



# **Werbung, die ins Schwarze trifft**

**Wie mit innovativer Software  
absolut individuelle Druck-Unikate  
für die fokussierte Ansprache von Kund:innen  
erzeugt werden können**

# Worum es geht

## 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 Kundenkarten 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: Jeder Kunde und jede Kundin erhält ungeachtet seiner bekannten Einkäufe oder Interessen dieselben Produktvorschläge – allein das Eindrucken 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 kommt bisher in gedruckter Form nicht zum Einsatz. Das ist schade, denn Druck-Erzeugnisse haben wunderbare Eigenschaften!

## Einzigartige Druck-Erzeugnisse

Aber ist Print nicht bereits tot? Mitnichten! Haben Sie jemals versucht, über Ihre Online-Anzeige zu streichen? Was haben Sie gefühlt? Gerochen? Gehört?

Mit Drucksachen kann eine hohe Wertigkeit kommuniziert werden; edle Papiere lassen sich haptisch erfahren, lassen sich riechen und hören. Sonderfarben, Gold- und Silberfolien, Prägungen und vieles mehr geben dem Produkt über die gängigen Druckfarben hinaus das gewisse Etwas. Veredelungsmöglichkeiten machen die Oberfläche glänzend, weich, rau oder

streichelzart – ganz nach Wunsch. Duftlacke fügen eine weitere Dimension hinzu. Gedrucktes wird so zu einem Erlebnis für alle Sinne.

Nicht zuletzt: Druck-Erzeugnisse, insbesondere hochwertige, sind langlebiger und drücken eine Wertschätzung sowohl gegenüber Ihren Kund:innen als auch Ihren Produkten aus. Drucksachen vermitteln Bleibendes, ganz im Gegenteil zum Flüchtigen der digitalen Medien.

## Die Personalisierung von Druck-Erzeugnissen

Druck wird nach wie vor meist lediglich als Möglichkeit der Vervielfältigung verstanden. Dabei hat der Digitaldruck längst die Möglichkeit zu Unikaten eröffnet, kann er doch im Gegensatz zum Offsetdruck, Hoch- oder Tiefdruck jedes einzelne gedruckte Exemplar völlig individuell erzeugen.

### Die Vorteile liegen auf der Hand

Wenn Sie für Ihre Kund:innen personalisierte Druck-Erzeugnisse herstellen, erhalten diese endlich relevante Werbung. Kurz und knackig können sie sich informieren und entscheiden statt stundenlang Kataloge wälzen zu müssen – angesichts unserer vollen Terminkalender eine Erleichterung.

Sie als Verkäufer:in sparen dabei bares Geld: Statt dicker Kataloge produzieren Sie zukünftig nur noch Broschüren in dem Seitenumfang, wie Sie Inhalte für die jeweiligen Kund:innen haben.

Auch in der Weiterverarbeitung gibt es inzwischen digitale Verfahren, um personalisierte Lackierungen, Prägungen und andere Veredelungen zu realisieren. So lassen sich in der Theorie bereits seit längerem individuelle sehr hochwertige Druck-Erzeugnisse herstellen. Da es bisher an einer praktikablen Software mangelte, werden die technischen Möglichkeiten jedoch noch nicht ausgeschöpft.

