

Het e-businessverhaal van Onlineprinters

Alain Vermeire |

Onlineprinters is naar eigen zeggen het derde grootste online printbedrijf in Europa. De firma blijft stevig groeien ondanks een structureel dalende grafische industrie. Sinds januari 2017 heeft Onlineprinters er meer dan 400.000 nieuwe klanten bij. Het telt er nu meer dan 1 miljoen.



De van oorsprong klassieke drukkerij werd door Erwin Meyer in 1984 als een quasi éénmansbedrijf opgericht. In 2004 zette zoon Walter Meyer de eerste online stappen met diedruckerei.be en in 2008 werd het internationale merk Onlineprinters gelanceerd. De private equity vennootschap Project A & Bregel kwam in 2016 mee aan boord. De ambitieuze internationale plannen werden kracht bijgezet door de overnames van de online drukkerijen Solopress uit Engeland in 2017 en Lasertryk uit Denemarken in 2018. “Want schaal-grootte is in onze business noodzakelijk om op alle vlakken efficiëntie te genereren,” zegt Michael Fries, de CEO van de On-

lineprinters Group. “Hoe groter je bent, hoe beter je kan inkopen, bedrijfsprocessen organiseren en goedkoper je kan produceren. Internationale expansie is een onderdeel van ons e-business verhaal.”

B2B met tot 10.000 orders per dag

Onlineprinters haalt 90 % van zijn zakencijfer bij businessklanten (bedrijven, agentschappen, resellers) en laat jaar na jaar tweecijferige groeicijfers optekenen. In Duitsland realiseert de groep met het merk diedruckerei.de, ongeveer 30 procent van haar totale omzet. 95 % van de drukopdrachten wordt in eigen huis geproduceerd. Het bedrijf beschikt met 189 offsetdruk-

groepen over het grootste B3-machinepark in Europa. In de Duitse vestiging in Neustadt an der Aisch (nabij Neurenberg) staan ook nog eens 9 HP Indigo-persen. De groep telt 1400 werknemers, waarvan ongeveer de helft in Duitsland is tewerkgesteld. De cijfers zijn indrukwekkend: meer dan één miljoen klanten in 30 landen; in piekperiodes tot 10.000 orders per dag; een totale oplage van 3 miljard in 2017: van visitekaartjes, briefpapier, flyers, catalogi en brochures tot en met bedrukte reclameartikelen; 1500 verschillende producten in 10 miljoen variaties; 40 medewerkers voor ondersteuning via telefoon of e-mail in 11 verschillende talen; een 30-koppig marketingteam (experten

SEO, SEA, online content, CRM); 35.000 ton papier per jaar in Neustadt an der Aisch.

E-business is de hefboom voor de sterke groeicijfers maar het veroorzaakt eveneens groeipijnen. In Neustadt an der Aisch is de productie op het industrieterrein verspreid over vijf verschillende panden op diverse locaties. Fries: “We groeien zo snel dat er geen tijd is voor een groot nieuw gebouw. We kopen wat geschikt is en vrijkomt.” Een van de gebouwen is een voormalige schrijnwerkerij, de grootformaat productieafdeling is ondergebracht in een vroegere supermarkt. Een kleinere vestiging in het Poolse Stettin beschikt over bijkomende afwerkings- en digitale grootformaatcapaciteit. Het hoofdkwartier werd in september naar Fürth in de omgeving van Neurenberg verhuisd.

