

ONLINEPRINTERS LEISTUNGSVERSPRECHEN FÜR DIESEN EINEN MOMENT

Seit Juli 2020 firmiert *diedruckerei.de* in Deutschland als *onlineprinters.de*. Daran hatte man sich schnell gewöhnt. Jetzt überrascht *Onlineprinters* mit einem neuen Corporate Design.



Farblich perfekt aufeinander abgestimmt: das neue Logo, die Farbgebung im Onlineshop und in den Fernsehspots. Ein Grossteil der Darsteller in den Spots sind Onlineprinters-Mitarbeiter.

Statt der orangefarbenen Pixel auf schwarzem Grund kommt jetzt eine Farbwelt in grünen, erdigen Tönen, die ausdrücken sollen, was *Onlineprinters* wichtig ist: Nachhaltigkeit, Wertigkeit und Kompetenz. Das neue Logo ist klarer und moderner, dabei aber auch schlicht und elegant. Auch der Onlineshop im neuen Design mit verbesserter Usability zeigt die Leidenschaft der *Onlineprinters*-Experten für die Druckprodukte ihrer Kunden. Dazu hatte *Onlineprinters* Ende Oktober eine Kampagne mit Fernsehspots in verschiedenen TV-Programmen gebucht, die fast vollständig inhouse produziert wurden. Darin geht es darum, wie schnell und einfach es von der Idee zum fertigen Druckprodukt geht. Die Kampagne ist von der Strategie über das Konzept bis zur Umsetzung fast komplett inhouse bei den fränkischen Druckern entstanden – ein Grossteil der Darsteller in den Spots sind *Onlineprinters*-Mitarbeiter.

«Wir wollen zeigen, was in uns steckt und wofür wir stehen – und uns dabei eindeutig im Markt positionieren. Bei jeder Bestellung unserer Kunden gibt es diesen einen Moment, in dem er den Karton

öffnet und zum ersten Mal sein Druckprodukt sieht. Ein besonderer Moment, in dem sein Herzensprojekt mithilfe von *Onlineprinters* Realität geworden ist. Das ist ein Leistungsversprechen und eine Haltung, die unsere Spots aufgreifen», erklärt *Onlineprinters* Chief Marketing Officer KATJA LESSMEISTER. «Die Darsteller im Spot sind die Menschen, die dieses Produkt mit Leidenschaft hergestellt haben, die Mitarbeitenden an den Maschinen: Der Offsetdrucker, die Kollegin an der Schneidemaschine, die Versandprofis. Alle arbeiten für diesen Moment.»

Die Kampagne gerade zum jetzigen Zeitpunkt umzusetzen, war ebenfalls eine strategische Entscheidung. «Wir machen deutlich, dass wir auch in bewegten Zeiten ein Partner sind, der kompetent hohe Qualität zum attraktiven Preis bietet», bekräftigt Chief Commercial Officer Dr. FABIAN STICH. «Wir bieten unseren Kunden die Kombination aus einer unkomplizierten 24/7-Bestellmöglichkeit, modernsten Hightech-Druckmaschinen und Menschen mit Leidenschaft, die auch einen ganz persönlichen Service bieten.»

CYBERATTACKE Heilbronner Stimme gehackt

Es ist ja nicht so, dass in der Branche Cyber-Angriffe nicht diskutiert worden wären. Bislang ging aber alles noch mehr oder weniger glimpflich ab. Doch die Tageszeitung *Heilbronner Stimme* wurde Freitag, 14. Oktober, Opfer einer massiven Cyberattacke. Am Samstag erschien die Regionalzeitung in einer Notausgabe und am darauffolgenden Montag wurde lediglich ein 24-seitiges E-Paper publiziert. Inzwischen kann man die *Heilbronner Stimme* wieder in Händen halten, doch hat der Angriff massive Spuren hinterlassen. «Klar ist mittlerweile, dass es sich bei dem Angriff um eine Ransomware-Attacke handelte», heisst es auf der Internetseite der Tageszeitung. Der Erpressungstrojaner habe einen Grossteil der lokalen Daten verschlüsselt, sodass Mitarbeiter nicht mehr auf ihre Daten zugreifen können. Es seien jetzt zwar 80 neue Hardware-Komponenten angeschafft worden, bis aber alles wieder laufe, werde es noch etwa sechs Monate dauern.

IT-SICHERHEIT Starkes Wachstum um 13%

Für IT-Sicherheit wird in Deutschland derzeit so viel Geld ausgegeben wie noch nie zuvor. Die Ausgaben für Hardware, Software und Dienstleistungen werden sich 2022 auf

rund 7,8 Mrd. € belaufen, ein Plus von 13% im Vergleich zum Vorjahr. Nach den Zahlen des Digitalverbands *Bitkom* werden die Ausgaben für IT-Sicherheit in den kommenden Jahren weiter um jeweils rund 10% steigen.

ÜBERNAHME DRS Investment erwirbt MarkStein

Die private Beteiligungsgesellschaft *DRS Investment SE* übernimmt die Mehrheit am Software-Entwickler *MarkStein GmbH* aus Darmstadt. Der Spezialist für Redaktionssysteme und Multichannel Publishing entwickelt seit über 30 Jahren Lösungen für Verlage und Publisher. Kunden wie die *Handelsblatt Media Group* oder die *Stiftung Warentest* nutzen Software von *MarkStein*, um neben Printprodukten wie dem *Handelsblatt*, der *WirtschaftsWoche* und den Zeitschriften *Test* und *Finanztest* auch digitale Kanäle zu bedienen. Mithilfe von *DRS* will *MarkStein* in Zukunft Kooperationen aufbauen und Alternativen zu etablierten Lösungen anbieten. Darüber hinaus soll in das Cloud-Geschäft und Zukäufe investiert werden.

> www.markstein.com

> www.drs-investment.com