



Lesen Sie alle
Interviews online
www.prozesswaerme.net

„Durch digitale Lösungen rücken wir näher an den Anlagenbetreiber heran“

Till Schreiter ist CEO und President der ABP Induction Systems GmbH. Im ABP-Podcast* spricht er über die Digitalstrategie des Unternehmens und verrät, was er damit meint, wenn er sagt: „Wir gestalten nicht weniger als die digitale Revolution.“

ABP Induction ist in der metallverarbeitenden Industrie seit Jahren ein Begriff. Jetzt fällt der Name des Unternehmens auch immer häufiger in einem Atemzug mit Schlagwörtern wie Digitalisierung, Industrie 4.0 und Nachhaltigkeit. Können Sie die Entwicklung erklären?

Schreiter: Gegenfrage: „Geht heute Nachhaltigkeit überhaupt noch ohne Digitalisierung?“ Nachhaltigkeit in ihren zwei Dimensionen – ökologisch und ökonomisch – steht bei immer mehr Unternehmen auf der Agenda. Mit Blick auf eine bessere Umweltbilanz, einen effizienteren Betrieb und einen sicheren wie attraktiven Arbeitsplatz rücken digitale Services in den Fokus. Absatzmärkte verändern sich durch Energiepreise, Elektromobilität und globale Konkurrenz, die Preisdruck erzeugt. Wenn man Wettbewerbsfähigkeit erhalten möchte, muss das Geschäftsmodell überdacht werden. Dazu gehört auch, dass unsere Produkte so ausgereift sind, dass wir kaum noch Leistungssteigerungen erzeugen können. Unsere Antwort lautet an dieser Stelle: Digitalisierung.

ABP Induction hat neben dem Anlagenbau früh auf den Service gesetzt. Service ist ein wichtiger Geschäftsbereich bei uns: Der Anteil liegt bei fast 50 % und damit weit über den üblichen 20 %, wie man es aus dem Maschinenbau kennt. ABP hat dazu ein umfangreiches digitales Portfolio entwickelt, mit dem sich metallverarbeitende

Unternehmen im Sinne der vierten industriellen Revolution neu aufstellen können. Industrie 4.0 wird mit der maschinennahen Auswertung von Daten mittels Machine Learning, der netzwerkbasierter Interaktion zwischen den Produktionsanlagen, aber auch der Verschmelzung des Know-hows der Anlagenhersteller mit denen der Betreiber, heute Wirklichkeit. Wir sind fest davon überzeugt, dass digitale Services nur dann für unsere Kunden sinnvoll sind, wenn sie offen sind, der Kunde die Datenhoheit hat und sein Nutzen deutlich erkennbar ist.

Dazu kommt, dass bei uns das digitale Geschäftsmodell als eigenständig angesehen wird: Unser Verständnis ist, dass digitale Transformation nicht dazu dient, das bestehende Geschäftsmodell abzusichern, sondern es bedeutet, ein neues Geschäftsmodell zu entwickeln, das auf den Stärken von ABP aufbaut. Das Servicegeschäft wird auf drei Ebenen digitalisiert. Es geht um digitale Serviceprodukte, Partnerschaften und digitale Marketingkanäle.

Der Nutzen ist der Erfolgsfaktor, den man im Blick haben muss. Die Steigerung der Produktivität sowie der Qualität bei gleichzeitiger Reduzierung der Umweltbelastung und der Produktionskosten sind die Herausforderungen, mit denen Unternehmen im metallverarbeitenden Bereich alltäglich konfrontiert sind. Viele Unternehmen haben sich in den letzten Jahren dieser Aufgabe gestellt und passende Konzepte zum sparsamen und zeiteffizienten Einsatz der Produktionsfaktoren Betriebsmittel, Personal, Werkstoffe, Planung und Organisation entwickelt.

ABP Induction begleitet diese Unternehmen ganzheitlich bei der Fortführung ihrer zukunftsorientierten Strategie:

Till Schreiter

CEO und President der ABP Induction Systems GmbH





„Digitale Services sind nur dann für unsere Kunden sinnvoll, wenn sie offen sind, der Kunde die Datenhoheit hat und sein Nutzen deutlich erkennbar ist“

Durch die digitalen Lösungen rückt ABP Induction näher an die Anlagenbetreiber heran und unterstützt diese beim täglichen Betrieb, der Wartung und der Weiterbildung des Personals. Dazu bedarf es einer Digitalstrategie; für uns aber im Besonderen für unsere Kunden in den Gießereien und Schmieden. In den Fokus rückt dabei das Digitalportal myABP. Kunden profitieren von weniger ungeplanten und geplanten Downtimes, zudem sind alle wichtigen Informationen auf dem Portal verfügbar, und durch bessere Trainings werden Reparaturdauer und Energieverbrauch reduziert.

