

Experten im Gespräch

Innovationen – Technologie – Trends – Kosten – Konzepte – Lösungen

**Klebertechnik in der industriellen
Instandhaltung – die Bedeutung von
Savings in der Wertschöpfungskette!**



Expertenrunde: (v.l.n.r.) Louis Schnabl, Dr. Volker Weidmann, Oliver Ehrenguber, Harald Neuhaus.

IKBT

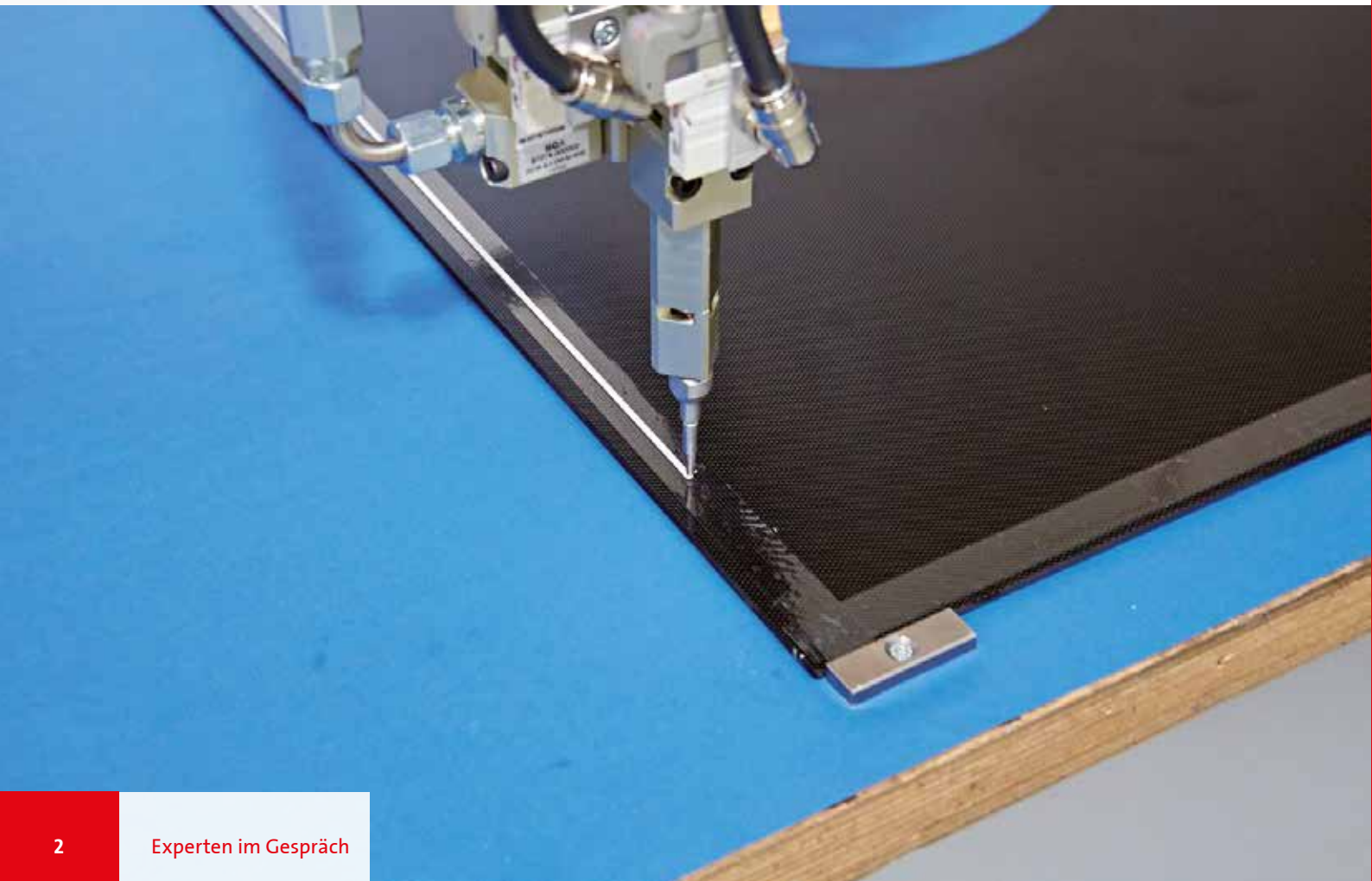
Institut für Kommunikation
Bau und Technik

