



Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay.

# e-Portal für starke Kundenbeziehungen

Heidelberg Internet-Services sollen die Abwicklung von Drucksachen effizienter machen

## INTERVIEW

Schlagworte wie Internet, Portale, Procurement, e-Business oder e-Services machen die Runde. Für die Branche sind die Begriffe neu, die global agierende Wirtschaftswelt ist jedoch schon fleißig dabei, auf e-Business nun auch e-Procurement folgen zu lassen. Procurement heißt Beschaffung, e-Procurement ist demzufolge die Beschaffung über die heute üblichen Wege vernetzter Computer, also vor allem über das Internet. Alle genannten Begriffe sind eng miteinander verknüpft, denn im Internet, in dessen Zusammenhang diese Vokabeln groß wurden, werden Worte oder Gespräche durch Texte und Bilder ersetzt. Diese Interaktivität ist ein »abgekoppelter Dialog«; keiner, bei dem zwei Personen zeitgleich anwesend sein müssen. e-Commerce oder e-Business stehen demnach und generell gesehen für die Funktion »Medien und Kommunikationstechnologien ersetzen die unmittelbare und persönliche Begegnung.«

Das größte Missverständnis, dem man immer wieder begegnet, ist die Furcht, Anonymität träte an die Stelle persönlicher Kundenbeziehung. Doch e-Procurement (die elektronische Beschaffung) ist ein neutrales Instrument ebenso wie Telefon oder Brief. Es ersetzt und behindert nicht den persönlichen Kontakt, erleichtert aber alle mit einer Auftragsvergabe oder -abwicklung verbundenen Arbeiten, vermeidet Fehler und Missverständnisse und ist vor allem eine 24 Stunden rund ums Jahr geöffnete Annahme- und Abwicklungsstelle. Dass dies um so besser funktioniert, je gefestigter und eingespielter die so genannte Kunden-Lieferantenbeziehungen sind, versteht sich fast von selbst.

### Administrativer Arbeitsfluss ergänzt digitalen Workflow

e-Procurement ist der organisatorische Teil des e-Business, die logische Ergänzung und die Parallele zum technischen digitalen Workflow. e-Procurement ist der administrative Arbeitsfluss im »digitalen Büro« von heute. Und schließlich ist e-Procurement schlicht und einfach die faszinierende Vision, Bestellvorgänge schneller und einfacher zu machen. Deshalb haben sich viele Software-Schmieden auf dieses noch relativ junge Marktsegment gestürzt, nennen sich gleich von vornweg Marktführer (was für diesen noch sehr begrenzten Bereich ja auch stimmen mag) und sind kurze Zeit später wie-

der weg vom Fenster. Dies trägt allerdings nicht unbedingt dazu bei, bei potenziellen Kunden und Anwendern Vertrauen zu wecken und diese neue Form der Geschäftsabwicklung zu etablieren. Dabei wurde in den zurückliegenden Monaten ganz offensichtlich der massive Fehler gemacht, sich viel zu wenig um eine breite Anwendung zu kümmern. Es wurden mächtige Programme geschrieben, die alle Eventualitäten großer Konzerne abdecken; aber es wurde nichts für die vielen kleinen und mittleren Betriebe getan, die diese Art von Software genauso, wenn nicht dringender benötigen als Großkonzerne.

### 80% über das Netz

Doch keine Sorge. Das Thema ist so bestechend logisch, dass sich immer wieder Softwarefirmen und progressive Häuser finden, die entsprechende Konzepte vertiefen und weiter ausarbeiten. Und dies nicht nur für die großen Konzerne, sondern für alle Betriebe: dazu gehören auch Druckereien und Dienstleister der Print- und Medienindustrie. Dass dies keine Vision mit einem Zeithorizont von zehn oder zwanzig Jahren ist, belegt eine Studie von Cap Ventures. Danach werden in fünf Jahren 80% der Druckaufträge über das Internet abgewickelt. Diese Auffassung teilt auch Heidelberg und stellt seinen Kunden nun eine entsprechende Lösung zur Verfügung.

