



„INVESTIEREN SIE IN B-TO-B-WEBSHOPS!“

Der Einstieg in Web-to-Print kann sich für Druckereien lohnen – wenn das Konzept stimmt. Seite 19



PRINT BRAUCHT EINE EU-LOBBY

Immer mehr Entscheidungen, die die Druckindustrie betreffen, werden in Brüssel getroffen. Seite 6



WIE SICH VIELMAL VERDIENEN LÄSST

Wer dauerhaft erfolgreich bleiben will, muss sich verändern können, sagt Piet Saegeman. Seite 36

Deutscher Drucker

VORSTUFE · CROSS MEDIA · DRUCK · WEITERVERARBEITUNG

14. November 2013 · Nr. 23 · 49. Jahr

Geschäftsmodell? Web to Print!



Welche Strategien braucht es, um Web-to-Print-Projekte erfolgreich umzusetzen? Welche Herausforderungen müssen gestemmt werden? Und welcher Lohn winkt schließlich für den ganzen Aufwand? Seite 16

Marketing für Möbelmacher Der Ikea-Effekt



ó Wer eine Tageszeitung abonniert hat, kennt das: Beim Aufblättern purzeln massenweise Prospekte von Möbelhäusern heraus – oft mit Billigangeboten aus Fernost. Für den Verbraucher höchst interessant, aber Gift für die heimische Möbelindustrie. Die muss sich nun wehren. Dabei spielt das Marketing via Printmedien wie Kataloge, Kundenmagazine, Mailings, Postwurfsendungen oder Broschüren eine wichtige Rolle Seite 10

Rückfeuchtung im Digitaldruck „Crossmediale Verpackungen“



ó Elektrostatistische Aufladung, Wellenbildung, „Papercurl“ oder der Falzbruch sind Probleme, welche scheinbar zum Arbeitsalltag im Digitaldruck gehören. Schließlich ist Papier ein Naturprodukt, das sehr sensibel auf physikalische Einflüsse reagiert. Aber es gibt wirksame Systeme, die dem Papier im Anschluss an den Fixierprozess wieder das zu führen, was ihm vorher entzogen wurde: Feuchtigkeit. Seite 12

www.print.de

Web-to-Print als Mission

INTERVIEW ■ That's it Solutions mit Sitz im schwäbischen Neckartailfingen gilt als eines der größten W2P-Systemhäuser in Deutschland, das sich ausschließlich mit dem Thema E-Business Print beschäftigt. Fokussiert auf den B2B-Bereich adressiert That's it mit seinen selbst programmierten Lösungen Druckereien und Industriekunden gleichermaßen. Aber als Geschäftsfeld wird Web-to-Print in weiten Teilen der Branche noch immer zu stiefmütterlich behandelt. Und so musste das Unternehmen auch im Jahr 2013 wieder deutlich mehr Überzeugungsarbeit leisten, als ihm lieb ist.

■ *Deutscher Drucker* im Gespräch mit Marcel Liedermann, Geschäftsführer von That's it Solutions und seit Jahren intensiver Beobachter und Impulsgeber der Web-to-Print-Szene.

DD: Herr Liedermann, bitte skizzieren Sie kurz Geschichte und Entwicklung Ihres Unternehmens.

Marcel Liedermann: That's it Solutions habe ich im Jahr 2005 gegründet. Zu dieser Zeit haben wir noch die Web-to-Print-Lösung iWay der Firma Press-Sense – heute ein Produkt von Pageflex – promoted und vertrieben. Schon damals waren wir sehr kunden- und serviceorientiert und an der kontinuierlichen Weiterentwicklung des Produkts interessiert, worauf wir allerdings nur bedingt Einfluss hatten. Doch im Gegensatz zu Press-Sense haben wir die Zeichen der Zeit im E-Business Print rechtzeitig erkannt und konnten auch die Nachteile der Software. So begannen wir 2008 damit, eine eigene Lösung zu programmieren. Nach drei Jahren Entwicklungszeit konnten wir dann unseren i-Printer anbieten, der inzwischen auf 120 Installationen in der DACH-Region und 250 Installationen insgesamt kommt – darunter einige in Spanien, Tschechien, Italien oder auch Frankreich. That's it beschäftigt heute insgesamt 13 Mitarbeiter. In der Zentrale in Neckartailfingen kümmern sich fünf Mitarbeiter um Vertrieb, Marketing, Projektmanagement und Grafik, hier befindet sich quasi die „Schnittstelle zum Kunden“. In unserem Zweigbüro in Schorndorf sitzt die Programmierung und Dokumentation mit Chefentwickler Rolf Schaufelberger und sieben weiteren Kollegen, zuständig für Front-End, Back-End und die Testumgebung.



