

Auftragseingang in der Verpackungsindustrie

Warum 80% der Bestellungen heute noch *von Hand getippt* werden — und was sich gerade ändert.

Erkenntnisse aus einer Reihe von Tiefeninterviews mit Innendienstleitern, Geschäftsführern und SAP-Verantwortlichen entlang der DACH-Verpackungsbranche.



70%+

Bestellungen per E-Mail mit PDF

5–60 Min

Aufwand pro manuell erfasstem Auftrag

80%

Volumen über Top 50 Kunden

3–28k

Aufträge / Jahr — Spannweite Befragte

WAS WIR UNS ANGESEHEN HABEN

Leitfadengestützte Interviews und *operative Deep Dives*

Acht Themenblöcke pro Gespräch — vom IST-Prozess über Eingangskanäle und Volumen bis zum Wunschbild einer idealen Lösung. Die Spannweite reicht vom KMU mit 3.000 Aufträgen bis zum Konzern mit 28.000 Aufträgen pro Jahr.

01 Rolle & Verantwortung

02 IST-Prozess

03 Eingangskanäle

04 Volumen & Saisonalität

05 Team & Aufwand

06 Bisherige Versuche

07 Priorität 6–12 Monate

08 Wunschbild Lösung

3.000

Sozial-Genossenschaftsbetrieb (KMU)

Aufträge pro Jahr auf einem KMU-ERP, viele Telefonbestellungen.

25.000

Mittelständischer Hersteller

Aufträge pro Jahr, laufende ERP-Migration auf eine branchenspezifische Lösung.

28.000

Internationaler Pharma-Verpackungsspezialist

20.000 Aufträge auf SAP plus 8.000 durch ein zusätzliches Werk.

ERKENNTNISSE

Fünf Muster, die wir in *jedem Gespräch* wiedergefunden haben

Unabhängig von Grösse, Standort oder ERP-System wiederholen sich dieselben fünf Muster.

70%+ E-MAIL · PDF

01

E-Mail mit PDF dominiert — EDI bleibt die Ausnahme

Über alle Gespräche liegt der Anteil per E-Mail eingehender Bestellungen zwischen 70% und deutlich höher. Telefon ist im KMU-Mix bis 25% relevant, EDI deckt typischerweise nur eine Handvoll Grosskunden ab.

Pharma-Innendienst: EDI nur bei 4-5 von 350-400 aktiven Kunden – Top 50 = 80% des Volumens.

5 – 60 MIN / AUFTRAG

02

Manuelles Erfassen kostet 10 bis 60 Minuten pro Auftrag

Standardauftrag mit unverändertem Artikel: 5–10 Min. pro Position. Mit allen Prüfungen, Stammdaten und Ablage: 10–20 Min. Komplexere Aufträge mit Versionsprüfung und Preisklärung bis zu einer ganzen Stunde.

Skalierung wird zur reinen Personalfrage – Verdoppelung des Volumens „ressourcentechnisch nicht machbar“.

3 + 1 USE CASES

03

Drei (eigentlich vier) Use Cases — überall die gleichen

Bestellungen lassen sich praktisch immer in dieselben Kategorien einordnen — unveränderter Nachdruck, veränderte Version, Neuanlage und Kontrakt-/Lagerabrufe.

Pharma-Verpacker: 14.000-15.000 Aufträge pro Jahr sind „unveränderter Nachdruck“.

ERKENNTNISSE · FORTSETZUNG

Die wahre Komplexität liegt im *Mapping* — nicht im PDF

Stammdaten

04

Die wahre Komplexität liegt nicht im PDF — sondern im Stammdaten-Mapping

Kunden bestellen mit ihrer eigenen Materialnummer, nicht mit der internen. Ein und dieselbe Kundenmaterialnummer kann über verschiedene Kunden hinweg sogar doppelt vergeben sein — die eigentliche Arbeit ist das Mapping auf Druckbild, Werk und Lieferadresse.

Genau hier scheitern klassische, template-basierte Lösungen – und genau hier setzen LLM-gestützte IDP-Plattformen an.

3 / 3 ERP-MIGRATIONEN

05

ERP-Wechsel löst das Problem nicht

Drei der befragten Unternehmen befinden sich aktuell in einem ERP-Migrationsprojekt. In keinem dieser Projekte ist die intelligente Verarbeitung von eingehenden PDF-Bestellungen Teil des Standardlieferumfangs.

Mehrere Gesprächspartner haben den Auftragseingang bewusst als zweites, eigenständiges Projekt nach dem ERP-Go-Live aufgesetzt.




Das wäre ressourcentechnisch gar nicht machbar. Verarbeiten ist das eine, abarbeiten ist ein zweites Problem.

LEITER AUFTRAGSABWICKLUNG · SCHWEIZER VERPACKUNGSBETRIEB

AUFWAND PRO AUFTRAG

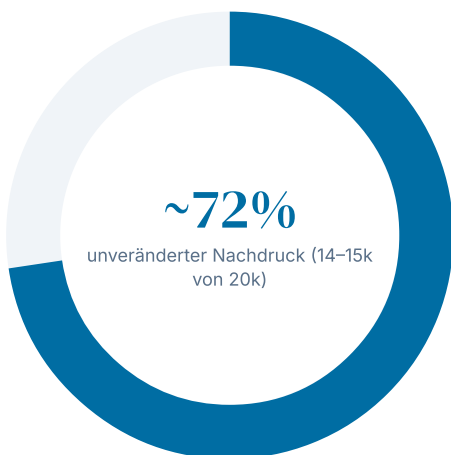
5 Minuten oder eine ganze *Stunde*? Beides — je nach Auftragsstyp.

