



„Bei Sofon sitzen viele helle Köpfe zusammen.“



Geschäftsführer von DG press, Peter Kloppers (rechts) und Remko Koolbergen (mitte) und Ingenieur Jan Brouwer (links)

Wachstum realisiert, Komplexität vereinfacht

Für diese User Story sprechen wir mit den beiden Geschäftsführern von DG press, Peter Kloppers und Remko Koolbergen und mit Ingenieur Jan Brouwer. Sie berichten uns von ihrem Unternehmen und darüber, wie Sofon zum Wachstum von DG press beigetragen hat. Genauer gesagt, welche tragende Rolle die Lösungen von Sofon beim Erstellen komplizierter Angebote spielen.

WER ODER WAS IST DG PRESS?

DG press aus den Niederlanden ist ein weltweit führender Hersteller von hochwertigen Druckmaschinen zum Bedrucken von u.a. flexiblen Verpackungen. Seine Tätigkeit nahm das Unternehmen 2009 als Dienstleister auf. Damals betreute DG press Service & Wartung für die rund 1200 Maschinen des ehemaligen Unternehmens Drent Goebel. Den Anfang machte man mit 12 Mitarbeitern von Drent Goebel. Auf diese Art blieb den Eigentümern bestehender Druckpressen das spezielle Fachwissen erhalten. Schon bald erweiterte DG press sein Angebot auf die Überholung und Neukonfigurierung von bestehenden Anlagen. Das Geschäftsfeld Wartung und Überholung stößt jedoch an Grenzen. Um die Kontinuität und das Wachstum von DG press sicherstellen zu können, wurde 2012 entschieden, auch wieder eine neue Druckmaschine zu konzipieren und zu bauen: Die Thallo. In kurzer Zeit wuchs das Unternehmen auf 60 Mitarbeiter an. Man baut jetzt neue Druckpressen im Wert von 3 bis 5 Millionen Euro.

Damit wir besser verstehen, worum es hier geht, schauen wir uns einmal in der Halle

um, in der die Druckmaschinen gebaut werden. Jan Brouwer erklärt, dass hier die Entwicklung und Montage der Maschinen realisiert wird. Das ist ein Herstellungsaspekt, durch den man sich als Lieferant unterscheidet und den man schwerlich anderen überlassen kann. „Wie spezifiziert man beispielsweise, dass etwas leicht laufen soll? Das ist enorm schwierig, denn dafür braucht man Produktwissen. Die Montage, das ist eine Sache, in der viel Herzblut drinsteckt,“ erläutert Jan Brouwer.

DG PRESS UND SEINE MARKTPPOSITION

Peter Kloppers erzählt: „Aus jahrelanger Erfahrung wissen wir genau, wie sich eine Walze unter Hochdruck verhält und können diese entsprechend steuern.“ Inzwischen ist ein Großteil des zum Bau dieser Maschinen erforderlichen Fachwissens nicht mehr reine Ingenieurskunst, sondern erfordert dieser Bau auch fundierte Software-Kennnisse. Auch das ist eines der Alleinstellungsmerkmale: „Wir allein haben das Detailwissen, wie alles funktioniert – auch wenn es um weiches Druckmaterial geht – und können dieses entsprechend in die Software für Drucktürme umsetzen.“



„Die Schnelligkeit des Angebots repräsentiert auch die Schnelligkeit unseres Unternehmens.“

HERAUSFORDERUNG

„Wir versuchen, lean and mean zu arbeiten,“ führt Remko Koolbergen aus. „Genau darin liegt auch unsere Stärke. Andere Unternehmen brauchen teilweise sogar doppelt so viele Mitarbeiter dafür.“ Die Herausforderung besteht darin, mit den vorhandenen Mitarbeitern und Mitteln ein kosteneffizientes Wachstum zu realisieren. Auf der Jagd nach Aufträgen wird der Markt mit Angeboten regelrecht überschwemmt. Deshalb ist es wichtig, dass auch der Angebotsprozess auf Wirtschaftlichkeit ausgelegt ist.

Die neuen Druckpressen aus dem Haus DG press sind hochkomplizierte Maschinen. Diese Komplexität wirkt sich auf die Angebote aus, die von den verschiedensten Faktoren abhängen. Remko Koolbergen verdeutlicht dies an einem einfachen Beispiel: „Nehmen wir mal an, die Bauteile einer Maschine seien Legosteine. Man baut nicht blaue, gelbe und rote Steine einfach so hintereinander. Denn nach dem blauen Stein kommt auch ein winziger grüner, aber nur genau in der Konfiguration, in der ein gelber folgt. Folgt dagegen ein roter Stein auf den blauen, muss ein etwas größerer schwarzer Stein dazwischengesetzt werden.“ Dieses einfache Beispiel soll eine Vorstellung von den Abhängigkeiten vermitteln, die beim Erstellen eines Angebots berücksichtigt werden müssen. „Der Angebotsprozess beinhaltet ein großes Maß an Know-how.

Man muss genau wissen, was man verkauft, und das nicht nur im Hinblick auf die Spezifikationen, sondern auch was den Selbstkosten- und Verkaufspreis betrifft.“

LÖSUNG

Remko Koolbergen und Peter Kloppers waren 2013 ganz dafür, die Angebote für die neuen Maschinen in Excel zu erstellen. Als sie mit dem Neubau starten wollten, erkannten sie, dass sie ihren früheren Kollegen Jan Brouwer für den Angebotsprozess brauchen würden. Durch seine jahrelange Erfahrung mit Sofon konnte Jan Brouwer die Geschäftsführung schnell von der Bedeutung von Sofon für DG press überzeugen.

