

ONLINEPRINTERS WECHSEL AN DER UNTERNEHMENS- SPITZE

Onlineprinters feiert 15.-jähriges Jubiläum – und verliert nach fünf Jahren an der Unternehmensspitze DR. MICHAEL FRIES, der sich anderen unternehmerischen Aufgaben widmen will. Seine Nachfolge als CEO trat am 1. Juli ROLAND KEPPLER an. Das Unternehmen stellte im letzten Geschäftsjahr mehr als 3,2 Mrd. Druckprodukte her und setzte mehr als 200 Mio. Euro um. Über eine Million Kunden kauften bei dem Unternehmen seit seiner Gründung ein.

Wir waren ein handwerklich orientierter Druckbetrieb und wurden zu einer Druckerei, die E-Commerce machte. Heute sind wir ein E-Commerce-Unternehmen, das druckt«, so beschrieb DR. MICHAEL FRIES, bis zum 30. Juni 2019 CEO von *Onlineprinters*, gerne den Transformationsprozess des Unternehmens. Diesen Paradigmenwechsel hat die Onlinedruckerei zu erheblichen Teilen MICHAEL FRIES zu verdanken. Möglicherweise sieht er seine Arbeit damit getan und verlässt das Unternehmen auf eigenen Wunsch, um sich anderen unternehmerischen Aufgaben zu widmen.



DR. MICHAEL FRIES, bis zum 30. Juni 2019 CEO von *Onlineprinters*,

Zum 1. Juli übernahm ROLAND KEPPLER die Geschäftsführung von MICHAEL FRIES. Während FRIES *Onlineprint* und die Druckindustrie aus dem Effeff kennt, kommt mit KEPPLER nun ein Manager aus dem Dienstleistungssektor. Der Wirtschaftsingenieur hat als CEO Unternehmen wie die *Europcar* Autovermietung, den Carsharing-Anbieter *car2go* (ab 2014) und *TUfly* (2016 bis 2018), wo er zuvor schon von 1999 bis 2009 tätig war, geführt. KEPPLER gilt als besonnen handelnder Manager, der zuletzt in der Luftfahrtbranche neue Strategien wie etwa die en-



ROLAND KEPPLER die Geschäftsführung von MICHAEL FRIES.

gere Verzahnung zwischen Reiseveranstalter und Fluggesellschaft entwickelte.

Jetzt soll er *Onlineprinters* gemeinsam mit CCO CHRISTIAN WÜRST und CFO DIRK A. MÜLLER leiten. KEPPLER wird mit seinem Background sicherlich neue Impulse bei *Onlineprinters* setzen. Wohin die Reise geht, bleibt abzuwarten. »Wir wollen weiterhin dynamisch wachsen, die Unternehmen der Gruppe noch stärker integrieren und durch Innovationen neue Kunden gewinnen. Ich freue mich auf die anstehenden Aufgaben«, erklärt KEPPLER.

Beachtliches Wachstum ...

DR. MICHAEL FRIES stieß Anfang Juli 2014 zu *Onlineprinters*, nachdem er bei *Cewe Color* parallel zu Fotofinishing und Fotobuch-Produktion mit den Marken *Viaprinto* und *Saxoprint* den Geschäftszweig Onlinedruck aufgebaut hatte. Zuvor hat FRIES Managementenerfahrungen bei der *Boston Consulting Group* gesammelt und war bei der *Bertelsmann-Tochter Mohn Media* für Vorstufe und Bogendruck zuständig.

FRIES kannte das *Onlineprint-Business* also bereits aus dem Effeff, als er nach Neustadt an der Aisch kam und die internationale Expansion des Onlinedruckers vorantrieb. Unter seiner Leitung wurde *Onlineprinters* zu einer durch und durch ›industriellen Druckerei‹ und wuchs deutlich.

2017 übernahm *Onlineprinters* die britische *Solopress*, im Januar 2018 erfolgte die Akquisition des dänischen Onlinedruckers *LaserTryk*. Dank dieser Strategie gehört *Onlineprinters* heute zu den Top 3 der Onlinedruckereien in Europa mit mehr als 1.500 Mitarbeitern und einem Umsatz von 200 Mio. €. International ist die *Onlineprinters-Gruppe* heute mit über 18 Webshops in 30 Ländern aktiv.

... noch immer vorhanden

DR. MICHAEL FRIES hat bei diesem Wachstumskurs wesentliche Impulse gesetzt. So hat er den Weg vom produktzentrierten zum konsumentenfokussierten Geschäftsmodell vorgegeben. »Ein Webshop, der nur als digitaler Vertriebskanal genutzt wird, hat ausgedient«, ist FRIES überzeugt. »Gerade im B2B-Bereich müssen Kunden einen Zusatznutzen über den reinen Produktkauf hinaus bekommen.« Daher geht die Entwicklung bei *Onlineprinters* zurzeit vom Shop zur digitalen Plattform. Im Sinne des One-Stop-Shoppings wurden unter der Ägide von MICHAEL FRIES immer mehr Produkte in das Portfolio eingebunden – *Onlineprinters* ist inzwischen Komplettanbieter für Print-Werbung. Dabei setzte MICHAEL FRIES im stärker werdenden Wettbewerb nicht auf Konfrontation, sondern auf Kooperation. Denn der Trend

geht nach seiner Überzeugung zur Zusammenarbeit: »Spezialdrucke, lokale Beratungsleistungen und individuelle Services sind die Stärke klassischer Drucker. Viele davon kaufen Produkte bei Onlinedruckereien ein oder arbeiten als Reseller. Gleichzeitig kaufen auch Onlineprinter bei Spezialanbietern ein – zum Beispiel Letterpress-Visitenkarten oder Werbeatikel – und bieten diesen Druckereien dann eine Vertriebsplattform.«

Doch das heißt nicht, dass lokale Druckereien keine Zukunft mehr haben. »Wer sich dem Transformationsprozess stellt, kann auch künftig noch kräftig wachsen«, ist DR. MICHAEL FRIES überzeugt. Dabei räumt er allerdings ein, dass Online-Druckereien die Druckbranche weiterhin verändern werden, und geht davon aus, dass der Umsatz von *Onlineprint* in Westeuropa in den nächsten Jahren noch immer zweistellig zunehmen wird.

»Die Branche durchlebt einen fulminanten, disruptiven Wandel, der keinen Stein auf dem anderen lässt. Jede Druckerei muss ihr Geschäftsmodell hinterfragen und auf die neuen Anforderungen im Markt ausrichten«, so MICHAEL FRIES. Mit ihm verliert *Onlineprinters* nicht nur einen CEO, sondern auch eine Galionsfigur.