Was ist myABP und welche Möglichkeiten bietet das Portal?

Schreiter: 2018 haben wir als ABP Induction uns selbst eine Digitalstrategie rund um den metallverarbeitenden Betrieb entwickelt. Daraus entstand das Konzept einer offenen digitalen Plattform, die Anwender herstellerunabhängig nutzen können, um den eigenen Maschinen- und Anlagenpark effektiv zu verwalten. Bei der Gestaltung der Plattform zeigte sich schnell, dass wir als ABP den richtigen Weg gegangen sind, das Projekt nicht allein, sondern mit Entwicklungspartnern anzugehen. Im Laufe der Entwicklungsphase begleiteten zudem vier langjährige ABP-Kunden die Arbeiten und konnten so wertvolle Praxisinputs liefern. Erste Rückmeldungen aus dem Markt zeigten, dass die Herstellerneutralität und die Vielseitigkeit von myABP genau das ist, was der Markt offensichtlich benötigt. Um einen möglichst schnellen ROI für uns und unsere Kunden zu realisieren, haben wir uns im ersten Schritt auf digitale Servicelösungen konzentriert. Es ist die Kombination aus Wartungsplanungshilfen, Ticketing, Knowledge Management System, Virtual Trainings, Augmented-Reality-Unterstützung, Anlagenübersicht und zuverlässigem Service, den die Referenzkunden zu schätzen wussten. So lassen sich Predictive und Preventive Services anbieten.

Die Plattform myABP ist dabei die logische digitale Erweiterung des Serviceangebots und der Einstieg in die neue digitale Welt. Sie funktioniert offen, orts- und zeitunabhängig. Sie ist für alle beteiligten Prozesse und Maschinen in der Schmiedeindustrie ausgelegt – und darüber hinaus. Vor- und nachgelagerte Prozesse lassen sich einfach in die Plattform integrieren. Hier finden sich alle Dokumente zu den Anlagen, von Produktbeschreibungen und Zeichnungen, über Handbücher bis hin zu Serviceberichten. myABP wird zum persönlichen Informations- und

Wartungsassistenten, auch unterschiedlicher Hersteller. Es ist der zentrale Sammelpunkt für Erkenntnisse und Empfehlungen und bündelt das gesamte relevante Wissen rund um die Anlage. Betreiber können so ihre Dienstleistungen, Anlagenstücklisten, Dokumentationen, Angebote und Aufträge verwalten, Support anfordern sowie Verbindung zu den verschiedenen Systemen in der Produktion herstellen.

Das digitale Portal ist das eine, die hardwareseitige Ermöglichung zu digitalen Services das andere. Worauf kommt es Ihrer Ansicht nach an, wenn wir jetzt konkret darauf schauen, welche Schritte in Gießereien angestoßen werden müssen?

Schreiter: Um Daten zu ermitteln, werden die richtigen Sensoren benötigt. Klar ist auch: Nur das reine Sammeln von Daten bringt Anwendern keinen Mehrwert. Auch das einfache Darstellen der Betriebs- und Zustandsdaten mithilfe von Dashboards würde keinen wirklichen Mehrwert für den Betrieb bringen. Unternehmen müssen sich deswegen fragen: Welche Daten werden benötigt? Und erfassen wir die richtigen Daten? Nur mit der Erfassung, Selektion und Auswertung der richtigen Daten lassen sich Mehrwerte darstellen – und dafür brauchen wir Sensoren, die uns diese Daten auch liefern.

Die Transparenz der Maschinendaten aus der Produktion spielt dabei eine entscheidende Rolle. Transparenz ist hier im Sinne der betriebsinternen Verarbeitung gemeint: Daten werden nur im Unternehmen erhoben, und bleiben auch im Unternehmen. Diese Datensicherheit gewährt den Schutz der Daten des betreffenden Unternehmens. Lediglich im Störfall kann über das Auslösen eines Alerts der Zugriff auf diese Daten für einen Serviceeinsatz von außen gewährt werden. Die digitale Plattform ermöglicht einen betriebsinternen Überblick: Die Produktqualität wird vom Rohmaterial bis hin zum Endprodukt lückenlos dokumentiert. Fehlerinformationen und Zustandsüberwachungssysteme sind unternehmensweit verfügbar, sodass die Reaktion auf Produktionsunterbrechungen schneller erfolgt und die Wiederaufnahme der Produktion beschleunigt wird. Zudem ermöglichen vorbeugende Wartungskonzepte, die auf der vorausschauenden Analyse von Echtzeitdaten basieren, proaktive Wartung und Instandhaltung. Anwender werden durch zusätzliche Informationen und Handlungsempfehlungen unterstützt.



