

Die digitale Transformation umarmt – und trotzdem den Druck im Herzen

ZUKUNFT PRINT ■ Die Wolf-Gruppe in Ingelheim kann man getrost als mittelständischen Vorreiter in Sachen Print 4.0 bezeichnen. Ein clevere Marktstrategie, IT-Kompetenz, offene Schnittstellen und zwei faszinierende Softwarelösungen machen das Unternehmen ultraflexibel und in Sachen Prozessdigitalisierung sogar für andere Branchen interessant. Doch hinter allem steht „nur“ das Ziel einer guten, möglichst planbaren Auslastung der Druckkapazitäten.

■ Wenn der Druck allein nicht mehr marga-trächtigt genug, die Produktionstechnik halbwegs ausgereizt ist und sich am Horizont bereits die digitale Transformation und Print 4.0 abzeichnen, die einen Totalumbruch der gesamten Branche verlangen – wie organisierst du dann dein Unternehmen für die Zukunft?

Fragen, die sich Thorsten Winterheimer, Geschäftsführer der Wolf-Gruppe in Ingelheim, größtenteils schon vor 12 Jahren gestellt hat. Nach Jahren bei Donnelley in Amsterdam und im Print-Import für den Weltbild-Verlag (mit jeder Menge Asien-Erfahrung) war der Wirtschaftsingenieur Druck 2005 nach Ingelheim zurückgekehrt, um das Familienunternehmen Wolf Print zusammen mit seiner Mutter weiter voranzubringen, vor allem im Vertrieb.



Thorsten Winterheimer

Der IT-affine Praktiker begann damit, ein „Satellitensystem“ aufzubauen, das sich konsequent um seine, wie er sagt, „Standard-Papier-Druckerei“, dreht und diese mit Druckjobs versorgt. Hierzu kaufte der Geschäftsführer zunächst den Apothekenbedarfshandel Melsbach aus der Insolvenz heraus. Auch regionale Repro- und Druckbetriebe unterschiedlicher Couleur gingen nach-und-nach in der Wolf-Gruppe auf (die bekannteste davon dürfte wohl 2013 Pennrich-Druck gewesen sein). Auf diese Art und Weise verbreiterte der Unterneh-

mer sein Leistungsportfolio und spezialisierte sich zugleich auf verschiedene Märkte. Neben klassischen Premedia-, Druck- (Offset und Digital) und Fulfillment-Dienstleistungen hat die Wolf-Gruppe mit ihren heute 60 festangestellten Mitarbeitern noch Einiges mehr zu bieten (siehe Grafik unten). Der Druckhandel (Bereich: Print Management) mit zwei Beteiligungen in Bulgarien und Ungarn wird derzeit ausgeweitet. Im Bereich IT-Services geht es um die Entwicklung von Software und Print-Webshops, gesteuert durch die ausgegliederte Tochterfirma Loup Solutions und ihre drei Mitarbeiter. Werbemittel und Geschenkartikel (Mützen, Kappen, VR-Brillen/Google Cardboards, Bro-

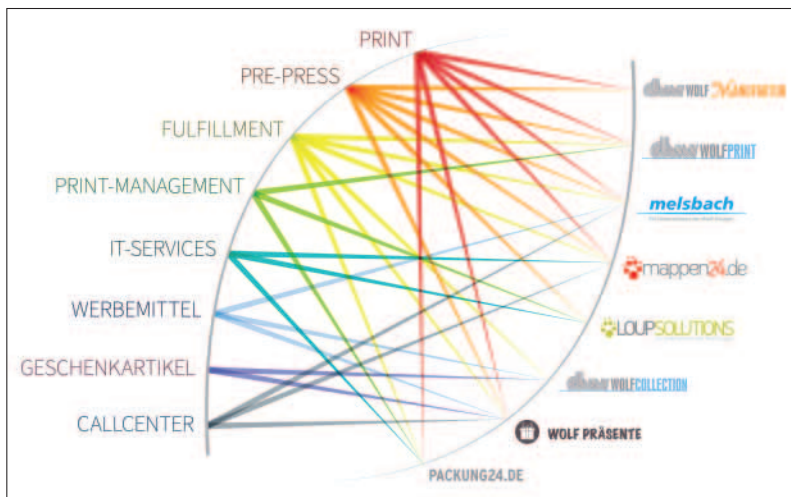


Blick auf die Codierung der Wolf REST-API. Die Programmierschnittstelle beschreibt, wie verteilte, webbasierte Systeme miteinander kommunizieren sollen.

