



Digitale Champions:
Thorsten Winternheimer (r.)
und Geschäftsführerkollege
Hans-Christoph Frank (l.)
haben die Druckerei Wolf zu
einem mittelständischen
Musterbetrieb der
Industrie 4.0
entwickelt.
Fotos: Thomas Schmidt

Besser digital

Ist Industrie 4.0 ein Konzept für den rheinhessischen Mittelstand? Unbedingt. Viele Unternehmer wissen aber nicht, wie sie das Thema angehen sollen. Zwei Ingelheimer Firmen machen es vor.

Von Frank Schmidt-Wyk

D

ie Druckerei Wolf in Ingelheim gibt es seit 1913, Geschäftsführer Thorsten Winternheimer übernahm die Firma vor 15 Jahren nach dem Tod des Vaters. Noch immer ist es eine klassische Druckerei, noch immer läuft das Geschäft nach dem Muster: Auftrag – drucken – lagern – ausliefern – abrechnen. Noch immer laufen bei Wolf Druckmaschinen, im Digital- wie im Offsetverfahren, sogar der klassische Buchdruck, von Johannes Gutenberg vor 570 Jahren in Mainz erfunden, wird bei Wolf noch praktiziert. Dennoch hat sich die Firma in diesen 15 Jahren enorm gewandelt. Winternheimer drückt es so aus: „Im Prinzip drucken wir hier zwar wie früher. Allerdings setzen wir vornehmlich und drumherum auf digitale Lösungen.“

Winternheimers Mut zur Veränderung hat der Wolf-Gruppe den „Telekom Digital Innovation Award“ in der Disziplin „Digitale Transformation Mittelstand“ eingebracht. Vor knapp drei Wochen nahm er in Offenbach den Preis entgegen. Er freut sich riesig darüber: „Weil das Druckgewerbe gemeinhin als nicht besonders online-affin, um nicht zu sagen als nicht besonders sexy gilt.“ Nun darf das Unternehmen sogar als Musterbeispiel dafür gelten, dass Konzepte der Industrie 4.0 in mittelständischen Betrieben greifen.

Industrie 4.0, das bedeutet: Produktionsmaschinen bilden ein Netzwerk

miteinander kommunizierender, intelligenter Objekte. Das schließt häufig auch das Produkt ein, es übermittelt während der Herstellung Daten an die Maschinen. Die Vorteile: Es wird nicht auf Halde produziert, sondern ressourcenschonend, beinahe in Echtzeit, extrem flexibel und bis ins Kleinste auf Kundenwünsche zugeschnitten. Die Massenproduktion hochindividualisierter Güter wird möglich. Ein gutes Beispiel ist das deutsche Start-up „mymuesli“. Auf der Website kann man sich aus über 80 Zutaten seine Lieblingsmischung zusammenstellen, am Firmensitz in Passau durchläuft die Verpackung einen Parcours von Stationen, wird wie gewünscht befüllt und verschickt.

Ähnlich läuft es auch bei Wolf: Auftraggeber kommunizieren über Kundenportale mit der Druckerei, laden Material hoch, intelligente Software steuert Produktion, Vertrieb, Lagerung. Die massenweise Herstellung von Druckerzeugnissen mit der Auflage eins ist kein Problem, etwa von Liköretiketten, auf denen nicht der Name des Herstellers, sondern der des Konsumenten steht.

**Offenbar dringend vonnöten:
Digital-Coaching für Unternehmer**

Das Interesse an den neuen digitalen Möglichkeiten sei durchaus rege, sagt Winternheimer mit Blick auf die Kollegen im rheinhessischen Mittelstand. „Doch es hapert bei der Umsetzungs-kompetenz.“ Den Unternehmen fehlten Leute mit IT-Background, ohne Hilfe von außen werde es in vielen Fällen nicht gehen.

„Wir müssen das Thema erden“, sagt Günter Jertz, Hauptgeschäftsführer der Industrie- und Handelskammer für Rheinhessen (IHK). Es sei höchste Zeit, die digitale Transformation im Mittelstand anzukurbeln. Ein Instrument dazu ist das Anfang 2017 gestartete Projekt „IHK hub Rheinhessen“ (ein Hub ist ein Koppelungselement, das mehrere Rechner zu einem Netzwerk verbindet). Zum Konzept gehören neben einer Ver-



Mr. Robot: Jungunternehmer Jascha Rohmann erhöht mit seinen Entwicklungen die Schlagzahl der Automation in der Industrie.

anstaltungsreihe vertrauliche Einzelberatungen zu Aspekten der Digitalisierung. Beide Angebote kämen prima an, sagt Jertz.

