

Verantwortung für Wirtschaft und Umwelt

Von jeher hat der Umweltaspekt bei Epson einen hohen Stellenwert eingenommen. Wir sprachen mit Henning Ohlsson, Geschäftsführer der Epson Deutschland GmbH und CSR-Direktor Epson Europa, über technologische Impulse für eine größere ökologische Verantwortung, 2020 als neue Dekade der Nachhaltigkeit und die erhöhten Anforderungen, die die Einschränkungen durch Covid-19 für Unternehmen aus wirtschaftlicher Sicht mit sich gebracht haben.

Welche Auswirkungen haben die Covid-19-Einschränkungen auf Epson?

Zunächst einmal haben wir natürlich wieder eine Fülle neuer Technologien, die wir auf den zahlreichen Messen, die für dieses Jahr ursprünglich geplant waren, gerne auf breiter Front vorgestellt hätten. Covid-19 hatte dieser Option bedauerlicherweise einen Riegel vorgeschoben, sodass wir für die Kommunikation rund um die vielfältigen Innovationen aus dem Hause Epson neue Wege einschlagen mussten. Um unsere zahlreichen Neuentwicklungen dennoch präsentieren zu können, stellen wir anstelle der Messepräsenzen mit Hilfe eines eigenen Inhouse-Video-Teams die jeweiligen Produkte vor und rücken so ihr Potenzial ins rechte Licht. Anders als ein klassisches Webinar, gestalten wir jedoch interaktive Demos. Das bedeutet, dass die jeweiligen Händler speziell zu den Online-Präsentationen eingeladen werden und nunmehr via Video-Demonstration eine sehr detaillierte Produktvorstellung erhalten.

Die modernen Technologien machen diese Form der Produktpräsentation heute problemlos möglich, zumal wir darüber hinaus mit Hilfe der Moverio-Brille auf Basis der Augmented Reality



Henning Ohlsson, Geschäftsführer Epson Deutschland und CSR-Direktor Epson Europa, an der digitalen Etikettendruckmaschine Epson Surepress L-4533AW mit 7-Farben-Tintenstrahltechnologie inklusive weißer Tinte.

heutzutage auch detaillierte Einblicke gewähren können, die bis in das tiefste Innenleben der Maschinen reichen. Wir laden sozusagen gezielt zu einer eigenen virtuellen Messe ein, und halten speziell auf die Interessen ausgerichtete, maßgeschneiderte virtuelle Demonstrationen ab, um die Kommunikation unseres Know-hows und unserer Technologie weiterhin aufrecht zu erhalten.

Derzeit bieten wir für unsere Fachhändler mindestens ein Webinar in der Woche an, um den Informationsfluss aufrecht zu erhalten und den persönlichen Kontakt weiter zu pflegen. Schließlich sind die neuen Systeme fertig, über die wir kommunizieren wollen. Durch den Shutdown erschwerten sich die Produktlaunches und verzögerten sich teilweise auch. Doch haben wir eine gute Alternative gefunden, denn wir können nicht auf die Messen warten.

Diese Form der Präsentation bzw. der Produkteinführung ist in der jetzigen Situation die einzige Möglichkeit, die uns Unternehmen offen steht. Doch obwohl die Technologien dies heute alles problemlos hergeben, sehe ich darin nicht die Zukunft und bin überzeugt davon, dass die Messen selbstverständlich erhalten bleiben. Die modernen Technologien ermöglichen uns zwar die Einschränkungen, mit denen wir gerade alle leben müssen, in gewisser

Form zu überbrücken, doch dies ersetzt natürlich nicht das persönliche Gespräch. Das klassische „Touch and feel“ ist für unsere Produkte und ihre Applikationen natürlich nach wie vor ein Muss! Fragen lassen sich zwar virtuell beantworten und gemeinsam erörtern, aber um Technologien zu erproben oder Muster zu produzieren, muss man real an der Maschine agieren und in den Demoräumen ausgiebig testen.

Natürlich hat die Pandemie auch Auswirkungen auf unser gesamtes Team. So agieren derzeit nach wie vor rund 70 % der Backoffice-Mannschaft aus dem Homeoffice heraus – den Vertrieb einmal außen vorgelassen.

Wie stellt sich für Epson weltweit und in Europa die aktuelle wirtschaftliche Situation dar, und welche Auswirkungen hinsichtlich des Umsatzes zeichnen sich dadurch ab?

