

# Web-to-Print-Shops mit Chili gewürzt

«Es war uns immer klar:  
Die Zukunft ist digital,  
kollaborativ und automatisiert.»



Reto Spiegel  
Geschäftsführung  
Konzeption & Kommunikationsberatung

**Vom Vater zu den Söhnen, von der Dorfdruckerei zu einem Unternehmen für integrierte Kommunikation an zwei Standorten. Eine Geschichte vom Satz zu Web-to-Print.**

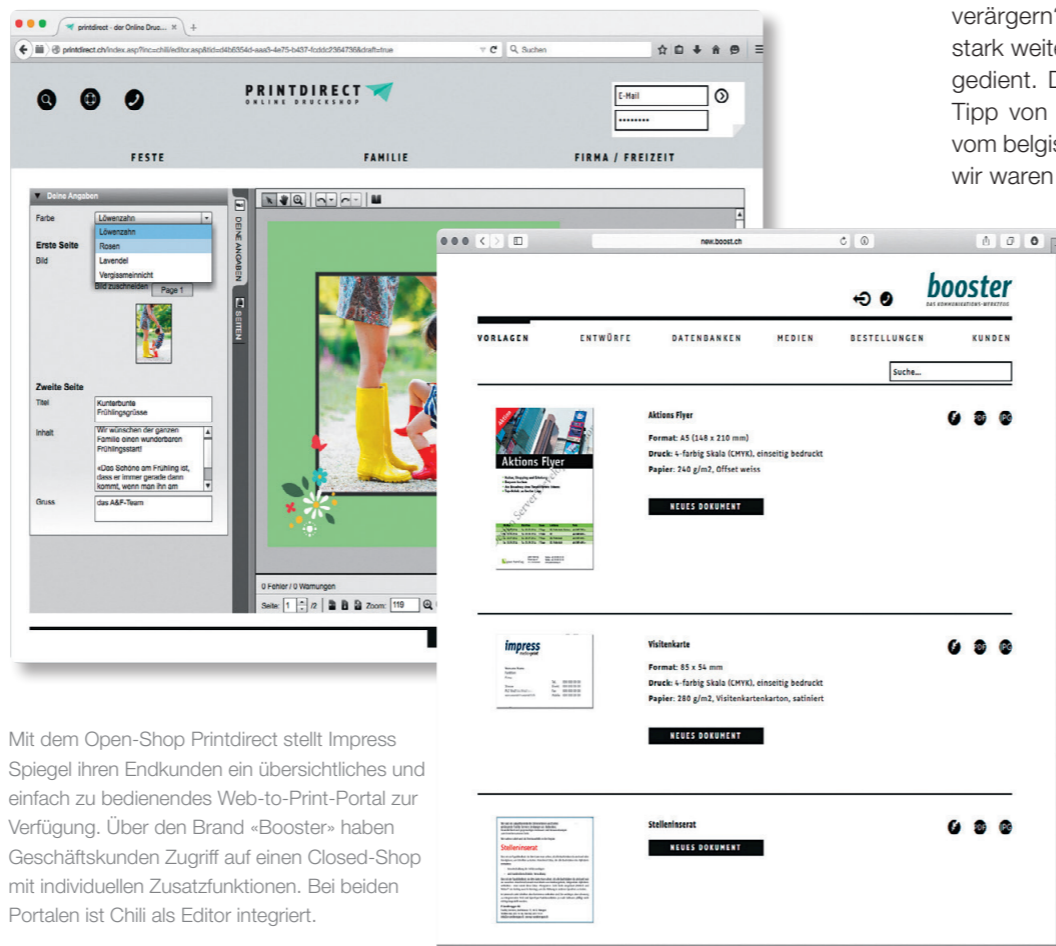
Die Impress Spiegel AG darf auf über 40 Jahre Firmengeschichte zurückblicken. Gestartet als Druckerei, bleibt das Unternehmen dem Kerngeschäft treu, erweitert das Angebot aber auf Agenturleistungen. Seit dem Jahr des runden Jubiläums teilt sich das Unternehmen in zwei Bereiche auf. Die impress media und print, unter der Leitung von Andreas Spiegel, konzentriert sich auf die Produktion von klassischen Druck-Erzeugnissen, während mosaiq, unter der Leitung von Reto Spiegel, auf Kommunikations- und Marketinglösungen fokussiert.

Schon vor dieser Veränderung im Jahre 2010 startete die Impress Spiegel AG mit Web to Print. Bereits 2003 reagierte sie auf das Aufkommen der Online-Druck-Shops und begann mit dem Betrieb von Medienautomations- und Web-to-Print-Lösungen. Die Impress Spiegel AG gehört damit zu den Pionieren. Inzwischen wurden die Lösungen weiterentwickelt und die Anbieterzahl im Bereich Medienautomation und Web to Print nimmt zu. Impress Spiegel ihrerseits betreibt zwei Online-Shops und deckt mit ihnen B2C- sowie B2B-Bedürfnisse ab. Beiderorts wirkt der Chili Publisher als Motor. ■

**Der Geschäftsleiter der Impress Spiegel AG, Reto Spiegel, erzählt im Gespräch mit der T.I.M.E.-Redaktion über die Erfahrungen seiner Firma mit Web to Print und den einzelnen Lösungen**

**Herr Spiegel, Ihr Unternehmen gehört zu den Pionieren im Bereich Web to Print. Heute führen Sie gar zwei Portale. Eine Erfolgsgeschichte?**

(Schmunzelt) Ja und nein. Eher eine langjährige Entwicklungsgeschichte mit gutem Ende. Der Weg bis zum B2C-Portal printdirect.ch und zu Booster, dem Kommunikations-Tool für B2B-Kunden, war gesäumt von Trial and Error.



