

Meine-Rückwand sorgt mit CloudLab für den ganz persönlichen Touch im eigenen Zuhause

# Individuelle Rückwände nach Maß

Mit eigenen Motiven auf individuell gedruckten Wandbildern das eigene Heim verschönern ist eine gern wahrgenommene Möglichkeit, der eigenen Persönlichkeit in seinen heimischen vier Wänden Ausdruck zu verleihen. Die österreichische Online-Druckerei druck.at ist mit einem eigenen Webportal für die Gestaltung individueller Rückwände nun noch einen großen Schritt weiter gegangen: Auf meine-rueckwand.de können Kunden online ihre ganz persönlichen Dusch- oder Küchenrückwände gestalten. Dabei bleibt die Konfiguration des gewünschten neuen Eye-catchers im eigenen Zuhause dank des CloudLab LFP-Editors einfach und unkompliziert, indem er den Kunden für ein perfektes Ergebnis nach Maß sicher durch alle Stationen der Konfiguration lotst.

Die in Leobersdorf, knapp 40 Minuten südlich von Wien, beheimatete Online-Druckerei druck.at garantiert seit über 20 Jahren die schnelle Bearbeitung und Lieferung von Druckaufträgen jeder Größenordnung. Mehr als 200.000 Produkte im Digital-, Offset- und Großformatdruck können hier online rund um die Uhr bestellt werden. Seit 2015 ist druck.at Teil des niederländischen Druckkonzerns Cimpress, Weltmarktführer und Innovationstreiber im Bereich Mass Customization.

Doch so breit gefächert das Online-Angebot bei druck.at auch ist, so gibt es dennoch viele kleine Nischen, die man über die große Haupt-Website längst nicht so gut adressieren kann



*Gerwalt Leitner, Head of New Business Development bei druck.at, mit einer individuell gestalteten Küchenrückwand, die sich auf der Website meine-rueckwand.de dank der CloudLab-Webshop-Lösung einfach und millimetergenau konfigurieren lässt.*

wie gewünscht. Gerhard Patek, Geschäftsführer bei druck.at, sah in der individuellen Gestaltung von bis dato konventionellen Wohnelementen wie der Küchen- oder Duschwand einen vielversprechenden vertikalen Markt für sein Unternehmen. Dieser sollte jedoch über eine eigene Website adressiert werden, auf der neben Küchen- und Duschrückwänden auch ein Spritzschutz für die Küche, Wohnrückwände und Wandbilder auf unterschiedlichen Materialien angeboten werden sollten. Die Idee zu Meine-Rückwand war geboren. Die dafür erforderlichen Produktionsmöglichkeiten, die entsprechend hochwertigen Materialien und ein kreatives Team, um ansprechende Designs zu kreieren, waren bereits vorhanden. Was nun fehlte, war ein perfekt auf diese Nische ausgerichteter Web-to-Print-Shop.

„Während wir die Gestaltung unseres Webauftritts bei druck.at bis auf den Online-Designer von CloudLab in Eigenregie realisiert haben, war uns jedoch schnell klar, dass wir die Programmierung eines Web-to-Print-Shops für dieses Nischenprodukt intern weder technologisch noch ressourcentechnisch stemmen konnten. Aus diesem Grund haben wir uns auch hier für die Zusammenarbeit mit CloudLab entschieden“, schildert Gerhard Patek.

## VON DER IDEE ZUR UMSETZUNG

Was folgte war eine intensive Evaluierungs- und Konzeptionsphase von rund einem Dreivierteljahr, geprägt von einer intensiven Erprobung und der gemeinsamen Gestaltung, bis die Website schließlich live ging. Dabei unterschätzten Gerhard Patek zufolge viele diesen Prozess, denn das eigentliche Investment ist nicht der Kauf einer eigenen Web-to-Print-Lösung, sondern das größte Investment ist die Zeit, die man dafür aufbringen muss und die Lernkurve, die in der Praxis damit einhergeht.

