

Die Flucht ins Ausland ist meist überflüssig:

## Geisterschicht – dann klappt's auch mit Deutschland!

Immer mehr Unternehmen suchen ihr Heil im Ausland. Hauptmotiv sind vor allem die hohen Arbeitskosten am Standort D. Dabei kann gerade dieser Kostenfaktor meist schnell und einfach reduziert werden – durch Einführung der Geisterschicht.

Laut einer IHK-Umfrage will fast jedes vierte deutsche Industrieunternehmen in den nächsten drei Jahren Produktionsbereiche ins Ausland verlagern. Besonders



Effiziente Produktion durch den Einsatz von ProcessMonitoring-Systemen

alarmierend: Mittlerweile ist der Abschied vom Standort Deutschland nicht allein für Großunter-

nehmen ein Thema. Vielmehr steht diese Frage auch für viele  
*Weiter auf Seite 2*

### BRANKAMP-Erfolgsmarken

## WIM – „Werker im Mittelpunkt“

Mit WIM, dem „Worker Integrated Manufacturing“ oder „Werker im Mittelpunkt“, hat es BRANKAMP vor über zehn Jahren auf den Punkt gebracht: Das Konzept hinter der Trademark macht deutlich, dass der Mensch trotz aller Technik in der Fertigung nach wie vor im Mittelpunkt steht.

Grundgedanke des Konzeptes war das Wissen um die Schlüsselposi-

tion des Werkers. Denn die Aufgaben der Prozessbeherrschung und die Sicherung der Produktqualität lagen und liegen nach wie vor in der Verantwortung des Maschinenbedieners. Daran konnte auch der technische Fortschritt nichts ändern. Der Einsatz von ProcessMonitoring-Systemen unterstützt den Werker jedoch dabei, die Produktion umfassend zu kennen und zu beherrschen.



### Das besondere Thema

Seite 3

„Mit Kommunikation auf die Überholspur“ (Teil 2)

Dr.-Ing. K. Brankamp System Prozessautomation GmbH, 40699 Erkrath  
PSdg, Deutsche Post AG, Entgelt bezahlt, G 46559

Forward Thinking

## Nachrichten

### BRANKAMP AUF DER TURNTEC 2003



BRANKAMP präsentiert sich vom 3. bis 6. Dezember auf der turntec 2003 in Frankfurt. Ausgestellt werden Highlights rund um das ProcessMonitoring. Mehr dazu im nächsten BRANKAMP Journal.

### ARBEITSKOSTEN SINKEN

Deutschland ist nicht mehr Spitzenreiter bei den Arbeitskosten. In Westdeutschland kostete eine Arbeitsstunde in der Industrie im vergangenen Jahr 26,36 Euro. Das sind mehr als zwei Euro weniger als beim Spitzenreiter Norwegen.

### NEUENTWICKLUNG: BRANKAMP CMS GT SORGT FÜR TRANSPARENZ

Das neue BRANKAMP-System CMS GT kombiniert zwei bewährte Komponenten: Mit dem Kollisionsüberwachungssystem CMS werden zusätzlich die wesentlichen Produktionsdaten erfasst, die vom Fertigungsleiter auf einem GT-Terminal abgerufen werden können. Mehr dazu im nächsten BRANKAMP Journal.



### MTU UND RAUTENBACH VERTRAUEN BRANKAMP

Der Automobilzulieferer Rautenbach AG mit Sitz in Wernigerode wird nach einer Testphase nun seine Zylinderkopf-Fertigung komplett mit BRANKAMP-Systemen ausrüsten. Auch die zum Daimler-Chrysler-Konzern gehörende MTU Friedrichshafen hat die Zusammenarbeit mit BRANKAMP durch weitere Aufträge ausgebaut.



