

hilite

Unternehmensmagazin der Hauni Group · Nr. 2_2022

Ökosystem

Ganzheitliches
Angebot für die Ziele
unserer Kunden

Passion.
Precision.
Performance.



hauni.com/
factory-of-excellence

Auf dem Weg zur Factory of Excellence!

Über die gesamte Wertschöpfungskette
hinweg zur Fabrik der nächsten Generation



„Mehr als die Summe ihrer Teile“



Ein Orchester ist nur so gut wie sein Dirigent. Was in der Musik unbestritten ist, gilt auch beim Zusammenspiel unterschiedlicher Lösungen in der immer komplexeren Welt der Produktion. Damit diese einzelnen Lösungen für unsere Kunden mehr sind als die Summe ihrer Teile, braucht es einen Dirigenten. Auf der Basis der Vielfalt unserer Lösungen, unserer Kenntnisse in der Tabakbranche und unseres erweiterten Partnernetzwerks können und wollen wir als Hauni Group diese Rolle verstärkt erfüllen. Wie wir sie annehmen und unsere Kunden ganz praktisch auf dem Weg zur Factory of Excellence unterstützen, lesen Sie auf den folgenden Seiten.

Ein perfektes Zusammenspiel haben wir auch bei unseren integrierten End-to-End-Lösungen für die Logistik im Blick. Diese Lösungen stellen wir Ihnen in diesem Heft ebenso vor wie zukunftsweisende Wartungskonzepte und die Rolle der Sensorik als Game Changer bei der Weiterentwicklung zur Factory of Excellence.

Außerdem informieren wir Sie über unterschiedliche Möglichkeiten, mit den individuell passenden Updates das Maximum aus bestehenden Anlagen in Primary und Secondary herauszuholen und sie dauerhaft auf der Höhe der Zeit zu halten.

Um Zukunftsfähigkeit geht es auch bei der Nachhaltigkeit. Wir schildern Ihnen in dieser hilite deshalb auch, wie wir in diesem Kontext innerhalb der Körper AG zusammenarbeiten und unsere Kunden mit einem Softwaretool bei diesem Thema unterstützen.

Eine anregende Lektüre wünscht Ihnen

Jürgen Spykman
Chief Executive Officer

Die aktuelle hilite mit allen Geschichten,
Bildern und Links finden Sie auch direkt
auf der Website von Hauni.



Inhalt 2_2022



12 Weg zur Factory of Excellence

16 Imperial Brands Strategie



03 Editorial

06 Nicht nur Lösungen, sondern ein ganzes Ökosystem!

Interview mit Hauni Chief Sales Officer Jürgen Heller zur Zukunft der Tabakindustrie

10 Passion. Precision. Performance.

Der neue Claim der Hauni Group und wie das Unternehmen seine Kunden begeistern will

12 Weg zur Factory of Excellence

Mit dem strukturierten Prozess der Hauni Group werden Ideen zu konkreten Projekten

16 Imperial Brands Strategie

Global Supply Chain Officer Javier Huerta erklärt im Interview, wohin die Reise geht

20 E2E-Logistik

Integrierte End-to-End-Lösungen für die gesamte Wertschöpfungskette

24 Performance based Payment

Mit KPI-driven Maintenance bezahlen Kunden für das Erreichen festgelegter KPI

26 Modularer THP-Maker

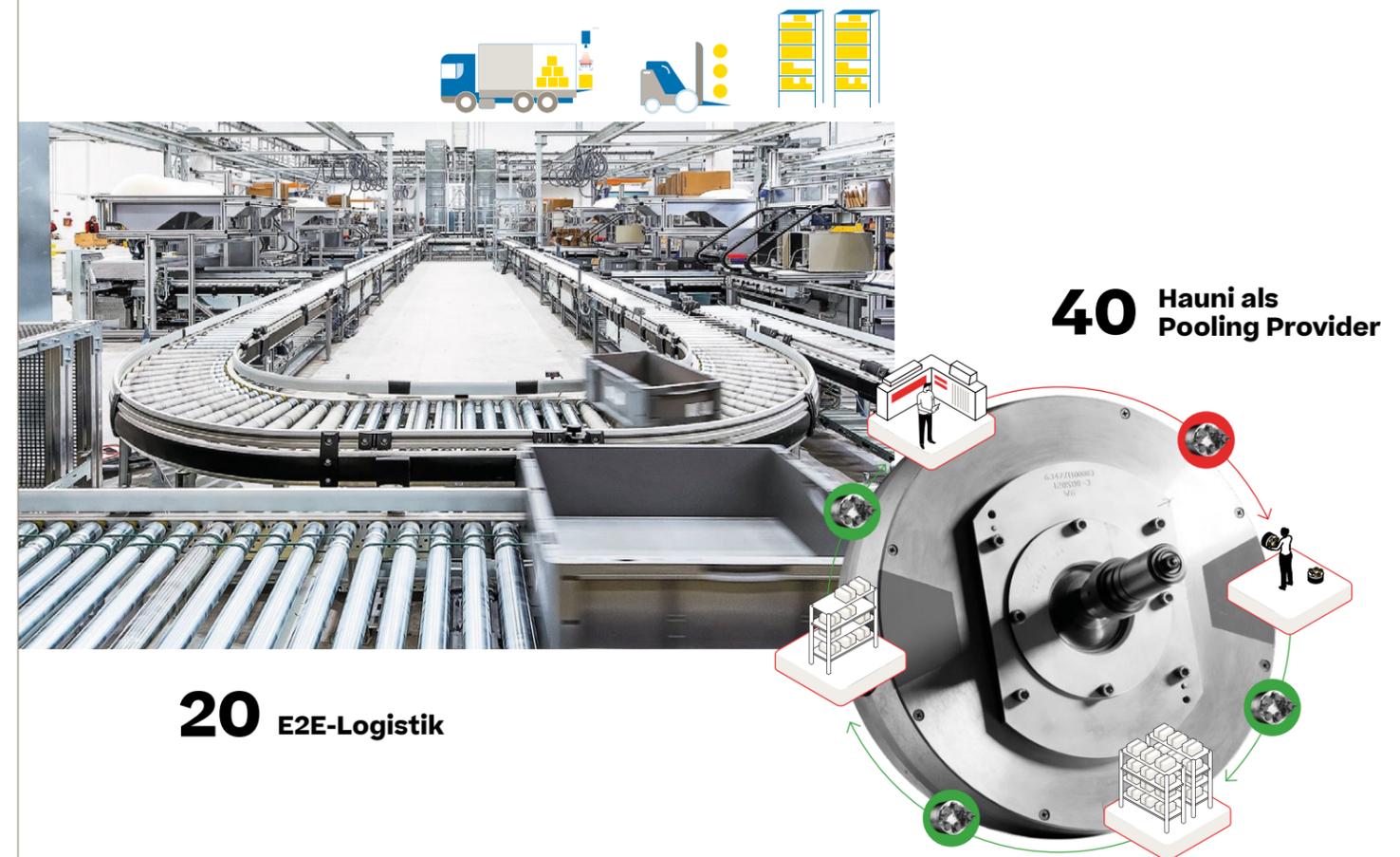
Das flexible Portfolio der Hauni Group schafft die Basis für umweltfreundlichere Tobacco Heated Products

30 Game Changer Sensorik

Sensoren als Basis für die Weiterentwicklung zur Smart Factory

32 Updates sichern Investitionen

Innovative Updates sorgen für Hochleistung bestehender Anlagen in Primary und Secondary



20 E2E-Logistik

36 News

Informationen und Innovationen

38 Maßgeschneiderte Wartung

Flexible Wartungskonzepte für reduzierte Downtimes und individuelle Anforderungen

40 Hauni als Pooling Provider

Mit dem Subassembly Exchange Programm gelangt ein komplexes Thema in sichere Hände

42 Optimierte Wartungsprozesse

Das Softwaretool d.maintenance sichert Transparenz und Effizienz bei der präventiven Wartung

44 Digitalisierung für Nachhaltigkeit

Die Building & Energy Management Software von Hauni erzeugt solide Nachhaltigkeitsdaten

46 Gemeinsam nachhaltiger

Zusammen mit der Körber AG setzt die Hauni Group die gemeinsame Nachhaltigkeitsstrategie um

48 Digital: Brauche ich nicht!

Die Hauni Group entkräftigt gängige Vorurteile bei der Digitalisierung

50 7 Minuten mit dem Entscheidungsfreudigen

hilite zur Stippvisite bei Fredrik Sandmark, Leiter des Segments Secondary

51 Impressum

Nicht nur Lösungen, sondern ein ganzes Ökosystem!

Worum es in der Tabakindustrie heute und morgen geht und wie die Hauni Group mit dem Ökosystem-Ansatz Antworten auf die Herausforderungen findet, beschreibt Hauni Chief Sales Officer Jürgen Heller im Interview.

In unserer letzten Ausgabe hat der Chief Sales Officer des Körber-Konzerns Rami Jokela das Thema Ökosystem beleuchtet. Wie wendet Hauni diesen Ansatz an?

Jürgen Heller: Wir stellen unseren Kunden mit seiner Produktion, seinen Bedürfnissen und seiner Vision in den Mittelpunkt – nicht unsere Lösungen. Und das mit gutem Grund: Wie zahlreiche andere Branchen befindet sich auch die Tabakbranche in einem tiefgreifenden Transformationsprozess. Sie muss schneller, effizienter, kostengünstiger und nachhaltiger produzieren. Das haben wir verstanden und spiegeln diese veränderten Bedürfnisse in unserem Ökosystem-Ansatz wider: Statt in einzelnen bzw. ausschließlich eigenen Lösungen, denken wir ganzheitlich. Um den Kunden zu ihren Zielen zu verhelfen, beziehen wir andere Partner mit ein. Mit den Lieferanten des Produktionsmaterials, den vor- und nachgeschalteten Maschinen, den Softwarelösungen, die unser Angebot erweitern, oder mit Beratungsleistungen, schaffen wir für den Kunden eine Gesamtlösung.

Es geht also ums große Ganze ...

Jürgen Heller: Genau – und dafür sind wir mit unserer über Jahrzehnte gewachsenen Expertise, unseren hochwertigen Maschinen und digitalen Lösungen sowie unserem breiten Servicenetzwerk der richtige Partner. Mit letzterem sind wir immer sehr nahe bei unseren Kunden und gewinnen Einblicke in Werke unterschiedlichster Größe und Entwicklungsstufe. Insbesondere gemeinsam mit Körbers Geschäftsfeldern Supply Chain mit Hard- und Softwarelösungen sowie Körber Digital setzen wir einzelne Lösungen zu einem Ganzen zusammen.

Darüber hinaus verfügen wir über ein breit gefächertes Netzwerk an Partnern aus der Tabakindustrie sowie darüber hinaus, wie z. B. Microsoft oder Porsche Consulting, die Prozesse einer Fabrik im Detail betrachten, sie bewerten und Verbesserungen anregen.

→

„Statt
einzelner
Lösungen machen
wir ganzheitliche
Angebote“

Dr. Jürgen Heller

Was bedeutet in diesem Zusammenhang der oft zitierte Begriff „End-to-End“?

Jürgen Heller: End-to-end ist nichts anderes als der Weg zum Ziel: Wir betrachten keine einzelnen Maschinen, sondern fangen vorne am Werkstor an und hören mit der Analyse auf, wenn das fertige Produkt die Halle verlässt. So verstehen wir das jeweilige Werk in seiner Gesamtheit und können es mit unseren ganzheitlichen Lösungen optimieren. Dabei gibt der Kunde das Ziel vor. Die Analyse darf man sich nicht als langwierigen wissenschaftlichen Vorgang vorstellen. Wir erzielen durch diese Betrachtungsweise sehr schnell positive Effekte für den Kunden und können gleichzeitig gemeinsam an langfristigen Veränderungen arbeiten.

Wie können wir uns einen solchen Prozess konkret vorstellen?

Jürgen Heller: Am Anfang und am Ende steht der Kunde. In der Regel erarbeiten wir mit ihm gemeinsam ein Zielbild, mit dem festgelegt wird was das Unternehmen erreichen möchte.

Anschließend bewerten wir die aktuelle Situation und erstellen einen Umsetzungsplan, der auch schnelle Verbesserungen umfasst. Dieser Plan kann einen einzelnen Prozess wie die Filterproduktion, eine komplette Make-Pack-Linie oder den gesamten Fertigungsbereich umfassen.

Was wollen Sie mit diesem Ökosystem-Ansatz erreichen?

