

Experten im Gespräch

Innovationen – Technologie – Trends – Kosten – Konzepte – Lösungen

Innovatives Kleben in der Leuchtenindustrie



Expertenrunde (v.l.n.r.) Peter Oetjens, Louis Schnabl, Dr. Volker Weidmann, Jörg Retzlaff.

IKBT

Institut für Kommunikation
Bau und Technik

- **Leuchtenindustrie – geht Produktion überhaupt noch ohne innovative Produkte mit Mehrwert-Komponenten?**
- **Wie lässt sich die Effizienz im Prozess erhöhen?**
- **Welche Partner liefern echten Mehrwert?**

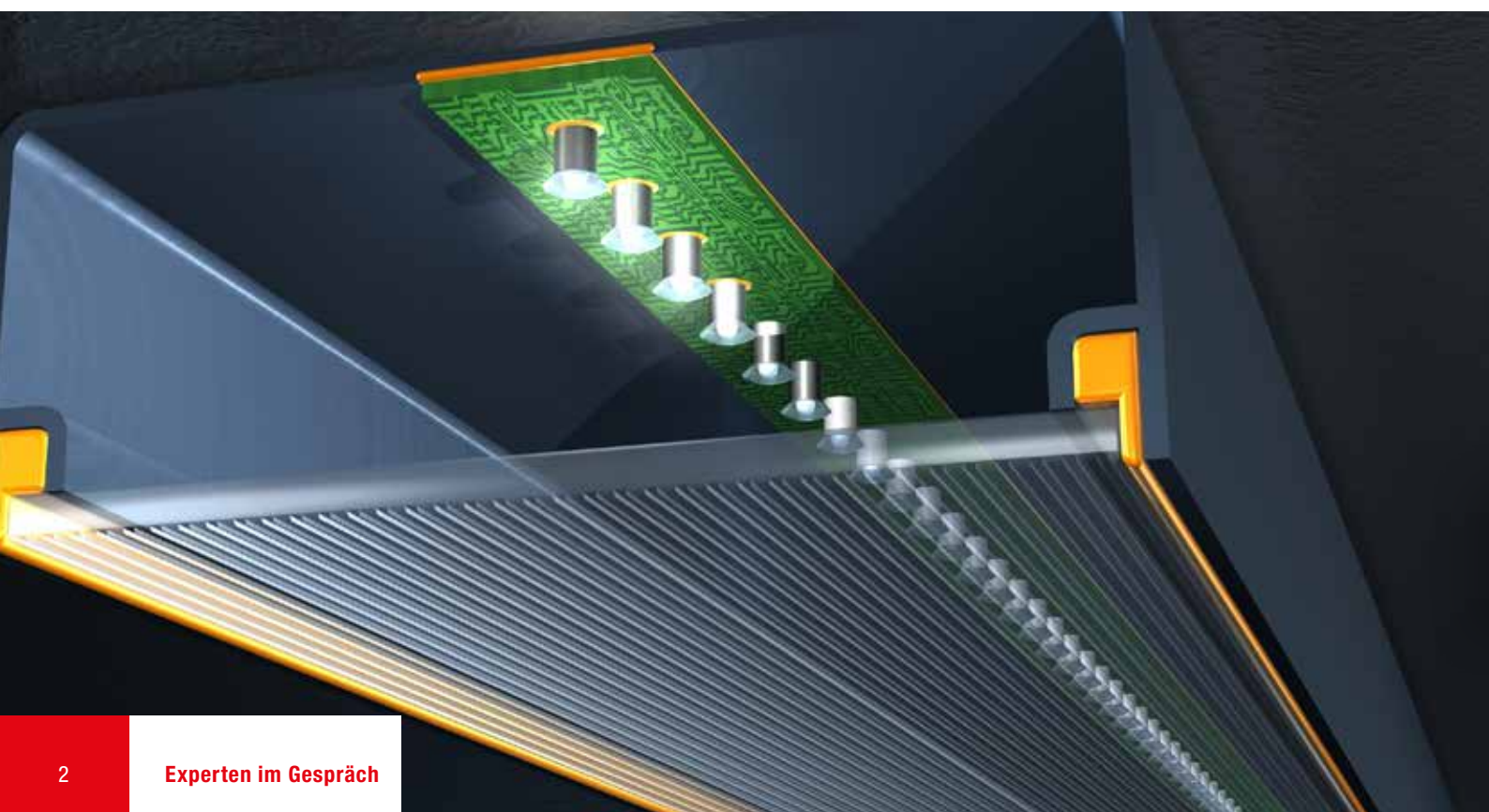
Die Leuchtmittelindustrie hat in vergleichsweise kurzer Zeit einen Generationswechsel vollzogen: von der Glühlampen- zur LED-Technik. Damit ging notwendigerweise eine völlig neue Produktionstechnologie einher. Ein Merkmal: der Einsatz der Klebtechnologie zum hochwertigen Verbinden für Leuchten-systeme. In Frankfurt trafen sich Vertreter der Industrie, um im Rahmen der IGBT-Expertengespräche das Thema innovatives Kleben in der Leuchtenindustrie zu beleuchten. Geht moderne, wettbewerbsfähige Produktion in dieser Branche überhaupt noch ohne Kleben? Wohin geht der Trend?

