
Thema: Drinktec 2021: KHS und die Messe München im Gespräch

Zeichen: Haupttext circa 12.500 Zeichen (mit Leerzeichen, ohne Boiler-Plate)

Titel

Drinktec 2021: „Der persönliche Austausch ist unverzichtbar“

Untertitel:

KHS-Geschäftsführer Dr. Grobe im Gespräch mit der Messe München über die großen Zukunftsfragen der Getränkeindustrie

Teaser

Im Herbst 2021 schaut die weltweite Getränkeindustrie wieder nach München: Dann gibt die drinktec 2021 Antwort auf die großen Zukunftsfragen der Branche. Wir sprechen mit Petra Westphal und Markus Kosak, beide Messe München, sowie mit Dr. Johannes T. Grobe, Mitglied der KHS-Geschäftsführung, darüber, was Messebesucher erwartet – auch in Zeiten von Corona.

Haupttext

In einer Zeit, in der aufgrund der Corona-Pandemie große Messen abgesagt, verschoben oder in kleinerem Maßstab abgehalten werden, richten sich viele Augen gespannt auf die drinktec, die Weltleitmesse der Getränke- und Liquid-Food-Industrie. Auch sie wurde – wenn auch nur um wenige Wochen – verlegt. Erstmals findet die drinktec nicht vor, sondern direkt nach dem Oktoberfest statt, vom 4. bis 8. Oktober 2021. Grund ist der dicht gedrängte Veranstaltungskalender der Messe München, in den es mit der IAA ein neues Format zu integrieren gilt. Neben dem Termin wird sich auch die Hallenaufteilung ändern.

Überhaupt scheint „ungewohnt“ ein treffendes Adjektiv zu sein, um die Messe im nächsten Jahr zu beschreiben. „Corona hat uns alle digitaler, virtueller und kollaborativer gemacht“, konstatiert Petra Westphal, die als Produktgruppenleiterin

die drinktec und alle internationalen Schwesterveranstaltungen verantwortet. „Wir alle haben in der Krise erkannt, was physisch nötig und was virtuell möglich ist. Die Folge ist ein globales Umdenken: Reisetätigkeiten werden hinsichtlich ihres Mehrwerts und der Kosteneffizienz genauer geprüft. Zugleich intensiviert sich der Austausch. Zum einen, indem physische Zusammenkünfte mehr geschätzt und entsprechend stärker genutzt werden, zum anderen durch neue zusätzliche Digitalangebote.“

Persönliche Begegnungen unverzichtbar

Für Aussteller ergibt sich daraus die Frage nach den künftigen Messebesuchern. „Bisher gehörte es zum Konzept, möglichst viele Maschinen zu zeigen – sozusagen zum Anfassen vor Ort“, stellt Dr. Johannes T. Grobe, Mitglied der Geschäftsführung von KHS, fest. „Entsprechend haben wir vom Vorstand bis zum Techniker ein außerordentlich breites Publikum auf unserem Stand begrüßt.“ Die Präsentation technischer Innovationen werde nun zunehmend virtuell erfolgen und das Zwischenmenschliche rücke in den Vordergrund – selbst wenn weniger Besucher kommen sollten. Dr. Grobe erwartet, dass sich vieles ändert. Früher habe man über den Austausch auf Messen gesagt, je kleiner ein Raum sei, desto besser wäre das. Heutige Abstandsregeln erforderten zum Beispiel Gruppen mit weniger Teilnehmern und anders gestaltete Besprechungsräume.

Auch wenn es schwierig werde, die durch Corona unterbrochenen persönlichen Beziehungen wiederaufzubauen, ist Dr. Grobe zuversichtlich: „Ein bisschen ist es wie mit alten Freunden. Alle freuen sich auf das Wiedersehen, auf technische Diskussionen und vor allem auf den persönlichen Dialog. Schließlich werden viele Entscheidungen nicht rein rational, sondern weitestgehend aus dem Bauch heraus getroffen.“ Dem schließt sich Petra Westphal an. „Die Menschen haben in den vergangenen Monaten gelernt, wie wichtig trotz aller digitalen Möglichkeiten der physische Kontakt ist. Sie dürsten regelrecht danach. Außerdem möchten sie die Produkte anfassen. Nur so können sie die Qualität der verwendeten Materialien oder der Verarbeitung wirklich beurteilen.“