# Ein neuer Weg!

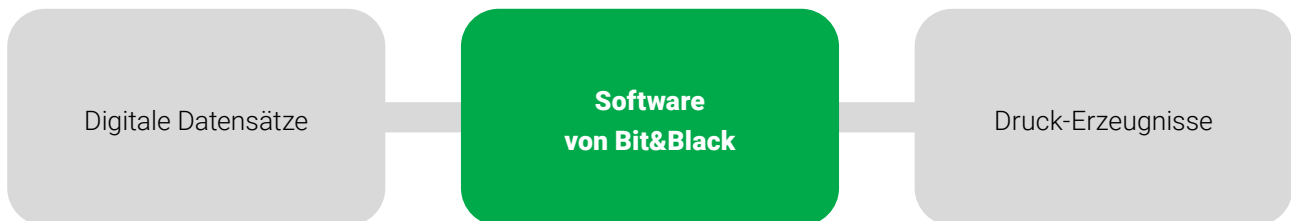
## Die Software von Bit&Black

Bit&Black hat eine eigene Software entwickelt, die das Personalisieren von Drucksachen auf ein neues Niveau bringt. Hier werden Layout-Dokumente erzeugt, in denen nicht nur einzelne Textbausteine wie ein Name oder ein Gutscheincode ausgetauscht werden – hier können ganze Absätze, Bilder, Elementpositionen,

Seitenumfang und Seitenformat, Farben und Schriften für jedes Dokument individuell angepasst werden.

**Dafür erzeugt die Software Layout-Dokumente gänzlich neu.** Endlich können vorliegende Datensätze nicht mehr nur für digitale Medien, sondern auch für Drucksachen verwendet werden!

### Bit&Black schließt die Lücke zwischen Digital und Print



## 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 Konsument:innen (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 einer Verwaltung ansprechen, gelten wieder andere Kriterien.

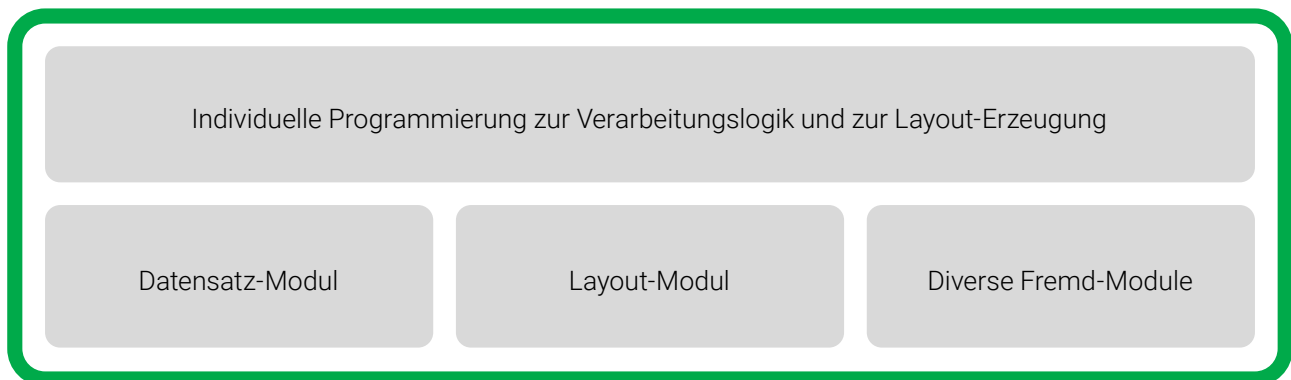
## Was es dazu braucht

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.

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



## Das 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

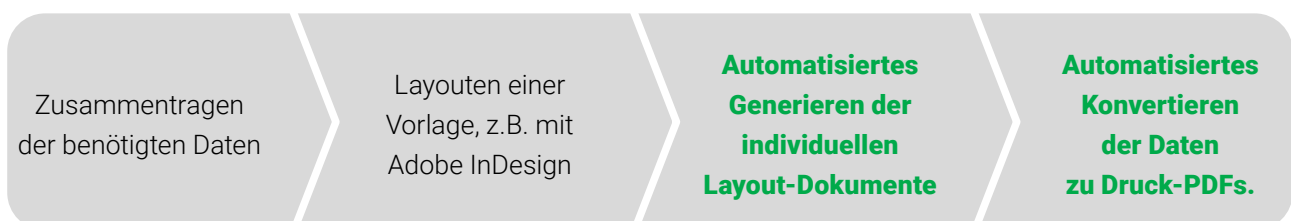
Das Layout-Skript wird mit Datensätzen versehen und erzeugt einzelne Layout-Dokumente.

