

PRINTlive

Kundeninformation der Printplus AG

38

Vorwort



Liebe Leserin, lieber Leser

Der Karneval in Köln, das Oktoberfest in München oder die Alpfahrt im Appenzelerland sind stark in der Bevölkerung verankerte Anlässe. Traditionen sind ein wichtiger Bestandteil der Kultur. Sie geben Halt und Identifikation. Tradition schliesst die Veränderung nicht aus. Wichtig ist, das Gute an der Tradition zu erkennen und zu prüfen.

Was hat sich bewährt und was wollen wir ändern? Wir haben bei Printplus in den letzten Jahren viele interne Arbeitsabläufe geprüft und überarbeitet. Die aktuellste Veränderung betrifft den Entwicklungsprozess. Nach der Umstellung programmieren und prüfen wir jede einzelne Anpassung und geben diese frei. Die Summe der freigegebenen Erweiterungen fließt in die nächste Version ein, die wir so immer termingerecht jeweils am 1. Januar, 1. Mai und 1. September des Jahres ausliefern. Wir haben automatisierte Softwaretests eingeführt. Jede Nacht testen wir aktuell mehr als 1'000 Anwendungsfälle – Sie profitieren damit von stabileren Versionen. Planen Sie ein Update, dann können Sie an der Printplus AKADEMIE vorab die neuen Funktionen kennenlernen oder Sie informieren sich in den umfangreichen Hilfeseiten. Die Aktualisierung der Hilfe ist seit mehreren Jahren in den Entwicklungsprozess integriert. Damit stellen wir sicher, dass mit jeder neuen Version die angepassten Hilfeseiten installiert werden. Dieser Prozess ist jetzt schon zur Tradition geworden und ist Teil unserer Qualitätskultur.

Ergänzt wird diese Ausgabe mit einem Rezept aus der Region. Lassen Sie Ihre regionalen, traditionellen Gerichte bei Seite und probieren Sie es aus.

En Guete!

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'A. Sturzenegger'. The signature is fluid and cursive.

Alex Sturzenegger
Geschäftsführer Printplus AG

Impressum
Herausgeber Printplus AG
Gestaltung VITAMIN2 AG
Druck Howigra AG, Schmid-Fehr AG

Inhalt

6

Printplus DRUCK
Warum das Produkt und der Markt nicht über Erfolg entscheiden

10

Printplus DRUCK
Ziel ist, ein Bild über den Kunden zu bekommen

22

Printplus DRUCK
Mit Printplus DRUCK auf dem neuesten Stand

24

drupa 2016
Die glücklichen Toblerone Gewinner

12

Restaurant Grüntal, Altstätten
Ribel – wiederentdeckte Rheintaler Spezialität

16

Printplus DRUCK
Vorankündigung – Wir präsentieren die neue Printplus Kalkulation

26

Printplus Druck.X
So stimmt die Rechnung

28

Printplus AG
Neue Kunden

18

Printplus DRUCK
Der Wandel von analoger zu digitaler Produktionsplanung und -steuerung

20

Printplus DRUCK
Auf dem Weg zur industriellen Druckfertigung

Stress und Druck prägen den Verkaufsalltag. Die einen halten dieser Situation stand und wachsen daran, andere zerbrechen. Externe Umstände wie das Internet, Preiswettbewerbe, sinkende Kundentreue oder schlechte Zahlungsmoral identifizieren Verkäufer schnell als Gründe für sinkende Umsätze. Auf der anderen Seite gibt es Unternehmen, die unter genau diesen Umständen erfolgreich sind. Was machen die anders?

Warum das Produkt und der Markt nicht über Erfolg entscheiden

In meiner Zeit im Immobilienaussendienst mit über 50'000 geführten «kalten» Akquise Telefonaten, über 7000 Verkaufsgesprächen und Abschlussquoten von 1:1,5 habe ich eines gelernt: Wir können die Umstände oft nicht ändern. Jedoch können wir ändern, was wir aus den Umständen machen. Die entscheidende Frage ist: Worauf richten wir unsere Energie?

In vielen Unternehmen stehen die Probleme im Fokus. Es wird stundenlang darüber debattiert wo die Probleme sind, warum sie da sind, wie sie entstanden sind und wer sie zu verantworten hat. Nicht selten gehen Menschen nach einem Meeting auseinander und kennen das Problem ganz genau. Sie kennen sogar Probleme, die noch nicht einmal da sind und das Beste ist: Sie kennen sogar die Schuldigen. Das einzige was sie nicht kennen, ist die Lösung. Damit tappt man in seine eigene Falle.

Eines der mächtigsten Erfolgsgesetze im Leben und im Verkauf ist die Macht der Erwartung. Vereinfacht bedeutet das: Du bekommst, was du erwartest. Wenn du Preiskämpfe erwartest, wirst du sie auch bekommen. Der Hintergrund ist einfach: Unser Handeln folgt immer unserem Fokus. Ich kann nicht in die eine Richtung schauen und in die andere laufen. Im Verkauf ist es genauso: Ich kann nicht erwarten, dass alles gut läuft wenn ich mir vor dem Gespräch schon ausmale, was alles für Probleme auftreten könnten. Einer der Hauptunterschiede zwischen erfolgreichen und weniger erfolgreichen Verkäufern ist nicht der Markt oder das Umfeld, es ist ihr Fokus.

Ein weiterer Unterschied liegt im Aufbau des Verkaufsprozesses. Viele Verkäufer schießen sich selbst aus dem Rennen, in dem sie einen Grossteil des Verkaufsprozesses damit verbringen, über objektive Nutzenmerkmale und Eigenschaften ihres Produktes oder ihrer Dienstleistung zu reden. Sie stellen das «WAS» und «WIE» in den Mittelpunkt der Argumentation. Sie probieren mit Zahlen, Daten und Fakten zu überzeugen, jedoch funktioniert das nicht. Wir treffen Kaufentscheidungen immer zuerst im Zwischenhirn, dem Sitz der Emotionen. Produkte sind austausch- und vergleichbar. Je mehr also ein Verkäufer seinen Fokus, damit auch den Fokus des Kunden, auf das Produkt und die Fakten legt, desto austausch- und vergleichbarer macht er sich. Das Ergebnis sind sinnlose Preis-, Konkurrenz- und Rabattschlachten. Ein reiner Produktverkauf führt nicht zum Erfolg. Kunden wollen emotional abgeholt und überzeugt werden und das geschieht mit dem «WARUM». Je stärker die emotionale Antwort eines Unternehmens auf die Frage: «Warum soll ich dein Kunde werden?» ist, desto erfolgreicher ist das Unternehmen! Das «Warum» ist die tiefste Überzeugung, der Daseinszweck eines Unternehmens und gleichzeitig der Emotionsköder für den Kunden. Es muss immer über dem Produkt stehen.

Katja Porsch
Keynote-Speaker
porsch@katja-porsch.de



«Es ist notwendig, so viele Informationen wie möglich gut aufbereitet zur Verfügung zu haben.»