Für uns gilt das japanische Geschäftsjahr, das den Geschäftszeitraum von April bis Ende März umfasst, sodass sich die Auswirkungen unmittelbar beziffern lassen. Das interessante hierbei ist, dass der fehlende Umsatz im Office- und im Industrial-Segment durch den deutlich gesteigerten Umsatz im Consumerbereich nicht nur kompensiert, sondern teilweise sogar mehr als ausgeglichen werden konnte. Dies stellt

eine Entwicklung dar, mit der zunächst einmal niemand gerechnet hatte, die jedoch genauer betrachtet durchaus logisch ist. Beispielsweise hat Home-schooling dazu geführt, dass plötzlich auf breiter Front in den jeweiligen Haushalten eigenständig Lehrmaterialien ausgedruckt werden mussten. Auch das umfassende Arbeiten im Home-office bringt einen gesteigerten Bedarf an Druckern und Tinte mit sich. All diese Faktoren haben dazu geführt, dass Epson im April und Mai den Umsatz auf diese Weise insgesamt stabil halten konnte.

Natürlich war dieser Effekt in diesem Ausmaß strategisch nicht so geplant und führte auch zwangsläufig im Supply Chain zu Herausforderungen, da niemand auf diese immense Nachfrage vorbereitet war, doch letztendlich hat dieser Effekt dafür gesorgt, dass Epson in keine wirtschaftliche Schieflage geraten ist, wie es vielleicht dem ein oder anderen Wettbewerber ergangen ist, der nicht unser breites Produktportfolio besitzt.

Wir befinden uns derzeit in einer recht komfortablen Lage, sodass wir vor diesem Hintergrund auch explizit ein Commitment herausgegeben haben, in dem wir unseren Mitarbeitern versichern, keine Stellen abzubauen. Wir wissen, dass die Menschen, die unser Unternehmen tragen, der wichtigste Faktor sind, über den wir verfügen, und dies wollen wir auch wertschätzen. Zumal die Nachfrage insgesamt in den verschiedenen Segmenten vorhanden ist, auch wenn sich einige Investitionen durch die Einschränkungen und Lock-downs durch Covid-19 zeitlich verschoben haben. Doch wir brauchen unsere Mannschaft, unsere Ingenieure, Softwareentwickler und Vertriebsleute und mit jeder weiteren Lockerung, wird sich auch die wirtschaftliche Lage wieder entspannen und unsere Kunden können wieder agieren, wie es ihr Geschäft erfordert, und dies beinhaltet eben auch die Investition in neue Technologien und modernste Maschinen generationen.

War Epson im letzten halben Jahr in der Lage, die erforderlichen Serviceeinsätze und geplanten Installationen vorzunehmen?

Für Serviceeinsätze und Inbetriebnahmen mussten vielfach erst die vorherrschenden Vorschriften gelockert wer-

den. Mit Blick auf die terminierten Installationen gab es natürlich gezwungenermaßen einige Verzögerungen. Insbesondere in den Monaten März bis Mitte April war nahezu alles gelähmt.

Die Abstandsregelungen innerhalb der Unternehmen und Betriebe sind sehr strikt, doch die eigentliche Hürde stellen die jeweiligen Reisebestimmungen dar, die von Bundesland zu Bundesland sehr uneins sind. Mittlerweile sind die Hotels wieder für Übernachtungen geöffnet. Insofern geht es jetzt mit Blick auf die Serviceeinsätze auch wieder bergauf. Selbstverständlich ist es nach wie vor unerlässlich, sich mit den Händlern und Kunden auf ein gewisses Reglement zu einigen. Wenn die Voraussetzungen dafür auf beiden Seiten gegeben sind, stellt auch der Serviceeinsatz kein Problem mehr dar, zumal dieser ja im beidseitigen Interesse liegt.

Die notwendigen Trainings haben wir virtuell abgehalten. Dies stellte kein Problem dar, da der Kunde die Maschine vor sich hatte und ein Trainer ihn dann virtuell schrittweise instruieren konnte. Auch das Training für die Servicetechniker fand regulär statt, wenn der Händler seine Fachleute vor Ort hatte. Viele hatten ihren Betrieb jedoch zeitweilig komplett geschlossen. Mittlerweile werden nun auch endlich wieder die Außendienstler angefragt, sodass sich nach und nach viele Abläufe wieder normalisieren.

