

EXPORT today

IHRE WÖCHENTLICHE INFORMATIONSQUELLE RUND UM DEN EXPORT

Ausgabe 10/2019

Türen für E-Autos

Österreichischer Zulieferer bearbeitet Zukunftsmarkt.

W eil immer mehr Elektro-Autos gebaut werden, macht auch ein Zulieferbetrieb aus Niederösterreich gute Geschäfte. „Wir haben die ganze Entwicklung zur Tür-Innenbetätigung für die neuen vollelektrischen Autos von Audi und VW übernommen“, gibt Stephan Böhm, Geschäftsführer der Korneuburger SFS-Group Austria, bekannt. Die neuen Fahrzeuge sind der e-tron und der Q3 von Audi. Neben den guten Werkzeug-Verkäufen bringen dem Unternehmen mit seinen 110 Beschäftigten die Audi-Teilaufträge eine Umsatzsteigerung von rund drei Millionen für die Dauer von sieben Jahren. Für bekannte Automarken produziert der Industriebetrieb jedes Jahr 110 Millionen Kunststoffteile. Aufgrund der guten Auftragslage denkt die Geschäftslei-



Der Elektro-Automarkt gewinnt an Bedeutung und dadurch auch die Zulieferer.

tung auch an Expansion und erwarb vor kurzem ein 2.200 Quadratmeter großes angrenzendes Grundstück. „In wenigen Wochen wird dafür ein Masterplan entwickelt“, teilt Firmenchef Böhm mit.

www.sfsintec.at

Inhalt

Frauen in Führungspositionen	02
Kommunikatives Erfolgsgeheimnis	03
Automobilbranche im Wandel	04
Veränderungen bei AHT	05
Future-Concepts von Festo	06

Top-Erfolg

Lebenserleichterung.

Auf WC-Aufstehhilfen und Lift Toiletten hat sich Kay Linzer mit seiner Firma GL-Projects spezialisiert. Diese Geräte werden mit guter Nachfrage sowohl im privaten Bereich, als auch in der institutionellen Pflege eingesetzt. Derzeit ist das Unternehmen damit befasst, den Export in die EU aufzubauen, dem anschließend ein weltweiter folgen soll. Bis Jahresende 2019 will man eine Exportquote von 30 Prozent erreichen. Bis jetzt ist ein Jahresumsatz zwischen 200.000 und 300.000 Euro erzielt worden.

www.liftoilette-gl.com

Fokus

Brauereien wachsen

Ein gutes Bier-Jahr für Österreich.

Die heimischen Bierexporte legten 2018 um 11,2 Prozent oder gut 127.000 Hektoliter zu. Im Inland wurde mit rund 8,6 Millionen Hektoliter ein kleines Plus von 0,2 Prozent verzeichnet. Die Zahl der Brauereien stieg von 272 auf nunmehr 298. Der Gesamtumsatz der Branche wird mit rund 1,4 Milliarden Euro beziffert. „Österreichs Brauereien erweisen sich damit einmal mehr als stabiler, nachhaltiger Wirtschaftsfaktor und Wertschöpfungsfaktor“, sagt Brauereiverbandsobmann Sigi Menz. Traditionell ist das Märzenbier (Lagerbier) mit einem

Marktanteil von fast zwei Dritteln das beliebteste Bier in Österreich. Auf alkoholfreie sowie leichte Biere und Radler entfällt zum Vergleich nur ein Marktanteil von drei Prozent. Die Einschätzung von Menz zur heurigen und künftigen Entwicklung von österreichischem Bier fällt positiv aus. Wichtig für die Bierbranche ist laut Menz auch die weitere Entwicklung in der Gastronomie. Es geht darum, wie sich die Gastronomie weiterentwickelt, welche Formen neu entstehen und welche Rolle Bier dabei spielt.

Ihre EXPORT today-Redaktion

newsroom.sparkasse.at

Impressum

EXPORT today wird vom Observer beobachtet.