Bij e-business komt veel om de hoek kijken

Michael Fries: “E-businessbedrijven moeten met veel verschillende dingen tegelijkertijd bezig zijn. Gestroomlijnde bedrijfsprocessen alleen volstaan niet. Het is vooral belangrijk om sterke merken te bouwen en hebben. Ons bedrijf ontving verschillende belangrijke awards voor de kwaliteit van zijn webshop en service. Dat zijn uitstekende branding tools. De web-

winkel is de motor van de online verkoop. Klanten moeten tevreden zijn over de winkelbeleving telkens wanneer ze de webshop bezoeken. Daarvoor dien je de website op orde te hebben en te houden op basis van voortdurende analyses van de customer journey (het in kaart gebrachte gedrag van de klant). De grootste uitdaging blijft traffic voor de webwinkel genereren. Om organisch te groeien moeten er elke dag nieuwe klanten bijkomen. Bij Onlineprinters zijn dat er jaarlijks tussen 100.000 en 140.000. We zetten daarvoor SEA/SEO (zoekmachineadverteren /zoekmachineoptimalisatie) in, communiceren via sociale netwerken en doen aan e-mailmarketing. SEA of de betaalde zoekresultaten die zich bovenaan de resultatenpagina bevinden kunnen afhankelijk van de populariteit/competitiviteit van het zoekwoord en het tijdstip waarop de advertenties verschijnen (populaire zoektermen zijn belangrijk voor het binnenhalen van drukwerkvolume), duur zijn telkens wanneer ze worden aangeklikt. Het is alsof je vrijblijvend 5 tot 15 euro uitdeelt aan iedereen die doorklikt. Als je dan veel bezoekers maar geen kopers op je webshop hebt, verlies je een smak geld. Als bezoekers meermaals per jaar

een order plaatsen, is het resultaat al wat gunstiger. Je kan er bijgevolg maar beter alles aan doen om de conversies, het aantal waardevolle acties op de website, te verhogen. Maar hiermee stopt het werk van een e-businessbedrijf niet. Het gebruik van sociale media kanalen moet zorgen voor een doeltreffende distributie van interessante content die klanten willen delen, e-mailmarketing gebruiken we om de conversatie met klanten levendig te houden en promoties voor te stellen. En de kwaliteit van de klantenservice - waaronder ondersteuning in eigen taal - is inmiddels uitgegroeid tot een belangrijk item voor online print providers. E-business vereist dus sterke competenties in IT, marketing en ondersteuning.” Fries geeft aan dat het budget voor online reclame groter is dan voor offline publiciteit. Hij wil het exact cijfer niet meedelen maar zegt dat Google-reclame jaarlijks oploopt tot een tweecijferig getal in miljoenen euro. Later zitten we aan tafel met de Chief Analytics van Onlineprinters, een Wiskundige-Econoom die werd weggehaald bij een grote Duitse online website van toeristische accommodaties. De CCO (Chief Commercial Officer) van de Onlineprinters Group, Christian Würst, verdiende dan weer

zijn sporen bij Thomas Cook. Hij is bij Onlineprinters ondermeer verantwoordelijk voor Customer Centricity (de strategie van het centraal stellen van de klant). Het moge duidelijk zijn, e-business is een gespecialiseerde tak van sport over de sectoren heen.