Wertschöpfung

Ob bei der Produktion von Leuchtengehäusen und Fahrzeugleuchten oder beim Verguss von Elektronikbauteilen – gerade in der Leuchten-industrie hat nachhaltiges Kostenmanagement das Kleben und Dichten im Prozess praktisch unverzichtbar gemacht. Kleben und Dichten in einem Arbeitsgang, Vergießen und Designen mit einem Produkt, das hat nicht nur zahlreiche technische Vorteile, es vereinfacht und sichert auch den Prozess und hat damit wirtschaftliche Vorteile, wird also einer hohen Kosten-/Nutzenerwartung gerecht.

Der Einkauf setzt heute im Interesse der Qualität in aller Regel nicht mehr auf die „billigste“, sondern auf die preiswerteste Lösung. Die Qualität der eingesetzten Kleb- und Dichtstoffe ist also ein Wert-schöpfungsfaktor. Dafür braucht es aber funktionierende „Wertschöp-fungsnetzwerke“, bestehend aus den Produktionsingenieuren und Anlagenverantwortlichen in der Leuchtenindustrie ebenso wie aus den Anwendungstechnikern und den Fachberatern der Klebstoffhersteller, die nicht nur Produkte verkaufen, sondern den Mehrwert bieten, der sich aus der gemeinsamen Wahl der geeigneten Produkte bzw. ihrer Modifizierung speziell für den gefragten Anwendungsfall und seine Umgebungsbedingungen ergibt. Denn nur solche Partnerschaften bringen allen Beteiligten echten Nutzen und Produktions- und Versor-gungssicherheit.

Manchmal sind es die Produktionsingenieure in der Industrie, manch-mal die Fachleute des Klebstoffherstellers, die die Einsparpotenziale erkennen und kommunizieren. Wie auch immer – die Frage nach der Effizienz im Prozess lässt sich nie abschließend beantworten, sie stellt sich permanent neu. Die Wertschöpfungsreserven, die sich dabei ergeben, kommen den Unternehmen der Leuchtenindustrie nachhaltig zugute.



Leistung – Innovation – Mehrwert

Immer komplexere Produktionstechnologien und -prozesse schrauben die Anforderungen an Lieferanten in immer höhere Dimensionen. Innovative Industriepartner wie die Hersteller der Kleb- und Dichtstoffe sind damit die „Dienstleister“ für die produzierende Industrie schlechthin. Das beginnt schon bei der Versorgungssicherheit. Der Service-Partner muss die Verfügbarkeit von Lagerware sichern. Nach Bedarf die flexible und schnelle Produktion auch individueller Chargen. Und schließlich eine Logistik, die sicherstellt, dass alles, was gebraucht wird, zur richtigen Zeit in der richtigen Menge am richtigen Platz ist. Und wenn in der Produktionsplanung des Kunden mal ein Malheur passieren sollte und es zu spät auffällt, dass eine Produktionskomponente auszugehen droht, dann muss ein Partner, der den Namen verdient, auch flexibel genug sein, schneller Problemlöser zu sein. Dabei ist die Verfügbarkeit des zugehörigen Know-hows mindestens so wichtig wie das Produkt selbst. Diese Leistungen muss die Industrie heute von ihrem Service-Partner einfach erwarten können. Dazu kommen Beratung und Einweisung bei der Anwendung, Klebprüfungen und Produktmodifikationen bei Produktionsumstellungen oder auch einfach nur die schnelle Erreichbarkeit von Spezialisten, deren Namen man kennt, statt des Daueraufenthalts in den Warteschleifen von Call-Centern. Das macht aus Sicht der Industrie bei den Partnern den Unterschied aus. Hilfreich ist es, wenn der Service-Partner absoluter Spezialist auf seinem Gebiet ist, aber zugleich so breit aufgestellt wie ein Vollsortimenter und der Leuchtenindustrie ein breites Produktspektrum anbieten kann, um ihre Bedarfe im strukturellen, elastischen Kleben und Dichten abzudecken. Hier erwartet der aufgeklärte Einkauf einen Wettbewerb der Leistung und nicht nur der Preise. Allerdings einer Leistung, die auch entscheidend kommuniziert wird, so dass sich der Einkauf auf Innovationen einlassen kann. Innovationstreiber ist dabei der Markt bzw. der Kunde. Oder der Klebstoffhersteller mit innovativen Produkten und Serviceleistungen.