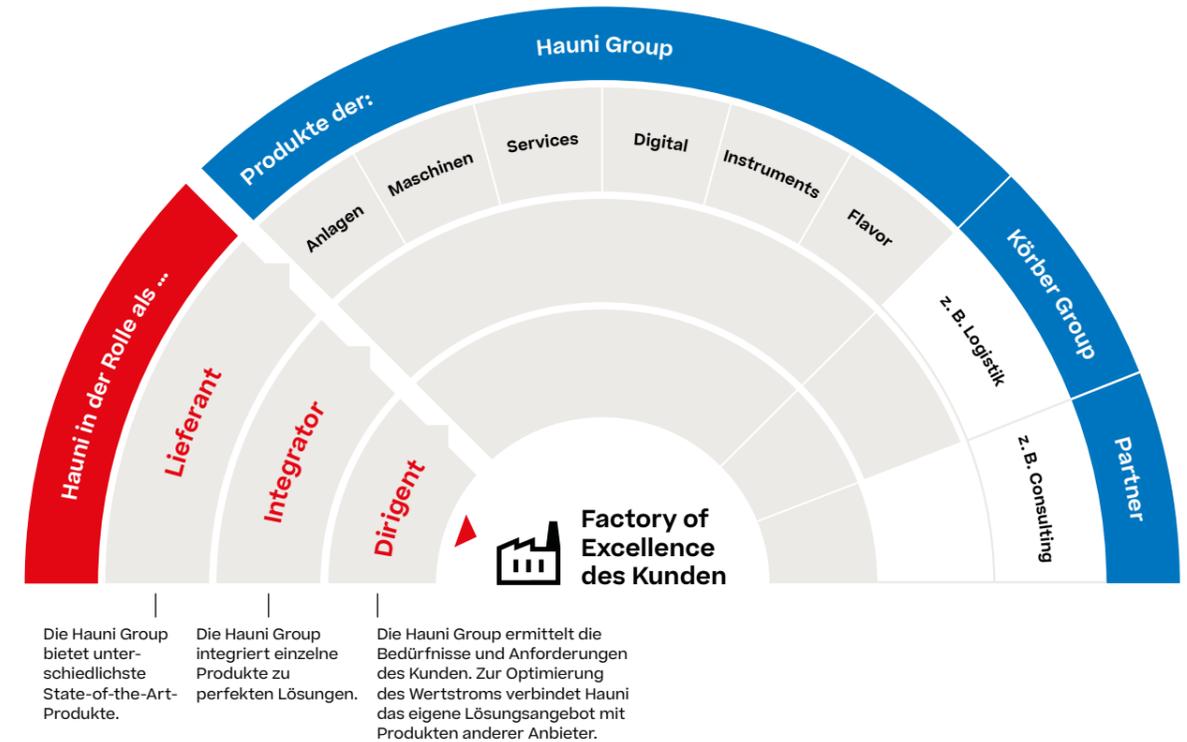
Jürgen Heller: Das ist selbstverständlich nicht allgemeingültig zu beantworten, da die zukünftigen Bedürfnisse und Ziele unserer Kunden so individuell sein werden wie die der Gegenwart. Als Marktführer in der Tabakbranche haben wir aber ein präzises Bild der Megatrends, die auf uns zukommen, beziehungsweise schon angekommen sind. Zu diesen zählen neben dem Thema Nachhaltigkeit eine signifikante Steigerung der Produktivität und der Gesamtanlageneffektivität (OEE) sowie eine erhebliche Reduktion von Abfällen.



„Die anstehenden Aufgaben meistern wir mit Leidenschaft und unserer traditionell hohen Präzision.“

Das Hauni Group Ökosystem

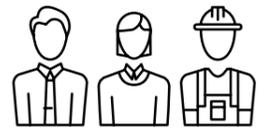
Die Hauni Group steht für herausragende Produkte und ist bei Bedarf für ihre Kunden mehr als ein Lieferant: Die Hauni Group integriert eigene Lösungen und Partnerlösungen und begleitet den Kunden auf seinem individuellen Weg zur Factory of Excellence.



Außerdem zeichnet sich deutlich ab, dass strengere Vorschriften, veränderte Verbraucherbedürfnisse und -wünsche sowie ein hoher Innovations- und Kostendruck das Tagesgeschäft großer und kleiner Unternehmen bestimmen werden. Wir sind der Überzeugung, dass kein Unternehmen all diese Herausforderungen allein beantworten kann. Dafür braucht es Experten aus unterschiedlichsten Bereichen. Wir haben den Anspruch, in unserem Netzwerk all diese Experten zu vereinen und unseren Kunden auf diese Weise optimale Lösungen anbieten zu können. Auf Wunsch sind wir also sehr viel mehr als ein Supplier – wir können als Integrator verschiedene Lösungen zusammenfügen oder ein ganzes Netzwerk so orchestrieren, dass Kunden die beste Lösung aus einer Hand bekommen. Das gilt im Übrigen nicht nur für die Tabakbranche. Wir erweitern unseren Unternehmensscope gerade auf andere Branchen. Da werden ähnliche Anforderungen an uns gestellt.

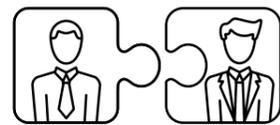
Hauni als Ökosystem-Anbieter außerhalb der Tabakindustrie?

Jürgen Heller: In unserer Unternehmensstrategie haben wir tatsächlich festgelegt, dass wir nicht nur unser Kerngeschäft durch neue Technologien und Geschäftsmodelle stärken, sondern auch Kunden in neuen Branchen von uns überzeugen wollen. Dieser Anspruch ist Ausdruck unseres im neuen Claim „Passion. Precision. Performance.“ ausgedrückten Selbstverständnisses und unser Fixstern für die kommenden Jahre: Die anstehenden Aufgaben meistern wir mit Leidenschaft und unserer traditionell hohen Präzision – immer mit dem Ziel, unseren Kunden zuverlässig und in höchster Qualität das anzubieten, was ihnen den Erfolg von morgen sichert. Das gelingt nur, wenn wir unsere Stärken mit den Bedürfnissen einer neuen Branche genau abgleichen. Wenn sie sich decken, treten wir auch auf neuen Märkten mit diesem Ansatz an. Unser Zielbild fasst diese Strategie zusammen und stellt dieses Selbstverständnis ins Zentrum unseres Handelns.



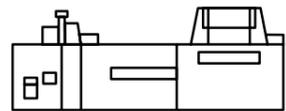
Mitarbeitende

Stärke in Gemeinsamkeit.
Chancen der Vielfalt nutzen.
Herausforderungen annehmen.



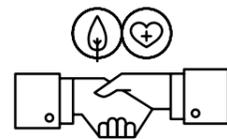
Kunden

Ideen Realität werden lassen.
Erwartungen übertreffen.
Werte schaffen.



Lösungen

Anlagen. Maschinen. Services.
Digital. Flavor.
Führend durch Innovationen.
Neues erschließen.



Partner

Nachhaltigkeit leben.
Zuverlässigkeit garantieren.
Verantwortung übernehmen.

„Unser Zielbild bildet den integrativen und kundenzentrierten Ansatz der Hauni Group ab.“

Jana Siouzou, Head of Strategy, Marketing and Corporate Communications Hauni Group



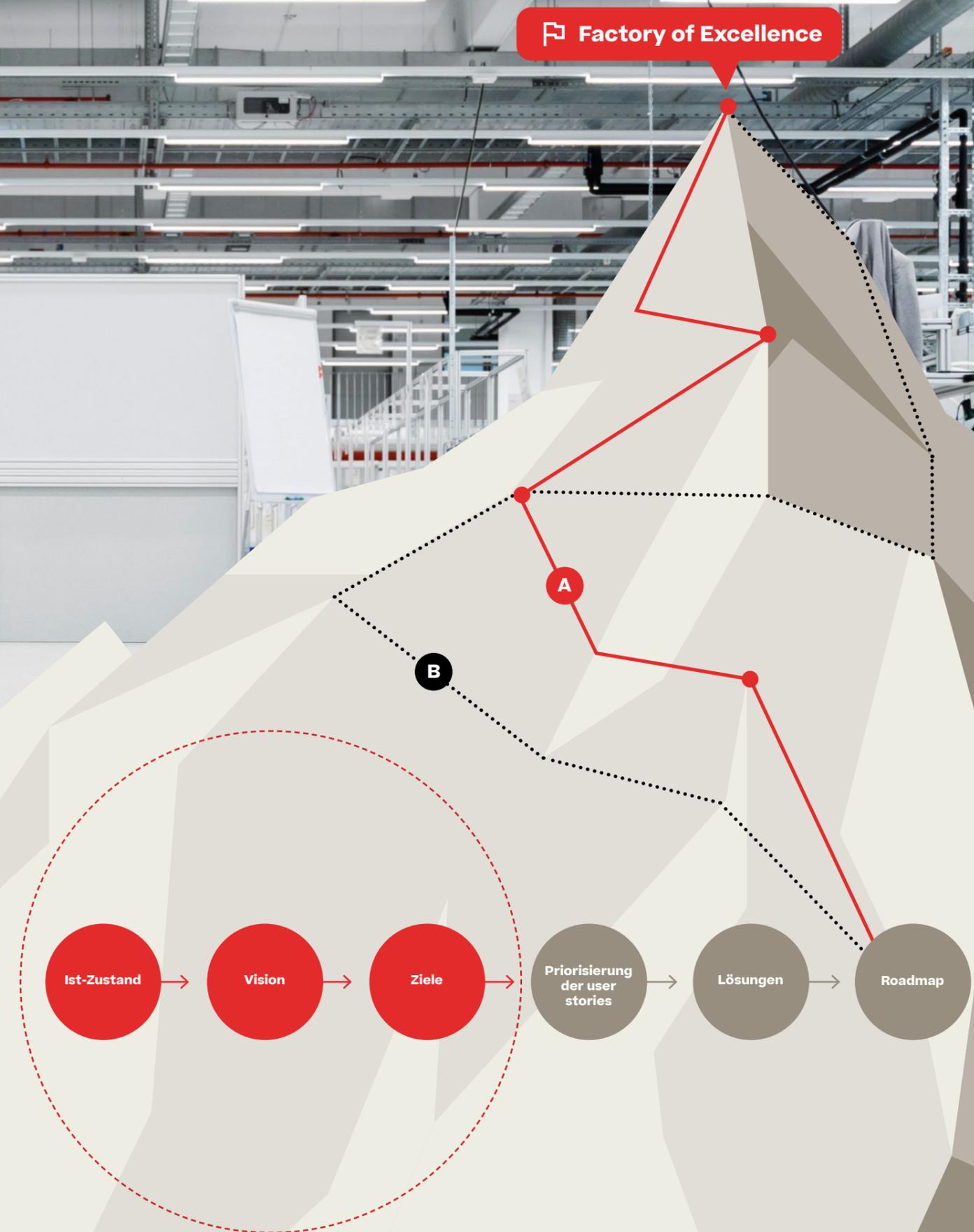
Passion. Precision. Performance.

Der neue Claim fasst zusammen, wie Hauni Kunden begeistern will. Dafür bietet Hauni den Kunden für ihre Zukunftsprojekte ein funktionierendes Ökosystem aus Lösungen, Mitarbeitern und Partnern.



Transformation zur Factory of Excellence: Ideen konkretisieren

Auf dem Weg zur Factory of Excellence steht und fällt der Erfolg mit einem gelungenen Start. Hauni unterstützt Unternehmen dabei mit einem strukturierten Prozess: Nach dem Erfassen und der Analyse des Ist-Zustands werden die unternehmerischen Ziele konkretisiert, mögliche Ansatzpunkte identifiziert und ein konkreter Umsetzungsplan entwickelt.



Gemeinsam mit dem Kunden und einem Netzwerk aus erfahrenen Partnern entwickelt Hauni den optimalen individuellen Weg der Transformation.

1

Weichen stellen

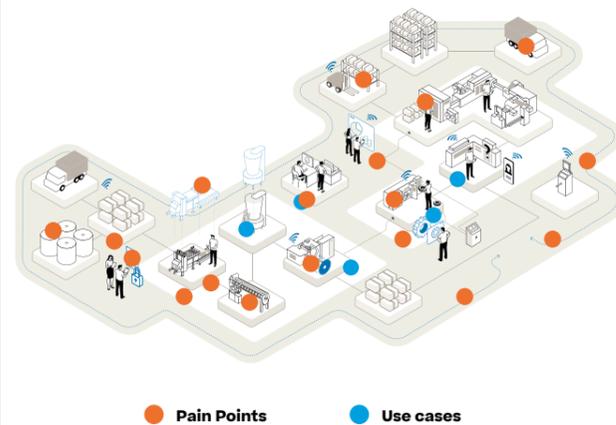
Zum Auftakt werden in einem Management-Workshop Ideen, Ziele und Herausforderungen diskutiert. Damit stellt Hauni sicher, dass sich ein gemeinsames Verständnis für das Projekt entwickelt und alle Experten ihr Wissen im weiteren Verlauf optimal einbringen können. Das perfekte Zusammenspiel aus der Erfahrung des Kunden in seiner Produktion, dem Hauni-Fachwissen und dem Input beratender Experten wie etwa Porsche Consulting und Ernst & Young stellt optimale Lösungen, Vorgehensweisen und Ergebnisse sicher.



2

Informationen sammeln

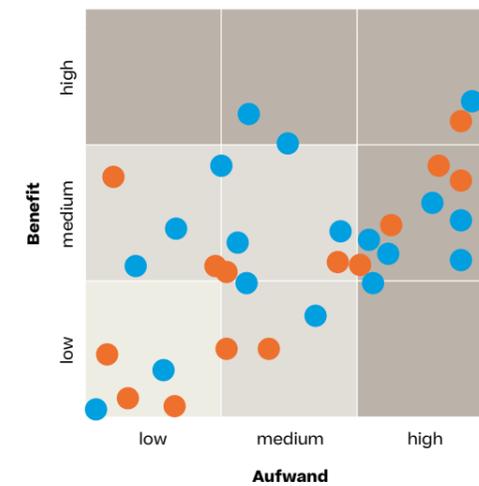
Über einen Zeitraum von 3 bis 4 Wochen machen sich die Experten vor Ort ein Bild. Sie tragen in der Produktion alle Informationen zu Prozessen, Maschinen, Software, Herausforderungen und Besonderheiten zusammen. Im Fokus der Bestandsaufnahme stehen Schwachstellen und Potenziale. Möglichst exakte Informationen zum Ist-Zustand sind die Basis für ein solides Transformationsprojekt.



