

OBILITY INSIGHT 2019

FLEXIBEL UND AGIL WIE NIE ZUVOR HANDELN

Die Transformation der Druckindustrie, weitere Entwicklungen im Markt sowie mögliche Veränderungen, die die Digitalisierung noch mit sich bringen kann und wie man damit umgeht, bestimmten die Vorträge und Diskussionen des Anwendertreffens 2019 der *Obility*-User. Das Koblenzer Softwarehaus gab zudem Einblicke in die eigenen Entwicklungen.

Von Klaus-Peter Nicolay | Bilder: Obility

Wenn in China ein Sack Reis umfällt – wen interessiert das schon? Sagte man bisher gerne. «Heute kann das sehr wohl auch für uns wichtig sein», stellte *Obility*-Geschäftsführer FRANK SIEGEL in seiner Begrüssung fest. Natürlich nur im übertragenen Sinne, doch machte er damit deutlich, dass sich die Dinge im Geschäftsleben massiv und immer schneller ändern. «Wir kennen heute eine nie da gewesene Volatilität, extreme Schwankungen, eine zunehmende Komplexität und Mehrdeutigkeit der Vorgänge im täglichen Business, die zu Unsicherheiten führen. Wie aber gehen Unternehmer damit um?», fragte SIEGEL und hatte damit für die *Obility Insight* am 12. und 13. September in Höhr-Grenzhausen die ideale Klammer gefunden. So wurde auch der Slogan des Koblenzer Softwarehauses *Obility* «Einfach Business einfach machen» zum roten Faden im Programm des Anwendertreffens, bei dem auch die Gastredner die Bedeutung einfacher und effizienter Prozesse unterstrichen.

Online wächst rasant

Die entsprechende Diskussionsbasis bot der Vortrag von DR. GEORG WITTMANN, Geschäftsführer des Forschungs- und Beratungsinstituts *ibi research* an der Universität Regensburg.



Obility-Geschäftsführer Frank Siegel: «Unsere Kunden wollen sich verändern. Dafür müssen auch wir uns verändern.» Die Präsentationen auf dem diesjährigen Anwender- und Branchentreffen Obility Insight Mitte September in Höhr-Grenzhausen liessen keinen Zweifel, dass sich das Koblenzer Softwarehaus in diesem Sinne dynamisch entwickelt.

Er untermauerte die Veränderung der Marktstrukturen durch Zahlen des wachsenden E-Commerce, der das Segment Consumer längst verlassen hat. Zwar erzielte der Einzelhandel 2017 knapp 10% seines Umsatzes online (wobei sich die Umsätze in erster Linie auf die 100 grössten Shops konzentrieren), aber, so der Experte: «B2B-E-Commerce ist weltweit noch deutlich grösser als der Consumer-Markt.»

Während dieser Markt zurzeit noch von Handelsunternehmen dominiert wird, betreiben Hersteller heute bereits 20% der Shops selbst. «Sie schalten den Zwischenhandel mit eigenen Shops zunehmend aus», führte WITTMANN aus. Für sie werde der

Vertriebskanal Online immer relevanter. In einer Studie von *ibi research* gingen 2018 drei Viertel der befragten Unternehmen davon aus, dass 2025 die Hälfte der Unternehmensverkäufe online abgewickelt werden. In der Konsequenz könnte die Wertschöpfungsstufe Grosshandel laut DR. WITTMANN nach und nach verschwinden und durch Angebote der Hersteller ersetzt werden. Dass dieser Wandel bereits eingesetzt hat, ist in der Druckindustrie schon längere Zeit zu beobachten: Zuerst gab es eine ordentliche Konsolidierung des Fachhandels, dann kamen Online-Portale, in denen etwa Verbrauchsmaterialien zu ordern waren und heute sind Druckmaschinen- und Pa-

pier-Hersteller selbst in diesem Business tätig.

Grüne Wiese geht eben nicht immer

Welchen Wandel Druckereien in diesem Kontext durchlaufen, verdeutlichte MARCUS KALLE. Ohne Umschweife berichtete er über die Erfahrungen beim Aufbau des Onlineprint-Business bei der *Nino Druck GmbH*, die mit heute über 70 Web-Shops, die für Kunden betrieben werden, die Umsatzgrenze von drei Millionen Euro im nächsten Jahr knacken will. Er schilderte aber auch, welche Veränderungen dies in der Unternehmenskultur mit sich gebracht hat. «Neue Geschäftsmodelle»,

so seine Erfahrung, «lassen sich in einem bestehenden Umfeld nicht oder nur sehr schwer umsetzen!» Jedes benötigte im Grunde genommen sein eigenes Umfeld. «Aber grüne Wiese geht eben nicht immer», so das Urteil von MARKUS KALLE.

«Obility gewinnt bei uns immer mehr an Bedeutung und ist inzwischen das wesentliche Daten-Streaming-Tool Richtung Produktion.» Ohnehin sei der Anteil an IT-Dienstleistungen in den letzten Jahren dramatisch gestiegen. Daher ermunterte KALLE seine Zuhörer, für Kunden erbrachte IT-Dienstleistungen auch in Rechnung zu stellen. «Wir haben das viel zu wenig praktiziert», stellte er fest. «Wir sollten in gewissen Bereichen künftig nicht mehr als Druckerei auftreten, sondern als IT-Dienstleister.»