Heidelberg-Vorstand Wolfgang Pfenzenmaier, der das neue Konzept betreut und mit amerikanischen Kunden bereits Erfahrungen gesammelt hat: »Wir sind der festen Überzeugung, dass die Abwicklung von Druckaufträgen über das Internet funktioniert. Und wir sind ebenso vehement der Meinung, dass solche Lösungen nur wenig kosten dürfen. Insofern sehen wir uns in einer völlig anderen Situation als Anbieter aus dem Bereich des e-Business: Heidelberg muss von dieser Applikation nicht leben. Aber wir sehen uns in der Verantwortung, für unsere Kunden eine Lösung zu schaffen, die ihnen den Erfolg am Markt erleichtert. Denn alles, was unseren Kunden hilft, erfolgreich zu sein, nützt auch uns.«

### Ein Kommunikations-Portal

Mit einer e-Business-Lösung unter dem Arbeitsnamen Heidelberg Internet-Portal unterstützt Heidelberg (ab Herbst 2002 vorerst in den USA und ab Frühjahr 2003 in Mitteleuropa) Druckereibetriebe, die die Leistungsfähigkeit des Internet nutzen wollen, um ihren Service zu verbessern und ihre Kundenbeziehungen zu festigen.

Das Portal mit zahlreichen e-Services, das Dienstleistern aus der grafischen Industrie über eine spezielle Web-Site die direkte Kommunikation mit Drucksacheneinkäufern bietet, reicht vom dezentralen Proof (Remote Proofing) über Online-



**Heidelberg-Vorstand Wolfgang Pfizenmaier: »Erstes Ziel ist, unsere Kunden mit dem Heidelberg Internet-Portal zu bedienen. Die Infrastruktur steht bereits und die Entwicklungsmannschaften in Heidelberg und Rochester arbeiten fein abgestimmt an den letzten Details. Unsere Aufgabe ist es nun, dass die Lösung praxistgerecht, bezahlbar und durchgängig ist. Und dass unsere Kunden davon profitieren können.«**

kann ja auch nicht sein, dass durch Internet-Angebote Dritter der Profit der Drucker geschmälert wird – wie in verschiedenen Diensten, die sich als Drucksachen-Broker verstehen,« beschreibt Pfizenmaier die Strategie Heidelbergs und führt weiter aus: »Das Internet bietet Druckereibetrieben enorme und bisher nur unzureichend genutzte Möglichkeiten. Mit unserem Portal geben wir Druckereien eine Internet-Lösung an die Hand, mit der sie ihren individuellen Auftritt bewahren und gleichzeitig über standardisierte Werkzeuge die Produktivität steigern können. Und das Portal hilft, stärkere Kundenkontakte aufzubauen.«

#### **Nicht neu, aber anders**

So betrachtet ist das Heidelberg Internet-Portal einerseits eine technische Lösung, auf der anderen Seite aber vor allem ein Instrument zur Kundenbindung (CRM oder Customer Relationship Management dürfte man es auch bezeichnen).

Die Idee selbst ist nicht neu. Große Medienhäuser wie beispielsweise Bertelsmann oder Ringier (wir berichteten in unserer Ausgabe Druckmarkt Schweiz 2-2002) haben eigene Lösungen geschaffen, um mit ihren Kunden zu kommunizieren. Neu ist vielmehr, dass sich mit Heidelberg einer der großen Anbieter der Branche mit dem Thema auseinandersetzt und diese Lösung der Branche preiswert zur Verfügung stellt. Dazu Wolfgang Pfizenmaier:

»Das Internet ist ein wesentliches Kommunikationsinstrument zwischen Printbuyer und Druckerei. Große Drucker können solche Kommunikations-Tools selbst schreiben und programmieren. Die vielen kleineren Druckereibetriebe können das aber nicht. Und deshalb sehen wir uns in der Verantwortung, mit Werkzeugen dieser Art unsere Kunden zu unterstützen.«

#### **Produktive e-Services für Druckdienstleister**

Wolfgang Pfizenmaier weiß aus zahlreichen Gesprächen mit Kunden, dass Druckereibetriebe heute vor der schwierigen Aufgabe stehen, die Wünsche ihrer Kunden nach kürzeren Bearbeitungszeiten, höherer Produktivität und den unterschiedlichsten Drucklösungen erfüllen zu müssen: »Bisherige Internet-Angebote haben dieses Ziel aber verfehlt, denn sie ermöglichten keine Anbindung an den Workflow eines Druckdienstleisters.«