Louis Schnabl

„Innovation ist die Triebfeder für die Zukunftsfähigkeit der Leuchtenindustrie. Innovation nicht unbedingt im Sinne von revolutionärer Neuentwicklung, sondern evolutionärer Weiterentwicklung bestehender Prozesse.“



Dr. Volker Weidmann

„Die wichtigste Weichenstellung für die Wertschöpfung im Produktionsprozess erfolgt am Anfang. Deshalb sind wir gerne von vornherein dabei und bringen unsere Kompetenz bereits in der Projektierungsphase ein.“



Dipl.-Ing. (FH) Peter Oetjens

„Kleben ist bei uns seit 60 Jahren ein Thema, aber erst mit der LED-Technologie hat es richtig Fahrt aufgenommen. Heute ist kein Platz mehr für Schrauben und Nieten. Dichten und strukturelles Kleben dagegen lassen auch miniaturisierte Bauteile zu.“



Jörg Retzlaff

„Die Dosieranlage, die heute Silicon verarbeitet und morgen Epoxy, gibt es nicht. Wertschöpfung bekommen wir da hin, wo wir mit Anwendern und Klebstofflieferanten an einem Tisch sitzen und die Dosiereinheit anwendungsspezifisch projektieren können.“



Meinung



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. Entscheidend für den Kunden ist deshalb die Differenzierung über die Unternehmensleistung, also 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).



Peter Oetjens:

Netzwerkbildung

„Erfolgreiche Prozessoptimierung heißt für uns Netzwerkbildung mit unseren Partnern. Ich muss wissen, wer auf Lieferantenseite meine Gesprächspartner sind, und muss sie kennenlernen. Möglichst persönlich. Denn ich muss ihnen vertrauen. Bei OTTO wie bei Reinhardt Technik bin ich auf der sicheren Seite. Ich brauche das regelmäßige Gespräch, denn nur im Austausch entsteht Wissen, das sich im Produkt oder im Prozess in Innovationen umsetzen lässt. Diese Wissenspartnerschaften sind alles andere als Luxus. Mit diesem Wissen verdienen wir letztlich unser Geld und sichern den Abstand im Wettbewerbsumfeld!“

Dipl.-Ing. (FH) Peter Oetjens,

Abteilungsleiter Konstruktion/Werkzeugbau WE-EF-LEUCHTEN GmbH & Co. KG (Bispingen).

Jörg Retzlaff:

Wartung und Instandhaltung

„Produktion ist kein Prozess, der anfängt, wo wir aufhören. Sondern, wenn wir im Dialog mit dem Kunden bleiben, ist das häufig der Beginn einer neuen Innovationsschleife. Produktion läuft auch nicht als Perpetuum Mobile, sondern bedarf der Wartung und Instandhaltung. Für die einfachen Wartungsmaßnahmen schulen wir die Anwender, für die Zustandsüberwachung bieten wir, sofern der Kunde zustimmt, den Fernwartungs-Service an. Und für alles andere halten wir unser Ersatzteillager mit 50.000 Teilen und sind vor Ort, um Produktionsstillstände zu minimieren und Revisionszyklen zu optimieren.“

Dr. Volker Weidmann: Designprodukt

„Nicht immer ist ein bestehendes Produkt der Weisheit letzter Schluss, und nur selten ist ein Kleb- oder Dichtstoff „von der Stange“ die optimale Lösung für den individuellen Anwendungsfall. Es ist unsere Stärke, unter Berücksichtigung der eingesetzten Werkstoffe, der Taktzeiten in der Produktion, der speziellen Anforderungen an die Aushärtengeschwindigkeit, der Anlagenarchitektur für die Gebindegrößen und anderer Umgebungsbedingungen die optimale Individuelllösung zu designen. Nur so lässt sich nachhaltig Produktionssicherheit und mehr Wertschöpfung generieren.“



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



Jörg Retzlaff,
Vertriebsleiter Reinhardt-Technik GmbH (Kierspe).

