

Intro

Hallo und herzlich willkommen zu einer neuen Folge Canon OnAIR. Let's Talk., dem B2B-Podcast der Canon Deutschland GmbH, moderiert von Heidi Kieser.

Heidi Kieser

Hallo und herzlich willkommen zu einer neuen Folge von Canon OnAIR. Let's Talk.. Heute werfen wir einen Blick auf einen Bereich, der meist im Hintergrund läuft, aber entscheidend dafür ist, dass unsere Wirtschaft funktioniert: die Intralogistik. Denn hinter jeder Bestellung, hinter jedem Paket und hinter jeder Lieferung stehen hochkomplexe Prozesse. Prozesse, die immer schneller, transparenter und flexibler werden müssen. Was dabei oft unterschätzt wird: Nicht nur Warenflüsse entscheiden über Effizienz, sondern auch Dokumentenprozesse, die diese Abläufe begleiten. Genau darüber sprechen wir heute. Wie lassen sich Waren- und Dokumentenströme intelligent verbinden und warum wird das für Unternehmen zunehmend zu einem strategischen Erfolgsfaktor? Ich freue mich sehr, dass zwei Kollegen heute dabei sind, die genau an dieser Schnittstelle arbeiten und in dem Themenbereich Experten sind. Susanne Lahres, Key Account Managerin und Kai Neumann, Senior Consultant. Wollt ihr vielleicht euch kurz selbst vorstellen und sagen, was ihr in eurem Arbeitsalltag gerade unternimmt?

Susanne Lahres

Sehr gerne. Mein Name ist Susanne Lahres. Ich bin seit 35 Jahren im Unternehmen und bin im Vertrieb in Süddeutschland eingesetzt im Bereich Produktionsdruck. Produktionsdruck hat das absolut spannende Thema, dass es immer um unternehmenskritische Dokumente geht. Das analysieren mit dem Kunden gemeinsam im Team mit den Consultants wirklich komplexe Prozesse, entwickeln neue Lösungen und das macht einfach riesige Freude. Und ein Schwerpunktthema in den letzten Jahren war tatsächlich der intralogistische Bereich.

Kai Neumann

Ja, mein Name ist Kai Neumann. Ich bin Consultant bei Canon jetzt seit ungefähr 25 Jahren. Bei mir hat es sich so herauskristallisiert im Laufe der Zeit, dass ich mich weniger um die Hardware kümmere, die ist immer noch ein nicht so vernachlässigender Anteil in diesen Projekten. Aber ich kümmere mich halt sehr stark auch um die Softwareseite, um die Architektur von irgendwelchen Projekten etc. Und in diesem Zuge habe ich mich halt in den letzten Jahren auch zunehmend mit Projekten in der Intralogistik befasst und von daher haben wir einige interessante Projekte umgesetzt, über die wir heute sicherlich auch sprechen werden.

Heidi Kieser

Ja, danke euch. Jetzt haben wir ganz oft den Begriff Intralogistik verwendet. Vielleicht mal zum Einstieg, was versteht man unter dem Begriff Intralogistik? Also was ist damit gemeint?

Susanne Lahres

Gemeint sind mit Intralogistik tatsächlich alle Material- und Warenflüsse innerhalb eines Unternehmens. Das heißt also tatsächlich vom Wareneingang über die Einlagerung, Kommissionierung bis wieder zum Versand. Und tatsächlich ist die Intralogistik eben entscheidend für die Effizienz, die Durchlaufzeiten, vieler Reduktion und die Kundenzufriedenheit. Das heißt, die Intralogistik bestimmt zunehmend tatsächlich die Wettbewerbsfähigkeit von den Unternehmen. Also ein ganz, ganz wichtiger Part in den Unternehmen. und in den letzten Jahren hat man auch massiv

gemerkt, dass die Komplexität immer mehr ansteigt. Das kommt vor allem dadurch zustande, dass das Versandaufkommen immer mehr ansteigt und dass es vor allem extreme Auftragsspitzen gibt und das ist natürlich wirklich schwer abzubilden. Und die Erwartungen von den Kunden an Transparenz und Liefergeschwindigkeit nehmen auch immer mehr zu. Das Spannende ist, dass eigentlich viele Unternehmen ihre Warenflüsse schon perfekt automatisiert haben, aber dass die Dokumentenflüsse noch ganz stiefmütterlich behandelt werden. Das fällt dann im ganzen Prozess auf. Absolut. Also da kommt es dann wirklich dazu, dass einfach durch die noch nicht so gut organisierten Dokumentenflüsse eben Fehler entstehen, sich Zeiten verschlechtern und dass der ganze Prozess tatsächlich in Stocken gerät.

Heidi Kieser

Ja, es wird zunehmend komplex und ich gehe davon aus, dass auch der boomende E-Commerce-Markt da eine wichtige Rolle dabei spielt. Wie seht ihr da den Einfluss?

