

"Eine ausgeprägte Innovationskultur pflegen" - Interview mit Printbase.de

✖ Mit Hilfe von 70 Mitarbeitern werden bei printbase.de im Mehrschicht-Betrieb Flyer, Visitenkarten und andere Produkte in höchster Qualität gedruckt. Das Unternehmen, das bereits auf eine 80-jährige Firmentradition zurückblicken kann, ist besonders stolz auf die eigene Innovationskultur.

Erfahren Sie im Interview mit Thomas Wieneritsch mehr über printbase.de.

Was ist die Idee hinter Ihrem Shop?

Die Idee ist es, den Bestellprozess für klassische standardisierte Druckprodukte wie Flyer, Faltblätter, Plakate, Visitenkarten und Briefpapier einfacher zu gestalten. Online bestellen heißt für uns auch die Abwicklungsprozesse im Hause zu optimieren. Die dadurch entstehenden Preisvorteile können wir so an unsere Kunden weitergeben. Das Besondere ist, dass wir uns mit unserem Angebot auch an Mitbewerber richten.

Der konventionelle Druckmarkt ist hart umkämpft. Durch die Möglichkeit bei uns komplette - unverarbeitete - Plano-Druckbogen einzukaufen, erhalten kleinere Druckereien die Möglichkeit auch „große Sammelformen“ kostengünstig zu drucken. Durch die eigene Weiterverarbeitung hält sich der kleinere Betrieb einen Teil der Wertschöpfungskette so im Haus. Diese Art der Kollegenhilfe - in der Branche auch als Lohndruck bezeichnet - kommt sehr gut an.

Welches Shopsystem nutzen Sie?

Diese Frage wurde intern sehr lange diskutiert. Selber programmieren oder eine fertige Lösung nehmen? Wir haben uns am Ende für eine Lösung des Softwarehauses epages entschieden. Zusammen mit STRATO haben wir so die optimalen Partner im Rücken, die sich mit dem Thema eCommerce perfekt auskennen und uns die nötige Sicherheit bieten. Diese Entscheidung haben wir bisher auch noch nicht bereut. Zudem leisten epages und STRATO absolut hervorragende Support-Arbeit. ✖

Was tun Sie, um das Vertrauen Ihrer Kunden zu gewinnen und zu erhalten?

Transparenz. Das Zauberwort heißt „Transparenz“. Auch hier wieder mit starken Partnern an unserer Seite. Neben Paypal und sofortüberweisung.de als sichere Zahlungssysteme haben wir uns für den Marktführer im Bereich „Gütesiegel für Online-Shops“ entschieden. Denn unsere Kunden sollen mit „ruhigem Gewissen“ bei uns einkaufen. Und da gibt es wohl kaum eine bessere Flagge, die man sich an sein Schiff hängen kann, als die von Trusted Shops.

Die „Geld-zurück-Garantie“ hat eine enorm positive Auswirkung auf unser Image im Markt. Unsere kostenfreie Service-Rufnummer ist ein weiterer Baustein, der sich bezahlt gemacht hat.

Gibt es technische Besonderheiten, auf die Sie stolz sind?

Als eines der modernsten Druckhäuser Deutschlands befanden wir uns vier Jahre in Folge unter den TOP-100 der innovativsten Unternehmen im deutschen Mittelstand. Das ist kein Zufall. Dazu ist eine ausgeprägte Innovationskultur notwendig, die das gesamte Unternehmen durchdringt.

Auch deshalb sind wir Technologiepartner von Heidelberger Druckmaschinen und pflegen unsere Kontakte zum Branchenverband, dem Forschungsinstitut FOGRA und der Bergischen Universität Wuppertal.

Welche Rolle spielt Ebay für Sie?

Selbstverständlich ist ebay auch für uns eine interessante Vertriebsplattform. Diese werden wir zu in einem späteren Zeitpunkt für uns nutzen. Zurzeit vertreiben wir aber noch keine Artikel über ebay.



Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?

Der Shop wird bei uns hauptberuflich betrieben. Wir drucken mit rund 70 Mitarbeitern im

Mehrschicht-Betrieb Flyer, Plakate, Faltblätter, Visitenkarten und Briefpapier in höchster Qualität. Als Unternehmen mit einer über 80-jährigen Tradition sind wir uns in der heutigen Zeit auch der Verantwortung unseren Mitarbeitern gegenüber bewusst. Auch ein Grund, diesen modernen Vertriebskanal „Online-Shop“ zu installieren.

