Alle Texte, Bilder und Info-Grafiken sind zum Abdruck freigegeben

Themendienst für Journalisten

Ausgabe 1/2017

Inhaltsverzeichnis

1. Zusammenfassung der Inhalte 2

2. Aktuelles: Lectra und der Themendienst 3

3. Markt & Meinung: Generation Internet – Wie Konsumtrends die industrielle Fertigung verändern 4

4. Wissen Digital: Daten sind das Schmiermittel der digitalen Wertschöpfungskette 7

Lectra Deutschland GmbH • Peter Schatz
Adalperostr. 80 • D-85737 Ismaning / München
Tel.: +49 (0)89 99626 113
E-Mail: p.schatz@lectra.com

Sprachperlen GmbH • Helena Pröpster
Ehrengutstraße 5 • D-80469 München
Tel.: +49 (0)89 411 53 199
E-Mail: lectra@sprachperlen.de

Alle Texte, Bilder und Info-Grafiken sind zum Abdruck freigegeben

1. Zusammenfassung der Inhalte

Aktuelles: Lectra und der Themendienst

2017 startet Lectra Deutschland mit einem neuen Themendienst für Journalisten. Quartalsweise aufbereitet sind aktuelle Themen aus den Bereichen Automatisierung und Digitalisierung in textil- und lederverarbeitenden Industrien und darüber hinaus. Ziel des Themendienstes ist zu zeigen, wie komplex und vielfältig die Gestaltung der Industrie 4.0 sein kann und wird. Ideen, die heute noch utopisch erscheinen, werden vielleicht in ein paar Jahren selbstverständlich sein.

Markt & Meinung: Generation Internet – Wie Konsumtrends die industrielle Fertigung verändern

Die Millennials oder Generation Y sind junge Erwachsene zwischen 18 und 36 Jahren. Die nach 1980 geborenen sind die ersten "Digital Natives", also die erste Generation, die mit dem Internet und digitaler Kommunikation aufgewachsen ist. Die Millennials werden nicht nur den Konsum der nächsten 20 Jahre prägen, sondern auch unsere industrielle Wertschöpfung verändern. Studien zeigen: Die Markentreue der Millennials ist abhängig von Qualität, Verfügbarkeit und Nachhaltigkeit – und liegt damit in erstaunlichem Maße in den Händen der Supply Chain.

Wissen Digital: Daten sind das Schmiermittel der digitalen Wertschöpfungskette

"Daten sind das Öl des 21. Jahrhunderts." So lautet das Schlagwort der Stunde, wenn es um Geschäftsmodelle in Social Media, Big Data und Datenschutz geht. In Bezug auf die industrielle Fertigung der Zukunft könnte man sagen: Daten sind das Schmiermittel der digitalen Wertschöpfungskette. Um Automatisierung und Digitalisierung in einer intelligenten Fabrik zu verwirklichen, braucht es vor allem eines: die richtigen Daten zur richtigen Zeit am richtigen Ort. So erleben Software-Konzepte wie Product Lifecycle Management (PLM) ihren zweiten Frühling.

Lectra Deutschland GmbH • Peter Schatz
Adalperostr. 80 • D-85737 Ismaning / München
Tel.: +49 (0)89 99626 113
E-Mail: p.schatz@lectra.com

Sprachperlen GmbH • Helena Pröpster
Ehrengutstraße 5 • D-80469 München
Tel.: +49 (0)89 411 53 199
E-Mail: lectra@sprachperlen.de

Alle Texte, Bilder und Info-Grafiken sind zum Abdruck freigegeben

2. Aktuelles: Lectra und der Themendienst

2017 startet Lectra Deutschland mit einem neuen Themendienst für Journalisten. Quartalsweise aufbereitet sind aktuelle Themen aus den Bereichen Automatisierung und Digitalisierung in textil- und lederverarbeitenden Industrien und darüber hinaus. Die Textil- und Lederindustrie ist einer der ältesten sowie wichtigsten Wirtschaftszweige des produzierenden Gewerbes. Vielseitig einsetzbar sind Textilien schon längst nicht mehr nur als Bekleidung, sondern finden Einzug in fast allen Bereichen der Industrie.

T-Shirts, Maßanzüge, Polstermöbel, Autositze oder Airbags – Stoffe oder Leder zu verarbeiten ist heute wie vor hunderten von Jahren durch eine hohe Komplexität in allen Fertigungsstufen gekennzeichnet. Der Prozess vom Design über den ersten Prototypen bis zum Zuschnitt und dem fertigen Produkt ist aufgrund dieser Komplexität nach wie vor von einem hohen Anteil Handarbeit geprägt. Doch die Entwicklung weist Richtung Automatisierung und Digitalisierung.