Die Achillesferse im heutigen Wettbewerb ist die Zeit. Alles wird schneller und Kunden erwarten Informationen und Lösungen am besten gestern. Auch das können wir nicht ändern. Aber wir können uns entsprechend ausrüsten. Ich bin immer wieder erstaunt, dass es Unternehmen gibt, die ohne CRM-System arbeiten oder dieses nur bedingt nutzen. Gerade in der heutigen Verkaufswelt ist es notwendig, so viele Informationen wie möglich gut aufbereitet zur Verfügung zu haben. Richtig eingesetzt, unterstützt ein CRM-Tool Verkäufer im Verkaufsprozess, von der Akquise bis zum Abschluss. Alle relevanten Informationen, vom Erstkontakt bis zur automatischen Wiedervorlage speichert die Software. Die Summe der Informationen gibt ein Bild über die Vorlieben und Bedürfnisse eines Kunden ab. So gelingt das Finden des «Warum» für jeden einzelnen Kunden.

Zusammengefasst bedeutet das:

- Konzentrieren Sie sich weniger auf die Probleme, sondern finden Sie Lösungen.
- Machen Sie sich bewusst was Sie erwarten, denn Ihr Handeln folgt immer Ihrem Fokus.
- Finden Sie Ihr individuelles «Warum» und gleichzeitig das «Warum» Ihrer Kunden.
- Nutzen Sie professionelle Organisations- und CRM-Tools, um Ihren administrativen und Zeitaufwand so gering wie möglich zu halten.
- Sammeln Sie so viele relevante Informationen Ihrer Kunden wie möglich und haben Sie diese jederzeit abrufbereit. Das ist Ihre einzige Chance, sich vom Wettbewerb abzugrenzen.



Katja Porsch – Motivational Speaker, Verkaufsexpertin und Autorin

Katja Porsch war eine der abschlussstärksten Immobilienverkäuferinnen im Kapitalanlagebereich. Gestartet mit dem Berliner Telefonbuch in der Kaltakquise weiss sie, wie man sich in einem hart umkämpften Markt durchsetzt und an die Spitze gelangt.

Aber sie weiss auch, wie schnell man wieder fallen kann. Sie war zweimal Pleite. Aber sie hat sich nicht unterkriegen lassen und kämpfte sich wieder nach oben. «Es ist nicht schlimm wenn du scheiterst. Wichtig ist nur, dass du wieder aufstehst.» Das ist einer ihrer Leitsätze, der ihr Leben geprägt hat. Aus eigener Erfahrung weiss sie: Man kann die Umstände nicht ändern, aber das, was man aus ihnen macht.

Heute ist Katja Porsch gefragte Rednerin zu den Themen Erfolg, Motivation und Verkauf, zählt zu den führenden Sales Experten und ist Autorin mehrerer Bücher und Fachartikel. Ihr drittes Buch: «Wenn Dir das Leben in den Hintern tritt, tritt zurück: Wie Du kriegst, was Du willst,» ist am 1. Dezember 2016 beim Goldegg Verlag erschienen.

www.katja-porsch.com



Stark auf Emotionen setzt der Mailingspezialist Wirtz Druck aus Datteln. Die Marke «Mailing-Liebe – die Marke mit Kopf für's Herz» stellt das «Warum» in den Mittelpunkt.

www.wirtz-druck.de

In ihrem Beitrag beschreibt Katja Porsch, dass Produkt und Markt kaum über den Erfolg entscheiden. Das «Wie» und «Was» sind im Verkauf weniger wichtig, ausschlaggebend ist das «Warum», betont die Verkaufsexpertin. Das hört sich einfach an, doch wie kommen Verkäufer zu überzeugenden Argumenten?

Ziel ist, ein Bild über den Kunden zu bekommen

Printplus IVIS ist als CRM-Tool fester Bestandteil des Printplus Gesamtkonzeptes. Das Modul ist voll in Printplus DRUCK integriert. Nimmt der versierte Medienberater Einsicht in die Historie eines Kunden, dann ist er in der Lage gute Argumente für das «Warum» zu finden. Diese Unterstützung ist für den Verkauf ein gravierender Vorteil. Spannend zu erfahren, wie sich ein erfolgreiches Unternehmen auf den Markt vorbereitet. Von welchen Funktionen profitiert das Verkaufsteam am meisten?

Wir haben den Geschäftsführer einer Druckerei mit 72 Mitarbeitern, davon vier im Aussendienst, gefragt, wie er das Thema angeht. Interessant wie Markus Birnkas-Frick von Gutenberg-Werbering aus Linz sein Team für die Zukunft aufstellt.

Herr Birnkas-Frick, wie stellen Sie sich Ihr Team der Zukunft vor?

Für die Zukunft streben wir Einheiten aus Innendienst und Vertrieb an. Die Bündelung von Angebotswesen mit der Beschaffung für die Produktion sehen wir in unserem Unternehmen als strategisches Thema. Das Ziel dieser Strategie ist die gegenseitige Unterstützung im Team. Zentral dabei ist, wichtige Informationen zunächst zu sammeln, damit diese für Auskünfte bereit stehen.

Wie gehen Sie hier konkret vor?

Wir haben angefangen Erkenntnisse aus Kundengesprächen im IVIS als Aktivität zu erfassen. Gepflegte Informationen zu Adressen, Kontaktpersonen sowie Vorgängen sind extrem wertvoll für die Marktbearbeitung. Die generelle Herausforderung im Markt ist, dass wir uns den bereits angedachten Lösungen der Kunden stellen müssen. Der Verkaufsaussendienst ist in der Vergangenheit vielfach zum «Preisabklärer» geworden. Das ist eine schlechte Ausgangslage für den Verkauf.

Was nehmen die Mitarbeiter zu einem Aussendiensttermin mit?

Wir gehen in der Regel aus konkretem Anlass zum Kunden. Der Kunde hat häufig schon seine Kampagne mit dem entsprechenden Produkt geplant. Unser Berater soll vor dem Termin darüber nachdenken, ob der Plan des Kunden gut überlegt ist. Konkret: Wir nehmen zum Kunden ein Angebot mit, welches ihm einen zusätzlichen Mehrwert bietet.

Machen Sie Kaltakquise per Telefon?

Ja, auf alle Fälle ist die Telefonakquise ein wichtiger Bestandteil im Verkauf. Vor einem «kalten» Telefonat mit dem Kunden senden wir ein Akquise-Mail. Die angerufenen Kunden fühlen sich gut betreut,

Für die Zukunft streben wir Einheiten aus Innendienst und Vertrieb an.

Markus Birnkas-Frick
Betriebsleiter
Gutenberg-Werbering GmbH



Gutenberg-Werbering GmbH
Anastasius Grün-Strasse 6
AT-4021 Linz
Tel. +43 732 69620
office@gutenberg.at

wenn wir bei der Beratung zurückliegende Abklärungen berücksichtigen. Eine gute Vorbereitung ist für die Kaltakquise sehr wichtig.

Auf welche Weise unterstützt Sie Printplus IVIS in der Vorbereitung?