Gleichzeitig forderte er seine Kollegen auf, bei den Investitionen nicht nur in Prepress, Press und Postpress zu denken, sondern weit darüber hinaus in Vernetzung und die Positionierung des eigenen Unternehmens.

Entscheidungsgrundlagen

Obility nahm die Erfahrungs-Analyse auf und zeigte in einigen kurzen Sessions auf, wie die webbasierte Plattform des Softwarehauses den Wandel unterstützen will. So bildet der *Printmanager* neben *Printseller*, *Printmaker* und *Printbuyer* eine der vier Säulen der E-Business-Print-Plattform und öffne als ERP-Software der Optimierung betrieblicher Abläufe neue Möglichkeiten.

Kern des *Printmanagers* ist ein Expertensystem, das die Auftragsvorbereitung in der Druckproduktion auf neue Bahnen lenkt. Druckereien können in wenigen Augenblicken Angebotspreise automatisch kalkulieren und die optimalen Wege durch ihre Produktion ermitteln – und das für bis zu zehn alternative Produktionswege gleichzeitig. Das Sys-

tem basiert auf einer Wissensdatenbank, in der Produktionsdaten für eine Vielzahl typischer Druckprodukte hinterlegt sind. Diese können an individuellen Anforderungen angepasst und um zusätzliche Produkte ergänzt werden. Beim Kalkulieren der Preise müssen nur noch wenige Daten wie etwa die Auflagen eingegeben werden, danach berechnet der *Printmanager* für alle infrage kommenden Varianten des Auftrags die zugehörigen Arbeitspläne. So liefert der *Printmanager* der Arbeitsvorbereitung solide Entscheidungsgrundlagen. Denn nach Meinung von FRANK SIEGEL (siehe auch Interview auf der folgenden Seite) passen herkömmliche Management-Informationssysteme kaum noch zu den heutigen Anforderungen, weil sie zu wenig automatisiert, unflexibel und zu aufwendig seien. So wurde auch der *Designer Pro* mit dem Ziel entwickelt, die Grenzen von Online-Editoren zu erweitern.

Neues in der Pipeline

Obility Chefentwickler WERNER JUNG überraschte die Teilnehmer mit einer neuen Lagersteuerung, eine Browser-Anwendung, die mit mobilen Endgeräten genutzt werden kann. Die Lagersteuerung unterstützt die Chargen-Rückverfolgung, die in etlichen Industrien zu zentralen Anforderungen zählt. Lagersteuerung erfordert in der Regel hohe Investitionen. «Wir lösen die Aufgaben revisionssicher mit einfachen Mitteln», sagte JUNG.

Obility werde in Zukunft weitere mobile Dienste anbieten, kündigte er an und nannte eine mobile Aussendienststeuerung sowie Betriebsdatenerfassung mit integrierter Zeitwirtschaft. Und es gab auch einen ersten Ausblick auf die *drupa 2020*: Bis dahin will Obility die Betaphase für die Kalkulation abgeschlossen haben und eine Produktionsplanung sowie ein Plug-In für das Content-

Management-System *WordPress* vorstellen.

Inspirieren und voneinander lernen

HOLGER ASSHORN von der *Mediadruckwerk Gruppe* in Hamburg stellte in seinem Beitrag «Controlling ist ein kreativer Prozess» dar, wie E-Business Print Zahlen liefert, die für eine optimale Steuerung der Prozesse im Unternehmen nötig sind – und was in diesem Zusammenhang seine Wünsche an Obility sind. Was Printbuyer morgen erwarten, wie sich Druck-Erzeugnisse online erfolgreich verkaufen lassen, wenn die Angebote stimmen, erläutert *Printelligent.de*-Blogger MARKO HANEKE: «Früher hatten wir Bleiwüsten im Satz. Heute arbeiten wir nicht mehr mit Blei. Aber die Wüste ist geblieben. Zumindest im Service», so HANEKE mit seinem Seitenhieb

auf die zum Teil nicht gerade User-orientierten Angebote im Internet. Sein Tipp: E-Business Print muss auf besondere Produkte, Lösungen und Services setzen.

Das Networking während des Events, der unter dem Motto «Gegenseitig inspirieren, voneinander lernen» stand, wurde von den Teilnehmern durchweg als nützlich bezeichnet. «In einer komplexen und von Volatilität geprägten Zeit müssen wir flexibel und agil wie nie zuvor agieren», hatte FRANK SIEGEL zu Beginn der zweitägigen Veranstaltung gesagt. Dem kann man nur zustimmen und hoffen, dass die angekündigten Produkte den Obility-Kunden die Werkzeuge an die Hand geben, mit denen sie das erreichen können.

> www.obility.de

Toscana

Graubünden

Edle Weine der Brüder Davaz.

www.davaz-wein.ch
www.poggioalsole.com