- **Kostenoptimierte Instandhaltung – welche Rolle spielen chemo-technische Produkte?**
- **Klebetchnik im Produktionsprozess – wohin geht der Trend?**
- **Versorgungssicherheit – welcher Service-Partner liefert den Mehrwert dazu?**

Innovative Schritte im Produktionsprozess – hinterlegt mit professionellem Service, kompetenter persönlicher Beratung und einer nachhaltig gesicherten Versorgung – spielen für die Industrie eine gewichtige Rolle bei der Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit. Ein entscheidender Faktor: die kostenoptimierte Instandhaltung. In München ging es im Rahmen der IKBT-Expertengespräche insbesondere um die Bedeutung von Savings in der Wertschöpfungskette. Wichtige Themen: Was kann Instandhaltung zur besseren Wettbewerbsfähigkeit der Industrie beitragen? Was können, was müssen zum Beispiel serviceorientierte Klebstoffhersteller dazu leisten?

Instandhaltung

Das Bild vom Instandhalter hat sich deutlich gewandelt. Industrielle Instandhaltung geht heute über den Reparatur- und Wartungsservice weit hinaus. Sie ist intelligentes Management für die nachhaltig optimierte Anlagenverfügbarkeit. Sie setzt die Impulse für den ständigen Innovations- und Optimierungsprozess in der Produktion. Und hier spielen zum Beispiel chemo-technische Produkte mit ihrem extrem hohen Innovationspotential eine immer bedeutendere Rolle. Innovative Klebetechniken lösen gerade in der energieintensiven High-Tech-Produktion die konventionellen Fügeverfahren mehr und mehr ab. Instandhaltungsmanagement ist stets Kostenmanagement, denn ungeplante Stillstände erreichen häufig betriebswirtschaftlich relevante Größenordnungen. Dazu kommen die Kosten des Wertverlusts der Anlage durch verkürzte Lebensdauer. Insofern ist Instandhaltung eine unternehmensstrategische Aufgabe, die ganz erheblich zur Wertschöpfung beiträgt – und damit auch über Wettbewerbsfähigkeit und Zukunftsfähigkeit des Unternehmens entscheidet. An dieser Wertschöpfung haben natürlich viele ihren Anteil. Nicht nur die Instandhalter selbst, sondern auch ihre Versorgungspartner im Technischen Handel und in der Industrie – immer vorausgesetzt, die Instandhalter überzeugen ihren Einkauf, auf die preiswerteste statt auf die billigste Lösung zu setzen. Nur so entstehen funktionierende „Wertschöpfungsnetzwerke“, die einerseits die Effizienz im Prozess erhöhen und andererseits die Kosten minimieren.



Leistung – Innovation – Mehrwert

Maximierung der Produktionslaufzeiten, Minimierung der Stillstandszeiten und Optimierung des Produktionsprozesses – Instandhaltung ist eine ausgesprochen komplexe Aufgabe. Damit geht einher, dass immer komplexere Produktionstechnologien und -prozesse auch die Anforderungen an Lieferanten in immer höhere Dimensionen schrauben. Innovative Industriepartner sind damit die „Instandhaltungsdienstleister“ für die produzierende Industrie schlechthin. Denn sie bieten nicht nur die notwendigen Produkte mit der Sicherheit hoher Markenqualität zu einem marktgerechten Preis, sondern auch die nötige Versorgungssicherheit, die kompetente Fachberatung, die Expertise im Problemfall. Hinzu kommen die Dienstleistungen der Distributionspartner im Technischen Handel. Beim Technischen Fachhandel SAHLBERG ist der Kunde mehr als nur eine Liefer- und Rechnungsadresse. Seine Mitarbeiter sind regelmäßig vor Ort präsent, kennen ihre Kunden und deren Problemlagen, sprechen und verstehen die Sprache ihrer Kunden. Eben dadurch sind sie in der Lage, den Service zu leisten, der auch Nutzen bringt, und Innovationsimpulse zu geben. Im Wettbewerb der Leistung statt im Wettbewerb der Preise, das macht bei diesen Partnern den Unterschied aus – und den Nutzen für die Industrie.