Susanne Lahres

Also es ist tatsächlich ein großer Einfluss. Der E-Commerce hat einfach zur Folge, dass die Kundinnen halt wirklich immer transparentere und schnellere Lieferprozesse erwarten. Man hat einfach früher mit etlichen Tagen Lieferzeit gerechnet und unterdessen erwartet eigentlich jeder, das jetzt am besten schon am nächsten Tag ankommt. Das ist natürlich ein wahnsinniger Druck, der auf den Unternehmen lastet. Und es ist tatsächlich zu verfolgen, dass manche Kunden eben ihren Warenkorb aufgeben oder das heißt die Bestellung einfach abrechnen, wenn die Anzeige der voraussichtlichen Lieferzeit zu hoch ist. Also das ist ein Riesenthema für die Unternehmen. Das heißt, die Verkürzung der Auftragsbearbeitungszeiten ist ein ganz elementarer Faktor. Und das führt halt dazu, dass die Unternehmen tatsächlich flexibel skalieren können müssen, um einfach sich möglichst schnell an Nachfrageschwankungen anzupassen oder Sortimentsänderungen bestmöglich abbilden zu können, unterschiedliche Bestellmengen verarbeiten können. Also ganz schlimm sind immer diese Einpositionsbestellungen, unter der leiden viele. Und das Ganze führt einfach dazu, dass diese Automatisierungsthematik ein ganz wesentlicher Punkt wird.

Kai Neumann

In dem Zusammenhang stellt sich sicherlich auch häufig die Frage, warum soll ich bei dieser ganzen Digitalisierung dann überhaupt noch mit gedruckten Dokumenten arbeiten? Und die Erfahrung, die wir gemacht haben, ist, dass es auch heute noch sehr starken Bedarf gibt für diese gedruckten Dokumente. Zum einen ist das zielgruppenspezifisch, also ein Projekt haben wir umgesetzt, wo die Zielgruppe von den Endkunden 50 plus ist. Gerade diese Zielgruppe befürwortet das sehr gerne, dann noch ein gedrucktes Dokument in der Hand zu haben. Zum anderen ist es aber auch so, dass ich gerade im B2B, also im Business-Bereich, durchaus immer noch Lieferscheine haben muss, die dann der entsprechenden Warenlieferung mitgegeben werden. Zudem kann man natürlich auch sagen, man hebt sich dadurch von den Mitbewerbern ab, bei den ganzen Versendern. Ich habe gewisse Exklusivität auch bei hochwertigen Druckerzeugnissen. Also es gibt vielfältige Begründungen dafür, warum auch heute so etwas noch gedruckt wird. Wenn man sich mal früher anschaut, wie sowas war, dann ist sowas eigentlich im Regelfall über Nacht vorproduziert worden. Das heißt, es war ein relativ hoher Aufwand damit. Ich musste das Personal vorhalten, um das produzieren zu können. Die ganzen Dokumente mussten dann zur Kommissionierung gebracht werden, um sie manuell zuzusortieren. Und es war, wie gesagt, mit einem immens hohen Aufwand verbunden. Heute ist es eigentlich so, dass man diese Projekte deutlich smarter abbildet. Das heißt, ich habe keine Vorproduktion jetzt

irgendwo nachts, sondern es passiert wirklich on demand, wo dann diese Dokumente in dem Moment gedruckt und eingeworfen werden, wenn diese Kommissionierung erfolgt.

Heidi Kieser

Ja, das kommt natürlich auch einem wichtigen Thema bei vielen Unternehmen entgegen, nämlich dem Mangel an Fachkräften. Spielt das auch eine Rolle, warum man dann solche Prozesse auch optimieren möchte, automatisieren möchte?

Susanne Lahres

Absolut. Also es ist ein ganz, ganz wichtiges Thema für fast alle Unternehmen. Und diese Personalmangelthematik führt halt einfach dazu, dass die manuellen Prozesse, die es noch gibt in den Unternehmen, zum Flaschenhals werden. Und wenn man jetzt einfach sieht, in der Logistik gibt es einfach durch große Auftragsspitzen halt einfach den Zwang, die möglichst schnell abarbeiten zu können, um eben diese kurzen Lieferzeiten realisieren zu können. Und da wurden früher dann einfach spontan Zusatzschichten anberaumt. Das Personal findet man überhaupt nicht mehr am Markt. Also es ist völlig unmöglich und damit gibt es den Druck zu automatisieren. Und deswegen kann man einfach sagen, automatisierte und smarte Dokumentenprozesse entlasten da massiv und stabilisieren trotz der Personalknappheit.

Heidi Kieser

Kai, du hattest es schon angesprochen, warum gedruckte Dokumente auch immer noch eine wichtige Rolle spielen. Wenn ich in meine Päckchen reinschaue, die ich geliefert bekomme, dann sind da nicht nur Lieferscheine und Rechnungen drin, sondern da wird ja auch noch viel an Kommunikation auf so einem Päckchen beigegeben. Also es geht nicht nur um Rechnungen.