Der ABP Virtual Classroom ist eine virtuelle Lernumgebung, in der die Teilnehmer als Avatare auftreten und an Fachtagungen oder Schulungen teilnehmen können (Quelle: ABP Induction)

Schauen wir uns die Tools genauer an, die Sie entwickelt haben, um die digitale Transformation in metallverarbeitenden Unternehmen anzutreiben. Wo liegen die Schwerpunkte?

Schreiter: Die digitale Transformation muss ganzheitlich gedacht werden. Insofern hat ABP ein lückenloses Digitalportfolio entwickelt, das auf der Plattform myABP aufbaut, aus drei Säulen besteht und unter dem Label „ABP Digital Solutions“ zusammengefasst wird. Dazu gehört die ABP Virtual Academy, die aus den Bausteinen ABP Virtual Classroom und Virtual Training besteht. Außerdem wurde der Augmented-Reality(AR)-Service „digital Expert on Demand“ (dEoD) eingeführt, mit dem remote Serviceleistungen erbracht werden können, sowie das Thema M2M-Kommunikation und Künstliche Intelligenz (KI) in den ersten Optimierungapplikationen realisiert. Gebündelt werden diese digitalen Services eben in der Plattform myABP, über die Kunden ihre Trainingsaktivitäten, aber auch ihre gesamte Anlagenverwaltung planen können. Komplettiert wird die Toolsammlung durch einen Onlineshop für Ersatzteile.

Was leisten die Bausteine im Detail?

Schreiter: In der ABP Virtual Academy werden Trainings- und Weiterbildungsangebote für alle technischen Bereiche

der Schmiedeunternehmen hinterlegt. Das Angebot ist online verfügbar. Zusammengefasst werden hier einerseits virtuelle Sessions über das Modul ABP Virtual Training und zum anderen Trainingsmaßnahmen und Expertenvorträge im ABP Virtual Classroom. Mit der ABP Virtual Academy trägt ABP dem hochsensiblen Arbeitsbereich Rechnung: Regelmäßige Trainings und Schulungen der Mitarbeiter sind elementar, gerade im Umfeld einer Anlage.

Im ABP Virtual Classroom lassen sich individuelle, aktuelle Themen besprechen und erlernen. ABP-Experten bieten hier Vorträge zu Produkten und Lösungen an, zeigen neue Entwicklungen und Best Practices auf und laden Kunden sowie externe Experten ein, ebenfalls ihr Wissen zu teilen. Die Sessions finden in einer virtuellen Umgebung statt, die Teilnehmer und Experten treten in dem Classroom als Avatare auf. Das System ist spannend, wenn Kunden ihr Wissen zu einer vorhandenen ABP-Anlage auffrischen wollen oder ein Onboarding neuer Mitarbeiter ansteht. Enorm hilfreich ist so eine digitale Session als Kick-off, wenn Kunden planen, ihre Anlage zu modernisieren, zu erweitern oder ganz neu aufzubauen. In Zeiten von Covid-19 wird der ABP Virtual Classroom bereits intensiv als Plattform für Expertenveranstaltungen, Fachtagungen und ähnliches genutzt. Derzeit entsteht die Konzeption und die Terminplanung unter dem Label „ABP Meet the Experts“.



Kunden können ihre Mitarbeiter beim ABP Virtual Training in virtuelle Trainingssessions schicken, sozusagen in den „Flightsimulator für die Gießerei“. Die Trainings finden im virtuellen Raum über eine Virtual-Reality-Umgebung samt Brille statt. In der virtuellen Umgebung können Arbeitsabläufe und Notfallmaßnahmen trainiert werden, die am realen Produkt im Livebetrieb so nicht möglich sind. Damit kann jeder Mitarbeiter auf Wunsch im virtuellen Raum an einem digitalen Zwilling trainieren.

Mit dem Modul „ABP Intelligence“ wandelt ABP Daten in Erkenntnisse: Mit der Verbindung zu den Gerätesensoren werden Informationen an das betriebsinterne Gateway übertragen, wo alle Fakten über den Betriebszustand verarbeitet werden. Aus den Analysen werden Handlungsanweisungen angeleitet und bei Alarmen automatisch Tickets erzeugt.

