S. Spitz GmbH
Fallstudie

# Österreichischer Lebensmittelproduzent S. Spitz konnte mit Kennzeichnungssystemen von Videojet die Codequalität deutlich verbessern und gleichzeitig Kosten senken

**Traditionsbewusstsein und ein kompromissloses Qualitätsverständnis – das sind die Säulen, auf denen die Spitz-Gruppe seit 1857 ihre Kompetenz in der Herstellung und Vermarktung von Lebensmitteln aufbaut.**

Ob Jagertee, Spitz Frizzante oder Orangenpunsch, ob Backwaren, Konfitüren oder Mayonnaisen: Das 700 Mitarbeiter-Unternehmen zählt nicht nur auf dem österreichischen Heimatmarkt zu den „Most Trusted Brands“, längst exportiert es die eigenen Erzeugnisse mit zunehmendem Radius und Erfolg weltweit.

Kennzeichnen mit höchster Verlässlichkeit und bester Qualität: Mit einem einheitlichen Bedien- und Servicekonzept hat Videojet den österreichischen Nahrungsmittelhersteller S. Spitz von der eigenen Leistungsfähigkeit überzeugen können.

**“Videojet hat uns von der Konzeptionsphase über die Installation bis hin zur Versorgung im After-Sales-Bereich bestens beraten und unterstützt.”**

Günter Heimbuchner,
Leiter Logistik und technischer Einkauf bei Spitz

**Die zentralen Geschäftseinheiten von S. Spitz spiegeln dabei eins zu eins die Markenausrichtung des Unternehmens wider. Das Spektrum der Division „Getränke“ umfasst hier sowohl alkoholische, als auch nicht-alkoholische Getränke wie Fruchtsäfte, Limonaden, Sport- oder Kindergetränke. Die Produktpalette von „Süß- und Backwaren“ beinhaltet Dauer- ebenso wie Frischbackwaren. Noch größer ist die Spannbreite der „Süß und Sauer“-Division. Sie reicht von Konfitüren, Gelees und Fruchtsnacks bis hin zu Senf, Ketchup, Mayonnaise und (Salat-)Saucen. Zuletzt erwirtschaftete Spitz mit seinen Nahrungsmitteln einen Umsatz von rund 250 Millionen Euro bei einem Exportanteil knapp unterhalb von 50 Prozent.**

v.l.n.r.: Markus Pihan, Günter Heimbuchner, Hubert Doppelhofer, Bernhard Halbartschlager, Martin Dvorak

Parallel zur Menge und Vielfalt an Produkten, die S. Spitz anbietet, ist der Verpackungs- und Kennzeichnungsaufwand, den das Unternehmen treiben muss, enorm hoch. Allein die Anzahl der Druckvorgänge lag in jüngster Vergangenheit divisionsübergreifend (mit Löwenanteilen in den Divisionen „Getränke“ und „Bäckerei“) bei 800 bis 900 Millionen Codierungen pro Jahr.

Gerade im sensiblen Lebensmittelsegment ist die Codequalität und die damit zu sichernde Vor- und Rückverfolgbarkeit der Produkte von zentraler Bedeutung. Entsprechend wichtig ist es, den Einsatz von Druckern und ihrer Schnittstellen zu den jeweiligen Produktlinien möglichst effizient zu gestalten. Hier hatte S. Spitz zuletzt Schwierigkeiten gehabt, den eigenen, hohen Maßstäben gerecht zu werden.

Gründe dafür waren vor allem das Alter – ein Großteil der Geräte war bereits deutlich über zehn Jahre in Betrieb – und die Zusammensetzung der Druckerflotte. Zuletzt waren an den Produktionsanlagen rund zehn unterschiedliche Typen von Kennzeichnungsgeräten im Einsatz gewesen. Diese Gesamtsituation hinkte nicht nur den aktuellen Anforderungen hinsichtlich Spezifikation und technischer Ausstattung hinterher, sie erforderte auch einen Wartungs- und Serviceaufwand, der längst nicht mehr dem eigenen Ideal eines optimal organisierten Prozessflusses entsprach.

Die Argumente für eine Neuausrichtung und -ausstattung des Bereichs Codierung wurden 2012 und 2013 gewichtiger. Die Notwendigkeit, die Komplexität des gesamten Systems sowie dessen wachsenden Wartungs- und Serviceaufwand zu reduzieren, nahm zu. Aus der bestehenden, wenig befriedigenden Situation und neuen technischen Möglichkeiten (z. B. eine verbesserte Vernetzung im Sinne von Industrie 4.0) gingen schließlich die Anforderungen an das neue Codierungskonzept hervor.

