

Prozesse. Hier werden Automatisierung, Digitalisierung und Nachhaltigkeit eine wesentliche Rolle spielen. Die gelebte Kundennähe war, ist und wird auch zukünftig die Erfolgsstrategie von MULTIVAC sein. Dafür stehe ich gemeinsam mit meinen Kollegen gerne ein.

■ Christian Traumann, Geschäftsführender Direktor von MULTIVAC



2023: Zukunftsformel „On-site und online“

Schon zum Jahresbeginn steht fest: Auch in 2023 wird uns die „Stapelkrise“, wie die Kumulation unterschiedlichster Krisen inzwischen auch genannt wird, weiter begleiten. Vor diesem Hintergrund rücken die positiven Signale, die unsere Messen im vergangenen Jahr sendeten, fast in den Hintergrund. Dennoch gilt es gerade jetzt, daran anzuknüpfen.



Die Zukunftsformel für unser Geschäft lautet „On-site und online“ – starke Live-Events und digitale Angebote mit echtem Mehrwert für die Communities. Herausragende Beispiele für die Leserinnen und Leser der DMW – die Milchwirtschaft sind in unserem Messekalendar 2023 die Fachmessen BIOFACH, Weltleitmesse für Bio-Lebensmittel (14.-17. Februar 2023), und die BrauBeviale, Internationale Fachmesse für die Produktion und Vermarktung von Getränken (29.-30. November 2023).

Nachhaltigkeit wird ein weiterer Gradmesser für die Zukunftsfähigkeit der Messebranche sein. Unsere neue Nachhaltigkeitsstrategie, die sich an den „17 SDGs“ der Vereinten Nationen ausrichtet, sieht drei Säulen vor. Erstens: unsere Veranstaltungen noch nachhaltiger zu gestalten, beispielsweise mit 100 % Ökostrom. Zweitens: unsere Messen zu internationalen Botschaftern für nachhaltige Technologien zu machen, wie die BIOFACH. Drittens: Die NürnbergMesse nachhaltig aufzustellen mit dem Ziel der klimaneutralen Energieversorgung bis 2028.

Auch wenn 2023 weiterhin von globalen Krisen betroffen sein wird: Mit der innovativen Weiterentwicklung unseres erfolgreichen Geschäftsmodells werden wir auch in Zukunft unseren Branchen die zentralen Plattformen für den Wissenstransfer bieten – on-site wie online.

■ Peter Ottmann, CEO NürnbergMesse Group



2022: Besser integriert: Die Molkerei der Zukunft

Eine unserer großen Visionen für die kommenden Jahre ist die datentechnisch voll integrierte Molkerei, speziell auch für Brownfield-Anlagen. Werden Prozessanlagen neu gebaut, lassen sich Digitalisierungskonzepte vergleichsweise einfach realisieren. Bestands- oder Brownfield-Anlagen sind in der Regel durch eine heterogene Landschaft verschie-

dener, lieferantenabhängiger Automatisierungslösungen geprägt. Die daraus resultierenden abweichenden Lebenszyklen und anlagenweit verteilte Daten beeinträchtigen die Flexibilität bzw. Umrüstbarkeit der Anlagen. Um direkt in der Fertigung neue Digitalisierungsprojekte umzusetzen, empfiehlt es sich also, modulare Einzellösungen einzuführen, die sich – sinnvoll eingesetzt – schnell rentieren.



Eine dieser rentablen Einzellösungen ist bspw. eine Vermittlungsebene zwischen dem Top-Floor und dem Shopfloor. Während diese Verbindung in vielen Molkereien noch mit Papier überbrückt wird, kann eine entsprechende Softwarelösung als strukturgebendes Element Abhilfe schaffen. Entscheidend hierfür ist nicht nur IT-Kompetenz, sondern auch Prozess Know-how und technisches Fachwissen.

Das Batch Orchestration System (BOS) von ProLeiT fungiert als eine solche Zwischenebene. Es übermittelt die Aufträge aus dem ERP direkt an den Bediener und speist die Produktionsdaten anschließend ins System ein. Dieser Prozess ist nicht nur schneller, sondern vor allem papierlos und damit weniger fehleranfällig. Materialtransfers können nicht verloren gehen; auch die Rückverfolgbarkeit ist gegeben.

■ Dr. Thomas Wunderlich, Director Business Segment Beverages, ProLeiT GmbH



2023: Die Verschärfung des Kandidatenmarktes nimmt zu und damit Unterstützungsbedarf



Wir erwarten zwar eine unsichere und herausfordernde konjunkturelle Lage, die jedoch die Lebensmittelindustrie und die Milchwirtschaft nicht so treffen wird wie andere Branchen. Nach unserer Erfahrung ist unsere Kundenbranche bisher immer robust durch die Wellentäler gekommen und manche nutzen diese Phasen als Chance und zur azyklischen Investition. Die Probleme des Mangels an Führungskräften, Experten und Fachkräften wird sich weiter verschärfen. Unternehmen müssen die anstehenden Herausforderungen dennoch lösen. Daher erwarten wir in allen Geschäftsfeldern im Bereich Placement mit steigender Nachfrage. RAU | EXECETUVE SEARCH erwartet neben Nachfolge- und Nachbesetzungen Neubesetzungen im Kontext

der Veränderung, sowohl Restrukturierungen als auch Wachstum. RAU | FOOD RECRUITMENT sieht trotz einer ambivalenten Konjunkturstimmung einen weiter zunehmenden Bedarf an externen Besetzungen in allen Funktionsbereichen und auf allen Levels. Auch foodjobs.de rechnet insbesondere bei der Milchindustrie aufgrund hoher und milchspezifischer Anforderungen an Kandidaten bei gleichzeitigem Rückgang des Kandidatenpotenzials mit einer Verschärfung des Marktes und einer zunehmenden Anzahl an Anzeigen und Active Sourcing Aufträgen. foodjobs Active Sourcing wird die Kapazitäten stark ausbauen, um die aktuell bereits hohe und weiter wachsende Nachfrage an Unterstützung mit Branchenkompetenz bedienen zu können. RAU | TRAINING & COACHING bietet nun aufgrund steigender Nachfrage für Führungskräfte einmal im Monat eine offene Sprechstunde und für den akuten Bedarf (z. B. morgen steht ein schwieriges Mitarbeitergespräch an) ‚Ein Thema, ein Termin‘ an.