Kai Neumann

Absolut nicht. Ich habe die Möglichkeit, natürlich sowas erstmal sehr individualisiert beigegeben zu können. Individualisiert heißt nicht nur, dass es halt entsprechend eine Rechnung ist, sondern ich kann halt auch entsprechende Beileger dazu senden. Also sei es nun Gutscheine oder irgendetwas anderes und das kann ich sehr kundenspezifisch machen. Dass also je nachdem, wer der Adressat ist, wer der Empfänger ist, individualisierte Werbung, Gutscheine und so was in der Richtung beigelegt wird.

Susanne Lahres

Genau, also es gibt auch ganz viele andere Möglichkeiten. Also neben den klassischen Rechnungen, Lieferscheinen oder auch Retourenscheinen, kann man im Prinzip einfach auch noch andere individuelle Kommunikationsmittel der Ware beigegeben. Wir haben momentan ein ganz spannendes Projekt. Da denkt ein Kunde darüber nach, dass tatsächlich der Besteller in einem Webshop nicht nur die Ware bestellen kann, sondern auch die entsprechende Grußkarte dazu. Und das hat halt einfach den Charme, dass in der Logistik quasi Ware mit Grußkarte zusammenkommissioniert wird und der Paketempfänger dann die große Freude hat, dass er sagt, er packt es aus, kriegt eben, das sind in dem Fall Süßwaren, ein schönes Geschenk und halt einfach auch noch einen persönlichen Gruß. Also ein ganz spannendes Projekt. Aber es gibt auch andere Themen, die wir realisiert haben. Also das klassische Thema technische Dokumentation. Auch das muss häufig der Ware noch beigegeben werden. Und auch da kann eine Personalisierung stattfinden, indem man eben zum Beispiel Seriennummern aufbringt oder sagt, es wird von der technischen Information tatsächlich nur das

gedruckt, was halt einfach diese Ausstattungsvariante betrifft. Man lässt die anderen 500 Seiten weg. Das wird wirklich ein ganz schmales Heftchen, was jetzt sinnvoll ist für beide Seiten, sowohl für den Warenversender als auch für den Empfänger, weil der wirklich nur wenig lesen muss und es vielleicht auch noch in seiner Sprache erhält und nicht in 25 anderen, die er gar nicht benötigt. Also es gibt ganz viele verschiedene Varianten, wo man individualisieren kann bei den Dokumenten. Und bei den ganzen Projekten muss man immer sagen, man muss einfach die Kundensituation betrachten und halt wirklich möglichst maßgeschneidert eine Lösung entwerfen und auch den entsprechenden gewünschten Automatisierungsgrad berücksichtigen.

Heidi Kieser

Ja, und das funktioniert ja dann tatsächlich auch nur mit On-Demand-Produktion, wenn ich eben zu einer bestimmten Bestellung einen individualisierten Beileger reinpacken möchte. Hat jetzt neben der Individualisierung die On-Demand-Produktion noch weitere Vorteile?

Susanne Lahres

Absolut. Also ein ganz wichtiger Pluspunkt ist die Nachhaltigkeit. Man spart einfach eindeutig Ressourcen. Also früher ist es eigentlich so gewesen, dass alle Dokumente, die eben begleitend den Waren mitgegeben werden, ob das jetzt eben diese technischen Beschreibungen sind oder eben auch Flyer, Beileger, was auch immer, Die werden eigentlich klassisch extern bestellt, bei Druckereien, Offset produziert, in großen Auflagen. Dann hat man natürlich den ganzen Einlagerungsprozess. Das kostet Zeit, das kostet Geld, das kostet Fläche. Und am Ende stellt man fest, dass man viele Dokumente gar nicht benötigt hat oder dass sie unterdessen veraltet sind, weil man einfach relativ rasche Aktualisierungsprozesse hat im Unternehmen. Und wenn man das Ganze on demand produziert, entfällt natürlich dieser ganze Verwurf, der Einlagerungsprozess. Es ist immer aktuell, man kann tatsächlich tagesaktuell aktualisieren, man kann schnell reagieren, also auch wenn das Marketing sagt, oh wir haben irgendeine tolle Idee für eine Sonderaktion, die wir bewerben wollen. Also das sind ganz viele positive Effekte. Und durch die Automatisierung von dem gesamten Prozess bis hin eben zum Einwurf in den Karton, hat man halt wieder den Aspekt, dass man Fehler reduzieren kann, den ganzen manuellen Aufwand weg hat Und dass man halt tatsächlich vermeidet, dass falsche und nicht aktuelle Dokumente in der Warenbegleitung auftauchen.

