

In der heutigen krisengeschüttelten Zeit ist es erstaunlich und erfreulich zugleich, ein gesundes Unternehmen der Druckbranche anzutreffen. Dazu gehört ohne Zweifel die Druckerei Harder mit Sitz in Weingarten in Oberschwaben. Die Druckerei Harder hat seit der Übernahme der Druckerei durch Stefan Harder im Jahre 1992 ein stetiges Wachstum hinter sich und gehört heute zu den führenden Unternehmen im Bodensee-Raum.

Online gestalten mit Flash

Ziel bei der Entwicklung des Systems war, nicht nur Bestellungen über das Internet abzuwickeln, sondern Drucksachen auch online gestalten zu können. Bei unserdrucker.de kann der Kunde prinzipiell zwischen zwei Wegen wählen. Es gibt zum einen die Variante, Produkte ohne Online-Gestaltung zu kalkulieren und zu bestellen. Die vom Kunden gestalteten Dokumente werden per Datenupload zur Druckerei gesendet.

Bei der zweiten Methode, bei der Vorlagen online gestaltet werden können, sieht der Ablauf wie folgt aus:

1. Vorlage auswählen
2. Vorlage gestalten
3. Gestaltung speichern
4. Produkt kalkulieren und Preis ermitteln
5. Produkt in den Warenkorb legen
6. Registrieren oder Einloggen
7. Bestellen

Der Kunde wählt zunächst eine Vorlage innerhalb der verschiedenen Produktbereiche aus. Die Vorlage enthält Elemente, die verändert werden dürfen und solche, die unverändert bleiben, wie zum Beispiel das Kalendarium einer Schreibtischunterlage. Der Flash-Editor ähnelt einem Publishing-Programm und ermöglicht umfangreiche Manipulationen der Vorlage. Elemente, wie Linien, Boxen oder Bilder können hinzugefügt werden. Schriften in beliebigen Größen lassen sich zuweisen. Alle Elemente können verändert und frei positioniert werden.

WEB-TO-PRINT ALS AUSSENDIENST

Produziert wird das typische Portfolio einer Akzidenzdruckerei. Die Kernkompetenz liegt im Kleinformat bis 50 x 70 cm. Eine Vielzahl von Werbedrucksachen für Industrie, Agenturen, Behörden und Verbänden sowie für eine große Hotelkette werden täglich durch den Betrieb geschleust. Interessanterweise wurde die zwischenzeitlich installierte Digitaldruckmaschine wieder abgeschafft. Nach Aussage von Stefan Harder können die meisten Kleinauflagen auch mit konventionellen Druckmaschinen wirtschaftlich produziert werden. Möglich wird dies durch den hohen Automatisierungsgrad mithilfe von Workflow- und CtP-System.

Der clevere Schwabe ist erfolgreich beim Finden und Besetzen von Marktnischen. Dazu gehören sein Engagement in den östlichen Nachbarländern, z.B. in der Tschechischen Republik, der Lettershop für die Mailing-Produktion, die Produktion von

Haftnotizblocks, Booklet-Etiketten und Web-to-Print. Schon früh hat Stefan Harder die Bedeutung von Web-to-Print erkannt und bereits 2003 mit der Entwicklung eines Online-Kalkulations-Moduls für Briefhüllen begonnen. Die Vorteile sieht Stefan Harder in der verkürzten Auftragsabwicklung und der Online-Kostenermittlung für den Kunden. Den rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmen für die Web-to-Print-Aktivitäten bildet die Harder Online GmbH mit der Hauptdomain unserdrucker.de.

Vor 2 Jahren entstand die Idee, einen kompletten Internet-Shop aufzubauen. Dieser Online-Shop sorgt mittlerweile laut Stefan Harder für die zweite Schicht an der Druckmaschine und ersetzt den Außendienst, der sich im kleinformigen Akzidenzbereich nicht lohnen würde. 30 bis 40 Prozent des Gesamtumsatzes werden über die Web-to-Print-Plattform generiert. Mit steigender Tendenz.

