



EINKAUF UND AUSSCHREIBUNG VON PRINTPRODUKTEN

EINSPARPOTENZIALE ERKENNEN UND HEBEN

Die Ausgaben für Printprodukte rangieren in den meisten Firmen unter den Top-5 im Indirekten Einkauf und bergen eines der höchsten Einsparpotenziale sämtlicher Kostenkategorien. Im Seminar werden Ihnen die wichtigen Grundlagen aller Einflussfaktoren rund um die Eckpfeiler Printprozesse, Printerzeugnisse, den Printeinkauf und natürlich die Printproduktion vermittelt. Sie erfahren, was Sie beachten müssen, um ein tragfähiges Print-Beschaffungsmanagement aufbauen und den gesamten Einkaufsprozess – von der Marktbeobachtung über die Angebotseinholung bis hin zur Vertragsgestaltung – effizient und gewinnbringend gestalten zu können. Erfahren Sie von einem Branchenexperten alles, was Sie als Einkäufer einerseits über die technischen Hintergründe und andererseits über die Besonderheiten des Einkaufs von Printprodukten (Brancheninsights, Dos und Don'ts bei Printausschreibungen etc.) wissen müssen.

ZIELGRUPPE: Dieses Seminar richtet sich an Neueinsteiger im Printeinkauf ebenso wie an Marketingverantwortliche, Produkt- und Projektmanagement, Disponenten und Purchase Management bzw. Einkäufer in Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen, sowie an alle, die ihren Einkauf von Printprodukten künftig noch effizienter gestalten möchten.

METHODIK: Vortrag, Diskussion, Erfahrungsaustausch

SEMINARLEITUNG: Lukas Hintzen



www.bme.de/bek-pri

SEMINARINHALTE

Printwissen für den Einkauf

Printprodukte und ihr Produktionsprozess

- Stellschrauben und Einflussfaktoren im Produktionsprozess
- Welche Auswirkungen haben sie auf die technischen und kaufmännischen Parameter?
- Juristische Besonderheiten und Probleme

Papier und Farbe

- Überblick über Papierherstellung und Papiermarkt, Papierarten und -klassen, Papierformate, Einsatzgebiete
- Papier und Bedruckstoffe: Welche Eigenschaften sind wichtig? Was muss beim Einsatz beachtet werden?
- Überblick über: Licht und Farbe, Farbräume, Prozess- und Sonderfarben, Raster
- Was ist der Unterschied zwischen Farbe, Farbton, Druckfarbe?
- Farbraum und Farbprofile
- Was bedeutet CMYK, RGB, Farbmischung?
- Was ist ein Raster?

Preprint

- Vorlagenherstellung, Colormanagement, Profile und Print PDF, Proof
- Wie werden Druckdaten hergestellt? Welche Dateitypen sind wichtig?
- Vektor- und Pixelgrafiken
- Dateitypen: PDF, Postscript und RIP
- Was versteht man unter Colormanagement, Proof, Prüfdruck, Andruck?

Print

- Druckprinzipien/-verfahren (Offsetdruck, Digitaldruck)
- Wie funktionieren die unterschiedlichen Druckverfahren?
- Was sind Vor- und Nachteile? Welchen Einfluss haben sie auf die Qualität?
- Einfluss verschiedener Druckverfahren auf das Preis-Leistungsverhältnis

Postprint

- Falzen, Schneiden, Binden, Lackieren, Cellophanieren
- Die verschiedenen Weiterverarbeitungsprozesse und Schneidtechniken
- Vor- und Nachteile der unterschiedliche Bindeverfahren
- Veredelungstechniken und Lacktechniken

Strategischer Einkauf von Printprodukten

Struktur der Druckindustrie

- Welche Besonderheiten zeichnet die Branche aus?
- Aktuelle Lage und Entwicklungen der deutschen und europäischen Druckereilandschaft

Strukturanalyse der Druckaufträge

- Wie setzt sich das Einkaufsvolumen zusammen?
- Ableitung von Kriterien für Ausschreibung und Beauftragung
- Potenziale zur Kostenoptimierung aufdecken
- Ablauf der Ausschreibung, Definition von Spezifikationen

Lieferantenanalyse und -auswahl

- Welche Druckdienstleister entsprechen am besten der Auftragsstruktur des Unternehmens?
- Den besten Druckdienstleister für das eigene Produkt finden
- Ist der günstigste Anbieter immer die beste Wahl?
- Risiko Lieferanteninsolvenz: Wie kann man sich absichern?
- Einkaufsethik „hart aber fair“: Wie schafft man den Spagat zwischen günstigen Preisen, Qualität und fairen Lieferantenbeziehungen?
- Internationaler Drucksacheneinkauf: „Pros und Cons“

Weitere Besonderheiten bei der Beschaffung

- eAuctions: Was ist im Druckbereich zu beachten?
- Online Drucker: Welche Projekte sind dafür geeignet und welche nicht?
- Make or Buy: In-house Management oder Vergabe an Print-Management-Unternehmen?
- Reporting: Wertdarstellung des Einkaufs



26. – 27.10.2026
06. – 07.04.2027
04. – 05.10.2027



ONLINE
DÜSSELDORF
ONLINE



382631024
352704005
382731002



1.595,-
1.595,-
1.595,-



PRÄSENZ/ONLINE:

1. Tag: 09.30 – 17.00 Uhr
2. Tag: 08.30 – 16.30 Uhr



06196 5828-200



06196 5828-299



anmeldung@bme-akademie.de



www.bme-akademie.de