

# CORSO®

**DAS MAGAZIN FÜR WALZENBEZÜGE**



**WARUM MESSEN?**

**ZUWACHSRATEN DURCH  
WACHSTUMSMÄRKTE**

**WUPPERTAL**

**WIEGE DER  
TEXTILINDUSTRIE**

## LIEBE LESERINNEN, LIEBE LESER,

wir freuen uns, Ihnen die zweite Ausgabe unseres Magazins CORSO präsentieren zu können. Die positiven Reaktionen auf die Erstausgabe haben uns ermutigt, einen Schritt weiter zu gehen. Zum einen haben wir den Umfang des Magazins erweitert, zum anderen möchten wir unserer Idee, mit CORSO eine Kommunikationsplattform für die gesamte Branche zu bieten, noch mehr Raum geben. Von daher finden Sie in diesem Heft auch Beiträge und Werbung anderer Unternehmen und Institutionen.

In der ersten Redaktionssitzung für diese Ausgabe haben wir uns die Frage gestellt, welche Themen die Branche derzeit bewegen und was wir hier zur Information oder Diskussion beitragen können. Dabei sind wir auf das Thema (Auslands)Messen gestoßen. Denn jedem in der Branche ist klar, dass der nationale Markt wenig Wachstumspotential bietet. Die lukrativen Wachstumsmärkte liegen vielfach in Übersee. Aber gerade für uns Mittelständler sind Messen im Ausland mitunter eine besondere Herausforderung. Wir würden uns freuen, wenn der Interview-Beitrag mit der Messe Frankfurt und einige Beispiele aus unserer eigenen Messeerfahrung Ihnen gute Informationen und Denkanstöße liefern können.

Darüber hinaus finden Sie – wie schon in der ersten Ausgabe – ausgewählte aktuelle Zahlen, Fakten und Nachrichten, vor deren Hintergrund der ein oder andere Beitrag sicherlich an Informationsgehalt und Plausibilität gewinnt. Beispielsweise in Form ausgesprochen positiver Wirtschaftskennzahlen, die uns Mut zur Expansion und zu neuen Ideen geben sollten.

Natürlich möchten wir Ihnen auch über uns selbst berichten. Ein besonderes Anliegen ist es uns hierbei, Ihnen Menschen vorzustellen, die hinter BOBOTEX® stehen und die unser Unternehmen mit prägen. Denn Spitzenqualität und Erfolge erzielen wir nur als schlagkräftiges Team.

Nun aber erst einmal viel Spaß beim Lesen der neuen CORSO-Ausgabe. Wir möchten Sie weiterhin ermutigen, uns mit Kritik und Anregungen, aber auch mit eigenen Themenvorschlägen oder Beiträgen zu unterstützen. Denn unser Ziel ist es nicht nur, ein gutes Unternehmensmagazin zu produzieren, sondern ein Medium für die Branche zu sein.

Herzlichst



OLIVER JUNG  
GESCHÄFTSFÜHRENDER GESELLSCHAFTER



MICHAEL ECH  
GESCHÄFTSFÜHRENDER GESELLSCHAFTER



## INHALT

<b>NEWS</b> Zahlen/Daten/Fakten	<b>04</b>
<b>TITELSTORY</b> Messe 2018	<b>06</b>
<b>INTERVIEW</b> 15 Fragen an ... Olaf Schmidt, Vice President Textiles & Textile Technologies der Messe Frankfurt	<b>08</b>
<b>BRANCHE &amp; PARTNER</b>	
Mehr als Samt & Seide – Ploucquet	<b>14</b>
125 Jahre VDMA	<b>24</b>
Global Player – Hexpol TPE	<b>34</b>
<b>PRODUKTION</b>	
Wuppertal – Wiege der Textilindustrie	<b>16</b>
Eine Kunst für sich	<b>18</b>
<b>IMPORT/EXPORT</b> Unter die Lupe genommen	<b>20</b>
<b>INNOVATION</b> Früher & heute	<b>22</b>
<b>MENSCHEN</b> „Sicherheitsfachkraft“ bei BOBOTEX®	<b>26</b>
<b>ANWENDUNG &amp; PRAXIS</b> Papier & Folie	<b>28</b>
<b>LIFE &amp; STYLE</b> Die Branche als „Lieferant“	<b>30</b>

