



Web-to-Print ist Mainstream

Die Integration von MIS und Web2Print wird immer wichtiger

Web-to-Print (auch W2P oder WtP) ist also kein Nebenschauplatz im Druckgeschäft, Web-to-Print ist Mainstream. Das Geschäft im Netz gehört nicht mehr nur Spezialisten oder Online-Druckereien; es sind immer mehr klassische Druckereien, die sich mit dem Internet-Geschäft, beschäftigen um dem wandelnden Einkaufsverhalten der Kunden Rechnung zu tragen.

In der Regel sind Web-to-Print-Systeme aber Stand-Alone-Lösungen, die keine Schnittstellen zu Systemen der Auftragsabwicklung haben. Problematisch wird dies jedoch, wenn die Anzahl der W2P-Aufträge permanent zunimmt, denn letztlich benötigen sie die selben Ressourcen wie klassische Aufträge und müssen die selbe Produktion durchlaufen. Ein Umstand, der bisher viel zu wenig Beachtung fand, denn es stand nur der Nutzen für den Kunden im Fokus – das Thema der Integration wurde schlicht und einfach stiefmütterlich behandelt.

Integration steht im Vordergrund

Das Aachener Softwarehaus Hiflex ist seit mehr als zwei Jahrzehnten Hersteller der gleichnamigen Bran-

chensoftware (Hiflex MIS), die mittlerweile in 30 Sprachen und Ländern installiert wurde. Die drei Brüder Reichhart, die das Unternehmen führen, sind allesamt Branchen-Insider und mittlerweile als dritte Generation in der Druckindustrie tätig. Sie kennen die Branche von der Pike auf und haben die Möglichkeiten, die das Online-Geschäft für Druckereien bietet, früh erkannt.

Bereits seit 2001 werden eBusiness-Systeme entwickelt, zunächst als Modul-Bausteine zur Branchensoftware, seit 2007 gibt es den Hiflex Webshop, ein eigenständiges Web-to-Print System, das sowohl als Stand-Alone-Lösung als auch im Bundle mit dem Hiflex MIS-System betrieben werden kann.

Hierin liegt gleichzeitig ein Alleinstellungsmerkmal: als Stand-Alone-Lösung kommuniziert der Hiflex Webshop mit jeder klassischen Branchensoftware über das JDF-Standardformat (dafür gab es 2008 gleich zwei CIP4-Innovationspreise); als Bundle mit dem Hiflex MIS nutzt der Hiflex Webshop hingegen die Netzwerk-Programmierstelle (XML/Soap) des Hiflex MIS, um sich mit diesem vollständig zu integrieren. Übrigens steht die Schnittstelle des Hiflex MIS auch anderen Web-to-Print-Lösungen zur Verfügung, womit beide Systeme (MIS und Webshop) absolut offen sind.

Nach Jahrzehnten ständigen Wandels ist eine der aktuellsten Entwicklungen der Branche Web-to-Print. Der Umsatz von Web-to-Print-Aufträgen beträgt in West-Europa aktuell etwa 5 Mrd. Euro und soll sich in den nächsten Jahren weiter verdoppeln. Damit wird mehr als ein Drittel aller Druckaufträge künftig über das Netz abgewickelt.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





Webdesign leicht gemacht

Nun hat Hiflex sein System noch weiter geöffnet und setzt das Design des Webshops über das weltweit verfügbare Content-Management-System (CMS) Drupal um. Für Anwender stehen damit hunderte Design-Vorlagen im Internet zur Verfügung, durch deren einfaches Aktivieren das Erscheinungsbild des Shops verändert werden kann. Es sind keine Programmier-Kenntnisse erforderlich, einzelne Elemente lassen sich ein- und ausblenden und per Drag-and-Drop zwischen Seitenbereichen verschieben.