Dr. Christoph Weiß: Innovationsgemeinschaft

„In der Leuchtenindustrie sowie in der Leiterplatten- und Bestückungsbranche wird das Kleben schon seit langer Zeit in verschiedenen Anwendungen eingesetzt. Neben der einfachen mechanischen Fixierung der Komponenten spielen auch immer komplexere Anwendungsgebiete, wie Entwärmung, elektrische Verbindungen etc. eine Rolle. Die Klebstoffe müssen für den Einsatzzweck optimiert werden. Ohne den Einsatz von Klebtechnologien wäre die Leuchtenproduktion vor allem im LED-Bereich heute nicht mehr denkbar. Das macht unsere Branche und die Klebstoffhersteller zu einer natürlichen Innovationsgemeinschaft mit viel Zukunftspotential. Wir dürfen gespannt sein, was aus dieser Partnerschaft noch entstehen wird.“

Dr. Christoph Weiß,
Geschäftsführer EITI - European Interconnect Technology Initiative e.V. im ZVEI - Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e.V.



Dipl.-Ing. (FH) Peter Oetjens

„Als Anwender wollen wir Schulung und Beratung in Sachen Kleben. Es ist zu zeitaufwändig und zu teuer, sich durch (schlechte) Erfahrung zu schulen.“



Louis Schnabl

„Deutschlands Industrie, vor allem der Mittelstand, leistet Herausragendes. Aber wir reden zu wenig darüber. Deshalb ist es längst nicht allen bewusst, welches Leistungspotential im Kleben und Dichten steckt. Oder welches Servicepotential gerade diese Lieferindustrie hat. Der Mittelstand muss also deutlich mehr kommunizieren, was er tut und was er kann. Nicht nur im Interesse des Anbieters, sondern des Anwenders und letzten Endes des Verbrauchers.“