Digital-Coaching für Unternehmen, das ist auch die Spezialität eines Kooperationspartners der IHK, des „Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrums“ in Kaiserslautern, eines von bundesweit 25

»Fast jeder nutzt heutzutage ein Smartphone. Warum soll er nicht in der Lage sein, das Wartungsprogramm einer Maschine zu bedienen?«

Haike Frank, Leiterin des „Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrums“ Kaiserslautern

solcher Einrichtungen, die vom Bundeswissenschaftsministerium finanziert werden und mit gebündeltem Know-how den Mittelstand bei der Digitalisierung unterstützen sollen. Das Zentrum in der Pfalz ist auch für Rheinhessen zuständig. „Wir verstehen uns als erste Anlaufstelle und bieten praxisnahen Support an“, sagt die Leiterin Haike Frank. „Typische Fragen an uns sind: Was bedeutet Digitalisierung in der Wirtschaft eigentlich genau? Oder: Was ist für mein Unternehmen sinnvoll?“ Wichtig sei, dass die Firmen eine Idee entwickelten, wie ihnen die Digitalisierung konkret helfen könnte, Unternehmensziele zu erreichen – und wenn es nur um die Erhöhung von Stückzahlen oder die Gewinnsteigerung gehe. „Es zu machen, weil es hip ist, reicht nicht“, sagt Frank.

Der technische Fortschritt – unter dem Strich ein Nullsummenspiel?

Er ist einer, der genau weiß, was er tut: der Ingelheimer Jungunternehmer Jascha Rohmann. Seine vor zehn Jahren gegründete Firma liefert Spezialroboter für die Industrie, sie ist ein Schrittmacher der Automation, zu den Kunden zählen renommierte Konzerne der Automobil- und Luftfahrtbranche. Auf

ihrer Homepage bezeichnet sich die Rohmann Automation GmbH als „Vorreiter der Industrie 4.0“ – ebenso gut könnte man sie als deren Werkzeuglieferanten bezeichnen.

Der technische Fortschritt führt zum Abbau von Arbeitsplätzen – das ist eine Sorge, die Rohmann häufiger hört. Er räumt ein: „Industrie 4.0 bedeutet auch Rationalisierung, da darf man sich nichts vormachen. Wir übernehmen mit unseren Robotern weitgehend den physikalischen Produktionsprozess.“

Viele Propheten der Industrie 4.0 skizzieren allerdings ein Nullsummenspiel. Zwar würden Arbeitsplätze wegfallen, insbesondere für Geringqualifizierte, doch es entstünden ebenso viele neue. In der Druckerei Wolf ist es so: Winternheimer beschäftigt 50 feste Mitarbeiter und fast noch einmal die gleiche Zahl an flexibel einsetzbaren Minijobbern. Insgesamt arbeiten für ihn nicht weniger Leute als vor 15 Jahren. Der Pro-Kopf-Umsatz hat sich im gleichen Zeitraum allerdings verdreifacht. Also doch: Schöne neue Arbeitswelt? Rohmann – der übrigens zehn Mitarbeiter beschäftigt – warnt vor falscher Euphorie und prophezeit: Unter dem Strich verschwinden mehr Arbeitsplätze als geschaffen werden. Man könne ja nicht alle umschulen und benötige nun mal weniger Personal.

Auf der Strecke bleiben werden vermutlich als erstes die, die schon lange im Berufsleben stehen und nicht mehr flexibel genug sind, um sich auf das Abenteuer Digitalisierung einzulassen. „Es ist eine große gesellschaftliche Herausforderung, die ältere Generation vollständig mitzunehmen“, sagt Haike Frank. Sie sagt aber auch: Den Kopf in den Sand stecken gilt nicht. Es komme jetzt auch darauf an, Eigeninitiative zu zeigen. „Fast jeder nutzt heutzutage ein Smartphone. Warum soll er nicht in der Lage sein, das Wartungsprogramm einer Maschine zu bedienen? Wir brauchen mehr Mut, den im Privatbereich inzwischen selbstverständlichen Umgang mit digitaler Technik auf den Berufsalltag zu übertragen.“