

ONLINEPRINTERS WEITERE EXPANSION DURCH ZUKAUF

Onlineprinters, eine der führenden B2B-Online-Druckereien Europas, übernimmt Solopress, einen der Branchenführer in der britischen Online-Szene. 2016 beschäftigte Solopress 225 Mitarbeiter und hat sich mit dem Slogan «print delivered tomorrow» als Anbieter positioniert, der bei seinen Kunden für Schnelligkeit und Qualität steht.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Im September 2016 hatte Bregal Unternehmernkapital die Mehrheitsanteile an der Onlineprinters-Gruppe übernommen und will das Unternehmen nun gemeinsam mit dem Firmengründer Walter Meyer und dem Venture-Capital-Geber Project A, der sich im November vergangenen Jahres ebenfalls an Onlineprinters beteiligte, in die nächste Wachstumsphase führen. Und die heisst offenbar Wachstum durch Zukauf. Denn während sich Onlineprinters bisher auf die Erweiterung seines Geschäfts durch die Expansion in europäische Länder mit eigenen Web-Shops konzentrierte, hat der Expansionsdrang nun einen neuen Namen: Akquise.

Erst Helloprint, jetzt Solopress

Schon vor wenigen Tagen machte eine Meldung aufmerksam, nach der Helloprint, eine der am schnellsten wachsenden Online-Druck-Plattformen in Europa, eine langfristige Partnerschaft mit Bregal Unternehmernkapital und Project A vereinbart hat. Die Vereinbarung mit der 2013 gegründeten Rotterdamer Online-Druck-Plattform beinhaltet eine Minderheitsbeteiligung in Höhe von mehreren Millionen Euro, die über die Druckholding Onlineprinters investiert wurde. Das Engagement folgt auf die Startfinanzierung mit Gründerkapital und eine umfassende

Finanzierung durch private Investoren. Helloprint verfügt nun über zusätzliche finanzielle und strategische Mittel, um ihr Wachstum weiter zu beschleunigen.

Wenige Tage später folgt der zweite Schlag: die Akquisition von Solopress, die aber eine völlig andere Dimension hat. Schliesslich ist Grossbritannien einer der grössten Druckmärkte Europas, in dem sich der Online-Druck noch entwickelt und weiter beschleunigen wird.

«Mit Solopress haben wir einen Partner mit einer hohen Markenbekanntheit in UK, einer breiten Kundenbasis, Kenntnisse des Marktes und einer effizienten Produktion mit ho-

hen Qualitätsstandards. Der Kauf von Solopress stärkt unsere Marktposition als einer der Top-Five Online-Druckereien in Europa», erklärt Onlineprinters-CEO **Dr. Michael Fries**.



«Die Erfahrung der beiden Gründer Aron Priest und Andy Smith wird uns dabei helfen, unser Geschäft in Grossbritannien weiter auszuweiten und dazu beitragen, Onlineprinters auf seinem Weg zum Marktführer im Bereich Online-Printing in Europa weiterzuentwickeln.»

Solopress ist eine der grössten unabhängigen Online-Druckereien in UK mit dem üblich breiten Angebot an

Drucksachen wie Visitenkarten, Flyern, Broschüren, Plakaten und Werbebannern vor allem für Geschäftskunden. Unter der Maxime «Print Delivered Tomorrow» liefert Solopress 85% der bestellten Drucksachen innerhalb von 24 Stunden nach der Bestellung aus. Allein im vergangenen Jahr wurden so über 300.000 Aufträge produziert.

An zwei Standorten mit 6.000 m² Produktionsfläche verfügt das Unternehmen über einen beeindruckenden Maschinenpark inklusive sieben Heidelberg Speedmaster, fünf Xerox iGens und neun Polar Schneidemaschinen. In Kombination mit einem integrierten Workflow und ausge-



Produktion von Solopress im englischen Essex unweit von London.

Onlineprinters hat 2016 insgesamt 100.000 neue Kunden gewonnen und konnte im Januar 2017 seinen 600.000. Kunden begrüßen. Zu diesem Meilenstein gratulierte auch Rainer Hundsdörfer, Vorstandsvorsitzender der Heidelberger Druckmaschinen AG (rechts) dem CEO der Onlineprinters GmbH, Dr. Michael Fries. Heidelberg ist langjähriger Technologie-Partner der Onlineprinters GmbH, die grösste Druckerei Europas im 3b-Bogenformat. Im Offsetdruck setzt das Unternehmen ausschliesslich Heidelberg-Maschinen für das erfolgreiche Geschäftsmodell ein. Im Digitaldruck und der LFP-Fertigung setzt der Online-Drucker auf Technologien von HP und Durst.



zeichneter Kundenservice (exzellente Bewertungen über Trustpilot mit 8.500 Kundenurteilen) hat die hauseigene Produktion dem 1999 gegründeten Unternehmen dazu verholfen, zwölf Jahre hintereinander kräftig zweistellig zu wachsen.