■ Dr. Tim Rau, Matthias Henning, RAU | CONSULTANTS



Tethered Caps im großen Stil

Mit Zuversicht und frischen Ideen starten wir ins Jahr 2023. Besonders freuen wir uns darauf, dass unsere Fülltechnologie der nächsten Generation bei unserem Prototypkunden in Betrieb genommen und unser neues combivita-Format in den Verkaufregalen zu sehen sein wird – eine echte Innovation im Bereich der Family-Size Lösungen.

Konsequent werden wir zudem unsere digitalen Lösungen ausbauen und im Einsatz sehen. Denn für unsere Kunden ist es immer wichtiger,

vollständige Transparenz über alle Komponenten der Produktionslinien zu haben, die bidirektional vernetzt sind und über ein umfassendes Asset Performance Management verfügen. Basierend auf dem Feedback unserer Kunden werden wir unser Digitalportfolio kontinuierlich erweitern.

Im Zuge der Vorbereitung auf die ab 2024 gültige SUP-Direktive der EU werden wir 2023 einen großen Roll-out unserer Tethered Cap-Lösungen erleben. Die ersten SIG-Kunden haben bereits 2022 SIG-Kartonpackungen mit Verschlusskappen auf den Markt gebracht, die auch nach dem Öffnen fest mit der Verpackung verbunden bleiben.

Mit Spannung blicken wir zudem auf weitere neue Projekte im Bereich innovativer on-the-go-Verpackungen sowie zahlreiche Markteinführungen von Kartonpackungen mit unseren besonders nachhaltigen Verbundmaterialien aus dem SIGNATURE-Portfolio. Alles in allem sehen wir uns gut aufgestellt, um die anspruchsvollen Bedürfnisse in den Bereichen Liquid Dairy, NCS D und Food sowie bei den pflanzlichen Milch-Alternativen mit innovativen und spektakulären Lösungen bedienen zu können.

■ Robert Kummer, Head of Market Area Germany bei SIG



2023: Große Herausforderungen, große Ziele

Auch in diesem Jahr besitzt das Thema Nachhaltigkeit für SÜDPACK oberste Priorität. Denn insbesondere als Familienunternehmen wollen wir unserer Verantwortung für Mensch und Umwelt unbedingt gerecht werden. Daher arbeiten wir weiter intensiv am Ausbau unseres Portfolios für nachhaltige Folienlösungen. Hierfür setzen wir uns, gemeinsam mit Kunden und Partnern entlang der Wertschöpfungskette, für das Schließen von Wertstoffkreisläufen in der Verpackungsindustrie ein. Unser Ziel heißt: NET ZERO.

Im Rahmen unserer NET ZERO Vision arbeiten wir auch daran, unsere gesamte CO₂-Bilanz dauerhaft zu verbessern. Daher haben wir uns bereits im vergangenen Jahr der Science Based Targets-Initiative (SBTi) angeschlossen, um – im Einklang mit dem höchsten Anspruchsniveau des Pariser Klimaschutzabkommens – einen effektiven Klimaschutz auch auf Unternehmensebene zu gewährleisten. Konkrete Maßnahmen hierfür sind bereits realisiert oder angestoßen. Sie betreffen u.a. die verstärkte Nutzung erneuerbarer Energien, umfangreiche Investitionen in Photovoltaik sowie unser Engagement in Punkto Kreislaufwirtschaft und internes Wertstoffmanagement. Auch unsere Kunden werden wir weiterhin bei der Erreichung ihrer Nachhaltigkeitsziele aktiv unterstützen. Mit der Einführung eines geeigneten Werkzeugs zur Erstellung standardisierter Produkt-Ökobilanzen werden wir ab Mitte des Jahres ein starkes Tool zur Verfügung haben, um die kontinuierliche Entwicklung und Verbesserung unserer Produkte sicherzustellen und Kunden umfassend beraten zu können.

■ Erik Bouts, CEO SÜDPACK Verpackungen



2023: Großkunde im Fokus

Die Knappheit der Maschinenbauteile, insbesondere Steuerungskomponenten, ist auch für die Swiss Can Machinery AG spürbar. Der allgemeine Zustand des Unternehmens kann jedoch als sehr solide betrachtet werden. Der Schweizer Maschinenbauer liefert nun für einen Großkunden in Rumänien eine komplette Anlage für Babynahrung, von A-Z mit neuem Steuerungskonzept. Die Blechdosen Linie ist modular aufgebaut, vom Depalletierer über die MAP Verschleißer bis zum Capper.

Ausserdem werden die Maschinen- und Produktionsdaten zum Vorteil des Kunden ausgewertet und so kann die Effizienz einfach erhöht werden. Swiss Can Machinery ist in der Digitalisierung ganz vorne dabei und hilft so ihren Kunden, den Produktionsoutput stetig zu erhöhen.

■ Michael Grabher, CEO Swiss Can Machinery AG

