

”

*Auch als Online-druckerei halten wir die Tradition der Offlinewelt hoch: Jeder Druck wird durch einen Spezialisten kontrolliert.*

**Emily Shirley**  
Geschäftsführerin  
druck.at

“

wir etliche neue Produkte, davon allein Hunderte im Bekleidungs-Segment, gelauncht. Und das Beste daran: Vom Werbeartikel bis zum T-Shirt – alles ist personalisierbar“, führt sie weiter aus. Aktuell werden im Online-Shop 85.000 Produkte angeboten, 2019 soll die 100.000er Marke geknackt werden.

#### Customer Experience

Den Kunden eine durch und durch positive Erfahrung zu ermöglichen, ist das wichtigste Unternehmensziel bei der Online-Druckerei aus Leobersdorf. Das beginnt bei der ersten Anfrage über das Produktangebot und die laufende Betreuung durch ein und dasselbe Team bis zur raschen Auslieferung der Produkte. Größtes Augenmerk wird dabei auf die Qualität der bereitgestellten Druckunterlagen gelegt. Im Gegensatz zu anderen Onlinedruckern gibt es bei druck.at eine leistungsstarke *Druckvorstufe*, die ausnahmslos alle Daten vor dem Druck kon-

ten genau an und informieren den Kunden, wenn etwas nicht passt. Manchmal finden wir auch Rechtschreibfehler und können korrigierend eingreifen. Damit profitieren Kunden von den Vorteilen beider Welten. Viele Mitbewerber im Onlinebereich setzen eher nur auf Geschwindigkeit und Preis.“

Es wird laufend in diesen, zum größten Teil automatisierten, Prozess investiert. Dies schlägt sich für Kunden jedoch nicht als Extraposten im Preis nieder, sondern ist komplett kostenlos. Qualität gehört bei druck.at dazu und bedingt daher auch, dass nicht immer die allergünstigsten Konditionen im Vordergrund stehen. Die Kosten bezeichnet Shirley als „fair“. Zudem bietet druck.at mit dem Produktions- und Lieferservice „Karacho“ in Wien, Niederösterreich und Teilen des Burgenlandes sogar die Auslieferung am selben Tag. „Wir suchen immer Wege, die besten Möglichkeiten für die Kunden zu finden“, hält sie fest.

#### Eingebettet in Freiheit

Als Teil von Cimpress ist druck.at in einer Holding mit Sitz in den Niederlanden eingegliedert. Der internationale Konzern ist weltweit mit 15 Firmen vertreten, zehn davon sind in Europa aktiv. Innerhalb des Konzerns, der zuletzt rund 2,5 Milliarden Dollar umsetzte, genießt druck.at die Freiheit, sich so zu bewegen, wie es der nationale Markt verlangt. „Österreich

ist qualitätsfokussiert, in der Schweiz ist es ähnlich. In beiden Märkten sind Qualität und Verlässlichkeit sehr wichtig“, sagt Emily Shirley. Die Ähnlichkeiten der Märkte hat druck.at veranlasst, seine Services auch in der Schweiz anzubieten, wobei dort Produkte postalisch zugestellt werden und die Verzollung selbst gemacht wird. „Ohne herausragenden USP hat man es als Unternehmen schwerer“, so Shirley. Cimpress hat die Qualitäten von druck.at beizeiten erkannt. 2015 zahlte man kolportierte 23,3 Millionen Euro für das niederösterreichische Unternehmen

Weiters arbeitet druck.at auch mit kleineren Druckereien zusammen. Shirley erklärt die Gründe: „Die Partnerschaf-

für Tausende Kunden Prozesse optimieren und bei gleicher oder besserer Qualität billiger anbieten.“

#### Neun Prozent Wachstum

Dem Onlinedruck geht es insgesamt gut. Zwar schrumpft der reine Printmarkt, aber der Online-Anteil nimmt zu. Der Vergleich 2015 zu 2017 ergibt ein Wachstum von 17 auf 20% im Onlinebereich. In Österreich betrug das Wachstum sieben Prozent, druck.at hat neun geschafft. Geplant ist nun, weiter zu optimieren, wobei die über 90% Businesskunden mit noch besseren Prozessen bedient werden sollen. „Dabei geht es auch darum, zu verstehen, was die Kunden wollen“, fasst Shirley die Strategie zusammen.

”

*Es geht darum zu verstehen, was die Kunden wollen.*

“

trolliert. Mit diesem sogenannten Profi-Datencheck hebt sich druck.at klar vom Wettbewerb ab. Emily Shirley erklärt: „Auch als Onlinedruckerei halten wir die Tradition der Offlinewelt hoch: Jeder Druck wird durch einen Spezialisten kontrolliert. Wir schauen uns die Druckda-



Emily Shirley ist seit zweieinhalb Jahren im Unternehmen.

ten mit den kleinen Offlinedruckern sind so wichtig, weil es in Österreich viele ‚Kleine‘ gibt, die sehr gute Kundenkontakte haben, aber nicht alles produzieren können. Druckmaschinen sind teuer, wir haben einige davon ohnehin in Leobersdorf stehen. Damit können wir gemeinsam

„Wachstum geht in den nächsten zwölf bis 18 Monaten nur mit neuen Produkten und dem besten Service. Dazu haben wir ein 30-köpfiges IT-Team, das die Prozesse vom Erstkontakt bis zum Versand betreut. Unser Ziel: Wir wollen noch besser und noch schneller werden.“