Die e-Services des Heidelberg Internet-Portals sollen diese Technologiелücke schließen, indem sie den Zugang zu einer umfassenden Auswahl von Online-Tools ermöglichen und mit Teilen des Druck-Workflows kooperieren können. Das vollständig mit JDF (Job Definition Format) kompatible System kann in andere auf JDF basierende Pakete, zum Beispiel zukünftig in den Prinect Workflow von Heidelberg, sowie in Print-Talk-kompatible Produkte integriert

Anfragen zur Abgabe von Angeboten und die Online-Auftragserteilung bis zum Jobmanagement und zur sicheren Datenübertragung. Das Heidelberg Internet-Portal wird sich dabei individuell an den Markenauftritt des jeweiligen Betriebes anpassen und soll als Online-Gateway den nach und nach auf den Markt kommenden Prinect-Produkten von Heidelberg dienen. Das Internet-Portal hat zum Ziel, Druckereien Zeit und

Mühe einzusparen, den Workflow in der Produktion zu verbessern, ein schnelles Reagieren auf Kundenwünsche zu ermöglichen und sich nahtlos in Systeme von Heidelberg und anderen Herstellern integrieren zu lassen. Außerdem soll es die Kundenbeziehungen stärken und steht damit im Gegensatz zu Druck-Auktion-Sites, die mit ihrer unpersönlichen Art die Druckdienstleistungen als Massenware behandeln. »Es

**Individueller Auftritt:** Die Technologie des e-Portals stammt von Heidelberg, die angebotenen e-Services können aber je nach Druckereibetrieb sehr unterschiedlich sein. Der Zugriff auf die Serviceleistungen erfolgt über die Web-Site der Druckerei, wobei es jedem Anwender überlassen bleibt, welche e-Services er seinen Kunden in welcher Form anbietet und wie die e-Services auf seiner Web-Site angeboten werden.

**Online-Einkauf von Drucksachen:** Das Heidelberg Internet-Portal stellt einen Online-Shop bereit, der eine bequeme Form der Kommunikation zwischen allen am Druckprodukt beteiligten ermöglicht. Kunde, Agentur und Drucker können damit erheblich Zeit und Wege einsparen. Beispielsweise im Zusammenhang mit der Angebotserstellung, bei Kostenvoranschlägen, Bestellungen, der Kontrolle des Arbeitsfortschritts (Tracking) und der elektronischen Nachbestellung archivierter Druckaufträge. Ein besonderes Merkmal des Systems ist das benutzerfreundliche Verfahren zur Angebotsabfrage, bei dem sich die Spezifikationen einfacher Druckaufträge leicht vorgeben lassen.



**Schnelle, sichere Datenübertragung:** Das Portal bietet gegenüber bestehenden Internet-Lösungen den Vorteil, dass mehrere Dateien in einer einzigen Session übertragen werden können – bei einer eventuellen Unterbrechung der Verbindung wird die Übertragung an der richtigen Stelle wieder aufgenommen. Die Sicherheit wird durch eine 128-Bit-Verschlüsselung – wie beim Online-Banking – gewährleistet.

**Remote Proofing:** Das Remote Proofing von Heidelberg ermöglicht Softproofs und die WYSIWYG-Darstellung von Aufträgen auf dem Monitor per Internet. Druckereibetriebe und ihre Kunden können diese Funktionen nutzen, um gemeinsam an Druckprojekten zu arbeiten. Damit ist die Online-Prüfung und -Freigabe in Echtzeit und in voller Auflösung möglich. Per Mausclick können die Kunden Druckaufträge auf dem Bildschirm betrachten, prüfen und auszeichnen, genau wie sie etwa Änderungen auf Andrucken markieren würden. Alle an der Produktion eines Auftrags beteiligten Personen werden per e-Mail sofort benachrichtigt, wenn eine Korrektur gewünscht und/oder eine Änderung vorgenommen wird. Dies erlaubt vor allem kürzere Korrekturzyklen und erspart die immens gestiegenen Kosten für Express- oder Kurierdienste. Pfitzenmaier: »Zusammen mit intelligenten Applikationen befreit das Internet Betriebe und ihren Außendienst von Routine-Aufgaben. Es ist gerade bei der Abstimmung vor dem Druck eine echte Erleichterung.« Das Remote Proofing ASP wurde von Heidelberg in Zusammenarbeit mit RealTimeImage, Inc. entwickelt und steht heute schon als Standalone-Service zur Verfügung, den Druckdienstleistern ohne Anmeldegebühr Monat für Monat abonnieren können. Eine individuell konfigurierbare Version des Remote Proofing wird als Teil des vollständigen e-Portal-Systems HeiPort ab September in den USA angeboten.