Marcel Liedermann (r.) mit Teammitgliedern aus der Softwareentwicklung und Projektleitung von That's it Solutions. „Rund die Hälfte der Neukunden geht das Thema Web-to-Print vollkommen konzeptlos an.“

DD: Wie ist die Unternehmensausrichtung heute? Welche Philosophie verfolgen Sie?

Liedermann: That's it Solutions ist auf den B2B-Bereich spezialisiert. Als Web-to-Print-Systemhaus wollen wir in Sachen E-Business Print DER Ansprechpartner für die Druckbranche im deutschsprachigen Raum sein. Wir öffnen uns aber auch verstärkt direkt der Industrie. Unser Erfolgsrezept: Wir wollen echter Partner des Kunden sein, ihn nicht mit seinen Problemen alleine lassen. Eine „Sell-and-Forget“-Mentalität werden Sie hier nicht vorfinden. Wir kommen aus dem Druck, verfügen über eine in Deutschland vermutlich einzigartige Know-how-Basis und nehmen dann auch noch die Programmierer direkt mit ins

Boot. Eine ideale Ausgangslage. Alle Seiten profitieren davon, wenn wir unsere Lösungserfahrung aus zahlreichen Projekten einbringen, bestenfalls schon in der Konzeptentwicklung. Zudem beraten wir den Kunden auch dabei, wie man die Möglichkeiten des SEO-optimierten Shops bestmöglich ausnutzt und geben Vermarktungstipps. Und dies ist alles im Preis enthalten. That's it Solutions übernimmt das komplette Hosting, der Kunde braucht keine Server bereitzustellen, keine speziellen IT-Leute einzustellen, es wird ihm alles abgenommen. Hierfür haben wir uns in eine Serverfarm eingemietet – hochverfügbar und mit höchstem Sicherheitsanspruch für die Daten. Wir bieten also keine Standardsoftware von der Stange, sondern

Das Web-to-Print Systemhaus

- B2B und B2C Shops
- Bestellworkflows
- Consulting und Projektbegleitung
- Individuelle Shopsysteme
- Schnittstellen zu MIS/ERP/CRM
- Automatisierung
- Systemintegration
- Software-Support
- SaaS/ASP



SOLUTIONS
that's it
Systemhaus



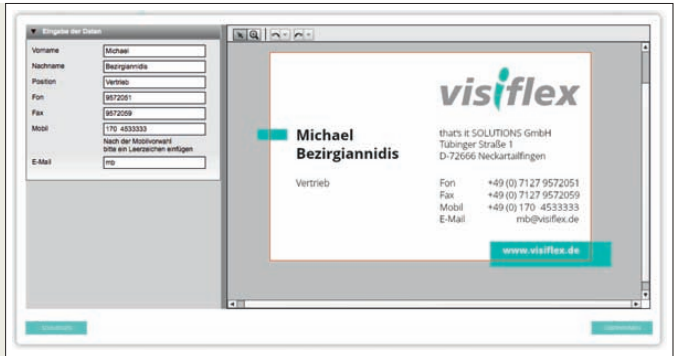
Kontakt 07127-9572050
info@thatsit-solutions.de
www.thatsit-solutions.de

eine flexibel an Kundenbedürfnisse angepasste Lösung mit Projektierung und Betreuung aus einer Hand.

DD: Welche Produkte haben Sie außer dem i-Printer noch im Programm?