IVIS hilft uns sehr, da wir über die Option «Outlook-Integration» die E-Mails konsequent der Adresse oder dem Auftrag zuordnen. Die mit Telefonnotizen und Besuchsberichten vervollständigte Historie ist ideal für die Vorbereitung eines Gespräches. Wir achten sehr darauf, wie der Kunde mit uns kommunizieren möchte. Es gibt Einkäufer, die ein ausführliches schriftliches Angebot brauchen. Andere wünschen vor der Bestellung eine kurze Zusammenfassung per E-Mail. Die Vorlieben der Kunden pflegen wir im IVIS.

Was erwarten die Kunden von Ihnen?

Kunden wollen eine unkomplizierte Lösung für Ihre Anforderung. Die Beratungskompetenz in unserer Branche ist meiner Meinung nach rückläufig. Unsere Kunden sind oft erstaunt, was wir an Beratung im Vorfeld der Produktion anbieten. Gerade Laien erwarten einen umsichtigen Partner, der sich um Ihre Sorgen kümmert.

Wie hoch ist der Anteil beratungsintensiver Aufträge?

30 bis 35 Prozent der Produkte, die wir fertigen sind sehr beratungsintensiv. Diese Produkte machen aufgrund der höheren Wertigkeit einen starken Anteil am Umsatz aus.

Wie sind Sie die Umstrukturierung des Verkaufsteams angegangen?

Wir analysierten zuerst die internen Prozesse. Danach haben wir an der Printplus AKADEMIE unser Wissen über Printplus IVIS aufgefrischt. Es folgten interne Schulungen der Mitarbeiter. Wir haben mit den jüngeren Kollegen angefangen, strukturiert Informationen über die Kunden zu sammeln. Wir wollen ein Bild über den Kunden haben. Das Bild soll uns Aufschluss darüber geben, was der Kunde in Zukunft von uns noch brauchen könnte. Die Mitarbeiter, die begonnen haben so zu arbeiten, sind von der strukturierten Arbeitsweise schwer begeistert.

Wie läuft der Austausch im gesamten Team?

Der Austausch zwischen «alten Hasen» mit jungen Mitarbeitern funktionierte bei uns immer schon recht gut. Mittlerweile sind die älteren Kollegen hellhörig geworden. Sie erkennen den Nutzen zentral verfügbarer Informationen. Volltextsuche, Suche nach Dokumenten oder die Suche nach ähnlichen Anforderungen bringen zusätzliche Erkenntnisse. Die Recherche ist oft die Grundlage für eine zündende Idee, die wir dann dem Kunden als beste Lösung anbieten.

Welche Funktionen in Printplus IVIS bringen Ihnen den meisten Nutzen?

Den Schriftverkehr über die «Outlook-Integration» den Adressen zuzuordnen steht hier ganz vorne. Diese Möglichkeit ist ein wesentlicher Bestandteil, um unser Ziel zu erreichen. Der Inhalt des E-Mails ist gleich in der IVIS Aktivität zu lesen. Dies ist perfekt für die Vorbereitung auf das nächste Gespräch.

Ausserdem unverzichtbar ist die Schnell-Info. Diese Funktion schafft eine Grundstruktur für den Tagesablauf. Die Schnell-Info in Printplus IVIS sowie in der Auftragsverwaltung ermöglicht ein Zeitmanagement über den gesamten Prozess hinweg. Was muss ich heute erledigen, was kann ich delegieren? Haben die Kollegen die Aktivitäten abgearbeitet? Die persönliche «To-do-Liste», zu wissen was auf einen zu kommt, möchte bei Gutenberg-Werbering heute niemand mehr hergeben.

Der Ribel gehört zum Rheintal wie die Olma-Bratwurst zu St.Gallen. So sind weitläufige Maisfelder ein für die Region typisches Bild. Das traditionsreiche Gericht «Ribel» mit einer über 300 jährigen Geschichte entstand im Rheintal. Der Mais dazu wird ausschliesslich hier angebaut. Im Verlauf des 20. Jahrhunderts geriet der Ribel fast in Vergessenheit. Heute findet man ihn wieder auf Restaurant-Speisekarten und in Lebensmittelgeschäften. So auch bei Fredi Koller im Restaurant Grüntal in Altstätten.

Ribel – wiederentdeckte Rheintaler Spezialität

Traditionelles Getreide im Rheintal

Die Geschichte des Ribelmais im Rheintal lässt sich bis ins 17. Jahrhundert zurückverfolgen. Dies belegen Schriftstücke von Zehntenabrechnungen. Der Mais ist seit jeher eng mit dem Rheintal verknüpft. Das typisch feucht-warme Klima schafft ideale Bedingungen für Mais, während Weizen- und Gerstenpflanzen dieses Klima weit weniger bevorzugen. Das führte dazu, dass Mitte des 19. Jahrhunderts bereits zwei Drittel der Rheintaler Ackerbaufläche zum Maisanbau verwendet wurden.

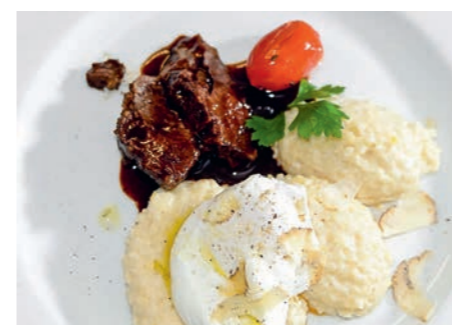
Im Gegensatz zu anderen Ackerbaugebieten, wurde die Kulturpflanze im Rheintal hauptsächlich als Speisemais für den Verzehr und nicht als Futtermais für das Vieh angebaut. Daraus entwickelte sich im Laufe der Zeit eine bemerkenswerte genetische Vielfalt, die bis heute erhalten ist.

Fast jede Rheintaler Familie baute früher auf ihren Feldern oder im eigenen Garten Ribelmais an, welcher jeweils im Herbst geerntet wurde. Die Ernte, je nach Dialekt «Schelfera», «Usschella» oder «Hül-sche» genannt, war bis weit ins 20. Jahrhundert eines der wichtigsten Ereignisse des Jahres. Dabei wurden die Maiskolben von den äusseren Blättern befreit, um sie dann mehrere Monate zum Trocknen aufzuhängen. Danach wurden die Körner vom Maiskolben abgeraspelt und in eine der zahlreichen Mühlen gebracht. Die gewonnenen Mehl-Produkte wurden dann zu Ribel oder Maisbrot verarbeitet.

Der Ribel, eine einfache und grobkörnige Maisspeise, war während etwa 300 Jahren das bedeutendste Grundnahrungsmittel der Rheintaler Bevölkerung. Erst nach dem zweiten Weltkrieg, als der Wohlstand im Rheintal Einzug gehalten hatte, verschwand das Gericht allmählich aus den heimischen Küchen und der Ribelmais wurde immer seltener angebaut. Erst mit der Gründung des Vereins «Rheintaler Ribelmais» im Jahre 1998 wurden Strukturen geschaffen, um die Zukunft dieses altehrwürdigen Getreides nachhaltig zu sichern.

