

Nur wer seine Prozesse im Griff hat, wird bei Web-to-Print erfolgreich sein

W2P-STRATEGIE ■ Der Schweizer Web-to-Print-Vorreiter Binkert Buag löst sein vor 12 Jahren selbst entwickeltes Online-Drucksachen-Management ab. Für die neue Lösung analysierte das Unternehmen die individuellen Frontend-Prozesse aller Kunden, die Abläufe im eigenen Backend wurden nach intensiver Überprüfung konsequent auf Vollautomatisierung getrimmt. Gemeinsam mit Technologiepartner That's it Solutions migriert man nun über 100 Online-Shops auf die neue „W2Pfactory“, Basis iPrinter. Der Fall ist ein Paradebeispiel dafür, wie wichtig es bei Web-to-Print-Projekten ist, vor der Entscheidung für eine leistungsfähige Software seine eigenen Prozesse zu kennen und zu optimieren.

■ „Es ist schon verrückt, wie fahrlässig manch einer seinen Einstieg ins Web-to-Print-Business angeht“, wundert sich Helga Sterr. „Da wird schon über Technologiepartner, mögliche Software und Kosten geredet, aber keiner hat sich zuvor detailliert mit den Bedürfnissen und Workflows seiner B2B-Kunden beschäftigt; in der Regel sind nicht mal die eigenen Prozesse klar und für eine Softwareintegration dokumentiert. Wie will man sich denn ohne diese Basis konkrete Ziele setzen?“

Die Leiterin Premedia beim Schweizer Medienstleister Binkert Buag weiß, wovon sie spricht. Von einem Einstieg in die Materie ist der Web-to-Print-Pionier aus Laufenberg dank seiner langjährigen Erfahrung zwar schon weit entfernt, doch Helga Sterr und ihr Team stecken gerade in der Endphase eines großen Umstellungsprozesses von der eigenen, vor 12 Jahren selbst programmierten Lösung auf einen neuen, moderneren Drucksachen-Online-Shop – und der zeitversetzten Migration von 100 sehr unterschiedlichen Kunden (Konzerne, Versicherungen, Ämter, Industrieunternehmen, Banken, Bund etc.) auf dieses neue System. Eine kaum weniger anspruchsvolle Aufgabe also als ein kompletter Neueinstieg.



Der Einstieg in Web-to-Print erfordert ein hohes Maß an Prozessanalyse-Kompetenz.

Marcel Liedermann, That's it Solutions

TOTAL AUF DEN KOPF GESTELLT. Bei Binkert Buag wurde über Technologiepartner und die geeignete Software erst im Januar 2014 diskutiert. Dieser Evaluierungsphase ging eine intensive und weitreichende Ist-Analyse (Stärken/Schwächen) des bestehenden Business-Modells „Online Drucksachen Management“ im eigenen Hause voraus, umfassend die Bereiche Technologie, Workflows/Prozesse sowie Vertrieb/Marketing



Der „alte“ Online-Printshop von Binkert Buag konnte die Kundenbedürfnisse nicht mehr vernünftig abdecken. Vor allem in der Materialwirtschaft (Bestandsverwaltung) gab es Nachholbedarf. Im Bild: Helga Sterr demonstriert ihrem Chef Stephan Kopf (l.) und Marcel Liedermann (Geschäftsführer That's it Solutions) die einfache Templateerstellung im Backend der neuen „W2Pfactory“.

