

DCC Kästl setzt bei seinem Webshop Druckhäusle auf die Lösung von CloudLab

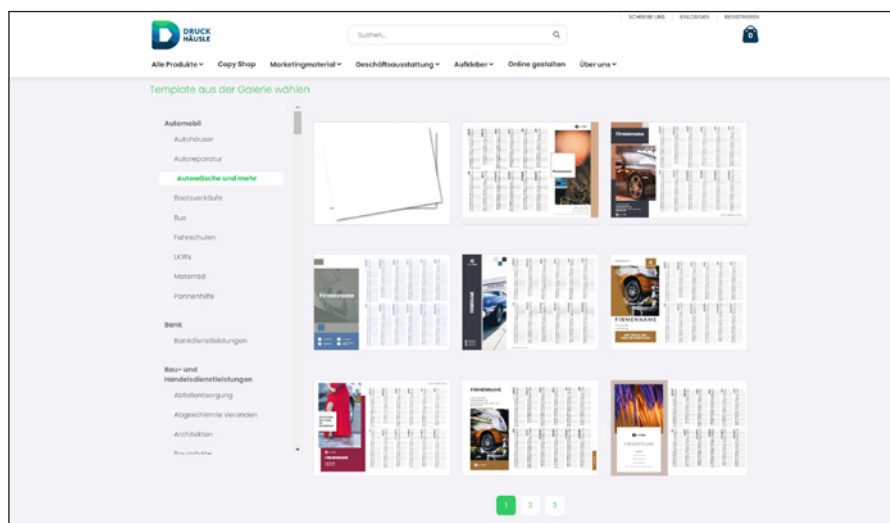
Drucken erfolgreich online vermarkten

Seit über 30 Jahren zählt die Druckerei DCC Kästl im Stuttgarter Raum zu einem der führenden Anbieter im Digitaldruck. Um seinen Kunden mehr Komfort und schnellere Abwicklungsvorgänge zu ermöglichen, und darüber hinaus auch erfolgreich deutschlandweit neue Kunden zu gewinnen, hat DCC Kästl vor kurzem einen eigenen Open Shop für die Online-Bestellung eröffnet. Basierend auf der Technologie aus dem Hause CloudLab ist seit gut drei Monaten mit dem „Druckhäusle“ der erste eigene Web-to-Print-Shop des Unternehmens online gegangen. Weitere Closed Shops für Bestandskunden werden in Kürze folgen.

Siegmar Kästl, Gründer und Geschäftsführer der Druckerei DCC Kästl, hat in den vergangenen 30 Jahren alle Höhen und Tiefen miterlebt, die der Wandel der Druckbranche mit sich gebracht hat. Was als kleiner Copyshop begann entwickelte sich über die Jahre zu einem namhaften Pionier des Digitaldrucks, der sich durch die sukzessive Ausweitung der Endverarbeitung stetig vergrößert hat und heute 15 Mitarbeiter beschäftigt. Um fortan auch weiter erfolgreich zu wachsen und nicht nur regionale Kunden aus dem Stuttgarter Raum zu adressieren, fassten Siegmar Kästl und sein Sohn Nikolai Kästl den Entschluss, Druckprodukte in einem eigenen Web-to-Print-Shop anzubieten: die Geburtsstunde des „Druckhäusle“.

ÜBERZEUGENDE LIVE-DEMO

Im Zuge der Evaluierung eines geeigneten Editors prüfte das Unternehmen zehn Angebote verschiedener Anbie-



Mit der Template Gallery können auch unerfahrene Druckeinkäufer ihre erforderlichen Drucksachen ansprechend und einfach erstellen.

ter. Während die meisten ihre Lösung als reines Software-as-a-Service-Modell mit monatlichen Fixkosten offerierten, bedingte die CloudLab-Lösung zunächst eine Anfangsinvestition.

„Natürlich scheuten wir im ersten Moment davor zurück, hier finanziell in Vorleistung zu gehen, doch dann hatten wir die erste Live-Demo und sahen, wie viel Aufwand dahinter betrieben wird, sodass die finanzielle ‚Vorleistung‘ absolut berechtigt ist. Wir waren gleich so Feuer und Flamme für diese Lösung, dass wir alle anderen Optionen sofort ad acta gelegt haben“, blickt Nikolai Kästl heute schmunzelnd zurück.

