

PRESSEMITTEILUNG

**Manhillen Drucktechnik GmbH, Schillerstraße 90,
71277 Rutesheim / Stuttgart**

1. März 2016

Ausbau der Kapazitäten bei Kartenpersonalisierung und Lettershop

Die steigende Nachfrage nach höheren Auflagen bei Plastikkarten-Produkten sorgte rund um den Jahreswechsel für Investitionen bei der Manhillen Drucktechnik GmbH: Der Druckspezialdienstleister aus Rutesheim bei Stuttgart hat seinen Maschinenpark modernisiert und die Personalkapazitäten erweitert. Pro Tag können jetzt bis zu 60.000 Plastikkarten personalisiert und rund 50.000 Kartenmailings mit bis zu drei individualisierten Beilagen verarbeitet werden.

„Bereits Ende 2015 haben wir mehrere zusätzliche Datacard-Personalisierungsmaschinen für den Bereich Kartenpersonalisierung gekauft, mit der die vorgedruckten, gestanzten Plastikkarten im Thermodruck oder per Hochprägung individuell beschriftet werden, und haben uns in diesem Bereich auch personell verstärkt“, berichtet Frank Manhillen, Geschäftsführer des 1980 gegründeten Mittelständlers.

In einem zweiten Schritt wurden dann im Januar 2016 konsequenterweise die Kapazitäten bei der Mailing-Weiterverarbeitung an die gesteigerten Volumina bei der Kartenpersonalisierung angepasst. Dafür wurde im Zuge einer Ersatzinvestition auf eine größere Maschine umgestellt, die jetzt auch einen automatisierten Abgleich von bis zu drei personalisierten Bestandteilen über eine Barcodelesung ermöglicht.

PRESSEMITTEILUNG

Kartenmailings nach dem „Alles aus einer Hand“-Gedanken

Als Plastikkartenhersteller, der vor Ort in Rutesheim druckt, ist Manhillen in der Branche ein Begriff. Nun soll auch mehr das Angebot kompletter Kartenmailings – von der Konzeption über die Produktion bis hin zu Lettershop und Versand – in den Fokus rücken. Denn durch die Erweiterung des Maschinenparks können jetzt auch größere Kartenmailings kurzfristig abgewickelt werden. Für den erhöhten Durchlauf sorgen dabei nicht nur die zusätzlichen Personalisierungskapazitäten und die größere Kuvertiermaschine von Pitney Bowes, sondern auch das Matching via aufgedrucktem Barcode. Neben einem Anschreiben mit der aufgespendeten und personalisierten Plastikkarte würden heute, so Manhillen, die meisten Mailings mindestens noch ein zusätzliches personalisiertes Element enthalten. In der Vergangenheit war dazu ein manueller Abgleich nötig, was nur bis zu bestimmten Auflagenhöhen wirtschaftlich war.

Druckkunden sparten oft am falschen Ende

Als „fatalen Trugschluss mit dem Sparen“ bezeichnet Manhillen die Tendenz der letzten Jahre, dass Unternehmen den Einkauf der einzelnen Mailingbestandteile auf verschiedene Dienstleister – unter anderem auch Online-Druckportale – splitten, um bei der Produktion zu sparen. „Übersehen wird dabei oft, dass das große zeitliche und logistische Abstimmungsaufwände bedeutet und dadurch höhere Prozesskosten verursacht. Am Ende sind oftmals nicht alle Mailingbestandteile in der richtigen Qualität zur richtigen Zeit am richtigen Ort, was schließlich eine Verschiebung des geplanten Maildates zur Folge haben kann.“, skizziert Manhillen ein häufiges Szenario. Ein weiteres Problem: Oftmals ist beim gesplitteten Einkauf auch keiner der Dienstleister dafür zuständig, auf das Gesamtgewicht zu achten und man liegt am Ende

PRESSEMITTEILUNG

vielleicht bei unglücklichen 21 oder 22 Gramm. „Und damit wird richtig viel Geld verfeuert.“ erläutert Manhillen, „Denn bleibt man bei einem Gewicht von bis zu 20 Gramm, wird das Porto pro Mailing 7 Cent günstiger, ein Betrag der sich bei der Produktion in dieser Höhe kaum einsparen lässt!“ Mit den Argumenten Portooptimierung sowie Prozesssicherheit und damit auch Terminalsicherheit will die Manhillen Drucktechnik GmbH künftig mehr auf den Full-Service-Gedanken setzen.