Heidi Kieser

Ja, das ist sehr spannend. Wenn man an Canon denkt, denkt man zuerst gar nicht so sehr an die Intralogistik. Also es ist überraschend, dass dann doch irgendwie so ein Angebot auch von Canon gemacht werden kann, weil in erster Linie denken natürlich Kunden an Kameras, an Drucker. Aber wir haben natürlich auch ein großes Lösungsportfolio, was die Intralogistik angeht.

Kai Neumann

Absolut. Also Canon hat sich sicherlich in den letzten Jahren zunehmend zu einem Gesamtanbieter von Lösungen entwickelt und auch etabliert in dem Bereich. Voraussetzung dafür ist natürlich sehr stark, dass man eine zuverlässige Hardware, aber auch eine zuverlässige Software hat, mit der diese Projekte dann reibungsfrei laufen, nachdem sie einmal etabliert sind. Und nicht zuletzt auch, dass wir einen bundesweiten Service haben, der dann wirklich zuverlässig und schnell im Falle des Falles seinen Kunden vor Ort unterstützen kann. Wir haben in dem Zusammenhang Partnerschaften mit strategischen Partnern aufgebaut, die halt in diesem Bereich auch Know-how gesammelt haben, sowohl im Software-Bereich als auch im Hardware-Bereich. Wobei Canon da letztlich immer als ein

Generalunternehmer auftritt. Das hat verschiedene Vorteile. Aus Sicht des Kunden kann es dann kein Fingerpointing geben, wenn es dann mal irgendwo zu Reibereien kommt, sondern Canon tritt halt wie gesagt als Generalunternehmer auf und ist halt auch der alleinige Ansprechpartner in dem Bereich. Aus Perspektive von Canon sieht es natürlich so aus, dass wir dadurch, dass wir die Lösung selber konzipieren, sie auch sehr gut skalieren können und auch die Bedürfnisse des Kunden anpassen können. Das heißt, wir entscheiden in Kooperation mit dem Kunden, wie sind die Anforderungen, welche Hardware muss wir einsetzen, wie leistungsfähig muss die Hardware sein, also soll es eher eine kleinere Lösung sein oder eher eine größere Lösung. Und von daher gibt es also nicht die eine einzige Lösung, die dann halt beim Kunden umgesetzt wird, sondern das ist halt eine individuelle Anpassung an die Bedürfnisse, die dann halt auch sehr gut skaliert werden kann.

Heidi Kieser

Jetzt haben wir schon ganz viel von dem Lösungsportfolio gesprochen, das Kenner im Bereich Intralogistik bereitstellt. Um sich das besser vorstellen zu können, was heißt denn das konkret so eine Lösung? Könnt ihr vielleicht ein Beispiel nennen?

Kai Neumann

Gerne. Also ein Bereich, den wir halt haben, über den wir jetzt auch schon gesprochen haben, das ist die On-Demand-Produktion von irgendwelchen Warenbegleitdokumenten. Das können Lieferscheine sein, das können Rechnungen sein. Also irgendwelche Dokumente, die halt individuell für eine bestimmte Bestellung erstellt werden müssen und dann eingeworfen werden. Dazu bekommen wir dann zu einem bestimmten Zeitpunkt die ganzen Druckdaten und diese Druckdaten bereiten wir im Vorfeld schon einmal auf. Erster Step ist, dass wir sie drucktechnisch prüfen und korrigieren, nicht dass wir dann erst während des Drucks feststellen, dass es ein Problem damit gibt, weil beispielsweise irgendwelche Informationen nicht eingebettet sind etc. Das können wir dann, wie gesagt, alles im Vorfeld korrigieren. Wenn es dann ein Problem geben sollte, was man nicht beheben kann, hat dann die Software immer noch ausreichend Zeit, virtuell die Hand zu heben und dann eine Fehlermeldung entsprechend auszuwerfen. Dann bringen wir normalerweise nochmal einen Barcode zur Steuerung auf. In diesem Barcode sind dann zusätzliche Informationen enthalten, wie eine eindeutige Dokumenten-ID, aber auch ein Seitenzähler. Das heißt, damit dann die nachfolgenden Anlagen genau wissen, dieses Dokument besteht aus beispielsweise drei Seiten, kann dann entsprechend mitgezählt werden über diesen Barcode, das ist Seite 1 von 2, 2 von 2, die Beleggruppe ist fertig und sie kann jetzt, nachdem sie gedruckt wurde, gesammelt werden und wird dann zusammengefaltet und kann dann eingeworfen werden. Bevor sowas eingeworfen wird, erfolgt aber nochmal eine Plausibilitätsprüfung. Das heißt also, diese Dokumenten-ID wird verglichen mit einer ID, die sich auf dem Karton befindet. Und wenn beides zusammenpasst, dann wird es entsprechend eingeworfen und kann dann entsprechend in die Kommissionierung gehen. Alternativ, wenn es dann zu einem Fehler kommen sollte, dann wird dieser Karton weiter geroutet zu einem Fehlerarbeitsplatz, um sowas beheben zu können.