Mehr als Kleb- und Dichtstoffe

Hochwertige Kleb- und Dichtstoffe – den guten Ruf verdankt OTTO neben der Qualität seiner Produkte „made in Germany“ anderen Mehrwert-Faktoren: OTTO ist ein konzernunabhängiges, mittelständisches Unternehmen, das nach wie vor inhabergeführt ist – mittlerweile in der 5. Generation. Das bedeutet kurze Kommunikationswege, schnelle Entscheidungen und eine flexible Organisation. Schnelligkeit und Flexibilität zeichnen die Logistik aus: 24h-Service bei Lagerware und kurze Lieferzeiten bei auftragsbezogener Fertigung sind die Norm, Kleinmengenservice ab 1 Kartusche ist die Kür. Im Produkt inbegriffen ist die Beratung über die ganze Lebensdauer, von der Anwendungsberatung vor Ort vor der Entscheidung über Anwenderschulungen bis zum Telefonnotruf bei Problemen oder zur Modifikation z.B. bei veränderten Produktionsprozessen. Entscheidend: Menschen, die für ihre Kunden da sind und Verantwortung übernehmen, die zuständig sind und neben der Motivation auch über die nötige Kompetenz verfügen. Und selbstverständlich ist OTTO zertifiziert nach ISO 14001 – Umweltmanagement.

Louis Schnabl, Institut Kommunikation Bau und Technik (Düsseldorf):

„Produkte und Dienstleistungen sind die unabdingbare, gemeinsame Basis, ohne die nichts geht.“



Dipl.-Ing. Harald Neuhaus, FVI Forum Vision Instandhaltung (Ratingen):

„Natürlich bestellt der Einkäufer. Aber der Fachmann aus der Instandhaltung muss ihm sagen können, was er braucht und wenn möglich, von wem. Natürlich sollte der Einkäufer den optimalen Preis herausholen. Aber er muss sich auch fragen, woher Preisunterschiede kommen. Und erkennen, was beim niedrigen Preis fehlt und was beim höheren Preis an Mehrwert hinterlegt ist.“



Dr. Volker Weidmann, Geschäftsführer OTTO-CHEMIE (Fridolfing):

„Das wichtigste Gut unseres Unternehmens ist das Vertrauen, das die Marke OTTO im Markt genießt. Das hängt sicher von der Qualität unserer Produkte made in Germany ab. Und insbesondere von der Glaubwürdigkeit und Beratungskompetenz der Menschen, die für OTTO stehen. Dazu kommt ein Mehrwertservice, der im Markt seinesgleichen sucht.“



Oliver Ehrenguber, Klebetechniker SAHLBERG (Feldkirchen bei München):

„Wir Technischen Händler stehen als zentrales Bindeglied in der Versorgungskette zwischen Hersteller und Anwender. Wir liefern unserem Kunden über Verfügbarkeit, Logistik und Kompetenztransfer einen Mehrwert, den er so nur bei uns bekommt. Deshalb arbeiten wir nur mit Markenherstellern, die uns gleichfalls über Verfügbarkeit und Kompetenztransfer nachhaltig Mehrwert liefern.“



Faktencheck

Louis Schnabl:

Das Unternehmen ist die Marke



„Produkte, gerade im Bereich der Chemotechnik, sind im Grunde weitgehend austauschbar. Dafür sorgen schon die Rohstoffhersteller, die den Markt breitflächig bedienen. Markenprodukte nicht, denn die Differenzierung im Markt findet über die Unternehmensleistung statt, über Kompetenz, Beratung, Dienstleistung und hochflexible Logistik. Und über die Unternehmensethik, vom Umweltschutz über das Qualitätsdenken bis zur Verlässlichkeit und dem Engagement der Menschen, die das Unternehmen repräsentieren!“

Louis Schnabl, Fachjournalist Technik, Geschäftsführer des IKBT Institut für Kommunikation Bau und Technik (Düsseldorf).

