

Zukunftsorientierte Druckproduktion setzt digitalisierte Prozesse voraus

Obility Insight 2025

Prozessoptimierung mit Obility in der Praxis, Einsatzmöglichkeiten der Künstlichen Intelligenz (KI) in der Druckindustrie, die jüngsten Entwicklungen des Koblenzer Software-Hauses, neueste Lösungen wichtiger Partner, eine Diskussionsrunde zum Thema „Generation Z & Print: Neue Wege zu Kunden und Köpfen?“ – die Agenda des Kunden- und Branchentreffens Obility Insight 2025 war ausgesprochen kurzweilig.

Druckdienstleister, die an den Events der stetig wachsenden Obility-Community teilnehmen, haben eines gemeinsam: Sie richten ihre Unternehmen mit den E-Business Print-Lösungen des Koblenzer Software-Hauses konsequent auf die Zukunft aus. So berichteten beim ausgebuchten Obility Insight 2025 am 26. Juni in Höhr-Grenzhausen mit der Grunewald GmbH, der Kemna Druck GmbH und der Schellenberg Druck AG drei Kunden, wie sie ihre Arbeitsabläufe mit Obility digitalisieren und automatisieren – und wie sie davon profitieren.

SCHRITTWEISE TRANSFORMATION

„Typischerweise gehen unsere Kunden Schritt für Schritt vor: Zunächst stellen sie Teilprozesse um und minimieren in diesen ihren administrativen Aufwand. Die auf diese Weise freigeschaufelten Zeit- und Effizienzgewinne nutzen sie anschließend für weitere Prozessverbesserungen. Damit setzen sie in ihren Unternehmen Erfolgsspiralen in Gang, die sich kontinuierlich in Richtung einer effizienteren und rentableren Produktion drehen. Im Ergebnis senken sie ihre Kosten, verkürzen ihre Durchlaufzeiten, verbessern ihre Services für ihre Kunden und verdienen auch mit kleineren Druckaufträgen Geld“, nannte Obility-Geschäftsführer Frank Siegel die entschei-



Das Branchen- und Anwendertreffen Obility Insight am 26. Juni 2025 in Höhr-Grenzhausen war ausgebucht.

denden Kriterien. „Mit unseren Kunden- und Branchentreffen wollen wir euch – getreu unserem Motto ‚Voneinander lernen, miteinander profitieren‘ – Impulse geben, in euren Unternehmen solche Spiralen in Gang zu setzen.“

Digitalisierung zunächst der Daten, dann der Funktionen und schließlich der Prozesse – so laute die Vorgehensweise. In Zukunft werde die Digitalisierung der Entscheidungen mit Hilfe der KI hinzukommen. Gefragt sei ein umfassendes Business Process Management (BPM), also ein methodischer Ansatz für die Analyse, Modellierung, Automatisierung, Überwachung und kontinuierliche Optimierung der Geschäftsprozesse in der Druckproduktion. „Das Ziel sind durchgängige Workflows, die in euren Unternehmen automatisch angestoßen werden. Mit unseren webbasierten Software-Lösungen geben wir euch alle Möglichkeiten an die Hand, solche Workflows zu realisieren“, so Frank Siegel.

PROZESSE NEU DENKEN

Tim Grunewald von der gleichnamigen, 1985 gegründeten Unternehmensgruppe mit Hauptsitz in Kassel, hatte für seine Präsentation den Titel „Von FileMaker zur vernetzten Prozessland-

schaft – wie Grunewald mit Obility die Digitalisierung und Prozessoptimierung greifbar macht“ gewählt. „Als Vorbereitung unseres Umstiegs auf Obility haben wir unsere durchaus komplexen Prozesse zunächst praktisch komplett neu gedacht“, blickte der Geschäftsführer zurück.

Die Unternehmensgruppe mit bundesweit vier Standorten bietet ein umfassendes Dienstleistungsspektrum rund um die Druckproduktion an – angefangen bei der Beratung, Konzeption und Gestaltung bis hin zur Individualisierung und Personalisierung. Die Werbemittel des Tochterunternehmens bkpromotion runden das Portfolio ab. Sie werden in aller Regel in maßgeschneiderten Faltschachteln und häufig mit personalisierten Mailings an Kunden geliefert. Grunewald arbeitet seit 30 Jahren im Digitaldruck, verfügt aktuell über zehn Digitaldruckmaschinen und ein Lager mit 2.000 Palettenstellplätzen.

