



Aus den VDMA-Gremien

VDMA-Kongress vom 2. bis 3. Juli 2007 in Stuttgart, 'Intelligenter Produzieren 2007'

Wie können in Deutschland die Produktion wettbewerbsfähiger gestaltet und Standortvorteile in Geschäftserfolg umgesetzt werden? Mit dieser Frage beschäftigt sich der VDMA-Kongress, um ein Top-Forum für Technikentscheider aus der verarbeitenden Industrie zu bieten und das Thema 'Produktion in Deutschland' stärker in den Fokus der öffentlichen Wahrnehmung zu rücken.

Die Anforderungen der Globalisierung für den meist mittelständisch geprägten Maschinenbau sind enorm. Neben der Zunahme der Komplexität, der Geschwindigkeit sowie der Wettbewerbsintensität müssen sich die Unternehmen mit der steigenden Variantenvielfalt sowie der Vielzahl kundenindividueller

Produktanpassungen auseinandersetzen. Der häufig gewählte kostenorientierte Ansatz, die Wettbewerbsfähigkeit alleine durch Verlagerung ins Ausland und verstärkte Automatisierung zu erhalten, erweist sich als problematisch. Als nachhaltig wirksamer Ausweg zeichnet sich die wissensbasierte Fertigung intelligenter Produkte ab.

Pilotanwendungen, die in der verarbeitenden Industrie und vornehmlich im Mittelstand zum Einsatz kommen, demonstrieren, dass man in Deutschland erfolgreich für den globalen Markt ent-

wickeln und produzieren kann. Beim Kongress 'Intelligenter Produzieren' werden Unternehmen ihre in der Praxis bewährten Lösungen vorstellen. Integrierte Produktentwicklung und Produktionsplanung, Energieeffizienz und Beherrschung der Variantenvielfalt sind Hebel, um die Standortvorteile in Deutschland – zentrale Lage, hervorragende Forschungs- und Ausbildungsinfrastruktur und qualifiziertes Personal – zu nutzen.

Die Intralogistik nimmt im Verhältnis zur Produktion eine ergänzende Funktion

wahr, sodass sich beide Disziplinen mehr und mehr ineinander verzahnen, um wesentliche Faktoren in der Wertschöpfungskette darzustellen. In der Nachmittagssequenz am Dienstag, dem 3. Juli 2007, werden Einspar- und Rationalisierungspotenzia-

le der Intralogistik anhand konkreter Anwendungsbeispiele unter Moderation von Peter Günther, Geschäftsführer des VDMA-Fachverbandes Förderer Technik und Logistiksysteme, vorgestellt. Spezialisten und Praktiker berichten, wie Prozessoptimierung durch Einsatz der Intralogistik mit RFID und eine effektive produktionssynchrone Versorgung der Fertigung realisiert werden können.

Kontakt und Anmeldung:
Dr. Anikó Kovács-Bertrand,
Projektleiterin beim Maschinenbau-Institut (MBI).
Telefon 0049-69-6603-1512,
E-Mail: a.kovacs-bertrand@vdma.org



Produktion und Intralogistik sind Bausteine eines integrierten Systems

Dachser

Wachstum in allen Bereichen

Im Geschäftsjahr 2006 konnte der Logistikdienstleister Dachser, Kempten, den Umsatz auf 3,1 Milliarden Euro (Vorjahr 2,8 Milliarden Euro) steigern. Dachser ist mit über 15000 Mitarbeitern an weltweit 256 Standorten präsent. In Deutschland wuchs die Zahl der Mitarbeiter um 700 auf 8700. Der Umsatz im Dachser-Kerngeschäft European Logistics, dem Transport von Sammelgut in Europa, wuchs 2006 um 15 Prozent. Das Geschäftsfeld European Logistics steht für 67 Prozent des Gesamtumsatzes.

Das Geschäftsfeld Air & Sea Logistics konnte mit 27 Prozent Umsatzwachstum einen erheblichen Beitrag zum guten Geschäftsverlauf leisten. Das globale Netz für interkontinentale Logistik mit Schwerpunkten in den USA, Europa und Asien war für rund 19 Prozent des Umsatzes der Gruppe ursächlich.

Der dritte Geschäftsbereich, Dachser Food Logistics, verbuchte 2006 ein Umsatzplus von acht Prozent.

OM

Offensiv im Markt mit neuem CI

In der Mehr-Marken-Strategie der neugebildeten Kion Group besetzt der Staplerhersteller und Vollsortimeter OM nach eigenen Angaben den Platz einer 'Value-Marke'.



Francesco Chinaglia

Nach der Festigung der italienischen Marktführerschaft wollen die Leute aus Mailand/Linate auch in anderen Gebieten offensiver werden. OM will unter anderem die neuen Märkte Ost-Europas, Asiens, des Nahen Ostens sowie Afrikas verstärkt fokussieren. Bis 2011 hat sich das OM-Management die Zielmarke von 4 Prozent Anteile am globalen Markt gesetzt.

DHL führt beschleunigten Express-Service ein

Zwischen Europa und den USA

DHL, Bonn, erweitert seinen Express-Service zwischen Europa und Nordamerika. Der weltweit führende Express- und Logistikdienstleister bietet den Kunden in Deutschland, Großbritannien, den Niederlanden, Belgien, Frankreich und Italien ab sofort eine beschleunigte Zustellung in die USA, nach Kanada sowie nach Mexiko. Sendungen, die bis zum Nachmittag in Ballungszentren dieser europäischen Länder abgeholt werden, erreichen schon am folgenden Tag alle bedeutenden Geschäftsadressen in den USA – die Laufzeiten werden dabei meist um die Hälfte reduziert. Gleichzeitig verbessert DHL auch seinen so genannten Second-Day-Service.

Die Auslieferung von Sendungen aus Europa an jede beliebige Adresse in den USA ist am übernächsten Vormittag und in Kana-

da und Mexiko noch vor Geschäftsschluss des übernächsten Tages sichergestellt.

Frühere Abflugzeiten aus Europa und verbesserte Prozesse bei der Sendungsabfertigung tragen ganz wesentlich zu der neuen Serviceerweiterung bei. Darüber hinaus investiert DHL rund 1,2 Milliarden US-Dollar in sein US-Geschäft, unter anderem in den Ausbau seiner logistischen Infrastruktur. Das moderne Luftdrehkreuz in Wilmington, Ohio, und die vier internationalen Gateways an den strategisch wichtigen Standorten New York, Miami, Los Angeles und San Francisco bilden derzeit den Kern des US-Transportnetzes. Von hier aus erreicht DHL mit seinem erweiterten 'Next-Day-Service' rund 96 Prozent aller US-amerikanischen Geschäftsadressen.