

OBILITY INSIGHT 2018

EINSICHTEN IN DIE DIGITALE TRANSFORMATION

De facto waren schon die Obility-Anwendertreffen der vergangenen Jahre nicht nur Zusammenkünfte von Kunden des Unternehmens, sondern eher Branchentreffen rund um den Aufbruch der Druck- und Medienbranche in das digitale Zeitalter. Dem trug das Unternehmen Rechnung, indem es seine Veranstaltung in Obility Insight 2018 umbenannte und erstmals auch für Interessenten öffnete.

Text und Bilder: Obility

Realer Nutzwert

So blickten die knapp 70 Teilnehmer unter dem Motto ›Voneinander lernen, miteinander profitieren‹ in Höhr-Grenzhausen bei Koblenz Anfang Juni über den Teller rand und beschäftigten sich über die Technik hinaus auch mit Aspekten, die Unternehmen bei der Digitalisierung und Vernetzung ihrer Prozesse betreffen. Ein Höhepunkt war der Vortrag von Honorarprofessor Frank Widmayer von der Karlsruhochschule in Karlsruhe zu Personal-Management und Führung in der dynamischen digitalen Unternehmenswelt. Er gab den Teilnehmern Denkanstöße mit auf den Weg, wie sie ihre Betriebe in der sogenannten VUCA-Welt (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity) organisieren, die von Risikohaftigkeit, Ungewissheit, Komplexität und Mehrdeutigkeit geprägt ist.

Er wurde von Diplom-Pädagogin Tina Dieterich ergänzt, die ebenfalls an der Hochschule in Karlsruhe lehrt und Unternehmen in Veränderungsprozessen als Coach sowie Beraterin zur Seite steht. In ihrem heiteren Vortrag ›Die Kunst, sich nicht zu verändern‹ erinnerte sie die Zuhörer daran, dass sich Unternehmen seit jeher verändern mussten und lieferte Impulse, wie sich Mitarbeiter zu Veränderungen motivieren lassen, ohne Vorschriften zu machen.

Online-Marketing und Suchmaschinenoptimierung (Search Engine Optimization / SEO) spielen nicht nur im Online-Handel eine Schlüsselrolle, sondern entscheiden generell über den Vertriebsfolg von Unternehmen. So wurde auch der Vortrag von Web-Experte Jan Wambach sehr positiv aufgenommen. »Mit professionellem SEO bekommen Sie mehr Besucher auf Ihre Webseiten und verlängern deren Verweildauer. Dass wiederum führt zu mehr Kontakten oder höheren Abschlussraten und somit zu mehr Umsatz«, fasste der Experte zusammen. Von zentraler Bedeutung seien die Inhalte der Webseiten: »Gute Inhalte verkaufen besonders gut.« Aber SEO funktioniert nicht auf die Schnelle. Vielmehr seien mittel- bis langfristige Strategien gefragt. Belastbare Resultate zeigten sich in aller Regel erst nach sechs bis 18 Monaten.

Ein wichtiges Thema beleuchtete Daniel Leuering, Gründer und geschäftsführender Gesellschafter der AllBytes GmbH: Infrastruktur und Sicherheit moderner IT-Systeme. Er stellte die Vor- und Nachteile von Installationen auf lokalen Rechnern und Netzwerk-Servern denen von Cloud-Lösungen gegenüber und empfahl seinen Zuhörern, auf cloud-basierte Lösungen zu vertrauen. Sowohl bei privaten als auch bei öffentlichen Cloud-Lösungen ließen sich die Daten auf externen Servern sicher speichern. Automatisches Er-



Obility Insight 2018: ›Voneinander lernen, miteinander profitieren.‹

stellen von Back-ups und Updates, kalkulierbare Kosten, einfache Skalierbarkeit sowie Zugriff von unterwegs aus seien einige der Vorteile. »Nutzen Sie eine Cloud-Lösung«, so Leuering. »Obility erfüllt dafür alle Voraussetzungen.«

Realen Nutzwert bot auch der Beitrag von Unternehmensberater Tilman Süß von der BerlinerStrategen

GmbH zu öffentlichen Fördermitteln rund um die Digitalisierung ihrer Prozesse. Die Teilnehmer der Veranstaltung erfuhren, in welchen Situationen und unter welchen Bedingungen Unternehmen auf Fördermittel zugreifen können und wie hoch die maximalen Fördersätze in den unterschiedlichen Regionen Deutschlands sind.