und Verantwortlichkeiten/Personal. Gedacht wurde stets komplett entlang der gesamten Media Supply Chain und nicht allein aus Sicht von Web-to-Print! Auch eine kritische Ist-Analyse der Kunden und der Anbindung des bestehenden Online-Shops in deren Prozesse durfte nicht fehlen (eine sehr aufwändige Arbeit, aber mittelfristig auch eine große Chance zur Kundenbindung!). All dies geschah auf Basis der unternehmerischen Grundsatzentscheidung, sich wegen der kritischen Entwicklung des Schweizer Druckmarkts (Überkapazitäten, Preisspirale nach unten) künftig verstärkt als Premedia-Dienstleister im Multichannel-Publishing-Bereich zu positionieren. Diese Grundsatzentscheidung wiederum fiel im Rahmen der Fusion der beiden Unternehmen Binkert und Buag (siehe Kasten Seite 25) im Frühherbst 2013. Die Geschäftsleitung um Stephan Kopf stand somit voll hinter dem Projekt „Weiterentwicklung Geschäftszweig Online Print“, es wurden Budgets für ein tragfähiges modulares Konzept freigegeben und mit Helga Sterr eine hochkompetente Leiterin eingestellt – mit jeder Menge kundenspezifischer Vorerfahrung aus ihrem Job als Head of Marketing Services bei der Kuoni Reisen AG. Zudem hatte sie schon bei Local.ch die gesamte Medienproduktion (Online/Print) aufgebaut.

Herausforderung war zunächst, die bestehenden Prozesse mit der alten Lösung durchzudoku-

mentieren. Denn Binkert Buag wollte keinesfalls einfach den alten Webshop 1:1 durch neue Technik ersetzen und sich dabei womöglich Chancen auf Weiterentwicklung vergeben (und diese lagen aus Sicht des Unternehmens vor allem in der hochgradigen Automatisierung des Backend verborgen!). Kombiniert mit dem Wissen um die Kundenbedürfnisse (aus jahrelanger Erfahrung und der Ist-Analyse) und den teilweise komplexen Integrations-Anforderungen für das Frontend, vor allem bei Konzernkunden mit ihrem hohen Anspruch an Sicherheit, Integrationsfähigkeit und an das Customizing, entstand so auf Basis der Prozessanalyse eine ausführliche Ist-Dokumentation. Auf diesem Fundament wurden dann die technischen, strategischen und konzeptionellen Requirements für die neue Software (Soll-Analyse) erarbeitet. Hinzu kamen spezielle eigene Anforderungen wie etwa die faktische Verbindung des Warehousing mit der On-Demand-Produktion oder die Möglichkeit der Bearbeitung variabler Daten. Zunächst „standen“ also die Dienstleistungsmodulare, die man anbieten wollte, plus die Anforderungen der Supply Chain an diese Module.

HÖCHSTE ANSPRÜCHE. Die anschließende Suche nach einem geeigneten Technologiepartner plus Evaluierung seiner Software gestaltete sich auf einem so hohem (Anspruchs-)Niveau und

bei derart vielen geschlossenen, zu migrierenden Online-Shops mit hohem Customizing-Faktor natürlich außerordentlich schwierig. „Mein größtes Problem bei der Evaluierung war aber nicht ein schönes Frontend“, so Helga Sterr ernst. „Speziell im Bereich des Backend und der Vollautomatisierung der angeschlossenen Prozesse wird man von vielen Web-to-Print-Anbietern völlig allein gelassen! Auf die Frage ‚Und wie geht’s danach weiter?‘ haben wir nicht selten zu hören bekommen: ‚Na wie immer‘ – sprich: Die Jobs sollen in den bestehenden, konventionellen PDF-Workflow wandern. Aber genau das wollten wir ja nicht! Die klassischen Prozesse sind für Web-to-Print doch viel zu ineffektiv und langsam. Wir wollten ein modernes, flexibles und benutzerfreundliches B2B-Frontend, kombiniert mit der Geschwindigkeit und der Effizienz eines voll durchautomatisierten, ultraschlanken Backend. Also nicht anknüpfend an die klassischen ERP/MIS-Systeme im Druckereiumfeld, wie auch wir mit Printplus Druck eines haben, sondern direkt durchgehend daran vorbei – inklusive Produktionssteuerung, Warehousing und Faktura. Schließlich liegt bei Web-to-Print gerade in diesem Bereich unsere Wertschöpfung!“ Eine Schnittstelle zum Kundenmanagement im MIS (mit den Analysetools für die Geschäftsleitung) allerdings sollte natürlich schon realisiert werden.

