



Markenbewusstsein für Industrie-PC schaffen

Vor fast genau einem Jahr sprach die openautomation-Redaktion mit den Experten von MSC Tuttlingen über ihre neue Industrie-PC-Generation. Oberstes Ziel war dabei, das Bewusstsein für eine völlig neue Marke zu bilden: Prime Cube. Wie weit ist man heute mit diesem und weiteren Zielen auf der Roadmap vorangekommen? Welche Weiterentwicklungen folgen nun?



Ein engagiertes Team etabliert die neue Produktmarke Prime Cube: Wolfgang Jarausch, Marketingreferent bei der MSC Tuttlingen GmbH, Reiner Ruprecht, Betriebsleiter MSC Tuttlingen GmbH, und Roland Haag, Produktmanager Prime Cube (v. l.)

„Wir haben viel positive Resonanz auf unsere Markenstrategie und die neue IPC-Generation von Kundenseite erhalten. Parallel mussten wir auch Aufklärungsarbeit leisten“, informiert Wolfgang Jarausch vom Marketing der MSC Tuttlingen GmbH. Zu letztgenanntem Punkt erklärt er: „Wir haben Prime Cube erstmals auf der letztjährigen SPS/IPC/Drives der breiten Öffentlichkeit präsentiert. Unser gesamter Messeauftritt war dabei auf die neue Marke ausgerichtet; der

Firmenname MSC Tuttlingen tauchte nur im Hintergrund auf.“ Für einige Kunden und Marktbegleiter stellte sich dadurch die Frage, ob es sich bei Prime Cube um eine neue Geschäftseinheit oder gar eine gesellschaftliche Ausgliederung handelt. „Es wurde aber schnell klar, dass es sich um eine Produktmarke, unter der unsere neue IPC-Generation vermarktet wird, handelt“, so W. Jarausch.

Hintergrund dieser Markenstrategie ist der schon lange gehegte Wunsch nach einer

stärkeren Abgrenzung von namensverwandten Unternehmungen. „Wer im Internet nach MSC Tuttlingen sucht und nur das Kürzel MSC eingibt, erhält eine lange Trefferliste. Dabei liegen im Ranking zum Beispiel die MSC Kreuzfahrten oder unsere Muttergesellschaft, die MSC Vertriebs GmbH, deutlich vor uns. Mit der neuen Marke streben wir eine bessere Alleinstellung und höhere Wahrnehmung an“, verdeutlicht der Marketingexperte.



Drei Produktlinien

Insgesamt finden sich unter dem Dach der Produktmarke Prime Cube drei Produktlinien: A-Line (Anbau-Panel-PC), E-Line (Einbau-Panel-PC) und B-Line (Box-PC). Basis aller Varianten bildet der Baukasten, aus dem verschiedene Rechnerplattformen, unterschiedliche Display-Varianten, Front-End-Designs, Betriebssysteme, Speichermedien, Erweiterungskomponenten sowie optionale Funktionen zu einer individuellen Lösung zusammengestellt werden können. Der Baukasten ist eine der wesentlichen Eigenschaften rund um die IPC-Generation und soll Kunden Mehrwert im Zusammenhang mit schnelleren Produktrealisierungszeiten bieten.

Bei der Lösungserstellung der kundenspezifischen Anfrage werden drei Design-Stufen unterschieden: Modular Design, Mixed Design und Full Custom Design. Erstgenanntes stellt die einfachste Form der Realisierung dar, bei der Komponenten aus dem Baukasten nach Applikationsanforderung zusammengestellt werden. Bei der zweiten Design-Variante werden darüber hinaus noch einige Features zusätzlich gemäß Kundenvorgabe realisiert. Und letztgenannte Ausprägungs-

form bezeichnet eine komplett maßgeschneiderte Kundenlösung.

Die nächsten Schritte

Die Standardlösungen der A- und E-Line haben aktuell die Serienreife erlangt, sodass hier nun die weiteren Design-Stufen angegangen werden. Außerdem stehen nun die Geräte der B-Line auf dem Plan. Diese wurden im letzten Jahr noch nicht in Nürnberg gezeigt. „Wir haben die B-Line-Geräte aktuell designed und befinden uns nun in der Phase der Prototypenerstellung. Erste Geräte zeigen wir dann auf der diesjährigen SPS/IPC/Drives“, informiert der verantwortliche Produktmanager R. Haag über den Stand der Dinge. Auch diese Serie wird hardwareseitig auf den gleichen Board-Designs basieren wie die beiden anderen Produktlinien: ITX, CXB und SBC. „Damit haben wir die komplette Durchgängigkeit über alle drei Produktlinien hinweg erreicht“, ergänzt R. Haag. In Serienreife sollen die B-Line-Geräte dann ab Anfang 2011 verfügbar sein.