## IMPRESSUM

CORSO – Das Magazin für Walzenbezüge  
Ausgabe 02, 11/2017

### HERAUSGEBER

BOBOTEX® Hans Ladwig GmbH und Co. KG  
Spitzenstraße 35 · 42389 Wuppertal/Germany  
FON +49 (0)202/60 707-0  
MAIL info@bobotex.de  
WEB www.bobotex.de

### GESTALTUNG & REALISATION

ICG Information Consulting Group GmbH  
Calvinstraße 24 · 42103 Wuppertal/Germany  
FON +49 (0) 202 / 514 473 50  
MAIL info@icg.consulting  
WEB www.icg.consulting

### FOTOS

pixabay.com, Messe Frankfurt GmbH, Ploucquet GmbH,  
Frank Wächter, shutterstock.com, Hexpol TPE

## OPTIMALES WIRTSCHAFTSKLIMA

EURORAUM IM AUFWIND

Laut ifo, Institut für Wirtschaftsforschung, hat sich das Wirtschaftsklima im Euroraum im dritten Quartal 2017 erneut deutlich verbessert: von 26,4 auf 35,2 Saldenpunkte. Dies ist der höchste Wert seit Herbst 2000. Die für die Analyse befragten Wirtschaftsexperten beurteilten insbesondere die momentane Wirtschaftslage günstiger als im vorausgegangenen Quartal. Auch der Ausblick für die nächsten sechs Monate ist ausgesprochen positiv. Das starke Wachstum dürfte sich mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit im zweiten Halbjahr 2017 fortsetzen. Bezogen auf Deutschland, Frankreich, Italien und Spanien – den vier größten Volkswirtschaften der Eurozone – verbesserten sich Lage und Erwartungen. Am deutlichsten stiegen die Erwartungen in Frankreich.

Es gibt jedoch weiterhin Unterschiede bei der Einschätzung der Wirtschaftslage. Die Experten bewerteten sie in Deutschland nun fast einstimmig als gut. Auch für Spanien ist eine leicht positive Einschätzung zu vermelden. In Frankreich und Italien bewerteten die Experten die Lage noch nicht als zufriedenstellend.



## HIGHTECH-MASCHINENBAU BOOMT

FORSCHUNG & ENTWICKLUNG ZAHLT SICH AUS

Ausgesprochen positive Zahlen kann der VDMA für den Bereich Robotik & Automation melden. Nach einem Gesamtumsatz von 12,2 Mrd. Euro im Jahr 2015 erreichte dieser Sektor 2016 eine Steigerung um plus 5% auf 12,8 Mrd. Euro. Die Prognose für 2017 geht von weiteren 7% Wachstum aus. Dies entspräche insgesamt 13,7 Mrd. Euro Jahresumsatz.