Mit der That’s it Solutions GmbH und Geschäftsführer Marcel Liedermann fand Helga Sterr im Mai 2014 schließlich einen Partner, der genauso „tickt“ und flexibel agiert wie die Schweizer, dank der Kombination aus iPrinter und Visiflex eine vielversprechende Web-to-Print-Gesamtlösung anbieten konnte und vor dem Hintergrund der Vollautomatisierung auch bereits über hilfreiche B2C-Erfahrung verfügte. Liedermann, begeistert von der „optimalen Vorarbeit“, die bei Binkert Buag geleistet wurde, stellte sich nun die Frage, wie er die einzelnen benötigten Dienstleistungsmodul so realisieren und miteinander verbinden konnte, dass die Prozesse nahtlos in einem Portal abbildbar sind und bis zur Schneidmaschine kein manueller Eingriff mehr zu erfolgen hat. Die

Herausforderung lag dabei natürlich vor allem im vollautomatisierten Backend. „Zusammen mit unserem Vorstufen-Partner CTRL-s haben wir uns intensiv Gedanken gemacht und die Produktionssteuerung quasi zur Perfektion getrieben! So entstand speziell für Binkert Buag eine Lösung mit offenen Schnittstellen namens Symphony, die selbst die Nachverfolgbarkeit jedes Einzelauftrags berücksichtigt. Symphony schießt komplett automatisch aus und schickt die belichtungsfertigen Daten direkt ans CtP-System.“ (Näheres hierzu in einer der nächsten DD-Ausgaben).

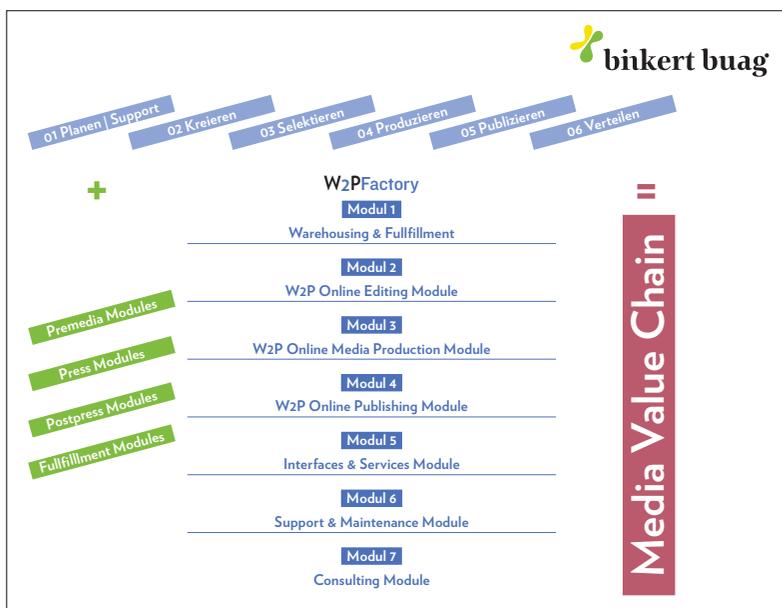
Und nach vorne hinaus, also bei der nahtlosen Integration des „Customized Frontend“ in die individuellen Kundenprozesse bei höchster Usability (zu beachten hier: Bestellprozesse, Rechnungsgestaltung, Lieferabläufe etc.), wird der ganze Job für That’s it dann zur zeitintensiven Projektarbeit, da jedes Kundenportal bei der Migration separat für sich betrachtet werden muss. Aber auch hier ist die geleistete Vorarbeit von Binkert Buag natürlich Gold wert und schon die Ressourcen der Kunden bestmöglich. „Konzerne lassen sich keine Standard-Workflows und -Webshops aufzwingen, sondern erwarten, dass man sich ihrer Wertschöpfungskette anpasst“, weiß Marcel Liedermann aus Erfahrung. „Die IT folgt dem Business, so ist das heute!“ Und Stephan Kopf ergänzt: „Unsere Aufgabe ist es, den Kunden bei dem Prozess, wie sie an ihr Marketingmaterial kommen, den Stress zu nehmen – auch wenn da Konzerne mit 30 bis 40 Filialen dabei sind, was das Ganze nicht unbedingt einfach macht. Die sollen nicht mehr so viel Administration in den ‚Nebenkriegsschauplatz Printprodukt‘ investieren müssen, sondern sich wieder um ihr eigenes Kerngeschäft kümmern und ihre Filialen marketingtechnisch entwickeln können! Und durch Migration des alten Shops auf unsere neue Lösung ‚W2Pfactory‘, also den mit Visiflex verheirateten iPrinter von That’s it (plus Chili Publisher als Editor), lösen wir dieses Problem für den Kunden Mehrwertig – und werden dadurch als kompetenter Problemlöser mit hoher Servicekompetenz sowie als Produktionsautomatisierer wahrgenommen.“ Und diese