Medieneigentümer, Redaktionsadresse: NEW BUSINESS Verlag GmbH, 1060 Wien, Otto-Bauer-G. 6, Tel.: +43/1/235 13 66-0. **Konzept, Gestaltung und Produktion:** NEW BUSINESS Verlag GmbH **Chefredaktion:** Bettina Ostermann (bettina.ostermann@newbusiness.at), Max Gfrerer (max.gfrerer@newbusiness.at) **Projektleiterin:** Sylvia Polak **Geschäftsführer:** Lorin Polak (+43/1/235 13 66-300, lorin.polak@newbusiness.at) **Artredaktion:** Gabriele Sonnberger (gabriele.sonnberger@newbusiness.at) **Hinweis:** Im Sinne der leichteren Lesbarkeit werden geschlechtsspezifische Bezeichnungen nur in ihrer männlichen Form angeführt. Dies impliziert keinesfalls eine Benachteiligung des jeweils anderen Geschlechts. Frauen und Männer mögen sich von den Inhalten unseres Newsletters gleichermaßen angesprochen fühlen.

www.newbusiness.at

Women Power

Die Modul University Vienna will gezielt mehr Frauen in Führungspositionen implementieren.

Hervorragend ausgebildete Unternehmerpersönlichkeiten sind entscheidend für ein gesundes, nachhaltiges Wirtschaftswachstum. Für Wien, Österreich und die erweiterte Region ist die Verknüpfung von Innovation und Unternehmertum entscheidend für die Wettbewerbsfähigkeit in Zeiten des wirtschaftlichen Wandels. Die MBA-Spezialisierung Entrepreneurship, Innovation & Leadership bietet sowohl theoretisches Verständnis als auch praktische Übungen, um die Herausforderungen eines innovativen Unternehmensmanagements zu bewältigen.

Förderung weiblicher Karrieren

„Frauen sind mit mehr Hürden beim Einstieg in Unternehmerfunktionen konfrontiert und haben sich in der Vergangenheit in

geringerem Ausmaß für diese MBA-Ausbildung entschieden als Männer“, erörtert Dr. Dimitris Christopoulos, Dean of Executive Education & MBA, Modul University Vienna. Deshalb setzt sich Christopoulos intensiv für die Wiederherstellung des Gleichgewichts ein.

Vielfältige Qualifikationen

Die MBA-Spezialisierung in Entrepreneurship, Innovation & Leadership wurde entwickelt, um die Schlüsselqualifikationen, die sowohl für den Erfolg in Großkonzernen als auch in kleinen Start-Ups benötigt werden, zu kombinieren. Ein Fokus wird auf die Fähigkeiten unternehmerische Möglichkeiten zu erkennen, gelegt, ein zweiter auf Innovation und der dritte Schwerpunkt liegt auf der Entwicklung der



Das MBA Programm Entrepreneurship, Innovation & Leadership soll Frauen ansprechen.

Kompetenzen, ein Team zu leiten. Als besonders attraktiv erweist sich das Programm für zwei Zielgruppen: Zum einen für Studierende, die sich in einem relativ frühen Stadium ihrer Karriere befinden und ihre betriebswirtschaftlichen Qualifikationen ausbauen wollen – mit einer durchschnittlichen Berufserfahrung von rund fünf Jahren. Die zweite Zielgruppe sind Studierende, die sich bereits in der Mitte ihrer Berufslaufbahn befinden – häufig mit mehr als zehnjähriger Berufserfahrung. <

www.modul.ac.at

DB SCHENKER



The driving force for your business!

Verlassen Sie sich auf Europas umfangreichstes Landtransport-Netzwerk und liefern Sie Ihre Systemfracht mit **DB SCHENKERsystem** und **DB SCHENKERsystem premium**.

Das schnellste Transportnetzwerk Europas!

Jetzt **online** Laufzeiten im Europa-Scheduler abfragen: eschenker.dbschenker.com

Jetzt informieren:

DB Schenker Österreich
Stella-Klein-Löw-Weg 11
1020 Wien

Tel.: +43 (0) 5 7686-210900
Web: www.dbschenker.at



DB SCHENKERsystem

- SCHNELLE LIEFERUNG**
- HOHE ZUVERLÄSSIGKEIT**
- FLEXIBILITÄT**
- GROSSES ANGEBOT AN ZUSATZLEISTUNGEN**

DB SCHENKERsystem premium

BIS ZU 2 TAGE SCHNELLER

GARANTIERTE LEISTUNG*

*Für die im Rahmen des Produkts DB SCHENKERsystem premium vereinbarten Laufzeiten gilt: Wird die Sendung nicht innerhalb der vereinbarten Lead Time abgeliefert, gewährt DB Schenker das vom Kunden für die konkrete Sendung an DB Schenker bezahlte Nettoentgelt ohne Zuschläge zurück. Dies gilt nicht, wenn die Gründe für die verspätete Ablieferung nicht von DB Schenker zu vertreten sind sowie im Falle höherer Gewalt. Keinesfalls geht die Vergütung über die Haftungsgrenzen der CMR hinaus.