„Die eigentliche Arbeit war nicht die Gestaltung der Website, sondern vielmehr der gesamte Aufwand drum herum. Zunächst mussten wir klären, ob diese Idee unter dem Aspekt der erforderlichen Druckqualität überhaupt realisierbar war. Die Frage der Bildaufflösung war hierbei die große Herausforderung. Dabei haben wir von dem glücklichen Umstand profitiert, dass sich die KI zum Hochrechnen der Bilder parallel zur Realisierung unserer Idee in großen Schritten weiterentwickelt hat. Applikationen im Großformat haben regulär einen großen Beitragsabstand, in der Dusche oder vor der Küchenzeile ist dieser jedoch nicht gegeben. Daher galt es zunächst hochzurechnen, wieviel dpi man benötigt, damit das Motiv auch bei naher

Betrachtung noch scharf aussieht. Bei neun Metern Länge ist das durchaus eine Herausforderung“, weiß Gerwalt Leitner, Head of New Business Development bei druck.at, zu berichten.

„Die technische Umsetzung des Webshops ließ sich mit unserem CloudLab LFP-Editor relativ schnell umsetzen. Die eigentliche Herausforderung bestand in der Anbindung und Anpassung an die Mass Customization Platform (MCP) und den Workflow bei druck.at. Dafür waren ein intensiver Austausch mit den jeweiligen Services und detaillierte Dokumentationen notwendig, um herauszufinden, wie der gesamte Ablauf funktioniert“, blickt Gerrit Arntzen, Projektmanager bei CloudLab und mit der Betreuung von druck.at betraut, auf die Konzeptionsphase zurück.

Rein technisch betrachtet baut das Portal meine-rueckwand.de auf dem CloudLab LFP-Editor auf, der es ermöglicht, direkt auf der Webseite neben der Konfiguration ein Design vorzunehmen. Bei Meine-Rückwand kommt eine abgespeckte Version zum Einsatz, da die sonst verfügbaren Möglichkeiten Texte und zusätzliche Elemente einzufügen, nicht benötigt wurden. Im Mittelpunkt steht einzig und allein das großformatige Bild, das je nach Produkt in mehrere Segmente unterteilt ist. Der LFP-Editor ermöglicht es dabei, Steckdosen und Ausschnitte für Armaturen exakt zu platzieren.

Um genau festzulegen, wie die Webseite letztendlich aussehen sollte, hat druck.at ein klar definiertes Mock-up bereit gestellt, in das die Web-to-Print-Lösung von CloudLab nun entsprechend eingebunden werden sollte und die Schnittstellen zu den druck.at-Systemen geschaffen werden mussten. Letzteres war laut Gerrit Arntzen die eigentliche Herausforderung bei diesem Projekt, denn schließlich mussten drei separate

Systeme nahtlos miteinander agieren: Das MCP, das CloudLab-System und der vorhandene Workflow von druck.at.

„Inzwischen sind die Strukturen und Abläufe komplett ineinander verzahnt und laufen reibungslos: Die jeweilige Order geht ein, im Hintergrund bereitet CloudLab die Druckdaten als druckfertige PDFs inklusive der vom Kunden platzierten Ausschnitte und mit den jeweiligen Schnittlinien vor. Das Ganze wird dann an die Mass Customization Platform übermittelt und von dort an druck.at übertragen. Dort wird die Meine-Rückwand-Order dann wie ein ganz regulärer Auftrag gedruckt, geschnitten und verpackt. Sobald er verpackt wird, geht das Event vom Shipping wieder zurück in die MCP und von dort zu CloudLab. Das Gleiche passiert mit der Rechnung – alles ist vollautomatisiert“, skizziert Gerwalt Leitner den Prozess.

### EINE FUNDGRUBE INDIVIDUELLER GESTALTUNGSMÖGLICHKEITEN

Für die Gestaltung der individuellen Rückwand stehen den Kunden eine breite Auswahl an Vorlagen zur Verfügung sowie die Möglichkeit auch eigene Bilder hochzuladen. „Die Motive werden bei uns in der Datenbank gepflegt. Dabei gab es Beschränkungen, die wir zunächst umschiffen mussten: Bei der Datengenerierung entstehen extreme Dateigrößen, sodass beispielsweise beim Öffnen des Editors gewährleistet sein musste, dass die Vorschau für dieses riesige Bild problemlos erfolgen kann. Die Bilder, die wir bereitstellen, umfassen von der Länge her fast 60.000 Pixel. Damit bewegen wir uns in Dimensionen von teilweise 350 MB und damit in einer ganz eigenen Liga, die entsprechend hohe Herausforderungen an die Rechner stellt“, erläutert Gerhard Patek.