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

## Klassisches Vorgehen bei Personalisierungen



## Der Workflow bei Bit&Black



## Das 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, 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. Die Person fühlt 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.



## Ein Anwendungsbeispiel

Unten 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 Traditions-  
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 LADIES DER GROSSSTADT DAS  
MUST-HAVE!

## Weitere Anwendungen

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, in völlig anderen Anwendungsgebieten.

## 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.

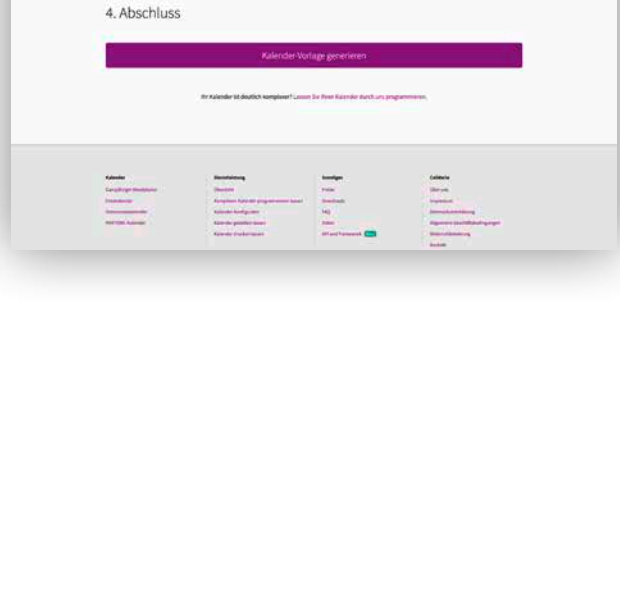
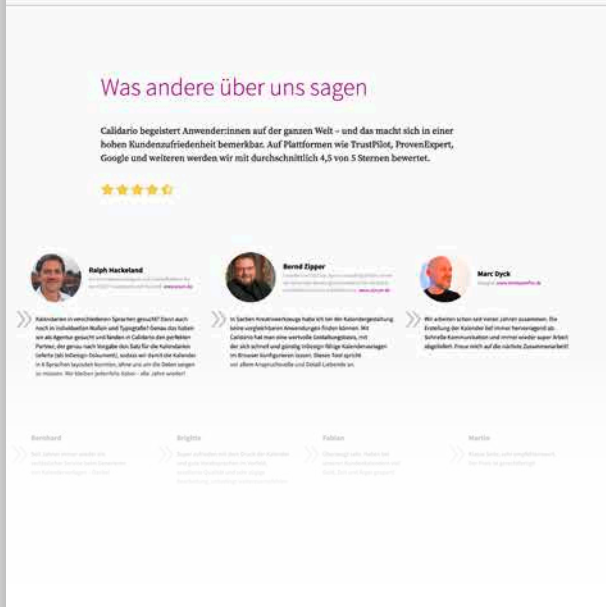
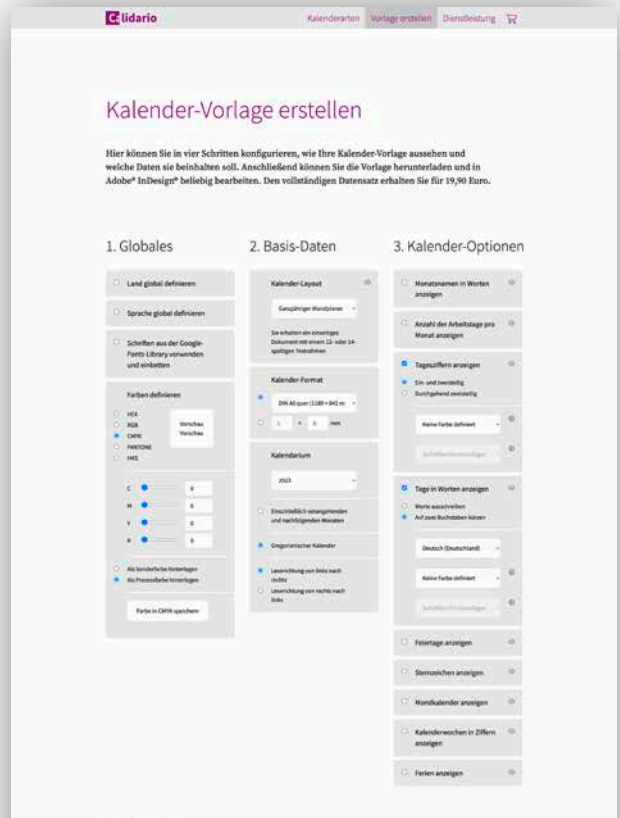
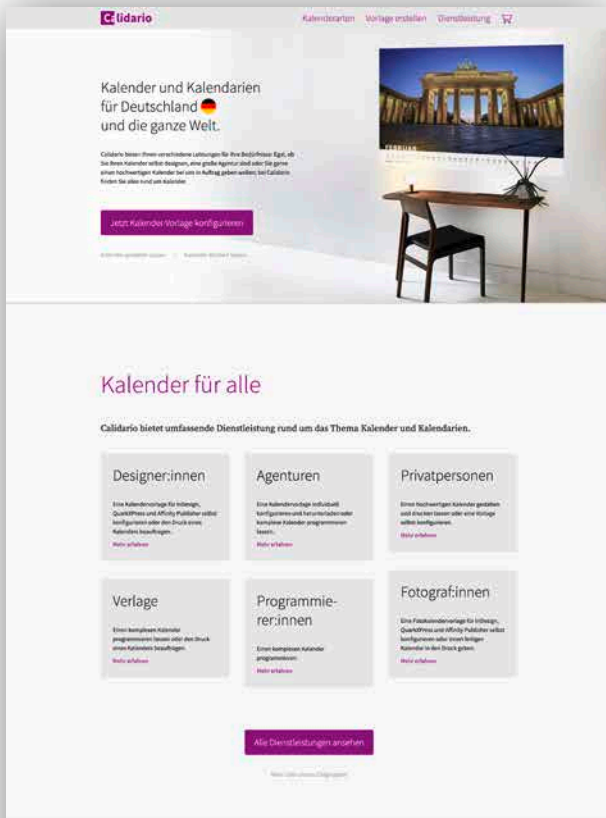