Die drei Obility-Geschäftsführer Frank Siegel, Jens Pötz und Werner Jung (von links) stellten die jüngsten und geplanten Weiterentwicklungen für die E-Business Print-Plattform Obility vor.

Prozessoptimierung entscheidet

Mit seiner Präsentation »Prozesse im Fokus« zeigte Obility-Geschäftsführer Frank Siegel die vielfältigen Möglichkeiten der Prozessoptimierung mit der E-Business Print-Plattform. »Die für die Automatisierung erforderliche Funktionalität ist bei Obility selbst im kleinsten Modul vorhanden«, so Siegel. Egal, ob offene Online-Shops, geschlossene B2B-Portale oder gar keine Web-Shops betrieben werden: Automatisierte und standardisierte Arbeitsabläufe entscheiden mehr denn je über die Wirtschaftlichkeit der Produktion. »Die Prozesskosten sind letztlich der Maßstab«, meinte Siegel.

Obility sei grundsätzlich eine Standardlösung, lasse sich aber besonders flexibel an individuelle Anforderungen anpassen. Das bestätigten auch die Anwender, die berichteten, wie sie ihre Prozesse mit Obility verändert und optimiert haben. Zudem betonte Siegel die Bedeutung der Offenheit der Obility-Plattform, dank der sich die E-Business Print-Lösung dynamisch mit Software-Lösungen und Dienstleistungen anderer Anbieter integrieren lässt. Als Beispiele nannte der Obility-Geschäftsführer Kooperation mit Finanzinstitutionen sowie mit IT- und Logistik-Dienstleistern, deren Angebote Obility-Kunden direkt aus dem System heraus nutzen können. »Verkaufen Sie Ihren Kunden Lösungen, nicht bloß Produkte«, forderte Siegel die Teilnehmer auf. »Gefragt sind mehr und mehr intelligente Dienstleistungen, also innovative Geschäftskonzepte.«

Stetig neue Möglichkeiten

Obility basiert auf vier Säulen, die jeweils mit entsprechender Funktionalität aufwarten. So können Unternehmen mit den Obility Printshops die Bestellprozesse für ihre Druck-Erzeugnisse vereinfachen. Die Säule Obility Web2Print Tool-Set umfasst Werkzeuge für eine einfache Online-Gestaltung, Konfiguration und Kalkulation von Drucksachen. Obility ERP2/Smart MIS bietet alle Möglich-

keiten der Organisation betriebswirtschaftlicher Aufgaben, während Obility Print Procurement eine online-basierte Plattform für Druckeinkäufer ist, die eine effiziente Beschaffung von Druck-Erzeugnissen erlaubt. Derzeit stellt Obility Kunden auf das aktuelle Release R50 um und erweitert sein Team um zusätzliche Systemberater. »Darüber hinaus bauen wir die ERP- und MIS-Funktionalität von Obility kontinuierlich aus und erweitern unsere Lösung generell um innovative Möglichkeiten«, versprach Geschäftsführer Werner Jung, der im Hause Obility die technische Entwicklung verantwortet. So waren die jüngsten und geplanten Weiterentwicklungen ein weiterer Fokus von Obility Insight 2018. Unter anderem wurden neue Funktionen und das neue Design des freien HTML-Designers Pro sowie mit Obility Publisher ein Werkzeug für das Zusammenstellen von Inhalten für bedarfsgerecht produzierte Drucksachen wie Kataloge, Preislisten, Verlagsprodukte oder Handbücher vorgestellt. Weitere Beispiele sind ein Content-Management-System für individuelle, SEO-relevante Seitengenerierung in Obility-Shops, die Digital-, Offset- und Finishing-Kalkulation Smart MIS Kalkulation, das Planungswerkzeug ERP2 Produktionsplanung mit Plantafel sowie BDE und Zeitwirtschaft für das Erfassen und Auswerten von Betriebsdaten.

Während der Veranstaltung standen erstmals Software-Consultants von Obility für Gespräche zu den individuellen Anforderungen der Besucher an die Digitalisierung ihrer Prozesse zur Verfügung. Dabei zeigten sie anhand von Live-Demos, wie flexibel und komfortabel sich mit Obility Prozesse in der Druck- und Medienproduktion automatisieren lassen. »Das Format von Obility Insight 2018 kam bei unseren Besuchern gut an. Wir werden daran im kommenden Jahr anknüpfen«, blickte Obility-Geschäftsführer Jens Pötz in die Zukunft.

› www.obility.de



KEEP CALM AND PRINT ON

Talking about print online with Bernd Zipper

BEYONDPRINT 