Liedermann: Als Händler bieten wir hier im Süden noch aktiv Chili Publisher an, den derzeit vielleicht besten Online-Dokumenten-Editor. Als Stand-alone-Produkt ist er in der neuen Version 4.0 für rund 35 000 Euro zu haben, ein Preis, den heute kaum noch eine Druckerei in die Hand nimmt. Wir dürfen Chili aber auch in den i-Printer integrieren und quasi „scheibchenweise“ als SaaS-Lösung anbieten. Mit Printshop Mail steht außerdem noch eine bekannte Personalisierungssoftware bei uns im Regal, die wir aber nur auf Kundennachfrage und als reine Handelsware verkaufen. Mit Visiflex bieten wir jetzt ganz aktuell ein neues Produkt an, eine speziell für den B2B-Bereich konzipierte Einsteigerlösung (für kleine Shops) auf i-Printer-Basis für 2 000 bis 5 000 Euro. Man könnte auch sagen: Visiflex ist ein softwaretechnisch gedrosselter i-Printer, kundenspezifisch modular zusammenstellbar. Das Gesamtsystem i-Printer, unsere Eigent-

Der Visiflex-Editor ist einfach und intuitiv zu bedienen, wodurch Satzfehler auf ein Minimum reduziert werden können. Durch die integrierte Echtzeitvorschau werden Änderungen sofort sichtbar und ersetzen den langwierigen Freigabeprozess.



last but not least – die Industriekunden selbst, Tendenz stark steigend. Deshalb rate ich den Druckern auch, den B2B-Bereich schnellstmöglich auf- bzw. auszubauen! Am besten mit einem erfahrenen Partner an der Seite, der einen auf dem Weg begleitet.

Der Projektablauf ist eigentlich immer ähnlich: Konzeptarbeit gemeinsam mit dem Kunden (falls noch nicht vorhanden), Ausarbeitung des Pflichtenhefts, Kalkulation der Mannstunden für die Programmierung/Umsetzung (inklusive Schulung) und schließlich die Umsetzung selbst. Was mir in diesem Zusammenhang immer kaum jemand glauben will: 50% der bei uns in Sachen Onlineprinting anfragenden Kunden kommen völlig konzeptlos daher – wollen aber am besten schon morgen DER Konkurrent von Flyeralarm sein... Hier gilt es zunächst über Sinn und Unsinn von Geschäftsausrichtungen zu sprechen. Denn im B2C-Bereich sind die Felle verteilt, ein Einstieg wäre wenig erfolgversprechend und teuer; insofern lehnen wir Kundenanfragen nach B2C-Webshops ab. Druckereien, die B2B-Shops machen wollen, haben wiederum das Problem, dass sie das entsprechende Know-how nicht im Hause haben und somit keine gute Verhandlungsposition mit Endkunden aus der Industrie. Hier stellen wir unser ganzes Wissen und unsere Erfahrung zur Verfügung, übernehmen für den Drucker die Verhandlung mit dem Industriekunden, geben uns dabei notfalls auch als Mitarbeiter der Druckerei zu erkennen. Ein weiterer USP von That's it Solutions: Wir sprechen die Sprache der Endkunden!

gerade viel im Bereich Lagerware und Lagerabruf. Hier tritt das klassische Web-to-Print dann natürlich eher in den Hintergrund. Aber auch für Druckereien sollte B2B im Fokus stehen, Stichwort „langfristige Kundenentwicklung“: Denn oft weitet sich eine Geschäftsbeziehung auf der Web-to-Print-Ebene, die anfangs „nur“ mit einem Visitenkartenshop begann, später deutlich auf andere Produktgruppen aus.

Grundsätzlich sind wir bei That's it Solutions an einem Punkt angelangt, wo wir als Firma wachsen müssen. Einfach, um unseren Status als reiner Web-to-Print-Spezialist zu behaupten und auszubauen. Denn im Gegensatz zu uns liegt der Fokus bei der Konkurrenz nicht zwingend auf W2P-Projekten. Und was den i-Printer betrifft: Hier wird es vermutlich noch 2014 eine komplett neue Version 3 geben – mit anderen Designmöglichkeiten, Mobile-Integration, WYSIWYG-Editor und vielem anderen mehr.

Fragen: Bernhard Niemela/Michael Schüle



Seit zehn Jahren mache ich vor allem eines: In Sachen Web-to-Print „missionieren“, Überzeugungsarbeit leisten – und das sowohl bei Druckereien als auch Industriekunden.

Marcel Liedermann

wicklung, ist wiederum für 16 900 Euro zu haben – optional das „Business-Modul“ mit Chili Publisher integriert.