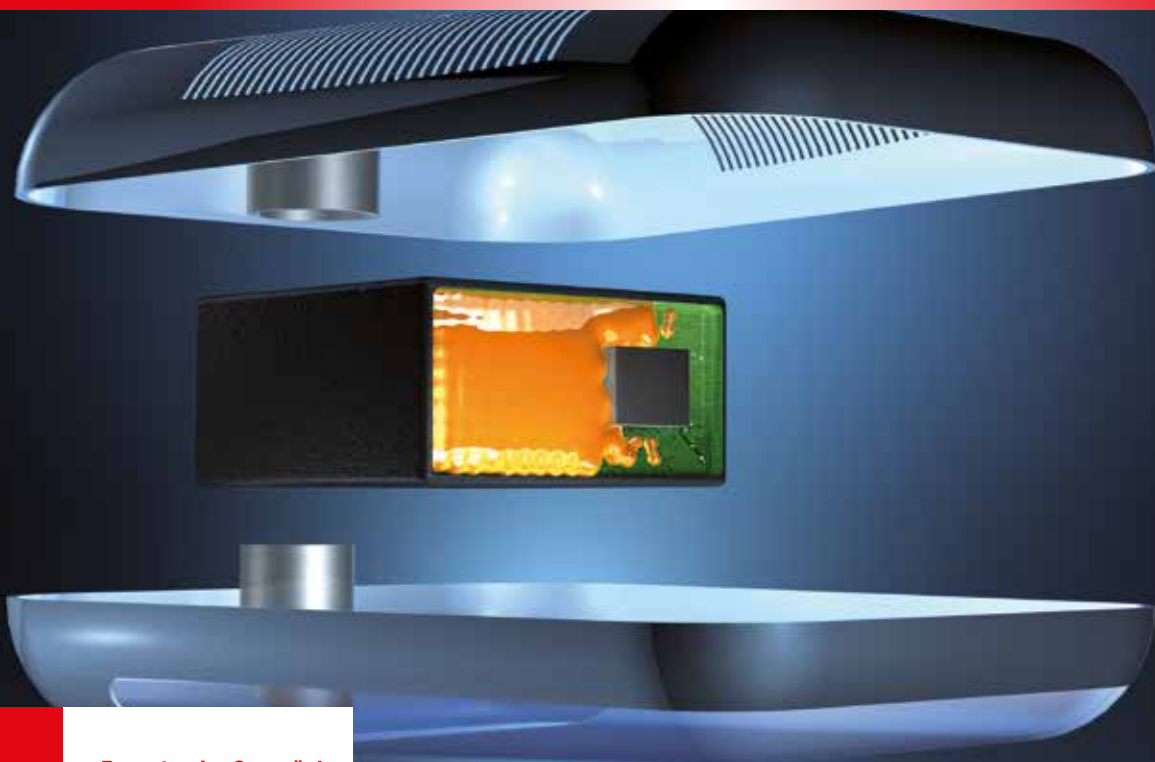
Jörg Retzlaff

„Wartung an Heiligabend machen wir nicht – alles andere schon. Unsere Service-Hotline ist an sechs von sieben Wochentagen besetzt. Ferner planen wir ein Onlineportal, bei dem der Kunde die Verfügbarkeit der Ersatzteile sehen kann und diese auch sofort online bestellen kann.“



Dr. Volker Weidmann

„Wenn mal was schiefgeht und Not am Mann ist, dann erfahrungsgemäß immer kurz vor dem Wochenende. Dann bewähren sich die persönlichen Bindungen zu einem servicefähigen und servicewilligen Partner, mit dem sich das Problem nicht nur lösen, sondern auch schnell lösen lässt.“



Umweltgerechte Produktion

Das Thema „sicheres Produzieren“ wurde lange Zeit nur unter dem Aspekt der sicheren Produktionsprozesse gesehen. Mit wachsendem Umweltbewusstsein und einer immer weiter verschärften Gesetzeslage – von lebensmitteltauglichen Schmierstoffen bis hin zum Klebstoff ohne Lösemittel – ist diese Frage auch eine extreme Herausforderung am Produktionsstandort Deutschland. Immerhin gibt die REACH-Verordnung (EG 1907/2006), die Europäische Chemikalienverordnung zur Registrierung, Bewertung, Zulassung und Beschränkung chemischer Stoffe, der Industrie klare Handlungsanweisungen. Beratungssicherheit gewährleistet aber auch ein Service-Partner wie OTTO, der bewusst Verantwortung für seine Umwelt übernimmt und sich bemüht, die Umweltbelastungen aus seiner Geschäftstätigkeit zu minimieren, umweltverträgliche Dichtstoffe und Klebstoffe zu produzieren und nachhaltig ökologisch zu wirtschaften. So ist das OTTO-Qualitäts- und Umweltmanagementsystem wiederholt vom TÜV Süddeutschland geprüft und nach DIN EN ISO 9001:2008 und DIN EN ISO 14001:2004 zertifiziert worden.

Dienstleistung und Service – der Unterschied

Klebstoffe sind sich heute ziemlich ähnlich und teilweise austauschbar. Den wirklichen Unterschied für die produzierende Industrie macht heute die Leistung „rund ums Produkt“ aus. Hier läuft der Wettlauf um den Auftrag, um die Ressource Einsparungen. Hier kommt es auf das Markenprodukt und den Markenhersteller an, der ein echter „Dienstleister“ ist und bei dem der Mehrwert im Vordergrund steht. Wer den besseren Service-Partner hat, das entscheidet sich nicht zuletzt an seiner Präsenz vor Ort, sei es geplant und regelmäßig, sei es spontan als „Feuerwehr“, wenn es mal brennt. Von ihrem Service-Partner hat die Industrie die Telefonnummern und Namen ihrer Ansprechpartner, möglicherweise sogar die privaten Nummern für den Notfall, und nicht nur eine „Service-Nummer“ bei einem Call-Center. Nur ein erreichbarer Partner bietet auch wirklich und dauerhaft Versorgungssicherheit