Ziel des Themendienstes ist zu zeigen, wie komplex und vielfältig die Gestaltung der Industrie 4.0 sein kann und wird. Ideen, die heute noch utopisch erscheinen, werden vielleicht in ein paar Jahren selbstverständlich sein.

Lectra ist seit 40 Jahren ein führender Technologie-Spezialist für Software, Hardware und Beratung in Branchen, die Textilien oder Leder verarbeiten. Dabei agiert Lectra auf zahlreichen Märkten wie dem Modesektor (Bekleidung, Accessoires), der Automobilbranche (Autositze, Innenausstattung, Airbags), der Polstermöbelbranche sowie in diversen weiteren Marktsegmenten. Zum Produktportfolio zählen etwa Software-Lösungen für Design, virtuelles Prototyping und Product Lifecycle Management sowie automatische Zuschnittlösungen inklusive Serviceangeboten und Beratung.

Als internationales Unternehmen mit rund 1.500 Mitarbeitern ist Lectra in mehr als 100 Ländern aktiv. Zu den Kunden gehören etwa Armani, Basler, Brioni, Bugatti, Chantelle, Dräxlmaier, Ekornes, Galerie Lafayette, Global Safety Textiles, H&M, La Perla, Johnson Controls, Louis Vuitton, Magna, Odlo, Polipol und viele mehr.

Im Themendienst finden Sie neben den Artikeln regelmäßig druckfähige Presse-Fotos und Info-Grafiken. Für Presseanfragen und weitere Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

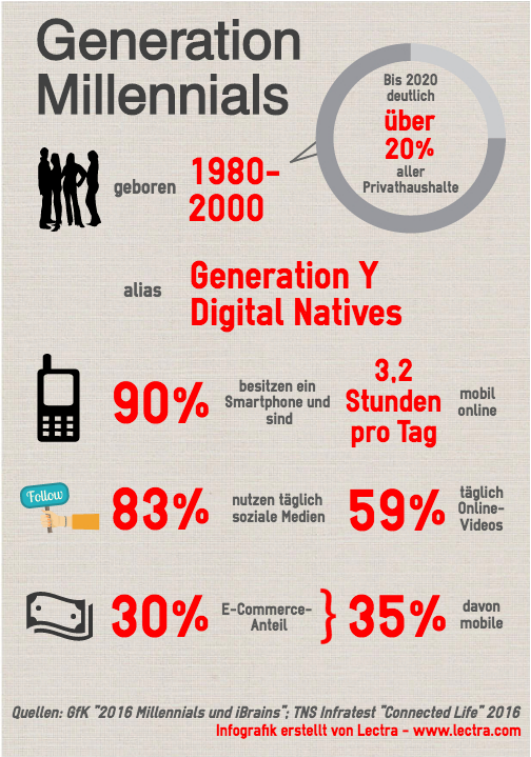
Lectra Deutschland GmbH • Peter Schatz
Adalperostr. 80 • D-85737 Ismaning / München
Tel.: +49 (0)89 99626 113
E-Mail: p.schatz@lectra.com

Sprachperlen GmbH • Helena Pröpster
Ehrengutstraße 5 • D-80469 München
Tel.: +49 (0)89 411 53 199
E-Mail: lectra@sprachperlen.de

Alle Texte, Bilder und Info-Grafiken sind zum Abdruck freigegeben

3. Markt & Meinung: Generation Internet – Wie Konsumtrends die industrielle Fertigung verändern

Die Millennials oder Generation Y sind junge Erwachsene zwischen 18 und 36 Jahren. Die nach 1980 geborenen sind die ersten "Digital Natives", also die erste Generation, die mit dem Internet und digitaler Kommunikation aufgewachsen ist. Internet, Social Media, Apps sind aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Die Millennials werden nicht nur den Konsum der nächsten 20 Jahre prägen, sondern auch unsere Wertschöpfung verändern. Doch wie wirkt sich das neue Käuferverhalten auf die Fertigung in traditionellen Industrien aus?



Die Cloud-Couture kommt

Online-Shopping ist für die meisten Verbraucher in Deutschland eine Selbstverständlichkeit. Vier von zehn Einkäufen werden online getätigt, zeigen etwa die Ergebnisse der Verbraucherbefragung des Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. und der Boniversum. Laut der Studie "E-Commerce-Markt Deutschland 2016" von EHI mit Statista befinden sich unter den deutschen Top 100 E-Commerce-Händlern 20 Shops mit Fokus auf Bekleidung, Textilien und Schuhe.

