

Kosten versus Nutzen

Wie machen Sie digital bedruckte Verpackungen zu Geld?

Jan Van Daele, Brand Innovation Team, Graphics Solution Business, HP Inc.



Zusammenfassung

In den letzten Jahren wurde vielen Markenunternehmen und Verpackungsverarbeitern bewusst, welchen Mehrwert digital bedruckte Verpackungen bieten. Vor allem im Bereich der Nischenprodukte und Kleinauflagen ist die Wertschätzung deutlich gestiegen. Wenn es jedoch um Standardanwendungen geht, kühlt die Begeisterung für digital bedruckte Verpackungen schnell ab, sobald das Thema Kosten angesprochen wird. So bleibt eine Menge Potenzial ungenutzt, weil es schwierig erscheint, den Mehrwert digital bedruckter Verpackungen in zählbaren Gewinn umzumünzen.

Inhaltsverzeichnis

- 2 Zusammenfassung
- 2 Die drei wichtigsten Vorteile digital bedruckter Verpackungen
- 3 4 Quellen zur Finanzierung von Digitaldruckkampagnen
 - Lieferkette – Effizienzsteigerung
 - Marketing – Stärkere Kundenbindung
 - Geschäftsentwicklung – Chancen auf neue und stärkere Vertriebskanäle
 - Finanzen – Höhere Umsätze und Margen
- 6 Der HP ROPDI Rechner
- 6 Zusammenfassung

Das vorliegende Whitepaper nimmt diese Schwierigkeit ins Visier. Es macht deutlich, welchen Mehrwert digital bedruckte Verpackungen auch aus ökonomischer Sicht bieten. Dabei wird unter anderem der HP Return On Packaging Decoration Investment (ROPDI) Rechner vorgestellt – ein Tool, das anhand konkreter Zahlen demonstriert, wie Marken und Verarbeiter die Vorteile digital bedruckter Verpackungen in bares Geld verwandeln können. Der Rechner deckt wichtige Aspekte ab, die für entscheidungsrelevante Bereiche in Markenunternehmen wichtig sind – z. B. Marketing, Geschäftsentwicklung, Supply-Chain-Management und Finanzen. Das Tool ist segmentneutral, funktioniert also gleichermaßen für Etiketten, flexible Verpackungen, Faltpapierverpackungen und Wellpappeverpackungen.

Die drei wichtigsten Vorteile digital bedruckter Verpackungen

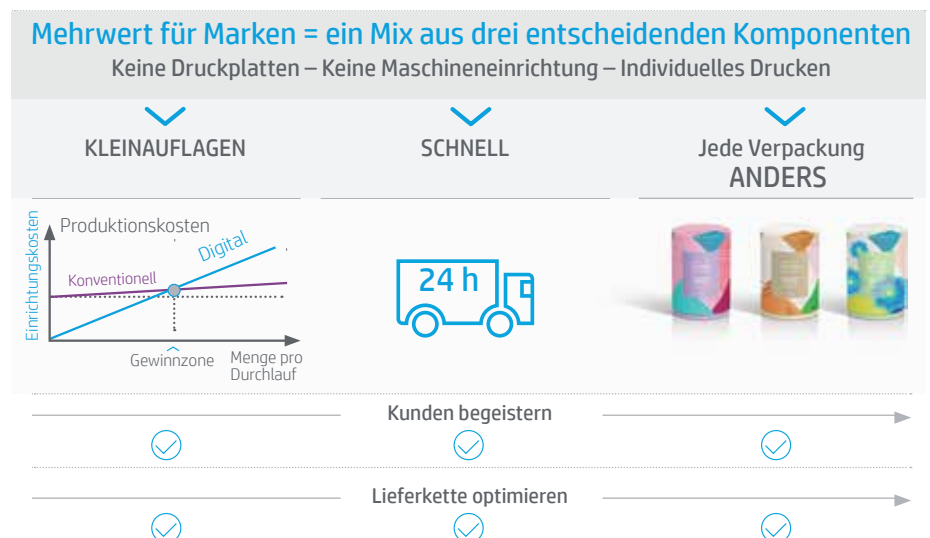
In jedem Geschäftsfeld gibt es Vorhaben, die auf unterschiedliche Weise umgesetzt werden können. In der Regel ist es die preiswerteste Option, die bei oberflächlicher Betrachtung die beste Rendite verspricht; oft jedoch wird bei genauerer Prüfung deutlich, dass eine andere Variante durch höheren Mehrwert auch mehr Gewinn ermöglicht.

