

SCHERE, STIFT, PAPIER

Eintauchen in die facettenreiche Welt
von Office Depot Europa

VON NADINE PELZER

Die Digitalisierung stellt so manche Produktwelt auf den Kopf. Der Trend von klassischen Konsumgütern hin zu neuen Entwicklungen ist nicht aufhaltbar. Für viele Unternehmen gilt es deshalb, umzudenken und neue Wege zu gehen. Gert Vigener, Director Media Production Centre bei Office Depot Europa, skizziert, wie Unternehmen erfolgreich mit den Herausforderungen umgehen können und wie der Markt der Büroartikel in Zukunft aussehen wird.

Herr Vigener, bitte beschreiben Sie uns die Produktwelt von Office Depot Europa.

Unabhängig von der Art des Arbeitsplatzes bieten wir unseren Kunden Geschäftsbedarf und Dienstleistungen im erweiterten Büroartikelbereich. Dies beinhaltet neben dem klassischen Bereich Papier, Büroartikel und Schreibwaren auch neueste Technologien, Kernbürobedarf, Druck und Dokumentendienste, Firmendienstleistungen, Anlagenausstattung, Möbel und Schulbedarf. Office Depot Europa ist in 13 Ländern mit der Kernmarke Office Depot, dem Großkundengeschäft, und in zehn Ländern mit Viking, dem Versandhandel, sowie mit Einzelhandelsgeschäften in Frankreich und Schweden vertreten.

Was schätzen Kunden an Ihnen besonders?

Produktvielfalt, schneller Service, Liefersicherheit im Bereich Versandhandel über Web, Print, Callcenter und Tele-Account-Management. Weiterhin haben wir für das Großkundengeschäft zusätzliche Dienstleistungen, die sich von Managed Printservices bis hin von Zurverfügungstellung von Lagerflächen erstrecken. Unsere große europäische Präsenz ist für Großkunden ebenso ein Grund, sich für uns zu entscheiden.

Welche Veränderungen hat es in den vergangenen Jahren auf dem Markt für Officeprodukte gegeben?

Neben der wachsenden Digitalisierung und der steigenden Bedeutung des Handels über das Internet ist es allgemein bekannt, dass sich der Handel im PBS Bereich (Papier, Büroartikel und Schreibwaren) schwerer tut als früher. Das Marktvolumen schrumpft, und speziell im Bereich Bürotechnik und Briefumschläge ist der Einfluss der Digitalisierung und des Webs sichtbar. Ein typisches Beispiel ist die Entwicklung von Overheadprojektoren über Projektoren hin zu Screens. Auf der anderen Seite ist der Einfluss des „paperless office“ noch nicht so stark wie ursprünglich angenommen. Der Trend im Bereich Standardpapier und Tinte&Toner zeigt nach unten, aber nicht so stark wie oft prognostiziert. Dies ist, zumindest bei uns, oft auch länder- und unternehmensspezifisch. Teilweise stabilisiert sich der Markt zurzeit sogar auf niedrigem Niveau. In manchen Bereichen wie Schreibwaren, Spezialpapier et cetera ist zwar ein leichtes Wachstum zu sehen, aber das kann nicht die allgemeine Entwicklung auffangen. Diesem muss man mit innovativen Ideen und ver-

änderten Angeboten entgegensteuern. Hohe Flexibilität wird im kompetitiven Büroartikelmarkt immer wichtiger.

Wie gehen Sie mit der Digitalisierung um und worin liegen für Sie die größten Herausforderungen?

Wir haben in den vergangenen Jahren große Anstrengungen unternommen, um mit neuer Plattform und neuem Design für die Zukunft besser aufgestellt zu sein. Diesen Weg haben wir für das Versandgeschäft schon begonnen, und die ersten Länder sind bereits umgestellt. Die Kompetenz im Bereich User-Experience und optimale Möglichkeiten im Bereich der Bestelloptionen sind extrem wichtig für die Zukunft der großen Player und wird meiner Ansicht nach mittelfristig auch ein Ausschlusskriterium sein. Eine weitere große Herausforderung ist die schnelle Anpassung der internen Prozesse an sich verändernde Bedingungen. Da muss innerhalb vieler Unternehmen ein Umdenken stattfinden. apollon, das seit 2015 ausgegliederte IT-Tochterunternehmen von Meyle+Müller, begleitet Office Depot auf dem Weg der Digitalen Transformation. Gemeinsam entwickelten Sie erste Ideen einer automatisierten Standardlösung. Wie kam diese Partnerschaft zustande?