Virtuelle Lösungen sind gefragt

Deshalb sind die vielen neuen digitalen Angebote vor, während und nach der eigentlichen Veranstaltung zwar kein Ersatz für den Besuch in München. Angesichts voraussichtlich weiterhin eingeschränkter Reisemöglichkeiten werden sie die Highlights der drinktec 2021 jedoch für ein breites Publikum zumindest virtuell erlebbar machen und so deren Reichweite erhöhen. „Dafür arbeiten wir gemeinsam mit der Branche an bedarfsgerechten Lösungen, um zum Beispiel Techniker eines Getränkeherstellers aus Südkorea digital der physischen Messe zuzuschalten“, erklärt Westphal. Aber zu viel wolle man zu diesem frühen Zeitpunkt noch nicht verraten.

Einen anderen Aspekt der digitalen Transformation der Messe selbst ergänzt Markus Kosak, Mitarbeiter Westphals und 2021 erstmals als Projektleiter für die drinktec verantwortlich. „Wir erweitern unsere analoge Plattform um ein breites Spektrum wertvoller hybrider und digitaler Formate und ermöglichen unseren Ausstellern, sich ganz anders zu präsentieren“, erklärt er. Das sei natürlich eine Herausforderung an das Storytelling und setze voraus, dass sich alle noch intensiver Gedanken machen, findet Kosak. Als Beispiel für die neuen Angebote führt er etwa den sogenannten Working Hero an. Dabei handele es sich um emotionale und fesselnde, von der drinktec produzierte Videos, die Mitarbeitergeschichten von Ausstellern erzählen und in ein digitales Vermarktungskonzept einbinden.

Intelligente Produktion und Automatisierung

Auch bei den Herstellern hat der digitale Wandel längst Fahrt auf- und sehr konkrete Formen angenommen. So lautet eines der vier drinktec-Leitthemen „Digitale Lösungen & digitale Transformation“. Ein Beispiel sei die zunehmende Vernetzung bei der Getränkeproduktion, so Kosak. Der Produzent habe bereits vor der Installation umfassende Einblicke in die Maschinenauslegung. Für die hochautomatisierte Fertigung fließen dann, auf Basis von AI-Berechnungen, weitere Variablen wie Wetterdaten und deren Auswirkung auf den Getränkekonsum mit ein. „Digitale Lösungen verknüpfen künftig alle Teilnehmer der Supply Chain“, betont Kosak, „den Maschinenhersteller mit dem Getränkeproduzenten, den Abfüller mit

seinen Zulieferern, seinen Logistikdienstleistern, dem Handel und, nicht zuletzt, dem Konsumenten. Wie dieser Wandel vonstattengeht, zeigen die Aussteller auf der drinktec.“

Auch für KHS repräsentiert die digitale Zukunft eines der Schwerpunktthemen der Branche. In mehrfacher Hinsicht adressiert der Dortmunder Systemanbieter technologische Herausforderungen, die sich aus den verschiedenen Stoßrichtungen und Thematiken des Megatrends ergeben – jedoch nicht als Selbstzweck, wie Dr. Grobe betont: „Wir verfolgen die Strategie ‚I do it for you‘. Das heißt, dass wir Themen gezielt mit unseren Kunden angehen und durchgängige digitale Lösungen für ihre konkreten Herausforderungen und Bedürfnisse entwickeln.“ Im Vordergrund der zunehmend relevanten intelligenten Fabrik sieht er das Thema Automatisierung, sowohl hinsichtlich der Produktionssteuerung als auch mit Blick auf die Instandhaltung. Angesichts der Tatsache, dass die erforderlichen Daten natürlich immer den Kunden gehörten, sei jedoch klar, dass diese vor allem flexible Lösungen schätzten, die ihre eigene Unabhängigkeit bewahrten. „Deshalb setzen wir vor allem bei unseren Key Accounts auf offene Systeme, damit an das MES¹ variable Module bedarfsgerecht appliziert werden können.“

Nachhaltige Verpackung

Ein weiteres Leitthema, das auf der drinktec einen ebenso großen Raum einnehmen wird, lautet „Nachhaltige Produktion und Verpackung“. „Auf der Produktionsseite ist hinsichtlich Ressourceneinsparung und Energieeffizienz in den letzten Jahren schon viel passiert“, betont Westphal. „Jetzt stehen die Verpackungen selbst im Fokus. Hier wird einerseits die Strategie des Reduce, Reuse und Recycle verfolgt, auf der anderen Seite aber auch das Upcycling, bei dem aus gebrauchten Gegenständen ganz neue, hochwertige Materialien entstehen.“