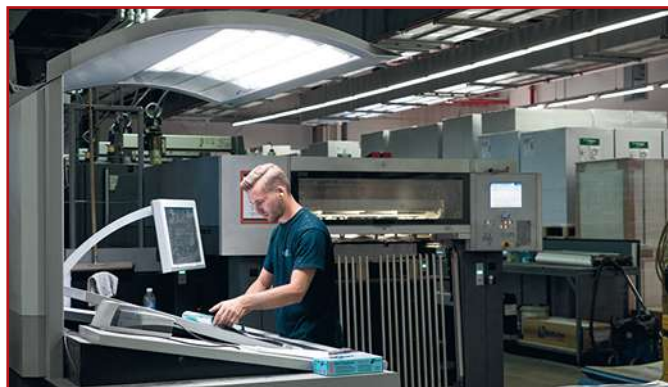
Standaard druk- en printwerk

Onlineprinters is gespecialiseerd in ‘gang run-’ of ‘combination run-printing’ waarin enkel plaats is voor de productie van standaard druk- en printwerk. Fries: “Voor offline drukkerijen is elke order een apart project met een dure transactiekost per individueel order. Wij specificeren elk product maar één keer om de kosten zo laag mogelijk te houden. E-business en standaardisatie zijn de pijlers van ons verhaal. Alles waarop een merk kan worden geprint, kan deel uitmaken van het aanbod van Onlineprinters. Daarom wordt het assortiment voortdurend uitgebreid. De webwinkel is een verkoopplatform voor allerlei soorten van marketingmateriaal. In juni van dit jaar heeft Onlineprinters nog meer dan 800 nieuwe reclameartikelen aan zijn assortiment toegevoegd, van sleutelhangers en luidsprekers tot en met sporttassen. Daarmee wordt het segment van de relatiegeschenken groots aangepakt. We zien onszelf als een full-serviceleverancier van reclamemiddelen waarmee bestaande reclamestrategieën kunnen worden aangevuld. De diversiteit van het aanbod zorgt er intussen voor dat we niet alles meer in eigen huis kunnen produceren en zijn gaan samenwerken met andere productiebedrijven. Daarmee wordt

het dogma om alles zelf te fabriceren verlaten.”

Heidelberg en HP Indigo

In de drukkerij staan Heidelberg- en HP Indigo-persen. Er is geen splitsing meer tussen drukwerk geproduceerd in offset of met digitale printtechnieken. Er wordt gewerkt in drie ploegen. Het machinepark is overwegend samengesteld uit conventionele 8-kleuren offsetpersen die via een centraal pompsysteem van inkt worden voorzien. De productie van de offsetplaten kleurt Agfa. De nieuwste persen zijn voorzien van alle toeters en belen waaronder Inpress-kleurcontrole. Enkele persmechaniekers van Heidelberg sleutelen aan een oudere drukpers: “Ze zijn hier enkele dagen per week, net als de technici van HP Indigo. Onlineprinters haalt nu eenmaal het uiterste uit zijn machines.” Iedere operator is gemachtigd zijn pers te stoppen wanneer hij twijfelt aan de kwaliteit van het drukwerk. Een bijgeroepen kwaliteitscontroleur zal de uiteindelijke go/no-go-beslissing nemen. “Het gaat om kwaliteit en vertrouwen waardoor klanten graag terugkomen.” We bekijken verzamelvellen op een pallet. Waals verkiezingsdrukwerk staat op hetzelfde verzamelvel als dat van enkele Duitse reclamefolders. Onlineprinters beschikt over 9 HP Indigo-persen (vier HP Indigo 12000- en 5 HP Indigo 7900-drukpersen). Twee van de HP Indigo 12000-persen worden door één operator bediend. Bepaalde soorten van standaard drukwerk wordt inline afgewerkt. Twee Indigo-persen beschikken daarvoor over een inline bookletmaker van C.P.



Bourg. Elders in het gebouw staan Horizon-machines waarop alleen maar 16-pagina brochures worden afgewerkt. De Horizon-systemen werden volgens specificaties van Onlineprinters speciaal door de Japanse fabrikant gefabriceerd. De modellen werden voor het eerst op Drupa 2016 gedemonstreerd. Flyers en 16-pagina brochures blijven topproducten in het programma van Onlineprinters. Het printbedrijf biedt als afwerkingsopties lamineren, UV-vernissen, reliëfvernissen en ponsen aan. Standaardisering was al heel vroeg een thema. In het kader van de PSO-certificering is de drukkerij nu ook door het Ugra gecertificeerd voor de vervolgbewerkingen (de afwerking en veredeling) van drukwerk.

Papier wordt gekocht bij Igepa en rechtstreeks bij Suppi, Feldmühle en Gmund. Klanten kunnen bij Onlineprinters klimaatneutraal drukwerk bestellen waarmee milieuprojecten worden gesteund. Klanten betalen voor klimaatneutraal drukwerk 0,7 % bovenop het orderbedrag en ontvangen daarvoor een certificaat en QR-code die ze voor marketingdoelen kunnen gebruiken. Tot nog toe werden 250.000 orders klimaatneutraal gefabriceerd. Klimaatneutraal verzenden is standaard bij Onlineprinters. De website is eveneens klimaatneutraal.