Heidi Kieser

Aber es hört sich ja doch sehr danach an, dass Fehler deutlich reduziert werden können durch so eine Lösung.

Kai Neumann

Absolut. Also man hat dadurch eine sehr hohe Prozesssicherheit. Man reduziert die Fehler auf ein Minimum. Es kann natürlich immer ein Fehler auftreten, aber das wird halt automatisiert erkannt und diese Boxen werden dann zu einem entsprechenden Arbeitsplatz geroutet, wo es dann manuell korrigiert werden kann. Und ich habe eine deutlich bessere Skalierbarkeit.

Heidi Kieser

Ja, es klingt auf jeden Fall sehr spannend. Als Außenstehender meint man häufig, dass ja nur ein paar Blatt Papier gedruckt werden müssen. Das ist aber so einfach dann doch wieder nicht.

Kai Neumann

Nein, da steckt schon deutlich mehr dahinter. Wie du schon sagst, viele denken, es ist halt nur ein Dokument, was dann einfach ausgedruckt werden muss. Aber die Prozesse, die dahinterstehen, die müssen schon sehr genau betrachtet werden und mit dem Kunden diskutiert werden. Wie gehe ich in einem Fehlerfälle um? Was passiert, wenn ein Dokument nicht zur richtigen Zeit da ist? Dann soll ja trotzdem die Performance von diesem ganzen Prozess weiterhin hochgehalten werden. Also das muss schon entsprechend berücksichtigt werden.

Susanne Lahres

Was auch noch ein ganz spannendes Thema ist, weil neben den ganzen Transaktionsdokumenten sind tatsächlich die Marketingdokumente. Also das, wovon wir sprechen, ist diese flexible Zuführung von bedarfsgerechten Paketbelegern. Und da haben wir tatsächlich Lösungen, wo man halt direkt an der Fördertechnik automatisiert Beilagen mitgeben kann. Und das eigentlich in verschiedenen Stufen. Also es fängt relativ langweilig an, dass man tatsächlich jedem Karton immer den gleichen Weinleger mitgibt. Das führt dann dazu, dass man tatsächlich in seinem Paket den Werbeflyer für Rotwein findet. Ich glaube, der ist total berühmt. Über den wundert man sich manchmal, gerade im Zusammenhang zu dem Produkt, den es dann einfach gar nicht gibt. Dann gibt es halt die Möglichkeit, dass man einfach sagt, es wird tatsächlich ein Paket bei Geleger nur bei manchen Kartons eingespendet, die man eben als sinnvoll identifiziert hat. Und die Königsklasse ist eigentlich, dass man dann versucht, möglichst tatsächlich individualisiert zu bestimmten Kundengruppen passende Flyer einzuspenden. Und das ist eigentlich das, was wir natürlich auch am spannendsten finden. Grundsätzlich passiert eigentlich immer die Zuordnung von den Dokumenten, egal ob das jetzt die Transaktionsdokumente sind oder eben auch die Beileger, über die Karton-ID. Die ist absolut eindeutig, die wird gescannt und dann hat man einfach die Gewissheit, in dem Karton ist die richtige Ware für den richtigen Kunden. Und da wird tatsächlich dann eben nach Möglichkeit auch personalisierte Beileger mit eingeschwendet. Und jetzt kann man natürlich sich fragen, was haben denn diese Beileger eigentlich für einen Mehrwert? Klingt ja vielleicht ein bisschen antiquiert, du hast vorhin gesagt, das sind eher die Kunden 50 plus. da fühle ich mich sofort so ein bisschen auf den Fuß getreten. Das Spannende ist, es gibt unterdessen junge Leute, die sagen, wow, das ist ja total irre, nicht mehr nur alles digitale Informationen, mit denen man sowieso total zugeballert wird, sondern wirklich irgendwas, was ich noch anfassen kann.

Heidi Kieser

Absolut, da geht der Trend ja auch eigentlich wieder hin.