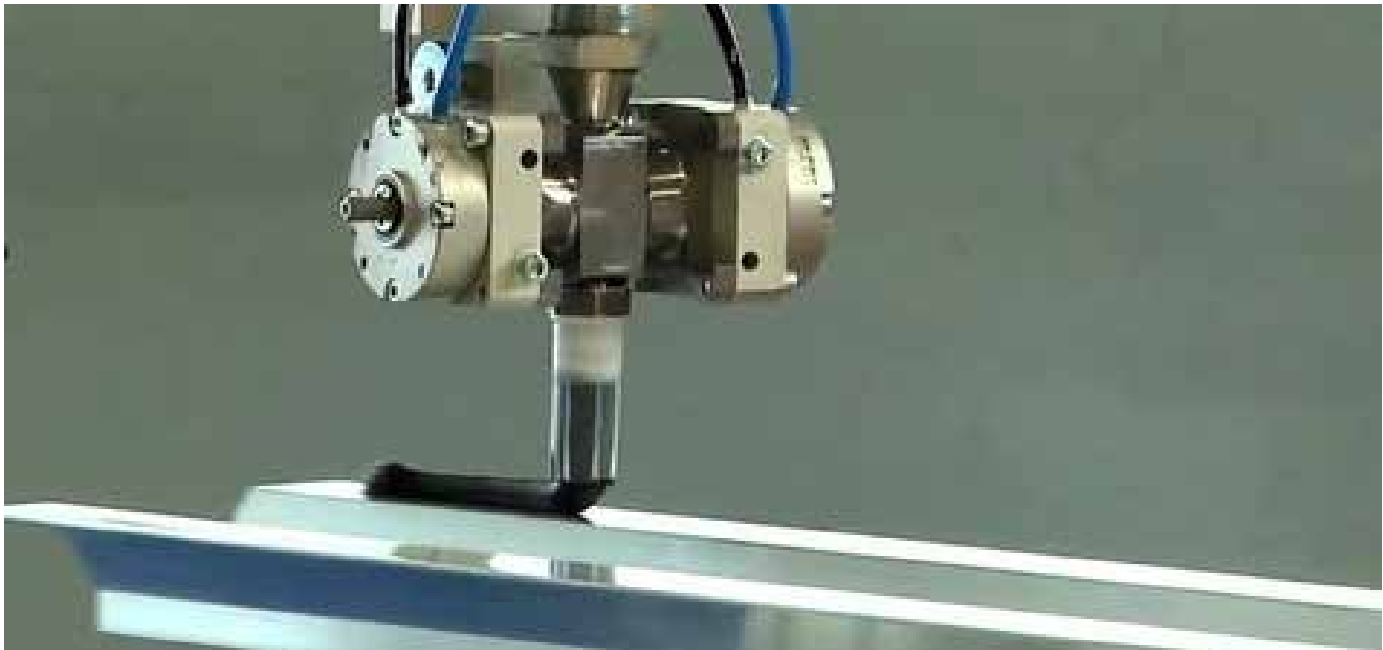
und zeitnahe Beschaffung. Selbst die Übernahme von outgesourceten Gesamtleistungen kann ein Merkmal echter Partnerschaft sein. Selbstverständlich gehört dazu auch die kompetente Produktberatung und Schulung durch hochqualifizierte Mitarbeiter vor Ort beim Kunden. Nur wer regelmäßig vor Ort ist, seinen Kunden kennt und seine Sprache versteht, kann für diesen auch maßgeschneiderte, individuelle Konzepte entwickeln – vom modifizierten Produkt bis zum extremen, hochflexiblen Lieferservice, vielleicht sogar zum „Shop-in-Factory“. Referenzbeispiele gelungener Projekte dokumentieren diesen Mehrwert ebenso wie ein professioneller und informativer Internetauftritt.

Mehrwert-Informationen

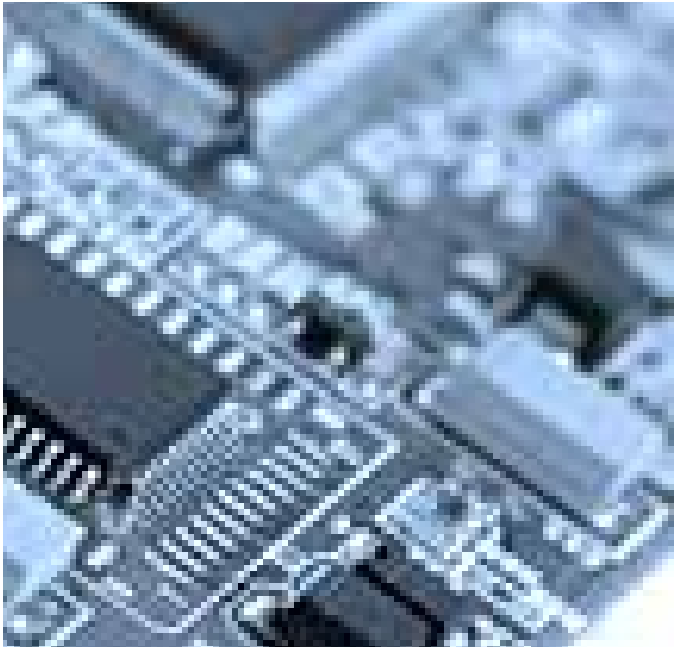
Optimiertes Datenmanagement und eine klare und zielorientierte Kommunikation sind heute die Garanten des Vertriebs. Für den Endanwender müssen sichere und topaktualisierte Informationen jederzeit verfügbar sein, ob im Internet, ob beim Lieferanten, möglichst im Sinne von „best practice“. Verantwortlich ist dafür die Lieferindustrie, die auch die zentralen Ansprechpartner benennt. In den Betrieben setzen das Beschaffungsmanager und Einkauf um. Die Denkpulse dazu müssen von den Innovationstreibern kommen, die sich umfassend im Thema auskennen. Die Know-how-Multiplikatoren sind häufig die Verbände. Lieferindustrie und Abnehmerindustrie gehören in dieses Zukunftsnetzwerk, das von der Lieferindustrie vernetzt und gesteuert werden sollte. Voraussetzung für den Nutzen ist natürlich die Integration der Stammdaten in die Systeme der Kunden. Ein so geartetes Datenmanagement setzt eine ganz neue Qualität von Vertrauen voraus, gepaart mit der Verbindlichkeit der Marke und dem persönlichen Standing von Menschen.