3

Nutzen bewerten

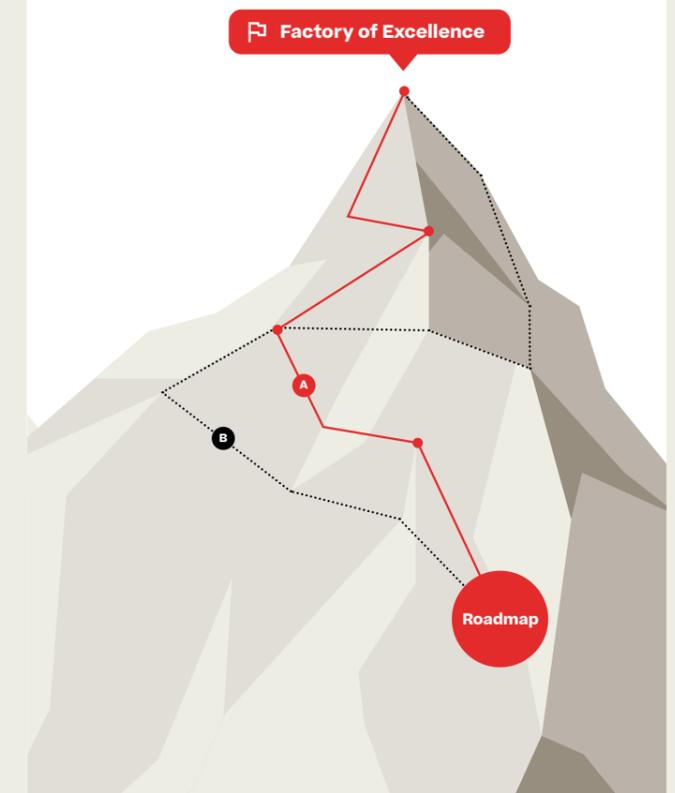
Aus der Vielzahl potenzieller Lösungen für die bestehenden Herausforderungen müssen die richtigen ausgewählt werden. Dafür bewertet das interdisziplinäre Projektteam alle Ansätze im Hinblick auf ihre Effekte, die Kosten und den zeitlichen Horizont. Zur Analyse der zahlreichen möglichen Anwendungsfälle nutzen die Experten unterschiedliche Bewertungsansätze. Ausgangsbasis sind dabei teils die Gegebenheiten der Wertschöpfungskette, teils die strategischen Zielen des Unternehmens.



→

Plan schmieden

Nach den fundierten Analysen von Situation und Handlungsoptionen können nun die passenden Lösungsansätze ausgewählt und die optimale Reihenfolge für die Umsetzung festgelegt werden. Daraus leitet sich als Ergebnis eine Roadmap ab, die einen konkreten Plan und feste Milestones umfasst. Sie bildet den Ausgangspunkt für die Umsetzung der einzelnen Transformationsprojekte.



„Die
Tabakbranche
benötigt einen
erheblichen
Wandel“

Javier Huerta
Chief Supply Chain Officer
Imperial Brands PLC

Making Connections



Unternehmen

Imperial Brands ist das viertgrößte internationale Tabakunternehmen. Mit mehr als 27.000 Mitarbeitern und 160 Brands ist das Unternehmen in weltweit 120 Märkten präsent.

Produkte

Zum Portfolio von Imperial Brands zählen Next Generation Products wie blu oder ZONE X ebenso wie die traditionellen Zigarettenmarken West, Davidoff, Gauloises, JPS, Winston, Nobel und Lambert & Butler. Das Sortiment an Tabakprodukten und Raucherzubehör umfasst unter anderem Golden-Virginia-Feinschnitttabak, Rizla-Rolling-Papiere, Backwoods-Zigarren und Oral-Tobacco-Produkte wie Skruf.

Zuhören, beobachten, Fragen stellen

Global Supply Chain Officer Javier Huerta verfügt über langjährige Erfahrung in der Konsumgüterbranche. Im Interview beleuchtet er die Herausforderungen in der Tabakindustrie.



Javier Huerta

Sie sind nun ein gutes Jahr bei Imperial Brands – wie blicken Sie auf diese Zeit zurück? Was haben Sie erwartet? Was hat Sie überrascht?

Javier Huerta: Es war eine intensive Zeit. Ich kam vor 15 Monaten mitten in der Pandemie zu Imperial Brands. In den ersten Monaten hatte ich keine Möglichkeit, zu reisen und die Fabriken und Betriebe zu besuchen. Außerdem bin ich neu in der Tabakindustrie – insgesamt also eine ordentliche Herausforderung.

Meine Erwartungen sind heute noch dieselben wie zu Beginn meiner Tätigkeit: Ich möchte lernen und meinen Beitrag zur Umsetzung der Fünfjahresstrategie von Imperial Brands leisten. Bei dieser Strategie geht es darum, unser breiteres Marktportfolio voranzutreiben, sich auf die priorisierten Märkte für brennbare Produkte zu konzentrieren und ein zielgerichtetes Geschäft mit Produkten der nächsten Generation aufzubauen.

Ich habe ein starkes Führungskräfte-Team, das mir sehr geholfen hat, indem es mich über die Branche informiert und dabei unterstützt hat, einen Schritt nach dem anderen zu gehen. Was mich am meisten überrascht hat – und zwar sehr positiv – ist das hohe Maß an Zusammenarbeit und Fürsorge für die Menschen, das ich in der globalen Lieferkette und im gesamten Unternehmen erlebe.

Sie waren zuvor in einer anderen Branche tätig. Wie sehen Sie die Tabakindustrie? Vor welchen Herausforderungen stehen die Tabakunternehmen derzeit?

Javier Huerta: Ich habe 25 Jahre in unterschiedlichen Produktparten und geografischen Regionen in der Konsumgüterbranche gearbeitet. Ich bin mit der Absicht in die Tabakindustrie gekommen, so viel wie möglich über sie zu lernen – so wie ich es in der Vergangenheit in anderen

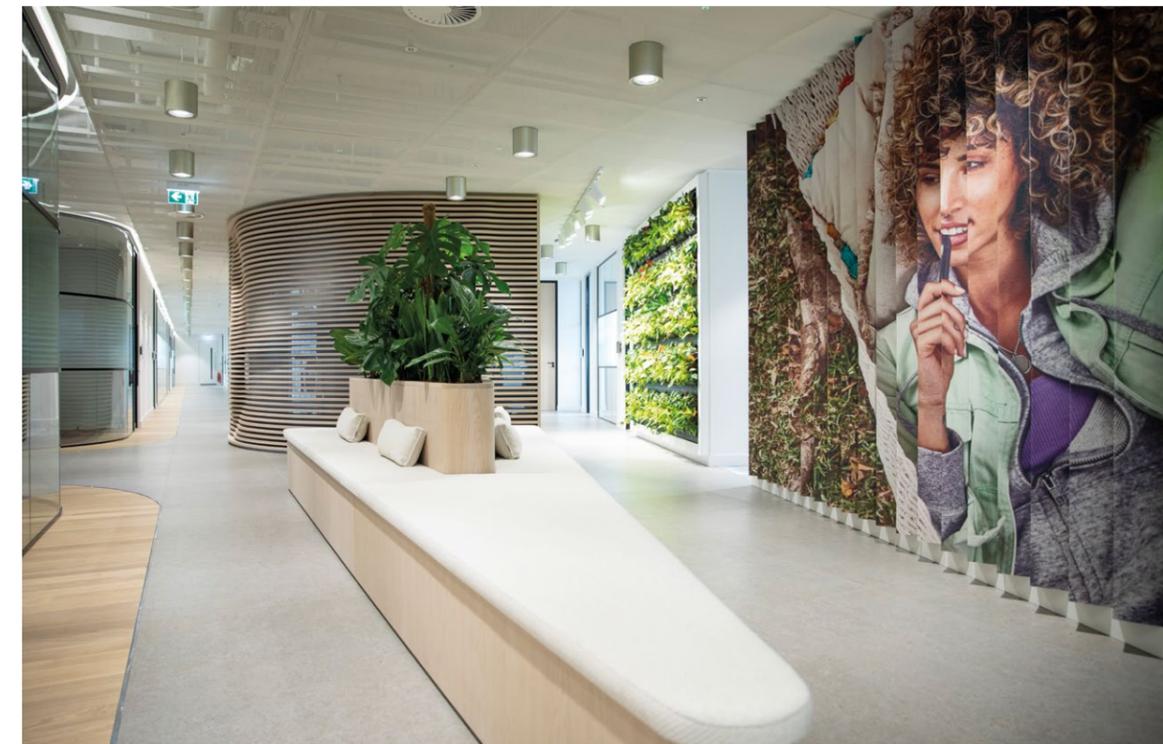
Unternehmen getan habe. Ich höre zu, beobachte und stelle viele Fragen, um alle wertbestimmenden Faktoren zu verstehen.

Die Tabakindustrie sehe ich als Branche, die einen erheblichen Wandel benötigt, um zu gedeihen. Es ist kein Geheimnis, dass die Branche mit einem Rückgang der Nachfrage nach herkömmlichen Produkten konfrontiert wird. Um voranzukommen, müssen wir uns verändern, innovativ sein und uns zunehmend auf die Entwicklung von potenziell weniger schädlichen Produkten, unseren Next Generation Products, konzentrieren.

Wie die meisten anderen Industriezweige sehen wir uns mit den Auswirkungen der Pandemie und einer Inflation konfrontiert, wie wir sie seit Jahrzehnten nicht erlebt haben. Dies zu bewältigen, ist unweigerlich eine Herausforderung. In der Vergangenheit war es möglich, Produktivität und Leistung durch Größenvorteile, Single Sourcing und kosteneffiziente Lösungen wie "going east and growing big" zu steigern. Wie wir in den letzten Jahren gesehen haben, hat sich dadurch



Die unternehmerische Vision prägt auch die Wandgestaltung bei Imperial Brands in London.



das Risiko für die Hersteller erhöht. Und wir wissen, dass eine Kette nur so stark ist wie ihr schwächstes Glied. Außerdem müssen wir als Industrie unsere Glaubwürdigkeit in Bezug auf Nachhaltigkeit und Umweltfreundlichkeit erhöhen. Das ist ein wichtiger Schwerpunkt für uns.

Wie müssen sich Lieferanten und Partner wie Hauni positionieren und welche Angebote müssen sie machen? Was erwarten Sie von uns in den nächsten Jahren?

Javier Huerta: Die Bedeutung von Technologie und Innovation ist heute so groß wie eh und je, und der Aufbau starker Partnerschaften mit Hauni und anderen Lieferanten ist für uns sehr wichtig. Diese Partnerschaften sollten ein hohes Maß an Agilität und Belastbarkeit bieten und gleichzeitig für Produktivität und Performance sorgen.

Beispiele für die hohe Geschwindigkeit einiger von Hauni hergestellten Produktionslinien in unseren Fabriken zu sehen, war für mich eine sehr lehrreiche Erfahrung. Diese Geschwindigkeiten von 20.000 Sticks pro Minute sind faszinierend.

Gleichzeitig sehe ich die Komplexität unseres Portfolios und das Maß an Flexibilität und Zeit, das für Umstellungen erforderlich ist – hier haben wir bei der Technologieentwicklung die Gelegenheit verpasst, auf Kosten der Geschwindigkeit, nicht auf Kosten des Gesamtdurchsatzes, mehr Flexibilität und einfachere Wechsel zu erreichen.

Wenn ich sehe, wie viele schwer zu extrahierende Daten die Hauni-Maschinen speichern, um Erkenntnisse über Materialqualität, Waste, Ausschuss und andere Dinge zu gewinnen, bin ich der festen Überzeugung, dass wir eine große Chance haben, dies von Beginn der Maschinenentwicklung an zu schaffen.

Hauni ist dabei, sich zu verändern. Wir bieten unseren Kunden nicht nur Maschinen an, sondern einen ganzheitlichen Ansatz, der auch integrierte Lösungen und Partner einschließt. Sie haben bereits erste Erfahrungen mit diesem Angebot von Hauni und Körber gesammelt und ein erstes gemeinsames Projekt gestartet. Können Sie Ihre Erfahrungen mit den ersten Projektschritten beschreiben? Was hat Sie an dem Ansatz von Hauni überzeugt? Wie können wir uns gemeinsam weiterentwickeln?

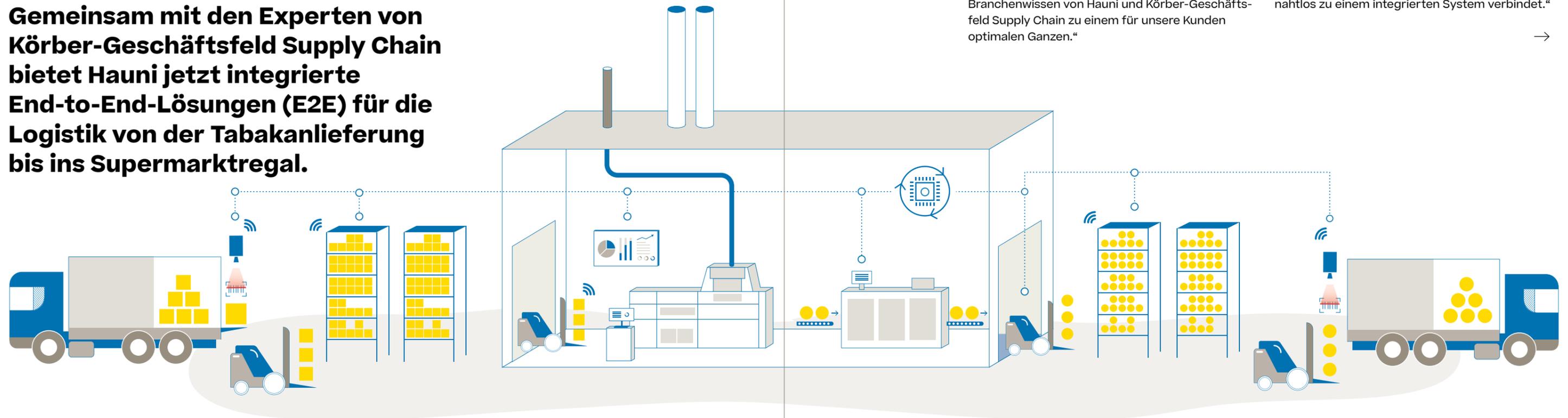
Javier Huerta: Das ist ein guter Schritt nach vorn. Integrierte Lösungen sind der Weg in die Zukunft. Idealerweise werden diese Lösungen nicht erst später eingeführt, sondern sind von Anfang an verfügbar.

