



## OUTSOURCING DER MEDIENPRODUKTION



## CASE STUDY · DEUTSCHE SUPERMARKTKETTE

Eine mittelgroße deutsche Supermarktkette mit zusätzlich ca. 20 Standorten in Europa kam auf Media Impression zu, um die Ausgaben in der Medienproduktion drastisch zu reduzieren. Vor dem Projektstart gab es weder feste Standards zur Papierqualität, was zu Verzögerungen in der Produktion führte, noch eine klare Vorgehensweise bei der Anfrage für Druckkosten. Eine Mediendatenbank für die interne Medienproduktions-Abteilung war ebenfalls nicht vorhanden. Außerdem fehlte die Möglichkeit der automatisierten Medienproduktion für alle Kanäle.

Deshalb entschied sich unser Kunde dafür, seine komplette Medienproduktion auszulagern und die Belegschaft im Bereich Marketing von 16 auf 8 Angestellte zu reduzieren sowie den Bereich Druckvorstufe komplett zu schließen. Die Zielsetzung des Unternehmens war es, die Papier- und Druckkosten um 10% sowie die Kosten für die Medienverteilung um 15% zu reduzieren.

Wir entschlossen uns, zwei führende Angestellte des Bereiches Medienproduktion zu übernehmen und reduzierten die Belegschaft in diesem Bereich von 14 auf 4 Angestellte. Eine Bildbearbeitungsdatenbank wurde verfügbar gemacht und durch ein webbasiertes Planungssystem für die Medienproduktion ergänzt.

Die Auslagerung vieler Teilprozesse (z.B. Druckproduktion, Papier-Management, Produktdatenbank oder Flyer-Verteilung) an Media Impression führte u.a. zur Reduzierung der Produkteinführungszeit und zu weiteren beträchtlichen Einsparungen in der Medienproduktion.

**Alles hat einen Ursprung  
und ein Ergebnis –  
efficient. together.**

Lassen Sie uns miteinander reden!

### Deutschland

Dirk Bertelmann

Media Impression GmbH

Carl-Schurz-Str. 121 · 50374 Erftstadt / Liblar

Telefon: +49 2235 95 78 310

d.bertelmann@mediaimpression.biz

### Schweiz

Lorenz Beer

Media Impression Schweiz AG

Grubenstrasse 109 · CH-3322 Schönbühl

Telefon: +41 31 850 31 50

lorenz.beer@mediaimpression.ch



## ANALYSE



Das Fehlen von festen Standards zur Papierqualität führte zu erheblichen Verzögerungen in der Medienproduktion. Außerdem war die interne Medienproduktion-Abteilung in ihrem Handeln aufgrund nicht vorhandener Möglichkeiten der Automatisierung von Prozessen stark eingeschränkt.

Die zu hohen Papier- und Druckkosten waren auch dadurch begründet, dass keine klare Vorgehensweise bei der Anfrage von Druckkosten definiert wurde. In Abstimmung mit den Zielen des Unternehmens startete Media Impression mit Prozessoptimierungen und dem Auslagern von verschiedenen Bereichen der Medienproduktion.

## AUSFÜHRUNG



Wir reduzierten die Belegschaft in der Marketing-Produktion von 16 auf 6 Angestellte, wovon wir zwei für unsere eigene Medienproduktion übernahmen. Dadurch konnten die Personalkosten beträchtlich reduziert werden. Alle Grafik- und Marketingprozesse wurden nun von vier Angestellten zentralisiert abgewickelt.

Durch die Implementierung einer Bildbearbeitungsdatenbank konnte den entsprechenden Angestellten eine große Menge an Bilddaten zugänglich gemacht werden. Eine webbasierte Planungsanwendung sorgte nun für eine optimale Verknüpfung der Prozesse in der Medienproduktion. Komplettiert wurde diese technische Neuausrichtung mit einer bedarfsgerecht steuerbaren Druckmanagement-Plattform.

## ERGEBNIS



- 800.000 € Einsparung in den Bereichen Marketing und Druckvorstufe durch Reduzierung der Belegschaft von 16 auf 6 Mitarbeiter (davon zwei von Media Impression übernommen)
- 750.000 € jährl. Einsparung in der Druckvorstufe durch Kostenreduzierung pro Seite von 35 %
- 250.000 € Einsparung durch 5–6 % weniger Papierkosten pro Jahr
- 300.000 € Einsparung im Bereich Druck durch Veränderungen im Produktionsprozess
- 380.000 € Einsparung durch optimierten Vertrieb von Flyern und stärkeren Fokus auf die Schlüsselkunden
- 66 % geringere Produkteinführungszeit (von 34 auf 10 Arbeitstage) und dadurch Reduzierung der Kosten um 500.000 €

> Gesamteinsparungen im ersten Jahr: 3.000.000 €