**Im Onlineshop kann der Kunde den perfekten Motivausschnitt auswählen. Dabei wird die einfache und millimetergenaue Konfiguration inklusive Ausschnitte für Steckdosen, Armaturen u.ä. sichergestellt.**



**Gerhard Patek, einer der drei Geschäftsführer bei druck.at, hatte die Idee, eine eigene Website für individuelle Rückwände ins Leben zu rufen.**

Diese erforderlichen hohen Auflösungen waren auch mit einem Grund, dass Gerhard Patek zunächst gezögert hat, das Hochladen eigener Bilder zuzulassen. Doch mithilfe des Upscalers der AI Designer Suite von CloudLab wird dafür Sorge getragen, dass das vom Kunden hochgeladene Motiv auf die notwendige Größe hochgerechnet werden kann. Ein Qualitätscheck in Form einer Sternchenskala, zeigt an, ob die finale Bildergröße reicht und sorgt dafür, dass es am Ende keine böse Überraschung gibt. Mittlerweile gibt es laut Gerwalt Leitner einige Kunden, die ihre eigenen Bilder zur Gestaltung verwenden – dies ist jedoch beim Druck von individuellen Wandbildern gebräuchlicher, als bei den Dusch- oder Küchenrückwänden.

Bei der Motivwahl steht den Kunden eine umfangreiche Vorlagensammlung zur Verfügung und auch bei dieser Auswahl und Zusammenstellung ist hier viel Herzblut und kreativer Input aus dem Hause druck.at mit eingeflossen. Neben KI-generierten Motiven und aus Stocks erworbenen Bildern, hat es sich Gerwalt Leitner nicht nehmen lassen, viele der Fotos selbst zu machen. Insbesondere bei der breiten Auswahl an Steinelementen ist sehr viel Persönlichkeit in das Projekt mit eingeflossen. So haben u.a. einige Fotos von extravaganten Steinelementen eines bekannten italienischen Maurers Einzug in die Galerie gehalten.

Mit drei regionalen Websites für Österreich, Deutschland und die Schweiz ist der Umsatz laut Gerhard Patek in der DACH-Region sehr ausgewogen. Derzeit werden ausschließlich diese drei Domains betrieben, obgleich auf der Schwei-



**Für die Gestaltung stehen in der Vorlagen-Galerie zahlreiche Motive für jeden Geschmack bereit oder der Kunde kann auf Wunsch sein eigenes Motiv hochladen.**

zer Website auch Italienisch und Französisch als Sprachvarianten offeriert werden. Dass diese beiden Länder jedoch nicht mit abgedeckt werden, liegt dem Geschäftsführer zufolge darin begründet, dass der Versand der großen Elemente über eine Spedition erfolgen muss. Für die DACH-Region hat man hier eine gute und rentable Lösung gefunden auch die Überformate zu liefern. Ein weiter reichender Speditionsversand wäre jedoch unwirtschaftlich, sodass man für die Ausdehnung des Geschäfts zunächst eine produzierende Schwester finden müsste, um dieses Angebot rentabel anbieten zu können.

#### EINE NEUE MARKE ENTSTEHT

„Das Go-live von meine-rueckwand.de kam einem Start-up gleich, und wir mussten gänzlich eine neue Marke aufbauen. Dies ist uns in Österreich aus der Firmenhistorie heraus begründet natürlich leichter gefallen. Ansonsten steht man jedoch bei Null und muss Vertrauen beim Kunden und in die Marke aufbauen. Dies entwickelt sich jedoch sehr gut, die Kunden bewerten uns auf Trustpilot sehr positiv und zeigen stolz ihre Vorher-/Nachher-Bilder“, erklärt Gerhard Patek.