Kunden sollen im Portal myABP nicht nur einen Überblick über die installierte Basis erhalten, sondern auch die Option haben, direkt zu sehen, welche Ersatzteile sie im Bedarfsfall benötigen – und diese im Onlineshop gleich zu bestellen. Optional kann immer ein ABP-Service mit angeboten werden, idealerweise für den Service „digital Expert on Demand“.

Mit dem „digital Expert on Demand“ sind ABP-Experten und -Servicetechniker immer zur Stelle, wenn Support benötigt wird, um die maximale Verfügbarkeit einer Anlage von Kunden zu gewährleisten. Es erlaubt dem Support, die Anlage mit Augmented Reality durch die Augen des Kunden zu sehen. Das heißt, dass der Techniker vor Ort Smart Glasses trägt oder ein Smartphone/Tablet nutzt und einerseits optisch eingespielt bekommt, was er zu tun hat, andererseits über die Kamerafunktion die Anlage und seine Arbeit daran zeigen kann. Der Experte sitzt zentral im ABP-Office und kann entsprechend Anweisungen geben. Der „digital Expert on Demand“ ist schnell verfügbar. Lange Wartezeiten auf einen Servicetermin oder die Verfügbarkeit eines Technikers sind keine Themen mehr.

Sie haben bei der erstmaligen Präsentation Ihrer Digitalstrategie von nicht weniger als einer Revolution gesprochen. Warum sehen Sie das so?

Schreiter: Es ist die starke Veränderung einer bislang komplett analogen, auf die Produktion fokussierten Branche hin zu digitalisierten Unternehmen, die Produkte und Dienstleistungen zusammenführen und Lösungen entwickeln, die einen Mehrwert für alle bieten. Unsere Vision für die Zukunft der metallverarbeitenden Industrie ist der Aufbau einer einzigen Plattform, auf der alle Lieferanten und Kunden zusammenarbeiten, Informationen austauschen und Werte schaffen können. Eine Revolution ist keine Aufgabe für nur eine Person oder eine Firma. ABP Induction setzt deshalb auf ein partnerschaftliches Netzwerk – mit Kunden, Lieferanten und anderen Maschinen-

und Anlagenbauern, auf Partnerschaften mit anderen Unternehmen und Universitäten, um die Plattform stetig weiterzuentwickeln. ABP versteht myABP mit den damit verbundenen digitalen Lösungen als offenes Konzept. Alle digitalen Lösungen können als White Label von anderen Unternehmen genutzt werden – übrigens auch abseits der metallverarbeitenden Industrie. Denn auch dort ist die digitale Transformation ein Prozess, dem sich alle stellen müssen. Das Potenzial von White Label führt dazu, dass wir selbst Branchen ansprechen können, in denen ABP bislang gar nicht vertreten ist. Von der Gießerei strahlt das Thema aus auf Glas, Pharma, Baustoffe, Nahrungsmittel und viele andere Bereiche. So meistern wir die Kür der Diversifikation durch digitale Transformation. Dies ist nicht weniger als ein Kulturwandel, der sowohl von den Betreibern als auch den Maschinenherstellern gemeinsam bewältigt werden muss – und deswegen sprechen wir zurecht von einer Revolution.

Unsere Industrie-4.0-Servicelösungen schlagen die Brücke von den herkömmlichen Servicedienstleistungen zu einer neuen Stufe der Verbindung zwischen Anlagenbauer und Betreiber. Die hybride Idee hinter diesen Servicewerkzeugen besteht darin, Menschen, Maschinen und Prozesse über die neue Plattform myABP über Herstellergrenzen hinweg zu verbinden und durch immer neue Angebote durch diese digitale Revolution zu führen. Oder – unserem Slogan „People. Technology. Success.“ entsprechend – die Digitalisierung befähigt Menschen dazu, mit neuen Technologien Erfolg zu haben, auf allen Ebenen.

***ABP-Podcast
„People. Technology. Success.“**

In jeder Folge des ABP-Podcasts „People. Technology. Success.“ werden andere Experten aus dem Hause ABP Induction von Michael Braun befragt. Die regelmäßig erscheinenden Folgen sind auf den gängigen Podcast-Plattformen Apple Podcasts, Spotify, Google Podcasts und Soundcloud verfügbar und können somit von jedermann unterwegs im Auto oder in der Bahn, beim Training oder in einer Pause im Büro gehört werden.

Den Podcast wird es in Zukunft weiter regelmäßig geben, immer in einer gut konsumierbaren Länge.

Um zur Folge mit Till Schreiter zu gelangen, scannen Sie einfach den **QR-Code**.