Zwei aktuelle Innovationen haben es der Messemacherin und ihrem Kollegen besonders angetan: Petra Westphal ist speziell von der Coca-Cola-Flasche

¹ MES = Manufacturing Execution System, prozessnah operierende Ebene eines mehrschichtigen Fertigungsmanagementsystems.

begeistert, die zu 25 Prozent aus Plastikabfällen besteht, die an spanischen und portugiesischen Mittelmeerstränden eingesammelt wurden. Markus Kosak fasziniert vor allem die Entwicklung nachhaltiger Etiketten. Neben der Verwendung von Recycling- und FSC-zertifiziertem Papier rücken Materialien wie Gras- oder Steinpapier in den Fokus. Auch Etiketten aus Echtholz sind bereits am Markt erhältlich. Man darf gespannt sein, wie es hier weitergeht.

Bereits massenmarkttauglich ist das Nature MultiPack™, welches PET-Flaschen und Dosen statt mit Plastikfolie nur mit Hilfe von wenigen Klebepunkten zusammenhält. Erstmals präsentiert wurde das disruptive Verpackungskonzept von KHS auf der drinktec 2013, inzwischen stehen die Packs im Handel in ganz Europa. „Das ist ein gutes Beispiel für die besonderen Dinge, die hier auf unserer Messe passieren“, sagt Westphal, die sich gut erinnert, wie groß die Begeisterung des Messepublikums für das neue Format seinerzeit war. „Genau das meinen wir, wenn wir sagen: Hier wird Zukunft gestaltet.“ Zufrieden mit dem Erfolg ist auch Dr. Grobe: „Carlsberg setzt das Nature MultiPack™ beispielsweise für Sixpacks von Bierdosen ein, und die Konsumenten greifen 30-mal häufiger zum sogenannten ‚Snap Pack‘ als zu einem in Folie eingeschweißten Gebinde – obwohl es teurer ist.“ Auf diesem und anderen Erfolgen will er aufbauen: „Jetzt gilt es, das nachhaltige Pack weiter auszubauen, indem wir es auf zusätzliche Formate ausweiten und höhere Leistungsbereiche erschließen.“

Messe mit Zukunft

Für Petra Westphal zeigt das Nature MultiPack™, wie entwicklungsgetrieben die Getränkebranche ist: „Mich fasziniert immer wieder der unglaubliche Weitblick unserer Aussteller. Nehmen Sie zum Beispiel die aseptische Abfüllung, die 2001 erstmals auf der drinktec präsentiert wurde. Das ist selbst 20 Jahre später noch ein hochaktuelles Thema.“ Sie wünsche sich, dass es auch außerhalb der Branche mehr Aufmerksamkeit dafür gebe, wie lange es teilweise brauche, bis neue Konzepte im Markt Erfolg haben. Dazu gehöre allerdings auch der Mut einer gesättigten Gesellschaft, Dinge anzunehmen, die vielleicht noch nicht bis ins kleinste Detail ausgereift seien.

Die Zukunft der drinktec sieht Kosak rosig: „In unserer Industrie geht es immer auch um extrem erklärungsbedürftige Projekte, die besprochen und berührt werden müssen. Vor allem für die großen Innovationen und übergreifenden Entwicklungsthemen ist der persönliche Austausch unverzichtbar. In welcher Form, ob rein analog oder mit einem hybriden Ansatz, wird sich zeigen.“ Auch Dr. Grobe ist überzeugt, dass die drinktec weiterhin ihre Berechtigung hat: „Insgesamt gehe ich zwar davon aus, dass sich die Messelandschaft durch Digitalisierung und Regionalisierung verändern wird. Auch wenn Europa nach wie vor ein Innovationstreiber ist, sehen wir, dass beispielsweise in Asien viele neue Entwicklungen stattfinden, die regionale Messeformate vor Ort erfordern.“ Nach wie vor sei die drinktec als internationales Gipfeltreffen der Getränkeindustrie unverzichtbar für die strategische Ebene und um Trends abzubilden – und vor allem für den „menschlichen Faktor“.