### ZITAT DES MONATS:

»Du siehst Dinge und fragst 'Warum?', doch ich träume von Dingen und sage 'Warum nicht?«

George Bernard Shaw,  
irischer Schriftsteller



## Nachrichten

### BOSCH WILL 2005 IN RUß-FILTERFERTIGUNG EINSTEIGEN

Ab 2005 beginne man mit der Serienproduktion von Rußpartikelfiltern, so Franz Fehrenbach, Vorsitzender der Geschäftsführung der Robert Bosch GmbH in Stuttgart.



Die Filter sind für Diesel-Autos und leichte Nutzfahrzeuge.

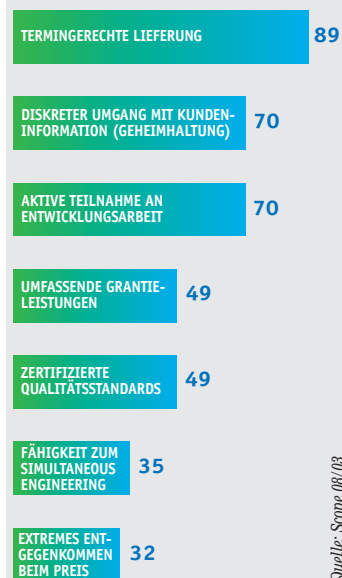
### MEHR AUFTRÄGE IM MASCHINEN- UND ANLAGENBAU

Im Vergleich zum Juli des Vorjahres ist der Auftragszugang im Maschinen- und Anlagenbau um zehn Prozent gestiegen. Das teilte der VDMA mit. Das Inlandsgeschäft ist um neun, die Auslandsnachfrage um zehn Prozent gestiegen.



### ZAHL DES MONATS: Termingerechte Lieferung ist das „A und O“

Was die Kunden von den Zulieferern erwarten in Prozent



Quelle: Scope 08/03

Auf der Prioritätenliste der 500 befragten Unternehmen aus allen Branchen steht die termingerechte Lieferung ganz oben. Den zweiten Platz teilen sich der Wunsch nach Diskretion und die aktive Teilnahme an der Entwicklungsarbeit. Am wenigsten interessiert eine transparente Preispolitik.

### Im Fokus

## Geiz ist geil? Innovation ist geiler!



Der Elektronik-Anbieter Saturn prägte den Slogan "Geiz ist geil"

Der allseits ungeliebte Geizkragen hat einen bemerkenswerten Imagewandel hinter sich. Geiz, also die „übertriebene Sparsamkeit“, gilt – der Werbung sei Dank – inzwischen schon als Tugend. Und die einstmals berüchtigten Geizhalse sind drauf und dran, zu Kultfiguren der Rezession zu

werden. Dabei haben sie bei Lichte besehen nur einen einzigen Pfeil im Köcher. Ganz sicher zu wenig, um das Land schnell wieder auf Trab zu bringen. Lieber sollte jeder von uns vor Ideen sprühen, keinen Tag länger geizen mit Entschlussfreude und Tatkraft. Innovation ist einfach geiler!

Fortsetzung von Seite 1

## Geisterschicht – dann klappt's auch mit Deutschland!

Mittelständler längst auf der Tagesordnung.

Allerdings ist die Flucht ins Ausland kein rein deutsches Phänomen. Auch die USA als Industriemation Nummer eins haben aktuell massiv mit diesem Problem zu kämpfen. Vor allem der Produktionsstandort China scheint derzeit fast unschlagbar. „Der Stundenlohn eines chinesischen Arbeiters beträgt im Schnitt umgerechnet 60 US-Cent, das ist ein Zwanzigstel von dem, was eine Arbeitsstunde in den USA kostet“, rechnete jüngst das Nachrichtenmagazin „Der Spiegel“ vor.

Ist es da verwunderlich, dass immer mehr US-Unternehmen in dem asiatischen Riesenreich produzieren lassen und das Land auch für viele deutsche Firmen häufig schon interessanter scheint als der heimische Stand-

ort? Fest steht jedenfalls: Kein anderes Land zieht derzeit so viel ausländisches Kapital an wie China, die viel zitierte „gelbe Gefahr“ ist offenbar realer denn je.

