



Win-Win-Win-Situation

Print on Demand, Variable Data Print, Web to Print – die neuen Märkte gewinnen für DS Graphics laufend an Bedeutung. Um individualisierte Produkte effizient zu heften, setzt das innovative US-Unternehmen auf einen Primera Digital.

«Einst dachte man, das Internet würde die Druckindustrie zerstören», sinniert Jeff Pallis, Präsident und CEO von DS Graphics in Lowell im amerikanischen Bundesstaat Massachusetts. «Doch das Internet zerstört unsere Industrie nicht – es verändert sie lediglich. Unserer Firma jedenfalls eröffnete das Internet viele neue Marktchancen.» Und diese schlagen sich auf erfreuliche Art und Weise in den Geschäftsbüchern des 1974 von Jeff Pallis' Vater James gegründeten,



2014



2015

2014 fertigte DS Graphics auf drei kleinen Sammelheftern 2 Mio. Produkte, 2015 waren es alleine auf dem Primera Digital 7 Mio.



Jeff Pallis, Präsident und CEO von DS Graphics (rechts): «Unsere Kunden wollen individualisierte Printprodukte, wir suchen nach individuellen Maschinenlösungen.» Links Frank Donnelley (Sales Manager Müller Martini Nordamerika).

ten, 200 Mitarbeiter beschäftigenden Familienunternehmens nieder. «Dank der neuen Märkte», betont Jeff Pallis nicht ohne Stolz, «haben wir 2015 das profitabelste Geschäftsergebnis in unserer Firmengeschichte erzielt.»

- ▶ Neue Märkte, das heisst für DS Graphics zum einen Print on Demand. Bei diesen Produkten ändert sich der Inhalt nicht, und sie werden in Auflagen 1 bis 100 auf Abruf (nach)gedruckt.
- ▶ Zum andern ist DS Graphics stark im Segment von Variable Data Print. Dabei handelt es sich um datenbasierte, auf die spezifischen Bedürfnisse der Kunden ausgerichtete Unikate mit Auflage 1.
- ▶ Das dritte starke Standbein in den neuen Märkten ist Web to Print. Über ein Portal im rund um die Uhr offenen Webstore von DS Graphics können die Kunden ihre Druckaufträge (digital und offset) online in Auftrag geben.

Nun ist der (Digital-)Druck all dieser individualisierten und personalisierten Produkte wie Mailings, Manuals, verschiedensten Verzeichnissen und vieler weitere Marketinginstrumente das eine – die effiziente Weiterverarbeitung jedoch das andere. «Eine hohe Produktionsgeschwindigkeit auch im Finishing zu gewährleisten, ist die entscheidende Herausforderung», sagt Jeff Pallis. DS Graphics vertraut deshalb in

Hybrid-Lösung für Digital und Offset

Die über acht verschiedene Digitaldruck-Systeme verfügende DS Graphics setzt den Primera Digital nicht nur für reine Digitaldruck-Produkte, sondern auch für kombinierte Magazine mit Offset- und Digitalbogen mit ebenfalls variablem Inhalt ein. «Dass uns der neue Sammelhefter die Fertigung hybrider Produkte ermöglicht, ist einer seiner grossen Vorteile», unterstreicht CEO Jeff Pallis.

der Sammelheftung auf einen Primera Digital von Müller Martini mit dem neuen Umschlaganleger 0507, sechs Flachstapelanlegern sowie Taschenfalzwerk und Durchlaufalzer von MBO. «Wir haben Müller Martini unsere Produkte und unseren Prozess aufgezeigt», sagt Jeff Pallis, «und Müller Martini zeigte uns mit einer kundenspezifischen Konfiguration den Weg auf. Mit jedem Meeting kamen wir der finalen Lösung näher.» Denn bezüglich Maschinen verhält es sich laut dem Firmenchef wie bei den Kundenwünschen: «Unsere Kunden wollen individualisierte Printprodukte, wir suchen nach individuellen Maschinenlösungen.»



Erfahren Sie mehr über das Geschäftsmodell von DS Graphics in einer ausführlicheren Version dieses Artikels auf www.mullermartini.com/Panorama/DSGraphics/D