Kommunikatives Erfolgsgeheimnis

Stefan Gros, Geschäftsführer der factor happiness Training & Beratung GmbH, verrät, warum uns bessere Kommunikation erfolgreicher und glücklicher macht: „In diesem Artikel geht es um so Esokram wie den Sinn des Lebens und persönliches Glück. Sagen Sie also nachher nicht, ich hätte Sie nicht gewarnt!“

Was ist für Sie persönlich Erfolg? In unserer Kultur wird Erfolg meist mit materiellen Werten beschrieben, manchmal auch mit einigen schon schwerer messbaren, wie Einfluss, Macht und gesellschaftlichem Status. Doch was steht hier dahinter? Erfolgreiche Menschen sind in der Lage, ihre eigenen Werte umzusetzen und die eigenen Bedürfnisse zu befriedigen. So gesehen befriedigen unsere gesellschaftlich vereinbarten Erfolgskriterien die Bedürfnisse nach Anerkennung, Sicherheit und das Kontrollbedürfnis.

Dem Sinn des Lebens auf der Spur

Nach diesen Dingen zu streben ist keineswegs dumm. Wer will nicht die Möglichkeit, über sich selbst zu entscheiden, größtmögliche Handlungsfreiheit, frei von physischen und sozialen Gefahren leben und wichtig sein. Schließlich wollen wir alle dieser kurzen Spanne, die wir Gast auf diesem Planeten sind, einen persönlichen Sinn geben und glücklich sein. Glück hängt in sehr großem Umfang davon ab, unsere Bedürfnisse zu befriedigen, sowohl unsere basalen körperlichen als auch unsere emotionalen und sozialen. Die Erfüllung unserer diesbezüglichen Wünsche steht aber nun leider oft in Konflikt miteinander. An den eigenen körperlichen und geistigen Res-



Stefan Gros, Geschäftsführer factor happiness Training & Beratung GmbH



sourcen und an denen der Mitarbeiter Raubbau zu betreiben, mag unter bestimmten Aspekten sinnvoll erscheinen, doch vieles andere bleibt dadurch auf der Strecke. Sinnvolle Arbeit in einem anspruchsvollen, aber angenehmen und sicheren Umfeld fördert Menschen und führt zu gesteigerter Leistung. Gute soziale Beziehungen und die Fähigkeit, mit Konflikten konstruktiv umzugehen, schaffen ein besseres Betriebsklima und verwandeln diese oft in neue Potenziale. So führt ein breiterer Blick auf die Frage, was glücklich macht, und die Erkenntnis, dass vieles in unserem beruflichen Umfeld nicht zu unserem Glück beiträgt, zu Möglichkeiten, in ganz klassischem Sinne erfolgreicher zu werden. Die spannende Sache ist allerdings, dass Ihnen das dann möglicherweise nicht mehr ganz so wichtig ist.

Soft Skills als Karrierebooster

Möchten Sie entspannter von der Arbeit nach Hause kommen und dort mehr Muße und Freude an Ihrer Familie oder Ihren Hobbys haben? Vielleicht probieren Sie es auch wieder einmal mit Freundschaften, die nichts mit ihrem beruflichen Umfeld zu tun haben, oder sie beschließen sogar, sich weiterzubilden. Das alles, OBWOHL sie beruflich ausgezeichnete Leistungen erbringen. Dazu können Sie selbst sehr viel beitragen, noch mehr allerdings, wenn auch Ihr Unternehmen dafür sensibel ist. Zunehmend erkennen Unternehmen diese Zusammenhän-

ge. Der Nutzen von Unterschieden, neudeutsch Diversity genannt, wird zunehmend thematisiert. Vermeintlich „weiche“ Faktoren (Soft Skills), die nachweislich zwar schwerer messbar, aber deutlich wirksamer als die sogenannten „harten“ sind, treten immer öfter in den Vordergrund. In einem Teil der Gesellschaft beginnt sich ein Wertewandel zu vollziehen. Unternehmen, die Angebote setzen, die diesem entsprechen, werden zunehmend im Recruiting die Nase vorne haben. Außerdem macht die eigene Arbeit in „guten“ Firmen, bei einem entsprechend positiven Betriebsklima, doch auch viel mehr Spaß.