Chris Nicolaes, Managing Director Lectra Deutschland

Die Top-Innenstadtlagen werden zwar weiterbestehen, doch wird der Mode-Handel im Netz deutlich zunehmen. "Man stelle sich Apps vor, die mit Hilfe eines Fotos über einen spezifischen Algorithmus die Körpermaße berechnen können. Denn das Wichtigste bei Mode ist und bleibt die Passform", sagt Chris Nicolaes, Managing Director Lectra Deutschland. In den eigenen vier Wänden können 3D-Avatare auf die eigenen Maße konfiguriert werden, um das gewünschte Kleidungsstück virtuell anzuprobieren. Mit ein paar Klicks lassen sich Teile individualisieren, etwa mit Hilfe unterschiedlicher Prints, Farben, Stoffen und Längen. In der Speedfactory von Adidas sollen ab 2017 in Deutschland Schuhe und Bekleidung ganz nach dem persönlichen Geschmack des

Lectra Deutschland GmbH • Peter Schatz
Adalperostr. 80 • D-85737 Ismaning / München
Tel.: +49 (0)89 99626 113
E-Mail: p.schatz@lectra.com

Sprachperlen GmbH • Helena Pröpster
Ehrengutstraße 5 • D-80469 München
Tel.: +49 (0)89 411 53 199
E-Mail: lectra@sprachperlen.de

Kunden gefertigt werden. Vollautomatisch in digital gesteuerten Prozessen. Losgröße: Ein Stück.

"Für die Modeindustrie wird es vor allem darum gehen, in Zukunft Produkte flexibler und schneller zum Kunden zu bringen. Die Millennials sind weniger markentreu und folgen schnell Trends", so Nicolaes. H&M und Zara machen es mit Fast Fashion vor. Mit einer digitalen Wertschöpfungskette reduzieren Marken und Hersteller die Zeit vom Design bis zum Verkauf heute schon bis auf eine Woche. Nicht zwei oder vier Kollektionen pro Jahr werden verkauft, sondern 18 bis 20. Das ist bereits für viele Brands und Kunden Normalität. "Die Technik ist dabei, die Modebranche von Grund auf zu revolutionieren", sagt Nicolaes.

Polstermöbel nach Maß

Ganz ähnliche Trends lassen sich in anderen Traditionsindustrien ausmachen. Auch bei Polstermöbeln steuert der Trend hin zur Individualisierung. Per Mausklick werden etwa Couch-Garnituren selbst gestaltet. Doch um auf den Kundenwunsch nach Einzigartigkeit reagieren zu können, muss die Fertigung flexibler werden. Zudem erwarten Millennials in Zeiten von E-Commerce schnelle Lieferzeiten. Mehrere Wochen oder sogar Monate, wie bisher in der Polstermöbelindustrie üblich, sind nicht mehr zeitgemäß.

Die Möbelindustrie hat für den Wunsch nach Individualisierung neuerdings Antworten, die Hand in Hand mit der seriellen Produktion gehen. Hersteller B&B Italia bietet seine Polstermöbel etwa in 33 Blautönen und zahlreichen Variationen an, um auch jedem Wohnzimmermaß gerecht zu werden. "Individuelle Polstermöbel mit einem industriellen Ansatz zu fertigen – das funktioniert nur innerhalb einer digitalen Wertschöpfungskette, vom Design über den Zuschnitt bis zur Montage", sagt Holger Max-Lang, Director Automotive & Furniture bei Lectra Deutschland. Eine wichtige Rolle spielt 3D-Design und Virtual Prototyping. Die Auswirkungen auf Materialverbrauch und -kosten lassen sich im 3D-Modell sofort bei unterschiedlichen Designs simulieren. So lässt sich die Anzahl physischer Prototypen schnell auf ein Drittel oder weniger reduzieren. Nicht nur eine erhebliche Einsparung, sondern auch eine signifikante Beschleunigung auf dem Weg zum Kunden.

Lectra Deutschland GmbH • Peter Schatz
Adalperostr. 80 • D-85737 Ismaning / München
Tel.: +49 (0)89 99626 113
E-Mail: p.schatz@lectra.com

Sprachperlen GmbH • Helena Pröpster
Ehrengutstraße 5 • D-80469 München
Tel.: +49 (0)89 411 53 199
E-Mail: lectra@sprachperlen.de

Alle Texte, Bilder und Info-Grafiken sind zum Abdruck freigegeben

Das Auto als Erlebnisraum

Mit Techniken wie Navigation und Einparkhilfe stand für Autobauer lange im Mittelpunkt, dem Fahrer das Fahren zu erleichtern. Jetzt dreht sich bei den Herstellern viel um das autonome Fahren, wodurch plötzlich alle Insassen zu Passagieren werden. Damit rückt zunehmend die Gestaltung des Innenraums, etwa Autositze und Unterhaltungselektronik, in den Vordergrund. Zudem beeinflussen Trends wie Connected Cars, Car Sharing und vor allem Individualisierung das Design und die Fertigung des Fahrzeuginnenraums. Das Auto wird zum Erlebnisraum. Beim neuen Fiat 500 sind etwa bis zu 549.000 verschiedene Kombinationen in der Ausstattung möglich. Damit steigt vor allem die Komplexität in der Produktion für Interieur und Sitzbezüge.