Dennoch gibt es überhaupt keinen Grund für eine vorzeitige Kapitulation. „Nur kommt es in Deutschland heute mehr denn je darauf an, in der Fertigung wirklich das gesamte Potenzial konsequent zu nutzen“, so die fast einhellige Analyse von Experten wie Professor Klaus Brankamp. „Dann lässt sich auch bei uns immer noch zu konkurrenzfähigen Preisen produzieren.“

Das wahrscheinlich beste Instrument dafür ist die Geisterschicht – also die mannarme oder sogar mannlose Produktion. BRANKAMP unterstützt seit über 20 Jahren weltweit Unternehmen bei der Einführung der Geister-

schicht. Dabei kommt es in der Praxis vor allem darauf an, den Nutzungsgrad schrittweise, aber kontinuierlich zu steigern, indem die Maschinen zum Beispiel in den Pausen oder nach Schichtende mit minimalem Personalaufwand weiterlaufen.

Voraussetzung für die reibungslose Einführung der Geisterschicht ist in jedem Fall ein ProcessMonitoring-System, das sowohl die Maschine wie das Werkzeug jederzeit schützt und zugleich eine konstante Qualität der produzierten Teile garantieren kann. In der Regel amortisieren sich die ProcessMonitoring-Systeme bereits nach drei bis sechs Monaten. Vor allem aber schaffen sie langfristig die Basis dafür, dass am Standort Deutschland auch in Zukunft noch produziert werden kann – zu Preisen, die im internationalen Wettbewerb attraktiv sind.

### Porträt

## Unterwegs im Auftrag des Kunden



Mit Leib und Seele für die Kunden da: Werner Ebeling

„Das Wichtigste sind zufriedene Kunden. Dann macht auch das Geschäft Spaß“, sagt Werner Ebeling. Der Prokurist und Vertriebsleiter für den

Bereich Zerspanung lebt diese Philosophie. Am 1.1.1988 hat er bei BRANKAMP angefangen. Zuvor hat der gelernte Maschinenbauer bereits 15 Jahre als Vertriebsleiter gearbeitet. Bei BRANKAMP baute er zunächst den Vertriebsbereich Zerspanung auf. Das war dem rastlosen 59-Jährigen aber nicht genug. Denn kaum war dieses Werk vollbracht, begann der „Vertriebler aus Leidenschaft“ damit,

unter anderem eine französische Vertretung aus der Taufe zu heben. Und das während seines Urlaubs an der französischen Atlantikküste. Dort hat er nämlich ein Ferienhaus – seine zweite große Leidenschaft neben dem Beruf. Fast jede freie Minute verbringt er dort. Und damit er seinen Beruf dort nicht vermissen muss, betreut er längst auch einige der französischen Kunden, wie etwa Ford Bordeaux.



Mit Kommunikation auf die Überholspur

#### Autozulieferer:

## Mit Kommunikation auf die Überholspur (Teil 2)

Von Tom Brankamp und Michael Tobias

**Professionelles Kommunikations-Management ist für die Auto-Zulieferer ein Wachstumsmotor. Die Mehrzahl ist schon heute überzeugt, durch konsequentes Marketing ihre Position gegenüber den Autoherstellern zu verbessern, so eine aktuelle Studie. Wer dabei strategisch vorgeht, kann auch mit einem kleinen Budget große Erfolge erzielen. Zudem hilft punktgenaue Pressearche in Fachmedien und der regionalen Presse, sich für Bewerber als kompetenter Arbeitgeber zu empfehlen und Mitarbeiter zu motivieren.**