schüren, Kalender etc.) werden nicht selten aus Asien importiert und gegebenenfalls für Kunden „gebranded“. Hier kommen Winterheimers gute Asien-Kontakte zum Tragen. Zudem bietet Wolf auch Telefondienstleistungen an. Das Know-how für das Call Center kommt von Melsbach, das rund 15 000 Apotheken in Deutschland mit selbst produziertem Organisationsmaterial (Kassenrollen, Abholmarken etc.) versorgt.

Und die Satelliten sind quasi die Vertriebswege, über die das Produktangebot nach außen getragen wird (auch Melsbach ist letztlich nur ein „Vertriebsarm“ für die Druckerei). Unter Wolf Print läuft das klassische Akzidenzgeschäft, das nach wie vor rund 35% zum Gesamtumsatz beiträgt. Die Wolf Manufaktur ist ein gut laufender Online-shop für hochveredelte Druckprodukte und Letterpress. mappen24.de und packung24.de heißen die Webshops für individuelle Mappen und Faltschachteln aller Art. Für Kunden, die Wolf nur als Werbemittelhändler kennen, steht die Marke Wolf Collection. Ein kleiner Verlag (gekauft vor vier Jahren), über den eigene Produkte wie etwa Bücher plus Geschenkartikel an den Buchhandel verkauft werden, verlängert die Wertschöpfungskette vertikal. Wolf Präsente ist margenunabhängig, die Auslastung im Hause Wolf kann für diesen Bereich durch Kreation, Produktion, Konfektionierung oder Lagerhaltung erfolgen.

PROZESSE DURCHDIGITALISIEREN. So weit, so gut. Doch viel interessanter als das strategische Korsett des Unternehmens ist, was sich hinter den



Acht Satelliten ranken sich um das breit gefächerte Leistungsangebot der Wolf-Gruppe – und sorgen in letzter Konsequenz stets für eine möglichst hohe Auslastung der Druckerei. Vor allem die Webshops und der Apothekenbedarfshandel sorgen für ein gewisses „Grundrauschen“.



Spezialdrucksachen aus dem Hause Wolf (Ingelheim) – mit Veredelungen aller Art. In der Regel werden diese Produkte in der Wolf Manufaktur hergestellt.

Kulissen bei der Wolf-Gruppe abspielt – sozusagen im „Backend“. Thorsten Winterheimer: „Die Wege der Digitalisierung gehen wir massiv und fast schon brutal konsequent an.“ Im Mittelpunkt steht dabei vor allem, mit der Wolf-Gruppe grundsätzlich alle Kommunikationswege nach außen völlig offen und bidirektional zu gestalten (auf der Basis einer REST-API-Schnittstelle), um stets

offen nach allen Seiten. Diese sollte dem Unternehmen als Rückgrat und Basis für die weitere Digitalisierung dienen. Nachdem Thorsten Winterheimer auf dem Markt keine adäquate Lösung finden konnte, fiel die Entscheidung, die Branchensoftware nach eigenem Anspruchsdanken selbst programmieren zu lassen. Die Softwareschmiede Crispy Mountain in Mainz übernahm diesen Job 2014. Die Zusammenarbeit erwies sich als derart fruchtbar, dass Wolf Print nicht nur Betatester der Lösung war, sondern Thorsten Winterheimer selbst bis heute auch Anteilseigner von Keyline ist. Das Interesse an der Lösung, speziell bei Online-Printern, ist groß.

für einen Kunden aus der Automobilindustrie eine Prozessanwendung zur Auswertung von Ausschussteilen konfiguriert sowie für einen großen Mittelständler eine Print-Procurement-Software aufgesetzt. Auch der Einsatz von „saas.do“ als Middleware für Legacy-Systeme ist branchenübergreifend sehr interessant. Referenzkunden wie Continental oder Pro7/Sat1, für die Prüfprogramme



Wir beschäftigen uns kaum noch mit Rüstzeitoptimierung. Wichtiger ist, dass wir den Kunden und seine Prozesse an uns binden!