„Dabei darf man nicht vergessen, dass die Badezimmer- oder Küchengestaltung ein sehr emotionales und privates Thema darstellt, bei dem die Customer Journey bis sich der Kunde schließlich für ein Motiv entschieden hat, sehr lang ist. Gleichzeitig ist es ein in der Installation aufwändigeres Produkt, das im Eigenheim ein ganzes Projekt einläutet, das zwar einen tollen

Eyecatcher und ein spektakuläres Designelement darstellt, aber von Seiten des Kunden bei der Montage auch einen recht hohen Aufwand erforderlich macht“, ergänzt Gerwalt Leitner.

Aus diesem Grund sollen zunehmend auch die Handwerker mit ins Boot geholt werden und das Team von druck.at hat daher spezielle Präsentationsmappen zusammengestellt, die an Handwerker verschickt werden. Denn diese sind beim (Um-)Bau vor Ort und beeinflussen die Kaufentscheidung.

Obgleich es sich gerade bei den Küchen- und Duschwänden um ein recht beratungsintensives Produkt handelt, nimmt das Geschäft deutlich Fahrt auf. Tendenziell bestellen die Kunden derzeit noch vor allem den klassischen Spritzschutz, der hinter dem Herd platziert wird. Dieser lässt sich ohne viel Aufwand schnell selbst montieren und auch finanziell ist die Einstiegshürde hierbei sehr überschaubar.

An die Auswahl der Materialien wurden ebenfalls höchste Qualitätsansprüche gestellt. Zur Verfügung stehen dabei 3 mm Hartschaum für Wandbilder und die Küche, Aluverbund – lackiert in matt oder glänzend und/oder mit einem Glaslaminat –, 5 mm Acrylglass blickdicht komplett mit Weiß hinterdruckt und klassische Keilrahmen für die Wandbilder.

Für die richtige Auswahl bietet das Unternehmen zudem die Option, Produktmuster zu bestellen. Für 15 Euro, die bei eingehender Bestellung wieder verrechnet werden, können sich die Kunden die Materialien nach Hause schicken lassen und sich selbst von der Qualität überzeugen. „Unsere Produkte haben eine tolle Haptik, sehen super aus und sind hochwertig verarbeitet. Die ist der Hauptgrund, warum wir so gut wie keinen Regress haben, denn die Qualität ist absolut überzeugend –

**Millimeter-genaue Küchen-rückwände aus Acryl Glas, Alu-minium oder PVC-Hartschaum mit dem ausgewählten Wunschmotiv verleihen jeder Küche den individuellen Touch.**

und das ist die Grundlage für ein erfolgreiches Produkt“, so Gerhard Patek.

Wie weit die Produktion und der Web-to-Print-Shop mittlerweile ausgereift sind, zeigt die Reklamationsrate. Diese beläuft sich nämlich auf fast Null. Lediglich zu Beginn gab es kleinere Stolpersteine, wo beispielsweise das Bild bei mehreren nebeneinander angeordneten Elementen auf dem einen Element einen anderen Zoomfaktor hatte als auf dem anderen, weil die eine Wand breiter war. Doch diese Erfahrungen gehörten zur Lernkurve und wurden umgehend behoben. Die letzte Hürde, die verbleibt und auf die das Team keinen Einfluss hat, besteht laut Gerwalt Leitner darin, dass sich der Kunde schlachtweg vermisst.

Doch wirklich „fertig“ ist ein Web-to-Print-Shop nie, und das Team von Meine-Rückwand hat bereits die nächsten Schritte im Blick. So soll die Sujetsammlung weiter ausgedehnt werden, die angebotenen Produkte eventuell noch um Tapeten erweitert werden – eine Applikation, die ebenfalls in diese spezielle Nische passen würde. Zudem sollen beim Konfigurator noch ein paar neue Features integriert, inhaltlich noch das ein oder andere an der Optik angepasst und der Userflow noch weiter optimiert werden. Des Weiteren ist geplant, noch einige Prozesse im Hintergrund weiter zu automatisieren, um Produktionszeiten einzusparen.

„Mit CloudLab arbeiten wir bereits seit Jahren in verschiedenen Projekten erfolgreich zusammen – auch für die Umsetzung unseres neuen LFP-Online-shops war es daher naheliegend, auf diesen starken Partner zu setzen. Sie sind absolute Profis, die für alles eine Lösung finden und uns mit einem Problem oder einer neuen Idee nie allein gelassen haben“, lautet das abschließende Resümee von Gerhard Patek.