Susanne Lahres

Ja, also es gibt tatsächlich so ein Revival, nicht nur bei uns Altmenschen wie bei mir. Und war tatsächlich halt einfach den Vorteil, mit den Beilegern habe ich überhaupt gar keine Streuverluste. Also Marketingmenschen sind da total überglücklich, weil die sagen, ah, ich treffe genau den Empfänger, den ich treffen will mit meiner Botschaft. Der sitzt nämlich vor dem Paket und nimmt das raus. Ich habe noch nicht mal zusätzliche Portokosten. Also absolut perfekt. Und vor allem, ich erwische ihn in einem völlig positiven Moment. Also man spricht ja tatsächlich in dem B2C-Geschäft von dem Auspackerlebnis. Und es gibt sogar so Unboxing-Videos, wo die Leute glücklich vor dem Paket sitzen, das auspacken und strahlen und sagen, ja, ich habe das bekommen und ich bestellt habe. Oh, ist das toll. Mal schauen, was da noch in dem Paket drin ist. Und auch wenn es bei Geschäftskunden vielleicht jetzt nicht ganz so übermäßig emotional ist, aber der positive Moment ist vor allem immer noch da. So, und jetzt habe ich halt einfach tatsächlich den Punkt, dass ich durch den gedruckten Beileger einfach eine sehr hohe Aufmerksamkeit erreichen kann. Ich spreche eben die Haptik an, also einfach einen zusätzlichen Aufnahmekanal von dem Empfänger. Und es gibt Eye-Tracking-Studien, die halt tatsächlich auch nachweisen, dass tatsächlich die Inhalte bei Druckprodukten wesentlich bewusster wahrgenommen werden. Also ein ganz spannender Effekt, den man natürlich da wunderbar nutzen kann. Und man hat wirklich halt einfach diesen digitalen Lärm außen vorgelassen.

Heidi Kieser

Das sieht man ja auch im Bildungsbereich. Man geht jetzt wieder zurück quasi zum gedruckten Schulbuch. Also in vielen Ländern, auch in Deutschland an einigen Schulen, dass man sagt, dass man zumindest bestimmte Bereiche hat, die eben nicht von dieser Digitalisierung so überschwemmt werden.

Susanne Lahres

Und es gibt einfach diesen Effekt, dass man tatsächlich gedruckten Informationen mehr vertraut. Also das ist ja auch ganz wesentlich. Denn damit kann ich ja einfach die Kundenbindung wieder stärken. Also ein ganz, ganz positives Verfahren. Und auch die Erinnerungswerte sind einfach wesentlich besser. Also die Leute erinnern sich wirklich besser an gedruckte Informationen. Es ist auch manchmal wirklich so, dass gedruckte Informationen aufbewahrt werden und vielleicht von anderen Menschen noch gelesen werden. Man greift immer wieder darauf zurück. Also es ist wirklich super positiv. Und wenn man eben tatsächlich Beileger einsetzt, die jetzt nicht einfach nur die Masse ansprechen, sondern halt möglichst Kundengruppenspezifische Informationen beinhalten, dann hat man einfach viele positive Nachfolgeeffekte. Das heißt, diese Responsequoten sind deutlich höher. Die Wiederbestellquoten gehen nach oben, also die Zweitkäufe. Man hat eine höhere Kauffrequenz, die man erreichen kann. Man kann tatsächlich auch diese Upselling und Crossselling Potenziale realisieren. Also sprich die Kunden bestellen aus dem Sortiment eventuell noch andere Produkte, die sie vielleicht gar nicht bestellen wollten oder höherwertige Produkte. Also es sind ganz viele positive Aktionen möglich. Ich kann wieder diese kurzfristigen Werbeaktionen mit starten über die Beileger. Und das Fazit von dem Ganzen ist tatsächlich, dass ich durch eine bedarfsgerechte Beilagenproduktion wesentlich gezielter Kunden ansprechen kann. mehr Umsatz generieren kann und einfach auch eine stärkere Kundenbindung. Also ganz wesentlich für die Zukunft von der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen. Und indem ich eben den ganzen Prozess wieder automatisiere, kann ich einfach die Mitarbeiter entlasten. Also früher standen oft in der Logistik ganz viele Menschen, die halt entsprechend irgendwelche Flyer aus ganz verschiedenen Fächern

rausgesucht haben und irgendwo reingeworfen haben. Das ist wirklich keine schöne Tätigkeit. Ich kann die Menschen einfach wesentlich höherwertigen Aufgaben betrauen. Also auch da ist es angenehmer für die Menschen. Ich kann Fehler vermeiden und ich kann einfach eine wesentlich höhere Flexibilität erreichen.

