

Zurück aus der Zukunft

Stapellauf eines Klassikers im Printbusiness: easyordner.de wurde pünktlich zum 10-jährigen Bestehen komplett neu gelauncht. Kein leichter Job, denn je einfacher es für Printbuyer werden soll, umso komplexer ist die dafür notwendige Technologie.



Fotos: Achilles-Gruppe, Celle.

Im Bild: Ein klassisches Achilles-Produkt, in Celle hergestellt und in verschiedenen Ausführungen und Formaten online über easyordner.de bestellbar.

Easyordner.de ist seit 2009 online und war damals der erste Printshop im Internet, über den Kunden Ordnerlösungen in unterschiedlichen Ausführungen bereits ab 1 Stück mit konfektionierten Loseblatt-Sammlungen und Registern, bestellen konnten.

Besondere Sortimente für Werbung und Marketing oder Bedarfe im Organisations- oder Verpackungsbereich boomen. Wohl auch, da es für viel dieser Produkte häufig keine digitalen Alternativen gibt. Physische Produkte können nur physisch, und eben nicht digital verpackt – und zum Beispiel auch analoge Dokumente (Stichwort: Schriftrfordernis, Belege, Verträge etc.) nur physisch abgelegt und geordnet werden.

EasyOrdner ist mehr als ein E-Shop für Ordner

Der Betreiber von easyordner.de, die Achilles Präsentationsprodukte GmbH, zählt zu den Marktführern für individualisierbare Ordner in Europa. So mancher bekannter Onlineprinter ist hier angebunden und leitet entsprechende Bestellungen seiner Kunden direkt an den Celler Spezialisten weiter. Nicht nur Ordner. Das Sortiment ist in den letzten zehn Jahren gewachsen.

Neben Ordnern, hat die EasyOrdner GmbH auch Produkte wie Verpackungen, Register, Loseblattsammlungen, Präsentations- oder Schreibmappen, Klemmbretter, Papiertrage-

taschen, Schilder, Wandbilder etc. ins digitale Verkaufsregal sortiert, die auf easyordner.de mit diversen Konfigurations-Optionen bestellt werden können – viele dieser Artikel produziert das Unternehmen seit über 80 Jahren selbst, heute in sieben Ländern Europas.

Website grundlegend modernisiert

Malte Linneweh, Manager E-Commerce easyordner.de: „Im Unterschied beispielsweise zu Flyern, gibt es zu unseren Artikeln häufig keine digitalen Alternativen. Unser Sortiment trifft die Bedarfe unserer Zielgruppe.“ Ihm kam vor einem Jahr die Aufgabe zu, den Printshop easyordner.de für die Zukunft fit zu machen. Eine Herkulesaufgabe, denn die bisherige Technologie war zehn Jahre alt und längst überholt. „Ich habe die Leitung von easyOrdner vor circa einem Jahr übernommen. Seit her habe ich an der Modernisierung der Website und dem Markenimage gearbeitet. Ordner sind und bleiben zwar ein wichtiges Sortiment. Unsere Kunden können aber mittlerweile auch weitere Achilles-typische Produkte wie seit kurzem Boxen und Faltschachteln oder Magnetboxen, u. a. mit verschiedenen Veredelungsmöglichkeiten, online individuell konfigurieren und bestellen. Und unser Sortiment wird künftig weiter kräftig wachsen – in Kürze beispielsweise um Klappkassetten. Ich habe mir zum Ziel gemacht, diese Sortimentsvielfalt und unseren besonderen Produkt-Mix als Markenkern zu etablieren – ich möchte easyordner.de als Vielsortimenter für spezielle Produkte branden.“

Der Clou für unsere Kunden, war und bleibt für uns die eigentliche Herkulesaufgabe: Einfache Bestellprozesse für Printprodukte zu ermöglichen, mit Produkten, die unsere Kunden außergewöhnlich umfangreich konfigurieren können. Mit der bisherigen Technologie war das nicht denkbar, schon gar nicht mit Blick auf die weiteren Features, die wir für 2020 bis 2022 avisiert haben, an die wir aber schon heute denken müssen.“

Komponententiefe am Beispiel Ordner

Derart viele, auswählbare Komponenten sind zwar praktisch für die Kunden. Doch für Malte Linneweh stand das Team von Entwicklern stand schon frühzeitig fest, dass selbst moderne, herkömmliche Technologien für Onlineshops aufgrund der gebotenen Komplexität nicht genügen würden. „Wir haben unser neues System über weite Strecken so individuell und eigen programmiert, wie eben auch die künftigen Sortimente und Services sein werden. Für solche Anforderungen gibt es keine fertige Software von der Stange“, sagt Linneweh.