Das ist Binkert Buag

■ Die Binkert Buag AG in der Schweiz mit heute 70 Mitarbeitern entstand vor rund einem Jahr durch die Fusion des grafischen Unternehmens Buag (Baden-Dättwil) mit der Binkert Druck AG (Laufenberg). Schon zuvor hatte die Familie Binkert eine Mehrheitsbeteiligung an der Buag Grafisches Unternehmen AG gehalten. Beide Firmen brachten ihre Stärken ein: Binkert Druck die ökologische Printproduktion, Buag das Onlinegeschäft und die größere Medienkompetenz.

Strategisch neu ausgerichtet, verfolgt das Unternehmen künftig zwei Kernziele: Zum einen eine stärkere Konzentration auf Premedia-Dienstleistungen (rund um das Multichannel Publishing), zum anderen – und darauf aufbauend – ein noch tieferes Verankern der flexibel an Kundenbedürfnisse anpassbaren „W2Pfactory“ (Online-Warehouse und W2P-Lösung inkl. Fulfillment) im Markt. Denn mit 2,8 Mio. Schweizer Franken liegt der Umsatzanteil von Web-to-Print am Gesamtgeschäft von Binkert Buag heute schon bei rund 20% (und das ausschließlich mit so genannten „C-Produkten“, sprich Geschäftsdruksachen). Dieser Anteil soll in den kommenden drei Jahren verdoppelt werden, unter anderem durch eine Ausweitung des Angebots auf „Marketing Collaterals“, also standardisiert produzierbares Marketing-Material.

Kompetenz, die in der Branche immer noch selten angetroffen wird, in Verbindung mit den neuen technischen Möglichkeiten der Lösung lässt Synergien entstehen, weil Kunden im Gespräch mit dem Vertrieb erkennen, dass sie auf diese Weise noch ganz andere Printprodukte realisieren könnten – oder vielleicht ganz andere Dienstleistungen aus dem angeschlossenen Bereich Premedia benötigen. Und schon ist man wieder im Gespräch, und der Preis steht dabei nicht an erster Stelle.



Das Chart zeigt die Arbeiten an der Entwicklung der Business-Module von Binkert Buag anhand der Media Supply Chain.

AMBITIONIERTE ZIELE. Ins kalte Wasser geworfen wird bei der Migration des Online-Shops kein Kunde, das „alte Binkert-Buag-System“ läuft zur Sicherheit anfangs parallel weiter. Da an dem einen oder anderen Online-Shop eines Konzernkunden bis zu 3000 User hängen können, wäre die Adhoc-Umstellung als „Big Bang“ im Prinzip auch gar nicht möglich. Mit den Kunden wird der beste Zeitpunkt der Migration abgesprochen, zwischenzeitlich bekommt er eine Testumgebung, um sich einarbeiten zu können.

Gemeinsam mit That’s it Solutions hat Binkert Buag inzwischen schon einige Online-Shops von Kunden migriert, den ersten gar in Rekordzeit von Mai bis Ende September. Und das, obwohl intern die Implementation des Backends noch gar nicht voll abgeschlossen ist. Bis Mitte 2015 will Helga Sterr mit der kompletten Migration durch sein, ein ambitioniertes Ziel. Aber alles andere würde weder zu Binkert Buag, noch zu der engagierten Powerfrau Helga Sterr passen. **Michael Schüle**