Kai Neumann

Es gibt aber in der Tat noch ein weiteres Beispiel im Bereich der Intralogistik, der gar nicht mal direkt was mit dem Druck zu tun hat. Und zwar betrifft das die Qualitätskontrolle oder auch eine Fotodokumentation. Wir haben Projekte umgesetzt, wo die Anforderung darin bestand, zu dokumentieren, dass die Ware auch tatsächlich das Haus verlassen hat. Es kam also durchaus vor, dass dann gerade so die etwas exklusiveren Lieferungen, die eine teure Flasche Whisky enthielten oder sowas, vermeintlich nie bei dem Endkunden angekommen sind. Der Kunde hat das reklamiert, hat gesagt, den Whisky habe ich aber gar nicht bekommen. Und dann kann man halt so eine Dokumentation herausziehen und dem Kunden vorzeigen und sagen, doch, schau mal unter der Postkarte nach, da liegt die Flasche Whisky. Und das läuft dann folgendermaßen ab, in dem Zusammenhang setzen wir dann auch unsere eigenen Kamerasysteme ein, dass über diesem Kommissioniertisch, wo diese Ware dann in den Karton verpackt wird, eine Kamera montiert ist und wenn die Kommissionierung, also das Verpacken in diesen Karton abgeschlossen ist, dann wird eine Taste betätigt und ein bestimmter Bereich auf diesem Tisch, also wo genau dieser Karton steht, wird dann halt einmal fotografisch aufgenommen, ohne dass der Mitarbeiter da erkennlich ist. Das ist wirklich nur ein abgegrenzter Bereich. Und dieses Foto wird dann als Datei mit Zusatzinformationen, also mit einem Zeitstempel, um welchem Packtisch handelte es sich, mit der Bestellnummer etc. Also die relevanten Informationen, die werden dann halt ebenfalls in diesem Dokument mit abgelegt und dieser Vorgang entsprechend archiviert. Und so hat dann der Versender immer ein Dokument in der Hand, um nachweisen zu können, dass die Ware korrekt sein Haus verlassen hat.

Heidi Kieser

Insofern ist die Intralogistik eigentlich ein perfektes Thema, um die Gesamtkompetenz von Canon darzustellen. Du hast ja jetzt gesagt, das sind auch Kameras von uns. Da spielt Print eine Rolle, unsere Kameralösungen, aber auch die Lösungskompetenz, was den ganzen Prozess angeht. Die Intralogistik bildet eigentlich alle Bereiche von Canon gut ab.

Kai Neumann

Absolut und das finde ich persönlich auch das Spannende an diesen Projekten, dass ich halt sehr unterschiedliche Anforderungen bei den Kunden kennenlerne, dass ich auf ein sehr großes Lösungsportfolio zugreifen kann, was die Drucker angeht, was unsere Hardware wie Kameras angeht, aber auch was die Hardware von unseren Partnerunternehmen angeht. nämlich die Maschinen, die dann die Bögen aus unserem Drucker aufnehmen, verarbeiten, falzen und letztlich auch einwerfen. Die Softwarelösungen, die dann natürlich mit allen Komponenten des Kunden kommunizieren muss. Also das ist schon sehr interessant und das ist so ein bisschen wie früher, als man dann vom Legokasten saß und sich dann selber irgendwas zusammenbauen konnte.

Susanne Lahres

Das ist einfach wesentlich spannender als irgendwelche Standardlösungen. Insgesamt kann man wirklich sagen, in dem ganzen Intralogistikbereich, das Canon Dokumentenprozesse eben nahtlos in den Warenfluss integriert. Und das heißt, aus administrativer Last wird tatsächlich ein

wertschöpfender Prozess. Und die Vorteile davon liegen in ganz vielen Bereichen. Also es kommt tatsächlich bei den Kunden zu einer Effizienzsteigerung. Das heißt, die ganzen früheren Vorproduktionen, zum Beispiel in Nachtläufen, können entfallen. Es können ganz viele manuelle Tätigkeiten entfallen. Die Transparenz steigt einfach massiv, einfach dadurch, dass wir Rückmeldungen aus unseren Workflow-Lösungen wieder weitergeben an die mit uns verbundenen Systeme, sei es an die Warenwirtschaftssysteme oder an die Fördertechnik. Wir hatten vorhin das Beispiel, wenn es irgendwo zu einem Einwurf Fehler kommt, dann wird natürlich sofort die Information weitergegeben. Die Fördertechnik fährt den betroffenen Karton entsprechend an den Sonderarbeitsplatz. Da werden die Dokumente dann beigegeben und die Ware kann einfach pünktlich das Haus verlassen und kommt bei dem Empfänger an. Also auch das Thema Revisionsicherheit, das hatten wir vorhin mit den Kameralösungen, dass man wirklich sicher ist. Die Ware ist auf jeden Fall aus dem Haus rausgegangen. Sie war auch unbeschädigt zu dem Zeitpunkt. Das heißt einfach Sicherheit für das Versenden im Unternehmen, natürlich auch für den Empfänger. Auf dem Lieferstein stehen auch wirklich nur die Artikel, die kommissioniert wurden, die verfügbar sind. Man kann eventuell dann noch ein Vermerk aufbringen für den Empfänger, was ist denn noch in Nachlieferung und wann wird das voraussichtlich geliefert. Also es sind ganz viele Aspekte. Oft aus wirklichen Rechtsgründen ist es elementar wichtig, dass die aktuellste Version von irgendeiner Produkthanleitung mit beigegeben wurde und eben nicht eine veraltete Version. Also das sind lauter Sicherheitsaspekte. Dann wieder der Punkt Flexibilität. Also man kann tatsächlich kurzfristig reagieren. Man kann den Dokumenteninhalte anpassen. Man kann Beileger individualisieren oder eben die kurzfristigen Werbeaktionen durchführen. Und natürlich ist auch Kostenoptimierung immer ein ganz wesentlicher Punkt. Und da hat man auch schon mehrfach drüber gesprochen. Man kann einfach das wenige knappe Personal für sinnvolle Tätigkeiten, für wesentlich höherwertige Tätigkeiten einsetzen und nicht für diese doch einfach sehr drögen Einwurf Tätigkeiten und hat einfach auch diesen Wegfall von den teuren Sonderschichten. Und last but not least, die Skalierbarkeit ist einfach ein zentraler Punkt. Das hatte der Kai auch schon sehr gut ausgeführt. Alle unsere Lösungen sind wirklich maßgeschneidert, immer auf die Aspekte in der aktuellen Situation des Kunden. Also wie hoch ist das Versandvolumen, welchen Automatisierungsgrad wünscht er denn? Aber die sind auch immer ausbaufähig. Auch das ist ja immer wichtig, also diese Zukunftsfähigkeit von Lösungen. Ich denke, da haben wir wirklich genug Erfahrung und viel Know-how und analysieren einfach wirklich sehr grundlegend, um einfach auch immer diese Zukunftsperspektive aufweisen zu können. Man kann einfach insgesamt sagen, es gibt so viele Vorteile. Ich hoffe, wir haben sie ausführlich besprochen. Und man sieht einfach auch in der Erfolgsgeschichte von Canon in dem intralogistischen Bereich, wir haben in den letzten Jahren wirklich bundesweit in ganz unterschiedlichen Branchen sehr interessante Lösungen realisieren können in ganz unterschiedlichen Bereichen. Also sei das der Pharma-Großhandel, Bekleidungshersteller wie Wittweiden, Elektronik-Versender wie Konrad Elektronik, aber auch in ganz vielen anderen Branchen, die eben mit Intralogistik zu tun haben. Und deswegen freuen wir uns drauf, wenn wir auch neue Projekte natürlich generieren können und sind da auch sehr zuversichtlich.