Gilde-Koch Fredi Koller vom Restaurant Grüntal kocht die wiederentdeckte Rheintaler Spezialität

Fredi Koller ist seit 1992 der Wirt im Restaurant Grüntal in Altstätten. Der gelernte Koch führt den Familienbetrieb in zweiter Generation. Fredi möchte seinen Gästen stets Neues bieten und setzt deshalb gerne neue Gerichte auf die Speisekarte. «Marktfrische und kreative Küche» ist sein Motto. Spontan entschied er sich die Rheintaler Spezialität auf seine Karte zu nehmen. Mit seinem Rezept zeigt uns Fredi wie man ein solches «Nischenprodukt» wieder salonfähig macht.



Rheintaler Ribelmais «Bramata»

Zutaten für 6 Personen

- 50g Zwiebeln, Selleriewürfel
- 1,5l Milch
- 0,5l Hühnerbouillon
- 1 Stk. Lorbeerblatt
- Salz und Pfeffer
- 500g Rheintaler Ribelmais «Bramata»
- 150g Parmesan oder Sbrinz (Sbrinz ist Extrahartkäse aus der Innerschweiz)
- Büffel-Mozzarella nach Belieben
- 2 Stk. Steinpilze (Vegetarische Variante)

Zubereitung

Zwiebeln und Sellerie fein hacken und in Butter anschwitzen. Mit Milch und Hühnerbouillon ablöschen. Das Lorbeerblatt, Salz und Pfeffer dazu geben. Den Bramata Ribelmais einrühren und die Hitze reduzieren. Unter Rühren bei kleinster Hitze mindestens 60 Minuten köcheln. Parmesan und Büffel-Mozzarella unterheben.

Die Steinpilze putzen und in Scheiben schneiden. Das Öl in einer Pfanne erhitzen. Pilze dazugeben und bei starker Hitze anbraten. Mit Salz und Pfeffer abschmecken. Danach die Pilze mit dem Ribel mischen und wenn nötig noch etwas Bouillon zugeben.

Fredis Tipp

Vor dem Servieren braune Butter und Aceto Balsamico zugeben. Serviert wird das Ribel mit einem pochierten Ei, geschmorten Kalbsbägli und gehobelter Belper Knolle (Schweizer Käseknolle aus Belp BE).

Viel Vergnügen beim Nachkochen.



Bezugsquelle:
Rheintaler Ribelmais
 Rheinhofstrasse 11
 CH-9465 Salez
 Tel. +41 58 228 24 22
 www.ribelmais.ch

RESTAURANT
GRÜNTAL
 ALTSTÄTTEN

Restaurant Grüntal
 Kriessernstrasse 38
 CH-9450 Altstätten
 Tel. +41 71 755 19 44
 rest.gruental@bluewin.ch
 www.gruental-altstaetten.ch



**Genuss pur für die
Geschäftsleitung der
Printplus AG.**

Oliver Ruf
Johannes Steinhauser
Alex Sturzenegger

Die Kalkulation ist für Unternehmen das zentrale Modul für die Angebots- und Auftragsabwicklung mit Printplus DRUCK. Die Kalkulation errechnet mit den Planwerten die Produktionskosten als Grundlage für die Preisfindung. Haben Sie den Kunden von Ihrem Angebot überzeugt, dienen die gleichen Daten als Grundlage für die Planung der Produktionszeiten, Materialmengen und die elektronische Lauftasche. Im April, Mai und Juni 2017 präsentieren wir Ihnen die neue Version der Kalkulation.

Vorankündigung – Wir präsentieren die neue Printplus Kalkulation

Es ist soweit: Wir präsentieren Ihnen an insgesamt sechs Standorten die neue Printplus Kalkulation. Reservieren Sie sich den gewünschten Termin in Ihrem Kalender und besuchen uns jeweils von 15:00 bis 18:00 Uhr in Wels, München, Frankfurt, Hannover, Egerkingen oder Kriessern. In den nächsten Wochen werden wir Ihnen eine persönliche Einladung mit dem genauen Programm zukommen lassen.

Wir freuen uns auf Ihr Kommen!

25. April 2017
Best Western, Amedia Wels
Adlerstrasse 1, AT-4600 Wels

26. April 2017
Zentrum für Druck und Medien
Reichenbachstrasse 1
DE-85737 Ismaning

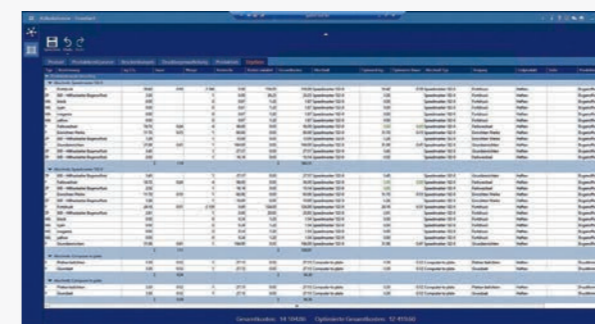
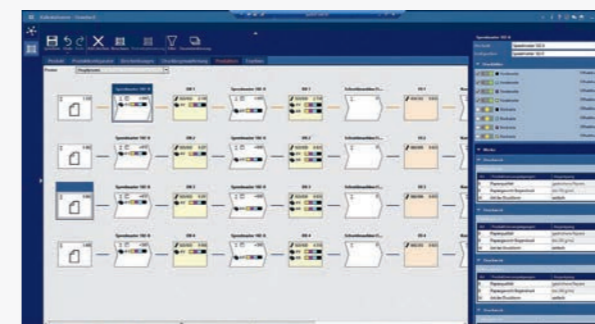
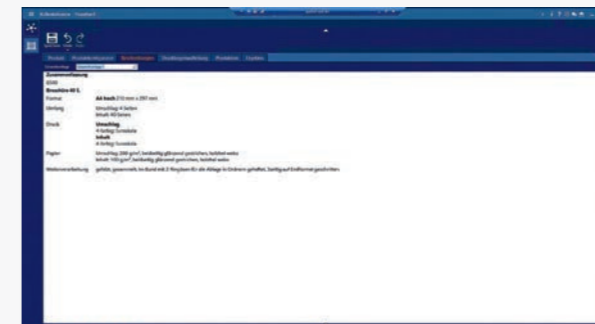
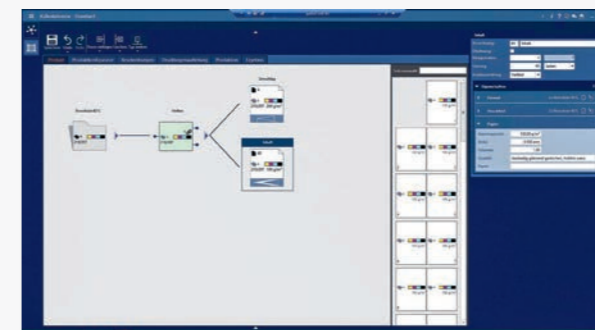
27. April 2017
Best Western Amedia
Frankfurt Airport
Anton-Flettner-Strasse 8
DE-65479 Raunheim

2. Mai 2017
Hotel Der Föhrenhof
Kirchhorster Strasse 22
DE-30659 Hannover

3. Mai 2017
Gasthof Kreuz
Oltnerstrasse 11
CH-4622 Egerkingen

13. bis 15. Juni 2017
Printplus AG
Schützenwiese 8
CH-9451 Kriessern

WELS
MÜNCHEN
FRANKFURT
HANNOVER
EGERKINGEN
KRIESSERN



Grafische Ansicht

In der grafischen Ansicht definieren Sie übersichtlich die Produkte mit allen Bestandteilen und Beilagen. Die wichtigsten Informationen zu einem Teil oder einer Seite erkennen Sie direkt in der grafischen Ansicht.