Für S. Spitz bedeutete das:

**1. Die neue Druckergeneration musste technologisch auf den aktuellen Stand gebracht werden. Das galt sowohl für die Drucker- und Druckqualität, für den (möglichst sparsamen) Verbrauch der Geräte als auch für deren technische Ausstattung im Hinblick auf eine optimale Vernetzung untereinander.**

**2. Die neue Palette von Kennzeichnungsgeräten musste – nach Druckertypen- und Druckermodellen – im Idealfall so zusammengestellt werden, dass sie das gesamte Spektrum an Anforderungen, das Spitz-Produkte im Bereich Codierung stellten, auf qualitativ hohem Level erfüllen konnte.**

**3. Wartungs- und (kleinere) Reparaturarbeiten, die im Rahmen des Druckbetriebs anfallen, sollten von den Bedienern möglichst selbst übernommen werden können, um so wertvolle Technikerzeit zu sparen.**

**4. Eine schnelle, unkomplizierte Austauschbarkeit der Drucker war sowohl untereinander wie auch durch Ersatzgeräte in jedem Fall zu gewährleisten. Bei S. Spitz werden die Produktionslinien in z. T. unterschiedlichen Schichtbetrieben gefahren. Auch darauf musste beim Austausch der Drucker Rücksicht genommen werden.**

**5. Überhaupt nahm für S. Spitz eine optimale Versorgung im Wartungs- und Servicebereich eine herausragende Rolle ein. Maßgeblicher Faktor war dabei die möglichst hohe Verfügbarkeit der Gesamtanlagen, die durch Einsatz, Austausch oder Reparatur der Codiergeräte so wenig wie möglich eingeschränkt werden sollte.**

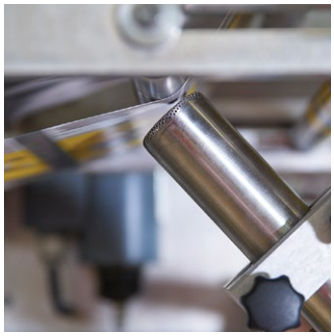
**6. Trotz der hohen Spezifikation der eingesetzten Druckertypen und -modelle sollte eine möglichst einheitliche Oberfläche die Bedienung der unterschiedlichen Codiergeräte so einfach wie möglich gestalten.**

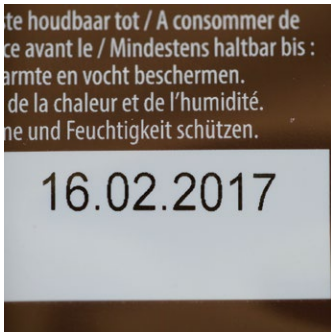
Gerade die Anforderungen an ein einheitliches Bedienkonzept hatten bei der Bewertung der Angebote, die im Zuge der Ausschreibung für das neue Codierkonzept eingereicht wurden, eine besondere Rolle gespielt. Günter Heimbuchner, Leiter Logistik und technischer Einkauf bei Spitz: „Wir hatten aus der Vergangenheit die Erfahrung mitgenommen, dass uns auf die Besonderheiten einzelner Linien bezogene, singuläre Codierungseinheiten nicht weiterbringen würden. Stattdessen benötigten wir dafür ein übergreifendes, sämtliche Produktanforderungen abdeckendes Konzept, mit dem wir flexibel arbeiten konnten und das auch zukünftigen Ansprüchen gewachsen war."

Ebenso wichtig bei der Wahl des Konzepts: „Die Möglichkeit, über ein inhaltlich sauber abgestimmtes System Synergieeffekte geltend zu machen und so den Aufwand an der Linie zu reduzieren. Auf diese Weise mittel- bis langfristig Kosten und Zeit zu sparen, war uns bei der Auswahl unseres zukünftigen Partners wichtiger, als auf möglichst niedrige Preise für die Anschaffung und Installation der Geräte zu setzen." Denn: „Nur die Verbindung von hoher Qualität und Verfügbarkeit verschafft uns auf Dauer Vorteile gegenüber der Konkurrenz."

**“Wir haben genau das bekommen, was wir wollten: mehr Qualität beim Codieren unserer Produkte bei langfristig weniger Aufwand an Kosten und Zeit!”**

**Günter Heimbuchner,**
**Leiter Logistik und technischer Einkauf bei Spitz**





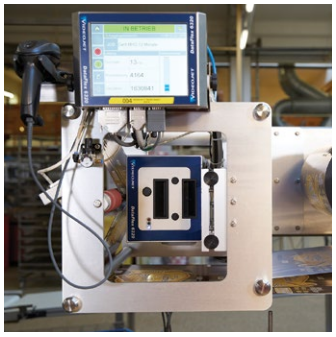
Das Hauptkriterium „stimmiges Gesamtkonzept“ war schließlich, so Heimbuchner, ausschlaggebend dafür, dass sich Videojet im Rahmen der Ausschreibung unter den Mitbewerbern durchsetzen konnte.

