



Perspektiven

DRINKTEC 2021

Der Countdown läuft

03.11.2020 , 8 Min. Lesedauer

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.

FOTOGRAFIE / ILLUSTRATION

Frank Reinhold

TITELFOTO

Das digitale Begleitprogramm stelle neue Herausforderungen an das Storytelling der Aussteller, erklärt Markus Kosak, Projektleiter drinktec bei der Messe München. Corona habe uns alle digitaler, virtueller und kollaborativer gemacht, stellt Petra Westphal, Produktgruppenleiterin bei

der Messe München, fest. Früher hätten auf Messen die Besprechungsräume nicht klein genug sein können, sagt Dr. Johannes T. Grobe, Mitglied der Geschäftsführung von KHS.

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. Für eine gute Vorbereitung des Messebesuchs empfiehlt sich, bereits im Vorfeld einen Blick auf die Hallenpläne und das Ausstellerverzeichnis auf der Website zu werfen.

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.“

»Wir entwickeln durchgängige digitale Lösungen für die konkreten Herausforderungen und Bedürfnisse unserer Kunden.«



Dr. Johannes T. Grobe
Geschäftsführung Sales & Service, KHS GmbH

Voll im Trend

Thema Automatisierung

ERP-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
-

Thema 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.
-

Thema 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
-

Thema 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).

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 machten, 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 (siehe Übersicht „KHS Digital“) – 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 MES** variable Module bedarfsgerecht appliziert werden können.“

** MES = Manufacturing Execution System, prozessnah operierende Ebene eines mehrschichtigen Fertigungsmanagementsystems. War wohl auf einer Ebene ausgeblendet





Markus Kosak

Projektleiter drinktec, Messe München

»Extrem erklärungs-
bedürftige Projekte müssen
besprochen werden – der
persönliche Austausch ist
unverzichtbar.«

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 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.



↑
Freuen sich auf die Rückkehr der
Messebesucher und halten
einstweilen Abstand: Markus Kosak
und Petra Westphal

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“, freut sich 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.“

»Auf der drinktec wird
Zukunft gestaltet – hier
passieren immer viele ganz
besondere Dinge.«



Petra Westphal
Produktgruppenleiterin, Messe München

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 wünscht 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“.