Produktdefinition

Die Beschreibung wird automatisch aus der Produktdefinition erstellt. Auch Zusatzinformationen wie Dispersionslack oder zum Beispiel Klammernart werden ohne manuelle Eingabe übernommen.

Druckbogaufteilung

In der Druckbogaufteilung gliedern Sie die Produkte in Signaturen, platzieren die Signaturen auf den Falzbogen und diese auf dem Druckbogen. Auch Produktionsarten wie «Kommen und Gehen» bilden Sie ohne zusätzlichen Aufwand ab.

Produktion

In der Produktion wird der Produktionsweg als Prozess grafisch abgebildet. Den verschiedenen Eigenschaften des Produktes weisen Sie die zugehörigen Produktionsmittel zu.

Kostenübersicht

Für die transparente Anzeige der Kosten gliedern Sie die Kostenübersicht direkt im Fenster nach Ihren Wünschen. Für unterschiedliche Produktgruppen oder Anforderungen speichern Sie die Ansichten und rufen diese mit einem Klick wieder auf.

Seit 2010 hat die Druckerei Chmielorz in Wiesbaden Printplus DRUCK im Einsatz. Der Wechsel des Management-Informationssystem drängte sich auf, da der vorherige Anbieter nicht die Flexibilität und Zukunftsausrichtung bieten konnte, die heutzutage im dynamischen Umfeld einer Akzidenzdruckerei benötigt wird.

Der Wandel von analoger zu digitaler Produktionsplanung und -steuerung



Nach anfänglichen Zweifeln, sahen wir nach einer gewissen Zeit deutlich die Vorteile gegenüber einer analogen Arbeitsweise. Durch die zeitnahe Aktualisierung des Produktionsstandes hat man einen sehr guten Überblick.

Nach erfolgreichem Wechsel war es zunächst die Aufgabe, Ruhe und Stabilität in die internen Abläufe zu bringen. Bis dahin kam noch die traditionelle Lauftasche zum Einsatz. Die Planung der Aufträge erfolgte per Stecktafel und Excel-Liste. Von Anfang an war der Einsatz der Produktionsplanung in Verbindung mit der elektronischen Lauftasche vorgesehen.

Um die Bereitschaft der Druckerei Chmielorz für den nächsten Schritt zu prüfen, wurden die Mitarbeiter im Frühjahr 2015 von einem Printplus Organisationsberater für mehrere Tage im Tagesgeschäft begleitet. Im Rahmen dieser Begleitung haben wir gemeinsam einige Fehler in der Handhabung sowie Wissenslücken aufgespürt. Durch individuelle Beratung und standardisierte Schulungen konnten diese zielgerichtet korrigiert werden.

Im März 2016, nach dem Update auf die aktuelle Version, wurde die elektronische Lauftasche und Produktionsplanung umgestellt. Im ersten Schritt in der Druckerei, um mit den dort gewonnenen Erfahrungen, den Prozess auf die Buchbinderei auszuweiten.

Nach anfänglichen Zweifeln, sahen wir nach einer gewissen Zeit deutlich die Vorteile gegenüber einer analogen Arbeitsweise. Durch die zeitnahe Aktualisierung des Produktionsstandes hat man einen sehr guten Überblick. Der morgendliche «Betriebstourismus» durch den Planer entfällt, da die Rückmeldungen bereits vorhanden sind. Auf veränderte Kapazitäten, zum Beispiel durch einen ungeplanten Ausfall eines Mitarbeiters, können wir schnell reagieren. Das System zeigt bei korrekter Pflege unmittelbar die jeweiligen Auswirkungen auf die Planstrecke. Die einfache Handhabung verführt sogar eher zu einer gewissen «Überoptimierung», hier muss man sich auf feste Zyklen der Plananpassung reduzieren, um in der Technik keine Unruhe zu erzeugen.

Der grosse Vorteil der elektronischen Lauftasche ist ebenfalls die Aktualität. Hektisches «Management by Turnschuh» bei Änderungen gehört der Vergangenheit an. Jeder Mitarbeiter, der die elektronische Lauftasche aufruft kann sicher sein, mit der jeweils gültigen Version zu arbeiten.

Bei jeder gravierenden Umstellung ist der soziale Kontext im Unternehmen zu berücksichtigen. Teilweise jahrzehntealte Gewohnheiten werden hinterfragt und Prozesse ganz neu definiert. Dies erzeugt Befindlichkeiten, die es ernst zunehmen gilt. Wir konnten den Mitarbeitern vermitteln, dass ein deutlicher Zuwachs an Aufträgen – möglich durch deutlich höhere Produktivität der Druckmaschinen – nur mit einer effizienten Steuerung der Aufträge möglich ist.

Aus diesem Grund haben wir uns für ein Werkzeug entschieden, mit dessen Hilfe unser Unternehmen den zukünftigen Herausforderungen gewachsen ist.

Wir sind überzeugt, mit Printplus den richtigen Partner zu haben und freuen uns auf die weiteren gemeinsamen Projekte.

Hans-Joachim Kaltwasser
Betriebsleiter
Druckerei Chmielorz GmbH



CHMIELORZ

Druckerei Chmielorz GmbH
Ostring 13
DE-65205 Wiesbaden-Nordenstadt
Tel. +49 6122 7709 01
hallo@chmielorz.de

Wie gelingt es, sich in einer Lieferkette fest zu verankern – besser noch den Kunden langfristig an sich zu binden? Experten sehen zwei wesentliche Konzepte sich als Lieferant unentbehrlich zu machen. Ein Portal, beispielsweise in das Intranet des Kunden eingebunden oder die direkte Übernahme von Auftragsdaten. Einkaufsabteilungen stufen Druckprodukte als geeignet für das «Single Sourcing» ein. Die mit dem Konica Minolta Award ausgezeichnete Bosch-Druck GmbH aus Ergolding nutzt diese Chance konsequent.

Auf dem Weg zur industriellen Druckfertigung

Printplus DRUCK unterstützt die Konzepte, welche sich für die Vernetzung mit Kunden anbieten. Das Druckerei-Portal für B2B- oder B2C-Lösungen, genauso wie die Möglichkeit strukturierte Daten aus den ERP-Systemen, beispielsweise SAP, zu verarbeiten. Beide Wege liefern Anfragen oder Bestellungen, deren Daten sich direkt in die Printplus Auftragsverwaltung importieren lassen. Automatisiert stösst das System nachfolgende Prozesse an. Hinter dem reibungslosen Ablauf steckt viel Erfahrung im Umgang mit Datenverarbeitung, berichtet Rainer Gelner, Projektleiter Anbindung bei Bosch-Druck in Ergolding im Interview.

