

drupa Essentials of Print



Die Druck- und Verpackungsbranche ist eine dynamische Welt und alle vier Jahre ist es für ihre Akteure wichtig, sich zu treffen und gemeinsam die Weichen für die Zukunft zu stellen. Wir versprechen Ihnen für die drupa Inspiration, Innovation, Wissenstransfer und Networking. Dabei hat jeder Besucher und jede Besucherin eigene Anlaufstellen und „Must-See“-Hotspots. Im Vorfeld der Messe veröffentlichen wir die „drupa essentials“ mit Beiträgen aus der Welt des Designs, der Markenartikler, der Druckdienstleister, der Verpackungsindustrie und des Journalismus. Die Artikel bieten den Besucherinnen und Besuchern einen Einblick in die sich unter dem Dach der Digitalisierung, Automatisierung und Nachhaltigkeit rasant wandelnden Druck- und Verpackungsbranche. Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Lektüre. Lassen Sie Ihrem Instinkt und Ihrer Neugier freien Lauf – getreu dem Motto: „Jedem seine drupa“.

Wir stellen Ihnen diesen Fachartikel gerne zur Verfügung und freuen uns, wenn Sie ihn veröffentlichen.

Lassen Sie sich inspirieren!

Ihr drupa Team

Pedro Jacques de Sousa – Wie Software-Lösungen für Business Intelligence die Druckindustrie verändern könnten

VITA

Pedro Jacques de Sousa



Pedro Jacques de Sousa verfügt über mehr als 35 Jahre Erfahrung im Großformatdruck, im Marketing und im Vertrieb. Mit einem Hintergrund in multinationalen Unternehmen war er CEO und Vorsitzender von Pinkplate. Bei diesem Unternehmen handelt es sich um die größte Druckerei in Portugal. Sie ist mit den drei Technologien Sieb-, Digital- und Offsetdruck ausgestattet und Teil der größten Gruppe Europas mit 14 Werken und 32 Niederlassungen. Er war Mitbegründer und Vorstandsmitglied von POPAI Portugal und wurde zweimal in die FESPA Hall of Fame aufgenommen.

Als unabhängiger Berater ist de Sousa seit zehn Jahren International Executive Director of DGI – Digital Graphics Group International (USA), seit neun Jahren Area Sales Manager bei ROLLSCROLLER AB (Schweden) und seit 2023 Global Business Manager bei Galileo (Italy).

Pedro Jacques de Sousa ist erreichbar auf [LinkedIn](#) oder per Mail: pedro.jacques@dggi.org

drupa Essentials of Print Mai 2024

**drupa
content
contributor**



Pedro Jacques de Sousa – Wie Software-Lösungen für Business Intelligence die Druckindustrie verändern könnten

Das Der Begriff Business Intelligence (BI) steht für eine Reihe von Software-Lösungen für die Analyse von Geschäftsdaten, mit denen Unternehmen ihre gesamten Prozesse leichter steuern können. Wie ist bei diesen Lösungen der aktuelle Entwicklungsstand, welche Vorteile bieten sie und wie wichtig ist bei ihnen die menschliche Steuerung?

Seit der industriellen Revolution kennt die Industrie nur eine Richtung: qualitativ hochwertigere Produkte, verbesserte Services und höhere Lebensqualität. Aus der Druckindustrie, wie wir sie noch vor einigen Jahren oder Jahrzehnten kannten, ist eine Branche der Druck- & visuellen Medien-Kommunikation geworden. Alles, was wir sehen, lesen und fühlen, resultiert aus dem, was wir gemeinsam mit unseren Kundinnen und Kunden für ihre Kommunikationsstrategien rund um ihre Markenauftritte, Produkte und Services entwickeln und produzieren. Alles dreht sich um Verbraucherinnen und Verbraucher, um ihre Unterhaltung und ihre Lebensbedürfnisse. Diese Industrie hat das Privileg, unsere täglichen Gewohnheiten seit unserer Geburt in Bilder, Gefühle und Kommunikation zu transformieren und Produkte für sie anzubieten. Und sie hat häufig das Privileg, diese schon zu erkennen und Teil von ihnen zu werden, bevor sie in die breite Öffentlichkeit gelangen! Tag für Tag gibt es neue Produktionen, Jobs und Projekte, an denen wir arbeiten. Und das ist das Schöne an unserer Branche.