## NACHWUCHS GESUCHT

MANGEL AUCH AN FACHKRÄFTEN IN SPE

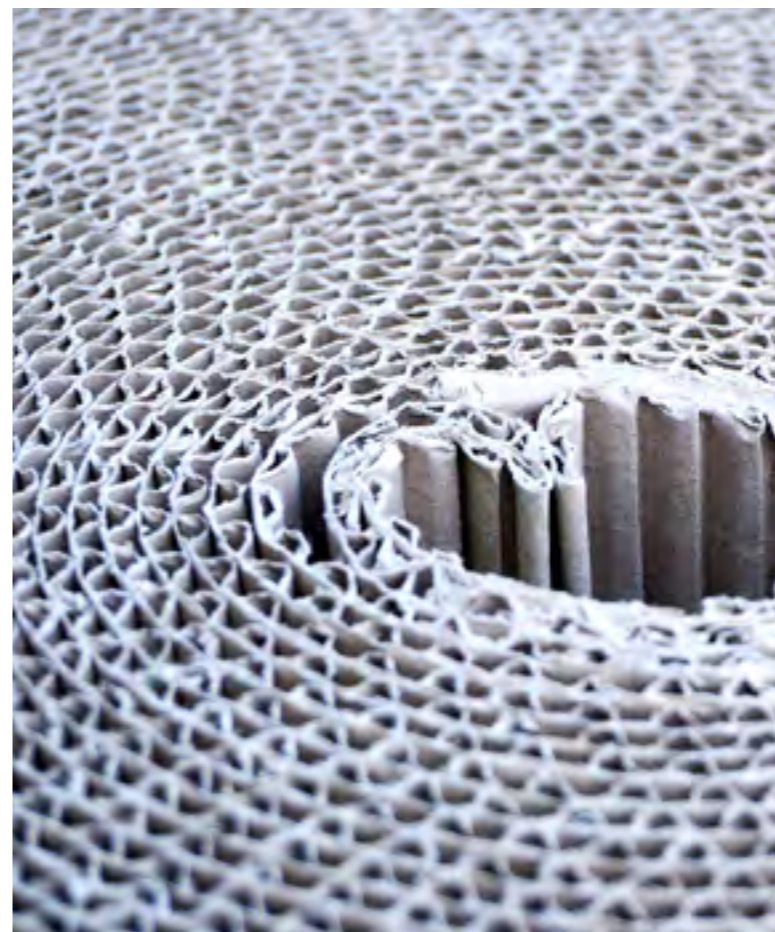
Der Deutsche Maschinenbau blickt mit Sorge auf das im August begonnene Ausbildungsjahr 2017. Gut die Hälfte der Maschinenbauunternehmen klagen über massive Schwierigkeiten geeignete Schulabgänger für eine gewerblich-technische Ausbildung zu finden. Besonders schwierig gestaltet sich die Lage im Osten Deutschlands.

Die Gründe für diese Situation sind vielfältig: Zum einen ist es der demografische Wandel; 2017 gab es über 100.000 Schulabgänger weniger als noch vor zehn Jahren. Mehr als

**50%**

der Schulabgänger schließen ihre Schulausbildung mit einer Hochschulreife ab.

Für sie ist eine akademische Ausbildung deutlich attraktiver als eine Lehre. Darüber hinaus beklagen die Unternehmen einen zunehmenden Mangel an Ausbildungsreife vieler Bewerber. Um eine insgesamt nachhaltige Verbesserung zu erreichen, sind Wirtschaft und Politik gefordert; allerdings auch Kreativität und Flexibilität aller Beteiligten.



## HOHE ARBEITSSICHERHEIT

POSITIVE ENTWICKLUNG HÄLT AN

877.071 meldepflichtige Arbeitsunfälle bilanziert die Deutsche Gesellschaft der Unfallversicherer für das Jahr 2016. Damit setzt sich die seit Jahren sinkende Tendenz fort. Aktuell liegt das Risiko, einen Arbeitsunfall zu erleiden, bei 2,2%. Leider waren im zurückliegenden Jahr auch 424 Unfälle mit tödlichem Ausgang zu beklagen. Aber auch dies ist die seit Jahren niedrigste Zahl.

Nicht zuletzt im Textilbereich ist seitens der Verbraucher eine steigende Sensibilität in Bezug auf die Themen Arbeitssicherheit und Arbeitsbedingungen bei der Bekleidungsproduktion – insbesondere in Asien – erkennbar. Die vergleichsweise hohen Standards in Europa könnten zu einem wichtigen Verkaufsargument werden.

## ZAHLEN / DATEN / FAKTEN

MILLIONEN, MILLIARDEN UND PROGNOSEN

**1,4%**

DES BRUTTOINLANDPRODUKTS

werden in Deutschland für den Umweltschutz ausgegeben, für Militärausgaben 1,2%, für Bildung immerhin 4,1%.

**9,9**

Mrd. m<sup>2</sup> Wellpappe verkaufte die deutsche Wellpappenindustrie 2016. Damit ließen sich gut zwei Millionen Fußballfelder abdecken.

**67**

Dollar beträgt der monatliche Mindestlohn für Textilarbeiter(innen) in Bangladesch.