Das Buch wird teils im Offsetdruck vorproduziert und dann im Digitaldruck personalisiert. Eine Blindprägung, die Kombination verschiedener Papiere und das Einarbeiten von Spiegelflächen, Postkarten, Aufklebern und Tütchen sorgen für eine weitere Aufwertung des Buches.



## 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.



# Nehmen Sie Kontakt auf

Wir freuen uns auf Ihren Kontakt und möchten Sie gerne dabei unterstützen, anspruchsvolle und zukunftsweisende Drucksachen herzustellen, mit denen Sie sich am Markt von allen anderen Mitbewerber:innen deutlich abheben.

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

## Im persönlichen Gespräch



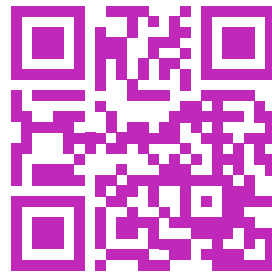
### **Tobias Köngeter**

Inhaber / Entwickler

tobias.koengeter@bitandblack.com

+49.(0)711.99 52 86-68

## Online



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

Wir erschaffen außergewöhnliches Webdesign und entwickeln Software für Web- und Printanwendungen. Dazu gehören auch Web2Print, Online-Shops und Personalisierungen.

Bit&Black 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)