Durch die Übernahme von Viking Direct durch Office Depot wurde 2005 die Zentrale von Viking in Los Angeles geschlossen. Im Zuge dieser Veränderung war klar, dass die PrePress-Abteilung nach Europa transferiert wird. Office Depot war somit auf der Suche nach einem Dienstleister, der in der Lage war, schnell eine innovative Idee in eine praktische Lösung umzuwandeln. Auf dem Versandhandelskongress in Wiesbaden lernte ich seinerzeit unter anderem Meyle+Müller beziehungsweise apollon kennen, und nach Abwägung verschiedener Szenarien haben wir zusammen mit ihnen ein Konzept gefunden, welches deren Know-how mit unseren Bedürfnissen kombinierte. Das Resultat war ein für damalige Verhältnisse hochautomatisierter Workflow, der auch für apollon eine große Herausforderung darstellte. Weshalb haben Sie sich so frühzeitig für ein zentrales Portal entschieden?

Das ist nach unserer Ansicht die beste Möglichkeit, Abteilungen an unterschiedlichen Standorten eine einheitliche Arbeitsweise zu bieten. Zudem gewährleistet ein Portal, dass Prozesse auch von verschiedenen Stellen unterstützt werden können. Es ist sehr transparent und kann sehr gut zentral kontrolliert werden. Mithilfe der für unsere Zwecke entwickelten Plattform waren wir in der Lage, von allen angeschlossenen Ländern in Europa über unsere lokalen Werbeabteilungen die Daten in einem einheitlichen Prozess an apollon zu liefern. Gleichzeitig konnten wir intern ein Portal anbieten, welches allen Abteilungen einen Zugang zu allen Assets, den Print-Produkten und Seiten ermöglichte. Dies wird von unseren Callcentern wie auch dem Merchandising und Marketing rege genutzt. Zur Zeit können wir circa 500 User verzeichnen, verteilt auf ganz Europa. »

Was hat Sie damals dazu bewogen Online Media Net einzusetzen?

Im üblichen Auswahlprozess mit verschiedenen Lieferanten haben wir uns damals für Meyle+Müller entschieden, da sie unserer Ansicht nach die größte Erfahrung in der Katalog-Massenproduktion hatten. Zu dem Zeitpunkt war OMN bereits erfolgreich bei zwei führenden deutschen Versandhandelsunternehmen im Einsatz. Auch rückblickend war es die richtige Entscheidung, denn mittlerweile befinden wir uns seit zwölf Jahren in einer erfolgreichen Partnerschaft auf Augenhöhe.

Trotz Neuausrichtung Ihres Unternehmens ist die Lösung immer noch im Einsatz. Weshalb?

OMN (Online Media Net) ist ein Werkzeug, welches sich über die ganze Zeit optimal an die Veränderungen und Bedürfnisse angepasst hat beziehungsweise stetig weiterentwickelt wurde. Die Software-Suite als solche ist flexibel genug, um kontinuierliche Verbesserungen und Updates vorzunehmen und der After Sales Support ist ein wichtiger Bestandteil, um Systeme nach ihrer Einführung auch erfolgreich im Sinne des Kunden weiterzuführen und zu entwickeln.

Warum ist es Ihnen so wichtig, die Assetdaten zentralisiert zu managen?

Als europäisch ausgerichtetes Unternehmen sind viele Daten und Bilder gleich. Es würde daher keinen Sinn ergeben, separate Datenbanken lokal zu verwalten. So ist gewährleistet, dass die Assetdaten und Produkte, die schnell in einem anderen Land mit ins Portfolio aufgenommen werden sollen, direkt verfügbar sind. Die zentrale Verwaltung aller Assets ermöglicht zudem Einsparung von Handlingaufwand, ist fehlerintolerant und vermeidet Redundanzen.

