

Mittwoch, 27. April 2022

Vision aus Rott wird Wirklichkeit

Alpma Alpenland Maschinenbau GmbH präsentiert Neuheiten auf der Anuga Food-Tec

**VON PETRA MAIER
UND ANJA LEITNER**

Philip Harting FOTO RE

Rott/Köln – Hygiene und Hochgenuss dank hochmoderner Produktionslinien: Auf der Anuga FoodTec in Köln, die bis Freitag, 29. April, stattfindet, zeigt die Alpma Alpenland Maschinenbau GmbH in Kürze, wie sie die beiden Jahre unfreiwilliger Messe-Pause genutzt hat, um ihre Vision einer automatisierten Produktion von Milchprodukten weiter voranzutreiben.

Zwei Neuheiten des Weltmarktführers für Prozess-, Käserei-, Schneide- und Verpackungstechnik mit einem Jahresumsatz von rund 180 Millionen Euro feiern auf der Leitmesse in Köln ihre Messe-Premiere: Das elektronische Inspektionssystem Eagle Eye erhöht die Produktsicherheit in vollautomatisierten Linien zur Käse-Verarbeitung.

Schutz vor Verunreinigungen

Die innovative Folienverpackung FreshPack wiederum schützt Butter vor Verunreinigungen und Aromaverlust. In Halle 4.1 präsentiert Alpma zudem zahlreiche weitere Automatisierungslösungen entlang der gesamten Prozesskette für Milchprodukte.

Es ist der erste Messeauftritt von Alpma nach über zwei Jahren pandemiebedingter Abwesenheit. Zwar haben die Automatisierungsexperten aus Rott ihren engen Austausch mit Kunden und Geschäftspartnern auch während der Pandemie gepflegt – wirklich ersetzen können virtuelle Meetings die direkte persönliche Begegnung mit ihnen jedoch nicht, wie Alpma-Geschäftsführer Gisbert Strohn betont: „Wir sind sehr froh, wieder auf eine



Das neuartige Inspektionssystem Eagle Eye entdeckt Mängel wie Folienschnipsel oder unerwünschten Schimmel an Käseblöcken mit einer Genauigkeit von nahezu 100 Prozent.

echte Messe gehen zu können – und freuen uns sehr darauf, unsere Neuentwicklungen live dem Fachpublikum vorstellen zu können. Das persönliche Gespräch mit Kunden und anderen Experten vor Ort bleibt für uns eine unersetzliche Quelle für Anregungen und neue Ideen.“

Die bisherige Corona-Zeit hat Alpma mit weltweit rund 1000 Mitarbeitern genutzt, um zahlreiche Verbesserungen und Produktentwicklungen weiter voranzutreiben: „Die Pandemie war auch ein Beschleuniger der Digitalisierung und der konsequenten Anbindung unserer weltweit installierten Anlagen an unsere Serviceportale“, so Frank Eberle, ebenfalls Geschäftsführer bei Alpma. „Dazu kommen wichtige Neuerungen in der Weiterentwicklung unserer Produktionslinien – insbesondere im Hinblick auf die weltweit gestiegenen Hygieneanforderungen.“

Das neuartige Inspektionssystem Eagle Eye kommt künftig vor allem in voll automatisierten Produktionslinien für Käse zum Einsatz: Das elektronische „Adlerauge“ entdecke an rein maschinell entpackten Käseblöcken Mängel wie Folienschnipsel oder unerwünschten Schimmel sofort und mit einer Sicherheit, die der des menschlichen Auges überlegen sei. Dank modernster Kameratechnik und eines eigens von Alpma entwickelten Beleuchtungssystems erreiche das Eagle Eye dabei eine Genauigkeit von nahezu 100 Prozent, freuen sich die Alpma-Geschäftsführer. FreshPack ist eine passgenaue und zweifach versiegelte Folienverpackung. Sie schützt die Butter nicht nur vor Manipulation und Verunreinigungen, sondern bewahrt auch das Aroma der sensiblen Ware besser. Das Konzept feiert in Köln seine Messe-Premiere, wurde jedoch schon 2021 von der Deutschen Lebensmittelgesellschaft (DLG) mit dem goldenen FoodTec Award ausgezeichnet.



Nachholbedarf ist groß

Der Vorsitzende des Verbands der deutschen Messewirtschaft (AUMA), Philip Harting, verdeutlicht in einer Pressemitteilung, wie groß der Nachholbedarf an Ausstellungen ist. Erstmals nach zwei Jahren pandemiebedingter Absagen und Verschiebungen können im Sommer 2022 über 250 Messen wieder stattfinden. „An uns hängt viel. Die Messe ist als Treffpunkt für Problemlöser und Schaufenster für Innovationen unverzichtbar. Immer mehr Wirtschaftszweige wollen und können nicht mehr auf ihre Branchenschau verzichten“, so der Vorsitzende. Von gut 150 geplanten Messen konnten heuer im ersten Quartal nur knapp 20 durchgeführt werden – diese fast ausschließlich im März. Im Messe-Monat Mai sind deutschlandweit Aktionen an den Messeplätzen geplant, die über den Standort und die eigene Veranstaltung hinausreichen. Damit solle gezeigt werden, welche weitreichende Bedeutung die deutsche Messewirtschaft für die gesamte Volkswirtschaft habe, teilt Harting weiter mit.