**65.139**

Mitarbeiter(innen) beschäftigte die deutsche Textil- und Bekleidungsindustrie 2016.

**4,3**

Millionen Tonnen Kunststoffverpackungen produzierte die deutsche Kunststoffindustrie im vergangenen Jahr.

**TENDENZ: STEIGEND.**

**119**

Euro gibt die deutsche Durchschnittsfamilie pro Monat für Bekleidung aus.

**BOBOTEX®**  
WE KEEP YOUR BUSINESS ROLLING

## WALZEN- BEZÜGE

IN PERFEKTION

IM INTERNATIONALEN MARKT FÜR WALZENBEZÜGE NIMMT BOBOTEX® SEIT JAHREN EINE SPITZENPOSITION EIN. NATÜRLICH SIND KNOW-HOW-FÜHRERSCHAFT, EXZELLENT PRODUKTE, PERFEKTER SERVICE UND SPITZENQUALITÄT HERVORRAGENDE VERTRIEBSARGUMENTE. ABER ALL DAS ALLEIN REICHT BEI WEITEM NOCH NICHT AUS, UM DEN ERFOLG ZU SICHERN. DENN: STELL DIR VOR, DU HAST RICHTIG TOLLE PRODUKTE UND KEINER WEISS ES!

# MESSE 2018

Der Aufwand, den man im Hause BOBOTEX® mit der Präsenz auf Messen im In- und Ausland betreibt, ist beachtlich. Schon seit über 35 Jahren stellt der Wuppertaler Spezialist für Walzenbezüge auf Auslandsmessen aus. Zur Jahresmitte 2017 konnte man bereits auf die Teilnahmen an der Tectextil in Frankfurt/Main, der Chinaplas in Guangzhou sowie der Saigon-Tex in Vietnam zurückblicken. Und während diese Ausgabe von CORSO bei den Leserinnen und Lesern ankommt, ist BOBOTEX® schon wieder in Portugal auf der Maquitex in Porto unterwegs.

Stellt sich die Frage, warum ein mittelständisches Unternehmen derart umfangreiche Messeaktivitäten durchführt. Für BOBOTEX®-Geschäftsführer Oliver Jung ist die Antwort denkbar einfach: „Der nationale Markt ist endlich, signifikante Zuwachsraten sind hier kaum noch zu erzielen. Wir haben einen Exportanteil von gut 70 Prozent und die für uns attraktiven Wachstumsmärkte liegen nun einmal außerhalb Europas. Und dies zu einem nicht geringen Teil in Südostasien“. Allerdings bestreitet BOBOTEX® keine „Verkaufsmessen“. Das Hauptaugenmerk liegt in der Kundengewinnung und -pflege

sowie der Erschließung neuer Märkte; auch abseits des klassischen Textilgeschäfts. Hinzu kommt entsprechend der jeweiligen Bedarfssituation die Ansprache neuer Handelspartner respektive der Ausbau des Händlernetzes. Für Geschäftsführer Michael Ech kommen zwei weitere wichtige Aspekte hinzu: „Für uns ist eine Auslandsmesse auch immer eine hervorragende Chance, gezielte Marktforschung bei attraktiven Zielgruppen zu betreiben, zu lernen wie neue Märkte und potenzielle Kunden ticken. Und gerade in Südostasien schätzen potenzielle Neukunden die persönliche Präsenz vor Ort und honorieren dieses Engagement“.

Auch wenn das Thema Messen am Unternehmenssitz in Wuppertal-Langerfeld offensichtlich keine Stressreaktionen auslöst, steckt sehr viel Arbeit und Detailplanung in jedem einzelnen Messeauftritt. Zwar bestückt die BOBOTEX® ihre Messestände nicht mit größeren Exponaten oder gar Maschinen, sondern legt den Schwerpunkt auf persönliche und in die Tiefe gehende Gespräche. Dennoch ist für das vergleichsweise kleine Unternehmen der zu bewältigende Aufgabenberg gewaltig. Wie das mit einer kleinen schlagkräftigen Mann-

schaft zu bewältigen ist, erläutert Michael Ech: „Man muss schnell und uneitel erkennen, wo die eigenen Grenzen liegen. Wir sind Spezialisten für Walzenbezüge, andere sind Spezialisten für Messen. Unsere Messen in Europa realisieren wir mit einem ortsansässigen Messebauer, bei den Messen in Übersee greifen wir auf die Dienstleistungen international tätiger deutscher Messegesellschaften wie der Messe Frankfurt oder der Messe Düsseldorf zurück. Damit fahren wir seit Jahren sehr gut“.