Kundenkarten weiterhin wichtiger Baustein bei der Kundenbindung

Die Grundsatzfrage, ob es sich für Unternehmen heute überhaupt noch lohnt, Kundenkarten zu drucken und zu versenden, wird dem Rutesheimer Plastikkartenhersteller mit Blick auf Online-Kundenkonten und Kundenkarten-Apps, die die Plastikstapel im Portemonnaie überflüssig machen sollen, übrigens immer wieder gestellt. Darauf hat Manhillen dann auch eine eindeutige Antwort: „Eine Kundenkarte, die im Geldbeutel des Kunden physisch präsent ist, hat eine viel höhere Aufmerksamkeitswirkung und ruft das Unternehmen unterschwellig immer wieder in Erinnerung.“ Dafür zu sorgen, dass die Kundenkarten oder Mitgliedsausweise gerne mitgenommen werden und sich positiv vom Gros der Plastikkarten im Geldbeutel abheben, stünde daher immer mehr im Fokus bei der Kartenkonzeption. „Viele Kartenherausgeber setzen deshalb heute auf optische und haptische Effekte, die wir durch unterschiedliche Formen von UV-Lackierungen, partielle Lackierungen mit Softtouch- oder Relieflacken oder durch den Einsatz von Lentikulardruck-Technologien erreichen.“, konkretisiert der Druckexperte einige Veredelungsmöglichkeiten. Kundenkarten, Clubkarten und Mitgliedsausweise und damit auch Kartenmailings werden, so prophezeit Manhillen, nicht so schnell aus dem Alltag und vor allem den Portemonnaies verschwinden,

PRESSEMITTEILUNG

bleiben sie doch für Modelabels, Supermärkte, Apotheken, Hotelketten oder Fitnessstudios ein wichtiger Baustein bei der Kundenbindung. Die Investitionen in die Modernisierung und den Ausbau des Maschinenparks sind für Manhillen daher eine wichtige Weichenstellung für die Zukunft.

PRESSEMITTEILUNG

Hintergrundinformationen Manhillen Drucktechnik GmbH

Die Manhillen Drucktechnik GmbH mit Sitz in Rutesheim wurde 1980 gegründet und zählt zu den führenden Spezialanbietern im Bereich der Kartenproduktion. Bundesweit und branchenübergreifend bietet das Familienunternehmen mit 30 Mitarbeitern ein Full-Service-Angebot rund um Gestaltung, Produktion und Versand der hochwertigen Plastikkarten. Die Geschäftsbereiche Digitaldruck und UV-Offsetdruck erweitern das Kerngeschäft Plastikkarten und festigt das Unternehmen als Full-Service-Dienstleister für Karten und Kartenmailings. Für den Bereich Veranstaltungsservice steht zudem eine eigene Softwarelösung zur Verfügung. So erhalten Organisatoren von Sport- oder Firmenevents auch Zutrittskontrolle, Akkreditierung oder Catering-Abrechnung aus einer Hand. Anfang 2011 wurde das Unternehmen vom Bundesverband Druck und Medien e. V. (bvdm) auf Basis eines wissenschaftlich anerkannten Verfahrens CO₂-geprüft und kann deshalb auf Wunsch die gesamten CO₂-Emissionen, die bei der Produktion eines Kundenauftrages entstehen, kompensieren. Für die klimaneutrale Kartenproduktion erhielt das Unternehmen die Auszeichnung „Top Produkt Handel 2012“ in Bronze. Seit 2014 wird das Druckerei-Portfolio durch die drucktechnischen Möglichkeiten eines 3D-Druckers – in Kombination mit einem 360°-Fotostudio erweitert. Mehr Informationen zum Unternehmen sowie seinen Produkten und Dienstleistungen gibt es im Internet unter www.man-druckt.de.

Pressekontakt

Frank Manhillen

Manhillen Drucktechnik GmbH, Schillerstraße 90, 71277 Rutesheim

Telefon: 07152-99918-55, E-Mail: presse@man-druckt.de

PRESSEMITTEILUNG

Verfügbare Bildelemente



Dateiname:

20160301_Kartenpersonalisierung_PM-Manhillen.jpg

Bildunterschrift:

Blick auf einige der Kartenpersonalisierungsmaschinen, die die Magnetstreifencodierung sowie die Thermopersonalisierung übernehmen.



Dateiname:

20160301_Kartenmailing_PM-Manhillen.jpg

Bildunterschrift:

Die neue Falz- und Kuvertiermaschine, mit dem der Lettershop-Bereich aufgerüstet wurde und die einen deutlich größeren Output an Kartenmailings ermöglicht.