

Heidelberg und WEIG realisieren digitales Geschäftsmodell für den Faltschachteldruck

WEIG setzt auf Subskriptionsmodell

Im Rahmen eines Subskriptionsvertrages liefert Heidelberg ein Gesamtpaket aus Druckmaschinen, Software, Service und Verbrauchsmaterialien an WEIG. Auf diese Weise soll der renommierte Verpackungszugabe sein Wachstum auf Basis modernster Technologien aus dem Hause Heidelberg erzielen. Mit diesem neuen Geschäftsmodell fungiert Heidelberg nicht wie bisher als Lieferant von Maschinenkomponenten, sondern generiert seine Marge ausschließlich durch das Erlangen im Vorfeld festgelegter Produktivitäts- und Wachstumsziele bei WEIG.

Beim Faltschachtelproduzenten FK Fürther Kartonagen, einem Unternehmen des WEIG-Unternehmensnetzwerkes, stehen die Zeichen auf Wachstum. Dabei setzt WEIG mit der Realisierung eines neuen digitalen Geschäftsmodells auf die Erfahrung, die Beratung und die Technologie von Heidelberg. Mit ihrem neuen Subskriptionsmodell setzt Heidelberg auf einen wachsenden Trend für Pay per Use im Maschinenbau und möchte auf diese Weise unabhängiger vom Wachstum allein durch Verkauf und Installation von Druckkapazität werden. Das neue Geschäftsmodell sieht vor, dass Kunden künftig für die Nutzung zahlen, während Heidelberg mit seinen Lösungen eine zuvor festgelegte Verfügbarkeit und Produktivität des Gesamtsystems gewährleistet.

„Wir wollen unseren Standort Emskirchen zu einem wegweisenden Faltschachtelbetrieb in Richtung Verfügbarkeit und Flexibilität ausbauen. Mit



WEIG Packaging entscheidet sich für Subskriptionsmodell von Heidelberg. V.l.: Siegfried Mahr, Geschäftsführer WEIG Packaging, Dr. David Schmedding, Leiter Corporate & Digital Business Development bei Heidelberg, Mike Niebuhr, Leiter Faltschachtelwerk in Emskirchen, Toni Steffens, kaufmännischer Leiter WEIG Packaging, Markus Rinkens, Leiter Einkauf WEIG Gruppe, Harald Degen, Niederlassung Heidelberg München, und Dirk Kummer, Niederlassungsleiter Heidelberg München

Heidelberg gehen wir daher eine Partnerschaft ein, in der unsere strategischen und wirtschaftlichen Interessen gleichgerichtet sind. Mit der Umsetzung des neuen Geschäftsmodells wird Heidelberg nicht wie bisher an der Lieferung der Maschinenkomponenten verdienen, sondern ausschließlich durch das Erreichen vereinbarter Produktivitäts- und Wachstumsziele“, erläutert Toni Steffens, kaufmännischer Leiter von WEIG Packaging, die Entscheidung.

SUBSKRIPTIONSMODELL: KUNDEN ZAHLEN FÜR DIE NUTZUNG MODERNSTER INDUSTRIE 4.0 LÖSUNGEN

Anders als beim klassischen Geschäftsmodell, bei dem der Kunde die Druckmaschinen erwirbt und separat für Verbrauchsmaterialien oder Serviceleistungen zahlt, bezahlt der Kunde beim vereinbarten Subskriptionsmodell ausschließlich für eine produktive industrielle Leistung, also für die Anzahl der bedruckten Bogen. In Heidelberg's neuem digitalen Geschäftsmodell sind im abzurechnenden Bogen-

preis das gesamte Equipment, alle benötigten Verbrauchsmaterialien wie Druckplatten, Farben, Lacke, Waschmittel, Gummitücher und ein umfassendes, auf Verfügbarkeit ausgerichtetes Serviceangebot eingeschlossen. Dies unterscheidet sich deutlich vom bereits eingeführten Click Charge Modell der Digitaldruckmaschinenanbieter. Diese rechnen zwar ebenfalls pro Bogen ab, orientieren sich allerdings vornehmlich an den eigenen Kosten und nicht am Geschäftsmodell des Kunden.

