

Web-to-Print ist Kundenbindung online, mit Kompetenzgewinn in der Beratung

WEB-TO-PRINT ■ Als Vertriebskanal ist das Internet nicht mehr wegzudenken. Für einige wenige Druckereien ist Web-to-Print in Form eines offenen, also vorrangig auf Endkunden ausgerichteten Internetportals mittlerweile die Haupteinnahmequelle. Aber eigentlich hat das Web das Potenzial, um zum wichtigsten Wachstumssegment für viele Unternehmen der Branche zu werden. Doch welche Geschäftsmodelle versprechen überhaupt noch Erfolg, und was braucht die moderne Druckerei, um das Web rentabel zu nutzen?

■ Die Verlagerung von Geschäftsmodellen und -prozessen ins Internet passiert branchenunabhängig – Automobilhersteller, Chemiekonzerne und Maschinenbauer wickeln einen Großteil ihrer vor- und nachgelagerten Prozesse über eigens entwickelte Plattformen online ab. Das eigentliche Potenzial des Internets geht also über das reine Online-Shopping (inklusive Internet-Druckereien) weit hinaus, auch wenn hierzulande schon rund 40 Millionen Kunden im Internet einkaufen.

Abgesehen vom B2C-Geschäftsmodell der Internetdruckereien bietet sich also für die meisten Druckunternehmen der Einstieg in Web-to-Print vor allem in Form einer so genannten „geschlossenen“ Business-to-Business-Lösung (B2B) an. Hier geht es nicht ums Massengeschäft, sondern vor allem darum, zusätzliche Dienstleistungen für Neu- und Bestandskunden anzubieten und damit zwei Dinge zu erreichen: Eine höhere Kundenbindung und eine weitergehende Standardisierung der eigenen Prozesse. Die ist nämlich in der Regel notwendig, um zum Beispiel über eine Portallösung die einfache Bestellung und Produktion individualisierter Marketingunterlagen für ein Filial- oder Franchise-Netz anzubieten.

EINSTIEGSHÜRDE NIEDRIG HALTEN. Web-to-Print ist also bei weitem nicht nur eine Frage nach der Shop-Software. „Grundsätzlich gehen wir

davon aus, dass über kurz oder lang alle Prozesse der Printmedienindustrie, die sich elektronisch abbilden lassen, auch online verfügbar sein werden“, skizziert Martin Klein, Geschäftsführer vom Stuttgarter IT-Dienstleistungsunternehmen CTRL-S Prepress GmbH, die Zukunft. „Das schließt alle Prozesse bis zur eigentlichen Produktion im Drucksaal ein.“ Das Unternehmen hat sich vom reinen Vorstufenbetrieb in den letzten Jahren zum Service- und Beratungsanbieter entwickelt, der Druckereien auf dem Weg zu Web-to-Print unterstützt und begleitet. CTRL-S stellt dabei sein Prozessverständnis und gleichzeitig umfangreiches IT-Know-how bereit, so dass die Einstiegshürde für Web-to-Print für eine Druckerei möglichst niedrig liegt.

Das Unternehmen entwickelt für seine Kunden Web-to-Print-Lösungen auf Basis des Prinect Web-to-Print Managers der Heidelberger Druckmaschinen AG. Auf dieser Grundlage entstehen nach intensiven Analyse- und Beratungsprozessen mit der Druckerei am Ende kundenspezifische Web-Portale für das B2B-Geschäft, mit denen sich Druckprodukte und neue Dienstleistungen effizienter vermarkten lassen. „Mit diesem Prinect-Modul lassen sich einerseits über Templates Drucksachen besonders einfach generieren. Andererseits ist es eben weit mehr als „nur“ eine Shop-Software, sondern schon im Grundsatz auf die Prozessanforderungen in Druckereien ausgelegt“, so Klein.

ZULIEFERER UND BERATER IN EINEM. Da für viele Druckereien die Kundenbindung im Vordergrund steht, lässt sich der Web-to-Print Manager individuell an die Bedürfnisse anpassen – sei es für B2C- oder B2B-Lösungen. So können mit



Martin Klein

überschaubarem Aufwand zum Beispiel CI-konforme, passwortgeschützte Druckportale für Unternehmen mit vielen Niederlassungen, Händlernetzen oder Franchise-Nehmern entstehen. Ebenso lassen sich im Portal aber auch Publikationen online er- und bestellen – eine Mischung aus offenem und geschlossenem Shop ist ohne Weiteres möglich. Ein nicht zu unterschätzender Neben-

effekt: Die Druckerei wird durch ein entsprechendes Angebot vom reinen Zulieferer von Drucksachen zum Berater für eine Vielzahl von Kommunikationslösungen – möglicher Auftragszuwachs inklusive.

DIE BASIS IST VIELFACH VORHANDEN. Der Prinect Web-to-Print Manager integriert dabei den gesamten Prozess – von der Auftragsannahme über das integrierte Farbmanagement, Proofing, Freigabe und Plattenproduktion bis hin zur automatisierten Produktion. Das Workflow-Modul kann als Teil eines Prinect-Workflows oder als Standalone-Lösung eingesetzt werden. „In rund 95 Prozent der Druckereien sind Equipment- und Workflow-seitig die Voraussetzungen für Web-to-Print vorhanden“, so Klein. „Die Hauptaufgabe liegt oft darin, die Prozesse des Kunden in einem Portal abzubilden. Dafür ist eine an die Kundenwünsche individuell anpassbare Plattform wie der Prinect Web-to-Print Manager aus unserer Erfahrung eine geeignete Grundlage.“

Der Web-to-Print Manager ergänzt den Druckerei-Workflow Prinect um Online-Shopsysteme, mit denen sich Druckprodukte und Dienstleistungen online erstellen und beauftragen lassen. Equipment-seitig wird HEI Integration ergänzt durch Drucksysteme mit besonders hoher Automation, niedrigen Rüstzeiten und Makulatur – auf der Drupa ist unter anderem eine Komplettlösung aus Prinect-Workflow, einer Speedmaster SX52 Anicolor und dem Digitaldrucksystem Linoprint C 901 zu sehen. (ms)

Beispiel für einen von CTRL-S realisierten Open Shop für Nischenprodukte.



Anwendung verstanden,
clever gelöst } Passt



Schnellere Produktwechsel, höhere Präzision und das bei weniger Makulatur – der Markt verlangt viel. Wie erfüllen Sie alle diese Anforderungen gleichzeitig und verschaffen sich damit einen entscheidenden Wettbewerbsvorsprung? Mit flexiblen Systemlösungen von Rexroth, dem Automatisierungsspezialisten für alle Druck- und Verarbeitungsprozesse. So realisieren Sie Produktwechsel auf Knopfdruck und höchste Produktqualität durch perfekte Synchronisation aller Maschinenprozesse – und das schon vom Produktionsstart an. Erfahren Sie von uns, wie wir auch Ihre Anwendung clever lösen.

Besuchen Sie uns auf der **drupa** vom 3. Mai bis 16. Mai 2012 in Halle 3, Stand 3A70.