Organisches Wachstum

Doch die Stärke von Solopress in der Produktion wirft auch gleich eine Frage auf: Bisher unterhielt Onlineprinters zwar 16 Web-Shops für Kunden in 30 Ländern Europas, produziert wurde aber jeweils am Standort im fränkischen Neustadt an der Aisch. Mit der Übernahme von Solopress wird sich dies nun sicherlich ändern. Die bisherige Strategie «Zentral drucken und schnell an die Kunden im Ausland liefern» wird damit



zumindes teilweise in Frage gestellt. Dies sieht Pressesprecher **Patrick Piecha** jedoch differenzierter: «Alles, was über Onlineprinters läuft, wird nach wie vor in unseren Werken in Neustadt abgewickelt, alle Aufträge von Solopress weiterhin in England. Denn die Lieferung innerhalb von 24 Stunden können wir aus Deutschland nicht in jedem Fall leisten. Was die Produktion angeht, wird also alles bleiben, wie es ist.»

Zudem sei es im Hinblick auf den bevorstehenden Brexit eine vorbeugende Massnahme, um in Grossbritannien langfristig den Zugang zu den Kunden zu sichern. «Es ist also keine

Abkehr von der bisherigen Philosophie. Ziel von Onlineprinters ist nach wie vor organisches Wachstum», erklärt Piecha.

2,1 Milliarden Drucksachen

Onlineprinters war einer der First Mover im Online-Druck und produzierte im Jahr 2016 über 2,1 Milliarden Drucksachen. Im gleichen Jahr hat das Unternehmen 100.000 neue Kunden hinzugewonnen und begrüsst im Januar 2017 den 600.000. Kunden. Aktuell hat das Unternehmen mehr als 650 Mitarbeiter. Das Produktsortiment umfasst in etwa 1.400 Drucksachen von Visitenkarten, Geschäftsdrucksachen und Flyern über Kataloge und Broschüren bis hin zu grossformatigen Werbesystemen.

Das Erfolgsrezept der Produktion von Drucksachen im Sinne der Industrie 4.0 basiert auf den Säulen Online-Vertrieb und einer voll integrierten Produktion von der Bestellung bis zum Versand. Kunden stehen Optionen wie Blitzdruck (Produktion am selben Werktag), Overnight-Lieferung, klimaneutrale Produktion und freie Formateingabe bei ausgewählten Produkten zur Verfügung. Damit zählt die Onlineprinters GmbH zu den grössten Online-Druckereien Europas. Mit dem Slogan «Drucksachen einfach online bestellen» vertreibt das Unternehmen unter dem Markennamen Onlineprinters Drucksachen in Europa, in Deutschland tritt es als diedruckerei.de auf.

Mehr-Marken-Strategie

Welchen Einfluss die aktuelle Entwicklung (Minderheitsbeteiligung an Helloprint und Übernahme von Solopress) auf das Geschäft der Onlineprinters haben wird, ist nicht einfach zu bewerten. Denn die Drucker aus Neustadt sind in den Märkten von Helloprint (Benelux, Frankreich, Italien, Grossbritannien, Irland, Spanien sowie Deutschland) und Solopress (UK) selbst aktiv. Bedeutet das nun ein Kannibalisieren in den jeweiligen Märkten oder setzt Onlineprinters

(wie zuvor schon Cimpress bei seinen Akquisitionen) auf eine Mehr-Marken-Strategie?

Die Antwort von Patrick Piecha klingt überzeugend: «Es gibt in jedem Land nur eine bestimmte Anzahl an Druckaufträgen. Deshalb ist die Chance, sich in den einzelnen Märkten ein Stück vom Kuchen abzuschneiden grösser, wenn man mit mehreren Marken unterwegs ist.»

Potenzial des Online-Drucks

Die grossen Online-Printer werden 2017 weiterwachsen – das hat Bernd Zipper in seiner Prognose in Heft 107 bereits prophezeit. Das hat sich nach nur zweieinhalb Monaten bereits bestätigt. «Durch das frische Kapital, das die Onlineprinters GmbH 2016 erhalten hat, wird nun im Ausland investiert, um die Marktposition zu festigen und auszubauen. Es zeigt aber auch, dass Investoren das mächtige Potenzial des Online-Drucks erkennen und ihr Geld in stabile und florierende Unternehmen der Branche stecken», kommentiert Zipper nun die Akquisition von Solopress. «Die aktuelle Übernahme ist sicherlich nicht die Letzte in der Branche für das Jahr 2017 ...»

- › www.onlineprinters.com
- › www.diedruckerei.de