Im ersten Schritt seiner digitalen Transformation übernahm das Unternehmen Anfang 2025 weite Teile seines Belegwesens in Obility. Ebenfalls weitgehend in die neue Digitalisierungsplattform übernommen wurden inzwischen u.a. die statistischen Auswertungen und Ab-

Die drei Obility-Geschäftsführer Frank Siegel, Werner Jung und Jens Pötz begrüßten die etwa 70 Teilnehmer zum diesjährigen Branchen- und Anwendertreffen Obility Insight.



rechnungen, der Lieferverteiler einschließlich des Schreibens der Lieferscheine sowie die Adressverwaltung. „Wir erzielen hier überall deutliche Effizienzgewinne – und schließen Fehlerquellen aus“, so Grunewald. „Damit schaffen wir uns das Fundament für die schrittweise Übernahme weiterer Funktionen und Prozesse in Obility.“

WARUM DIE PARTNERSCHAFT MIT OBILITY?

Aktuell arbeitet Grunewald u.a. an der Umstellung seines Auftrags-Managements und an der Einführung einer digitalen Auftrags tasche, womit das Unternehmen einen ersten Schritt in Richtung Plantafel gehen will. Weitere Beispiele sind die Implementierung einer DATEV-Schnittstelle zur Einbindung des Mahnwesens, die Artikelkonfiguration und die Anbindung der mehr als 25 Closed Shops von bkpromotion. Parallel werden die bereits umgestellten Prozesse sukzessive weiter optimiert. „In der Software ist weit mehr möglich, als wir aktuell nutzen“, schildert Tim Grunewald.

Für die nähere Zukunft stehen u.a. die Umstellung der Lagerverwaltung und der Betriebsdatenerfassung sowie die automatische Kalkulation auf der Agenda. „Wir können Obility flexibel auf unsere Anforderungen ausrichten, alle Prozesse in einem skalierbaren System abbilden und über API- oder XML-Schnittstellen Lösungen anderer Anbieter integrieren. Aus Sicht des Datenschutzes ist auch elementar wichtig, dass unsere Daten in Deutschland gehostet werden“, nannte Tim Grunewald weitere Aspekte, die bei der Entscheidung für die Zusammenarbeit mit Obility den Ausschlag gaben. „Wir verfügen heute in einer vernetzten Lösung über eine zentrale Datenverwaltung und einen transparenten Informationsfluss – und können unsere Daten flexibel statistisch auswerten.“ So wurde bei dem Unternehmen z.B. ein Auftrags-Management eines Kunden über eine XML-Schnittstelle angebunden. Seither fließen dessen Aufträge automatisch in dieses System, werden hier in Produktionsaufträge umgewandelt und anschließend über Obility abgewickelt.

DIGITAL DENKEN, ANALOG BEEINDRUCKEN

Auch Kemna Druck aus Kamen mit 25 Mitarbeitern ist heute eine reine Digital-

druckerei. So verfügt das 1971 gegründete Unternehmen über zwei digitale Bogendruckmaschinen, eine Etiketten-Inkjet-Druckmaschine und etliche Möglichkeiten in der Weiterverarbeitung. Auch hier begann die digitale Transformation der Geschäftsprozesse mit dem Aufbrechen der vorhandenen Denkweisen und Arbeitsabläufe – gefolgt von einer Pilotphase mit ersten Modulen der Obility-Plattform.

„Unser Slogan ‚Außer Geld drucken wir alles‘ stammt noch von unserem

Großvater“, erklärte Friederike Heckmann, die Kemna Druck gemeinsam mit ihrem Bruder in dritter Generation führt.

„Bis heute hat sich im Grunde wenig daran geändert.“ So umfasst das Portfolio des Unternehmens über konventionelle Geschäftsausstattungen hinaus auch Etiketten, Verpackungen, Mailings und Werbetechnik. Zunehmend Bedeutung gewinnen seine Services wie u.a. die Marketing-Beratung und die Verpackungsentwicklung. „Für uns ist es wichtig, die Effizienz mit den Emotionen un-

IM GESPRÄCH MIT FRANK SIEGEL, GESCHÄFTSFÜHRER OBILITY

Wo sehen Sie bei Ihren Kunden das größte Interesse und den dringendsten Bedarf?

Die meisten Kunden sind sehr konkret und geben an, dass sie es in der zur Verfügung stehenden Zeit mit ihrem Team und den vorhandenen Strukturen schlichtweg nicht schaffen, die Aufträge so günstig in den Markt zu bringen, dass sie damit überleben können. Dies ist in der Regel die Ausgangsbasis. Wir leisten Hilfe, indem wir ihnen Zeit „schenken“, damit sie künftig in der gleichen Zeit mehr Aufträge abwickeln können. Das ist das Ziel. Erreicht wird dies, indem wir durch sukzessive Umstellungen dem Kunden dabei helfen, seine Effizienz zu steigern und Fehlerquellen zu eliminieren. Die ersten Schritte der Digitalisierung bilden dabei sozusagen die Hilfestellung und den erforderlichen Anstoß, um Erfolgsspiralen in Gang zu setzen. Dabei ist es jedoch entscheidend, die gewonnenen Kapazitäten auch dazu zu nutzen, um die nächsten Schritte der Digitalisierung anzugehen. Die Devise lautet dabei: Schritt für Schritt und dabei kontinuierlich am Ball bleiben.