Heidi Kieser

Ja, ganz herzlichen Dank für die spannenden Einblicke an euch beide. Also es war wirklich schön zu sehen, auch mal zu entdecken, dass moderne Intralogistik eben nicht nur irgendwie eine automatisierte Fördertechnik ist, sondern dass es da irgendwie um das Zusammenspiel von Waren, Dokumenten und Datenflüssen geht und dass Erkennen auch wirklich gut aufgestellt ist, was die

Lösungen angeht. Bevor ich euch jetzt entlasse, komme ich zum Schluss noch zu unserem traditionellen Fragenhagel. Das heißt, ihr bekommt jeweils zwei Begriffpaare und ihr antwortet ganz spontan und ohne lange nachzudenken, welcher Begriff am besten zu euch passt. Genau, dann geht's los. Datenanalyse oder Bauchgefühl?

Kai Neumann
Analyse.

Susanne Lahres
Bauchgefühl

Heidi Kieser
Bauchgefühl. Kaffee oder Tee?

Kai Neumann
Kaffee.

Susanne Lahres
Tee

Heidi Kieser
Strategische Planung oder pragmatische Umsetzung?

Kai Neumann
Sowohl als auch.

Susanne Lahres
Ja beides

Heidi Kieser
Struktur oder Kreativität?

Kai Neumann
Eine strukturierte Kreativität.

Susanne Lahres
Sehr gut. Das darfst du gar nicht.

Heidi Kieser
Großdenken oder Klein anfangen?

Kai Neumann
Großdenken.

Susanne Lahres
Ja, Großdenken.

Heidi Kieser

Praxisnähe oder theoretische Perfektion?

Kai Neumann

Es muss schon sehr praxisnah sein. Also klar spielt die Theorie immer eine große Rolle, aber die Praxis ist schon relevant.

Susanne Lahres

Ja

Heidi Kieser

So, dann sind wir schon wieder am Ende. Das mit dem kurz und spontan antworten, das üben wir beim nächsten Mal nochmal. Aber es war sehr schön mit euch. Vielen Dank, dass ihr da wart. Und danke auch fürs Zuhören an unsere Zuhörerinnen. Und wenn ihr jetzt noch mehr über integrierte Dokumentenprozesse und Lösungen für die Intralogistik erfahren möchtet, findet ihr weiterführende Informationen unter [Canon.de/Intralogistik](https://www.canon.de/Intralogistik) sowie in den Canon White Papers, die wir kürzlich veröffentlicht haben. Danke fürs Zuhören.

Outro

Das war Canon OnAIR. Let's Talk.. Weitere Informationen finden Sie auch immer in den Shownotes oder unter [Canon.de/business](https://www.canon.de/business). Freuen Sie sich schon jetzt auf die neuen Folgen von Canon OnAIR. Let's Talk.. Bis zum nächsten Mal.