

## THE GROUP OF ANALYSTS

Temel Kahyaoglu, Chief Analyst TGOA, im Gespräch mit

# Robert Schneider

CEO w&co MediaServices zur zunehmenden Bedeutung von Integratoren



Robert Schneider ist seit 2009 Geschäftsführer und Gesellschafter der w&co MediaServices GmbH & Co. KG, Fullservice-Mediendienstleister in München, nachdem er dort zehn Jahre in verantwortlicher Position tätig war und 2002 Mitglied der Geschäftsleitung wurde. Davor war Schneider Mitglied der Geschäftsleitung und Gesellschafter beim Mediendienstleister Köhler & Lippmann in Braunschweig, einem Unternehmen der Graphic Group.

Für ganzheitliche Systemlösungen im Enterprise Content Marketing setzen immer mehr Unternehmen auf Software-Partner, statt direkt zum Hersteller zu gehen. Die Gründe: Mit langjähriger Praxiserfahrung sind sie auf bestimmte Branchen und Anforderungen spezialisiert. Daher sind Software-Partner oft besser darauf ausgerichtet, individuelle Lösungen zu implementieren, anzupassen, zu betreiben und dabei gezielt innovative Technologien einzusetzen. Integratoren wie w&co bieten zudem das nötige Change Management mit an – für hohe Anwenderakzeptanz und maximalen ROI.

**Herr Schneider, in der Vergangenheit haben Software-Hersteller ihre Projekte hauptsächlich selbst umgesetzt, und die Projektumsetzung war ein fester Bestandteil des Geschäftsmodells. Wie kam es dazu, dass sehr viele Software-Hersteller in den vergangenen Jahren Partnerprogramme entwickelt haben?**

Hier spielen mehrere Gründe eine Rolle: Um im globalen Wettbewerb bestehen zu können, müssen Software-Hersteller internationalisieren und in nennenswertem Umfang Marktanteile über die DACH-Region hinaus gewinnen. Gleichzeitig werden die Entwicklungszyklen bei Software-Herstellern immer kürzer, der Innovationsgrad ist ein entscheidender Faktor im Wettbewerb. Dritter Aspekt ist, dass Software-Lösungen zumeist spezifisch an Branchen- oder individuelle Unternehmensanforderungen angepasst werden müssen, damit ihre volle Leistung zum Tragen kommt.

Dies ist ein typisches Projektgeschäft, das häufig auch mit langfristigen Betriebs- und Entwicklungsaufgaben bei Unternehmen verbunden ist. Den wenigsten Software-Herstellern gelingt es, alle genannten Bereiche sowie das gesamte Projektgeschäft mit Branchenspezialisierung aus eigener Kraft abzudecken.

**Was leisten Integratoren somit für die Hersteller?**

Integrationspartner treiben sowohl die Vermarktungsgeschwindigkeit als auch die Projektumsetzung voran. Zudem erschließen sie neue Zielgruppen im Hinblick auf Branchen und/oder Regionen. Das heißt, das schnellste und effizienteste Wachstum für Software-Hersteller gelingt durch eine dezentrale Wachstums- und Vermarktungsstrategie über Partner.

**Vor welchen Herausforderungen stehen Ihre Kundenunternehmen in der heutigen Zeit, wenn sie sich auf die Suche nach einer geeigneten Software zur Unterstützung ihrer Produktkommunikation begeben beziehungsweise eine ausgewählte Software mit Ihrer Unterstützung einführen?**

Eine Software-Lösung ist nie Selbstzweck, sondern ein Werkzeug, um unternehmerische und strategische Ziele effizienter und in der Gesamtbetrachtung wirtschaftlicher umsetzen zu können und damit Wettbewerbsvorteile zu generieren.

Unternehmen sind heute gefordert, ihre Kunden ganzheitlich – das heißt mit konsistenten Informationen gleichzeitig auf allen relevanten Kommunikationskanälen – anzusprechen. Voraussetzung dafür sind konsolidierte Produktdaten und eine zentrale Content-Quelle für sämtliche Kommunikationsaktivitäten, gesteuert von systemisch unterstützten Geschäftsprozessregeln, die zur Automatisierung von Marketinganstößen führen.

Das Software-Angebot ist vielfältig und komplex, neue Technologien verändern kontinuierlich den Markt. Dies erschwert es Unternehmen, die für sie „richtige“ Lösung – richtig im Sinne des Ziels, das Antrieb zur Auswahl der Lösung war – zu finden, deren spezifische Mehrwerte zu erkennen, sie optimal zu implementieren und zu nutzen.

