pepress World of Print
www.worldofprint.de • www.worldofprint.com

Interview mit Jan Kasten, Geschäftsführer ppi Media

Der Fokus liegt auf der Vermarktung

Auf der diesjährigen World Publishing Expo in Berlin hat ppi Media aktuelle digitale Services vorgestellt, die Medienhäuser dabei unterstützen sollen, neue, lukrative Einnahmen zu generieren. Wir sprachen mit Jan Kasten, Geschäftsführer ppi Media, über neue Schwerpunkte im Zeitungsmarkt und die zunehmende Bedeutung einer vielfältigen Vermarktung im Verlagsgeschäft.

Jan Kasten, Geschäftsführer ppi Media

Wie stellt sich ppi für den Zeitungsmarkt auf?

ppi Media ist nach wie vor – nicht zuletzt durch seine zahlreichen Kunden – fest im Tageszeitungsmarkt verankert. Wir haben bereits vor einigen Jahren mit einem evolutionären Innovationsprozess begonnen, um den sich massiv ändernden Marktanforderungen erfolgreich zu begegnen. Im Rahmen dieser Neuausrichtung haben wir angefangen, unsere printfokussierten Produkte um digitale Erweiterungen zu ergänzen. Heute verfügt ppi Media über eine webbasierte Redaktionsplanung, und wir haben gemeinsam mit der Firma Digital Collections ein crossmediales Redaktionssystem auf den Markt gebracht, das mit großem Erfolg platziert werden konnte.

Mittlerweile gelangen wir jedoch auch von evolutionären zu disruptiven Innovationen. Das heißt, wir setzen auch ganz bewusst auf neue, digital fokussierte Lösungen und Leistungen zulasten der Printlösungen. Der Grund dafür ist offensichtlich, denn wir sehen und erleben natürlich, dass die Investitionsbereitschaft in reine Printlösungen zumindest bei den Zeitungsverlagen deutlich abnimmt. Vor diesem Hintergrund haben wir uns dazu entschieden, ppi Media mit seinem Lösungsangebot strategisch anders aufzustellen. Die Zeiten, in denen man umfangreiche Softwarelizenzen verkaufen konnte, sind heute schlichtweg vorbei und kommen auch nicht wieder. Der Trend im Softwaremarkt geht inzwischen ganz klar in Richtung Software as a Service. Das bedeutet, dass man als Softwareanbieter heute in der Lage sein muss, seine Lösungen auch in der Cloud und über ein Rechencenter zu betreiben. Mit diesem Umbruch haben sich auch das Geschäftsmodell und die Bezahlung geändert, denn nun wird eine monatliche Betriebsgebühr an den Lieferanten entrichtet. Dementsprechend ändern sich natürlich auch die Softwaregeschäftsmodelle.

Nichtsdestotrotz ist der klassische Zeitungsmarkt natürlich nach wie vor von erheblicher Bedeutung für ppi Media. Es gibt zwar eine Reihe von Geschäftstreibern, die sich aus unserer neu ausgerichteten Unternehmensstrategie ergeben, doch das klassische Geschäft für unsere Zeitungskunden stellt nach wie vor das tragende Fundament für ppi Media dar. Dieser Markt ist sehr wichtig für uns und macht noch immer einen großen Teil unseres gesamten Umsatzes aus. Daher stellen wir hierfür auch unsere gebündelten Kompetenzen und Erfahrungen bei der Entwicklung neuer Lösungen, die wir zu Standardprodukten für die Zeitungsverlage machen wollen, zur Verfügung – dies ist unser Commitment an den Zeitungsmarkt.

Wie dies aussehen kann, zeigt eine Lösung, die wir Anfang nächsten Jahres auf den Markt bringen wollen: Bei AdSelf handelt es sich um ein Online-Self-Service-Anzeigenportal, mit dem die Verlage ihre Anzeigenverkaufsstellen, aber auch ihre Medienberater und ihre Anzeigenkunden ausstatten können, um Inserate zu erfassen, aufzugeben und preislich zu kalkulieren. Hierbei handelt es sich um eine rein webbasierte Lösung und wir wissen, dass wir mit AdSelf einige Marktbegleiter gehörig unter Druck setzen. Die browserbasierte Lösung ermöglicht es den Endkunden, selbständig und komfortabel Anzeigen zu gestalten und zu schalten. Das auf HTML5 basierende Portal ist responsive gestaltet und eignet sich somit auch für die Nutzung auf mobilen Geräten.