Neben der klassischen Öffentlichkeitsarbeit wird aber auch das Corporate Publishing, also das Herausgeben eigener Zeitungen, Magazine oder Newsletters immer wichtiger. Die Weiterentwicklung der Drucktechnik hat schließlich dazu geführt, dass auch kleine Auflagen zu vernünftigen Preisen erstellt werden können. Schon heute werden zwei Drittel der rund 2.800 Unternehmensmagazine in Deutschland von Mittelständlern herausgegeben. 90 Prozent der Firmen sehen das eigene Magazin als wichtigstes Instrument der Kundenpflege und sinnvolle Ergänzung zu klassischen Werbeaufträgen an. Hauptgrund dafür ist neben dem direkten Dialog auch der geringe Streuverlust. So haben die hauseigenen Publikationen einen schlagenden Vorteil: Sie

werden von den so genannten Intensivkonsumenten – im konkreten Fall also den Einkaufsverantwortlichen – gelesen. Als günstigere Alternative oder vernünftige Ergänzung zum gedruckten Medium liegen Online-Newsletters in der Gunst der Unternehmen ganz weit oben.

#### Der Autokäufer muss überzeugt werden

Neben der Professionalisierung der Kundenkommunikation gibt es zumindest bei den größeren Autozulieferern, den Systemlieferanten, in Zukunft aber noch eine weitere zentrale Aufgabe – die Kommunikation mit dem Endkunden. Die Idee: Überzeugt der Zulieferer den Endkunden von der Notwendigkeit seines Produktes, wird der Autohersteller an einem Einsatz in sei-

nen Modellen nicht vorbeikommen. Für dieses so genannte „Intel-inside-Prinzip“ gibt es auch in der Automobilindustrie schon erfolgreiche Beispiele wie Bosch oder Blaupunkt. Darüber hinaus lernt der Zulieferer die Wünsche und die Zahlungsbereitschaft der Endkunden kennen. Er kann so eigene Risiken etwa bei der Entwicklung neuer Produkte minimieren. Tatsächlich sind laut CAR-Studie über die Hälfte der Zulieferer überzeugt, dass eine Kommunikation mit dem Endkunden erfolgen sollte.

Ob Endkunde oder Geschäftspartner: Ziel muss es sein, das Unternehmensimage strategisch zu verbessern. „Die Komplexität der Güter lässt wegen einer möglichen Informationsüberlastung der Adressaten oftmals eine vollständig kognitiv informierende Kommunikation nicht zu“, so Professor Heribert Meffert, Direktor des Instituts für Marketing in seinem Standardwerk „Marketing“. Umso wichtiger ist es deshalb, den professionellen Markenartiklern nachzueifern und Unternehmen wie Produkte langfristig mit positiven Metawerten wie etwa Qualität oder Innovationsfähigkeit aufzuladen. Ähnlich wie bei Markenartikeln im Konsumgüterbereich können diese Werte die Kaufentscheidung beeinflussen.

#### Tempo zahlt sich aus

Da in der Automobilzulieferbranche in Sachen Markenaufbau noch ein enormer Nachholbedarf besteht, können sich schnell reagierende Unternehmen zusätzlich den so genannten „First-Mover-Advantage“ sichern, so die Einschätzung der Berater von McKinsey & Company, die gerade eine Studie zur Markenführung im B2B-Geschäft vorgelegt haben.

Bei diesem Prozess profitieren die Unternehmen außerdem von der stetigen Weiterentwicklung der Kommunikationstechnologien. Genauso wie neue Drucktechniken die Möglichkeiten für

eigene Zeitschriften verbessert und das Internet einen neuen Verbreitungsweg erschlossen hat, werden sich in Zukunft weitere innovative Wege zur Kundenkommunikation erschließen. Denkbar sind dabei völlig neuartige Instrumente wie etwa das MMS-Marketing, bei dem etwa Angebote mit Bildern oder Filmen von Produkten direkt auf das Handy der Kunden geschickt werden können. Ob sich diese Technologien im B2B-Bereich durchsetzen, bleibt allerdings abzuwarten.

Gleichwohl sollten die Zulieferer in der Kommunikation schon jetzt neue Wege gehen – nicht zuletzt wegen der neuen Kreditvergaberichtlinien (Basel II). Schließlich fordern die Banken nicht nur immer detaillierte Zahlenwerke ein. Auch die zukünftige Ausrichtung des Unternehmens spielt beim inzwischen unvermeidlichen Rating eine Schlüsselrolle. Und die besten Karten halten die Unternehmen in der Hand, die auch durch eine strategisch ausgerichtete Kommunikation zeigen, dass sie nicht nur ihre Stammkunden auf allen Ebenen pflegen, sondern heute auch schon die Zielgruppen von morgen ansprechen.

