

**Welche Bedeutung kann ein Webshop für Druckdienstleister haben, die ihre Vermarktung heute noch überwiegend konventionell betreiben? Mit welchen Bereichen des Unternehmens sollte der Webshop unbedingt vernetzt sein?**

**Rainer Esters**

CEO, Color Alliance



Wir arbeiten in einer Branche, die Kommunikation im weitesten Sinne vermarktet. Was kommunizieren Unternehmen, die heute die Kommunikation

im Internet ausschließen? Wird der Kunde sich nicht die Frage stellen, ob die Kollegen noch die relevanten Ansprechpartner für seine Kommunikation sind?

Wer heute nicht versteht, dass der digitale Wandel auch die Kundenkommunikation erfasst hat, sollte sich fragen, wie er sich selbst als Konsument fühlt, wenn er Informationen sucht und dann auf der Anbieterseite nur Informationen über den Anbieter, aber nicht über sein Angebot findet.

Mein Freund Bernhard Huber hat mal gesagt: „Die Leute bauen sich tolle Schaufenster in ihr Ladengeschäft und vergessen dann die Türen einzubauen.“ Die Kunden müssen also quasi draußen bleiben. Die Frage, die sich die Kollegen ohne Angebot im Internet stellen müssen, ist nicht, ob sie diesen Schritt gehen müssen, sondern im Prinzip nur, wann sie ihn tun. Dieses Thema kann man nicht aussitzen und viele werden es einfach nicht mehr schaffen, weil sie schon zu lange sitzen.

Mein Tipp an alle diejenigen, die heute das Thema Internet noch nicht mit einem Kundenportal bedienen, lautet: Machen Sie es auf keinen Fall halbherzig! Suchen Sie sich jemanden, der etwas davon versteht und hören Sie auf seine Ratschläge.

Viele Kollegen, und die sollten wir einbeziehen, haben ihren Shop gebaut und dann gedacht, dass der Rest dann schon läuft. Dies hat bei den Betrieben, die ich kenne, so nicht funktioniert. Aber immerhin hat es die Erkenntnis gebracht, daß es so nicht geht. Bei den Kollegen, die hier ein bißchen

mehr Schweiß, Tränen und Herzblut investiert haben, stellt sich der Erfolg in Umsatz und Know-how dar. Zudem haben sie das gute Gefühl, die Frage nach dem „Warum“ für sich beantwortet zu haben. Die meisten haben nach der Pflicht auch noch die Kür geschafft und eigene Marken entwickelt, die eigene Produkte für neue Zielgruppen anbieten.

Wenn möglich, sollte der Webshop mit allen Arbeitsschritten im Unternehmen transparent und nachvollzieh- und kontrollierbar vernetzt sein. Dazu gehören die betriebswirtschaftlichen und kaufmännischen Aufgaben und alle Vernetzungen von Systemkomponenten zur Automatisierung von Produktionsprozessen und Druckdaten sowie ihrer Steuerung und Überwachung. Moderne Webshops übernehmen hiervon schon einen Großteil der Aufgaben zentral aus einer Datenbank.

**Karsten Sauer**

Sales Manager Productivity Software DACH, EFI



Bei Web-to-Print steht die Digitalisierung und Automatisierung von Druckprozessen im Vordergrund. Da bietet sich der Einsatz intelligenter Management-Informationen-Systeme geradezu an, um die digitale Datenmatrix des Internets auch für Online Printing zu nutzen.

Smarte MIS-Systeme ermöglichen die Vernetzung betriebsinterner und externer Daten – Basis für Web-to-Print-Lösungen und einen profitablen Druck-sachen-Webshop.

Dadurch können Druckereien Standard-Drucksachen im Consumer- und B2B-Bereich zu sehr günstigen Preisen anbieten. Außerdem gibt es die Möglichkeit, sich mit einem clever positionierten Online-Shop ein zusätzliches Standbein zu schaffen. Druckereien können trotzdem nach wie vor ihre

Stärken geltend machen: Echter Mehrwert wie persönliche Beratung, Flexibilität hinsichtlich Sonderwünschen, hohe Produktvielfalt, mögliche Selbstabholung und die Bedienung von Nischen ergeben Pluspunkte. Und sie sind für potenzielle und bestehende Kunden wichtige Entscheidungskriterien, wo sie letztendlich bestellen.