„Uns hat vor allem das einheitliche Bedienkonzept überzeugt, das bei Videojet selbst unterschiedliche Druckertypen miteinander verbindet.“

Ob Continuous Inkjet (CIJ), Thermal Inkjet (TIJ), Thermo Transfer Overprint oder Laserdrucker: „Hat man die Bedienführung einmal verstanden, so lässt sich dieses Verständnis problemlos auf jeden anderen Videojet- oder Wolke-Drucker übertragen. Bei den häufig wechselnden Einsatzorten unserer Mitarbeiter im Produktionsbetrieb ist das ein Riesenvorteil.“

Voraussetzung, um die Pluspunkte eines einheitlichen Bedienkonzepts vollständig nutzen zu können, ist eine differenzierte, den unterschiedlichen Spezifikationen des Kunden optimal entsprechende Produktpalette. Bei Spitz bestand diese, divisionsübergreifend, aus 58 Geräten mit Schwerpunkt auf den Divisionen „Backwaren“ und „Getränke“. Auch hier konnte Videojet überzeugen.

Heimbuchner: „Unsere Maßgabe war ‚Die richtige Codierung für das richtige Produkt‘. Dabei ging es uns besonders darum, für jede Anwendung die jeweils beste Technologie auszuwählen.“



In der Praxis bedeutete dies: Dort, wo Continuous Inkjets (die bei der Vorgängerflotte ausschließlich im Einsatz waren) ihre Aufgaben optimal verrichten konnten – u. a. beim Bedrucken von Dosen und Flaschen –, wurden sie auch weiterhin eingesetzt. Für das Bedrucken von Kartonagen wurden stattdessen Thermal Ink Jets von Wolke by Videojet in die Linie integriert. Gleiches galt für die Thermo Transfer Overprints, die vor allem im Einsatzbereich von Backwaren, z. B. beim Codieren von Schlauchbeuteln, gestochen scharfe Barcodes abliefern können. Singulären Anforderungen entsprach der Einsatz des einzigen Laserdruckers; dieser wurde zur weißen Kennzeichnung schwarzer Deckel verwendet.

Die Vorteile dieser anwendungsspezifisch zusammengestellten Druckerpalette wurden schon bald nach der schrittweisen Installation der Geräte, zwischen Frühjahr und Herbst 2015, deutlich. Die Qualität der Codierung ist, so Heimbuchner, durchweg ausgezeichnet. Durch mangelhafte Druckqualität verursachte, kostenintensive Rückholaktionen gab es seitdem keine Einzige. Qualitativ konnte S. Spitz vor allem vom Umstieg von den Continuous Inkjets (CIJs) zu den TIJs und TTOs profitieren. Erstaunlich dabei: Trotz der erweiterten Palette an Druckertypen ließ sich auch von Software-Seite Komplexität reduzieren: So konnte die Nutzung von vormals über hundert Codierungslayouts auf siebzig verringert werden.

Mit der Druckqualität hatte im Zuge des neu etablierten Konzepts auch die Effizienz der Kennzeichnungsprozesse zugenommen. Dazu konnten Stillstandzeiten auf ein Minimum reduziert und die Verfügbarkeit der Produktionsanlagen erhöht werden.

Auch die Kompetenzen im Wartungs- und Servicesektor wurden neu geordnet. Grundlage dafür war eine weitgehende Entlastung der dort anfallenden Aufgaben durch das „Rundum-sorglos-Paket“, das sich S. Spitz im Rahmen eines Mietkaufvertrags mit siebenjähriger Laufzeit bei Videojet gesichert hatte. Enthalten waren dabei neben der Bereitstellung der Geräte auch weitere Serviceleistungen sowie die Versorgung mit Verbrauchsmaterialien. Unter anderem dadurch konnten die Wartungsstunden bereits im ersten Einsatzjahr reduziert werden: Waren zuvor in Abständen von 4500 Einsatzstunden Wartungsarbeiten notwendig, so konnten diese Intervalle jetzt auf 14.000 Stunden erweitert werden. Anzahl interner Technikerstunden bis dato – null!

Günter Heimbuchner: „Bis dato hat sich das Vertrauen, das wir in den Einsatz von Videojet- und Wolke-Geräten gesetzt haben, vollständig ausgezahlt. Videojet hat uns von der Konzeptionsphase über die Installation bis hin zur Versorgung im After-Sales-Bereich bestens beraten und unterstützt. Die Service-Mitarbeiter, mit denen wir zusammenarbeiten, sind dabei gleichermaßen kompetent wie motiviert.

Entsprechend überzeugend sind die Ergebnisse: Das Konzept, das auf eine maximale Verfügbarkeit der Drucker ausgerichtet ist, hat sich mittelbar auch auf die Verfügbarkeit der gesamten Anlagen ausgewirkt. Wir haben genau das bekommen, was wir wollten: mehr Qualität beim Codieren unserer Produkte bei langfristig weniger Aufwand an Kosten und Zeit!“

Telefon **+41 (0)62388 33 33**
E-Mail **info.switzerland@videojet.com**
Internet www.videojet.ch

Videojet Technologies Suisse GmbH
Gummertliweg 7
4702 Oensingen

© 2016 Videojet Technologies GmbH – Alle Rechte vorbehalten.

Die Videojet Technologies GmbH arbeitet fortlaufend an der Verbesserung ihrer Produkte. Wir behalten uns das Recht vor, Design und/oder technische Daten ohne Vorankündigung zu ändern.