Um das in Unternehmen umzusetzen, bedarf es zuerst eines Commitments der Führung. Unserer Erfahrung nach bringen singuläre „Bespäungen“ wenig. Wenn entsprechende Maßnahmen in eine Unternehmensentwicklung eingebunden sind, entfalten sie aber erstaunliche Wirkungen. Factor happiness ist Ihr Partner, der Sie durch solche Prozesse begleitet. <

TOP-INFO

Exklusives Angebot für NEW BUSINESS Leser

Für interessierte NEW BUSINESS Leser haben wir zwei besondere Kennenlernangebote zusammengestellt und bieten Ihnen zwei spezielle Inhouse-Seminare zum Sonderpreis: „Wirksame Kommunikation“ oder „Jeder ist anders – Du auch! Diversity praktisch“. Jeweils zwei Tage um nur 1.200 Euro exkl. USt.

www.factorhappiness.at/newbusiness

factor happiness

Training & Beratung GmbH

1200 Wien, Engerthstraße 126/2

Tel.: +43/1/997 19 19

office@factorhappiness.at

www.factorhappiness.at



Automobilbranche im Wandel

Laut einer Deloitte Automotive Studie sind Österreicher bei neuen Technologien im Automobilbereich noch skeptisch.

Neue Technologien wie autonomes Fahren oder vernetzte Fahrzeuge sind die großen Trends am globalen Markt. Eine aktuelle Studie von Deloitte unter 25.000 Konsumenten weltweit zeigt jedoch: Der Großteil der Studienteilnehmer begegnet diesen Entwicklungen noch mit Zurückhaltung. Auch unter den österreichischen Befragten überwiegt die Skepsis.

Das Beratungsunternehmen Deloitte hat in der jährlich erscheinenden Global Automotive Consumer Study mehr als 25.000 Konsumenten aus 20 Ländern zu ihren Einstellungen gegenüber neuen Technologien im Automobilbereich befragt. Darunter befanden sich erstmals auch 1.256 österreichische Studienteilnehmer. Das Ergebnis: Die heimischen Befragten zeigen sich in erster Linie skeptisch. So sind 43 % von der Sicherheit selbstfahrender Autos noch nicht überzeugt. Diese Haltung ist in ganz Europa zu beobachten.

Trotz des grundsätzlichen Interesses fühlt sich hierzulande aber derzeit jeder zweite beim Gedanken unwohl, dass autonome Fahrzeuge in der näheren Umgebung getestet werden. Damit liegt Österreich knapp vor Deutschland und Großbritannien (je 49 %) sowie deutlich vor Italien (37 %) und Frankreich (34 %). Negative Schlagzeilen stärken dieses Unsicherheitsgefühl: Bei 51 % der heimischen Befragten haben Medienberichte über Unfälle zu mehr Skepsis gegenüber autonomen Fahrzeugen geführt.

Mehr Sicherheit durch Kontrolle

Um dem Unsicherheitsgefühl entgegen zu wirken, muss laut Studie verstärkt auf Sicherheitskontrollen und entsprechende Rahmenbedingungen gesetzt werden. Vor allem die Behörden sind gefordert: Beachtliche 85 % der Österreicher wünschen sich hinsichtlich der Entwicklung und Benutzung autonomer Fahrzeuge eine umfassende Kontrolle durch die Regierungsbehörden.

Aber auch den Herstellern kommt eine wichtige Rolle zu. Über ein Drittel der österreichischen Studienteilnehmer nennt ver-



© deloittephoto.byfeelimage

„Den Österreichern ist autonomes Fahren noch nicht ganz geheuer, was vor allem an fehlenden persönlichen Erfahrungen liegt“, betont Matthias Kunsch, Director bei Deloitte Österreich.

trauenswürdige Hersteller als wichtigen Sicherheitsfaktor. Darunter fallen vor allem neue Unternehmen, die sich auf autonome Fahrzeuge spezialisiert haben (36 %), sowie bestehende Technologieunternehmen (34 %). Traditionelle Autohersteller sind nur für 28 % der heimischen Befragten die vertrauenswürdigste Wahl. Diese Entwicklung lässt sich auch in anderen Ländern beobachten.