Einer der wichtigsten Gründe, die für die Entscheidung zugunsten der CloudLab Lösung sprach, war der intuitiv bedienbare printQ Editor mit seinen unkomplizierten Personalisierungsmöglichkeiten und der Umstand, dass das komplette System auf der Grundlage von Magento basiert.

„Wir waren begeistert, wie einfach printQ letztendlich zu bedienen ist. In Kombination mit Magento verfügt diese Lösung zudem über den großen Vorteil, dass wir nicht wie bei anderen Anbietern auf das eigens programmierte System festgelegt sind, sondern über jede Möglichkeit verfügen, aus unserem Shop ein echtes Unikat zu machen. Wir können uns aus einer

Vielzahl von Erweiterungen bedienen, die nicht von CloudLab, sondern von Drittanbietern programmiert worden sind. Hier verfolgt CloudLab in meinen Augen einen tollen Ansatz und für unsere Anforderungen war dieses Konzept optimal. So können wir beispielsweise jederzeit ein Boni-System einführen. Dafür suchen wir uns lediglich eine entsprechende Extension heraus, lassen sie von CloudLab installieren und auf ihre Funktionalität mit unserer Website hin überprüfen und schon haben unsere Kunden innerhalb einer Woche ein eigenes Bonisystem etabliert. Ich kenne keinen anderen Anbieter, der dies so schnell und unkompliziert umsetzen könnte“, schildert Nikolai Kästl seine Erfahrung.

IN NUR WENIGEN MONATEN ZUM ERFOLGREICHEN „GO-LIVE“

Apropos schnell und unkompliziert: Auch die Konzeption und Entwicklung des eigenen Online-Webshops erwies sich als beeindruckend schnell und reibungslos. Das Team von DCC Kästl hat sich anders als die meisten Druckereien im Rahmen der Konzeptionsphase dazu entschieden, zunächst mit einem Open Shop in den Markt zu treten, statt zuerst Closed Shops für seine Bestandskunden ins Leben zu rufen. Der Entschluss dazu fiel vor rund sieben

Monaten, und seit ca. drei Monaten ist der Web-to-Print-Shop Druckhäusle online. Dass die Umsetzung so zeitnah und zügig erfolgen konnte, lag sicherlich auch darin begründet, dass man bei DCC Kästl eigens zwei Personen damit betraut hat, sich auf das Aufsetzen des neuen Shops zu konzentrieren und die erforderlichen Zusatzprogrammierungen durch das Team von CloudLab rasch erfolgten. Derzeit beläuft sich das Angebot im Druckhäusle, ohne die vielfältigen Konfigurationsmöglichkeiten mit einzurechnen, auf rund 40 Produkte zuzüglich der unterschiedlichen Papiere und Farbigkeit als Multiplikator – Tendenz steigend.

Nikolai Kästl betont, man müsse sich Zeit nehmen, den Webshop differenziert und detailliert zu entwickeln und im Vorfeld klären, wer die Zielgruppe sei, wie man auftreten möchte und was die Botschaft dabei sei. Dies in Design, Farbe und Schrift umzusetzen, benötigte Zeit, die jedoch letztendlich gut investiert sei, da so ein komplett neuer Vertriebskanal entsteht.

UND DIES IST ERST DER ANFANG ...

Doch mit dem Go-Live des Druckhäusle ist die Reise für Siegmund und Nikolai Kästl noch lange nicht zu Ende. Bei einem Open Shop soll es nicht bleiben, vielmehr plant das Unternehmen, in den nächsten zwei bis drei Jahren vier bis fünf weitere Open Shops mit unterschiedlichen Produktionsschwerpunkten zu etablieren.

Um die Konfiguration der einzelnen Druckjobs auch für Nicht-Designer kinderleicht zu gestalten, setzt DCC Kästl auf die Template Gallery von CloudLab. Sie erlaubt auf Basis ihrer zahlreichen, nach Branchen differenzierten Vorlagen jedem Kunden, seine Visitenkarten und Briefbögen ansprechend zu

gestalten. Für Nikolai Kästl stellt dieses Feature einen echten Gamechanger dar, da durch die Vielzahl ansprechender Vorlagen und die einfache Editierung das Erstellen der Drucksachen für jedermann zum Kinderspiel wird.