So, wie wir mit immer neuen Fähigkeiten und Wissen aufwachsen, so entwickelt sich auch unsere Branche stetig weiter – um die Produktion zu verbessern, die Produktionszeiten zu verkürzen und so unseren Kundinnen und Kunden gegenüber schneller zu sein und die Prozesse für sie und für uns zu vereinfachen. Wir verfügen über permanent erneuerte Maschinen, die auf immer besserer Technologie und zunehmend auf Digitalisierung basieren. Die Technologien der Druckdienstleister eröffnen uns jedes Jahr neue Möglichkeiten für unsere Weiterentwicklung. So können wir effizienter, schneller und einfacher arbeiten – und unsere Unternehmen wachsen.

Wir bei DGI (Digital Graphics Group International) folgen dieser Entwicklung und erleben sie ganz vorne mit. Doch wir benötigen weitere Werkzeuge, um schneller voranzukommen und in Echtzeit zu verstehen, was in der Branche vor sich geht, wie wir unseren Kundinnen und Kunden noch besser

dienen und die Arbeit unserer Teams noch besser unterstützen können. Wir nennen unsere Digitalisierung BISS (Business Intelligence Software Solutions). Sie hilft uns, für alle Beteiligten eine bessere Welt zu schaffen.

Die „internen“ BISS helfen uns, unsere Produktion vollständig zu steuern – angefangen beim Auftragseingang über die Produktionsplanung und die Qualitätskontrolle bis hin zum Verpacken und zum Versand einschließlich der Verfolgung der Lieferungen. Es gibt unzählige Lösungen, die uns die wertvollen Informationen liefern, die wir für die Steuerung des gesamten Prozesses, für Korrekturmaßnahmen und für das Finden neuer Lösungen für kontinuierliche Verbesserungen in der Zukunft benötigen.

Die „externen“ BISS verbinden uns mit unseren Kundinnen und Kunden. Sie bieten ihnen bessere sowie einfachere Möglichkeiten, ihre Bestellungen aufzugeben, den Prozess zu verfolgen und auf dem Laufenden zu bleiben. Sie geben ihnen das Gefühl, die Kontrolle über den Ablauf zu haben. Wir können offene Portale anbieten, bei denen sich Kundinnen und Kunden „wie zu Hause“ fühlen und besser mit uns in Kontakt treten können, indem sie ihre Dateien hochladen. Wir prüfen ihre Auftragsdaten sofort und automatisch, so dass wir schnell und besser drucken können. Wir verfolgen die Quoten unserer Kundenbindung sowie die Bewertungen unserer Kundinnen und Kunden. Wir bieten ihnen zu ihren Kommunikationsmitteln und -wegen über alle ihre Shops hinweg vollständige, datenbasierte Informationen. Wohin werden ihre Produktionen verteilt und wie werden sie genutzt? Inwieweit können sie sofort angepasst werden, wenn strategische Maßnahmen erforderlich werden, damit unsere Kundinnen und Kunden in ihren Märkten erfolgreich sind?

Hier überall ist die Digitalisierung die Schlüsselgröße. Innerhalb dieser drei Bereiche – Technologie, intern und extern – steuern die BISS alle unsere Geschäftsprozesse und erlauben uns bessere Management-Entscheidungen. Wir gewinnen die Kontrolle über unsere Produktion, unsere Kundenbeziehungen und unsere Effizienz. Unternehmen, die das nicht als Priorität begreifen, können sich nicht optimal für die Zukunft aufstellen. Darüber hinaus werden sie ihre Fähigkeiten verlieren, zu wachsen und sich vom Wettbewerb abzuheben.

Doch all das setzt menschliche Fähigkeiten und Entscheidungen voraus. Die Digitalisierung wird die Arbeit und Intelligenz der Menschen nicht ersetzen. Aber sie wird neue Arbeitsplätze, neue Möglichkeiten und neue Berufe generieren.