Natürlich kann man in Excel die benötigten Zahlen eingeben und mit diesen Berechnungen erstellen. Nicht machbar ist jedoch die Integration von Bedingungen, besonders nicht so spezifizierte, wie DG press sie benötigt. In Excel muss man selbst ständig überlegen und angeben, welche Bestandteile in der Konfiguration berücksichtigt werden sollen. Außerdem geht es DG press nicht nur um die Preiskalkulation an sich, sondern auch um das Management des ganzen Angebotsprozesses. Auf Basis einer Exceltabelle kann man natürlich Dokumente erzeugen. Diese sind jedoch in Sachen Qualität und Vollständigkeit nicht mit einem Angebot zu vergleichen, das mit Sofon erstellt wurde.

WIE HilFT IHNEN SOFON?

- „Wenn man ein Produkt in der Preisklasse von 3–5 Millionen Euro verkauft, muss sich die Wertigkeit auch im Angebot widerspiegeln. Es ist unsere Visitenkarte.“
- „Aus der Art und Weise, wie wir das Angebot aufbereitet haben, können die Kunden schließen, dass wir unser Handwerk verstehen.“
- „Das Angebot ist zuverlässig. Wenn der Kunde bestellt, wissen wir mit Sicherheit, dass wir das genauso umsetzen können.“
- „Die Schnelligkeit des Angebots repräsentiert auch die Schnelligkeit unseres Unternehmens.“
- „Wir schreiben ungefähr 100 Angebote im Jahr. Heute dauert es nur eine halbe Stunde, um ein 30-seitiges Angebot zu erstellen, das beeindruckend aussieht und alles beinhaltet. Früher hätten wir gut einen Tag dafür gebraucht.“
- „Die Abhängigkeiten sind im Angebot gut dargestellt. Diese sind im Vorfeld für das System gut selektiert und festgelegt worden.“



„Aus der Art und Weise, wie wir das Angebot aufbereitet haben, können die Kunden schließen, dass wir unser Handwerk verstehen.“

„Bei einem Beratungsgespräch mit Sofon verstand man sehr bald unsere Situation und zeigte uns unmittelbar vor Ort an einem Beispiel, wie mithilfe von Concept Designer auf unsere besonderen Wünsche bei Richtpreisangeboten eingegangen werden kann. Noch am selben Tag schickten wir eine Bestellung an Sofon und kauften Sofon Studio und Sofon Concept Designer.“

In Sofon ist das ganze Know-how mit Bedingungen und Preislisten immer auf dem aktuellsten Stand. Remko Koolbergen erklärt, dass für die Datenpflege ein Spezialist gebraucht wird. „Es ist ein System, das von jemandem gepflegt werden muss. Und da stellt sich die bange Frage: Was, wenn unser Jan Brouwer einmal nicht da ist? Wer ihn vertritt, muss Maschinenbau-

kenntnisse für unsere Anlagen mitbringen und mit Sofon umgehen können. Es dauert gut zwei bis drei Monate Einarbeitungszeit, damit ein Stellvertreter Sofon pflegen kann.“

Mittlerweile arbeitet man auch bei DG press bereits seit einigen Jahren mit Sofon und hat eingesehen, dass es bei komplizierten Angeboten gar nicht mehr ohne geht. „Bei Sofon sitzen viele helle Köpfe zusammen,“ erzählt Remko Koolbergen. In Sofon ist das ganze Know-how mit Bedingungen und Preislisten immer auf dem aktuellsten Stand. Diese Lösung unterstützt bei einem fehlerlosen und erfolgreichen Verkauf. Ohne die Software von Sofon wäre das heute gar nicht mehr möglich.

AUSBLICK

Mit den Lösungen von Sofon kann DG press sein Wachstum fortsetzen. Und sofern gewünscht, können diese noch ausgeweitet werden. Dazu Remko Koolbergen: „Wir sammeln gerade Erfahrung, wie wir Stücklisten optimal einsetzen können. Wir wissen, dass wir die Stücklisten in Sofon erfassen können, wenn wir später mehr Maschinen herstellen.“ Jan Brouwer ergänzt: „Die Durchlaufzeit wird dann kürzer. Unser Bedarf wird dann nämlich sofort im System abgebildet und Zulieferer können dadurch auch schneller liefern.“

FAZIT

„Sofon ist ein attraktives System, auf das wir gerade bei kritischen Angeboten nicht verzichten können,“ begeistert sich Peter Kloppers. Remko Koolbergen pflichtet dem bei: „Wir sind sehr zufrieden und was wir besonders schätzen, ist die Tatsache, dass man bei Sofon mitdenkt, wenn Kunden Sonderwünsche haben. Ebenso ist auch unser Geschäft aufgebaut. Nicht gleich Geld verlangen, sondern vielmehr den Mehrwert der Extraleistung unter Beweis stellen. Das kommt gut an.“

WIE HILFT IHNEN SOFON?

- „Ohne Sofon vergisst man gerade die naheliegenden Sachen. Sachen, die so logisch sind, dass man davon ausgeht, dass sie berücksichtigt werden.“
- „Die richtigen Dokumente, wie die AGB, liegen dem Angebot bei. Es kann also nicht versehentlich eine falsche Version mitgeschickt werden. Sobald in Sofon einmal eine Information eingegeben wurde, wird diese danach immer korrekt verwendet.“
- „Die Möglichkeit, mehrere Versionen eines Angebots aufzuheben, nutzen wir häufig, sowohl für finanzielle Vereinbarungen wie auch für technische Spezifikationen. Ohne die ‚Versionsverwaltung‘ müssten wir ewig suchen.“