So gilt für die Druckbranche insgesamt: Die Vernetzung des Webshops mit Materialeinkauf, Kostenkalkulation, Produktionsplanung, Versand und Fakturierung ist notwendig, um gesamtbetriebliche Geschäfts- und Produktionsprozesse zu optimieren.

Unser preisgekröntes EFI Digital Store-Front ist die branchenführende Workflowlösung für die Übergabe, Annahme und Verwaltung von Druckaufträgen. Diese Lösung bietet beste Voraussetzungen dafür, neue Geschäftsfelder zu erschließen, vorhandene Geschäftsfelder auszubauen und neue Kunden zu gewinnen. Umfangreiche EFI MIS-Lösungen übernehmen die Auftragsdaten und integrieren sie nahtlos in andere relevante Unternehmensbereiche, um eine automatisierte, effiziente und profitable Betriebsführung sicherzustellen.

**Frank Siegel**

Geschäftsführer, Obility, M/S VisuCom



Prinzipiell ist die Online-Abwicklung von Bestell-Prozessen heute in vielen Branchen Standard. Das gilt auch für die Druckindustrie.

Es geht dabei nicht nur um offene Shops, die hohe Anforderungen an Online-Kenntnisse stellen und entsprechende Marketing Budgets benötigen. Sondern immer mehr B2B-Kunden erwarten, dass ihre Lieferanten Web-Plattformen zur Verfügung stellen, die ihre Einkaufsprozesse erleichtern, die Kommunikation vereinfachen und ständige Erreichbarkeit gewährleisten. Und deshalb haben B2B-Portale als geschlossene Webshops eine sehr große Bedeutung. Außerdem sind Webshops der erste Schritt um eine digitale, Prozess-orientierte

tierte Abwicklung einzuführen und damit Zeit und Geld zu sparen. Nur so bleibt man in Zeiten der Digitalisierung profitabel und marktfähig.

Eigentlich wird in Zukunft jeder Bereich des Unternehmens im Rahmen der Digitalisierung irgendwie online mit dem Kunden und so auch mit dem Webshop verknüpft sein: Der Verkauf nutzt den Webshop zur Kundengewinnung, die Auftragsabteilung bearbeitet Kundenanfragen und Aufträge aus dem Shop, die Einkaufsabteilung profitiert von automatisierten Bestellungen durch das System, die Vorstufe erhält per Schnittstelle Auftragsdaten automatisch, die Produktionsplanung erfolgt automatisch, der Versand bekommt alle Belege und Versand-Infos direkt über das System und das Rechnungswesen tauscht alle relevanten Daten mit dem Webshop aus. Außer bei großen Online-Druckern heute vielleicht noch Zukunftsmusik – aber ganz sicher der Weg für alle, die morgen noch dabei sein wollen.

## Marcel Liedermann

Geschäftsführer, that's it SOLUTIONS



Wer als konventioneller Vermarkter einfache Aufträge mit kleinen Margen immer wieder manuell anfassen muss, verbrennt ohne Webshop einen Teil seines Gewinns, und das nur mit der Abwicklung von kaufmännischen Prozessen wie z. B. Kundendaten erfassen, Angebote erstellen, Aufträge erfassen u. v. m. Bindet man den Printbuyer mittels B2B-Webshops in den Bestellprozess mit ein, kann dieser mit wenigen Klicks Bestellungen für Standarddrucksachen, Nachbestellungen oder Lagerabrufe mit Bestandsabfragen eigenständig und zu jeder Tageszeit durchführen. Mit einem simplen Web-to-Print-System wie Visiflex werden zu den Kommunikationsprozessen bei der Auftragsannahme auch aufwändige Korrekturwege optimiert und zusätzlich das Fehlerisiko sowie weiterer Zeit- und Kostenaufwand mit einfachen Mitteln reduziert.

Es ist für einen modernen Druckdienstleister unverzichtbar, den Kunden bei Standard-Drucksachen in den Bestellprozess einzubeziehen. Ideal funktioniert das mit einem Partner, der für die Druckerei die Administration und Vorlagen-Pflege im Web-to-Print System übernimmt sowie zusätzlich sein Netzwerk und die Erfahrung in der Digitalisierung von Bestellabläufen mit einbringt.

Erst im zweiten Schritt können weitere Vernetzungen individuell auf die Druckerei abgestimmt werden.