Gibt es Teilbereiche Ihres Shops, die Sie an Partner abgegeben haben?

Nein. Wir sind recht autark. Was uns auch die nötige Flexibilität verleiht, die wir unseren Kunden gegenüber haben möchten. Vom Aufsetzen des Shops, über das Drucken bis hin zur Logistik kommt bei uns alles aus einer Hand. Lediglich der Versand zum Kunden erfolgt über unseren Logistik-Partner DHL.



Wie bekommen Sie neue Besucher in den Shop?

Wir generieren Besucher, die nicht zwingend gleich zu Kunden werden müssen, über verschiedene Kanäle. Mit einer der Wichtigsten - und leider auch kostenintensivsten - ist Google AdWords. Also Werbeanzeigen bei Google. Aber auch Anzeigen auf anderen Plattformen kommen zum Einsatz. Eine gute Pressearbeit und vor allem gute Qualität und günstige Preise sind der Magnet für unsere Besucher. Wir haben gemerkt, wer einmal Kunde ist, der bleibt auch Kunde. Hier geht unser Servicegedanke voll auf.

Gab es Dinge, die nicht so geklappt haben, wie geplant?

Kann man eigentlich nicht sagen. Dazu muss man fairer Weise aber sagen, dass wir eine sehr intensive Planungs- und Recherchephase hatten, bevor wir uns für diesen Vertriebsweg entschieden haben. Es gab vor dem Start viel Überzeugungsarbeit zu leisten. In alle Richtungen.

Hatten Sie in der Vergangenheit bereits Probleme mit Abmahnungen?

Bisher noch nicht. Mit Trusted Shops als beratender und informierender Partner im Rücken sehen wir das Ganze auch recht entspannt, wenn ich ehrlich sein soll.

Welche Tipps haben Sie für andere Shopbetreiber?

 Das ist gar nicht so einfach zu beantworten. Alle Shops sind irgendwie unterschiedlich und individuell ausgerichtet. Was allerdings allen Shops gleich ist, sie leben von den Kunden. Und aus Besuchern muss man erst einmal Kunden „generieren“. Ich denke, man sollte den Service-Gedanken sehr hoch hängen. Und Mitarbeiter(innen) die im direkten Kundenkontakt stehen, sollten...nein, müssen entsprechend geschult sein und diesen Service-Gedanken leben.

Wir wissen wie hoch die Kosten sind, einen Besucher auf unsere Seite zu bekommen. Da kann man es sich nicht leisten, diesen potentiellen Kunden durch ein nicht besetztes Telefon oder eine „schlechtgelaunte“ Montagmorgen-Stimme oder eine nicht beantwortete E-Mail-Anfrage zu vergraulen. Wir haben die Erfahrung gemacht, dass wenn ein Kunde die Wand der „Anonymität im Netz“ überstiegen hat, dann möchte er auf der anderen Seite - von uns - freundlich in Empfang genommen werden.

Nur zufriedene Kunden geben gute Bewertungen ab! Und es soll Suchmaschinen geben, die sich bei Online-Shops auch an der Bewertungsqualität orientieren sollen. Haben wir gehört... ;O)

Nutzen Sie Web 2.0 Möglichkeiten?

Auch diese Features sind in Vorbereitung. Wir haben ein Twitter-Account eingerichtet und unser Unternehmen ist auch mit einer Seite auf Facebook vertreten. Diese Kommunikationsmöglichkeiten werden wir in Kürze auch verstärkt ausbauen. Das durchweg positive Feedback gibt uns Recht.

Wo informieren Sie sich zum Thema Online-Shopping?

Ich sag's nur ungern, aber ein sehr interessanter und ausführlicher Weg der Information geht über die Seite von Trusted Shops und den Trusted Shops-Newsletter.

Hört sich vielleicht jetzt nach einer „eine-Hand-wäscht-die-andere“-Aussage an, aber bisher haben wir keine Quelle erschließen können, die uns die wichtigsten und vor allem aktuellsten Informationen in so komprimierter und doch verständlicher Weise zur Verfügung stellt. Wer eine weitere gute Quelle kennt, wir freuen uns über jeden konstruktiven Hinweis: admin@printbase.de!

Machen Sie sich unter printbase.de selbst ein Bild von diesem Shop oder besuchen Sie das Shopprofil von printbase.