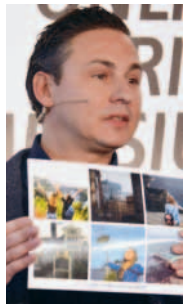


Kleine Karte – großes Geschäft

APP-TO-PRINT ■ Eigentlich war Oliver Kray Sprayer. Nicht einer, der nachts wahllos Lärmschutzwände beschmiert, sondern ein richtiger Fassadenkünstler, der auch Aufträge bekam. Heute führt er ein Start-Up, das 2018 einen Umsatz in siebenstelliger Höhe machen wird – und das mit wirklich kleinen Produkten, nämlich Postkarten. Über die App „MyPostcard“ wird aus einem Urlaubsbild eine individuelle Postkarte – digital gedruckt und per Post versendet.

■ Verschenken Sie noch Postkarten aus dem Urlaub? Solche, die man brav in der Touristeninformation kauft, und eine Briefmarke gleich dazu? Dann sind Sie aber sowas von „old school“. Warum? „Die Postkarten auf dem Markt haben Motive wie aus den 80er Jahren, viele Läden bieten keine Briefmarken mehr an und einen Stift hat man als Urlauber auch nur selten in der Tasche“, erklärte Oliver Kray, Gründer und CEO von „MyPostcard.com“, auf dem diesjährigen Online Print Symposium in München.



Oliver Kray

Ihm wurde in einem Griechenland-Urlaub bewusst, wieviele Menschen Fotos machten, doch nichts davon als physisches Produkt irgendwo ankommt. Also was, wenn man aus den Bildern, die man mit dem Smartphone gemacht hat, direkt und ohne Stift oder Briefmarke eine echte Postkarte zu seinen Lieben

in die Heimat schicken könnte? Sozusagen eine neue Version des Klassikers „Postkarte“, kombiniert mit ganz persönlichen Bildern und Nachrichten. Irgendwie Retro, und doch modern und voll im Individualisierungstrend. Geboren war die Grundidee, die hinter „MyPostcard“ steckt.

APP-TO-PRINT. „MyPostcard“ ist eine App, mit der man – eine Internetverbindung vorausgesetzt – von jedem Ort der Welt „echte“ Post-, Gruß- und Klappkarten verschicken kann. Einfach die App herunterladen, Bilder aus der Camera Roll des Smartphones auswählen, platzieren – oder eines der vorhandenen knapp 12000 bestehenden Motive aussuchen –, Grußtext eingeben, zwei Euro bezahlen (genau genommen 1,99 €) und als „echte“ Karte in alle Welt versenden. Fertig. Klingt simpel, ist in der Umsetzung aber längst nicht so trivial wie es scheint. Denn wie verdient man mit einem Zwei-Euro-Produkt genügend Geld, um erfolgreich zu sein und wirtschaften zu können?

THINK BIG. Und erfolgreich ist Kray mit „MyPostcard.com“, das er übrigens 2014 gegründet hat, heute allemal: rund 100000 Mal wird die App inzwischen in guten Monaten heruntergeladen. Im Sommer erwartet der CEO um die 200000 Downloads pro Monat. Die bis heute verschickten Karten gehen in die Millionen – ebenso sein Umsatz. Der werde nämlich 2018 im einstelligen Millionenbereich liegen, und 2019 noch höher. Das Geld, das er verdient, plant Oliver Kray aber schon heu-



Fakt ist: Mobile macht Sinn. Wer jetzt nicht aufsteigt und Vollgas gibt, der bleibt auf der Strecke.

Oliver Kray, Gründer und CEO von „MyPostcard“

te, weiter in den Ausbau seines Angebots zu stecken. Denn nach einer seiner zahlreichen Marktrecherchen über Mitbewerber und die dahinterstehenden Firmen hat er beschlossen, mit „My-Postcard.com“ der größte Anbieter unter den Apps mit dem gleichen Funktionsprinzip zu werden. Denn: „wenn du nicht der Größte wirst, bist du nur einer unter vielen“, so Kray auf dem OPS2018. Doch zurück zum Anfang, denn „MyPostcard“ ist zwar eine App (die sich übrigens auch über den Browser aufrufen lässt), wäre aber ohne den Digitaldruck undenkbar. Denn individueller könnten Produkte kaum sein.

VOM SPRAYER ZUM UNTERNEHMER. Es ist gute fünf Jahre her, dass Oliver Kray die Fassade eines Berliner Gebäudes verschönerte, in dem mehrere Druckereien einziehen sollten. So war der Kontakt geknüpft und erste Fragen zur technischen Umsetzung und den Kosten für die Produktion beantwortet. Kray recherchierte, welche

Apps es bereits gab, die seiner Idee ähnelten und kam zu dem Schluss, dass er es besser könne. Er konzipierte seine App und suchte sich für die Programmierung einen Android-Spezialisten. Für den Druck produzierte er zusammen mit einem Dienstleister so viele Prototypen mit unterschiedlichen Substraten, Grammaturen und Finishing-Optionen, bis er zufrieden war. Denn den Druck, den übernehmen verschiedene Druckereien in Deutschland und Amerika für Oliver Kray.

„Ich bin kein Programmierer“, erklärt der Jungunternehmer, „aber ich kann verkaufen.“ So dauerte es nicht lang, bis „MyPostcard“ in diversen Magazinen und Portalen vorgestellt wurde. Der erste Erfolg brachte schnell auch neue Herausforderungen mit sich. Das Geschäftsmodell sollte skaliert werden und dazu brauchte man nicht nur Geld, sondern auch Mitarbeiter und Know-how.

MOBILE FIRST. Kray verbrachte dank eines Förderprogramms fast ein Jahr in Amerika, knüpfte wichtige Kontakte und lernte vor allem zwei Dinge: groß zu denken und „mobile“ zu denken. Wer heute nicht „mobile“ denkt, ermahnte er auch die anwesenden Druckereien, könnte ganz schnell auf der Strecke bleiben. Dabei müsse es auch nicht immer eine App sein, denn „das App-Business ist viel aufwendiger und teurer als eine Website.“ Für manche Produkte genüge auch eine mobiloptimierte Website. Hauptsache, mobile – auch, wenn man ein vermeintlich unscheinbares Produkt wie eine Postkarte anbietet. Inspiration sollte die Geschichte von Oliver Kray und „MyPostcard“ für Druckdienstleister allemal sein. [4570]

Judith Grajewski

➔ weitere Beiträge vom Online Print Symposium 2018 erscheinen in den nächsten DD-Ausgaben

Das Prinzip hinter „MyPostcard.com“ ist simpel: App herunterladen, Bild/er platzieren, Grußtext hinzufügen und abschicken. Schon ist die Postkarte als print-ready PDF auf dem Weg zur Druckerei, wo sie digital gedruckt und anschließend an den Empfänger verschickt wird.

Bild: Präsentation von Oliver Kray

OUR TECHNOLOGY