## Wolfgang Boretius

Geschäftsführer, trivet.net



Webshops erweitern den vertrieblichen Horizont für Druckdienstleister. Mit einem Webshop werden nicht nur regionale Grenzen aufgelöst – es bieten sich auch

Möglichkeiten, Umsätze mit neuartigen Produkten und zusätzlichen Services zu generieren. Dabei ergeben sich für die Druckereien neue strategischen Aufgabe: Alleinstellungsmerkmale im Markt und Mehrwerte für ihre Kunden zu schaffen, um zu vermeiden, dem reinen Preis-Wettbewerb ausgesetzt zu sein. Dies gilt heute mehr denn je.

Zum Beispiel Einkäufer im B2B-Segment wollen über das Druckprodukt hinaus effektive und wertige Beschaffungsprozesse im Unternehmen etablieren. Es braucht also Konzepte und Lösungen, die beide Interessenlagen verknüpfen. Echte Vorteile für Druckdienstleister und Einkäufer bieten und so zusätzlich Raum für einen intensiven, persönlichen Kontakt schaffen. Es sollten nicht nur spezielle Bereiche vernetzt sein, Webshop und interne Prozesse müssen in der gesamten Breite miteinander verzahnt sein. Es ist also eine Frage der Prioritäten. Dabei verwischen zunehmend die Grenzen zwischen internen und externen Prozessen. Wir von trivet.net bieten komplette Lösungen: E-Business und Online-Portale zum Kunden hin sowie umfangreiche Funktionen für Produktionsplanung und Ablaufsteuerung.

# Unsere Innovation für Ihre Wertschöpfung



ca | color alliance



Z.B.  
Dynamische  
3D Visualisierung  
einer  
Küchenrückwand

Bestimmt auch für Ihre Produkte geeignet!

Für mehr Informationen besuchen Sie unsere Homepage unter:  
[www.ca-web-to-print.com](http://www.ca-web-to-print.com)