Mehrwert vernetzter Fahrzeuge nicht erkannt

Neben autonomem Fahren geht der Trend im Automobilssektor immer mehr in Richtung Connected Vehicles. Auch hier üben sich die österreichischen Befragten eher in Zurückhaltung: Rund die Hälfte zeigt keine Bereitschaft für vernetzte Technologien mehr zu bezahlen. Das könnte bei den Autoherstellern langfristig zu einem erhöhten Margendruck führen, da die Investitionen in

diesem Bereich sehr hoch sind. In anderen europäischen Ländern stuft man den Mehrwert vernetzter Fahrzeuge außerdem deutlich höher ein. Während etwa in Italien ganze 60 % an die Nützlichkeit von mit dem Internet verbundenen Fahrzeugen glauben, sind es hierzulande nur 29 %. Viele Österreicher beschäftigen vor allem Sicherheitsbedenken.

„Die Weitergabe persönlicher Daten stellt für viele Befragte eine Bedrohung dar. Das mangelnde Vertrauen ist auch bei diesem Thema feststellbar“, ergänzt Matthias Kunsch, Director bei Deloitte Österreich. „Die Automobilbranche sollte diese Skepsis als Chance verstehen. Sie muss die Vorteile der neuen Technologien klar und verständlich kommunizieren – und Sicherheitsbedenken durch Fakten entkräften. Das kann sich auch positiv auf die Zahlungsbereitschaft auswirken.“

< www.deloitte.at



Martin Krutz freut sich darauf, die Erfolgsgeschichte des Unternehmens weiter zu schreiben.

Frischer Wind

Die AHT-Gruppe und Daikin Europe N.V. geben personelle Veränderungen in der Führungsetage bekannt.

Nach der anhaltenden Expansion der Daikin-Gruppe mit dem Erwerb der AHT-Gruppe im November 2018 kommt es am 1. März 2019 in der Führungsetage der AHT-Gruppe zu Veränderungen. Der Geschäftsführer von DAIKIN UK, Martin Krutz, kehrt als CEO der AHT-Gruppe nach Österreich zurück, und Koji Takahashi, derzeit Bereichsleiter für strategische Projekte des Unternehmens bei DAIKIN EUROPE, wird Chief Financial Officer (CFO) der AHT-Gruppe.

Die Ernennung von Martin Krutz zum CEO der AHT-Gruppe erfolgt aufgrund seiner 28-jährigen Erfahrung bei der DAIKIN-Gruppe, einschließlich seiner letzten drei sehr erfolgreichen Jahre bei DAIKIN UK und davor in seinen Funktionen im EMEA Business Reform Office von DAIKIN EUROPE, als Geschäftsführer von DAIKIN Central Europe und als Geschäftsführer von DAIKIN Poland.

Zusätzlich zum bestehenden AHT-Management-Team wird Martin Krutz in Zukunft auch von Koji Takahashi unterstützt werden, der dem Unternehmen als Chief Financial Officer (CFO) zur Seite stehen wird. In enger Zusammenarbeit mit dem bestehenden Finanzteam wird er alle finanziellen Angelegenheiten der Organisation sowie

auch die ordnungsgemäße Eingliederung in das DAIKIN-System in diesem Bereich leiten.

DAIKIN möchte sich bei dieser Gelegenheit bei Frank Elsen für seinen ununterbrochenen Einsatz, seine Bemühungen und Leistungen während seiner drei Jahre als CFO und seit Oktober 2018 als CEO des Unternehmens bedanken.

Erfolgreiche Zusammenarbeit

Am 22. Februar 2019 schloss Daikin Europe N.V. den Erwerb der AHT-Gruppe als Teil der Strategie von Daikin, die geschäftliche Position des Unternehmens auf dem Kühlgerätemarkt weiter zu stärken, ab, indem man auf das Fachwissen von AHT bei hocheffizienten Kühlgeräten und Tiefkühlsystemen für Supermärkte und Lebensmittelgeschäfte aufbaut.