Thorsten Winterheimer

auch an Lösungen und Prozesse bei Kunden und Dienstleistern anbindbar zu sein. Zwei überaus interessante Anwendungen, die bei Wolf zum Einsatz kommen, spielen dabei eine entscheidende Rolle.

Da wäre zum einen Keyline, ein Kalkulationssystem (Print-MIS), das innerhalb der Wolf-Gruppe seit 2016 als Nachfolger von Prinance eingesetzt wird. Gesucht war eine kaufmännische SaaS-Lösung auf moderner Technologiebasis, webbasiert, anbindbar an jedwedes Shopsystem, mit Analysefunktionen und im Sinne von Print 4.0

Die andere Lösung ist „saas.do“, eine Entwicklungsumgebung zur Prozessdigitalisierung, programmiert von zwei ehemaligen Wolf-IT-Mitarbeitern. Als „No Code Application Builder“ ermöglicht sie das Erstellen webbasierter Apps ohne Programmierkenntnisse für fast alle Anwendungen abseits der Kernprozesse eines Unternehmens (also nur nicht für den Bereich ERP = Druckproduktion, Angebotswesen, Rechnungsstellung ...). Bei Wolf kommen zahlreiche Anwendungen zur Prozessautomatisierung auf Basis „saas.do“ zum Einsatz. Verschiedene Projektmanagementsysteme (zum Beispiel für datenbankgestütztes Publizieren), Systeme zur Benachrichtigung von Aushilfskräften, Weihnachtskartensysteme in Form von Webshops für Außendienstmitarbeiter oder aktuell ein Zeiterfassungssystem sind auf diese Weise schon entstanden.

Doch als Prozess-Digitalisierer ist der Application Builder nicht nur für die Druckbranche und Eigennutzung interessant (und somit ein tolles Verkaufsprodukt für Wolf): So wurde etwa bereits

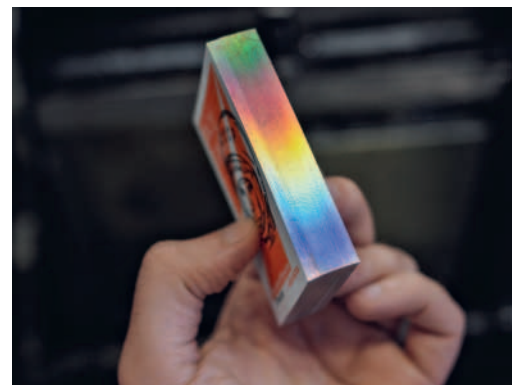


Die interne Prozessoptimierung, die alle Druckereien branchenweit voranzutreiben versuchen, hat die Wolf-Gruppe dank „saas.do“ flexibel in der eigenen Hand.

Thorsten Winterheimer

zur Produktions- und Produktsicherung entstehen sollen, stehen Schlange. Und das, obwohl „saas.do“ gerade erst seit einem Jahr zur Verfügung steht! Ein Start-Up-Unternehmen, das Sammelkarten (Sticker) mit RFID-Chip herstellt, fordert aktuell beispielsweise eine Kontrolllösung mit RFID-Reader, die prüft, ob das Gedruckte auch zur Verlinkung des Chips passt.

Bezeichnend für die Druckindustrie in diesem Umfeld: Erst eine Druckerei hat den Application Builder gekauft! Wie sinnstiftend man diesen ein-



Blindprägungen, Stahlstiche, Reliefdrucke und -prägungen, Heißfolienprägungen, Irisdrucke sowie Laserstanzungen gehören zum Portfolio der Manufaktur.