**Welche generellen Vorteile bringt es Unternehmen, eine Software über einen Integrator einzuführen und somit eine bewusste Trennung zwischen der Wahl der Software (und damit des Herstellers) selbst und der Wahl des Integrators vorzunehmen?**

Integratoren haben in der Regel einen Erfahrungshintergrund von der Anwenderseite aus und sind oder waren oft selbst Nutzer der Software-Lösungen. Daher wissen sie häufig besser als die Hersteller, wie eine Software für eine spezi- »

fische Aufgabenstellung zu nutzen und einzusetzen ist, um einerseits die Zielsetzungen, die mit den Investitionen verbunden sind, zu erreichen und andererseits die Anwender optimal einzubinden.

**Was sind die speziellen Kundenanforderungen, die ein Software-Hersteller selbst kaum so gut erfüllen kann wie ein Integrator, und weshalb ist das so?**

Die Praxis zeigt: In vielen Unternehmen wird Software implementiert, die Anwender nicht akzeptieren, sie nur unzureichend bei ihrer Arbeit oder gar nicht unterstützt und Mehrarbeit statt Effizienz bringt. Oft sind Lösungen nicht vollständig umgesetzt oder werden nur in Teilbereichen genutzt. Ein Integrator aus der Praxis zeichnet sich dadurch aus, dass er den Change-Prozess, der mit Einführung einer jeden Software-Lösung verbunden ist, sehr gut kennt und in der Lage ist, diesen abteilungsübergreifend zu moderieren.

**Neben der Auswahl der passenden Software ist es somit häufig entscheidend, einen geeigneten Integrationspartner für die Projektumsetzung zu finden. Worauf kommt es hierbei Ihrer Meinung nach besonders an?**

Es gilt, einen Integrator zu finden, der aus eigener Praxis die Mehrwerte eines Systems kennt und „weiß“, wie es zu implementieren und einzusetzen ist. Nur dadurch erfahren Anwender im Alltag optimale Unterstützung, und die Lösung bringt messbare, positive Ergebnisse. Wesentlich ist hier zum einen die Erfahrung des Integrators und wie viele Projekte er bereits erfolgreich umgesetzt hat: Ob es nun um ein spezifisches Marktsegment oder eine bestimmte Warengruppe geht, um Internationalisierung oder die Unterstützung unterschiedlicher Kommunikationskanäle wie Print, E-Commerce, Mobile Commerce, Social Media sowie am Point of Sale.

Zum anderen ist wichtig, dass ein Integrator hinsichtlich seiner Unternehmensstruktur, Innovationsfähigkeit und Ressourcen langfristig verlässlich in der Lage ist, Unternehmen nachhaltig als Partner zu begleiten und zu unterstützen. **Jeder Integrator hat seine eigene Geschichte, war beispielsweise ursprünglich Agentur, Druckhaus oder Anbieter von Internetdienstleistungen wie Webseiten und E-Shops. Wie war die Entwicklung bei w&co? Was sind Ihre daraus resultierenden Schwerpunkte? Wie ist Ihre „Mission“?**

w&co selbst ist seit nunmehr 62 Jahren am Markt und unterstützt Unternehmen aus Handel, Versandhandel, dem Verlagswesen und der Industrie ganzheitlich in der Umsetzung ihrer individuellen Omnichannel-Kommunikationsstrategie: von der Konzeption, über die Erstellung bis hin zur Umsetzung. Wir wissen deshalb aus jahrelanger Erfahrung als Anwender und Integrator, wie eine Software-Lösung implementiert werden muss, damit sie maximale Vorteile für das gesamte Unternehmen bietet. Das wissen auch unsere Kunden zu schätzen, die auf unsere Erfahrung und Expertise in der Implementierung von Software-Lösungen vertrauen. Zahlreiche Projekte belegen den wirtschaftlichen und strategischen Erfolg der von uns umgesetzten Projekte.

Dabei denken und handeln wir stets ganzheitlich im Sinne abteilungsübergreifender Lösungen, die Mehrwerte für das gesamte Unternehmen schaffen. Unsere „Mission“ ist es, den Kunden die Umsetzung ihrer individuellen Kommunikationsstrategie als Gesamtleistung aus einer Hand zu bieten: Das reduziert Schnittstellen, senkt die Kosten und erhöht die Umsetzungsgeschwindigkeit und Effizienz im Prozess. In vielen Fällen sind wir in diesem Sinne als „Generalunternehmer“ für unsere Kunden tätig.

