

# HEIDELBERG ASSISTANT DAS MOSAIK WIRD ALS BILD ERKENNBAR

Mit der Markteinführung des auf der drupa 2016 vorgestellten Heidelberg Assistant macht der Druckmaschinenhersteller jetzt Ernst mit der angekündigten Strategie des «Smart Print Shops» und geht neue Wege in der Kunden-Lieferantenbeziehung. Mit dem Rollout in den Pilotmärkten Deutschland, Schweiz, USA und Kanada ist jetzt auch die Zeit reif für neue Geschäftsmodelle.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

**N**och sind die Entwicklungen zu neu oder zu wenig transparent, um sie in ihrer Tragweite abschliessend beurteilen zu können. Und vor allen sind sie erklärungsbedürftig. Doch bahnt sich ein Veränderungsschub an, der das Verhältnis von Maschinenhersteller und Kunde in der Branche grundlegend verändern kann.

Es ist aber kein abrupter Umstieg, sondern die Summe vieler Mosaiksteinchen, die sich jetzt zu einem Gesamtbild geformt haben. Denn schon heute beziehen viele Druckereien Maschinen und Verbrauchsmaterialien von ein und demselben Unternehmen. Und eine hochmoderne, komplexe Druckmaschine ohne Service-Vertrag betreiben zu wollen, wäre purer Leichtsinn. Das ist weder neu, noch aufregend.

Spektakulär sind jedoch die Entwicklungen, die weit über die klassischen Dienstleistungen hinausgehen, die ganzheitliche Lösungen für Druckereien versprechen, auch vor völlig ungewohnten Denkansätzen nicht haltmachen und das Verhältnis von Maschinenbauer und Druckerei umkrepeln könnten.

Der «Smart Print Shop», wie ihn Heidelberg seit Ende 2015 beschreibt, ist kein visionäres Gebilde oder utopische Fantasie, sondern bezieht die installierte Basis mit ein. Daten, generiert aus Millionen von Sensoren

in 10.000 Heidelberg-Maschinen und 15.000 Software-Produkten, verschwinden nicht irgendwo in den Festplatten-Katakomben der Service-Rechner, sondern werden genutzt, um Kunden schnelleren Service zu bieten und zu mehr Transparenz zu verhelfen.

## Individuelle Angebote

Die Offensive, die Heidelberg jetzt mit dem Assistant startet, ist das Ergebnis einer langen Kette von Entwicklungen, die mit der Einführung der Remote Service-Technologie im Jahr 2004 begann. Dabei fallen ganz nebenbei enorme Datenmengen an, mit denen sich einiges machen lässt. Alleine in einer Speedmaster XL 106 mit sechs Druckwerken stecken an die 3.000 Sensoren. Aus dieser Fülle an Informationen lässt sich etwa erkennen, wie effizient Kunden ihre

Maschinen einsetzen. Der Performance-Unterschied, also was die Anwender aus ein und derselben Maschine herausholen, sei gravierend, betont Heidelberg.

Aus den ermittelten Daten kann darüber hinaus ein auf den Bedarf des Kunden zugeschnittenes Angebot, bestehend aus Equipment, Verbrauchsmaterialien, Software und Services erstellt werden.

## Mit Kunden entwickelt

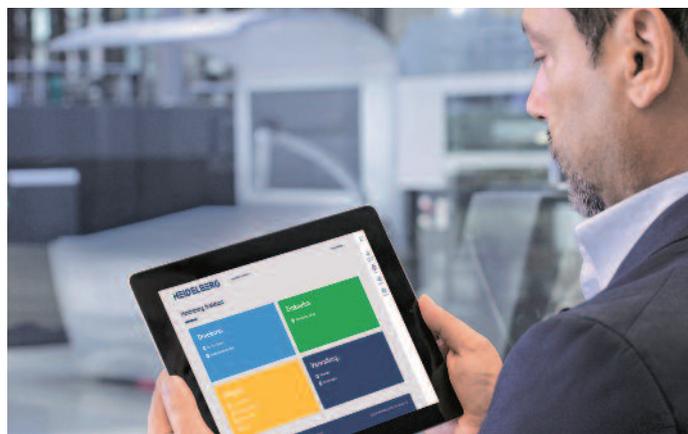
Der Assistant ist also im Grunde genommen kein neues Produkt, sondern die Verquickung von zahlreichen Diensten, die nunmehr zusammengefasst auf einen Blick für grösstmögliche Transparenz sorgen. Kunden erhalten die Basisversion kostenlos, einen persönlichen Zugang via ID, damit sie individuell erkannt werden, und können Informationen

wie Status beziehungsweise Produktivität ihrer Maschinen oder in Anspruch genommene Dienstleistungen überall und jederzeit abrufen. Zudem sind Softwareupdates, vorausschauende Wartungsmeldungen oder das Vertragsmanagement sowie ein Rechnungsüberblick möglich. Dabei erhalten Anwender einen Status über den Service- und Wartungsstand ihrer Druckmaschinen inklusive datengestützter Ausfallvorhersage. Darüber hinaus bietet der Zugang zu Big-Data-Performance-Analysen weitere Möglichkeiten zur Produktivitätssteigerung.

Heidelberg will mit dem Assistant bereits eingeführte Anwendungen wie Predictive Monitoring und Performance Consulting weiter skalieren. Heidelberg hat den Assistant, für den es regelmässige Updates geben soll, gemeinsam mit 30 Pilotkunden entwickelt. Arbeitsabläufe wurden analysiert, um mit dem Einsatz des Assistants verschiedene Aufgaben der Kundenmitarbeiter zu unterstützen. Weiterhin flossen die Ergebnisse, Ideen und Vorschläge aus über 400 Kundenbefragungen in die Entwicklung ein.