Drucksachen lassen sich über das Portal unserdrucker.de online kalkulieren, gestalten und bestellen



Eine neue Kalkulation wird automatisch berechnet, wenn die Auftragsparameter verändert werden



Die Vorlagen werden mithilfe des Flash-Editors individualisiert



niert oder ausgerichtet werden.

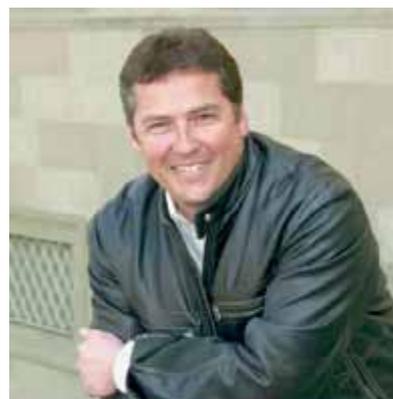
Schwierig ist es, dabei den Kompromiss zu finden zwischen einfacher Bedienung und den Möglichkeiten der Gestaltung. Je mehr Gestaltungsmöglichkeiten vorhanden sind, desto komplexer wird die Bedienung des Programms.

Bei beiden Varianten gibt der Kunde nach der Auswahl einer Vorlage die Parameter für die Kalkulation ein. Je nach Produkt können bestimmte Optionen ausgewählt werden. Die Auswahl erfolgt schrittweise und muss in der vorgegebenen logischen Reihenfolge bearbeitet werden. Wählt man zum Beispiel eine Broschüre mit Umschlag aus, so müssen im nächsten Schritt die Papierart für den Umschlag und die Farbigkeit für den Inhalt ausgewählt werden. Durch diese Vorgehensweise ist eine vollständige Auftragsbeschreibung garantiert. Beschreibungen zur Bedienung des Systems, zu den einzelnen Produkten und Richtlinien für die Datenerstellung geben dem Benutzer zusätzliche Hilfestellungen. Die Kalkulation kann jederzeit durch Änderung der Parameter neu berechnet werden. Hinzufügen lassen sich ein Datencheck, Proof oder je nach Produkt zusätzliche Verarbeitungsoptionen. Im Warenkorb sieht man die Bestellung in der Gesamtübersicht.

Das Einloggen oder Registrieren erfolgt erst kurz vor dem Ausführen der Bestellung. Der Bestellung können auch fertige Druckprodukte hinzugefügt werden, wie bedruckte Blöcke oder Haftzettel, die in der Druckerei Harder natürlich selbst produziert werden. Das Shop-System generiert eine PDF-Datei, die an das Workflow-System PuzzleFlow übergeben wird. In PuzzleFlow erfolgt ein Datencheck der PDFs und der Kunde bekommt eine Rückmeldung vom Sachbearbeiter, falls die Daten korrigiert werden müssen. In jedem Fall erhält der Kunde per E-Mail ein PDF zur Kontrolle zugesandt, bevor ein Auftrag in den Druck geht. Dabei handelt es sich nicht um ein niedrig aufgelöstes Ansichts-PDF, sondern um eine geschützte hoch aufgelöste Datei, die nicht gedruckt oder gespeichert werden kann.

Zwei-Wege-Verbindung zur Branchensoftware

■ Wichtig ist für Stefan Harder auch die Anbindung des Internet-Shops an die Branchensoftware. Die Verbindung zur Branchensoftware sorgt dafür, dass sämtliche Kalkulationen, für Online- oder konventionelle Aufträge, auf derselben Datenbasis kalkuliert werden. Die direkte



Der Druckmeister Stefan Harder hat sein Handwerk »von der Pike auf gelernt« und übernahm bereits mit 25 Jahren den väterlichen Betrieb

Übergabe der Bestellung an die Branchensoftware hat außerdem den Vorteil, dass sämtliche Auftragsdaten bereits erfasst sind und die Auftragsanlage automatisiert erfolgt. Richtig rund wird für Stefan Harder das System aber erst dann, wenn sein Kunde per Login die Verbindung zur Branchensoftware aufnehmen kann und Einsicht in die Auftragshistorie bekommt oder Lagerbestände abrufen kann. Dies wird nun mit Einführung einer neuen Branchensoftware realisiert.