Was ich mir von Hauni und unseren Maschinenlieferanten wünsche, ist mehr Unterstützung bei der Verringerung der Abfallmenge. Abfall ist nie gut! Er nützt vom Landwirt bis zum Verbraucher niemandem. Ich bin sicher, dass wir mit Hauni als einem unserer strategischen Partner in diesem und anderen Bereichen der Produktion zusammenarbeiten können.

E2E: Logistik für die gesamte Supply Chain

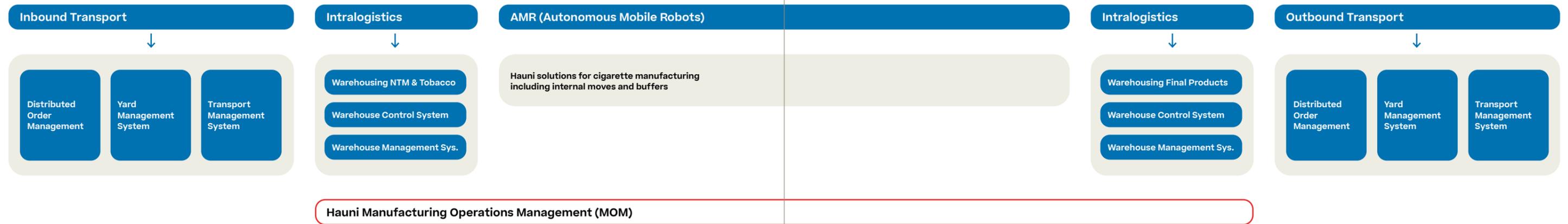
Neu

Gemeinsam mit den Experten von Körber-Geschäftsfeld Supply Chain bietet Hauni jetzt integrierte End-to-End-Lösungen (E2E) für die Logistik von der Tabakanlieferung bis ins Supermarktregal.



Wenn es um die Logistik in der Tabakindustrie geht, geht es immer auch um ganz spezielle Anforderungen – sowohl im Hinblick auf die Produktion von Tabakwaren als auch bei Fragen der Beschaffungs-, Produktions- und Absatzlogistik. Als etablierter Systemlieferant erweitert Hauni jetzt über die Kooperation mit der Körber-Tochter Körber Supply Chain das Portfolio: „Wir sind damit in der Lage, Unternehmen aus der Tabakindustrie integrierte Lösungen für ihr komplettes Ökosystem aus einer Hand anzubieten“, erklärt Veit M. Liemen, Chief Sales & Marketing Officer Körber Supply Chain Consulting. „Dafür bündeln wir das gewachsene Fach- und Branchenwissen von Hauni und Körber-Geschäftsfeld Supply Chain zu einem für unsere Kunden optimalen Ganzen.“

Kompetenter Integrator
Körber-Geschäftsfeld Supply Chain bringt dabei umfassendes Fachwissen aus den Bereichen Logistik und Lieferkette in verschiedenen Branchen der Produktion und des Handels ein. Das Ergebnis der Kooperation sind schlüsselfertige Hard- und Softwarelösungen für die gesamte Lieferkette vom Lieferanten bis zum Endkunden. „Dafür integrieren wir neue und bestehende Lösungen in ein kombiniertes System“, erläutert Veit M. Liemen. „Wir übernehmen damit die Rolle eines herstellernunabhängigen Integrators, der Hardware von Drittanbietern mit eigenen Lösungen kombiniert und mit leistungsstarker Software verwaltet und nahtlos zu einem integrierten System verbindet.“

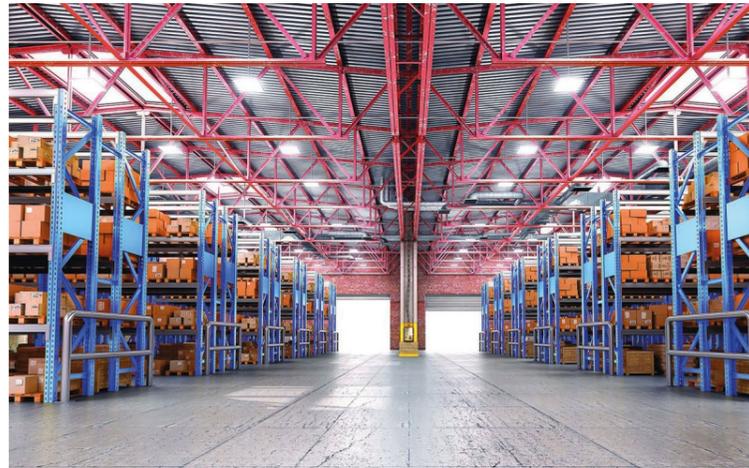


Gemeinsam mit Körber-Geschäftsfeld Supply Chain schafft die Hauni Group integrierte, hersteller-unabhängige Logistiksysteme für Kunden.



Inbound Transport

Logistik beginnt nicht in der eigenen Produktion: Mit den Transport-Management-Lösungen von Körber lässt sich der Zufluss von Rohstoffen und Produktionsmaterialien an den Standorten organisieren. Dabei integrieren die Lösungen die gesamte Transportkette in die eigene Supply Chain Steuerung – gleichgültig, ob es um die Frachtabrechnung der Transporteure oder die komplette Steuerung der eingehenden und ausgehenden Transporte geht.



Intralogistics



In jeder Produktion schafft die Lagerung zahlreiche Herausforderungen: Tabak und Hilfsmittel (NTM) müssen gelagert und der Produktion taktgenau zugeführt, Halbfertigwaren wie etwa Filter zwischen den Produktionsschritten gepuffert werden. Fertige Produkte werden intern bewegt, gepackt, palettiert und bis zum Versand zwischengelagert. Mit den Lösungen von Körber lassen sich all diese Aufgaben mit Produktion und Versand vernetzt aus einem zentralen System steuern und organisieren.



AMR (Autonomous mobile robots)

In der Intralogistik sind AMR der Gamechanger der letzten Jahre. Die innovative Technologie unterstützt beim reinen Palettentransport ebenso wie bei „Ware-zum-Mann“, der Kommissionierung oder bei Sortieraufgaben. Körber integriert die smarten Roboter in bestehende Anlage oder designt mit Hilfe dieser bahnbrechenden Innovation vollkommen neue Abläufe.



Manufacturing Operations Management (MOM)



Mit der modular aufgebauten MOM-Lösung d.operations von Hauni können Hersteller ihre Produktions-, Qualitäts-, Wartungs- und Intralogistikprozesse im gesamten Werk in Echtzeit kontrollieren und steuern – vollständig integriert von Fertigungssteuerungsmodulen bis hin zu jedem Enterprise-Resource-Planning-System (ERP-System). Der Clou: d.operations stellt jedem Benutzer speziell auf seine Aufgaben zugeschnittene Apps zur Verfügung.



„Wir bieten der Tabakindustrie integrierte Lösungen für ihr komplettes Ökosystem aus einer Hand.“

Veit M. Liemen, Chief Sales & Marketing Officer
Körber-Geschäftsfeld Supply Chain Consulting



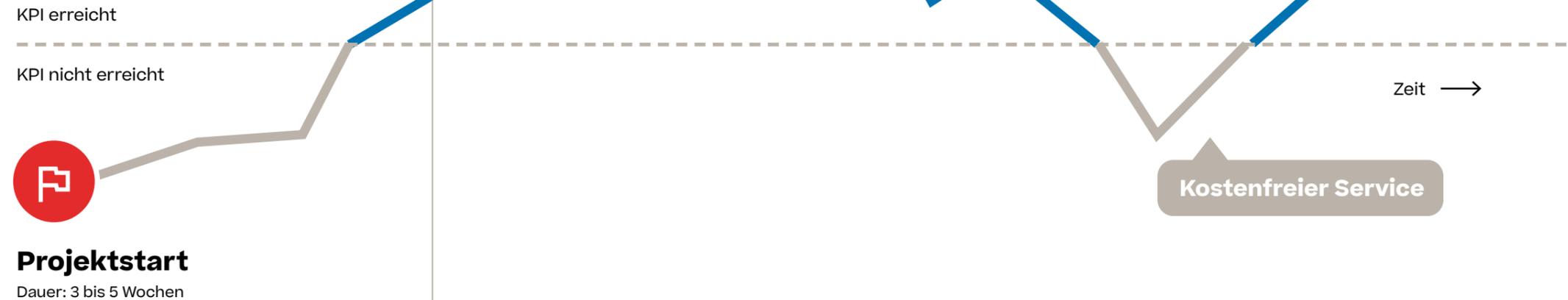
koerber-supplychain.com

Körber-Geschäftsfeld Supply Chain

Körber-Geschäftsfeld Supply Chain ist der Partner für die Integration aller Systeme in der Supply Chain: Erfahrene Experten passen dafür neue Komponenten in eine bestehende Umgebung ein oder planen eine komplette Logistikanlage für einen Neubau. In jedem Fall entsteht über Hardware, Software und die Integration von bewährten Bausteinen von Körber und SAP SE oder anderen Wunschanbietern ein nahtloses Ganzes aus einer Hand.

Mit **KPI-driven Maintenance (KPIIdM)** hebt Hauni das Thema **Wartung** auf ein neues Niveau: Der Kunde steht im Mittelpunkt und bezahlt dauerhaft nur für das Erreichen der von ihm festgelegten KPIs.

Bleiben die Maschinen unterhalb ihrer an den physischen Grenzen ausgerichteten Zielwerte, kostet der Service nichts.



Performance based Payment



„Bei KPI-driven Maintenance bezahlen Kunden für das Ergebnis – nicht für Ressourcen.“

Vikki Lu, Asia Strategic Officer Hauni Group

„Der Ansatz unserer innovativen KPIIdM ist denkbar einfach“, meint Marco Castro, Global Head Advanced Services Hauni Group. „Unsere Kunden möchten dauerhaft das Optimum aus ihren Maschinen herausholen und nur bezahlen, wenn das auch funktioniert. Dank unserer innovativen Methodologie können wir ihnen genau diese leistungsorientierte Wartung anbieten.“ Abschließen können Kunden das Wartungsmodell für die gesamte Palette der Hauni-Maschinen in der Secondary.

Spitzenleistung als Dauerzustand

Um einen schnellen und nachhaltigen Erfolg zu erzielen, ermittelt Hauni zunächst gemeinsam mit den Kunden vom Output über die Overall Equipment Effectiveness (OEE) und das Thema Waste bis zur mittleren Betriebsdauer zwischen Ausfällen (Mean Time Between Failures, MTBF) alle relevanten Produktions-KPIs. Im nächsten Schritt werden für alle Werte gemeinsam die erreichbaren Ziele festgelegt und die erforderlichen Vorbereitungen getroffen. „Nach rund drei Wochen können wir starten und sofort messbare und gleichzeitige Verbesserungen aller Produktions-KPIs erzielen“, erklärt Vikki Lu, Asia Strategic Officer bei Hauni. „Danach geht es darum, dieses neue Optimum bei allen Werten langfristig zu halten.“

Rundum-sorglos-Pakete

Genau dafür ist Hauni im laufenden Betrieb vor Ort zuständig: Hauni erfasst kontinuierlich alle relevanten KPIs und wertet diese in Echtzeit aus. Um jederzeit auf Zielabweichungen bei der Maschinenperformance reagieren zu können, hält Hauni

die benötigten Verschleißteile vor, überwacht die Einstellungen der Maschine und führt alle erforderlichen „maintenance pitstops“ durch. Konventionelle Wartungsintervalle mit langen Maschinenstillständen gehören damit der Vergangenheit an. „Dieser Ansatz sorgt dafür, dass der bekannte Effekt eines kontinuierlichen Leistungsabfalls nach dem Erreichen des Optimums ausbleibt. Damit bieten wir Kunden eine Vielzahl von Vorteilen“, meint Castro. „Neben der schnellen und gleichzeitigen Leistungsverbesserung bei allen relevanten Kriterien profitieren Kunden von der bewährten Methodologie, die Hauni Advanced Services mitbringt.“ Damit sparen Hersteller nicht nur eigene Personalressourcen, sondern erweitern im Rahmen eines stetigen Wissenstransfers auch ihr Know-how.