Mit dem Open-Shop Printdirect stellt Impress Spiegel ihren Endkunden ein übersichtliches und einfach zu bedienendes Web-to-Print-Portal zur Verfügung. Über den Brand «Booster» haben Geschäftskunden Zugriff auf einen Closed-Shop mit individuellen Zusatzfunktionen. Bei beiden Portalen ist Chili als Editor integriert.

**Ihr Weg war also holprig? Woran lag das?**

Ja, Stolpersteine gab es einige. Die Lösungen waren noch nicht ausgereift, erforderten hohe Investitionen und hielten doch nicht, was sie versprochen. Wir kämpften mit teuren Lizenzen, mit insolventen Herstellern und leeren Versprechungen von Verkäufern. Als wir 2012 mit printdirect.ch an den Start gingen, hatten wir durch hohen Eigenaufwand eine Anbindung an unser ERP-System, sassen aber vor einem halbfertigen Editor. Versprochene Entwicklungen blieben aus. Wir standen mit der Lösung kurz vor dem Ruin.

**Klingt entmutigend. Wollten Sie nicht aufgeben?**

Doch, tatsächlich. Wir standen vor der Frage: Weiter in einen schwerfälligen und überteuerten Software-Dampfer investieren oder aufhören und damit Kunden verärgern? Die Web-to-Print-Technologie hatte sich stark weiterentwickelt und unser System definitiv ausgedient. Da kam genau zum richtigen Zeitpunkt der Tipp von A&F. Sie empfahl uns, den Chili Publisher vom belgischen Newcomer Chili Publish zu prüfen und wir waren wieder im Sessel.

**Allein durch den Chili Publisher?**

Ja, denn es präsentierte sich uns eine Lösung, die es ermöglichte, den bestehenden Shop zu behalten und unsere seit Langem angestrebten Verbesserungen beim Web-Editor auf einen Schlag zu erreichen. Der Chili Publisher ist «nur» ein Online-Editor ohne Web-to-Print-Shop. Die damit einhergehende Flexibilität entsprach genau unseren Vorstellungen.

**Zahlte sich Ihre Beharrlichkeit also aus?**

Ja, gewissermassen. Chili setzt als Hersteller bewusst auf eine offene Lösung, die sich hervorragend in andere Technologien einbinden lässt. Wir konnten das Bestehende behalten und mit dem Chili-Editor verbessern und verfeinern. In nicht einmal zwei Tagen hatten wir den Chili-Editor in unsere Portale eingebunden.

**Seither bewirtschaften Sie also Ihren B2C- und Ihren B2B-Shop?**

Jein, die Grundlage war zwar schnell geschaffen, wir wollten aber erst mit fixfertigen Produkten an den Start. Durch die hohe Bereitschaft unseres Teams und durch die Offenheit von Chili konnten wir Weiterentwicklungen vorantreiben und die Integrationstiefe ausbauen.

**Sind Sie mit Ihrem Web-to-Print-Angebot nun zufrieden?**

Ja, insbesondere der B2B-Shop Booster ist der Hidden Champion. Die automatisierten Erzeugungs- und Bestellprozesse ermöglichen eine enge Kundenbindung und die Verknüpfung zum ERP-System eine Entlastung des Verkaufsinendienstes. Chili als Motor trägt dazu bei, dass Booster als Tool für B2B-Kunden überzeugt.

**Wodurch überzeugt das Tool denn?**

Erstens lassen sich veränderbare Tabellen hinterlegen, beispielsweise Namenslisten für Visitenkarten. Möglich ist dies durch die Anbindung an verschiedene Datenquellen. Zweitens lässt sich der Werkzeugkasten im Web-Editor für jeden Kunden neu und individuell definieren. Drittens lassen sich Lastwagenbeschriftungen oder gefaltete Schachteln mühelos nachbilden. Chili überzeugt durch 3D-Visualisierung und hervorragende Template-Darstellung. Viertens können wir wie gewohnt unsere Templates über InDesign generieren, obwohl der Chili Publisher mit einem XML-basierten Dateiformat arbeitet. Über ein Plug-in wird eine InDesign-Datei auf den Chili-Server exportiert und in ein Chili-Dokument konvertiert.

**Sind Sie froh, dass Sie diesen Weg gegangen sind?**

Ja. Trotz Rückschlägen war uns immer klar: Die Zukunft ist digital, kollaborativ und automatisiert. Wir sind froh, mit A&F nun einen erfahrenen und etablierten Systemintegrator im Hintergrund zu wissen. Durch ihren Input verfügen wir jetzt über eine Lösung, die sich abhängig von Kundenbedürfnissen und zukünftigen Anforderungen weiterentwickeln lässt. ■