Die Druckerei Harder hat durch die Web-to-Print-Plattform fast ausschließlich Neukunden gewonnen. Der konventionelle Vertriebsweg unterscheidet sich in seinem Ablauf so deutlich von Web-to-Print, dass die Kunden nicht beliebig hin und her wechseln. Bei der konventionellen Produktion stehen der persönliche Kontakt und die Beratung im Vordergrund. Web-to-Print hingegen lebt davon, die persönliche Beratung und damit den Aufwand an Personalkosten so gering wie möglich zu halten. Bei unserdrucker.de gibt es die im Internet üblichen Zahlungsweisen Vorkasse, Einzugsermächtigung oder Nachnahme. Keinem Kunden einer konventionellen Druckerei würde es einfallen, ein Produkt im Voraus zu bezahlen.

Erfolgskontrolle ist wichtig

■ Ein wichtiger Aspekt für den erfolgreichen Einsatz von Web-to-

Anschrift und Kontakt: Druckerei Harder GmbH

Geschäftsführer: Stefan Harder

Ravensburger Straße 30 · 88250 Weingarten

Tel.: (07 51) 5 61 68-0 · Fax: (07 51) 5 61 68-17

info@druckerei-harder.de · www.druckerei-harder.de

Unternehmen und Produkte: Vollstufige Akzidenzdruckerei mit 40 Mitarbeitern und 16 Offsetdruckwerken, Etikettendruck mit 8 Druckwerken, spezialisiert auf Booklet-Etiketten, Lettershop für klassische und personalisierte Mailings

www.unserdrucker.de: Web-to-Print-Portal mit programmierbarer Schnittstelle zur Anbindung an Branchensoftware

Systembasis: Microsoft ASP.NET, Microsoft SQL-Server, PDFLib

System-Basismodule: Online-Gestaltung mit Flash-Modul, Mehrsprachenfähig, Staffelpreise, Sonderangebote und Rabatte, Versandoptionen, Gutschein-System, Währungsrechner, Textübersetzungen, Zahlungsarten, Kundenverwaltung mit Bestellübersicht, Kundenstatistik, Wiederholbestellungen, Newsletter-Integration, Schnellsuche, Kundenregistrierung, Datenupload, Internet-Marketing



Print ist das Internet-Marketing. Stefan Harder arbeitet zu diesem Zweck mit einem Dienstleister zusammen, der sich auf das Suchmaschinen-Marketing spezialisiert hat. Es geht zum einen darum, in den Ergebnislisten der Suchmaschinen nach der Eingabe bestimmter Suchbegriffe durch die Benutzer in den ersten Rängen aufzutauchen. Aber auch bezahlte Anzeigen werden geschaltet.

Ein weiterer Weg ist, sich das Recht auf viele Domain-Namen zu sichern, von denen aus die Kunden auf die Hauptdomain geleitet werden. Als Druckerei darf aber auch die Print-Werbung nicht fehlen. Personalisierte Mailings sorgen für die Steigerung des Bekanntheitsgrads von unserdrucker.de. Professionelle Werbung im Internet ist teuer, deshalb wird jeden Monat detailliert ausgewertet, ob und in welchem Maß die Werbemaßnahmen erfolgreich waren.