„Die wirtschaftliche Verantwortung an der höchsten technischen Verfügbarkeit, der gesteigerten Produktivität und der maximalen Nutzung des installierten Equipments liegt beim Subskriptionsmodell von Heidelberg nicht mehr alleine beim Kunden, sondern erstmalig auch beim Anbieter“, so Prof. Dr. Ulrich Hermann, Mitglied des Vorstands und Chief Digital Officer bei Heidelberg. „Ein Kunde geht schließlich nur dann einen langjährigen Vertrag mit uns ein, wenn er dauerhaft Vorteile davon hat. Diese garantieren wir ihm mit unserem Betreiber-

modell. Es ist zudem dann eine zukunftsweisende Lösung, wenn Kunden die Chancen der Digitalisierung im Gesamtsystem voll ausschöpfen wollen“, so Prof. Dr. Ulrich Hermann weiter.

NEUES KONZEPT BIETET ERHÖHTE VERFÜGBARKEIT UND SMARTE MÖGLICHKEITEN FÜR DEN NUTZER

Im Rahmen der Vereinbarung werden im Faltschachtelwerk Emskirchen zwei neue Speedmaster XL 106 der drupa 2016 Generation mit Push-to-Stop- und Multicolor-Technologie installiert. Zum Gesamtmodell gehören jedoch auch sämtliche Servicekomponenten, Ersatz- und Verschleißteile, alle zum Betrieb der Maschinen erforderlichen Verbrauchsmaterialien sowie ein auf die Steigerung der Verfügbarkeit ausgerichtetes Trainings- und Beratungsangebot. Darüber hinaus nutzt WEIG die neue Digitalisierungslösung Heidelberg Assistant, dessen Serienstart Ende des Jahres 2017 erfolgte.

Der Heidelberg Assistant wird zum zentralen Steuerungspanel ausgebaut. So wird in der Praxis heute schon ein

großer Schritt in Richtung Industrie 4.0 der ganzen Branche gegangen, wo Maschinen und Komponenten selbstständig miteinander kommunizieren. Verschleiß und Wartung werden frühzeitig identifiziert und ermöglichen eine gemeinsame und vorausschauende Serviceplanung. Anwender erhalten mit dem Heidelberg Assistant einen Gesamtüberblick über Service- und Wartungsstatus ihrer Druckerei inklusive einer datengestützten Ausfallvor-



V.l.: Tom Oelsner, Leiter Sales Excellence bei Heidelberg, und Heidelberg Chief Digital Officer Dr. Ulrich Hermann präsentieren den Heidelberg Assistant.

hersage. Unter diesen Voraussetzungen entsteht eine deutlich gesteigerte Verfügbarkeit der Maschinen. Der konkrete Nutzen für WEIG liegt in einer höheren Flexibilität im Hinblick auf Kunden und die Terminplanung mit dem Ziel einer Just-in-Time-Produktion.

„Das Etablieren von Pay-Per-Use-Modellen im industriellen Offsetdruck ist Ergebnis der fortlaufenden digitalen Transformation unseres Unternehmens sowie seiner Software- und Datenkompetenz. Heidelberg bietet dem Kunden das ‚smarte‘ Gesamtsystem bestehend aus Maschine, Services, Verbrauchsmaterialien und Softwarelösungen an. Die stabile Führung eines solchen Gesamtsystems ist ohne Big-Data-Anwendungen, beispielsweise in der vorausschauenden Wartung, und unseres Push-to-Stop-Ansatzes zum autonomen Drucken undenkbar. Nicht nur unsere Kunden, sondern auch unsere Investoren schätzen die Vorteile von dauerhaften, nachhaltigen und auf die Digitalisierung der Branche abzielenden Geschäftsbeziehungen“, fasst Prof. Dr. Ulrich Hermann abschließend zusammen.