Nachdem wir die industriellen Prozesse und die Produktionstechnologie digitalisiert haben, die unsere Lieferanten stetig intelligenter machen und uns so bessere innovative Lösungen an die Hand geben, digitalisieren wir jetzt unser Wissen – mit dem Ziel, bessere Entscheidungen zu treffen, unsere Unternehmen besser zu steuern, unsere Arbeitsabläufe weiter zu optimieren und mit unseren Teams besser interagieren zu können. Diese Entwicklung ermöglicht es uns, sowohl unsere Märkte als auch unsere Kundinnen und Kunden mit leistungsstarken Customer-Relationship-Management-Systemen (CRM) zu erreichen. Welche Marktsegmente wollen wir bearbeiten, und auf welche Marktteilnehmer müssen wir uns konzentrieren? Wie können wir die Bindungen zu unseren Kundinnen und Kunden festigen, und wie können wir ihre Wertschätzung verbessern? Was ist besser: Den Kundenstamm zu vergrößern? Oder die Wertschätzung und Loyalität unserer Kundinnen und Kunden zu erhöhen? In welche Richtung wollen wir uns entwickeln? Was können wir künftig mit neuen Produkten und einem erweiterten Serviceangebot erreichen? Über solche Marketing-Instrumente versorgen wir unsere Unternehmen mit Aufträgen. Uns motiviert nichts mehr, als zu wissen, dass wir den anfänglichen Stress und den zusätzlichen Leistungs- und Arbeitsdruck bewältigt haben – wobei der Fokus bei kontinuierlichem Wachstum stets auf einem perfekten Verhältnis zwischen der Kundenzufriedenheit und der Produktionskapazität liegen muss.

Hinsichtlich der Planbarkeit können wir heute den Auftragsdurchlauf in sowohl für unsere Kundinnen und Kunden als auch für unsere Produktionsplanung reibungslosen und komfortablen Prozessen vollständig automatisieren: Auftragsdaten können automatisch hochgeladen und sofort geprüft werden – und Kundinnen und Kunden Farbproofs zur Verfügung gestellt werden. Indem wir für unterschiedliche Produktions- und Lieferzeiten verschiedene Preise anbieten, können wir Einfluss auf die Auslastung unserer Produktion nehmen und die Zufriedenheit unserer Kundinnen und Kunden steuern. Wir können die Planung einzelner, voll ausgelasteter Maschinen automatisch steuern, schneller rüsten und selbst bei Materialwechseln praktisch ohne Unterbrechungen produzieren. Dank der Digitalisierung können wir all das sowohl bei einzelnen als auch bei vielen Maschinen über alle Prozessschritte hinweg und bei allen Auflagengrößen realisieren – und bekommen hierzu

permanent „Live“-Informationen. So sieht die perfekte Zauber- und Traumwelt in Sachen Produktivität und Rentabilität aus.

Die exklusiven und engagierten Kundenportale sind für eine bessere und starke Beziehung zum Kunden verantwortlich und schaffen Loyalität. Ich würde es nicht als Abhängigkeit bezeichnen, sondern als Teamarbeit, bei der wir dem Kunden alle Informationen über seine Produkte, Größen, geografischen Daten und sogar aktualisierte Vermögenswerte zur Verfügung stellen, die er täglich für sein Wachstum und eine bessere Betreuung seiner Kunden und Verbraucher benötigt. Wenn wir Hand in Hand mit unseren Kundinnen und Kunden zusammenarbeiten und tagtäglich an ihren Anforderungen und Strategien Anteil nehmen, entwickeln wir uns von einfachen Produkt- und Serviceanbietern hin zu starken, selbstbewussten und vertrauenswürdigen Partnern. Wir wachsen in einer einzigartigen Win-Win-Situation zusammen.

Die vielen verschiedenen ERP-Systeme, die unsere Produktionsprozesse steuern, unterstützen uns bei allen erforderlichen Arbeiten – angefangen bei der Bevorratung von Rohmaterialien und der Ermittlung von Lieferzeiten über die Informationen zur Verfügbarkeit der benötigten Materialien bis hin zur Optimierung des Kapitaleinsatzes. Diese Werkzeuge helfen auch unseren Arbeits-Teams, besser zu planen und bei unerwarteten Bedarfsänderungen sofortige Entscheidungen zu treffen. Ich kann mir nicht vorstellen, dass sich Unternehmen unserer Branche ohne diese Digitalisierungskultur und ohne die Bereitschaft zu Investitionen weiterentwickeln und wachsen können. Die Informationen, die uns diese Systeme liefern, sind lebenswichtig und so wertvoll, dass sie für alle Aspekte des Managements, der Arbeitsprozesse, der internen und externen Arbeitsbeziehungen und der Rentabilität Bedeutung haben.

