

Trotz Preiskampf Qualität im Fokus

druck.at ist mit rund 39 Mio. Euro Umsatz der größte Onlinedrucker am heimischen Markt – und hat noch viel vor.

•• Von Michael Fiala

LEOBERSDORF. druck.at-Geschäftsführerin Emily Shirley spricht im medianet-Interview über ein spannendes Druck-Jahr 2017 und erzählt, was 2018 zu erwarten ist.

medianet: Seit wann sind Sie bei druck.at und für welche Bereiche sind Sie zuständig?

Emily Shirley: Als druck.at 2015 von Cimpress übernommen wurde, wurde ich 2016 mit der Geschäftsführung betraut. Bei druck.at bin ich für Struktur, Verkauf und Produktion zuständig. Als Mitglied der Cimpress Leadership Group halte ich auch den internationalen Kontakt. Doch 95 Prozent meiner Tätigkeit betrifft druck.at und hier bin ich ständig auf der Suche nach Optimierungen und Wachstumsmöglichkeiten. Beispielsweise haben wir im Vorjahr unsere Marke in der Schweiz und in Deutschland gelauncht. Wichtig ist mir dabei festzuhalten, dass alles von Leobersdorf aus gemanagt und auch fast alles hier am österreichischen Standort produziert wird.

medianet: Wie ist bislang 2017 für die Branche gelaufen?

Shirley: Die letzten Jahre waren vom Preiskampf geprägt. Der größte Treiber unserer Branche ist der Preis, wobei dann oft die Qualität in Mitleidenschaft gezogen wird. Für druck.at stehen Qualität und Kundenzufriedenheit im Fokus, was vor dem Hintergrund eines permanenten Preiskampfs eine echte Heraus-



© Bouchra Assaf

forderung ist. Wir setzen auf die laufende Verbesserung der Technologien.

medianet: Können Sie Kennzahlen für druck.at nennen?

Shirley: Im Vorjahr haben wir in Österreich rund 39 Mio. Euro erwirtschaftet, das macht uns mit Abstand zum Größten der Branche am österreichischen Markt.

medianet: Sind Sie mit der aktuellen Performance bzw. Entwicklung von druck.at zufrieden?

Shirley: Wir hatten ein tolles Jahr und konnten viel erreichen. Wir haben eine neue Website-Technologie und viele neue Produkte gelauncht, ein neues Kundenbetreuungssystem mit

Die Vision

Emily Shirleys Ziel: „Weiter wachsen, noch mehr Leute in Leobersdorf beschäftigen, noch bessere Produkte anbieten und weiter neue Produktionsmöglichkeiten bauen, um unsere Firma, die seit 15 Jahren am Markt ist, in die richtige Richtung für weitere 15 interessante Jahre zu lenken.“

Circles, sodass unsere Kunden laufend die selben Ansprechpartner haben. Ein großer Erfolg war auch der Franzl Design Award, worauf wir auch stolz sind.

medianet: Was ist für 2018 geplant? Stehen Neuerungen, Veränderungen ins Haus?

Shirley: Unser Ziel für 2018 ist es, weiter zu optimieren. Bereits 2017 haben wir deutlich spürbar im Bereich des Großformats sowie in die Etikettenproduktion investiert, 2018 kommen neue Maschinen und Technologien hinzu. Diese technischen Verbesserungen und Innovationen werden uns im kommenden Jahr auf jeden Fall ermöglichen, noch bessere Preise anzubieten. Wir werden zudem weiter in unsere Website investieren, um Handhabung und Bestellung weiter zu vereinfachen. Ein Hauptfokus liegt auf der Kundenbetreuung, dies ist ja ein klarer USP unseres Hauses. Und natürlich kommen viele neue Produkte hinzu, die unser Angebot noch individueller und breitgefächerter machen. Das Spannende an unserer Industrie ist, dass es nicht nur ein Produkt, sondern viele Tausende gibt – im Fall von druck.at sogar weit über 65.000 –, und es werden täglich mehr.



© Lukas Preisinger/druck.at