**Mit welchen Software-Herstellern arbeitet w&co als Integrationspartner zusammen?**

Für censure, eines der führenden Publikationssysteme für komplexe Kommunikationsprozesse für Print, Online und Mobile, sind wir unter anderem specialized Partner im Bereich Versandhandel. Für E-Commerce- bzw. Webshop-Lösungen setzen wir auf Oxid-Software und realisieren Komplettlösungen: Dazu gehören grafische Konzeption in Responsive Design, Frontend-Entwicklungen und Backend-Anbindungen sowie der komplette Webshop-Betrieb einschließlich Content Management und Kampagnenverwaltung.

Als Adobe Solutions Silver-Partner entwickeln wir Lösungen zur Optimierung und Automatisierung der Medienproduktion. Das Portfolio reicht dabei von Automatisierungsskripten und Plug-ins für InDesign über kundenindividuelle Erweiterungen für Redaktions- und Publikationssysteme bis hin zu eigenen Database Publishing-Systemen in Verbindung mit InDesign-Servern. Als langjähriger Partner von Werk II implementieren wir die „Print Suite“ mit „Comet“ als leistungsfähige Printausleitung in Verbindung mit unterschiedlichsten Datenquellen und Systemen.

Für mehrsprachige Publikationen multinationaler Unternehmen implementieren wir als einer der Service Provider von Across seit vielen Jahren den Language Server. Damit realisieren wir durchgängig systemgestützte Translation-Management- und Translation-Memory-Prozesse.

**w&co ist Integrator, entwickelt zudem selber Software. Wie lässt sich das miteinander vereinbaren und sinnvoll verbinden?**

Aus unserer Branchen- und Software-Erfahrung kennen wir die spezifischen Anforderungen der Unternehmen an bestimmte Funktionalitäten, die generische Software-Lösungen nicht oder nicht vollständig erfüllen. Diese Anforderungen sind häufig so individuell, dass der Software-Hersteller diese nicht in seinem Produkt abbilden möchte. Dafür entwickeln wir gezielt im eigenen Haus ergänzende Module oder Stand-alone-Lösungen, die wir über moderne Schnittstellenkonzepte mit der Standardlösung verbinden. Dadurch schaffen wir Mehrwert als Software-Partner und Integrator, von dem Anwenderunternehmen und Software-Hersteller gleichermaßen profitieren.

**Sie als Integrator bleiben also einerseits am Puls der Zeit, was die Kundenherausforderungen betrifft, müssen andererseits stets auf dem aktuellsten Stand der Software-Entwicklung Ihrer Partner sein. Wie stellen Sie Letzteres sicher und welche Verantwortung kommt dabei dem Software-Hersteller zu? Wie sollte dieses Partnerverhältnis aus Ihrer Sicht also optimalerweise gestaltet sein?**

Die Lösungen, die wir als Partner und Integrator betreuen, gehören zu unserem Kerngeschäft als Fullservice-Mediendienstleister. Wir arbeiten mit diesen Lösungen als Anwender und Systempartner im Alltag und kennen die Vorteile und Fallstricke der aktuellsten Technologien aus der Praxis. Die Zusammenarbeit mit den Software-Herstellern ist daher sehr eng, und wir sind in die jeweilige Roadmap der Weiterentwicklung involviert.

In der Verantwortung des Software-Herstellers liegt es, zukunftsorientiert die Entwicklung seiner Lösungen voranzutreiben anhand von Industriestandards, die grundlegend sind für nachhaltig erfolgreiche Systemumgebungen. Im Idealfall besteht daher ein aktiver Austausch dazu, frühzeitig Innovationen zu testen und kontinuierlich die Kernlösung zu optimieren.

---

#### INTEGRATOR

*w&co MediaServices ist als Fullservice-Anbieter etabliert mit Komplettservices für ganzheitliches Omnichannel-Marketing. Neben der Umsetzung von Webshops oder Shopping-Apps umfasst das Leistungsangebot Fotografie, Kreation, PreMedia und Medien-IT für ganzheitliches Enterprise Content Marketing.*

*w&co MediaServices  
robert.schneider@w-co.de  
w-co.de*