Sie haben enorme Mengen an Bilddaten. Welche speziellen Anforderungen hinsichtlich des Bilddatenmanagements haben Sie?

Die Bilddaten und Seiten müssen störungsfrei und sicher in allen unseren europäischen Standorten verfügbar sein. Das ist für uns absolut wichtig. Des Weiteren musste das System auch über automatische Schnittstellen und Prozesse zu Bildbearbeitungsprozessen wie beispielsweise das Maskieren verfügen. Eine automatische Bildvergleichsfunktion hilft außerdem, das Aufkommen von Bilddoubletten zu vermeiden. Im Falle von Doubletten bekommt Office Depot in OMN eine Entscheidungsmöglichkeit, welches Bild übernommen oder verworfen werden soll. OMN ist im Bereich Datensteuerung und Datenmanagement daher aus unserer Sicht eines der stabilsten und performantesten Systeme. Was die Anbindung an Mediendienstleister angeht, ist apollon als Tochter eines der führenden Mediendienstleister auf dem Markt optimal aufgestellt. Man merkt in der täglichen Arbeit, dass große Bilddatenmengen für das Team von apollon das „Brot und Butter-Geschäft“ sind.

Was sind die Herausforderungen in der Printkatalog-Produktion heute? Wie entwickelt sich diese weiter?

Wenn man sich die Trends der letzten zehn Jahre im Bereich Print-Publikationen ansieht, ist es klar, dass sich die Volumina stark verringert haben. Das Volumen im klassischen Versand hat sich halbiert, sogar teilweise gedrittelt, da die Kunden mehr im Internet bestellen. Es ist auch ein

klarer Trend hin zu mehr Personalisierung zu beobachten. Generell ist speziell im Versandbereich klar, dass der Katalog eine neue Aufgabe übernimmt. Denn er muss auch die Rolle übernehmen, Kunden direkt in das Web zu bringen.

Welche weiteren gemeinsamen Projekte sind in Planung?

Wir besprechen gerade unseren cloudbasierenden OMN-Erweiterungsplan, der einen Teil unserer Prozesse mithilfe neuer Plug-ins und zusätzlicher Funktionalitäten weiter automatisieren soll. Dies beinhaltet unter anderem unseren kompletten Projektworkflow von der ersten Marketingplanung bis hin zur Druckerei.

Wie sieht der Markt der Officeprodukte in Zukunft aus?

Die traditionellen Kategorien werden schwächer, und die Hersteller versuchen, diesem Trend entgegenzuwirken, indem die Wertigkeit der Produkte erhöht wird, um höhere Preise zu erzielen. Im Versandbereich ist bekannt, dass Verpackungen steigen, während Umschläge stark sinken. Dies alles wird zu einer weiteren Konsolidierung der Branche führen, und man wird nur wachsen, wenn man gut im bestehenden Markt aufgestellt ist.

GERT VIGENER

Gert Vigener ist Direktor des Media Production Centers von Office Depot mit Sitz in der Europazentrale Venlo in den Niederlanden. Im Jahr 1995 gehörte er zu dem Team, welches die Firma Viking Direkt Deutschland GmbH als Büroartikelversender gründete. Herr Vigener war zuständig für den Aufbau einer inhouse Produktionsagentur Katalog- und Webseitensupport. Zwischen 1996 und 2004 war er mitbeteiligt an der weiteren Mail-Order-Expandierung in Länder wie Österreich, Italien, der Schweiz, Belgien und Spanien. Im gleichen Zeitraum gestaltete er den Aufbau des von Office Depot US kommenden Großkundengeschäft in mehreren Ländern mit.

HERSTELLER

apollon GmbH + Co. KG bietet integrierte und ganzheitliche Lösungen für Anforderungen aus den Bereichen Produktdatenmanagement, Cross Media Publishing und Omnichannel-Commerce.

*apollon GmbH + Co. KG
info@apollon.de
apollon.de*

KUNDE

*Office Depot Europe B.V.
eu-communications@officedepot.com
officedepot.eu*