Herr Gelner, die Bosch-Druck GmbH hat sich als innovatives Unternehmen in der Branche einen Namen gemacht, wie haben Sie das geschafft?

Wir haben verstanden, dass es bei der Anbindung der Kunden nicht nur um eine Schnittstelle geht, sondern um den gesamten Prozess von der Annahme des Auftrages bis zur Lieferung «Just-in-Sequence». Wir wollen fester Bestandteil der Zuliefererkette sein. Seit Jahren sind wir Partner der Industrie. Unser Team konnte in den letzten Jahren im Bereich Vernetzung sehr viel Erfahrung sammeln. Industriell handelnde Unternehmen sind selbst hoch vernetzt. Die Einkäufer dort erwarten einfach, dass wir die bereitgestellten Daten verarbeiten können. Die Anzahl der Aufträge sowie die Sicherheit im Ablauf sprechen für die Automatisierung des Ordermanagements. Wir sind auf dem Weg zur industriellen Druckfertigung.

Wieviele Aufträge muss Ihr Unternehmen bewältigen?

Wir haben rund 12'000 Aufträge im Jahr. Einen grossen Teil, etwa 70 Prozent, importieren wir direkt in die Auftragsverwaltung von Printplus DRUCK.

Wie schätzen Sie das Verhältnis manuell angelegter Aufträge zu importierten Vorgängen für die Zukunft ein?

Auf die nächsten zwei bis drei Jahre betrachtet ist unser Ziel eine Quote von etwa 85 bis 90 Prozent. Heute haben wir vor allem Technologie-Unternehmen angebunden. Zukünftig wollen wir das allen unseren Kunden anbieten.

Müssen Sie aus unterschiedlichen Systemen Daten importieren?

Ja, die Bandbreite ist gross. Welches ERP-System ein Kunde einsetzt können wir ja nicht beeinflussen. Die Kunden liefern die Daten. Wir schauen was man daraus machen kann.

Wir wollen fester Bestandteil der Zuliefererkette sein

Bei Bosch-Druck kommen heute schon 70% der Aufträge direkt aus den ERP-Systemen der Kunden.



Rainer Gelner
Abteilungsleiter
Bosch-Druck GmbH



Bosch-Druck GmbH
Festplatzstrasse 6
D-84030 Ergolding
Tel. +49 871 7605 0
info@bosch-druck.de

Wie hoch ist der Arbeitsaufwand für die Auftragsanlage bei importierten Aufträgen?

Der Aufwand für die Auftragsanlage im Innendienst geht tatsächlich gegen Null. Wir automatisieren den Prozess mit Hilfe der Schnell-Info und Makros. In kurzen Intervallen kontrolliert die Software den Auftragseingang, verarbeitet die Aufträge und gibt sie für die Planung frei.

Welcher Aufwand entsteht für die direkte Anbindung?

Die ERP-Systeme liefern in der Regel strukturierte Dateien. In diesen Dateien sind die Parameter der Bestellung enthalten. Wir analysieren die Formate und verarbeiten die Daten. Der Kunde bleibt weitgehend aussen vor. Er bekommt an sich gar nicht mit, dass wir eine Schnittstelle in unser System haben.

Wir haben die Printplus DRUCK Option «Kundenschnittstelle» für den Import der Daten im Einsatz. Ausserdem die Option «Auftragsautomatisierung» für die Anlage und Abwicklung der Aufträge erworben. Zusammen mit einem Organisationsberater von Printplus haben wir die Anbindung in einem Projekt realisiert.

Wo sehen Sie den grössten Nutzen der beiden Optionen?

Wir sind mit den Optionen in der Lage mehr als nur das Druckprodukt anzubieten. Im Vordergrund steht die Sicherheit für den Gesamtprozess. Wir wollen den grösstmöglichen Grad der Automatisierung erreichen. Die Einkäufer der Industrie sind nicht bereit auf die verschiedenen Portale der Zulieferer zu gehen. Das ist verständlich, da die ja nicht nur Druckprodukte einkaufen, sondern alles mögliche benötigen. Das gedruckte Handbuch ist eben nur eines von 10'000 Einzelteilen.

Durch die hohe Automatisierung belästigen wir den Kunden nicht. Über seine Bestellung informieren wir mit Statusmeldungen. Auf diese Weise ist der Einkäufer sicher, dass alles funktioniert und er keine Schwierigkeiten zu erwarten hat. Wir sind fester Bestandteil bei diesen Kunden und tragen zur Stabilität seines Fertigungsprozesses bei.

Die Fairdruck AG ist eine traditionsreiche mittelständische Druckerei, welche gut 25 fachlich bestens ausgewiesene Mitarbeiter beschäftigt, darunter zwei Auszubildende. Der Hauptstandort befindet sich in einem modernen und zweckmässigen Gebäude in Sirnach TG und eine Filiale in Dietikon ZH. Mit modernstem Maschinenpark werden sämtliche Geschäftsdrucksachen hergestellt. Ebenfalls wird zwei Mal in der Woche eine Lokalzeitung gestaltet und gedruckt. Fairdruck legt grössten Wert auf persönliche Beratung, massgeschneiderte Lösungen und höchste Qualität.

Mit Printplus DRUCK auf dem neuesten Stand

Während mehr als 20 Jahren arbeitete die Fairdruck AG mit einer bestens bewährten Branchensoftware. Diese wurde ständig aktualisiert und den Bedürfnissen angepasst. Die Entwicklungsabteilung des Lieferanten wurde eingestellt und somit standen keine weiteren Updates zur Verfügung. Der Wartungsvertrag lief auf Ende 2016 ab und das Unternehmen sah sich gezwungen nach einer neuen Lösung Ausschau zu halten.

Auswahlentscheid und Gründe

Die Hauptanforderungen an ein neues System lag bei der Benutzerfreundlichkeit. Das war einer der entscheidenden Punkte warum wir uns für Printplus als Partner entschieden haben. Zudem ist es möglich, individuelle Anpassungen eigenständig vorzunehmen. Wichtig war auch eine gute Verbreitung in der Branche. Dies fällt vor allem bei Personalwechsel ins Gewicht, denn es ist selbstverständlich ein riesiger Vorteil, wenn neue Mitarbeiter bereits über Erfahrung mit Printplus DRUCK verfügen.

Von der Anfrage bis zur Kaufentscheidung sind fast drei Jahre vergangen. Mit einem gültigen Wartungsvertrag im Rücken, befanden wir uns nicht unter Druck und konnten uns genügend Zeit für die Evaluation lassen. «Rückblickend bin ich sehr froh, dass wir nichts überstürzen mussten und jetzt absolut davon überzeugt sind, dass wir den richtigen Partner mit dem für uns optimalsten MIS gewählt haben», berichtet Hansjörg Brunner.