Wir gehen davon aus, dass wir im 4. Quartal – also von Januar bis März – wieder auf dem Vor-Corona-Stand sein werden. Aktuell haben wir unseren Geschäftsplan deutlich reduziert, obgleich unser Betriebsergebnis dank des rapiden Aufschwungs des Consumersegments auf das Gesamtunternehmen betrachtet, ausgeglichen ist. Wir gehen davon aus, dass sich ab September auch wieder eine deutliche Nachfrage in den übrigen Segmenten entwickeln wird. Schließlich war die Investitionsbereitschaft vor der Pandemie in vielen Geschäftsbereichen vorhanden. In zahlreichen Unternehmen werden diese Neuinvestitionen auch dringend benötigt, sie wurden lediglich situationsbedingt verschoben.

Für uns stellt das Robotiksegment in der Regel einen aussagekräftigen Indikator dar, aus dem sich vielfach ableiten lässt, wann auch in den übrigen

Geschäftsfeldern neue Impulse entstehen und das Geschäft Fahrt aufnimmt. Im Robotikmarkt wurden viele Investitionen aus dem ersten Quartal verschoben, die jetzt in der Sommerzeit installiert werden, und es kommen aktuell zahlreiche Neuinvestitionen hinzu.

Automatisierung ist in vielen Branchen und Anwendungen der Schlüssel für eine Maximierung der Produktivität und Präzision. Hierbei werden vor allem kompakte Lösungen wichtiger, die mit verhältnismäßig wenigen Robotern arbeiten. Epson bietet eine breite Auswahl an modernster Robotertechnologie und gehört zu den Pionieren der Robotik. Wir verstehen uns als Automatisierungsanbieter mit einem flexibel einsetzbaren Produktprogramm, in das sich verschiedene optionale Komponenten integrieren lassen.

Derzeit profitieren wir im Schwerpunkt Robotik vor allem im Automotivebereich, wo wir Robotersysteme für Kfz-Zulieferer und die gesamte Automobilindustrie fertigen. Dass dieser Bereich derzeit wieder Fahrt aufnimmt, signalisiert uns, dass sich auch die Geschäfte unserer Kunden wieder normalisieren, und diese Entwicklung bildet in der Regel einen zuverlässigen Indikator für das übrige Marktumfeld.

Sie haben 2020 als „den Anfang der Dekade der nachhaltigen Produktion“



Epson bietet nicht nur die größte Auswahl an SCARA-Robotern für unterschiedlichste Anwendungsfälle, sondern auch 6-Achs-Roboter, Steuerungen und Software. „Unsere Robotersysteme zeichnen sich durch eine außerordentliche Präzision, Geschwindigkeit, Zuverlässigkeit und Langlebigkeit aus“, so Henning Ohlsson.

deklariert. Was bedeutet dies für Epson und seine Kunden?

Ich bin überzeugt davon, dass mit 2020 ein entscheidendes Jahrzehnt beginnt, denn nur Unternehmen, die nachhaltig handeln, werden langfristig wirtschaftlich erfolgreich sein. Diese Dekade wird sicherlich noch stärker als bisher von den Themen Verantwortung und Nachhaltigkeit geprägt sein. Für Epson selbst wurden bereits 2008 wesentliche Meilensteine unserer Umwelt- und Sozialpolitik in der langfristigen Epson Umweltvision 2050 formuliert und in der mittelfristigen Unternehmensvision „Epson 25“ fixiert. Wir setzen hierbei auf unsere Stärken, nämlich die bereits jetzt schon energieeffizienten, umweltschonenden Epson Kerntechnologien weiter zu perfektionieren und damit im Sinne der Verantwortung eines global tätigen Technologiekonzerns zu agieren.

Epson hat von jeher eine Vorreiterrolle in puncto Ökologie eingenommen. So haben wir beispielsweise schon sehr früh mit einer eigenen Solaranlage den Strombedarf unseres „Industry Solution Centers“ gedeckt. Als ein Vorreiter des Technologiewechsels hin zum Inkjetdruck hat Epson über eine halbe Milliarde Euro in Anlagen zur Entwicklung und Fertigung seiner effizienten PrecisionCore-Druckkopftechnologie investiert. Diese Technologie bringt weitreichende Vorteile mit sich, dazu zählen u.a. weniger Müll, signifikante Einsparung von Energiekosten und CO₂-Emissionen.