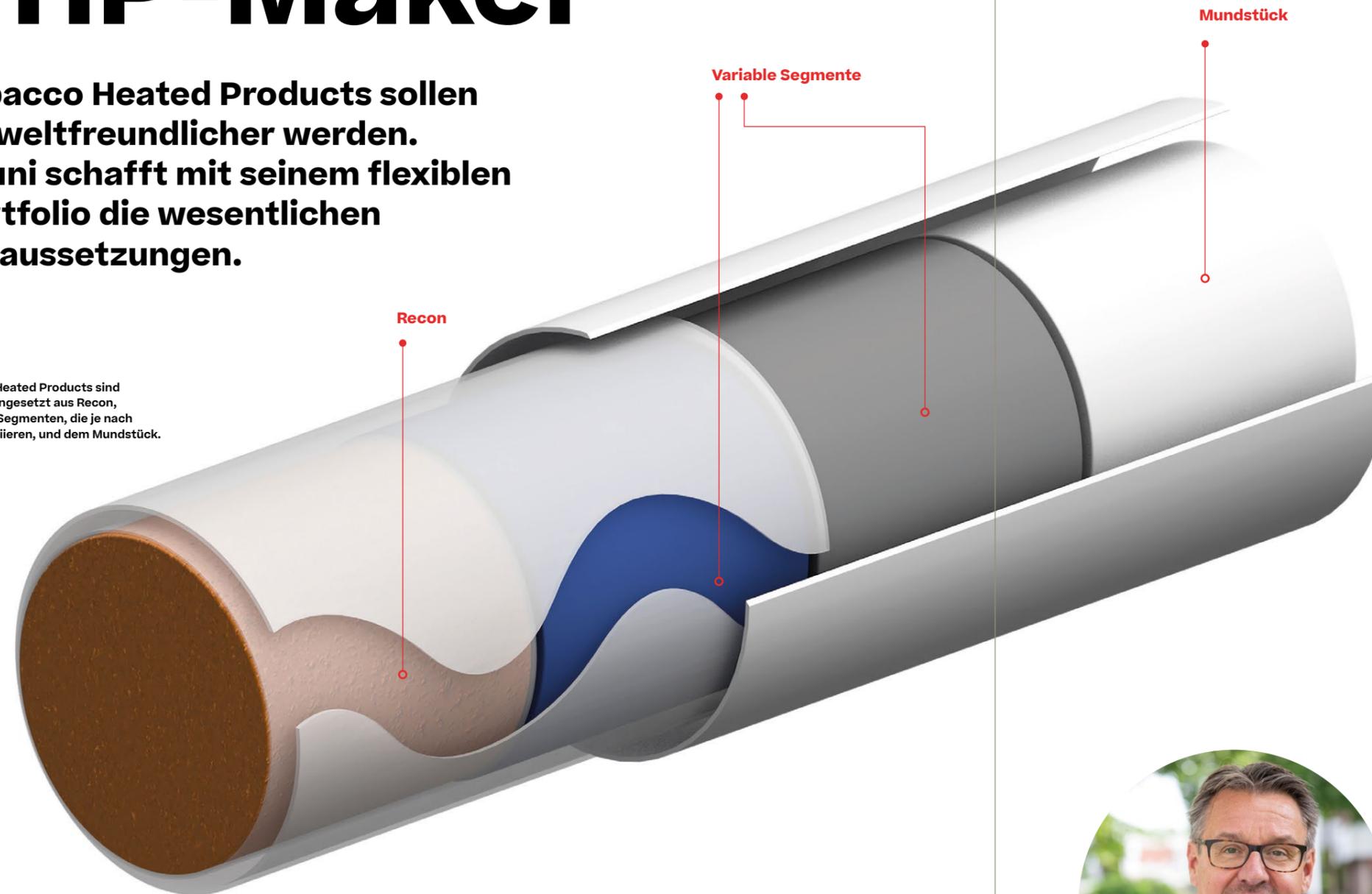
Kostenvorteil durch leistungsorientierte Bezahlung

Besonders attraktiv ist für Kunden aus Sicht von Vikki Lu dabei der Kostenvorteil – nicht nur im Hinblick auf die Sparpotenziale durch Standardisierung: „Hersteller bezahlen nur, was sie wollen und auch bekommen. Konkret bedeutet das: Bleibt eine Maschine unter dem angepeilten Optimum, bezahlen Kunden weniger. Wird eine rote Linie unterschritten, bezahlen sie gar nicht.“

Modularer THP-Maker

Tobacco Heated Products sollen umweltfreundlicher werden. Hauni schafft mit seinem flexiblen Portfolio die wesentlichen Voraussetzungen.

Tobacco Heated Products sind zusammengesetzt aus Recon, weiteren Segmenten, die je nach Marke variieren, und dem Mundstück.



„Unsere Anlagen sind so konzipiert, dass sie auch alternative Materialien problemlos verarbeiten können.“

Thorsten Hoffmann, Strategic Product Manager Hauni Group



Ob herkömmliche Zigaretten oder Tobacco Heated Products – in der Tabakindustrie gewinnt das Thema Nachhaltigkeit an Bedeutung. In den Blickpunkt rücken unter anderem die Filter. Dort geht die Entwicklung vom Celluloseacetat, das die EU in ihrer Einwegplastik-Richtlinie zu den Kunststoffen zählt, hin zu biologisch abbaubarem Material. Biologisch abbaubar bedeutet, dass sich die Filter nach einiger Zeit auf natürliche Weise zersetzen. Solche nachhaltigen Produkte zu entwickeln und zu produzieren, ist eine anspruchsvolle Aufgabe: Umweltschutzbestimmungen müssen erfüllt und der Geschmack der Konsumenten muss getroffen werden.

Besondere Herausforderungen gibt es hier bei Tobacco Heated Products, die aus verschiedenen Komponenten und Materialien zusammengesetzt sind. Eines dieser Segmente ist das Mundstück, das in der ökologischen Variante zum Beispiel aus Krepppapier statt aus Acetat bestehen kann. „Die Zigarettenhersteller arbeiten dabei an unterschiedlichen Konzepten. Aber ganz gleich, welche biologisch abbaubaren Filtertypen unsere Kunden favorisieren – unsere Maschinen sind so designt, dass sich alle Produkte problemlos weiterverarbeiten lassen und eine konstant hohe Qualität haben“, sagt Thorsten Hoffmann, Strategic Product Manager Hauni Group. „Auch für Maschinen, die bereits bei unseren Kunden in Betrieb sind, bieten wir passende Lösungen“. Hoffmann sieht die Aufgabe von Hauni im Angebot zukunftsweisender, flexibler Lösungsplattformen für die Basisfilterherstellung und das Combining: „Dafür optimieren wir gemeinsam mit unseren Kunden kontinuierlich das bestehende Portfolio. Dabei haben wir stets die neusten Marktentwicklungen auf dem Schirm und sind der Zeit am besten einen Schritt voraus.“

Stärke der Modularität

Flaggschiff im Hauni-Portfolio ist der Multi Segment Maker (MSM). Er kombiniert nicht nur die Funktionen mehrerer Maschinen miteinander, sondern ermöglicht auch die Herstellung besonders komplexer Produkte. Zu ihnen zählen vor allem Tobacco Heated Products, bei denen Anzahl und Zusammensetzung der einzelnen Segmente grundsätzlich stark variieren. Nun kommen noch die unterschiedlichen Arten von biologisch abbaubaren Filtern hinzu. „Kein Problem für den MSM“, so Hoffmann: „Auch bei den Biofiltern spielt der MSM seine modulare Stärke aus.“



Mit dem modularen und flexiblen MSM hat Hauni eine Maschine im Portfolio, die sich auf die Produktion umweltfreundlicher Filterlösungen ausrichten lässt.

Game Changer



Das Video zum
Game Changer



**Game changing
performance**

**Game changing
automation**

**Game changing
accessibility**

**Game changing
ease of operation**

Game Changer Sensorik

Sensoren überwachen nicht nur die Produktqualität. Sie sind auch Kernbestandteil der Weiterentwicklung der Maschinenleistung und ein wichtiger Schritt auf dem Weg zur Smart Factory.

Wenn Hauni bei der Protos-M5e von einem „Game Changer“ spricht, basiert dies unter anderem auf den rund 370 verbauten Qualitäts- und Prozesssensoren. Während sich viele Zigaretten- und Filterhersteller im Alltag intensiv mit der Leistung von Qualitätssensoren zur Messung von Gewicht, Durchmesser oder optischen Eigenschaften ihrer Produkte beschäftigen, bleiben die wichtigen Prozesssensoren oft unbeachtet. Im Inneren der Protos-M5e sorgen mehr als 300 unterschiedliche Sensoren für die präzise Messung und Regelung von Drücken, Temperaturen und Drehzahlen.

„In die Auswahl und die Integration der passenden Prozesssensoren in unseren Systemen stecken wir viel Energie“, erklärt Kristin Fock, Product Manager Hauni Group. „Sie bilden die Basis für die kontinuierliche Steigerung der Maschinenleistung. Wenn wir früher für unsere Maschinen eine Efficiency von 85 Prozent zugesagt haben und diese bei der Protos der zweiten Generation auf 95 Prozent steigern konnten, so liegt das ganz entscheidend an der Sensortechnik. Gleiches gilt für die Reduktion des Gesamt-Schusses auf ein Prozent.“



„Sensorik ist der Dreh- und Angelpunkt für die Steigerung der Performance.“

Kristin Fock, Product Manager Protos-M



Daten für optimalen Betrieb

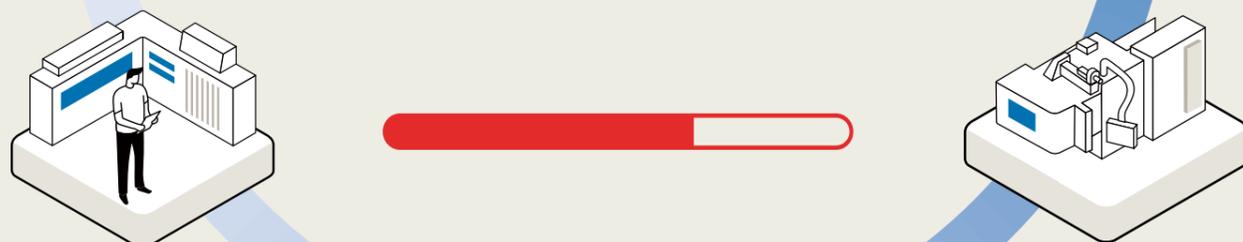
Um zur Optimierung einer Produktion ideale Maschineneinstellungen (Centerlines) zu finden und diese kontinuierlich zu verbessern, sind präzise Daten aus dem Innersten der Anlagen erforderlich: Welcher Druck liegt an den Zugwalzen an, um das Papier richtig zu fördern? Weist das Gebläse Schwingungen auf und muss bald gewartet werden? Ist die Haube geschlossen und kann die Maschine sicher starten? Welche Temperatur muss die Formateizung haben, um einerseits den Strang sicher zu schließen und andererseits eine Verbrennung des Papiers zu vermeiden? Zur Beantwortung solcher Fragen benötigen Hersteller exakte Informationen

aus dem Inneren ihrer Maschinen. Sie bilden auch die Basis für die Entwicklung erfolgreicher Konzepte zur kontinuierlichen Verbesserung. Und damit nicht genug: Smarte digitale Sensorik generiert „Vitaldaten“, die eine optimierte vorausschauende Wartung ermöglichen.

Erfolgreiche Automation braucht Sensoren

Dass die modernen Hauni-Sensoren in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen werden, steht für Kristin Fock fest: „Jeder Schritt in Richtung Smart Factory basiert ebenfalls auf der Erfassung, dem Abgleich und der Regelung einzelner Prozessdaten und dem Zusammenspiel verschiedener Sensorsysteme.“

Updates sichern Investitionen



Obsoleszenzprävention



Maschineneinstellungen



Konnektivität



Digital Support



Energiesparen



Prävention



Umzüge



Umbauten

Qualität hält. Deshalb sind Maschinen der Hauni Group in Primary und Secondary Jahrzehnte im Einsatz. Innovative Updates sorgen dafür, dass die Anlagen stets auf der Höhe der Zeit sind und die erwünschte Hochleistung erbringen.

Für eine Protos gilt dasselbe wie für eine KDF oder einen Tabakschneider: Sie läuft und läuft. Doch was bei der Inbetriebnahme in den 90ern State of the Art war, genügt in Anbetracht der rasanten Veränderungen von Märkten und Produkten in der Tabakindustrie nicht unbedingt den heutigen Ansprüchen an Flexibilität, Geschwindigkeit oder Digitalisierung. Deshalb stellt die Hauni Group für alle Maschinen der Primary und Secondary laufend aktualisierte Update-Möglichkeiten zur Verfügung.

Für den großen Unterschied

So sorgt beispielsweise das Technical Improvement Program in der Secondary mit mehr als 300 TIPs dafür, dass Hersteller mit kleinen Maßnahmen einen großen Effekt erzielen und dauerhaft das Beste aus ihren bewährten Maschinen herausholen: Einzelne Funktionen können eingebaut werden, um eine noch bessere Produktqualität, Leistung, Sicherheit, Bedienungs- und Wartungsfreundlichkeit zu erreichen und Obsoleszenzprobleme auszuschließen.

„Hier beraten wir Kunden bei ihren individuellen Entscheidungen bezüglich Zeitpunkt und Art der infrage kommenden Optimierungen und Aufrüstungen“, erklärt Ercan Acik, Group Head Product Management Services Hauni Group. „Gemeinsam mit ihnen entwickeln wir unser TIP-Portfolio kontinuierlich weiter. Die zu ihren Maschinentypen und Anforderungen passenden TIPs finden Kunden auch mit wenigen Klicks auf Hauni myPortal.“

Primary auf der Höhe der Zeit

Auch in der Primary sieht sich die Hauni Group in der Verantwortung, allen Kunden über die gesamte Laufzeit der Lösungen hinweg Zugang zum vollen Potenzial ihrer Anlage zu bieten. „Mithilfe unseres Installed Base Managements können Kunden ihr vorhandenes Equipment an jedem Einsatzort ohne Neuanschaffungen optimal nutzen“, erklärt Ralf Kohlhardt, Head of Primary Services Hauni Group. „Unser Experten-Team übernimmt dabei Inspektionen ebenso wie Modernisierungen, Modifikationen und Optimierungen. Wir finden Lösungen für obsoletere Teile oder Baugruppen und organisieren im Bedarfsfall auch den Umzug von Anlagen an andere Standorte.“ →

In der Secondary bietet die Hauni Group Updates für aktuelle Themen wie Obsoleszenz oder Standardisierung.

Obsoleszenzprävention

Sind elektronische Ersatzteile einer Maschine veraltet und können nicht mehr beschafft werden, ist im schlimmsten Fall kein Austausch mehr möglich und es fallen hohe Kosten für Umrüstung und Ausfallzeiten an. Mit der Obsoleszenz-Analyse auf myPortal lassen sich abgekündigte und elektronische Ersatzteile und deren Nachfolgeprodukte rechtzeitig identifizieren.



Maschineneinstellungen

Einstellungen an den Maschinen müssen an die veränderten Produktionsbedingungen angepasst werden. Auf der Basis des gewachsenen Know-hows und weltweiter Erfahrung unterstützt die Hauni Group ihre Kunden mit detaillierten Analysen und Empfehlungen bei der Standardisierung und dem dauerhaften Einhalten der optimalen Parameter.