Die Aufwandszahlen aus den Interviews sind erstaunlich konsistent über alle Befragten hinweg.

Standardauftrag Unveränderter Artikel — pro Position		5-10 Min
Mit allen Prüfungen Stammdaten, Ablage, Standard-Validierung		10-20 Min
Komplexerer Auftrag Mehrere Positionen, Versionsprüfung, Preisklärung		bis 60 Min

USE-CASE-VERTEILUNG

Vier Auftragsstypen — drei davon *heute schon automatisierbar*



- Unveränderter Nachdruck**
 Artikel und Druckbild bleiben gleich. Grösster Volumenanteil, perfekt automatisierbar.
- Veränderte Version**
 Bestehender Artikel mit neuem Logo, Spezifikation oder Druckdaten-Version. Druckvorstufe einbinden.
- Neuanlage**
 Komplett neuer Artikel. Stammdaten, Druckdaten, Werksplanung erst aufbauen.
- Kontrakt- und Lagerabrufe**
 Vorproduzierte Mengen in fixen Lieferzyklen. Sehr konstant, sehr automatisierbar.

DEEP DIVE

Ein Pharma-Verpacker im *DACH-Raum*

Stellvertretend für eine ganze Reihe ähnlich gelagerter Fälle steht ein international tätiger Faltschachtelhersteller mit starkem Pharmafokus, mit dem wir den Prozess in drei aufeinander aufbauenden Sessions im Detail durchgegangen sind.

26 MA

Vertriebsinnendienst
Pharma

16 davon

direkt in der
Auftragserfassung

28k /Jahr

Aufträge inkl. zusätzliches
Werk (20k + 8k)

4–5 EDI

von 350–400 aktiven
Kunden



Es soll nicht das Ziel sein, dass wir Schreiarbeit zusätzlich reinholen. Wir wollen uns auf Kundenberatung und Kommunikation konzentrieren — das muss das Hauptgeschäft sein.

ABTEILUNGSLEITER VERTRIEBSINNENDIENST PHARMA

ZIELZUSTAND – GEMEINSAM DEFINIERT

Drei Phasen vom *Happy Path* zur Edge Case

1

PHASE 1 – HAPPY PATH

**Unveränderte Nachdrucke
vollautomatisch**

Auslesen, gegen SAP-Stammdaten validieren und über API direkt als Kundenauftrag anlegen — analog zum bestehenden EDI-Flow.

2

PHASE 2 – EDGE CASES

**Vorgefüllt, mit Human in the
Loop**

Versionsänderungen und Neuanlagen werden so weit wie möglich vorgefüllt. Sachbearbeiter validiert und gibt frei.

×

BEWUSST AUSGEKLAMMERT

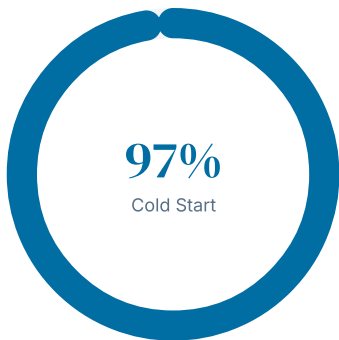
**Preise — erst, wenn die
Quelle stimmt**

Solange Preislisten dezentral in Excel- und SharePoint-Strukturen liegen, lösen wir das nicht durch KI.

WAS WIR TECHNISCH GEZEIGT HABEN

97% auf Anhieb — 99%+ ab der dritten Bestellung.

In der Live-Demo haben wir mit echten Bestellungen aus dem laufenden Tagesgeschäft gearbeitet. Pro Datenpunkt — Materialnummer, Liefertermin, Menge, Lieferadresse — lassen sich individuelle Schwellwerte setzen.



Auf Anhieb, ohne Training

Bei der allerersten Bestellung im Layout — auf Feldebene gemessen.



Realistisch ab dem zweiten Lauf

Sobald das Layout zwei- bis dreimal gesehen wurde — pro Datenpunkt mit eigenen Schwellwerten.

STIMMEN AUS DEN INTERVIEWS

Die Materialnummer zu vergleichen, das ist der Datenpunkt, der unabdingbar ist. Das ist auch die erste Prüfung, die wir durchführen.

Abteilungsleiter Vertriebsinnendienst
Pharma-Verpackungsspezialist

WAS DAS FÜR ANDERE UNTERNEHMEN HEISST

Drei Entscheidungen, die *die meisten Verpacker* ähnlich treffen

Die meisten Verpackungsunternehmen, mit denen wir sprechen, treffen drei sehr ähnliche Entscheidungen.

ERSTENS

Auftragseingang als eigenes Projekt

Nicht als Anhang ans ERP-Programm. Die Hebel sind zu gross und zu spezifisch für ein Standardmodul.

ZWEITENS

Einstieg über die Top 20–50 Kunden

Dort liegen typischerweise 70–80% des Volumens. Edge Cases werden bewusst zurückgestellt.

DRITTENS

Mehr *Beratungszeit* — nicht weniger Personal

Konkurrenzdruck (auch aus Asien) entsteht beim Service, nicht beim Tippen.

Auch in der Verpackungsbranche tätig? Erfahrungen *einbringen*.

Die Marktstudie wird laufend fortgeführt. Wenn Sie Ihren Auftragseingang ehrlich prüfen wollen oder wissen möchten, wie er im Branchenvergleich abschneidet — melden Sie sich.

[Kontakt aufnehmen](#)

www.dokumentas.ai · zurich@esgroup.ch · +41 43 321 99 82