Ein weiteres markantes Beispiel für ein „Mehr“ an Nachhaltigkeit und eine gelebte Kreislaufwirtschaft verkörpert unser PaperLab, die weltweit erste auf einem wasserfreien Prozess beruhende Papier-Recyclingmaschine für das Büro,

die durch die Trocken-Faser-Technologie von Epson aus Altpapier neues Papier herstellt. Mit diesem hausinternen System können Unternehmen vertrauliche Dokumente intern sicher vernichten und das Papier recyceln. Gleichzeitig hilft PaperLab Unternehmen dabei, ihre CSR- und Umweltziele zu erreichen und den Bedarf an neuem Papier zu reduzieren.

Wann rechnet sich PaperLab für einen Betrieb?

Diese Frage lässt sich nicht mit einer reinen Ziffer beantworten, denn in die Bewertung, ab wann sich der Einsatz für ein Unternehmen rechnet, fließen vielerlei unterschiedliche Faktoren und ihre jeweilige Gewichtung innerhalb des Unternehmens mit ein. De facto besteht zunächst einmal der Kostenunterschied von 1 zu 7 zwischen dem klassischen Officepapier und dem recycelten PaperLab-Papier. Doch man muss bei der Verwendung der PaperLab-Papiere weitere Komponenten mit einrechnen. Hierfür gibt es zunächst durch die Zerstörung von Daten auf Papier, gemäß des höchsten ISO-zertifizierten Standards (P7), den kommerziellen Ansatz. Das traditionelle Verfahren zum Vernichten vertraulicher Dokumente ist das Schreddern. Dabei wird Altpapier in Behältern gesammelt, die entweder abgeholt oder zur Schredderanlage gebracht werden müssen. Das Papier muss gesichert aufbewahrt, abgeholt und vernichtet werden. Externe, spezialisierte altpapierverarbeitende Anlagen sind in der Regel kostspielig und mit einem großen logistischen Aufwand verbunden. Zudem muss neues Papier produziert, beschafft und geliefert werden, was Ressourcen bindet und viel Planung und Logistik erfordert.

Ein weiterer Faktor, der in vielen Unternehmen zunehmend wichtiger wird, ist der Umweltaspekt. So wird für die Produktion des PaperLab-Papiers auf Basis der Trocken-Faser-Technologie praktisch kein Wasser benötigt, der CO₂-Ausstoß wird gesenkt und Holzressourcen werden geschont. Darüber hinaus profitieren Unternehmen von einer schnellen, bedarfsgerechten Papierproduktion im eigenen Hause.

Durch all diese Faktoren wird der zunächst deutlich höhere PaperLab-Papier-Kostenposten wieder aufgewogen, je nach vorherrschender Unternehmensphilosophie. Um PaperLab künftig aber auch für kleinere Unternehmen interessant zu machen, plant Epson künftig eine PaperLab-Lösung, die deutlich kleiner ausfällt und in etwa die Größe eines Bankomaten aufweist. Das aktuelle Modell ist derzeit in erster Linie für sehr große Unternehmen interessant, die mit sensiblen Daten handeln wie beispielsweise Versicherungen und Banken.

Was sind für Epson die Wachstumssegmente im Bereich des professionellen Drucks?

Mit Blick auf den professionellen Druckmarkt wächst derzeit der gesamte Textildruckbereich sehr stark. Insbesondere T-Shirt-Drucksysteme werden deutlich mehr geordert und entsprechende Produktionskapazitäten werden dafür benötigt. In der Werbetechnik ist es der aktuellen Situation geschuldet zweischneidig: Die klassischen Werbetechniker, die sonst für Messeauftritte beauftragt werden, haben natürlich im Moment nichts zu tun, außer Plexiglasscheiben für die Kassierbereiche oder dergleichen zu fertigen.

Ein Teil der Werbetechniker hat jedoch auch von den Corona-Auflagen profitiert, und hatte durch die zahlreichen Abstandsregelungs-Drucke für den PoS wie beispielsweise die Bodenaufkleber für Lebensmittelketten sehr kurzfristig sehr hohe Auslastungen. Auch bei den Sublimationsdruckern gab es sicherlich durch die hohe Nachfrage im Bereich der Maskenproduktion Profiteure der Situation, und viele Druckdienstleister haben auf die Herstellung bedruckter Masken gesetzt.

Herr Ohlsson, wir danken Ihnen vielmals für das interessante Gespräch!



Das Epson PaperLab A-8000 setzt auf eine Kombination aus drei Prozessen, um aus Altpapier neues Papier zu machen: Zerfasern, Binden und Formen. Das recycelte Papier kann für herkömmliche Laserdrucker, Tintenstrahldrucker und Kopierer verwendet werden.