Grootformaat voor iedereen

In de grootformaatafdeling die verderop in de straat in een ander gebouw is ondergebracht, staan naast enkele kleinere toestellen een 3,2 meter brede HPLatex 3100, een 3,2 meter brede Durst Rho 312R, een 3,3



meter brede Durst Rho 312 R dye sublimatie textielprinter, een 160 cm brede Durst Rho P10 hybride UV-printer (rol-naar-rol en vlakbed) en een grote Zünd-snijtafel. De grootformaatafdeling voor het printen op flexibele materialen, textiel, karton en plaatmateriaal, werd in 2011 opgericht. Fries: "Bedrijven hebben naast papier nog andere communicatiebehoeften. Met producten zoals een roll-up voor ongeveer 30 euro willen we ook kleinere bedrijven de mogelijkheid bieden om zich zonder al te veel kosten professioneel te presenteren op beurzen en salons." Inmiddels werd verderop in de straat in een ander gebouw met digitale labeldruk gestart. "Stickers op rol leverde de eerste dag al meer dan 20 orders op zonder dat daarvoor werd geadverteerd."

De werkloosheidsgraad in de streek bedraagt nauwelijks 1,5 %. Het is een probleem voor Onlineprinters dat voortdurend op zoek is naar nieuwe medewerkers. Werknemers die nieuwe medewerkers aanbrengen, kunnen rekenen op een premie van 500 euro. Migranten worden omgeschoold en opgeleid

op voorwaarde dat ze de taal begrijpen: "Mensen moeten de taal kennen. Iedereen dient te begrijpen waarmee we bezig zijn." Momenteel volgen 22 aspirant medewerkers (apprentices) een opleiding in 8 beroepsmatige trainingsprogramma's.

E-business in print heeft groot opwaarts groeipotentieel

Michaël Fies verwacht nog een groot groeipotentieel voor e-business in print. Hij schat dat online print momenteel ongeveer 10 % uitmaakt van het totale drukwerkvolume. "Nog maar 10 % terwijl grafische e-business al een hele tijd bestaat. Als het toch allemaal zo gemakkelijk is, waarom is het percentage dan niet hoger?" vragen we aan CCO Christian Würst. Würst zegt dat het cijfer van land tot land erg kan verschillen. In Duitsland situeert het percentage zich tussen 15 % en 25 %, in Scandinavië bedraagt het minder dan 10 %. "Maar de verjonging van de medewerkers in de marketing- en aankoopafdelingen van bedrijven zal er zonder twijfel voor zorgen dat de

groeiperspectieven intact blijven," aldus nog Würst.

Typo en e-commerce reiken elkaar de hand

Gmund fabriceert vier speciale fijnpapierkwaliteiten voor Onlineprinters. "Klanten kunnen nu voor bijzonder drukwerk een mooi papier kiezen voor weinig geld. De papiersoorten uit de 'Onlineprinters Art Classics'-collectie werden in een combinatie van kleur, gramgewicht en oppervlaktestructuur speciaal voor ons ontwikkeld." Het premium-papier is verkrijgbaar voor visitekaartjes en briefpapier. Sinds februari 2017 biedt Onlineprinters ook letterpress-visitekaartjes aan. Ze worden gedrukt op de 12 boekdrukmachines van Print-Studio Letterjazz. Stichter Sven Winterstein is met zijn bedrijf een kleine speciale speler die succesrijk meesurft op de vintage-golf en 12 werknemers in dienst heeft. In de drukke feestmaanden op het eind van het jaar zijn het er zelfs tijdelijk 25. Winterstein: "Maar zoals je merkt kan ook Print-Studio Letterjazz niet meer omheen het internet om zijn typo-producten te verkopen."