Holger Max-Lang, Director Automotive & Furniture bei Lectra Deutschland

"Zwischen 30 bis 40 Prozent der Kosten für einen Fahrzeugsitz können auf die verwendeten Materialien des Bezuges entfallen – Autositze machen wiederum rund fünf Prozent der gesamten Fahrzeugkosten aus. Ein optimierter Materialverbrauch ist hinsichtlich der Gesamtherstellungskosten von strategischer Bedeutung", sagt Max-Lang.

Besonders die automobile Lederindustrie befindet sich im Wandel, vom traditionellen Stanzen zu automatischen Zuschnittsystemen. Stanzmesser sind teuer und müssen bei jeder Änderung im Zuschnitt umgerüstet werden. Die neuesten Generationen von Zuschnittlösungen sind schneller und flexibler und verfügen zudem über Industrie 4.0-Sensoren. Die Daten werden zur Wartung und Kontrolle ausgewertet. Das Serviceteam geht Warnmeldungen an, bevor es zu Produktivitätsverlusten oder einem Maschinenstillstand kommt ("Predicitve Maintenance").

Die Konsumtrends der Millennials-Generation stellen die Mode-, Polstermöbel- und Automobilindustrie vor große Herausforderungen. Flexibilität, Innovationskraft und Anpassungsgeschwindigkeit sind die wesentlichen Parameter für die Zukunftsfähigkeit von Unternehmen.

Lectra Deutschland GmbH • Peter Schatz
Adalperostr. 80 • D-85737 Ismaning / München
Tel.: +49 (0)89 99626 113
E-Mail: p.schatz@lectra.com

Sprachperlen GmbH • Helena Pröpster
Ehrengutstraße 5 • D-80469 München
Tel.: +49 (0)89 411 53 199
E-Mail: lectra@sprachperlen.de

Alle Texte, Bilder und Info-Grafiken sind zum Abdruck freigegeben

4. Wissen Digital: Daten sind das Schmiermittel der digitalen Wertschöpfungskette

"Daten sind das Öl des 21. Jahrhunderts." So lautet das Schlagwort der Stunde, wenn es um Geschäftsmodelle in Social Media, Big Data und Datenschutz geht. In Bezug auf die industrielle Fertigung der Zukunft könnte man sagen: Daten sind das Schmiermittel der digitalen Wertschöpfungskette.

Industrie 4.0 wird derzeit viel als Modewort in den Mund genommen. Tausende Sensoren und Chips nehmen Messwerte auf, für tausende unterschiedlicher Teile. Maschinen kommunizieren untereinander und entscheiden selbstständig. Doch um Automatisierung und Digitalisierung in einer intelligenten Fabrik zu verwirklichen, braucht es vor allem eines: die richtigen Daten zur richtigen Zeit am richtigen Ort.

Alle Informationen in der intelligenten Fabrik müssen in Echtzeit verarbeitet und bewertet werden, nur dann funktioniert das Konzert der Maschinen reibungslos. Der Erfolg von Digitalisierung steht und fällt damit, ob man der Daten Herr wird. Dabei geht es nicht nur um Kontrolle, sondern vor allem darum, die Prozesse in Echtzeit zu optimieren und alle beteiligten Teams in Entscheidungen einzubinden.

Der Weg dahin ist die durchgängige Digitalisierung der Wertschöpfungskette über den gesamten Produktlebenszyklus. So erleben etwa Software-Konzepte wie Product Lifecycle Management (PLM) ihren zweiten Frühling. Die PLM-Software ist die zentrale Quelle für sämtliche zu einem Produkt gehörenden Daten, von der Produktentwicklung über die Fertigung bis zum Verkauf. Sie ist der Arbeits-Treffpunkt geografisch oft verstreuter, abteilungsübergreifender Teams. Auch mittelständische Unternehmen, die bis vor kurzem glaubten, PLM sei nur etwas für Großkonzerne, suchen mittlerweile nach geeigneten, branchenspezifischen Lösungen.

Die Digitalisierung der Wertschöpfungskette erlaubt es, komplexere Prozesse und eine wesentlich flexiblere Produktion zu verwirklichen. Dafür braucht es Tools, die die Masse an anfallenden Daten verarbeiten und dem Mitarbeiter die Arbeit erleichtern.

Lectra Deutschland GmbH • Peter Schatz
Adalperostr. 80 • D-85737 Ismaning / München
Tel.: +49 (0)89 99626 113
E-Mail: p.schatz@lectra.com

Sprachperlen GmbH • Helena Pröpster
Ehrengutstraße 5 • D-80469 München
Tel.: +49 (0)89 411 53 199
E-Mail: lectra@sprachperlen.de