**Technische Ausrüstung:** Das e-Portal-Serviceangebot kann ohne zusätzliche Investitionen in Ausrüstung oder Systeme genutzt werden. Anwender (also Druckereien und ihre Kunden) können mit ihrem derzeitigen Web-Browser (Internet Explorer oder Netscape) auf einem ganz normalen Windows- oder Macintosh-Rechner beginnen. Für größere Dateien und komplexe Aufträge wird zwar eine schnellere Internetverbindung sinnvoll sein, jedoch erleichtert die praktisch überall vorhandene Systemumgebung den Einstieg in die neue Welt der Netzwerk- und Internet-basierten Kommunikation.

**Kosten und Verfügbarkeit:** Zunächst wird das Internet-Portal in den USA (ab Herbst 2002) eingeführt, im Frühjahr 2003 in Europa. Die Preise stehen noch nicht abschließend fest; die Rede ist von einer Monatspauschale von rund 300 US-Dollar für den Online-Shop und 600 Dollar für Online-Shop plus Remote-Proofing-Lösung – je nach Volumen.

werden. »Druckereibetriebe werden die Vorteile der in unserem Portal integrierten Services ohne größere Investitionen in neue Systeme und Geräte nutzen können. Sie benötigen neben einer eigenen Homepage (URL) lediglich ein Passwort für die Kunden, um auf die vielfältigen Werkzeuge und Tools zuzugreifen«, erläutert Pfitzenmaier.

#### Software lebt

Das Internet-Portal folgt dem Prinzip des Application Service Providings, ASP. Das bedeutet, dass die Software auf einem einzigen Server läuft, der zentral im Netz steht, und nur von einer Stelle aus gepflegt wird. »Heidelberg übernimmt die Pflege und Updates der Software und garantiert dabei auch die Sicherheit über Firewalls etc.« erläutert Wolfgang Pfitzenmaier. »Die Teilnehmer an diesem Service benötigen eine eigene Homepage, einen PC, Browser und ein Modem. Auf der Homepage der Druckerei gibt es ein Feld zum Einloggen in das Heidelberg-Portal. Dabei hält sich Heidelberg ganz im Hintergrund. Die komplette Applikation läuft über die Seite des Druckers und ist auch nur als solche erkennbar.«

Nach Aussagen von Wolfgang Pfitzenmaier ist das e-Portal ein modulares System, das – wie es bei einer lebendigen und wachsenden Software der Fall ist – im Laufe der Zeit weiter ausgebaut werden soll. »Die verschiedenen Online-Dienste bie-

ten Druckereien und deren Kunden enorme Möglichkeiten der internet-basierten Kommunikation. Dies ist aber erst der Anfang. In künftigen Versionen werden wir das System erweitern, um noch mehr und höherwertige Dienstleistungen anzubieten. Dies können beispielsweise e-Kataloge und die Erstellung von Vorlagen bis hin zur Vorabkontrolle und dem personalisierten Druck mit variablen Daten sein.«

#### Umdenken und Vorteile nutzen

Die Vorteile der elektronischen Abwicklung von Geschäftsprozessen zeigen, dass vernetzte Kommunikation die Prozesse optimiert. Zumal Druckereien ja keineswegs immer nur die »Verkäufer« sind, die in einen e-Procurement-Prozess »gezwängt« werden, sondern über zahlreiche Portale und Marktplätze selbst erheblich von den Möglichkeiten – zum Beispiel beim Papiereinkauf – profitieren können.

Einen Wermutstropfen sieht Wolfgang Pfitzenmaier lediglich in der Akzeptanz dieses modernen Tools: »Das Problem besteht eigentlich nur noch in den Köpfen der Menschen, weil es eine andere Art ist, Aufträge abzuwickeln. Und das Ganze kann auch nur dann funktionieren, wenn die Kunden unserer Kunden mitmachen.«

Doch dass sich diese Methode durchsetzen wird, daran hat Wolfgang Pfitzenmaier nicht den geringsten Zweifel.