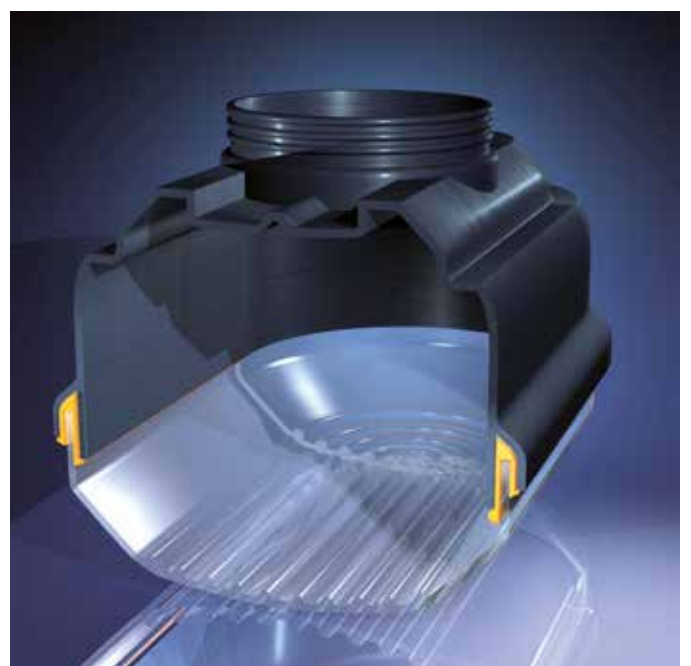
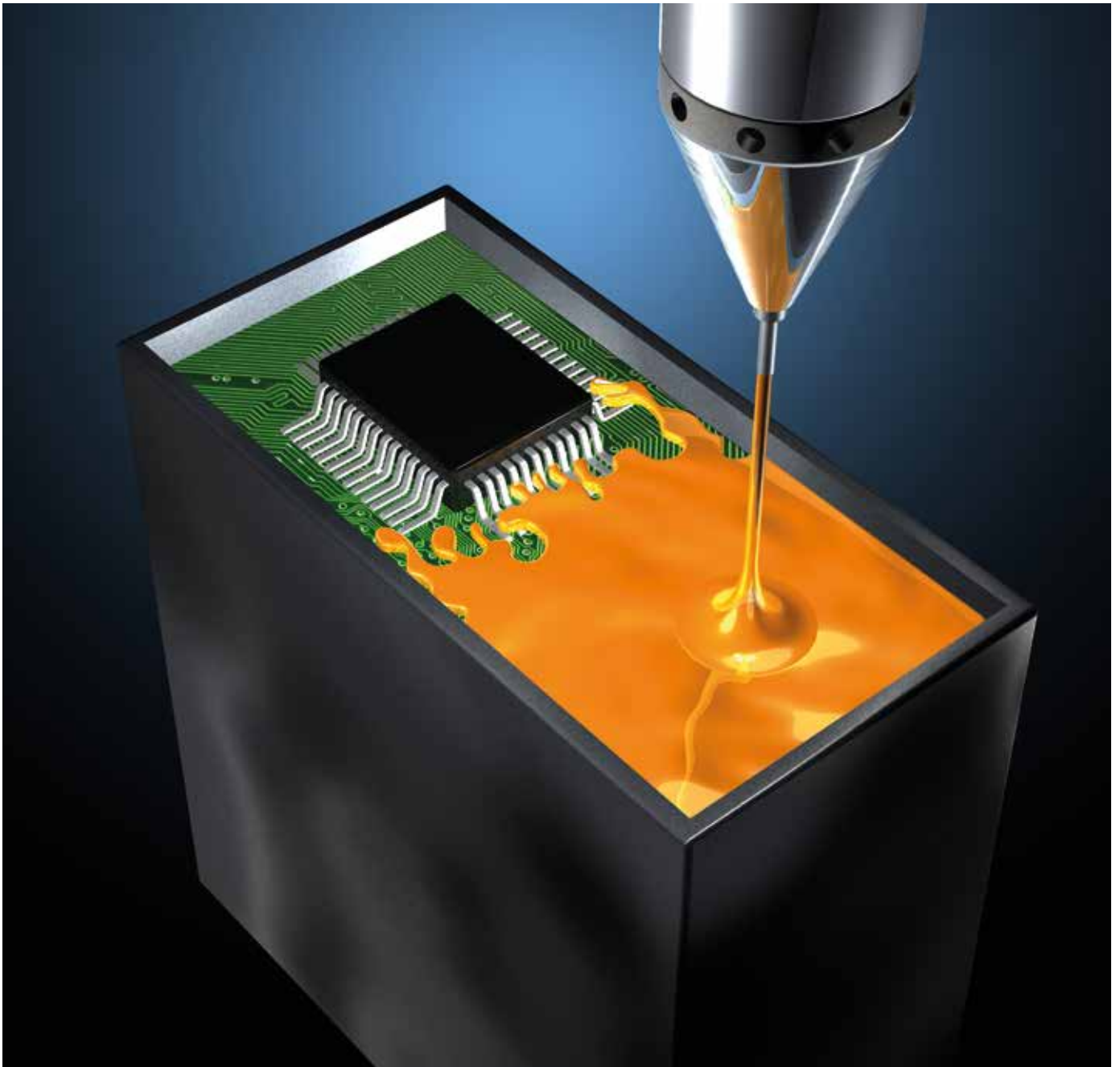
Umfassende Dienstleistung und nachhaltiges „Mehrwert-Denken“ sind jedenfalls die innovativen Säulen, wenn es um Wettbewerbsfähigkeit und damit um Zukunftsfähigkeit eines Industrieunternehmens geht.