Weitere Informationen unter: www.khs.com/presse

Newsletter abonnieren unter:

<http://www.khs.com/presse/publikationen/newsletter.html>

KHS digital

1. Automatisierung

- ERP²-Systeme ermöglichen die automatische Ausführung von Aufträgen sowie die Übertragung von Daten an das Controlling in Echtzeit.
- Was KHS unternimmt:
 - ❖ Innoline Flex Control: übergreifendes Auftragshandling
 - ❖ Smart Line Flex: Rahmenprojekt zur Entwicklung der benötigten Funktionen in den Maschinen

² ERP = Enterprise Resource Planning: Die unternehmerische Aufgabe, Ressourcen wie Kapital, Personal, Betriebsmittel, Material, Informations- und Kommunikationstechnik sowie IT-Systeme im Sinne des Unternehmenszwecks rechtzeitig und bedarfsgerecht zu planen und zu steuern.

2. Instandhaltung

- Wartung erfolgt zustandsorientiert. Machine-Learning-Algorithmen helfen, den Zeitpunkt des Ausfalls von Teilen vorauszusagen.
- Was KHS unternimmt:
 - ❖ Verschiedene Pilotprojekte untersuchen die Möglichkeiten von Cloud Computing im Zusammenhang mit Machine Learning. Ziel ist es, praxistaugliche Lösungsansätze zu entwickeln.

3. IT-Sicherheit

- Um Cloud-Plattformen zu nutzen, muss der Shop Floor an das Internet angebunden sein – auf sichere Art und Weise.
- Was KHS unternimmt:
 - ❖ Technisch: Standardisierung in der Automation von Maschinen
 - ❖ Organisatorisch: z. B. Bestellung eines OT-Security-Verantwortlichen bei KHS

4. Bedienung

- Anwender erwarten von ihren Maschinen eine intuitive Bedienung – ähnlich wie bei ihren privaten mobilen Endgeräten.
- Was KHS unternimmt:
 - ❖ Bei der Neuentwicklung oder Überarbeitung von Produkten werden webbasierte Bedienoberflächen eingeführt (Basic Line Monitoring z. B. läuft auf Smartphones und Tablets).

Bildunterzeilen

(Quelle: KHS Gruppe)

Petra Westphal

Corona habe uns alle digitaler, virtueller und kollaborativer gemacht, stellt Petra Westphal, Produktgruppenleiterin bei der Messe München, fest.

Markus Kosak

Das digitale Begleitprogramm stelle neue Herausforderungen an das Storytelling der Aussteller, erklärt Markus Kosak, Projektleiter drinktec bei der Messe München.

Dr. Johannes T. Grobe

Dr. Johannes T. Grobe, Mitglied der Geschäftsführung von KHS, ist davon überzeugt, dass die drinktec als Weltleitmesse auch in einer zunehmend digitaleren Welt ihre Berechtigung hat.

Über die KHS Gruppe

Die KHS Gruppe ist einer der führenden Hersteller von Abfüll- und Verpackungsanlagen in den Bereichen Getränke und flüssige Lebensmittel. Zu der Unternehmensgruppe zählen neben der Muttergesellschaft (KHS GmbH) noch die KHS Corpoplast GmbH sowie zahlreiche Tochtergesellschaften im Ausland mit Standorten in Ahmedabad (Indien), Sarasota und Waukesha (USA), Zinacantepec (Mexiko), São Paulo (Brasilien) und Suzhou (China).

Am Stammsitz in Dortmund sowie in ihren weiteren Werken in Bad Kreuznach, Kleve, Worms und am Standort in Hamburg, der die PET-Kompetenz der Gruppe bildet, stellt die KHS moderne Abfüll- und Verpackungsanlagen für den Hochleistungsbereich her. Die KHS Gruppe ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der im SDAX notierten Salzgitter AG. 2019 realisierte die Gruppe mit 5.149 Mitarbeitern einen Umsatz von rund 1,260 Milliarden Euro.

PR-Kontakt

KHS GmbH
Sebastian Deppe
(externer PR-Berater)
Tel: +49 2 51 / 62 55 61-243
Fax: +49 2 51 / 62 55 61-19
E-Mail: presse@khs.com
Internet: www.khs.com

Media-Kontakt

KHS GmbH
Eileen Rossmann
(externe Media-Beraterin)
Tel: +49 7 11 / 2 68 77-656
Fax: +49 711 / 2 68 77-699
E-Mail: eileen.rossmann@mmb-media.de
mmb-media.de
Internet: www.khs.com