Einigen Druckdienstleistern ist es gar nicht bewusst, warum ihnen am Ende des Jahres trotz eines identischen Umsatzes kein Gewinn mehr bleibt. Dabei liegt es auf der Hand: Die Kosten pro Auftrag bleiben gleich, der Umsatz pro Auftrag geht jedoch zurück, und damit sinkt auch die Spanne. Sie machen zwar den gleichen Umsatz wie früher, doch durch die kleineren Auftragsgrößen entsteht ein deutlich höherer Verwaltungsaufwand, der entsprechende Kosten hervorruft. Daher ist es entscheidend, die Kosten jedes Auftrags mit Blick auf die Verwaltung und Abwicklung zu senken. Und genau hier setzen wir an.

Damit dieser Ansatz auch Erfolg hat, gibt es zwei Chancen: Entweder ist man als Chef selbst IT-affin oder man holt



Obility Geschäftsführer Frank Siegel

sich jemanden an Bord, der dies für einen übernimmt. Man benötigt jemanden, der die IT verantwortet, und dies ist keine Aufgabe, die man neben seinen bestehenden Pflichten übernehmen kann.

Welchen Stellenwert nimmt KI für Ihr Unternehmen und Ihre Kunden ein?

Wir setzen uns intensiv mit dem Thema KI auseinander – sowohl intern, um unsere eigenen Prozesse effizienter zu gestalten, als auch in konkreten Projekten, in denen wir Potenziale für unsere Kunden prüfen. Aktuell arbeiten wir beispielsweise mit der Berliner Hochschule für Technik (BHT) zusammen. Ob und welche Ansätze daraus in Produkte einfließen, ist noch offen – aber wir sind aktiv dabei. Gleichzeitig ist für uns klar: Viele unserer Kunden wollen eigene KI-Projekte realisieren. Deshalb ist es für uns entscheidend, dass unsere Systeme offen und anschlussfähig sind. Unsere Lösungen liefern strukturierte Formate und stellen über offene Schnittstellen (APIs) Daten und Funktionen bereit – so kann jede externe KI-Anwendung mit dem ERP-System kommunizieren und echten Mehrwert schaffen.

Herr Siegel, wir danken Ihnen vielmals für das interessante Gespräch!

serer Kunden zu verbinden – also Print mit Digital“, betonte die Geschäftsführerin in ihrer Präsentation „Digital denken, analog beeindrucken“.

„Unser komplexer Prozess und unsere zahllosen Produkte machen es uns manchmal schwer, geeignete Produktionslösungen zu finden“, stellte Friederike Heckmann fest. Bei Obility sei das anders gewesen. Beide Unternehmen lernten sich erst vor etwa eineinhalb Jahren kennen. Inzwischen bildet Kemna Druck mit Obility bereits sein gesamtes Belegwesen digital ab.

Damit hat das Unternehmen die Basis geschaffen, seine kaufmännischen Prozesse automatisch anstoßen zu können – angefangen beim Umwandeln seiner Angebote in Auftragsbestätigungen über das Generieren der Auftragsaschen bis hin zum Schreiben der Rechnungen und Lieferscheine. So kann es heute den Status seiner Aufträge verfolgen, ohne in die Produktion gehen zu müssen. Im nächsten Schritt plant Kemna Druck die Umstellung seiner Kalkulation auf Obility.

Sowohl Friederike Heckmann als auch Tim Grunewald betonten in ihren Vorträgen die Wichtigkeit, die Mitarbeiter bei der Veränderung der Prozesse mitzunehmen. Beide Unternehmen bewältigten diese Herausforderung, indem sie in die Neugestaltung der Prozesse Mitarbeiter aus allen Abteilungen einbezogen und sie vor der Umstellung in geeigneter Weise schulen ließen.

ENTSCHEIDEND IST, WAS IHR AUS OBILITY MACHT

„Wir sind alle Gewinner. Denn wir sind noch da. Viele Unternehmen haben es nicht bis hierhin geschafft“, meinte Philipp Wyss. Bei früheren Insight-Veranstaltungen hatte der Qualitäts- und Umweltmanager sowie Systemadministrator der Schweizer Schellenberg Druck

AG mit zehn Standorten bereits zweimal dokumentiert, welche Bedeutung die Funktionalität der Obility-Plattform für die Zukunftsfähigkeit der Unternehmensgruppe hat.