**Wenn Sie an Teil 1 unseres Artikels interessiert sind, kontaktieren Sie uns unter 0211 - 25 07 60.**

Tom Brankamp und Michael Tobias sind Geschäftsführer von enterpress, einem Team von Journalisten, das für Medien, Unternehmen und Agenturen arbeitet. Die enterpress-Autoren schreiben für renommierte Zeitungen und Zeitschriften wie das Handelsblatt, die Süddeutsche Zeitung oder brand eins, beliefern aber auch Radiostationen und Fernsehsender mit Wirtschaftsthemen. Für Unternehmen und als Netzwerkpartner von Agenturen realisiert enterpress vor allem Pressemitteilungen, Anwenderberichte, Newsletters, Kundenzeitschriften und Unternehmensfilme.

Fotoreport

# ProcessMonitoring in der Anwendung

Innovationen gehören bei BRANKAMP zum Tagesgeschäft. Seit jeher steht dabei die konsequente Ausrichtung auf die Bedürfnisse der Kunden im Vordergrund. So garantieren die BRANKAMP-Geräte auch einen hohen Nutzwert. Und gepaart mit der langjährigen Erfahrung in Sachen Neuentwicklungen sind in den vergangenen 25 Jahren die verschiedensten Geräte für alle denkbaren Anwendungen entwickelt worden. Hier einige aktuelle Beispiele aus dem Bereich Zerspantung:



*Unisign Univers 6 Bearbeitungszentrum: Maschinenteile für Zigarettensindustrie*



*Index G200 Drehmaschine: Antriebswelle PKW*



*Gleason Pfauter Wälzfräsmaschine GP200: Zahnräder*



*Werkzeugmaschinen Fabrik Sinheim Mitteldrehmaschine CM200: Lenkungsteile PKW*



*Gildemeister GM20-6 Mehrspindel-drehautomat: Mechanische Teile für Autositzverstellung z.B. Keiper Recaro*



*Schuster Doppeldrehzelle VTM 350: Getriebeteile*



*Handlingseinrichtung Felsomat: Maschinenbeladung*



*Deckel Maho Gildemeister DMU125p Bearbeitungszentrum: Formenbau Einzelteilerfertigung*



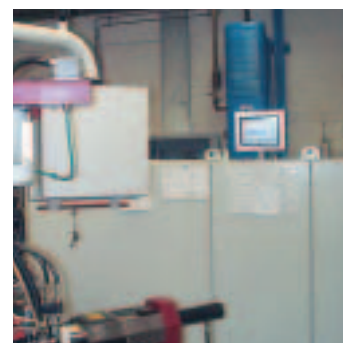
*Jestädt Sondermaschine: Verstellbare Nockenwelle Außenlamellenenträger PKW-Motoren*



*Emag VSC 400 Pick Up Drehmaschine: Bremscheiben*



*Hurth Modul Wälzfräsmaschine: Zahnräder*



*Pfiffner Rundtaktmaschine: Räder und Rollen für Krankenhausbetten, Einkaufswagen etc.*

Dr.-Ing. K. Brankamp System Prozessautomation GmbH, Max-Planck-Str. 9, D-40699 Erkrath

**BRANKAMP GMBH, DEUTSCHLAND**

Phone +49/ 211/ 25 07 60  
 Fax +49/ 211/ 20 84 02  
 eMail bpd@brankamp.com

**BRANKAMP S.R.L., ITALIEN**

Phone +39/ 039/ 68 99 730  
 Fax +39/ 039/ 60 91 895  
 eMail bpi@brankamp.com

**BRANKAMP INC., USA**

Phone +1/ 617/ 492 16 92  
 Fax +1/ 617/ 497 56 75  
 eMail bpa@brankamp.com