, dass sie durch ihre Druckdienstleister auf neue Entwicklungen hingewiesen werden. Es verbleiben 44 Prozent, die bestätigen, dass ihr Druckdienstleister sie nicht auf dem Laufenden hält - ein Anzeichen dafür, dass es für Anbieter noch Raum für Verbesserungen gibt in Bezug auf die proaktive Bereitstellung von Beratung und die Heranführung an die neuesten Produkte und Technologien.
Trotz der mangelnden Aufklärung über die neuesten Entwicklungen wird bei der Bekanntheit sowie dem Einsatz von Digitaldruck ein Aufwärtstrend verzeichnet. Kleinauflagen, Print-on-Demand und Web-to-Print registrieren ausnahmslos anhaltendes Wachstum, das zum Teil durch den Kosten- und Zeitdruck der Medieneinkäufer angetrieben wird.
Mit einem Zuwachs von 50 Prozent seit dem Jahr 2012 verzeichnet Web-to-Print die größte Steigerung seit dem letzten Insight Report. Knapp jeder dritte Kunde nimmt inzwischen Web-to-Print-Dienstleistungen in Anspruch. Sowohl Druckbetriebe als auch deren Kunden erkennen die Vorteile von Web-to-Print: mehr Komfort, höhere Geschwindigkeit und Kosteneffizienz, höhere Kundenbindung sowie Cross-Selling-Potenziale für Druckereien. Es mangelt hier jedoch noch an der entsprechenden Bekanntheit, denn 39 Prozent der befragten Druckereikunden sind über die Verfügbarkeit von Web-to-Print-Dienstleistungen nicht informiert.
Ebenso überzeugend ist die Chance, das Serviceangebot auf nicht gedruckte Medien auszuweiten, um die bestehende Druckkommunikation zu ergänzen. Heute nutzen 68 Prozent der befragten Druckeinkäufer Multi-Channel-Kommunikation - eine deutliche Steigerung um zehn Prozent in nur zwei Jahren. Der Canon Report von 2012 "The Bigger Picture" stellte ebenfalls heraus, dass Druck in 94 Prozent der Multi-Channel-Kampagnen verwendet wurde und so das Fundament bildet, auf dem digitale Medien anschließend eingesetzt werden können. Im Gegensatz dazu bieten nur 20 Prozent aller Druckdienstleister die Koordination von Multi-Channel-Kampagnen an. Dies deutet daraufhin, dass eine klare Lücke zwischen der Hilfe besteht, die Druckeinkäufer bei der Entwicklung ihrer Multi-Channel-Kampagnen wünschen und brauchen und dem aktuellen Angebot von Druckdienstleistern.
Eines der vielleicht interessantesten Ergebnisse der Studie zeigt, dass obwohl 80 Prozent der Druckbetriebe und Inhouse-Druckereien die Notwendigkeit erkennen, geschäftliche Veränderungen vorzunehmen, die Mehrheit über keine strukturierte Zukunftsplanung verfügt. Nur 48 Prozent der Druckbetriebe und 32 Prozent der Inhouse-Druckereien besitzen einen ausgearbeiteten Marketing- oder Geschäftsplan - und dort, wo ein solcher besteht, wird er nur von der Hälfte regelmäßig überprüft.
Zur Veröffentlichung des fünften Canon Insight Reports "Gestalten Sie Ihre Zukunft mit Druck" erklärt Marc Schnierer, Marketing Manager Professional Print
 Wide Format: "Diese neueste Studie hat uns die Gelegenheit gegeben, Trends und Einstellungen aus einigen unserer früheren Insight Reports aufzugreifen und so ein außerordentlich wertvolles Bild davon zu erhalten, wie sich die Industrie in den vergangenen sechs Jahren entwickelt hat. Wichtiger noch ist, dass die Ergebnisse überzeugende Erkenntnisse bereitstellen, die in sinnvolle Empfehlungen überführt wurden. Wir hoffen, dass diese Empfehlungen unsere Kunden motivieren und inspirieren, starke und zukunftsfähige Unternehmen zu schaffen."
Schnierer fährt fort: "Es gibt unter den Druck- und Medieneinkäufern viel Grund für Zuversicht in Bezug auf die anhaltende Werthaltigkeit von Druck. Druckdienstleister können jedoch noch Verbesserungen vornehmen, um weitere Chancen zu ergreifen und eine noch stärkere Verbindung zu ihren Kunden herzustellen. Der Report stellt nicht nur eine Reihe wichtiger Empfehlungen zur Verbesserung der Zukunftsfähigkeit bereit, er liefert auch Hinweise auf die fachlichen Qualifikationen, die Druckdienstleister zukünftig entwickeln müssen, um diese neuen Dienstleistungen anbieten zu können."
Weitere Informationen und ein Exemplar des vollständigen 2014 Insight Reports - "Gestalten Sie Ihre Zukunft mit Druck" - können per E-Mail angefordert werden: professionalprint@canon.de.
Irrtümer und Änderungen vorbehalten.
Stand: Januar 2015

Canon Deutschland GmbH
Europark Fichtenhain A 10
47807 Krefeld
Deutschland
Telefon: 02151 - 345-0
Telefax: 02151/345-102
Mail: canon-presse@wildcard-communications.de
URL: <http://www.canon.de>

Pressekontakt

Canon

47807 Krefeld

canon.de
canon-presse@wildcard-communications.de

Firmenkontakt

Canon

47807 Krefeld

canon.de

canon-presse@wildcard-communications.de

Die Canon Deutschland GmbH hat sich erfolgreich als IT-Solution-Provider etabliert und bietet ausgereifte Home- und Office-Technologien an. Im Consumer Segment werden Foto, Video, Ferngläser, Drucker, Kopierer, Scanner, Faxgeräte und Projektoren vertrieben. Seit über 30 Jahren ist Canon mit der eigenständigen Tochtergesellschaft in Deutschland präsent, und seit bereits 10 Jahren mit Hauptsitz in Krefeld. Büro- und Informationssysteme der Spitzenklasse haben Canon Deutschland zu einer der ersten Adressen im Bereich der IT- und Kommunikationstechnologie werden lassen. Die Produktpalette mit Foto, Video, Ferngläsern, Druckern, Kopierern, Scannern, Faxgeräten und Projektoren bis hin zu komplexen Anwenderlösungen macht das Unternehmen zu einem Spezialisten sowohl für die verschiedensten Bereiche des IT-Business als auch für Endverbraucher. Im Laufe von drei Jahrzehnten entstand ein flächendeckendes Netzwerk, das Vertrieb, Service und Beratung aus einer Hand garantiert. Werfen Sie einen Blick hinter die Kulissen eines innovativen und kundenorientierten Unternehmens!