Was Verpackungen betrifft, lässt sich der Digitaldruck genau unter diesem Aspekt betrachten.

Im Vergleich zu herkömmlichen Druckverfahren bietet der Digitaldruck drei Vorteile: Er benötigt keine Druckplatten, erfordert keine aufwendige Maschineneinrichtung und lässt sich sehr einfach individuell anpassen. Das bedeutet:

- Kleine Auflagen lassen sich kostengünstig drucken
- Geringere Vorlaufzeiten für Produkteinführungen und der Wegfall von Druckplatten und Maschineneinrichtungszeiten erhöhen die Flexibilität
- Unzählige Varianten und individuelle Einstellungen können jede Verpackung zu einem „Einzelstück“ machen

Jede dieser Eigenschaften kann einen Mehrwert für Markenunternehmen bedeuten – sowohl intern (innerhalb der Lieferkette) als auch extern (bei der Kommunikation mit den Kunden). Das Ganze hat natürlich einen Preis. Außer bei Klein- oder Musterauflagen können durch Digitaldruck gegenüber herkömmlichen Druckverfahren höhere Stückkosten entstehen. Doch trotz dieser Zusatzkosten setzen viele globale Marken Digitaldruckkampagnen in großem Stil um – und das sogar immer wieder. Auf den ersten Blick erscheint eine solche Vorgehensweise alles andere als rentabel. Wo also liegt das Geheimnis?



4 QUELLEN zur Finanzierung von Digitaldruckkampagnen



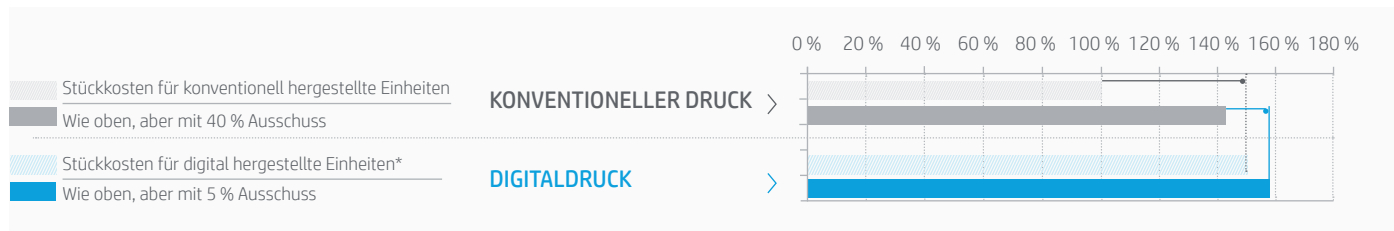
VIER SIMPLE MESSWERTE IN EINEM SIMPLEN TOOL

Vier Quellen zur Finanzierung von Digitaldruckkampagnen

Eine der Hauptschwierigkeiten für Markenunternehmen, die Digitaldruck einführen möchten, liegt in ihrer vielschichtigen Organisationsstruktur. Meistens sind in Kampagnenentscheidungen mehrere Bereiche eingebunden – typischerweise Supply-Chain-Management, Marketing, Geschäftsentwicklung und/oder Finanzen. Jeder Unternehmensbereich verfolgt eigene Ziele, hat eigene Prioritäten und wendet seine spezifischen „Messwerte“ an, um die Auswirkungen von Digitaldruckkampagnen in puncto Kosten und Rendite zu beurteilen. Mit dem HP ROPDI Rechner lassen sich die relevanten Messwerte bereits im Vorfeld ermitteln; dadurch entsteht ein Gesamtblick auf die Kampagne und eine Schätzung des Return On Investment (ROI) wird möglich.

Lieferkette – Effizienzsteigerung

Das Supply-Chain-Management sucht ständig nach Möglichkeiten, unnötige Kosten zu vermeiden – ob beim Materialverbrauch, beim Zeiteinsatz oder beim Arbeitsaufwand. Vor diesem Hintergrund kommt es den Supply-Chain-Managern entgegen, dass Digitaldruck den Ausschuss und die Menge obsoleter Produkte reduziert.



* Preis bezogen auf einen konkreten Beispielfall

Digitaldruck ermöglicht die Produktion kleinerer Auflagen oder Chargen mit kürzeren Vorlaufzeiten. Das bietet mehrere Vorteile – z. B. geringere Lagerkosten, geringere Kapitalbindung in laufenden Aufträgen, reduzierten Materialbedarf und weniger obsoletere Produkte (etwa aufgrund neuer Corporate-Design-Richtlinien).

