

Nachgefragt:

Interview mit Olaf Daebler, Projektleiter der Digital Factory, HANNOVER MESSE



Olaf Daebler

Auf der Digital Factory werden Lösungen für Produktentwicklung und Produktion und für die weitere Integration der Unternehmensprozesse präsentiert. Wir sprachen mit dem Projektleiter der Digital Factory, Olaf Daebler.

Herr Daebler, die aktuelle Wirtschaftslage stellt Unternehmen vor die Herausforderung Kosten zu senken und die Effizienz zu steigern. Inwiefern kann die Digital Factory den Betrieben bei der Umsetzung dieser Ziele behilflich sein?

Olaf Daebler: Eine wichtige Herausforderung muss noch hinzugefügt werden: Innovativ sowie qualitativ hochwertig müssen die Produkte gleichzeitig sein, um sich auf dem Weltmarkt durchzusetzen. All diese Ziele sind nur dann wirklich erreichbar, wenn die Unternehmen hinsichtlich Entwicklung und Fertigung auf dem Stand der Technik sind. Und da ist die Digital Factory seit Jahren international die wichtigste Leitmesse, um sich auf dem Laufenenden zu halten. Nirgendwo sonst finden Sie alle bedeutenden Anbieter von IT-Systemen für diesen Bereich gebündelt an einem Ort – umgeben von einem professionellen Business-Umfeld.

Auf welche Themen legt die diesjährige Digital Factory ihren Fokus?

Ein Schwerpunkt ist MES – Manufacturing Execution Systems. Wir organisieren zum zweiten Mal gemeinsam mit VDI, VDMA und MESA Europe eine MES-Tagung, die in diesem Jahr vor allem diverse Ansätze des Personalmanagements adressiert. Ein weiterer Schwerpunkt ist wie in den vergangenen Jahren PLM – Product Lifecycle Management. Zum dritten Mal gibt es hier mit der Sonderchau RapidX die Demonstration einer Prozesskette in der Produktentstehung. Dafür haben die diesjährigen Partner Dassault Systèmes und Silent Future Tec ein Thema gefunden, das wunderbar zum Leitthema unserer Messe passt – "Effizienter, Innovativer, Nachhaltiger": eine Vertikal-Windkraftanlage für den bodennahen Einsatz, entwickelt mit Faserverbundwerkstoffen unter Nutzung modernster CAx-Methoden. Wir zeigen in der Digital Factory eben nicht nur Tools, sondern auch das, was man damit erreichen kann.

Erstmals findet die Sonderschau "Technology Cinema 3D" statt. Was erwartet die Besucher dort in Halle 17? Und welchen konkreten Nutzen haben die Unternehmen von einer 3D-Visualisierung?

Technology Cinema 3D ist die Sonderschau, mit der wir zum ersten Mal das Schwerpunktthema Visualisierung umsetzen. Jeder weiß, wie wichtig es ist, das Terabyte-Datenvolumen, das inzwischen in jedem Unternehmen, insbesondere in Entwicklung und Fertigung erzeugt wird, so darzustellen, dass sie jeder Beteiligte im Prozess sofort versteht. Aber nicht jeder kennt alle technischen Möglichkeiten, mit denen genau das heute gemacht werden kann. Die Sonderschau zeigt diverse Methoden und Anwendungsszenarien von virtueller Realität, einschließlich der nötigen Hardware von der Powerwall bis zum großen Flachbildschirm.

Lassen Sie mich Ihnen vier Beispiele nennen ...

Erstens: Thema Produktentwicklung. Hier wird zum Beispiel anhand eines Fahrstuhls und einer Fertigungsmaschine im Cave mit Mehrseitenprojektion demonstriert, wie viel besser Entwicklungsentscheidungen auf allen Ebenen des Prozesses unterstützt werden können, wenn 3D-Visualisierung nicht bei der CAD-Darstellung auf dem Monitor Halt macht, sondern den Betrachter regelrecht eintauchen lässt in die virtuelle Realität.

Zweitens: Bei der Produktpräsentation kann ein Angebot mit einer Zeichnung ergänzt oder mit einer Powerpoint-Präsentation oder Screenshots unterlegt sein. Das ist Standard. Oder aber der Hersteller lässt die Maschine virtuelle Wirklichkeit werden. An der Powerwall, animiert, mit der Möglichkeit, Details genauer unter die Lupe zu nehmen – und dazu noch in Originalgröße. Das macht den Unterschied. Das Beispiel ist eine Kaugummi-Produktions- und Verpackungsanlage der Firma Gabler.