REPROTECH SETZT AUF HOCH RENTABLE MARKTNISCHEN UND DEN WASSERLOSEN OFFSETDRUCK

Reprotech, ein Anbieter von qualitativ hochwertigen Repro-Leistungen für den Akzidenzdruckmarkt, nutzt die Imprima Druckplatten für den wasserlosen Offsetdruck, um ihr Geschäft auszubauen und eine Reihe von Nischenmärkten, darunter den Sicherheitsdruck, zu bedienen. Das Unternehmen mit Sitz in Düsseldorf ist seit nahezu 30 Jahren im Geschäft und beschäftigt ausschließlich hoch qualifizierte Mitarbeiter.

„Wir haben uns für die Imprima Druckplatte für den wasserlosen Offsetdruck von Toray entschieden, um unser Unternehmen besser für Sicherheitsanwendungen wie Führerscheine, Pässe oder Personalausweise zu positionieren“, erläutert Gerd Müsch, einer von drei Inhabern von Reprotech. „Der wasserlose Offsetdruck ist die bessere Lösung zum Drucken auf Kunststoffen und gewährleistet eine insgesamt viel höhere Qualität. Diese Anwendungen erfordern eine sehr hohe Auflösung, die sich mit unseren hochauflösenden Plattenbelichtern von Heidelberg und den Imprima Druckplatten von Toray mühelos erzielen lässt. Diese Kombination sichert uns einen deutlichen Wettbewerbsvorteil im Sicherheitsdruck und ist ein Leistungs-

merkmal, das unsere Mitbewerber nicht anbieten können.“

Gerd Müsch betont die guten Geschäftskontakte von Reprotech zu Toray. Auch die Beziehungen zu Heidelberg sind sehr intensiv: „Wir produzieren für Druckmaschinenhersteller auf der ganzen Welt Demo-Platten sowohl für den konventionellen Offsetdruck als auch mit der Imprima von Toray für den wasserlosen Offsetdruck. Dieses Konzept ist für uns und unsere Kunden gleichermaßen vorteilhaft.“ Bei Reprotech hat das Wachstum in den Nischenmärkten, für die der wasserlose Offsetdruck viele Vorteile bietet, den Rückgang beim konventionellen Akzidenzdruck mehr als ausgeglichen. „Diese Nischenmärkte sind weitaus stabiler als der allgemeine Akzidenzdruck“, so Gerd Müsch. „Wir suchen in den Nischenmärkten, in denen wir bereits tätig sind, nach neuen Kunden und erschließen uns auch neue Nischenmärkte, die wir mit dem wasserlosen Offsetdruck gut abdecken können. Auch stellen wir fest, dass manche konventionelle Märkte, wie Etiketten, durchaus von unserer Kompetenz profitieren. Viele Anbieter besitzen keine eigene Druckvorstufe für den Offsetdruck. Da ist es für sie von



Ralf Notzem prüft die Position einer Imprima Druckplatte von Toray.

Vorteil, wenn sie uns mit dieser Aufgabe betrauen, anstatt hohe Summen aufzubringen, die für die Investition in eine eigene Druckvorstufe erforderlich wären. Unsere hoch qualifizierten Mitarbeiter sind bereits seit Jahren mit diesen Arbeiten vertraut. So können wir die Kunden zu den besten Technologien beraten und unter anderem die Dateien korrigieren, damit eine hochwertige Druckausgabe sichergestellt ist. Heute sind bereits etwa 50% unserer Druckplatten wasserlos. Wir gehen davon aus, dass sich der Schwerpunkt weiter in diese Richtung verlagert, da der allgemeine Akzidenzdruckmarkt uns weiter Aufträge schickt.“