Volker Weidmann:

Der Handschlag gilt



„Für uns kommt es nicht in Frage, um jeden Preis zu verkaufen. Wir beim Familienunternehmen OTTO haben den Anspruch, den man mit dem leider etwas altmodisch gewordenen Begriff „Anstand“ fassen kann. Wir produzieren, aber nachhaltig und ausschließlich in hoher Qualität in Deutschland. Wir wachsen, aber organisch. Wir sehen in unseren Mitarbeitern wie in unseren Kunden zuerst den Menschen. Wir wollen nicht nur verkaufen, sondern wirklichen Nutzen bringen. Wir kümmern uns, wenn etwas schiefgeht. Und was wir versprechen, wird eingehalten. Dafür stehen erreichbare Menschen mit ihrem Namen ein – bis zum Chef persönlich. Der Handschlag gilt – nachprüfbar!“

Dr. Volker Weidmann, Geschäftsführer OTTO-CHEMIE (Fridolfing).

Oliver Ehrenguber:

Mehrwert muss dem Kunden mehr wert sein



„Leistung muss sich lohnen. Es ist selbstverständlich, dass wir bei unseren Kunden in Vorleistung treten, vor Ort seine technischen Probleme analysieren. Dass wir Tests machen, Lösungen vorschlagen, die erforderlichen Daten und Zertifikate vorlegen, ein Versorgungskonzept anbieten. Es ist aber auch unabdingbar, dass dieser Mehrwert honoriert wird. Nämlich durch den Kauf des Produkts zu einem Preis, der diesem Mehrwert entspricht. Die Beratung „abzusahnen“ und dann via Google Preise „einzukaufen“ ist zwar machbar. Doch es rächt sich früher oder später, wenn die Verfügbarkeit nicht gesichert ist oder niemand da ist, der im Tagesgeschäft eine Frage kompetent beantworten kann.“

Oliver Ehrenguber, Klebetechniker SAHLBERG (Feldkirchen bei München).

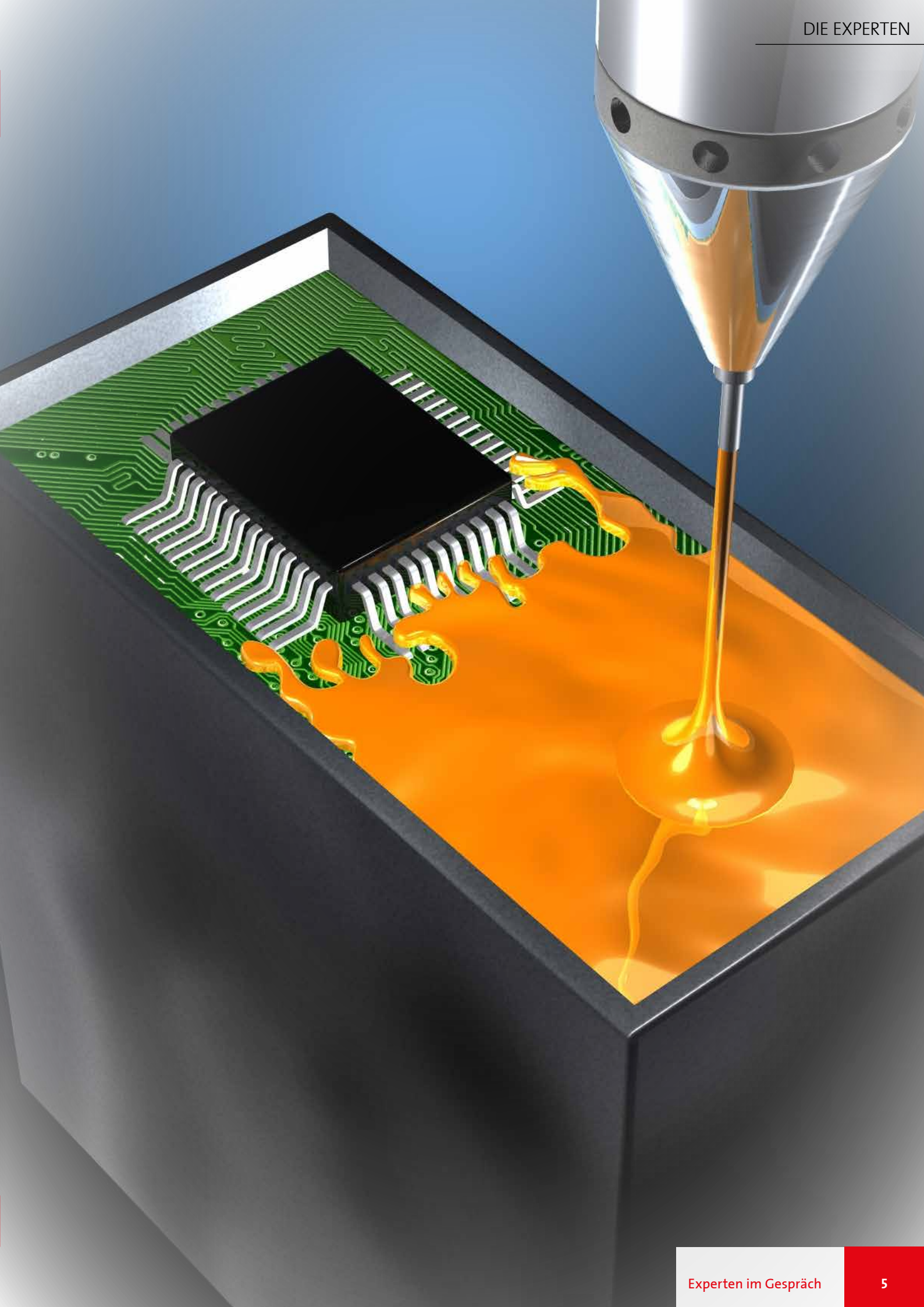
Harald Neuhaus:

Innovation mit Sicherheit



„Um den störungsfreien Betrieb der Anlagen sicherzustellen, sind Instandhalter naturgemäß konservativ und wenig geneigt, sich auf Experimente einzulassen. Wenn Innovation, dann z. B. mit der Expertise eines Fachhändlers oder Markenherstellers, mit dem man über lange Jahre gute Erfahrungen gesammelt hat. Oder durch gut dokumentierte Referenzbeispiele aus dem Markt. Ich kann mir gut vorstellen, dass sich gerade die Klebetechnologie häufig als „überlegene“ Lösung herausstellt. Nicht nur im Produktionsprozess selbst, sondern gerade bei der Reparatur eines defekten Maschinen- oder Anlagenteils, um die Stillstandszeit zu minimieren.“

Dipl.-Ing. Harald Neuhaus, Ehrenvorstand FVI Forum Vision Instandhaltung e.V. (Ratingen).





Oliver Ehrenguber
Klebetechniker SAHLBERG
(Feldkirchen bei München):

„Für mich ist Ethik ein entscheidender Gesichtspunkt. Ich will und kann guten Gewissens nur Klebstoffe verkaufen, mit denen ich mich „wohlfühle“. Weil Qualität und Leistung stimmen. Und weil Dienstleistungsversprechen auch eingehalten werden.“



Dipl.-Ing. Harald Neuhaus
FVI Forum Vision Instandhaltung
(Ratingen):

„Die Instandhaltung wird sich deutlich verändern. Mit Industrie 4.0 kommen sicherlich neue, transparente Produkte und kommunizierende Systeme, die dem Instandhalter die Zustandsanalyse ebenso wie die Ersatzbeschaffung erleichtern. Aber auch morgen wird er – wie heute auch – den kompetenten Fachpartner auf Handels- und Herstellerseite brauchen, der ihn vor Ort als Problemlöser unterstützt.“



Louis Schnabl
Institut Kommunikation Bau und Technik
(Düsseldorf):

„Tue Gutes und rede darüber. Wo Wertschöpfung gelingt, ist es entscheidend, diese Wertschöpfung auch über alle Kanäle – intern wie extern – zu dokumentieren und zu kommunizieren.“



Dr. Volker Weidmann
Geschäftsführer OTTO-CHEMIE
(Fridolfing):

„Es gibt unendlich viele Felder, auf denen die Klebetechnologie ihren Nutzen entfalten kann. Zumal es unendlich viele Möglichkeiten gibt, den Klebeprozess und das Klebeergebnis zu modifizieren. Vorausgesetzt man macht sich frei von dem Gedanken: Das haben wir schon immer so gemacht!“