Schon bei Ordnern gibt es enorm viele bestellbare Varianten – zum Beispiel mit Hebelmechanik, Ringordner mit vier oder zwei Ringen, offen oder geschlossen, in verschiedenen Formaten, in unterschiedlichen Füllhöhen, ein- oder beidseitig be-



Links: Auf der Website easyordner.de finden Printbuyer neben Ordnern viele weitere, typische Achilles-Produkte. Das Sortiment wird laufend erweitert. Aktuellste Neuerung sind Klappkassetten in verschiedenen Formaten und Ausführungen. Beim Start von easyordner.de vor circa 10 Jahren, wurden zunächst Ordner in vielen auswählbaren Komponenten angeboten – ein klassisches Achilles-Produkt.

druckbar, zusätzlich veredelt oder partiell lackiert, mit oder ohne Grifflöchern bzw. Raumsparschlitzen (Öffnungen, durch die die Ordnerbügel nach außen durchragen), beziehungsweise mit oder ohne Kantenschonern aus Metall. Zudem kann die Anbringung von Visitenkarten-, Rückenschild- oder Dreiecktaschen an verschiedenen Stellen sowie auf Wunsch auch die Konfektionierung von Loseblattsammlungen, Registern und so weiter bestellt werden. Andere Produkte werden, so Linneweh, ähnlich komplex sein. „Die individuelle Programmierung lässt uns mehr Spielraum und emanzipiert uns technisch gesehen, Produkt- und Serviceoptionen zukünftig zu erweitern.“

Easyordner.de 2.0 zum 10-jährigen Jubiläum

Der Printshop feiert bald 10-jähriges Bestehen. In digitalen Zeiträumen gemessen, eine Ewigkeit. Zum Vergleich: Zeitgleich wurden damals die ersten Smartphones salonfähig. Seit-

her sei viel passiert: „Wir haben easyordner.de laufend optimiert und erweitert. Dieses Wachstum auch im digitalen Service hat uns motiviert, ja geradezu gezwungen, ein völlig neues, eigenes System für den Onlineshop zu bauen. Mit Blick auf 2020 habe ich große Lust auf die Finalisierung weiterer Features unseres Printshops.“

Insgesamt sollen die Kunden für die speziellen Sortimente im Bestellprozess durch diverse Neuerungen optimaler geführt und betreut werden. Nach wie vor können passgenaue Basisdesigns beispielsweise für InDesign heruntergeladen werden. Der Pool fertiger Designs wird deutlich erweitert, die in einem völlig neuen Online-Editor individuell angepasst werden können. Bestellungen und Designs können dauerhaft gespeichert und für Nachbestellungen wiederverwendet werden. Auch ein Live-Chat mit Experten geht in Kürze online. Kunden, die sich nicht sicher sind, können optional einen exklusiven Datencheck buchen.



„Mir persönlich liegt die Weiterentwicklung der Marke „easyOrdner.de“ als Vielsortimenter am Herzen. Wir werden auch künftig Trends setzen. Denken wir nur an innovative eigene Folien wie X-treme Matt, oder diverse Verpackungs- und Präsentations-Innovationen wie das Movie-Case. Eine weitere Basisfunktion, die ich nun mit Nachdruck vorantreibe, ist die Optimierung für mobile User. Zu den in Kürze verfügbaren Produkten zählen eingeseigelte Taschenkalender im Checkkartenformat in verschiedenen Konfigurationen. Zudem werden wir weitere, sehr praktische Verpackungsformate ins Produktportfolio aufnehmen. Beispielsweise Klappkassetten aus unserer traditionellen Produktion. Dazu zählen auch Geschenkverpackungen, die wir um einige sehr innovative, neue Produkte erweitern.“

Malte Linneweh, Manager E-Commerce easyordner.de, EasyOrdner GmbH.