Ein wichtiges Thema für den Erfolg eines Online-Auftritts verkörpert natürlich auch die online-Vermarktung der entsprechenden Website. Hierbei setzt DCC Kästl vorrangig auf das Content Marketing von Google Ads, um Neukunden zu akquirieren. Und damit auch die Bestandskunden von der schnelleren Bestellabwicklung profitieren und gleichzeitig auch zu den somit möglich gewordenen günstigeren Konditionen drucken können, werden nun auch sukzessive die Bestandskunden mit dem Druckhäusle bekannt gemacht, sofern ihre Auftragsstruktur dies erlaubt.

„Bei den Closed Shops sehen wir vor allem die Zeitersparnis als großen Vorteil für unsere Bestandskunden. Beim Druckhäusle muss der Kunde sein Produkt jedes Mal neu konfigurieren bzw. seine Datei hochladen, selbst wenn es die selbe ist. Druckjobs, die im Druckhäusle zehn Schritte benötigen, lassen sich im Closed Shop in lediglich zwei Schritten generieren. Darüber hinaus kann ich im Closed Shop Freigaberichtlinien einrichten, d.h. auch Mitarbeiter können bestellen und der Vorgesetzte muss die Order nur noch freigeben“, bringt Nikolai Kästl die Vorteile für Bestandskunden auf den Punkt.

AUTOMATISIERUNG BEDINGT AUCH UNTERNEHMERISCHES WACHSTUM

„Durch die Online-Generierung der einzelnen Druckaufträge profitieren wir natürlich auch von der damit einhergehenden Automatisierung – angefangen von der Rechnungsstellung über die Bezahlung bis hin zum Mahn-

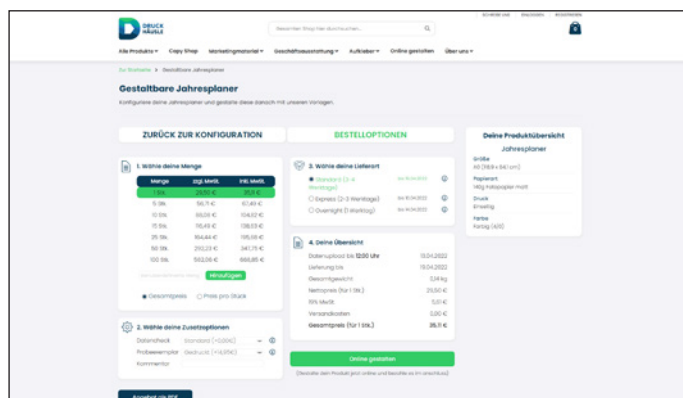


Nikolai Kästl, Geschäftsführung DCC Kästl und verantwortlich für die Konzeption des „Druckhäusle“

wesen. Dem Kunden entstehen dadurch keinerlei Nachteile, er kann uns selbstverständlich weiterhin jederzeit anrufen, und wir stehen ihm wie gewohnt mit Rat und Tat zur Seite“, betont Nikolai Kästl. „Derzeit sind wir so ausgerichtet, dass das Druckhäusle für die einfachen Druckbestellungen genutzt wird, während Projektgeschäfte weiterhin über das Telefon und E-Mail abgewickelt werden. Wir verfügen über einige Bestandskunden, die mit ihren Aufträgen letztendlich nicht über das Druckhäusle abgebildet werden können. Diese wollen wir in Zukunft über unsere Closed Shops aus unserem Druckhäusle heraus als einfache SAP-Anbindung mit integrieren.“

Mit Blick auf die künftige Auftragsstruktur rechnet Nikolai Kästl damit, dass in zwei Jahren rund 30 % der Kunden an der klassischen Struktur festhalten werden, weitere 30–40 % der Kunden über Closed Shops im B2B-Bereich abgewickelt werden und der Rest über den Open Shop generiert werden wird.

„Durch die CloudLab-Lösung haben wir die Chance erhalten, sämtliche Abwicklungsprozesse zu automatisieren, und darin liegt für jede Druckerei letztendlich der Schlüssel zum Erfolg. Als Druckdienstleister muss man automatisieren, um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben, benötigt jedoch aufgrund der gewonnenen Ressourcen auch die entsprechend höhere Auslastung. Vereinfacht gesagt: Ich muss als Druckdienstleister wachsen, damit ich von den Vorteilen der Automatisierung profitieren kann. Und mit CloudLab haben wir den starken Partner gefunden, um dieses Ziel erfolgreich zu erreichen“, so Nikolai Kästl.



Im Druckhäusle sind alle Entscheidungen, die der Kunde hinsichtlich der Konfiguration treffen muss, so einfach wie möglich gehalten.