Zusätzlich zu den drei genannten Produktlinien kommen Terminal-Lösungen hinzu (abgesetzte Display-Lösungen). „Bei diesen

Gerätevarianten handelt es sich um Lösungen, bei denen sich das Front-End beispielsweise an der Maschine direkt im Feld befindet, der Hardware-Kern aber im Schaltschrank untergebracht ist“, informiert R. Haag.

R. Haag: „Auf der diesjährigen SPS/IPC/Drives werden wir unsere Prime-Cube-Reihe weiter vervollständigen. Außerdem präsentieren wir dort neue Technologien, wie Widescreen-Formate mit Multitouch.“

Neue Technologien

Im Zusammenhang mit der Markenerarbeitung und -etablierung wurde ein Technologie-zirkel ins Leben gerufen. Dieser hat die Aufgabe, neue Technologien auf die Tauglichkeit für die Customized Computer Systems zu prüfen. Als nächste To-Do's wurden von diesem Widescreen-Formate mit Multitouch-Technologie definiert. „Prototypen dazu werden wir ebenfalls im Herbst in Nürnberg vorstellen. Als Betriebssystem setzen wir



Box-PC im „Full Custom Design“

dabei auf Windows 7, um die volle Funktionalität zur Verfügung stellen zu können“, informiert der Produktmanager. Prinzipiell gilt es, rund um die Multitouch-Technologie noch einige Herausforderungen zu meistern. „Momentan ist diese Technologie nur für Display-Größen bis 15 Zoll mit den bekannten und gewünschten Features voll funktionsfähig“, nennt er als Beispiel. An diesem Thema wird mit Hochdruck gearbeitet. „Wir gehen im Bereich der Touch-Technologien davon aus, dass der Consumer dieses Thema stark treiben wird. Die heutige iPod-Generation wird mit dieser Technologie ganz selbstverständlich auch im Industriebereich umgehen wollen“, prognostiziert R. Haag. „Für uns ist es wichtig, hier ganz vorn mit dabei zu sein und eventuell sogar als einer der Ersten im Markt, Anfragen von Kundenseite bedienen zu können“, verdeutlicht er. Als ergänzendes Beispiel dazu führt er die Zehnfinger-Touch-Technologie an, für die den Experten aktuell zwei bis drei konkrete Kundenanfragen vorliegen. „Hier befinden wir uns noch in der Entwicklungsphase. In ca. zwei Jahren wird dieses Thema keine Besonderheit mehr darstellen“, prognostiziert R. Haag.

Auch bei den Displays sind Weiterentwicklungen geplant. Hierbei folgt man dem Trend der LED-Beleuchtung, um dem Energieeffizienzgedanken stärker Rechnung zu tragen. Aber auch hier gilt es, vorab noch einige technische Knackpunkte zu lösen. R. Haag: „Widescreen-Displays arbeiten mit einer Auflösung von 16:9 bzw. 16:10. Diese Display-Varianten stehen derzeit in Größen ab 38 cm (15 Zoll) noch nicht mit der von industrieller Seite geforderten Lebensdauer im entsprechenden Umfeld zur Verfügung. Hersteller arbeiten an dieser Thematik und wir sind zuversichtlich, dass eine Lösung in greifbarer Nähe ist, die wir dann umgehend einsetzen werden.“

Weitere Entwicklungs-Schritte betreffen die Betriebssystemebene. Hier blicken die Experten erwartungsvoll auf den Windows-CE-Nachfolger Windows Embedded Compact 7, den Microsoft Ende dieses Jahres launchen will. „Wir prüfen derzeit, welchen sinnvollen Nutzen unsere Kunden daraus generieren können“, so der Produktmanager.

„Und außerdem wird uns die Multicore-Technologie sicher noch Optimierungspotenziale erschließen lassen. Aber eins nach dem anderen ...“, so R. Haag.