Vor diesem Hintergrund lohnt es sich für das Supply-Chain-Management, die Produktionskosten neu zu bewerten. Anstelle der Stückkosten pro hergestellte *Einheit* sollten die Kosten pro verkaufte Einheit in den Mittelpunkt *rücken*. Hier zeigen sich die Vorteile des Digitaldrucks, da Kapital frei wird, das bei herkömmlichen Verpackungen in der Lieferkette gebunden war.



Marketing – Stärkere Kundenbindung

Verpackungen sind ein Eckpfeiler im Marketingmix. Aus Sicht des Marketingmanagers kann eine digital umgesetzte Kampagne eine äußerst sinnvolle Erweiterung des Medienportfolios für ein Produkt darstellen.

Im Regal hat eine Marke die letzte Chance, Kunden zum Kauf zu bewegen. Eine ansprechende Verpackung bedeutet aber nicht nur höhere Umsätze, sondern fördert die Markenidentität in ähnlichem Maße wie Werbung.

Digitaldruck bietet daher ausgezeichnete Chancen, die Kundenbindung zu stärken. Mithilfe kostengünstiger Individualisierung durch Digitaldruck kann das Marketing mehrere Produktversionen einführen oder örtlich angepasste Promotions inszenieren. Einzigartige Verpackungen lassen sich beispielsweise mit Design-Tools wie HP SmartStream Mosaic gestalten. Andere Tools erhöhen die Sicherheit, ermöglichen die effektive Nachverfolgung von Produkten oder schaffen die Voraussetzungen für eine Interaktion mit dem Kunden – z. B. *HP LinkReader*.



Trotz der Vorteile für das Marketing könnte die Buchhaltung ablehnend reagieren. Denn hier betrachtet man Verpackungskosten in der Regel als Teil des Wareneinsatzes. Jede Kostensteigerung wird als Abnahme der Betriebseffizienz gedeutet. Die Entwicklung des Bruttogewinns ist eine zentrale Kennzahl für Inhaber und Anteilseigner – Rückgänge in diesem Bereich sind nicht gern gesehen.

Um entsprechenden Vorbehalten zu begegnen, ist es wichtig, darauf hinzuweisen, dass viele Marken massiv in Werbung und Medien zur Marken- und Produktförderung investieren – häufig zwischen 3 und 7 % ihres Umsatzes. Vergleicht man die Werbeaufwendungen pro verkauftes Produkt mit den Zusatzkosten für eine digital bedruckte Verpackung, so zeigt sich, dass der Digitaldruck meist deutlich weniger Mehrkosten verursacht als die Werbung.

Es lohnt sich also, einen Teil des Marketingbudgets in die Werbewirkung digital bedruckter Verpackungen zu investieren.

Geschäftsentwicklung – Chancen für neue und stärkere Vertriebskanäle

Viele Unternehmen sind bestrebt, ihr Geschäft durch neue Zielgruppen, Vertriebskanäle und Verkaufsregionen zu stärken und auszubauen. Digitaldruck eröffnet in all diesen Bereichen interessante Möglichkeiten – z. B. durch Testmarketing, spezielle Aktivierungsaktionen, regionenspezifische Individualisierungen oder strategisch durchdachte Aktivitäten im Onlinehandel.

Ein Beispiel: Es gibt nach wie vor Markenhersteller, die umfangreiche Investitionen in den Onlinehandel scheuen, weil sie die guten Beziehungen zu ihren Händlern nicht gefährden wollen. Digitaldruck ermöglicht es jedoch, Kunden ganz direkt anzusprechen und dadurch neue Kanäle zu erschließen, ohne die Geschäftsbeziehung zu den klassischen Händlern übermäßig zu belasten. Eine sehr beliebte Methode ist die Herstellung einzigartiger Produktverpackungen unter Einsatz von Kundenfotos, individuellen Designs oder persönlichen Texten. Durch die Verbindung zwischen virtueller Kampagne und realer Verpackung stellen Marken einen direkten Kontakt zum Kunden her und motivieren ihn zudem zum Einkauf im Handel. Eine Win-Win-Situation für Hersteller und Händler.

Digitaldruck steigert den Wert von Produkten, indem er Massenware in personalisierte, einzigartige Objekte verwandelt. Dieser Ansatz sorgt nicht nur für stärkere Kundenbindung und wertvolle Ausdifferenzierung. Er macht auch aus rein wirtschaftlicher Sicht Sinn. Verbraucher geben nachweislich mehr Geld für ein Produkt aus, das auf sie zugeschnitten ist und zu ihnen nach Hause geliefert wird.