Konnektivität

Neue Steuerungssysteme verfügen über modernste Software und Konnektivitätsfunktionen. Ein entsprechendes Update der Steuerung ermöglicht auch bei älteren Maschinen die Vernetzung von Anlagen, eine automatisierte Datenerfassung und -umwandlung oder Echtzeitvisualisierungen am Computer und an mobilen Endgeräten.



Secondary



Digital Support

Auf der Höhe der Zeit müssen nicht nur die Maschinen, sondern auch die Kompetenzen der Mitarbeiter sein, die diese betreiben. Mit der Digital Academy bietet die Hauni Group eine virtuelle Schulungsplattform, die weltweit rund um die Uhr effektive Kurse auf Abruf anbietet. Außerdem steht der Technical Remote Support zur Kundenunterstützung zur Verfügung.



Auf myPortal finden Kunden alle für sie relevanten digitale Produkte und Services, TIPS, Analyse-Tools und Bestellmöglichkeiten.



Die Hauni Group bietet individuelle Beratung für Primary-Updates von Nachhaltigkeit bis Relocation.

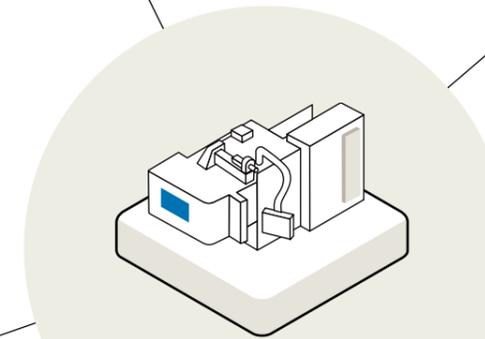
Energiesparen

Geht es um die Ausrichtung bestehender Anlagen auf aktuelle Bedingungen, spielt das Thema Energiesparen in der Primary eine wichtige Rolle. Softwareupdates können hier etwa über einen neuen Sleep-Modus einen wichtigen Beitrag leisten. Auch das Ersetzen einzelner Teile wie etwa der Dampfventile durch moderne Lösungen kann Verbräuche erheblich reduzieren.



Obsoleszenzprävention

Der präventive Ansatz schützt Kunden vor unerwarteten und langen Produktionsausfällen, die durch abgekündigte Antriebe oder lange Lieferzeiten von elektrischen Upgrades entstehen können. Die Primary-Experten der Hauni Group beraten individuell bei der Produktionssicherung, entwickeln Lösungskonzepte und setzen diese bedarfsgerecht um.



Primary



Umzüge

Was an einem Standort nicht mehr benötigt wird, kann an einem anderen die ideale Lösung sein. Bei Relocation-Projekten sorgt die Hauni Group mit Inspektion, Abbau, Verpacken und den erforderlichen Anpassungen am Equipment für eine schnelle Inbetriebnahme und die optimale Ausstattung am neuen Primary-Standort.



Umbauten

Hauni unterstützt Kunden mit maßgeschneiderten Modifikationen und neu integrierten Funktionalitäten bei der Ausrichtung ihrer Anlagen auf die aktuellen Bedingungen. Solche professionell durchgeführten individuellen Upgrades bieten erhebliche Preisvorteile gegenüber einem Neukauf, sorgen für Investitionssicherheit und minimieren Ausfallzeiten.

„Keine Primary ist wie die andere. Unsere individuellen Lösungen sorgen dafür, dass die Anlagen dauerhaft auf einem zukunftsfähigen Niveau bleiben.“

Ralf Kohlhardt, Head of Primary Services Hauni Group

News



Steuerungstechnik für Vertical Farming

Beim Vertical Farming geht es um den Anbau pflanzlicher Lebensmittel unabhängig von äußerlichen Einflussfaktoren oder dem enormen Platzbedarf einer landwirtschaftlichen Versorgungskette. Seit September 2021 entwickelt ein Hauni-Projektteam die Steuerungstechnik für eine aus vier Farmhäusern bestehende Anlage in Singapur. „Unsere Technologie steuert präzise sämtliche Be- und Entwässerung der Farmhäuser unseres Kunden und versorgt die wachsenden Pflanzen mit Licht“, berichtet Projektleiter Michael Schupp.



1.500 Papier-Trinkhalme pro Minute

Schnell, zuverlässig, ressourcenschonend: Der Hauni Straw Maker (HSM) bietet die weltweit schnellste Produktion von nachhaltigen Papier-Trinkhalmen. Ursprünglich handelt es sich beim HSM um eine Maschine, die Papphüllen für alternative Tabakprodukte herstellt. Heute fährt der HSM das Material für Trinkhalme mit einer Geschwindigkeit von bis zu 300 Metern pro Minute durch die Maschine – umgerechnet lassen sich so 1.500 Halme pro Minute produzieren.

Raum für Begegnungen

Mit der InterSupply in Dortmund, der WT Asia im indonesischen Surabaya und der WT Middle East nutzt Hauni auch in diesem Jahr wichtige Messen für persönliche Begegnungen und den fachlichen Austausch. Dieser ist jedoch auch ortsunabhängig im virtuellen Raum möglich: In der Webinar-Serie von hilite präsentieren Experten der Hauni Group im 7-Minuten-Pitch-Format aktuelle Themen und beantworten wichtige Fragen der Kunden.



Videos der Veranstaltungen sind auf YouTube dauerhaft abrufbar.

Maintenance

Mehr Flexibilität: maßgeschneiderte Wartung

Mit flexiblen Wartungskonzepten reduziert Hauni Downtimes und integriert die individuellen Anforderungen und Gegebenheiten der Kunden in maßgeschneiderte Lösungen.

Unter dem hohen Produktionsdruck im Alltag sind lange Wartungszeiten und im schlimmsten Fall ungeplante Downtimes ein echtes Problem. Gefragt sind kosteneffiziente Lösungen zur Sicherstellung der Produktivität. Da die Ansprüche und Voraussetzungen in jeder Fabrik anders sind, setzt Hauni dabei auf kundenindividuelle Lösungen. Um hier optimale Konzepte zu entwickeln, lotet Hauni in einem gemeinsamen Workshop mit den Kunden die Gegebenheiten und die Anforderungen im Spannungsfeld von Kosten, Performance und Risiko aus und definiert das individuelle Ziel. Dafür werden die sogenannten Pain Points analysiert, die Ressourcen des Kunden beleuchtet und das vorhandene Budget besprochen. Am Ende steht ein flexibilisiertes und auf die Produktionspläne und Kundenbudgets ausgerichtetes Wartungskonzept, das Geld spart und Downtimes reduziert.



„Kundenprojekte belegen den Erfolg der flexiblen Wartungskonzepte mit eindrucksvollen Zahlen.“

Dirk Reuscher, Key Account Manager
Service Products Hauni Group

Kompakt

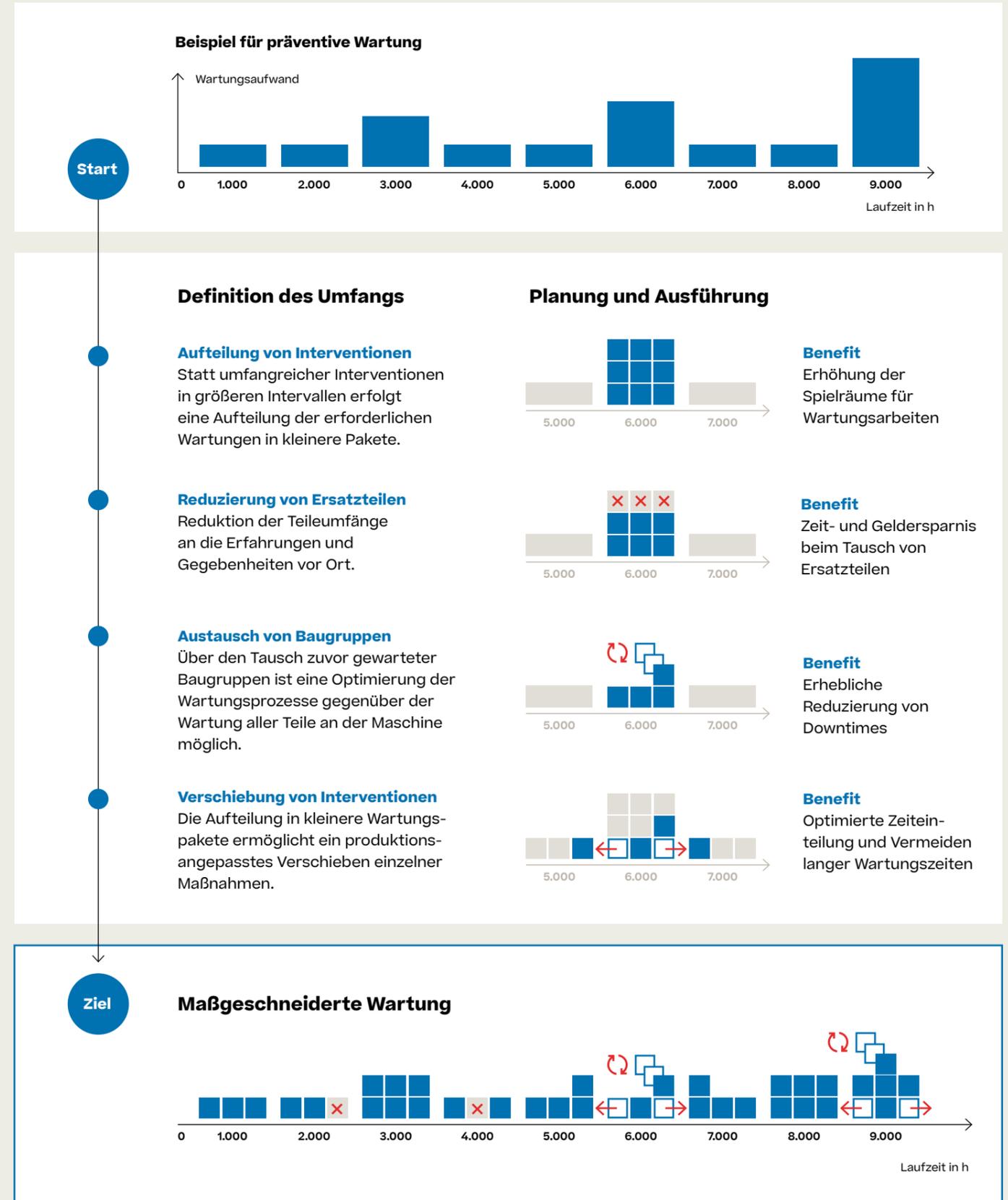
Herausforderung

Die Prioritäten und Ziele bei der Wartung sind so individuell wie eine Fabrik. „One size fits all“-Konzepte werden den individuellen Herausforderungen und Gegebenheiten oft nicht gerecht.

Lösung

Die maßgeschneiderten Wartungskonzepte von Hauni verhindern ungeplante Produktionsstillstände und sind konsequent an den individuellen Anforderungen und Produktionsplänen ausgerichtet.

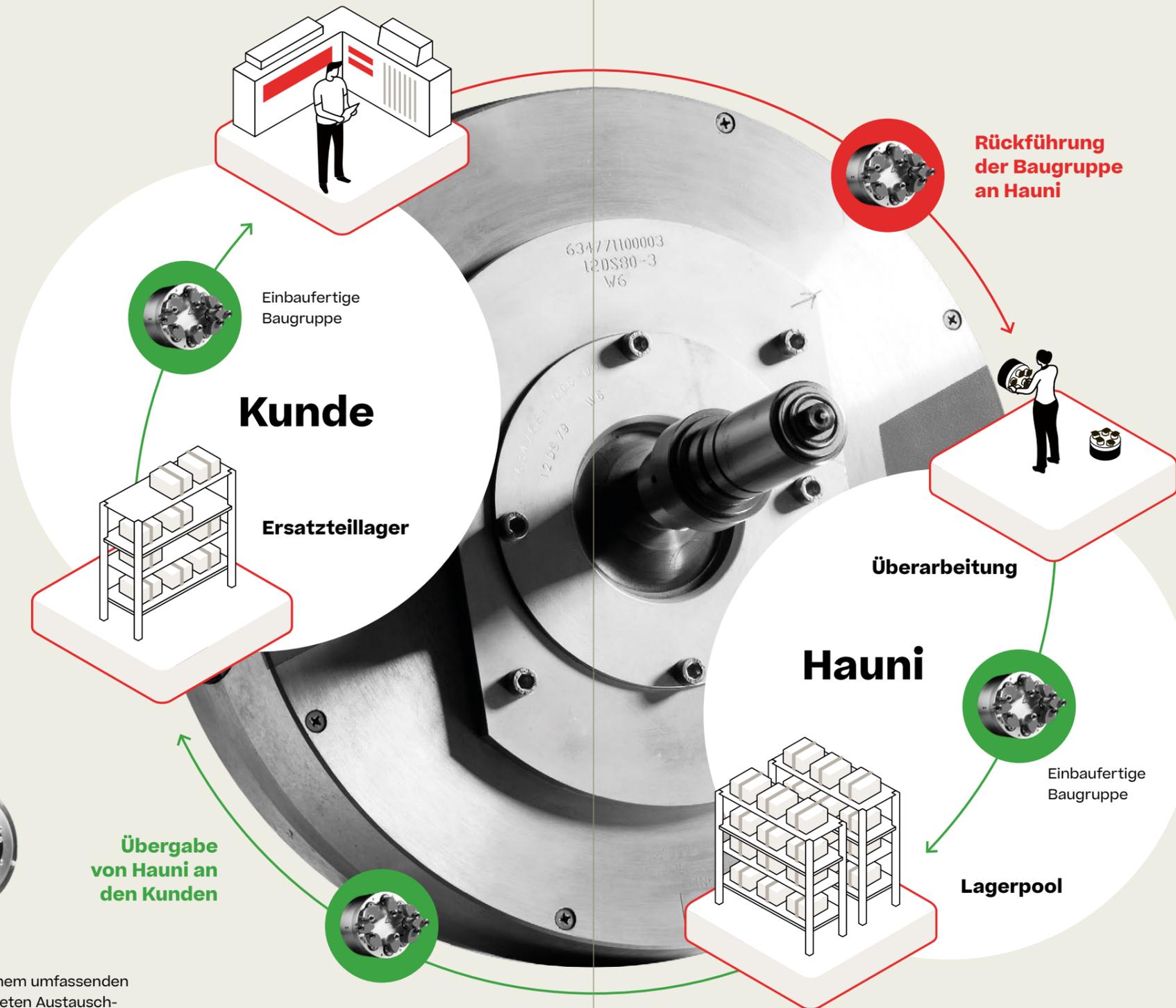
Roadmap zur Einsparung von Zeit und Geld



Maintenance

Hauni als Pooling Provider

Mit dem Hauni **Subassembly Exchange Programm** optimieren Kunden ihre Wartungsprozesse und geben ein komplexes Thema in sichere Hände.