Werbemittel und Geschenkartikel: Egal ob klassisches Give-away, Informationsmittel oder hochwertiges Präsent – die Wolf-Mediengruppe sorgt für das Corporate ...

setzen könnte, weil sich einfach und schnell Lösungen entwickeln und iterativ anpassen lassen, zeigt die Wolf-Gruppe in ihrem aktuellsten internen Projekt, in dem es um Unterlagen für eine Immobilienschulungsorganisation geht. Das Produkt wird künftig vom Kunde in „saas.do“ angelegt,

immer mehr als Kommunikationslogistiker darstellen, der Informationen über verschiedenste Medienkanäle dorthin bringt, wo sie gebraucht werden“, so der Wolf-Chef. „Strategisch soll das dann sogar soweit gehen, dass man die Kommunikation in Richtung Internet of Things (IoT) schiebt,

zeit noch an der nötigen Manpower, aber die Vision ist da! Extern soll ein „Ökosystem“ (Marketplace) um „saas.do“ herum entstehen, über das dann z.B. Druckereien die Projektmanagement-App für ein monatliches Entgelt zur Verfügung gestellt wird. Derzeit besteht das „saas.do“-Team aus sechs Mit-

Was ist eine REST-API?

■ Eine REST API ist eine Programmierschnittstelle zur Kommunikation zwischen webbasierten Anwendungen und Clouddiensten.

Über die REST API werden Aufträge und Druckdaten an die Wolf-Gruppe übermittelt, aber auch der Austausch von Produktionsstatus, Trackingnummern oder Rechnungen ist möglich. Ebenso können Onlineshops oder ERP-Systeme über eine REST-API wesentlich einfacher angebunden werden.

„saas.do“ verknüpft dies für die Preisangabe mit Keyline, ordnet die jeweiligen PDF-Dateien dem richtigen Material zu, erstellt den Auftrag in Keyline und vergibt den Link zum Daten-Download. Thorsten Winternheimer: „Hier brauchen wir nicht einmal mehr eine Auftrags tasche, im Idealfall triggert der Kunde bei uns im Drucksaal die Maschinen sogar direkt an – der Automationsstoß erfolgt also schon beim Kunde, Print 4.0 eben!“

KOMMUNIKATIONSLOGISTIK. Und wo soll das hinführen für die Wolf-Gruppe? „Wir wollen uns

Was ist Keyline?

■ Keyline ist ein modernes, browserbasiertes Print-MIS der Softwareschmiede Crispy Mountain (Mainz), das über eine REST-API ansprechbar ist. Das Management-Informationssystem wird unkompliziert als Software-as-a-Service angeboten und bietet offene Schnittstellen zu Webshops sowie eine komplett IT-basierte Lagerverwaltung. Die Druckerei Wolf war 2014/2015 Entwicklungspartner für Keyline.

QR-Code mit der QR-Code-Reader-App auf dem Smartphone absキャン und mehr über das MIS erfahren, auf das Onlineprinter schwören.



also zunächst mal auf Alexa, Google Home oder Amazon Echo. Das Backbone hierfür bereiten wir derzeit schon vor!“

Den Vertrieb von „saas.do“ übernimmt die Entwicklerfirma Necara GmbH. Internes Ziel ist es, mit dem Application Builder plus Keyline das ganze Unternehmen abbilden zu können und eine planbare, gleichmäßige Auslastung der Druckerei zu gewährleisten. Für die Umsetzung fehlt es der-

Was ist „saas.do“?

■ „saas.do“ ist eine moderne Entwicklungsumgebung zur Digitalisierung von Prozessen. Mit „saas.do“ lassen sich innerhalb kürzester Zeit individuelle, webbasierte Anwendungen für Unternehmen erstellen, die die Produktivität und den Automatisierungsgrad erhöhen – bedarfsgerecht und ohne Programmierkenntnisse. „saas.do“ gilt als flexibler „No Code Application Builder“, der ebenfalls mit einer REST-API arbeitet. Vertrieben wird „saas.do“ von der Necara GmbH, Thorsten Winternheimer gehört hier zur Geschäftsführung.

QR-Code mit der QR-Code-Reader-App auf dem Smartphone absキャン und mehr über den Application Builder „saas.do“ erfahren.



arbeitern, das beim Kunden die abzubildenden Prozesse umsetzt. Grundsätzlich soll der Kunde seine Software aber selbst zusammenbauen, schließlich „will Wolf Print kein Berater sein, sondern Lösungsanbieter und Kommunikationslogistiker!“, so Thorsten Winternheimer. [3965] **Michael Schüle**



... Branding oder Individualisierungen. Die Wolf Collection umfasst ein Standardangebot von über 6000 ständig verfügbaren Werbemitteln und hochwertigen Incentives.