Nach zahlreichen, intensiven Gesprächen mit unseren Zeitungskunden hat sich für uns abgezeichnet, dass an dieser Stelle noch eine klare Investitionsbereitschaft besteht. So haben wir beispielsweise einen Auftrag von der Verlagsgruppe Rhein-Main erhalten, mit der wir zusammen eine Entwicklungspartnerschaft eingegangen sind, und entwickeln nun gemeinsam ein vollständig integriertes Anzeigenportal.

Der Online-Verkauf im Anzeigengeschäft ist zwar kein vollständig neues Thema, doch wir sind davon überzeugt, hier noch einen signifikanten Marktanteil für uns erobern zu können. Zwar existieren in diesem Segment bereits einige tradierte Lösungen, doch wir wollen mit unserem vollständig webbasierten Ansatz und unserer hohen Integrationskom-

Copyright by pepress – World of Print – Dezember 2017

petenz überzeugen und an diesem Markt partizipieren.

Sie sprachen von unterschiedlichen Geschäftstreibern. Wo ergeben sich für ppi Media weitere spannende Märkte?
Zu den weiteren, zukunftsträchtigen Geschäftstreibern zählen für uns die rein digitalen Lösungen. Für diese Anforderungen haben wir beispielsweise einen standortbezogenen Onlinedienst in unserem Portfolio. Hierbei handelt es sich im Wesentlichen um eine APP, die Verlage in die Lage versetzt, ihre Kunden, die Einzelhändler in der Region und die Anzeigenkunden der Verlage mit einem Zusatzangebot an sich zu binden.

Mit dieser APP, die wir „thanks" genannt haben, können die Verlage den Einzelhändlern anbieten, über ein entsprechendes Frontend spezielle Angebote wie beispielsweise Rabattcoupons einzustellen. Der Service ist so aufgebaut, dass sich ein Nutzer diese zusätzliche Dienstleistung abonniert und dann beim Einkauf in der Innenstadt entsprechende Angebote auf seinem Smartphone erhält, wenn er dies möchte. Diese Lösung läuft beispielsweise in Neubrandenburg mit rund 300 sich daran beteiligenden Händlern sehr erfolgreich und wird gerne als Möglichkeit genutzt, wieder mehr Kunden zum Kauf in den Innenstädten zu motivieren.

Und dieses Angebot läuft ganz unter dem Dach eines Verlages?
Das ist richtig, schließlich sind die Zeitschriftenverlage kontinuierlich auf der Suche nach neuen Möglichkeiten, ihre Anzeigenkunden mit einem Zusatzangebot an sich zu binden. thanks stellt hierbei eine interessante Möglichkeit dar und ist ein gelungenes Beispiel für erweiterte Services und Dienstleistungen, die Verlagen dabei helfen sollen, im zunehmend schwierigen Anzeigengeschäft mehr Umsätze zu generieren oder vollständig neue Geschäftsfelder zu erschließen.

Dieser Ansatz spiegelt auch sehr deutlich den konsequenten Paradigmenwechsel wider, dem sich ppi Media in den vergangenen Jahren unterzogen hat. Früher sind wir als großer Kostenreduzierer mit einer hoch industrialisierten Blattplanung aufgetreten. Heute entwickeln und vermarkten wir verstärkt Lösungen, die den Verlagen dabei helfen sollen, mehr Umsatz zu generieren. Nicht nur das Erstellen und die Verwaltung von Content, sondern die richtige Vermarktung ist entscheidend. Denn die Frage „Wie generiere ich als Verlag Geld?" ist heute die Herausforderung, vor der die Medienhäuser stehen. Hier sehen wir ganz klar unseren Auftrag, denn ppi Media versteht sich heute als Werkzeugmacher, der den Verlagen die Tools an die Hand gibt, mit denen sie ihre gesetzten Ziele erreichen und erfolgreich die notwendige Transformation bewältigen können.