Auf Wachstumskurs

Die Zukunft sieht gut aus für die Druckerei Harder. Derzeit wird die Plattform um den Etikettenbereich erweitert. Kunden können dann Rollen- und Bogen-Haft-Etiketten sowie Booklet-Etiketten online kalkulieren und bestellen. Besonders freut sich Stefan Harder darüber, dass unserdrucker.de in Kürze in einer tschechischen Adaption verfügbar sein wird. Damit ist er mit seiner Plattform

einer der Ersten auf diesem wachsenden Markt. Geplant ist weiter, das Web-to-Print-System für Großunternehmen anzubieten, die das System im Intranet für ihre Filialen betreiben können.

Aber auch andere Dienstleister können das System kaufen oder als ASP-Lösung nutzen. Profitieren werden potentielle Käufer oder Nutzer davon, dass die praktischen Erfahrungen der Druckerei Harder als Systembetreiber in die Entwicklung des Systems eingeflossen sind. Gefüllt wird das System mit eigenen Produkten und Inhalten. Vor allem das Erscheinungsbild wird individuell gestaltet, sodass kein Rückschluss auf die Herkunft der Web-to-Print-Lösung möglich ist.

Stefan Harder gibt freimütig zu, dass nicht immer alles reibungslos verlief und auch Lehrgeld zu bezahlen war. Bei dem raschen Wachstum des Betriebes mussten die Produktionsabläufe optimiert werden, um neue Maschinen und Technologien effektiv einsetzen zu können. Auch leistungsfähige und flexible Lieferanten sind notwendig, wenn die Automatisierung immer mehr Teile des Betriebsablaufes umfassen soll. Ein schwaches Glied in der Prozesskette beeinträchtigt sonst die gesamten Abläufe. Stefan Harder hat genug Erfahrungen gesammelt, um seinen Kollegen einen guten Rat geben zu können:

»Web-to-Print bedeutet Verkaufen von Drucksachen über den Preis und Zwang zur Automatisierung. Mancher Drucker wird deshalb erst einmal mehr Geld verdienen, wenn er seine Produktionsabläufe optimiert, anstatt in Web-to-Print zu investieren.« Danach aber ist der Weg frei für den rentablen und erfolgreichen Einsatz eines Web-to-Print-Systems.

Ira Melaschuk

Flexibel und ökonomisch

Der neue bizhub C353P von Konica Minolta ist flexibel einsetzbar für Farb- und Schwarzweiß-Druck bei einem günstigen Preis-/Leistungsverhältnis. Die Standard-Papierkapazität von 1.150 Blatt kann durch verschiedene Papierkassetten auf bis zu 3.650 Blatt aufgerüstet werden. Alle Kassetten verarbeiten Medien bis zu 256 g/m², der Stapelblatteinzug sogar Medien bis zu 271 g/m².

Zusätzlich bietet der bizhub C353P umfassende Sicherheitsfunktionen. Mit einer optionalen Festplatte können Nutzer sich für sicheres Drucken auf die Passwortabfrage verlassen oder einen Kartenleser installieren; alternativ kann der Drucker mit einer biometrischen Authentifizierung ausgestattet werden. Mittels eines Venenscanners brauchen sich die Nutzer zum Drucken keine Passwörter mehr merken.

»Mit seiner hohen Druckgeschwindigkeit, der innovativen Technologie und professionellen Endverarbeitung bietet der neue bizhub C353P eines der effizientesten Drucksysteme in seiner Kategorie«, sagt Silke Böhlting, Leiterin Produktmanagement Office-Products bei Konica Minolta. »Seine Flexibilität ermöglicht allen Anforderungen, denen sich ein modernes Büro oder eine Abteilung im täglichen Prozessmanagement stellen muss, gerecht zu werden.«

www.konicaminolta.de



Im Jahr 2000 wurde das Druckereigebäude neu gebaut, die Halle (links im Bild) kam 2004 hinzu und ist bereits jetzt wieder zu klein. Nachgedacht wird über einen kompletten Neubau auf der »grünen Wiese«