Umweltgerechte Produktion

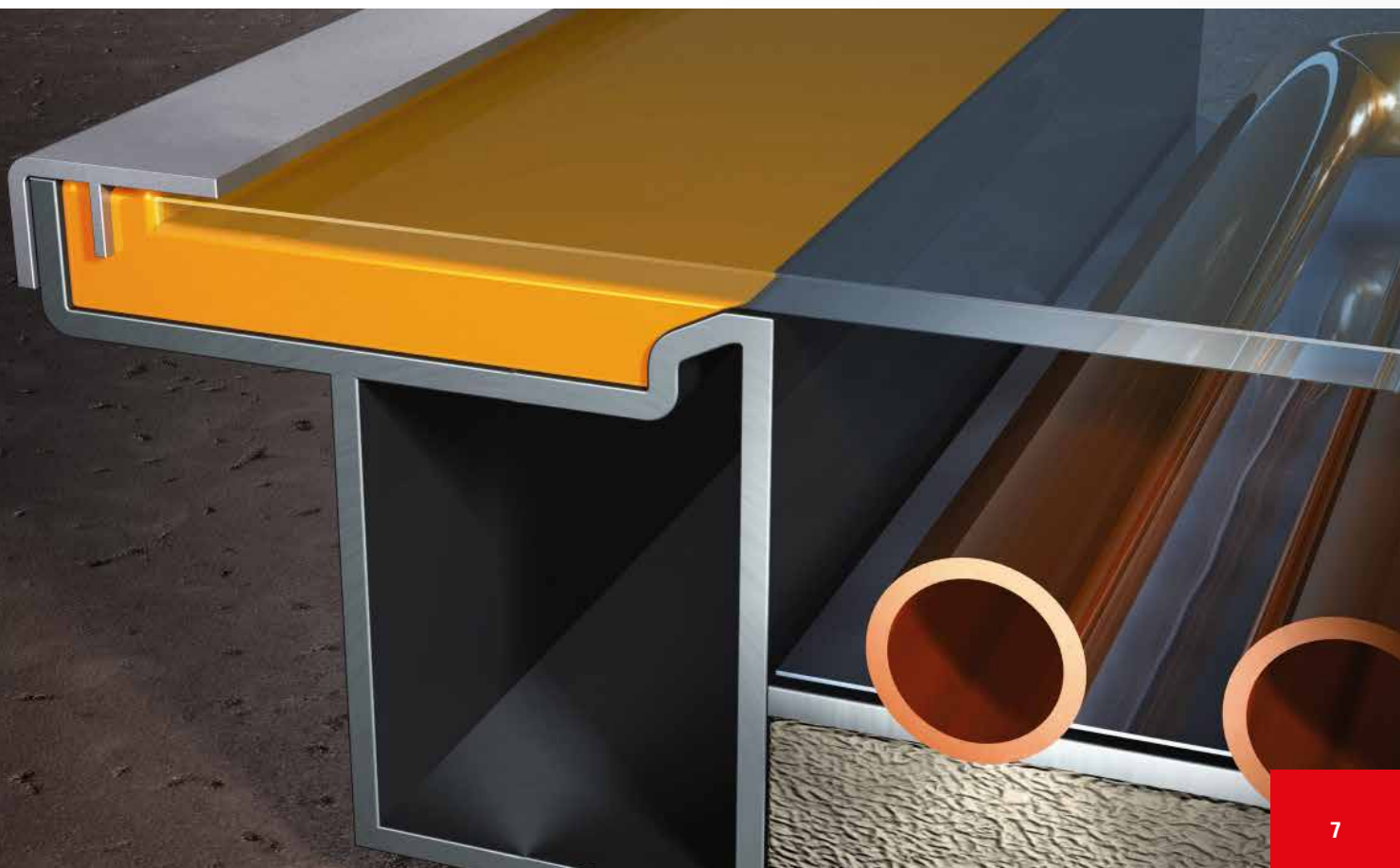
Sicher zu produzieren wurde lange Zeit vor allem unter dem Aspekt der sicheren Produktionsprozesse gesehen. Dies geht längst einher mit einer umweltgerechten Produktion, ein wichtiger Faktor am Produktionsstandort Deutschland. Ergebnisse sind z. B. lebensmitteltaugliche Dicht- und Klebstoffe für eine normgerechte, unproblematische Anwendung. Der kompetente Technische Handel bietet auch hier die nötige Beratungs- und Versorgungssicherheit. Er hilft seinen Kunden, die gesetzlichen Auflagen einzuhalten – in Verbindung mit ihren leistungsfähigen Industriepartnern.