Hauni garantiert mit einem umfassenden Pool an perfekt gewarteten Austauschbaugruppen eine hundertprozentige Verfügbarkeit und übernimmt sogar den Schrottersatz im Falle von wirtschaftlich nicht mehr instandsetzbaren Baugruppen.

Trimmer-Unit, Transfer-Unit oder Knife-Carrier – alle Baugruppen in einer Maschine müssen regelmäßig gewartet und irgendwann ausgetauscht werden. Darauf sind Produzenten mit Austauschbaugruppen vorbereitet. Das Problem: Die meiste Zeit liegen die Teile ungenutzt im Lager.

Garantierte Verfügbarkeit
„Mit unserem umfangreichen Pool an frisch gewarteten hochkomplexen Baugruppen für nahezu alle Maschinen aus unserem Portfolio können wir Kunden hier bei garantierter Verfügbarkeit enorme Erleichterung bieten“, erklärt Claus Peters, Group Manager Services Hauni Group. „Hersteller profitieren dabei von unserer umfassenden Erfahrung und unseren zuverlässigen Logistikketten.“ Damit das funktioniert, kalkuliert Hauni den Bestand innerhalb des Pools so, dass die geplanten Wartungen der Pool-Kunden jederzeit sicher abgedeckt sind. Dabei sorgt Hauni dafür, dass stets die richtige Baugruppe rechtzeitig für den geplanten Wartungseinsatz bereitliegt.

Dabei garantiert Hauni den Pooling-Kunden einen 24/7-Zugang zum Pool, eine 100-prozentige Liefertreue für alle geplanten Wartungsereignisse und einen 1:1-Austausch. „Gleichzeitig fallen für die Hersteller im Vergleich zu einer eigenen Lagerhaltung erheblich geringere Betriebskosten an“, erläutert Peters. „Und auch wenn bei einer Poolkomponente einmal ein vorzeitiger Austausch erforderlich ist, sind wir der richtige Ansprechpartner und liefern die Komponente umgehend zu den vertraglich gesicherten Konditionen.“ Ein weiterer Vorteil zeigt sich beim Thema Schrottersatz: Für Pool-Kunden entfallen hier Rückstellungen für gegebenenfalls nicht mehr reparaturfähige Baugruppen.

Maintenance

d.maintenance: optimierte Wartungsprozesse

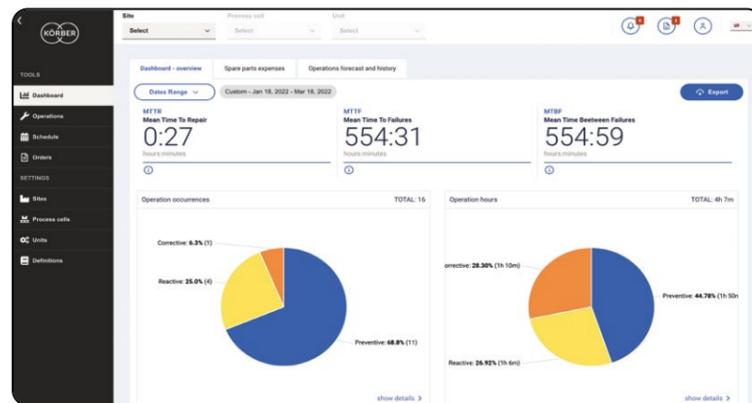
Das Softwaretool **d.maintenance** von Hauni macht die präventive Wartung zum Erfolgsmodell: **Transparenz und Effizienz reduzieren Produktionsausfälle.**

Wo beim Thema Wartung oft noch Papier und Bleistift regieren, bringt d.maintenance alles mit, was Tabakunternehmen in einer Factory of Excellence für zeitgemäße Wartungsprozesse benötigen: Herstellerunabhängig stellt das Tool auf der Basis von Automation und Standardisierung für alle Maschinen sicher, dass im Rahmen einer präventiven Wartung die richtigen Aufgaben zur richtigen Zeit erledigt werden.

Die Vorteile liegen für Alvise Vianello, Business Developer Manager Hauni Group, auf der Hand: „Wer über d.maintenance Maschinendaten gezielt nutzt, um den idealen Zeitpunkt für Planung und Durchführung von Wartungsmaßnahmen zu identifizieren, spart Wartungskosten und reduziert Ausfallzeiten. Außerdem verknüpft die Software Ersatzteile mit Wartungsaufgaben und den komfortablen Bestellmöglichkeiten von Hauni myPortal. Damit verfügen Kunden über ein hoch effizientes Ersatzteillager und stellen sicher, dass immer das Teil zur Verfügung steht, das gerade gebraucht wird.“

Um die vorbeugenden Wartungsmaßnahmen zu planen, durchzuführen und die entsprechenden Kapazitäten zu ermitteln, nutzt d.maintenance die Maschinendaten. Die individuelle Wartungshistorie des papierlosen Systems macht eine Optimierung bestehender Prozesse denkbar einfach.

Das Ergebnis der datengestützten Wartung ist laut Alvise Vianello eine verbesserte Produktivität: „Die Software sorgt nicht nur dafür, dass alle Teile rechtzeitig bereit liegen. Sie stellt auch erforderliche Anweisungen und Zeitpläne automatisch bereit.“



Mit präventiver Wartung über d.maintenance sparen Hersteller bis zu 30 Prozent Kosten und reduzieren den Bestand des Ersatzteillagers um rund 25 Prozent.

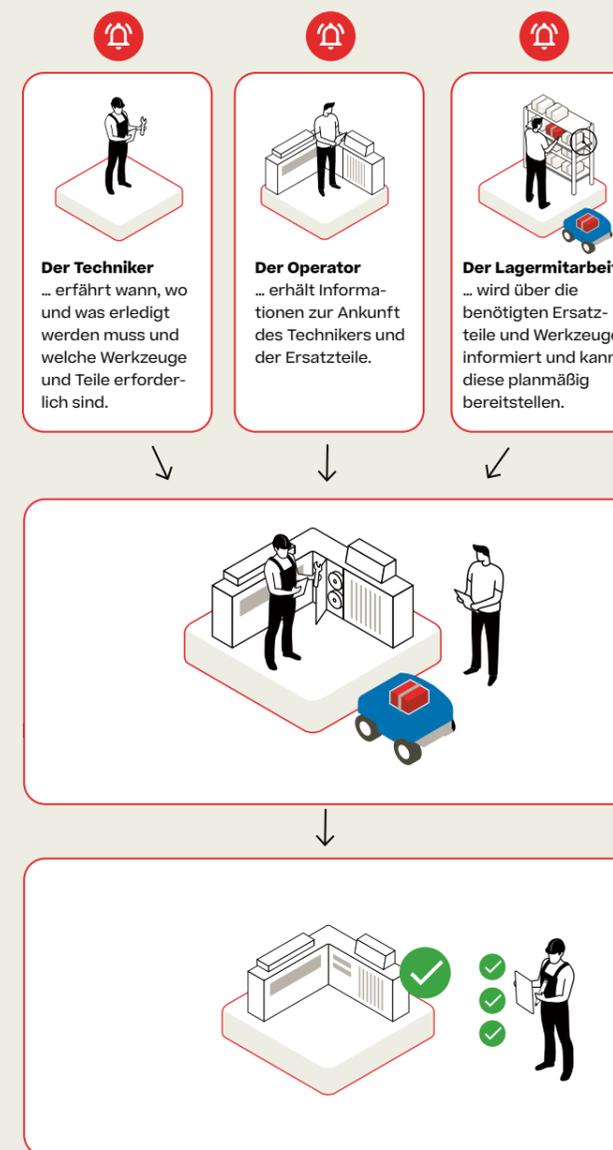
Use Case

Maintenance 8,000 h operation hours

Protos 90	
Interval: 1 month / 8,000 operating hrs	
Tasks	
Qualification/specialist Technician	Jigs & Tools Maintenance cart Pressure gauge
Spare parts Replacement parts	Scheduled duration 2 hours
next →	

Jobcard

Nach der entsprechenden Laufzeit einer Maschine stellt d.maintenance für die anstehende Wartungsaufgabe eine standardisierte Jobcard zur Verfügung. Diese enthält Informationen zu den für die Wartung erforderlichen Zeitaufwänden, Qualifikationen, Ersatzteilen und Werkzeugen.

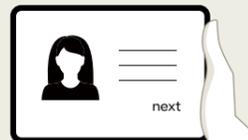


Informationen für alle Beteiligten

Vom Techniker über den Operator bis hin zum Lagermitarbeiter sind an einem Wartungsprozess zahlreiche Personen beteiligt. d.maintenance sorgt dafür, dass alle rechtzeitig wissen, was zu tun ist.

Technische Unterstützung

Falls die zu einer Wartung hinterlegten Informationen einmal nicht ausreichen, stellt d.maintenance über die Remote-Service-Verbindung gezielt weitere Informationen und Ansprechpartner zur Verfügung.



Technische Dokumentation

Jede Wartung wird vom System detailliert dokumentiert. Damit sichert d.maintenance wichtige Informationen und schafft die Basis für die kontinuierliche Verbesserung der präventiven Wartung.

Digitalisierung für mehr Nachhaltigkeit



Die Building & Energy Management Software von Hauni sorgt für Transparenz bei nachhaltigkeitsrelevanten Daten.



Verschärfte Berichtspflichten machen solide Daten zur Nachhaltigkeit für Unternehmen zum Must-have. Die nötigen Voraussetzungen schafft die **Building & Energy Management Software (d.BMS)** von Hauni.

Die EU-Taxonomie macht den Nachweis der Nachhaltigkeitsaktivitäten ab 2023 zur Pflicht für Unternehmen, die am Kapitalmarkt aktiv sind. Nicht nur für diese Unternehmen sind digitale Tools unerlässlich, die ihre Nachhaltigkeitsstrategie auf eine solide Basis stellen. Sie liefern umfangreiche Informationen zum Status quo, überwachen und optimieren energiebezogene Prozesse wie Produktion, Heizung, Kühlung oder Beleuchtung und machen Erfolge im Bereich Nachhaltigkeit messbar.

„Gerade bei gewerblich genutzten Gebäuden sorgen intelligente Technologien für erhebliche Einsparungen bei den Klimaemissionen,“ erklärt Alvis Vianello, Business Developer Manager Hauni Group. „Ein digital gesteuertes Energiemanagement schafft maximale Transparenz bei der Anlagen- und Gebäudenutzung und ermöglicht bei auffälligen Verbräuchen eine sofortige Intervention.“

Integrierte Softwarelösungen wie d.BMS konsolidieren und analysieren alle Daten und Informationsquellen und vereinfachen das Nachhaltigkeitsmanagement damit erheblich. Per Mausklick lassen sich fundierte Berichte visualisieren, die alle wichtigen Informationen detailliert abbilden. „Dafür verbindet d.BMS alle relevanten Energieverbraucher zu einer integrierten Einheit, die sich zentralisiert betreiben, analysieren und steuern lässt“, so Vianello. „Transparenz bezüglich des Verbrauchs und anderer Messwerte ist die Basis für Optimierungsmaßnahmen und damit für erhebliche Einsparungen bei Energie und Emissionen.“ d.BMS senkt die Betriebskosten, indem Anlagen, Beleuchtung, Klimatisierung oder Heizung sich so steuern lassen, dass sie nur dort genutzt werden, wo sie auch tatsächlich benötigt werden. Ein weiterer positiver Effekt ist laut Vianello auch die gesteigerte Produktivität: „Intelligente Gebäude und optimal bewirtschaftete Räume verbessern nachweislich das Wohlbefinden der Mitarbeiter. Die richtigen Umgebungsbedingungen bei Luft, Temperatur oder Licht sorgen für optimierte Produktionsbedingungen, die sich direkt in der Produktivität eines Werks niederschlagen.“

Gemeinsam für mehr Nachhaltigkeit

Seit mehr als zehn Jahren nimmt die Hauni Group mit ihrem Nachhaltigkeitsprogramm Themen wie Umweltschutz, gesellschaftliche Verantwortung oder Verminderungen unseres CO₂-Ausstoßes intensiv in den Blick. Seit 2021 arbeitet das Nachhaltigkeitsteam zusammen mit Kolleginnen und Kollegen aus dem Körber-Konzern an der Umsetzung der gemeinsam entwickelten Nachhaltigkeitsstrategie.

Für den Körber-Konzern bedeutet nachhaltiges Handeln eine ausgewogene ökologische, gesellschaftliche und unternehmerische Verantwortung. Mit diesem ganzheitlichen Ansatz will Körber ein besseres Leben für heutige und zukünftige Generationen ermöglichen und hat Nachhaltigkeit daher als integralen Bestandteil in der Unternehmensstrategie verankert.

Die Grundlage für das gemeinsame Handeln im Konzern bildet die konzernweite Nachhaltigkeitsstrategie, die diese Überzeugungen in konkrete Ziele und Maßnahmen übersetzt. Im Zentrum stehen drei große Ziele: Die Reduktion von CO₂-Emissionen und Energieverbrauch, das Agieren als fairer und attraktiver Arbeitgeber sowie eine verantwortungsvoll aufgestellte Lieferkette.