Die Experten

Die zehn wichtigsten Forderungen

we-ef

Dipl.-Ing. (FH) Peter Oetjens

Abteilungsleiter Konstruktion/Werkzeugbau WE-EF-LEUCHTEN GmbH & Co. KG (Bispingen)
www.weef.de



Jörg Retzlaff

Vertriebsleiter Reinhardt-Technik GmbH (Kierspe)
www.reinhardt-technik.de



Ihr **MEHRWERT**-Partner

Dichtstoffe • Klebstoffe

Dr. Volker Weidmann

Geschäftsführer OTTO-CHEMIE (Fridolfing)
www.otto-chemie.de
www.otto-lighting.com



Dr. Christoph Weiß

Dr. Christoph Weiß, Geschäftsführer EITI - European Interconnect Technology Initiative e.V. im ZVEI - Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e.V.
www.eiti.eu
www.zvei.org

IKBT

**Institut für Kommunikation
Bau und Technik**

Moderator: Louis Schnabl

Fachjournalist Technik, Geschäftsführer IKBT

1. **Frühzeitige Einbindung der Partner in die Leistungs- und Anwendungsplanung.**
2. **Koordinierter Know-how-Transfer von den Komponentenlieferanten zum Anwender.**
3. **Nachhaltiges Mehrwert-Denken bei den Anbietern.**
4. **Intensive Mehrwert-Kommunikation.**
5. **Netzwerk-Dialog zwischen Anwender, Maschinenbauer und Klebstoffhersteller.**
6. **Persönlicher Austausch von Mensch zu Mensch. Vertrauen.**
7. **Verlässlichkeit bei allen Partnern.**
8. **Kosten- und Mehrwertbewusstsein beim Einkauf.**
9. **Permanente Entwicklung praxisorientierter Klebstoffsysteme.**
10. **Einheitliches Stammdatenmanagement.**

© IKBT, Louis Schnabl, Marbacher Straße 114, 40597 Düsseldorf, Telefon +49 211 90486-0, Telefax +49 211 90486-11, louis.schnabl@institut-bau-technik.de
Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck und sonstige Verwendung – auch auszugsweise – nur mit Genehmigung. Rechtliche Ansprüche können aus dieser Broschüre nicht abgeleitet werden.

Download:

www.ikbt.de

> Themen