Produktmatrix zur Online-Kalkulation

Die Benutzerführung des Hiflex Webshop ist denkbar einfach und komfortabel. Zentrales Element ist die Produktmatrix: Der Anwender wählt schrittweise Produkteigenschaften aus den Kategorien Format, Umfang, Farbigkeit, Papier, Weiterverarbeitung und Veredelung (in der von ihm gewünschten Kombination) aus und das System berechnet online einen Angebotspreis. Dabei können auch Wunschformate und individuelle Auflagen abgefragt werden. Während der Auswahl werden unmögliche Kombinationen

über Plausibilitätsprüfungen ausgeschlossen, oder zwingende Verarbeitungsschritte wie Nuten bei Papier ab 200g/m² hinzugenommen. Das Portal bietet die Möglichkeit, Druckdaten über den Webbrowser zu gestalten oder Daten zum erteilten Auftrag hochzuladen. Diese werden direkt überprüft (Preflight) und der Kunde erhält sofort eine Rückmeldung, ob die Daten weiterverarbeitet werden können. Ist ein Softproof gewünscht, wickelt das System auch den Freigabeprozess digital ab.

Web2Print mit Sammelformen

Der Großteil der administrativen und technischen Prozesse rund um den Auftrag wird über das Hiflex Backend automatisch abgewickelt. Das Hiflex Webshop System erstellt selbstständig Angebote, Auftragsbestätigungen, Rechnungen, Auftragsaschen und Lieferscheine sowie JDF-Daten für den Import in andere Systeme. Auch Vereinbarungen zu eventuell notwendigen Mehrleistungen werden komplett über das Backend gesteuert.

Eine Besonderheit von Web2Print-Aufträgen ist, dass sie in der Regel über Sammelformen produziert werden. Zusätzlich zur Abwicklung der einzelnen Kundenaufträge organi-



siert der Hiflex Webshop über Schnittstellen zu Nutzenoptimierungssystemen die Sammelformaufträge und übergibt die Ausschlässe via JDF an die Druckvorstufe. Nach der Produktion können die angefallenen Kosten automatisch auf die beteiligten Einzelaufträge aufgeteilt werden.

Über Internet Versand-Schnittstellen (zum Beispiel UPS oder DHL) werden die Aufträge zur Paketabholung geordert und standardisierte Paketaufkleber mit gültiger Tracking-Nummer erstellt.

Herausforderung Vermarktung

Die eigentliche Herausforderung eines Webshops liegt allerdings in seiner Vermarktung. Der Hiflex Webshop bietet Partner- und Affiliate-Programme zur aktiven Neukundengewinnung und einen integrierten Gutschein-Generator zur Durchführung von Bonus- und Rabattaktionen, die über Newsletter ausgeführt werden. Damit sowohl die Neukundengewinnung als auch Bestandskundenbindung richtig funktioniert, ist jedoch eine eingehende Zielgruppenanalyse notwendig. Während Profis nach »Drahtheftungen« suchen, wollen Geschäftskunden eher »Werbebroschüren« und Privatleute fragen nach einer »Festzeitschrift« oder der »Abizeitung«.

Alle meinen das gleiche, aber jeder nennt es anders.

Will man ins Geschäft kommen, muss man zunächst die gleiche Sprache sprechen. Um alle identifizierten Zielgruppen effizient ansprechen zu können, bietet Hiflex eine Multi-Branding-Lizenz. Sie ermöglicht, mehrere in Inhalt und Design verschiedene Webshops, die unter verschiedenen Top-Level-Domains betrieben werden, an das gleiche Backend anzuschließen. Jede Domain kann so eine andere Zielgruppe optimal fokussieren.

Die integrierte Suchmaschinen-Optimierung, das heißt die entsprechenden programmiertechnischen Voraussetzungen für ein hohes Suchmaschinen-Ranking, sind im Hiflex Webshop bereits integriert. Hierbei wurden alle wichtigen Suchmaschinen berücksichtigt und als Indikatoren insbesondere der Google PageRank und der Alexa Traffic Rank herangezogen. Google spielt übrigens auch bei der Erfolgsauswertung eine Rolle, denn neben diversen Statistiken die das Backend zur Verfügung stellt, verwendet der Hiflex Webshop Google Analytics, um Zugriffe auszuwerten.

» www.hiflex.com