R. Ruprecht: „Wir haben mit Prime Cube eine breite Wahrnehmung generiert. Daraus nun Geschäfte zu machen, ist Step 2.“

Aktuelle Unternehmenssituation

Gemäß der Prime-Cube-Roadmap ist geplant, dass die ausstehenden Produktlinien in allen Design-Stufen bis Ende 2011 in Serie verfügbar sind. Betriebsleiter Reiner Ruprecht: „Das Interesse an unserer neuen IPC-Generation ist enorm. Wir hatten seit der Ankündigung eine regelrechte Anfrageflut. Allerdings hat die Krise auch zu einer Investitionszurückhaltung geführt. 2009 haben viele Kunden bestehende Verträge verlängert und neue Projekte um ein bis zwei Jahre hinten angestellt.“ Auch für die MSC Tuttlingen GmbH gestaltete sich das letzte Jahr schwierig. „Wir mussten einen Umsatzrückgang um 20 % hinnehmen. Für das laufende Jahr rechnen wir allerdings wieder mit einem Wachstum von ca. 15 % im Vergleich zum Vorjahr“, informiert der Betriebsleiter weiter.

Zu den ersten Kunden, die auf Prime Cube umstellen werden, gehört einer der größten und langjährigen MSC-Tuttlingen-Kunden aus

der Verpackungsbranche. Hier kommen die neuen Geräte ab Herbst zum Einsatz. „Darüber hinaus haben eine Reihe wichtiger Kunden angekündigt, innerhalb des nächsten viertel Jahres auf unsere neuen Geräte umzustellen“, informiert R. Ruprecht.

Neuanfragen kommen zudem aus dem Medizintechnikbereich. „Hier interessieren sich vor allem Pharmakunden für unsere A-Line. Aufgrund der dort herrschenden strengen Anforderungen überdenken wir dazu gerade unser Kühlkörper-Design auf der Rückseite der Geräte. Die dichte Anordnung der Kühlrippen wird voraussichtlich etwas abgeändert, um für den Anwender die Reinigbarkeit der Oberfläche einfacher zu gestalten“, sagt er weiter.

Neue Branchen im Fokus

Prinzipiell wecken drei der vier Zielbranchen des Unternehmens positive Erwartungen bezüglich des Einsatzes der neuen Produkte. „Die Anfragen aus den Bereichen Prozess, Verpackung und Werkzeugmaschinen sind gleichermaßen gewichtet“, erläutert der Betriebsleiter und sagt: „Einzig aus unserer Zielbranche BDE/MDE ist das Interesse an Prime Cube zu gering, als dass wir die Geräte hier offensiv weitervermarkten würden.“

Statt dessen werden neue Branchen aufgetan. „Der Bereich der Energieerzeugung stellt sich für uns aussichtsreich dar“, so R. Ruprecht. „Wir sehen in diesem Bereich vor allem deshalb gute Chancen für uns, da wir hier jeweils mit drei bis vier Basiskomponenten aus unserem Baukastensystem die gewünschte Lösung realisieren können, ergänzt um einige kundenspezifische Features. Also: Customized Computer Systems – Reduced to the best.“, fügt R. Haag an und resümiert: „Eine vergleichbare Lösung bietet kein anderer Hersteller am Markt. Und genau diese Stärke wollen wir zukünftig noch weiter ausspielen: Wir werden uns auf die Branchen konzentrieren, in denen unsere kundenspezifischen Lösungen und unser Full Custom Design einzigartig sind.“ „Wir wollen uns nicht mit unseren Lösungen im großen Markt unter vielen tummeln, unser Fokus liegt ganz klar auf kundenspezifischen Produkten mit Alleinstellungsmerkmal“, ergänzt R. Ruprecht.

Interne Markenbildung

Und nicht nur die externe Markenbildung wird weiter forciert, sondern auch das interne Bewusstsein für die neue Marke soll gestärkt werden. „Wir wollen insgesamt ein breites Markenbewusstsein schaffen. Die sechs Werte hinter der Produktmarke sollen sich zukünftig auch in den internen Prozessen vollumfänglich wiederfinden. Wir wollen, dass unsere Marke gelebt wird“, schließt R. Ruprecht das Gespräch.

Inge Hübner
www.primecube.de