Die Gespräche mit den Verantwortlichen von Printplus verliefen von Beginn an offen und vertrauensvoll. Man hat die Bedürfnisse verstanden. Auch das waren Gründe für die Kaufentscheidung pro Printplus. Dazu kommt, dass Printplus ein Schweizer Unternehmen ist und uns daher der Entscheid schlussendlich leicht fiel.

Parameter wurden überdacht, doch Zweifel gab es schon nach kurzer Zeit keine mehr! Wir hatten Respekt vor der Einführung, denn wer heute in der Druckbranche erfolgreich bestehen will, muss seine personellen Ressourcen im Tagesgeschäft möglichst optimal auslasten. Da bestehen für solche zusätzlichen Aufwände kaum Zeitfenster, das heisst man muss sich diese zuerst schaffen. Das war nicht immer ganz einfach!

Jede Firma, die Kundenzufriedenheit und Qualität an oberste Stelle setzt, braucht eine möglichst optimale Infrastruktur. Daher passt auch diese Investition bestens in unsere Firmenphilosophie.

Hansjörg Brunner
Inhaber/Geschäftsleitung
Fairdruck AG



FAIRDROCK

Fairdruck AG
Kettstrasse 40
CH-8370 Sirnach
Tel. +41 71 969 55 22
info@fairdruck.ch



«Wir sind überzeugt, dass wir den richtigen Partner mit dem für uns optimalsten MIS gewählt haben.»

Hansjörg Brunner, Geschäftsleiter

Einführung

Von der Installation bis zum Echtstart wurde Printplus DRUCK in zehn Terminen über einen Zeitraum von sechs Monaten eingeführt. Als Projektleiter brauchte ich eine gute Planung, da ich neben den unternehmerischen Aufgaben, in der Politik und im Verbandswesen stark engagiert bin. Durch langfristig geplante Termine konnte ich diesen Zusatzaufwand bewältigen.

Mit gegenseitiger Unterstützung und in enger Zusammenarbeit konnte die Einführung von Printplus DRUCK erfolgreich umgesetzt werden.

Ziel erreicht

Die Ziele wurden erreicht und mit der Entscheidung sind wir sehr zufrieden. Anfangs fehlte im Handling noch die Routine, aber wir sind zuversichtlich dass wir diese schon bald erlangt haben.

Mit Printplus sind wir wieder auf dem neuesten Stand. Das ist für uns sicher die wichtigste Verbesserung. Ebenfalls wird bereits über weitere Perspektiven nachgedacht. Da wir auch eine Zeitung herstellen, könnten wir uns zu einem späteren Zeitpunkt vorstellen die Software Umgebung mit Printplus VERLAG auszubauen.

Aus hunderten Teilnehmern hat Printplus die Gewinner des Drupa-Gewinnspiels gezogen. Grund zur Freude hatten die zehn Gewinner der Tagespreise. Im Anschluss an die Drupa wurde je eine viereinhalb Kilo schwere Toblerone an zehn Gewinner aus Deutschland, Österreich und der Schweiz überreicht.

Wir gratulieren den glücklichen Gewinner



Nürnberger Presse, Nürnberg



Simsa GmbH, Wien



KRUPP-IDEEN-Drucker.de, Sinzig



Gmähle-Scheel Print-Medien GmbH, Waiblingen



Hahn Media + Druck GmbH, Rostock-Elmenhorst



Ziegler GmbH & Co. KG, Neckarbischofsheim



Ostschweizdruck AG, Wittenbach



Bruns Druckwelt GmbH & Co. KG, Minden



Abächerli Media AG, Sarnen



Kollin Mediengesellschaft mbH, Neudrossenfeld

Kleinere Druckereien zeichnen sich durch hohe Dienstleistungsbereitschaft aus und haben so ihren Wettbewerbsvorteil. Anruf, Daten und Lieferung am selben Tag, so beschreibt ein Printplus Druck.X Anwender seinen typischen Auftragsablauf. Die Erfahrung zeigt, dass die Kunden bei kurzfristigen Aufträgen bereit sind zusätzlich anfallende Kosten zu tragen. Bei der Rechnungsstellung ist es wichtig zu wissen, ob die Mitarbeiter verrechenbare Mehrleistungen erbracht haben.

Printplus Druck.X – So stimmt die Rechnung

Das gefertigte Druckprodukt steht in der Regel wie angeboten auf der Rechnung. Doch wie sieht es mit zusätzlichen Leistungen aus? Die noch schnell ausgeführte Korrektur von Daten, eine extra Kurierfahrt mit den Proofs, der Nachdruck eines Bogens wegen einer Autorkorrektur oder die zusätzliche Lieferadresse. Viele Kunden schätzen diese Dienstleistungen ihrer Druckerei vor Ort und übernehmen die vollen Kosten ohne lange zu verhandeln.

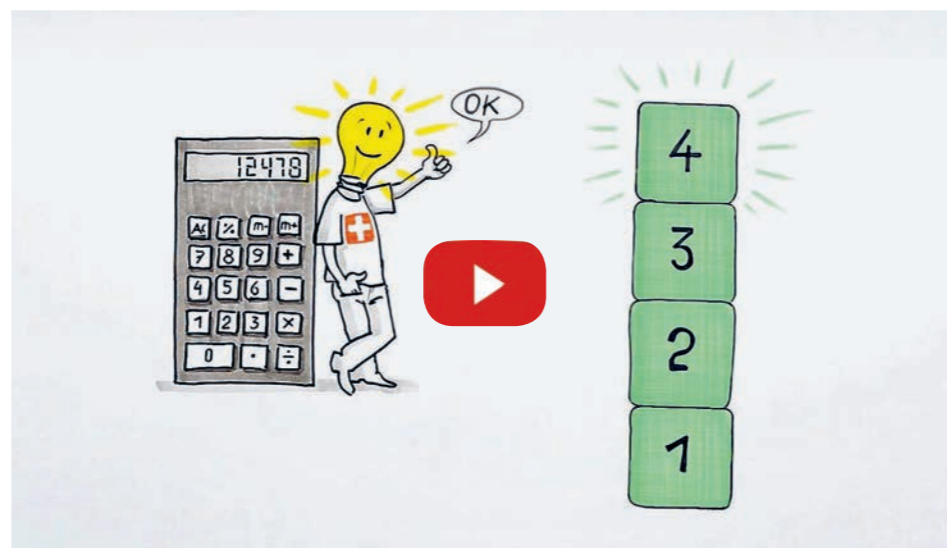
Damit beim Erstellen der Rechnung nichts in Vergessenheit gerät, haben wir in Printplus Druck.X die Möglichkeit der elektronischen Betriebsdatenerfassung (BDE) geschaffen. Der Vorteil ist die zuverlässige Darstellung von verrechenbaren Mehrleistungen im Auftrag. Mit geringem Aufwand lassen sich die Ist-Kosten je Auftrag erfassen.