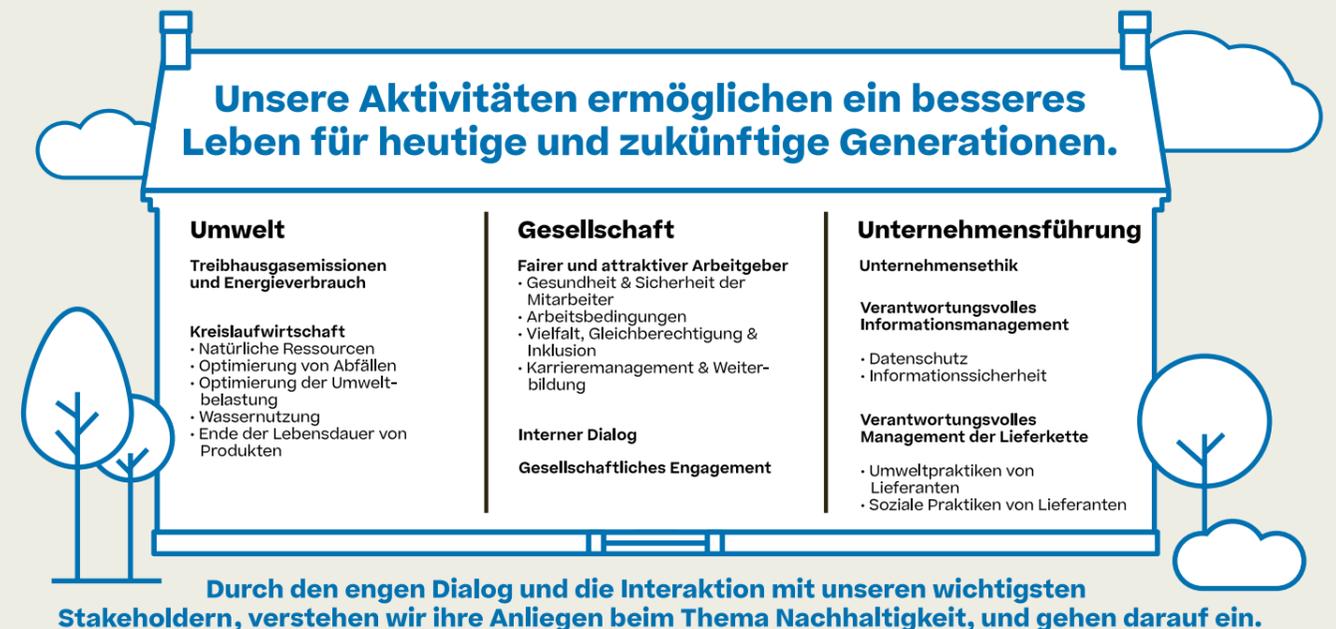
„Nachhaltiges Handeln bedeutet, neue Wege zu beschreiten, um sowohl den Ressourceneinsatz kontinuierlich zu reduzieren als auch Verantwortung für ein gleichberechtigtes Miteinander zu übernehmen.“

Jürgen Spykman, CEO Hauni Group



Das „Haus der Nachhaltigkeit“ des Körber-Konzerns ...

... ist die gemeinsame Basis, um unsere Nachhaltigkeitsmaßnahmen konzernweit zu vereinen – heute und in Zukunft.



Körbers „Haus der Nachhaltigkeit“

Die Grundlage für das gemeinsame Handeln ist Körbers „Haus der Nachhaltigkeit“. Hier spiegeln sich auch die drei Hauptziele „Umwelt, Gesellschaft, Unternehmensführung“ wider, die sich der Konzern gesetzt hat. „Um unsere Treibhausgasemissionen zu reduzieren, stellen wir zum Beispiel auf grüne Energie um, senken den Energieverbrauch und bringen auch beim Reisen Umweltaspekte mit ein. Als Arbeitgeber fördern wir im Körber-Konzern zudem Gesundheit, Sicherheit und Weiterbildung aller Mitarbeiter und setzen uns für Vielfalt, Gleichberechtigung und Inklusion ein. Im Bereich der Unternehmensführung zählt das verantwortungsvolle Management der Lieferketten mit Blick auf soziale und umweltbezogene Praktiken unserer Lieferanten zu den zentralen Themen“, erklärt Michaela Thiel, Head of Sustainability des Körber-Konzerns. „Allein mit den Maßnahmen zur Erreichung unserer drei Hauptziele unterstützen wir sieben der 17 Sustainable Development Goals der United Nations. Dazu gehören zum Beispiel die Ziele ‚Bezahlbare und saubere Energie‘, ‚Maßnahmen zum Klimaschutz‘ sowie ‚Gesundheit und Wohlergehen‘.“

Konkrete Ziele

Nachhaltigkeit ist als integraler Bestandteil des täglichen unternehmerischen Handelns seit Jahren fest in der Unternehmensstrategie der Hauni Group verankert. Aus der Nachhaltigkeitsstrategie hat das Unternehmen konkrete Ziele abgeleitet, aus denen sich dann Maßnahmen für alle Abteilungen definieren und umsetzen lassen. Was sich auf diesem Wege bewegen lässt, zeigt sich am Beispiel der Einhaltung von Menschenrechten. „Als weltweit aktives Unternehmen trägt die Hauni Group Verantwortung für ihre ökonomischen, ökologischen und sozialen Aktivitäten in Deutschland, Europa und der ganzen Welt. Dessen sind wir uns bewusst und haben eine Menschen- und Arbeitsrechtsrichtlinie beschlossen, in der wir konkrete Standards beschreiben. Mit dieser Richtlinie gehen wir eine Verpflichtung ein und lassen uns daran messen“, so CEO Jürgen Spykman.

Digital: Brauche ich nicht!

Veränderungen erzeugen Skepsis – das gilt auch für die Digitalisierung. Hauni räumt mit gängigen Vorurteilen auf.

Hauni meint: Digitalisierung ist keine Frage der Größe: Kleinere Produktionen können Cloud-Lösungen nutzen, die ohne eine aufwendige Installation von Soft- und Hardware auskommen und sich bei veränderten Ansprüchen skalieren lassen. Erfahrene Partner helfen hier nicht nur bei der Auswahl, sondern auch bei der Implementierung geeigneter Lösungen.

„Unser Betrieb ist zu klein für digitale Lösungen.“

„Das kann man auf die Schnelle nicht lernen.“

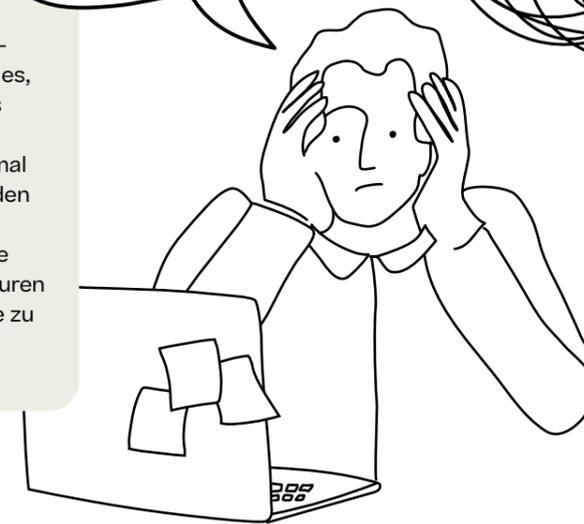
Hauni meint: Bei der Digitalisierung stoßen Unternehmen oft auf Vorbehalte bei erfahrenen Mitarbeitern. Hier gilt es, diese Kollegen mit ihren Wünschen von Beginn an in das Projekt zu integrieren. Beim Rollout bringen Schulungen den Mitarbeitern den Umgang mit der Lösung und deren Vorteile nahe.

„Das Sicherheitsrisiko ist zu groß.“



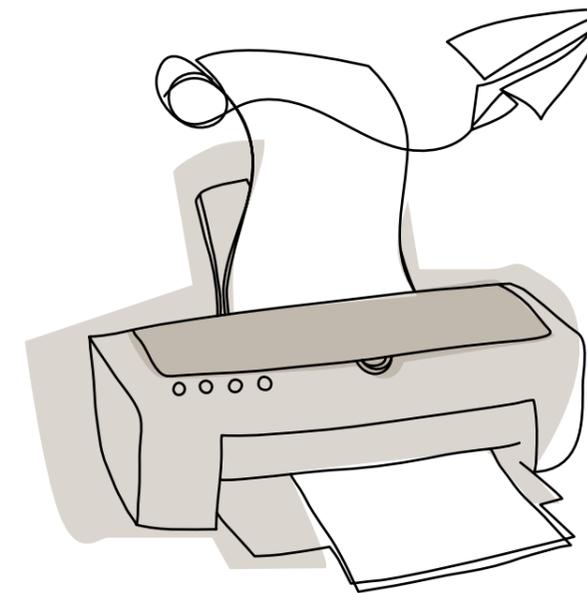
Hauni meint: Mit dem richtigen Partner ist ein Digitalisierungsprojekt überschaubar: Zunächst werden die Produktionsabläufe abgebildet. Dann gilt es, Ziele zu definieren und das Projekt zu planen. Dieser Aufwand entsteht nur einmal und relativiert sich durch den Nutzen. Außerdem bieten Digitalisierungsprojekte die Chance, ineffiziente Strukturen aufzudecken und Prozesse zu optimieren.

„Der Aufwand ist zu hoch.“



Hauni meint: Das Maß an Transparenz und Echtzeitinformationen, das eine Software mühelos liefert, ist bei der Arbeit mit Unterlagen aus Papier unerreichbar. Akute Warnungen und Maschinendaten in hoher Qualität reduzieren Ausfälle, erhöhen die Verfügbarkeit und Lebensdauer von Maschinen und bilden die Grundlage für eine Steigerung der Profitabilität.

„Mit meinen Papierunterlagen kann ich hervorragend arbeiten.“



Hauni meint: Spätestens bei der Digitalisierung müssen Unternehmen auch die IT-Sicherheit in den Blick nehmen – oft eine überfällige Aufgabe. In Anbetracht des Aufwands und der Relevanz der Thematik sind erfahrene Partner hier die beste Lösung. Sie sorgen für eine Schwachstellenanalyse, passende Verschlüsselungen und Datensicherungen und wählen Lösungen mit den erforderlichen Zertifikaten aus.



Ab
1. September
2022

7 Minuten ...

... mit dem Entscheidungsfreudigen.

Management oder Profifußball – für Fredrik Sandmark, Leiter des Segments Secondary Hauni Group, stand das noch während des Studiums nicht fest. Am Ende sagte er der zweiten schwedischen Fußballiga Lebewohl und stieg beim französischen Autozulieferer Valeo ein. Als er „in einem ungemütlichen schwedischen Winter“ das Angebot erhielt, für Valeo eine Projektleitung in Südspanien zu übernehmen, sagte er kurzerhand zu. Ohne ein Wort Spanisch zog er mit Frau und Tochter in den Süden. Zwei weitere Kinder wurden in Spanien geboren.

Nach insgesamt 14 Jahren als Automotive-Experte bei Valeo wechselte Sandmark die Branche und ging zu Nexans, einem weltweit führenden Kabelhersteller. In Werken an verschiedenen deutschen und europäischen Standorten brachte der Wirtschaftsingenieur seine Expertise in Sachen

Transformation und Restrukturierung ein. Als dann 2020 Hauni anklopfte, beschloss der entscheidungsfreudige Manager, zum dritten Mal die Branche zu wechseln. „Die Herausforderungen in der Secondary sind groß. Wir müssen noch stärker als in der Vergangenheit den Kunden in den Mittelpunkt unseres Handelns stellen, unsere Umsetzungsgeschwindigkeit steigern und unsere Mitarbeiter auf diesem Weg mitnehmen. Wir haben ausgezeichnete Experten in der Secondary und müssen dieses enorme Potenzial zum Vorteil unserer Kunden ausschöpfen“, sagt Sandmark, der inzwischen in Hamburg und Münster lebt. „Dabei hilft uns auch unsere neue interne Bereichsstruktur.“ Bleibt Sandmark neben deren Umsetzung und den aktuellen Projekten noch Zeit, treibt er gerne Sport: Im Urlaub zieht es ihn meist zum Skifahren und Wandern in die Berge.

#strongertogether

Hauni Group wird Körper-Geschäftsfeld Technologies

Weitere Informationen bei Ihrem persönlichen Ansprechpartner, auf LinkedIn oder ab 1. September auf koerber-technologies.com

Impressum

Herausgeber

Hauni Maschinenbau GmbH
Kurt-A.-Körper-Chaussee 8–32
21033 Hamburg/Germany
hauni.com
Telefon: +49 40 7250-01

Verantwortlich für den Inhalt

Jörg Walter, Claudia Rottensteiner,
hilite@hauni.com

Chefredaktion

Mirjam Müller
www.mirjam-mueller.de

Autoren

Mirjam Müller, Christiane Müller

Konzept und Umsetzung

Hauni Maschinenbau GmbH,
Agentur ais GmbH
www.agentur-ais.de

Artdirektion

Thomas Grimm, Agentur ais GmbH

Druck

DruckArt GmbH, Kaufering

© Juli 2022

Fotonachweis

Sebastian Vollmert: S. 3, 4 r., 6, 8, 11,
16–19, 24, 27 u., 30–31, 46, 50
Westend61: Daniel Ingold S. 4 l., 12

AdobeStock: Matej Kastelic, S. 14 l., 22,
Rostov 26 r., Herr Loeffler S. 37 r.
Betti_Klee: S. 23 l.
Peter Vogel: S. 38
Westend61, Robijn Page: S. 44

Übrige:
PR Hauni Maschinenbau GmbH
Körper AG