Im Zeitungsmarkt zeigen sich auch bei den Herstellern verstärkt Konsolidierungstendenzen. Auch ppi Media hat jüngst mit einer Übernahme überrascht ...
Um unseren Erfolg langfristig weiter auszubauen, wollen wir künftig auch neue Marktregionen erobern und weltweit am Verlagsgeschäft partizipieren. Um diesen Anspruch gezielt voranzutreiben, haben wir daher vor kurzem den in London ansässigen Hersteller digitaler Publishing-Lösungen für die MENA-Region, KnowledgeView Ltd., übernommen. Hierbei handelt es sich um eines der führenden Unternehmen für Publishing-Lösungen im arabischen Raum.

Fortan werden somit neben den mehr als 100 renommierten Publishing-Häusern und Medienkonzernen auf vier Kontinenten auch Kunden von KnowledgeView in der MENA-Region auf unsere Erfahrung und unser umfassendes Know-how zurückgreifen können. Durch die Verbindung von ppi Media und KnowledgeView können wir Medienunternehmen in der MENA-Region eine sehr breite Palette von Produktionslösungen anbieten. Dabei unterstützen wir die aktuell im Einsatz befindlichen Lösungen und bieten gleichzeitig zukunftsorientierte Services an, die die Medienunternehmen benötigen, um auch in Zukunft weiter wirtschaftlich erfolgreich zu bleiben.

Herr Kasten, wir danken Ihnen vielmals für das interessante Gespräch!

Höhere Produktivität und schnellere Lieferzeiten

Vor 30 Jahren wurde Art & Servei von Jordi París in Barcelona gegründet und produziert heute mit 22 Mitarbeitern vielfältige Verpackungen, PoS- und Merchandising-Produkte für große Marken. Gegen Ende 2016 investierte París erstmals in eine Digitaldruckmaschine, eine Fujifilm Acuity Select X28 mit 6 Farben. Nach bereits einem Jahr sieht das Unternehmen einen erheblichen Sprung bei Produktivität und Effizienz. Art & Servei arbeitet mit hauseigenen Offset- und nun Digitalsystemen sowie diversen Veredelungen und ist stolz auf seinen erstklassigen Service und die hohe Qualität seiner Produkte. Durch seine strategische Ausrichtung auf Kunststoff, Polyester und Sondermaterialien floriert das Unternehmen trotz der jüngsten wirtschaftlichen Turbulenzen.
„Vor einigen Jahren begann ich ernsthaft damit, den Fortschritt unterschiedlicher Technologien zu untersuchen, und erkannte, dass im Bereich Digitaldruck die meisten Entwicklungen vorangingen. Deshalb suchte ich nach digitalen Optionen, die am besten zu meinem Unternehmen passen würden. Obwohl unsere Kunden nicht ausdrücklich nach dieser Investition verlangten, wussten wir, dass wir mit der richtigen Digitaldruckmaschine ein erhebliches Wachstumspotenzial würden realisieren können", so Jordi París.
Nach der Investition in die Acuity Select X28 stand Art & Servei vor der Herausforderung, die ersten Aufträge zu akquirieren, um den Neuerwerb auszulasten. „Wir haben den Markt gründlich studiert und sahen eine stetig wachsende Nachfrage nach kleineren Auflagen, etwa zur Marktsondierung oder von Kunden, die diverse personalisierte Spezialprodukte herstellen. Wir produzierten solche Arbeiten zuvor auf Offsetmaschinen – mit den entsprechend langen Vorlaufzeiten und unter erheblichen Kosten. Mit der Acuity Select X28 konnten wir viel schneller produzieren und unsere Offsetmaschinen für eine effizientere Nutzung freigeben. Außerdem konnten wir Prototypen für bestehende Kunden mit größerer Präzision und Qualität erstellen, sodass sie eine viel bessere Vorstellung von dem fertigen Produkt erhielten", schildert Jordi Paris. „Unsere Bestandskunden waren von unserem neuen Service für Kleinauflagen begeistert, und auf ihre Empfehlungen hin gewannen wir neue Kunden."