



Neue Funktionalitäten identifizieren bei Gallus Ferd. Rüesch

Alexander Conreder, Ellen Enkel & Thomas Weber

Wie in vielen Branchen und Märkten zur Zeit eine Konsolidierung und Konzentrierung stattfindet, zeichnet sich dies auch im Bereich des Schmalbahndrucks ab. Typische Produkte der in diesem Bereich tätigen Druckereien sind Etiketten u.a. für Verkaufsverpackungen von Nahrungsmitteln, Kosmetik und Getränke. Auf der Seite der Einkäufer dieser Etiketten wie Henkel, Procter & Gamble und Nestlé hat in dem letzten Jahrzehnt eine starke Konsolidierung und Internationalisierung stattgefunden. Von den Optimierungsbestrebungen der Supply Chain dieser Firmen sind auch die Druckereien immer stärker betroffen. Damit verbunden sind neue Herausforderungen, denen sich die überwiegend inhaberbetriebenen Firmen stellen müssen. Just-In-Time, Flexibilität, steigender Margendruck, Digitalisierung, Produktionssicherheit, Qualitätssicherung und Internationalisierung sind einige der Themen, die zur Diskussion stehen.

In diesen neuen Herausforderungen seiner Kunden sieht der Druckmaschinenbauer Gallus Ferd. Rüesch die Chance, mit einem neu definierten Leistungspaket die Wertschöpfung seiner Kunden zu verbessern und sich damit stärker von seinen Mitbewerbern zu differenzieren.

Projekt	CDIS - Customer Driven Innovation Scouting
Typ	Buchkapitel (Deutsch)
Buchtitel	Den Kunden als Innovationsmotor nutzen: Methoden und Beispiele des Customer Driven Innovation Scouting
Veröffentlichungsdatum der Publikation	2007
Verlag	Ist auf Anfrage als CD erhältlich
Review	externes Review