Gemeinsam mit dem Erwerb der Zanotti-Gruppe durch Daikin im Jahr 2016, die sich auf gewerbliche, industrielle und transportbezogene Kühlausrüstung spezialisiert hat, zielt diese letzte Akquisition darauf ab, die globale Führungsrolle von Daikin innerhalb der Heizungs-, Belüftungs-, Klimatisierungs- und Kühlbranche (HVACR) weiter zu festigen.

www.aht.at

Wettbewerb

3. Oliver Wyman-Analyse zu Logistik-Start-ups und globalen Risikokapital-Investitionen

Kapitalstarke Logistik-Start-ups und Ableger von Handelsriesen aus Fernost machen sich bereit für den Sprung nach Europa. Nach einer Analyse von Oliver Wyman wurden im Jahr 2018 weltweit zwölf Milliarden US-Dollar Risikokapital in der Logistikbranche verteilt. Das entspricht mehr als einer Verdreifachung gegenüber dem Vorjahr. Auffällig ist der Druck aus Fernost. Mit ihrer Expansionsstrategie und ihrem überlegenen technologischen Know-how bedrohen die neuen Anbieter das Geschäft europäischer Spediteure. Um mitzuhalten und bestehende Kunden zu binden, müssen die etablierten Unternehmen ihre Digitalisierungsinitiativen beschleunigen.

Für die angestammten Spediteure sind das brisante Nachrichten. „Große Logistikvolumina werden für etablierte Logistikanbieter nicht mehr erreichbar, weil die neuen Wettbewerber aus Fernost diese intern abwickeln werden“, sagt Max-Alexander Borreck, Principal und Logistikexperte bei der Strategieberatung Oliver Wyman. „Und sie streben zudem mit modernster Technik danach, etablierten Anbietern Marktanteile abzufragen. Europäische Logistiker müssen sich für diesen neuen Wettbewerb wappnen“, so Borreck.

Milliarden für die Expansion

Massive Investitionen stützen die Expansion. Eine neue Analyse von Oliver Wyman zeigt, dass die Investitionen in Logistik-Start-ups sowie Spin-offs großer Konzerne rasant zunehmen. Acht asiatische Vertreter, sechs US-Firmen und ein brasilianisches Start-up finden sich in der Top-15-Liste jener Unternehmen, die mit mindestens 100 Millionen US-Dollar in 2018 finanziert wurden. Europäische Unternehmen sind nicht vertreten. In der DACH-Region sind die Investitionen in Logistik-Start-ups im Jahr 2018 auf 73 Millionen US-Dollar angewachsen, im Vorjahr waren es noch 58 Millionen.

www.oliverwyman.de

Bionic trifft auf künstliche Intelligenz

Festo präsentiert auf der Hannover Messe 2019 Robotik der Zukunft und bietet interessante Future Concepts für die Mensch-Roboter-Kollaboration.

Die menschliche Hand mit ihrer einzigartigen Kombination aus Kraft, Geschicklichkeit und Feinmotorik ist ein wahres Wunderwerkzeug der Natur. Was liegt da näher, als Roboter in kollaborativen Arbeitsräumen mit einem Greifer auszustatten, der diesem natürlichen Vorbild nachempfunden ist und durch künstliche Intelligenz lernen kann, verschiedene Aufgaben zu lösen? Festo zeigt auf der Hannover Messe 2019 die pneumatische Roboterhand BionicSoftHand. Kombiniert mit dem BionicSoftArm, einem pneumatischen Leichtbauroboter, eignen sich die Future Concepts ausgezeichnet für die Mensch-Roboter-Kollaboration.

So lernt die KI

Die Lernmethoden von Maschinen sind mit denen des Menschen vergleichbar: ob positiv oder negativ – sie benötigen eine Rückmeldung auf ihre Aktionen, um diese einordnen zu können und daraus zu lernen. Bei der BionicSoftHand kommt die Methode des Reinforcement Learning zum Einsatz, das Lernen durch Bestärken. Das bedeutet: Statt einer konkreten Handlung, die sie nachahmen muss, bekommt die Hand lediglich ein Ziel vorgegeben. Dieses versucht sie durch Ausprobieren (Trial-and-Error) zu erreichen. Anhand des erhaltenen Feedbacks optimiert sie nach und nach ihre Aktionen, bis sie schließlich die gestellte Aufgabe erfolgreich löst.