Finanzen – Höhere Umsätze und Margen

Die wichtigste Motivation, Digitaldruckkampagnen Mittel zuzuweisen, liegt wohl in ihrem Potenzial, Umsätze und Margen zu erhöhen. Der Fokus der Finanzexperten liegt auf einer Steigerung der Rentabilität insgesamt. Ein wichtiger Aspekt für sie sind Leverage-Effekte, die das bestehende Geschäft unterstützen.

Im HP ROPDI Rechner ist ein „Leverage Factor“ (Hebelfaktor) für Consumer-Produkte definiert: Der Bruttoertrag des Produkts (in US-Dollar) wird durch die aktuellen Kosten der Verpackungsherstellung geteilt. Dieser Hebelfaktor zeigt, wie einfach es ist, die Mehrkosten des Digitaldrucks durch steigende Verkaufszahlen zu decken. Teilt man den prozentualen Anstieg der Druckkosten durch den Hebelfaktor, so ergibt sich der Prozentsatz, um den die Verkäufe zunehmen müssen, damit die Zusatzkosten gedeckt werden.

In vielen Fällen belaufen sich die nötigen Steigerungen auf weniger als 1 % des Jahresumsatzes. Je höher der Hebelfaktor ist, desto höher sind auch Gewinnzuwachs und ROI, sobald die Umsätze den Break-Even-Punkt übersteigen. Anders ausgedrückt: Es fällt nicht schwer, exzellente ökonomische Argumente für den Digitaldruck zu finden.

$$\text{Hebelfaktor} = \frac{\text{Bruttoertrag des Produkts}}{\text{Druckkosten (Durchschn. pro Jahr)}}$$

$$\text{ROI} = \frac{\% \text{ Kostenzunahme beim Drucken}}{\text{Hebelfaktor}} = \text{GESTEIGERTES Volumen bis Break-Even}$$

Der HP ROPDI Rechner

HP bietet Markenherstellern und Verpackungsverarbeitern ein einfaches Excel-Tool, um den ROI für eine spezifische Digitaldruckkampagne einzuschätzen. Die Zahlen, die der Return On Packaging Decoration Investment (ROPDI) Rechner liefert, eignen sich ideal als Diskussionsgrundlage, wenn darum geht, mit den unterschiedlichen Unternehmensbereichen neue Markenkampagnen zu planen. Außerdem ist der Rechner ein einfaches und gleichzeitig leistungsstarkes Tool für Verpackungsverarbeiter, die ihren Kunden die Vorteile des Digitaldrucks erläutern möchten. Das Tool ist segmentneutral, funktioniert also gleichermaßen für Etiketten, flexible Verpackungen, Faltpackungen und Wellpappeverpackungen.

Ins Tool eingegeben werden verschiedene Unternehmenskennzahlen (z. B. Werbeaufwendungen, Kapitalkosten und Lagerumschlag in der Lieferkette) sowie Produktdaten (Umsätze, Margen, Verpackungskosten und Mengen). Anhand dieser Daten bewertet das Tool die Hebelwirkung der gewählten Kampagne, ermittelt den Prozentsatz der Umsatzsteigerung, der zum Ausgleich von Zusatzkosten nötig ist, und prognostiziert die Rentabilität einer Kampagne für den Fall, dass die Umsätze den Break-Even-Punkt übersteigen.

Dadurch lässt sich das Kosten-Nutzen-Verhältnis digitaler Druckkampagnen umfassend quantifizieren.



Um Zugang zum HP ROPDI Rechner zu erhalten oder mehr darüber zu erfahren, wie Ihr Unternehmen von diesem Rechner profitieren kann, wenden Sie sich bitte an theartofpossibilities@hp.com

Zusammenfassung

Obwohl die Umstellung auf Digitaldruck attraktiv erscheint und nachweislich die Kundenbindung und die Erkennbarkeit im Regal steigert, bleibt die Bewertung der Vorteile für viele Markenhersteller und Verpackungsverarbeiter schwierig. Der HP ROPDI Rechner ist ein praktisches Tool, das dabei hilft, diese Schwierigkeit auszuräumen. Der HP ROPDI Rechner quantifiziert den wirtschaftlichen Wert digital gedruckter Verpackungskampagnen und versetzt Stakeholder in die Lage, fundierte, zahlenbasierte Entscheidungen zu treffen.

Weitere Informationen unter hp.com/go/HPforBrands

Melden Sie sich noch heute für Updates an.
hp.com/go/getupdated



An Kollegen weiterleiten



Dokument bewerten