Anbieter	Agfa Graphics	Aleyant	Be.Beyond	Canon u. Skyco	Color Alliance
Produktname	Apogee StoreFront/Asanti StoreFront	Aleyant Pressero	Lead-Print	Skyco echsPress	ca smart SHOP 3.0 mit ca smart-EDITOR
<b>Webshop-Struktur</b>					
offene und geschlossene Shops	offene und geschlossene Shops B2C und B2B	offene und geschlossene Shops B2C und B2B	offene und geschlossene Shops	B2C, B2B, offen, geschlossen oder filialorientiert, mandantenfähig	offene und geschlossene Shops
Software (standardisiertes Komplettpaket, modulare Struktur, individuelle Kunden-CI-konforme Anpassung)	standardisiertes Komplettpaket	hochgradig anpassbar und konfigurierbar für viele Zielmärkte, Programmierkenntnisse sind nicht erforderlich	Standard-Komplettlösung, wahlweise modularer Aufbau oder indiv. Kundenentwicklungen	installierbares Gesamtpaket, komplett personalisier- u. anpassbar in mehreren Stufen bis hin zur indiv. Anpassung für Kunden; plattformübergreifende Technologie für Android, iOS, HTML 5, ActionScript, Flash	Komplettlizenz inkl. Editoren für LFP und andere Anwendungen, individuelle CI-Anpassung
Schnittstellen zu Workflows und MIS-Schnittstelle	automatische Druck- und Bestelldatenübertragung an den Apogee PrePress/Asanti Workflow – MIS-Anbindung via JDF oder Excel	offene Architektur und API- und XML-basierte Web Services ermöglichen Integration mit MIS, ERP, Workflows und anderen Drittanbieterprodukten	ja zu pagina net	XML- und JDF- sowie API-Schnittstellen	CSV-Im- und Export-Schnittstellen, XML u. v. m.
Möglichkeit/Schnittstelle variabler Datendruck	ja über Excel-File	Aleyant eDocBuilder (inklusive), HP SmartStream, Print UI, PDF Book Builder	ja	ausgefeilte VDP-Möglichkeiten über SQL, RSS, Webservice, Excel, algorithmisch und augmentiert	XML-Schnittstelle
Webhosting	Software as a Service (SaaS) – Hosting durch eigene Rechenzentren von Agfa	Cloud-based Software-as-a-Service (Saas) inklusive Hosting	ja bei Kauf-Version, in der SaaS-Version inbegriffen	Software as a Service	über ca Partner-Provider
Zielgruppen	Druckereien, Mediendienstleister, Werbemittelanbieter	Digital-, Offset-, LFP-, Textil-Druckereien, Hausdruckereien, Zwischenhändler und andere Druckdienstleister	je nach Nutzung beide Zielgruppen möglich	werbetreibende Unternehmen, Werbeagenturen, Produktionsbetriebe, PR-Agenturen und Druckereien sowie Hausdruckereien	speziell für B-to-C und B-to-B
Investitionsvolumen (pro Shop, pro Arbeitsplatz, Gesamtlösungen)	monatliche Gebühr – Grundpaket 305 Euro mit 3 Shops	durch das Saas-basierte Angebot ist die Investition vergleichsweise gering	SaaS-Version auftragsgebundene Bezahlung o. Kaufversion ab 6.900 Euro	auf Anfrage	auf Anfrage
Hardware-Voraussetzungen	keine besonderen Anforderungen, da mit Standard-Web-Browsern gearbeitet wird	Laptop, Desktop oder Mobilgerät mit Internetverbindung	2 GHz, 3 GB RAM, Festplatte 500 GB, OS: Linux	Standard Internet Server	Bedienung über jeden aktuellen Webbrowser, HTML5, keine Addons erforderlich
<b>Printproduktgestaltung</b>					
Gestaltungsmöglichkeiten (Templates, dynamische Templates, freies Gestaltungstool)	Produkttemplates werden aus InDesign (ab CS 5 und höher) nach StoreFront hochgeladen, Text/Bildbereiche können editierbar sein oder auch gesperrt werden	Templates und/oder freies Gestaltungstool möglich	ja/ja/ja	grafischer Drag & Drop Editor, ähnlich Powerpoint, InDesign o. Quark mit Festlegung freigestaltbarer, algorithmischer oder fixer Templates, die für den Endkunden fix wirken	freies Gestaltungstool ca smart-EDITOR, freie und dynamische Templates
Gestaltungsmöglichkeiten offline/online	die Gestaltung in InDesign erfolgt offline – die Produktspezifizierung erfolgt online	online über Browser	online	Online-Gestaltung Standard/ Gestaltungsmöglichkeiten offline als Modul möglich	online im ca smartEDITOR, HTML5, kein Plugin nötig
Datenformate	PDF, JPG, TIFF, JDF, XLS,	alle gängigen Formate	PDF, JPG, TIFF, BMP	Office-Datenformate, Grafik Datenformate, PDF, Bildformate, Videoformate	PDF, JPG, PNG, SVG u.v.m.
Preflight/integrierte Produktionslogik mit hinterlegtem Ausschluss-Verfahren	Preflight für Bildauflösung, Farbigekeit, Schriften, Trimbox – Warnung oder Abweisung	ja, via Tucanna tFlow Preflight	Preflight	Preflight integriert für PDF, JPG, BMP, TIFF und Office-Formate	live Qualitätsindex für alle Bilder im Editor, Anbindung von Preflight Tools optional
Produktpreview	PDF-Vorschau und HTML5 Flipbook	ja	ja	Vorsicht des Druckproduktes möglich	ja, druckverbindliche PDF-Vorschau oder 3D-Vorschau plus Augmented Reality variabler Produkte im endgültigen Zustand
Auftragsverfolgung während der Produktion/Statusverfolgung	ja	ja	ja, Barcode-System	frei definierbare Stati u. autom. o. man. Statusüberführung/ Workflow; E-Mail-Benachrichtigung u. Status-Verfolgung für Endkunden	ja, online über Barcodeleser Änderung der Auftragsstati und dann Übermittlung online oder per Mail
<b>Zahlung und Inkasso</b>					
Inkasso (automatische Abbuchung, Kreditkarte, Bankeinzug, Internet-Dienstleister wie PayPal)	Ingenico(Ogone) bietet Schnittstellen zu allen bekannten Bezahlarten, PayPal	große Bandbreite von Kreditkartenooptionen und offene Anbindungen (Rechnung, Lastschrift usw.)	ja (PayPal, Sofortüberweisung, Six Payments, PayOne, Giro-pay, Micropayment, Postfinance)	im Standard enthalten Vorkasse, Bankeinzug, Rechnung, PayPal, weitere Anbindung an Zahlungssysteme auf Anfrage	alle üblichen Zahlungsarten, Schnittstelle zu PayPal, Sofortüberweisung, Klarna, etc.
Schnittstelle zur Buchhaltung/ Datev	nein, Export XML/Excel möglich	ja, Vielzahl von Drittanbieterlösungen, xls/csv Export oder API	ja, anpassbar	vorbereitende Buchhaltung mit Exportmöglichkeiten zu Datev	CSV-Im- und Exportschnittstellen, XML u. v. m.