Drittens: Beim Service und bei der Wartung wird mit Hilfe von Aufprojektion anhand des Festo AirArms in Zusammenarbeit mit der Kunstuniversität Linz vorgeführt, welche Möglichkeiten 3D bietet, um Aufgaben in Service, Wartung und Reparatur zu erleichtern, zu sichern und zu beschleunigen.

Viertens: Das Thema heißt 3D-TV und ist inzwischen auch schon mit recht großformatigen Bildschirmen realisierbar. Es lässt hochwertige Visualisierung auch zum neuen Werkzeug für Produktpräsentation und Werbung gegenüber dem Endverbraucher werden. Es funktioniert ohne 3D-Brille, nur mit einer Hardwareausstattung, die das Angebot insbesondere für mittelständische Unternehmen ausgesprochen reizvoll macht.

Sie sehen, Visualisierung ist ein Querschnittsthema, das alle Ausstellungsbereiche der Digital Factory miteinander verbindet.

Und wodurch unterscheidet sich die Digital Factory von anderen Fachmessen für die Branche?

Einmal dadurch, dass hier die meisten wichtigen Anbieter als Aussteller anzutreffen sind. Der Besucher der Digital Factory kann tat-

sächlich die Angebote bei einem einzigen Besuch miteinander vergleichen. Ein weiteres Beispiel: Der PLM-Bereich der Digital Factory hat in diesem Jahr unter anderem die Firmen PTC und Dassault Systèmes mit direkter Messe-Anmeldung aus dem jeweiligen internationalen Firmen-Headquarter gewinnen können. Das unterstreicht die große Bedeutung der Digital Factory für solch namhafte Unternehmen. Denn für gewöhnlich werden Firmenbeteiligungen dieser Konzerngröße eher über die deutschen Töchter angemeldet und auch in der Umsetzung realisiert. Eine Anmeldung und Ausrichtung der Messe direkt vom Headquarter zeigt deutlich den Stellenwert der Digital Factory für diese Unternehmen. Darüber hinaus stellen die anderen Anbieter auf der Digital Factory nicht nur einen bestimmten, fachlich interessanten Teil aus, sondern das gesamte Portfolio. Die gesamte Strahlkraft der Digital Factory kommt jedoch dadurch deutlich zum Ausdruck, indem sie in die anderen Leitmessen der weltweit bedeutendsten Industrieschau eingebettet ist, deren Aussteller in der Halle 17 nach neuen Tools Ausschau halten können.

Wie hoch ist die Zahl der Aussteller, auch im Vergleich zum Vorjahr, und welche Erwartungen haben Sie an die Digital Factory?

Die Digital Factory ist im Vergleich zum Vorjahr gewachsen, sowohl auf Aussteller- als auch auf Flächenseite. Mit Stand 30.03.2010 verzeichnet sie 190 Aussteller (2009: 183) auf einer belegten Fläche von 4.300 Quadratmetern (2009: 3.873 Quadratmeter). Wir sind zuversichtlich, dass wir die Digital Factory weiterhin positiv im Markt positionieren können und arbeiten kontinuierlich an ihrer Weiterentwicklung.

Was hat es mit der von der HANNOVER MESSE ausgerufenen Initiative "2010 wird" auf sich?

Die Initiative "2010wird.de" ist eine Kommunikationsinitiative der HANNOVER MESSE, mit der sich die internationale Technikschaue künftigen Herausforderungen stellt und ihre Rolle als Impulsgeber für die globalen Technologiebranchen festigt. Gleichzeitig initiiert die Messe einen gesellschaftlichen Dialog, um den wirtschaftlichen Aufschwung gemeinsam mit Besuchern, Ausstellern und Verbänden initiativ zu treiben. Zentrale Anlaufstelle ist dabei das Online-Magazin der HANNOVER MESSE, "www.2010wird.de", welches aktiv mit redaktionellen Inhalten gefüllt wird und so einen direkten Dialog mit der Branche ermöglicht.

Anzeigen, Online-Banner, Gewinnspiele, Mailings, Social-Media-Aktivitäten, ein Werbemittel-Baukasten für Top-Aussteller, erfolgreiche Medienkooperationen und Live-Foren auf der HANNOVER MESSE ergänzen die Kampagne. Auf diese Weise inspiriert "2010 wird" schon vor Messebeginn eine Vielzahl potenzieller Aussteller und Besucher auf der Suche nach den Techniktrends der Zukunft.

Herr Daebler, herzlichen Dank für das sehr interessante Gespräch.