Konkret soll die BionicSoftHand einen zwölfseitigen Würfel so drehen, dass am Ende eine vorher festgelegte Seite nach oben zeigt. Das Einlernen der dazu nötigen Bewegungsstrategie geschieht in einer virtuellen Umgebung anhand eines digitalen Zwillings, der mithilfe der Daten einer Tiefenkamera und den Algorithmen der künstlichen Intelligenz erstellt wird.

Proportionale Piezoventile im Einsatz

Um den Aufwand für die Verschlauchung der BionicSoftHand möglichst gering zu halten, haben die Entwickler eigens eine kleinbauende, digital geregelte Ventilinsel



Der pneumatische Leichtbauroboter BionicSoftArm ist von Grund auf nachgiebig und eignet sich für die direkte Mensch-Roboter-Kollaboration.

konstruiert, die direkt unterhalb der Hand angebracht ist. Dadurch müssen die Schläuche zur Ansteuerung der Finger nicht durch den kompletten Roboterarm gezogen werden. So lässt sich die BionicSoftHand mit nur je einem Schlauch für Zuluft und Abluft schnell und einfach anschließen und in Betrieb nehmen. Mit den eingesetzten proportionalen Piezoventilen lassen sich die Bewegungen der Finger präzise regeln.

Ein Roboterarm, viele Variationen

Die strikte Trennung zwischen der menschlichen Arbeit und den automatisierten Aktionen von Robotern wird zunehmend aufgehoben. Ihre Arbeitsbereiche verschmelzen zu einem kollaborativen Arbeitsraum, in dem vor allem Roboter gefragt sein werden, die sich flexibel anpassen lassen und sich auf unterschiedliche Szenarien einstellen. Mit dem BionicSoftArm, einem flexiblen, pneumatischen Roboterarm, können in Zukunft Mensch und Maschine gleichzeitig dasselbe Werkstück bearbeiten, ohne dass sie voneinander abgeschirmt werden müssen.

Modular flexibel

Der BionicSoftArm ist eine kompakte Weiterentwicklung des BionicMotionRobot von

Festo, dessen Anwendungsspektrum deutlich erweitert wurde. Möglich macht das sein modularer Aufbau: Er lässt sich bis zu sieben pneumatischen Balgsegmenten und Drehantrieben kombinieren. Damit ist er in Reichweite und Beweglichkeit maximal flexibel und kann bei Bedarf auch auf engstem Raum um Hindernisse herum arbeiten. Gleichzeitig ist er von Grund auf nachgiebig und kann gefahrlos mit dem Menschen zusammenarbeiten. Eine direkte Mensch-Roboter-Kollaboration ist mit dem BionicSoftArm ebenso möglich wie der Einsatz in klassischen SCARA-Anwendungen, zum Beispiel Pick-and-Place-Aufgaben.

Flexible Anwendungsmöglichkeiten

Je nach Aufbau und montiertem Greifer lässt sich der modulare Roboterarm für die verschiedensten Anwendungen nutzen. Seine nachgiebige Kinematik erleichtert ihm die Anpassung an unterschiedliche Aufgaben an wechselnden Orten: Der Wegfall aufwendiger Sicherheitseinrichtungen wie Käfige oder Lichtschranken verkürzt die Umbauzeiten und ermöglicht so einen flexiblen Einsatz – ganz im Sinne einer wandlungsfähigen und wirtschaftlichen Fertigung. <

www.festo.at/bionik

NEW BUSINESS

**Alles, was
Sie für Ihr
Business
brauchen!**



DAS NEW BUSINESS PAKET um nur 33 Euro!

Abonnieren & profitieren Sie!

Hotline: 01/235 13 66-100

Fax: 01/235 13 66-999

E-Mail: sylvia.polak@newbusiness.at

- Ja, ich bestelle NEW BUSINESS für ein Jahr (elf Ausgaben) um nur 33 Euro.
- Ja, ich bestelle das Vorteilsabo NEW BUSINESS für zwei Jahre (22 Ausgaben) um nur 55 Euro.