## Shop, Support und Services

Der Assistant bietet einen Zugriff auf den Heidelberg eShop. Dadurch entsteht eine E-Commerce-Lösung, bei der Produkte nach Kundeninstallation und -bedarf individuell empfohlen werden können. Verbrauchsmaterialien und ausgewählte Service-



Mit dem Heidelberg Assistant lässt sich das Geschehen in der Druckerei lückenlos überblicken. Hinter den vier Kategorien Druckerei, Einkaufen, Support und Verwaltung verbergen sich auch detaillierte Informationen zum Service, dem Zustand oder der Performance der Maschinen.

teile werden in der Regel innerhalb von 24 Stunden geliefert. Mit dem Assistant und dem Zugang zum neuen eShop vereinfacht Heidelberg die Bestellabläufe deutlich.

Das Einkaufen ist aber nur eine der vielen Dienstleistungen, die der Assistant bietet. Mit dem Tool erhält der Anwender den Überblick über das Geschehen in seiner Druckerei. Denn Heidelberg hat neben dem etablierten Remote-Service eine ganze Reihe weitergehender und neuer Dienste abgeleitet, die den reibungslosen Ablauf einer Druckerei sicherstellen.

Durch eCall kann sich eine Maschine im Störfall automatisch beim Heidelberg-Service melden, Remote Service ermöglicht dem Servicetechniker das Einloggen in die Systeme des Kunden und Predictive Monitoring wertet Maschinendaten aus, um sich abzeichnende Störungen frühzeitig zu erkennen und ein Maschinenproblem anzukündigen, bevor es zum Stillstand kommt.

Diese Vorgänge lassen sich am Assistant lückenlos verfolgen und nachvollziehen.

### Subskriptionsmodelle möglich

Die Integration aller Prozesse in den Druckereien steht bei diesen Lösungen und Überlegungen im Mittelpunkt. Dabei geht es nicht mehr um eine technisch mögliche Maschinengeschwindigkeit, sondern um die Effektivität der Maschinen über alles gerechnet (Gesamtanlageneffektivität) und darum, dass der Break-even nicht für einzelne Systeme das Mass der Dinge ist, sondern die Performance der gesamten Wertschöpfungskette.

Unter diesen Bedingungen und auf dieser Basis sind dann auch Subskriptions-Modelle möglich, bei denen Heidelberg mit Kunden einen fixen Preis für den bedruckten Bogen vereinbart. Heidelberg stellt alle für die Produktion notwendigen Betriebsmittel zur Verfügung und begeben sich mit den Kunden in eine tiefgehende Partnerschaft. Gleichzeitig geht es auch um einen neuen Ansatz bei der Technologievermarktung.

Dieses als «Subskription» bezeichnete Modell erläutert der Beitrag ab der folgenden Seite 14. Heidelberg setzt damit auf den Trend für «Pay per Use» und will so unabhängiger vom Verkauf von Druckkapazitäten werden. Pay-Per-Use im industriellen Offsetdruck ist das Ergebnis einer fortlaufenden digitalen Transformation. Heidelberg bietet ein Gesamtsystem aus Maschine, Services, Verbrauchsmaterialien und Softwarelösungen. Dieses wäre ohne Big-Data-Anwendungen, beispielsweise in der vorausschauenden Wartung, und des Push-to-Stop-Ansatzes zum autonomen Drucken undenkbar.

### Die neue Heidelberg-Welt

Diese neue Heidelberg-Welt mag bisher nur als netter Nebenschauplatz in einer zunehmend digitalisierten Welt erkennbar gewesen sein. Inzwischen sind die digitalen Dienste aber zu einer zentralen Säule in Heidelbergs Strategie geworden. Schliesslich kann Heidelberg auf Basis detaillierter Kundendaten das Service-Geschäft weiter automatisieren. Der Assistant kann in dieser Welt zum Regiepult ausgebaut werden. So wird ein grosser Schritt in Richtung Industrie 4.0 gemacht, in der Maschinen und Komponenten selbstständig miteinander kommunizieren.

Diese Strategie könnte für Heidelberg und die gesamte Branche zum «Big Bang» werden. Denn Heidelberg tritt ja längst nicht mehr nur gegen andere Maschinenhersteller im Offset- und Digitaldruck an. Und während viele Wettbewerber noch an der Verfügbarkeit einzelner Maschinen feilen, könnte sie Heidelberg durch das Gesamtkonzept aus Technik, Prozessintegration und Dienstleistungen überholen.

Für einen Druckmaschinenbauer mit langer Historie ist das eine völlig neue Denkweise, an die man sich erst einmal gewöhnen muss. Und die Heidelberger selbst wohl auch noch.

› [www.heidelberg.com](http://www.heidelberg.com)



# ECO<sup>3</sup>

**Ecological, Economical  
and Extra Convenience,**

**also ökologisch, ökonomisch  
und mit dem Extra Nutzen.**

Agfa entwickelt integrierte Lösungen aus Hard-, Software und Verbrauchsmaterialien, die Ihren Betrieb in Druckvorstufe und Druck optimieren, ihn umweltfreundlicher, kosteneffizienter und einfacher in Betrieb und Wartung machen.

**(Mehr)Wert für Ihr gesamtes Druckgeschäft!**

Erfahren Sie mehr:



Scan mich!

[www.agfagraphics.com](http://www.agfagraphics.com)

**AGFA** *Agfa*  
WE EMBODY PRINT