Inzwischen hat es seine Prozesse vollständig digital transformiert. Philipp Wyss erklärte, wie weitreichend die Prozessoptimierungen sind, die daraus resultieren. Beispiel Reklamationskosten: Anhand eines Prüfplans mit Checklisten zu allen Kostenstellen konnten diese Kosten von Jahr zu Jahr verringert werden – u.a. indem detailliert definiert wurde, wer primär und sekundär für die jeweiligen Prozesse verantwortlich ist.

Ein zweites Beispiel sind Analysen der Gründe, weshalb Schellenberg Druckaufträge noch in der Angebotsphase verliert. „Müssen wir günstiger anbieten? Müssen wir schneller werden? Aus den Antworten leiten wir heute Anregungen ab, wie wir unsere Prozesse verbessern müssen, um diese Aufträge künftig zu bekommen. Wir erkennen die Stärken und Schwächen unserer Produkte – und wo wir konkret ansetzen müssen. Und wir sehen, auf welcher Stufe des Verkaufsprozesses wir Aufträge verlieren“, erklärte Philipp Wyss. „Das ist alles sehr, sehr spannend.“

Zudem mache das Unternehmen mit Obility transparent, mit welchen Aufträgen es Geld verdiene – und bei welchen das nicht der Fall ist. So hat Schellenberg in seiner Qualitätssicherung drei Standardstufen etabliert, die diese Frage bei allen Druckaufträgen anhand verschiedener Parameter transparent beantworten. Enorme Effizienzgewinne habe zudem die automatische Kalkulation einschließlich Ermittlung der optimalen Produktionswege ermöglicht.

In seinem digitalen Führungshandbuch hat Schellenberg alle Prozessoptimierungen dokumentiert. Die Mitarbeiter sind gehalten, auf diese Informatio-

nen zuzugreifen. Wenige Klicks genügen, schon finden sie hier zu den für sie relevanten Prozessen detaillierte Aufgabenbeschreibungen. Indem sie quittieren, was sie gelesen haben, wird für Philipp Wyss transparent, inwieweit die Aufgabenbeschreibungen auch gelernt und umgesetzt werden. „Obility ist immer das, was ihr daraus macht“, so der Qualitätsmanager.

KURZWEILIGE AGENDA

Neben diesen spannenden Informationen aus der Praxis der digitalen Transformation bei drei Druckdienstleistern waren die von Printfluencer Luca Rieser moderierte Podiumsdiskussion zur Frage „Generation Z & Print – neue Wege zu Kunden und Köpfen?“ und der Obility Orbit weitere Highlights des diesjährigen Branchen- und Anwendertreffens.

Beim Obility Orbit präsentierten Experten der Partnerunternehmen Tessitura, Impressed, Motioncutter und Printess Lösungen, mit denen Obility Kunden zusätzlichen Mehrwert generieren können. In der Diskussionsrunde war man sich einig, dass die Branche mehr für Print werben und deutlicher ihre Attraktivität als Anbieter einer Vielzahl interessanter Berufsfelder gerade auch für junge Leute kommunizieren sollte – seien hier doch Disziplinen wie u.a. Maschinenbau, Prozessoptimierung und Farbpsychologie vertreten.

Prof. Dr.-Ing. Michael Dattner von der Berliner Hochschule für Technik (BHT) nahm vom diesjährigen Obility Insight konkrete Projekte mit, in deren Rahmen er mit einigen der teilnehmenden Unternehmen u.a. an den Einsatzmöglichkeiten der KI in der Angebotserstellung arbeiten wird. In seiner Präsentation zum Thema „Next Generation Print: KI-Projekte aus dem Hörsaal“ hatte er zuvor auf verschiedene interessante Potenziale hingewiesen, die er für diese Technologie in der Druckbranche sieht.

Mit den Präsentationen von Jens Reifemberger zum neuen Closed Shop-System von Obility und von Marcus Silber zu den jüngsten Neuerungen im Print ERP des Unternehmens bekamen die Teilnehmer zudem Hinweise, wie sie diese Innovationen in ihren Unternehmen für Prozessverbesserungen nutzen können.

Das nächste Branchen- und Anwendertreffen Obility Insight wurde für den 18. Juni 2026 terminiert.



Diskussionsrunde zum Thema „Generation Z & Print – neue Wege zu Kunden und Köpfen?“ mit Prof. Dr.-Ing. Michael Dattner, Friederike Heckmann, Luca Rieser, Tim Grunewald und Tobias Schwall von der Schwall Medien GmbH