Marktüblich ist bei uns die Abrechnung: Wenn Sie bei uns einen Shop kaufen, sind weitere kostenlos (bis auf kleine Setup-Kosten und das Hosting natürlich). So betreibt etwa unser Kunde ISS Facility Services fünf Basis-Shops: seinen eigenen und vier weitere für die Kunden Sandoz, Novartis, Alcon und Syngenta. Und jeder davon hat wiederum sein eigenes „Balkönchen“, sprich kundenindividuelle Anpassungen wie etwa eine SAP-Schnittstelle oder eine spezielle Lagerhaltung.

DD: Wie setzt sich Ihre Kundenklientel zusammen und wie läuft ein Web-to-Print-Projekt konkret ab?

Liedermann: In der Regel sind dies kleine bis mittlere Druckereien, die zum Beispiel für Industrieunternehmen traditionell Businessdrucksachen herstellen. Hier automatisiert That's it dann projektierend die Prozesse mit Web-to-Print. Denn wir wissen ja alle: Web-to-Print ist eigentlich nichts anderes als Automatisierung, Standardisierung, Fehlerminimierung. Aber auch größere Druckereien zählen zu unserem Kundenkreis. Hier liefern wir dann aber in der Regel nichts von i-Printer zu, sondern entwickeln modulare Ergänzungen zu bestehenden Systemen. Und –

DD: Was bremsst eine schnellere Verbreitung von Web-to-Print im B2B-Bereich?

Liedermann: Der Vertrieb beim Endkunden! Hier ist man trotz der auf der Hand liegenden Vorteile oft nicht bereit, den E-Shop anzugehen. Oftmals mit abenteuerlichen Begründungen. Wenn man es genau nimmt, mache ich seit zehn Jahren nichts anderes als zu missionieren, Überzeugungsarbeit zu leisten... Aber daraus kann man auch etwas lernen: Wir müssen das erklärungsbedürftige Thema möglichst einfach und klar kommunizieren. Das gilt natürlich auch für unsere Produktentwicklung: Die Software immer so einfach für den Kunden darstellen wie möglich!

DD: Wo sehen Sie noch Wachstumspotenzial für That's it Solutions? Und wie geht's mit dem i-Printer weiter?

Liedermann: Weiterhin und grundsätzlich ganz klar im B2B-Bereich! Ein großer Wachstumsbereich sind für uns im Moment größere Konzerne, die wir ja auch als Kunden haben. Diese machen mit dem i-Printer

That's it Solutions auf dem Druckforum 2014

■ Wie wichtig es bei der Gestaltung moderner E-Business-Prozesse ist, neue Abläufe wirksam mit den bereits bestehenden Systemen der Druckereien zu vernetzen, zeigt That's it Solutions am 4. Februar 2014 auf dem Druckforum des VDM Baden-Württemberg in Filderstadt. Ein Höhepunkt wird der Vortrag von Steffen Winter zum Qualitätsmanagement in der industriellen Produktion standardisierter Druckprodukte sein. Aber auch das Referat über die Integration der Software i-Printer in den Prinect-Workflow von Heidelberg wird mit Spannung erwartet. Weitere Praxisbeispiele aus der Inhouse-, Offset-, Digital- und Etikettenproduktion runden die Vortragsreihe von Marcel Liedermann moderierten Abendveranstaltung ab.

- Als Referenten geplant sind:
 - Steffen Winter, Oppress X
 - Hans Schieber, Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH
 - Danijel Hozjan, ISS Facility Services AG
 - Günter Ochs, Burger Druck GmbH
 - Philippos Zachiridis, AP Aufkleber-Produktion GmbH

Erfolgreiche Web-to-Print Lösungen



Kontakt:

Telefon 07127-9572050

info@thatsit-solutions.de

www.thatsit-solutions.de

that's it SOLUTIONS
Systemhaus

Das Web-to-Print Systemhaus

- B2B und B2C Shops
- Bestellworkflows
- Automatisierung
- Individuelle Shopsysteme
- Schnittstellen zu MIS/ERP/CRM
- Innovative Lösungen
- Consulting und Projektbegleitung
- Systemintegration
- Software-Support
- SaaS/ASP



i-printer