Es spielt keine Rolle, ob es eine manuelle Auftragsposition, eine Preisliste oder eine Vorkalkulation ist. Ohne auf Tageszettel oder Lauftasche warten zu müssen sind sämtliche angefallenen Posten ersichtlich. Der Anwender kann dann immer noch entscheiden was auf die Rechnung kommen soll.

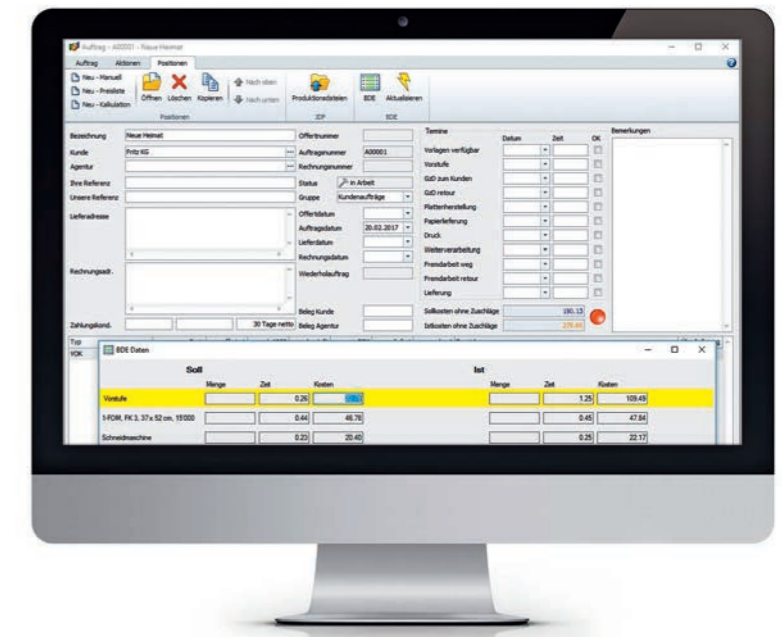
Der Markt bestimmt den Preis

Es ist wichtig zu wissen, ob der Preis im Markt die entstehenden Kosten deckt. Wer hier sicher gehen will, kommt um die Kalkulation nicht herum. Sie gibt Auskunft darüber, ob die Mengen und Zeiten stimmen.

**QR-Code scannen
und in 2 Minuten
top informiert.**



Direkt im Auftrag sind Soll-Kosten und Ist-Kosten für den gesamten Auftrag dargestellt. Die detaillierten Angaben können Sie sich je Auftragspositionszeile vom Typ VOK oder als Bericht darstellen lassen.



Die Referenzwerte ermittelt die Vorkalkulation. Der Kalkulationsassistent berücksichtigt die im Leistungskatalog hinterlegten Fakten, Annahmen und Erfahrungswerte. Das System speichert die Informationen für den Auftrag. Die wahrscheinlichen Kosten sind die Basis für das Angebot. Ein Unternehmen ist dann erfolgreich, wenn die tatsächlichen Kosten plus aller Zuschläge durch den Verkaufspreis gedeckt sind. Ist das Angebot jedoch zu hoch, dann droht der Verlust des Auftrages.

Einfach und übersichtlich

Die Daten über Materialverbrauch, Rüstzeiten, Fertigungszeiten, Produktionsmengen, Fehlmengen, Zusatzarbeiten oder auch externe Dienstleistungen sind mittels der BDE in jedem Auftrag zur Auftragsposition transparent dargestellt.

Wir haben in Printplus Druck.X mehrere Möglichkeiten geschaffen, damit Sie Abweichungen sofort erkennen können. Direkt für den gesamten Auftrag stellen wir die kalkulierten Soll-Daten den erfassten Ist-Daten gegenüber. Eine Ampel signalisiert, sobald ein Auftrag in den «roten» Bereich gerät. Für jede einzelne Auftragsposition lässt sich diese Gegenüberstellung im Detail vergleichen. Ausserdem liefern wir mit der aktuellen Version auch zwei übersichtliche Berichte für die Nachkalkulation.

BDE-Ansicht

Wir empfehlen einen eigenen Login für die Produktionsmitarbeiter. Diese haben dann für die direkte Leistungserfassung eine eigene BDE-Ansicht am Bildschirm. Auf diese Weise reduziert sich der Aufwand für die BDE, da die Leistungen oder Einzelkosten kein zweites Mal im Büro erfasst werden müssen.

Zusätzlich können Sie den Produktionsmitarbeitern einen Terminplan zur Verfügung stellen. Terminliche Abweichungen lassen sich so frühzeitig erkennen. Die Feintermिनierung der Fertigungsplanung erfolgt nach Status und Datum über die Abteilungsgrenzen hinweg.

Die neue Funktion erhalten Printplus Druck.X Anwender im Rahmen des Wartungsvertrages.

Neue Kunden

Printplus DRUCK



Dataserv AG
Aspstrasse 12
CH-8472 Seuzach
Tel. +41 52 320 09 90
info@werbeversand.ch
www.werbeversand.ch



Hess Druck AG
Schützlerweg 3
CH-8560 Märstetten
Tel. +41 71 658 61 61
info@hessdruck.ch
www.hessdruck.ch

Printplus Druck.X



ABC Print GmbH
Hirschmattstrasse 42
CH-6003 Luzern
Tel. +41 41 210 91 31
info@abcprint.ch
www.abcprint.ch



Druckerei Wagner GmbH
Fellhornstrasse 15
DE-87719 Mindelheim
Tel. +49 82 61-7 10 70
info@druckerei-wagner.de
www.druckerei-wagner.de



Druckerei AG Suhr
Postweg 2
CH-5034 Suhr
Tel. +41 62 855 08 55
info@drucksuhr.ch
www.drucksuhr.ch



**druckpartner
Druck- und Medienhaus GmbH**
Am Luftschacht 12
DE-45307 Essen
Tel. +49 201 59 29-0
kontakt@druckpartner.de
www.druck-partner.de



Nalbacher Druckhaus
Fussbachstrasse 12
DE-66809 Nalbach
Tel. +49 6838 92595
info@nalbacher-druckhaus.de
www.nalbacher-druckhaus.de



Print-X Solutions GmbH
Hubstrasse 66
CH-9500 Wil
Tel. +41 71 913 47 90
harry.huerlimann@print-x.ch
www.print-x.ch

FAIRD RUCK



Fairdruck AG
Kettstrasse 40
CH-8370 Simach
Tel. +41 71 969 55 22
info@fairdruck.ch
www.fairdruck.ch

Gebrüder Geiselberger GmbH
Martin-Moser-Strasse 23
DE-84503 Altötting
Tel. +49 8671 5065-0
mail@geiselberger.de
www.geiselberger.de



Grasl Druck & Neue Medien GmbH
Druckhausstrasse 1
AT-2540 Bad Vöslau
Tel. +43 2252 402-0
office@grasl.eu
www.grasl.eu



Hertig + Co. AG
Werkstrasse 34
CH-3250 Lyss
Tel. +41 32 343 60 00
info@hertigprint.ch
www.hertigdruck.ch