Dienstleistung und Service

OTTO etwa entwickelt und produziert alle seine Produkte selbst, maßgeschneidert für die industrielle Anwendung. Das ermöglicht Lösungen auch für besondere Aufgabenstellungen mit einer breiten Palette von Spezialprodukten. Neuentwicklung setzt dabei den kontinuierlichen Dialog mit dem Kunden zwingend voraus. Beispiel: Hotmelts designed by OTTO. Diese neuen reaktiven PU-Hotmelts lassen sich in vielen Parametern exakt an die individuellen Bedingungen anpassen, ob bei der Viskosität, der Applikationszeit, der physikalischen Aushärtengeschwindigkeit, der Endfestigkeit oder anderen prozess- und anwendungsorientierten Anforderungen. Auf diese Weise werden maßgeschneiderte

Designprodukte mit individuellen Eigenschaftsprofilen zum Kleben, Vergießen oder Beschichten entwickelt. Und damit der Kunde genau die passende Menge an reaktiven PU-Hotmelts zur Verfügung hat, werden die Logistikabläufe an den jeweiligen Mengenbedarf und die vom Kunden gewünschte Gebindeeinheit angepasst. Und ebenso an das vom Kunden bevorzugte Bestellsystem und die von ihm gewünschte Kennzeichnung für sein Materialwirtschaftssystem.

Generell aber macht den wirklichen Unterschied für den Endanwender die Leistung „rund ums Produkt“ aus. Die Sicherheit der ständigen Verfügbarkeit. Die Logistik-Dienstleistung über den Standard hinaus, d.h. auch mit Kleinmengenlogistik, kurzfristiger Lieferung und spontaner Hilfe im Notfall. Relativ kleine Klebstoffmengen werden bei Bedarf „on-demand“ produziert. Gerade wenn es „brennt“, weil außer den Kosten nichts mehr läuft, ist diese „Feuerwehrleistung“ unbezahlbar. Also die Erreichbarkeit und Auskunftsfähigkeit der Beratungsexperten. Die sofortige Verfügbarkeit der benötigten Produkte. Hinzu kommen Leistungen wie die individuelle Schulung der Mitarbeiter. Der Einsatz der Außendienst-Experten des Technischen Handels oder des Herstellers vor Ort. Die Experten am Telefon, wenn sonst keiner weiter weiß. Mehrwertleistungen mit Wertschöpfungsfaktor, die gar nicht oft genug dokumentiert und kommuniziert werden können.



Die Experten

Die zehn wichtigsten Forderungen



Harald Neuhaus

Ehrenvorstand Forum Vision Instandhaltung e.V.
(Ratingen)



Dichtstoffe • Klebstoffe

Dr. Volker Weidmann

Geschäftsführer Hermann Otto GmbH
(Fridolfing)



Oliver Ehrenguber

Senior Application Engineer
Adhesive Technology
SAHLBERG GmbH & Co. KG
(Feldkirchen)



Institut für Kommunikation
Bau und Technik

Louis Schnabl

Fachjournalist Technik, Geschäftsführer IKBT (Düsseldorf)

© IKBT, Institut für Kommunikation Bau und Technik
Louis Schnabl,
Marbacher Straße 114, 40597 Düsseldorf,
Telefon +49 – 211 – 90486-0, Telefax +49 – 211 – 90486-11,
louis.schnabl@institut-bau-technik.de, www.ikbt.de

1. Innovation – den Nutzen von Kleben als Füge-technik umsetzen!
2. Service – komplette Dienstleistung rund ums Produkt!
3. Netzwerk – Arbeitsteilung und Synergien zwischen Hersteller, Handel und Anwender optimieren!
4. Fairness – wo Dienstleistung in Anspruch genommen wird, wird auch gekauft!
5. Schnelligkeit – kurze Reaktionszeiten im Notfall!
6. Information – Produktveränderungen permanent an Verbraucher kommunizieren!
7. Transparenz – Produktdaten von der Herstellung bis zur Anwendung offenhalten!
8. Leistungsbewertung – nach Nutzen im dauerhaften Produktionsprozess!
9. Dialog – mehr Innovationsrunden mit Herstellern, Handel und Anwendern!
10. Kommunikation – Referenzen dokumentieren und veröffentlichen!

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck und sonstige Verwendung – auch auszugsweise – nur mit Genehmigung. Rechtliche Ansprüche können aus dieser Broschüre nicht abgeleitet werden.