Heute sieht es noch so aus, als wäre es ein Thema der Zukunft. Aber Künstliche Intelligenz (KI) kann in naher Zukunft helfen, unsere schwankende Auslastung und Bedarfsprognosen zu bewältigen. Alle Unternehmen weisen wöchentlich, monatlich und vierteljährlich variable Arbeitsabläufe auf. Wie sehr das der Fall ist, hängt von den Märkten und Marktsegmenten ab, in denen sie agieren. Wir brauchen Management-Entscheidungen, mit denen wir unsere Ressourcen besser steuern können. Wir werden einen Überblick über die Tendenzen in den Märkten bekommen können und bessere Hinweise darauf, wie sich dies auf den Kommunikationsbedarf unserer Zielgruppen und Märkte auswirken könnte. Denken wir nur daran, wie viele politische und ökonomische Veränderungen (Zinssätze, Inflation, Wetter,

Jahreszeiten...) unser Leben beeinflussen können – und sich auf das Verhalten unserer Kundinnen und Kunden sowie ihren Kommunikationsbedarf auswirken. Wie oft führen Rezessionen zu mehr Kampagnen und Kommunikation, um die Verbraucherinnen und Verbraucher im Rahmen von Werbeaktionen zu bewegen und den Absatz unserer Produkte zu sichern?

KI wird bereits genutzt, um die lästige Sprachaufzeichnung von Anrufen zur Qualitätskontrolle unserer Kundenkontakte gegen hunderte spezielle, segmentierte und klassifizierte „Wörter“ zu ersetzen. Anhand dieser wird das Niveau von Gesprächen sofort erkennbar, ohne sie aufzuzeichnen. Wir sind in der Lage, die Qualität unseres internen Kundendienstes zu klassifizieren und gleichzeitig die Kundenzufriedenheit zu analysieren. Das wiederum ermöglicht uns sofortige Reaktionen, mit denen wir sicherstellen, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Das hilft nicht nur unserem Management, sondern auch unseren Kundenservices, die Beziehungen zu Kundinnen und Kunden besser zu verstehen.

Ausgehend von der schon alten und unverzichtbaren Finanz- und Buchhaltungs-Software, die es uns ermöglicht, unseren einfachen Cash Flow und unsere Rentabilität zu steuern, kann die heutige Digitalisierung ganzer Unternehmen einen umfassenden und klaren Überblick über alle Bereiche, Abteilungen und personellen Ressourcen für eine bessere Zukunft und eine kontinuierliche, schnelle Verbesserung bieten.

Dieser kurze Artikel ist nicht als technischer Leitfaden gedacht. Vielmehr soll er einen kleinen Einblick in das geben, was verfügbar ist und wie DGI-Mitglieder ihre Unternehmen aus der Sicht des Managements führen.

Die drupa ist die weltweit größte Veranstaltung und Messe unserer Branche. Sie ist der Ort, an dem sich jeder Teilnehmer über die neuen Entwicklungen informieren will und erfahren möchte, wie man auf dem neuesten Stand bleibt und auf die richtige Weise wächst. Nachdem die drupa 2020 wegen der globalen Pandemie ausgefallen ist, können wir nun erwarten, die wichtigsten Entwicklungen und Innovationen rund um die Digitalisierung unserer Branche und all die oben erwähnten „BISS“ zu sehen, die uns zur Verfügung stehen. Die DGI-Mitglieder aus den fünf Kontinenten werden diese Veranstaltung sicher nicht versäumen!

Zitate

„Die Digitalisierung wird die Arbeit und Intelligenz der Menschen nicht ersetzen. Aber sie wird neue Arbeitsplätze, neue Möglichkeiten und neue Berufe generieren.“

„Ich kann mir nicht vorstellen, dass sich Unternehmen unserer Branche ohne diese Digitalisierungskultur und ohne die Bereitschaft zu Investitionen weiterentwickeln und wachsen können.“

„Auf der drupa werden wir die wichtigsten Entwicklungen und Innovationen rund um die Digitalisierung unserer Branche sehen.“