Darüber hinaus nutzt das Unternehmen seine Mitgliedschaft im VDMA, um mit dessen Unterstützung und Netzwerk erfolgreich in Übersee auftreten zu können. Ein Beispiel hierfür ist der Deutsche Pavillon auf der ITMA Asia, der unter Beteiligung des Bundes realisiert wurde. Und trotzdem ist das Messegeschäft unter dem Strich auch eine finanzielle Herausforderung.

Aber: „All das rechnet sich für uns. Ohne internationale Messen wären wir vermutlich längst vom Markt verschwunden“, bilanziert Oliver Jung die Aktivitäten. Ein professioneller Messeauftritt ist die eine Sache. Eine

auch vertrieblich erfolgreiche Messe ein ganz andere. Hier setzt BOBOTEX® auf klassische Follow-ups mit erneuter Kontaktaufnahme, Angebotsaufbereitungen und Nachfassaktionen. Wesentlich hierbei ist angesichts des hohen Exportgeschäftanteils eine präzise Zuordnung zu den jeweiligen Vertriebsorganisationen im Ausland mit entsprechendem Reporting.

**BOBOTEX®**

HIER SIND WIR ANFANG 2018 VERTRETEN

Nach der Messe ist vor der Messe. Und so sind bereits etliche Termine im BOBOTEX®-Kalender für das erste Halbjahr 2018 für Messen definitiv geblockt: im Februar Plast India, im März geht's zur ExpoPrint nach Sao Paulo und im Mai zur Print4All in Mailand. Mal sehen, wie sich die Messeagenda bis Jahresende weiter entwickeln wird.



OLAF SCHMIDT, VICE PRESIDENT TEXTILES & TEXTILE TECHNOLOGIES DER MESSE FRANKFURT

Foto: Messe Frankfurt GmbH



# 5 FRAGEN

IAA, BUCHMESSE ODER ACHEMA: DAS SIND INTERNATIONALE MEGA-MESSEN, DIE MAN AUF ANHIEB MIT DER MESSE FRANKFURT VERBINDET. IM VERGANGENEN JAHR WURDEN 134 MESSEN DURCHFÜHRT – ABER WEIT ÜBER DIE HÄLFTE VON IHNEN NICHT AM STANDORT FRANKFURT/MAIN, SONDERN IM AUSLAND. DENN DIE MESSEMACHER IN DER MAINMETROPOLE BIETEN WEIT MEHRALS AUSSTELLUNGSFLÄCHE. NÄHERES DAZU HIER IM INTERVIEW MIT OLAF SCHMIDT, VICE PRESIDENT TEXTILES & TEXTILE TECHNOLOGIES DER MESSE FRANKFURT.

**Eine Messegesellschaft bietet zu einem bestimmten Themenfeld eine Messe an, stellt Ausstellungsflächen zur Verfügung und sorgt für die gesamte Infrastruktur rund um die Messe. So zumindest stellen es sich Nicht-Insider vor. Im Falle Ihres Hauses scheint das aber deutlich zu kurz gegriffen zu sein. Wie würden Sie die Messe Frankfurt, ihre Aufgabenfelder und Kernkompetenzen beschreiben?** Wir verstehen uns als Dienstleister für unsere Kunden und bieten als Service-Provider umfassende Unterstützung, um unseren Ausstellern einen erfolgreichen Messeauftritt zu ermöglichen. Serviceangebote sind zentrale Bestandteile im Messe- und Kongressgeschäft. In ihrer Gänze unterstreichen sie den Qualitätsanspruch des Veranstalters und tragen zum Erfolg einer Veranstaltung für den Kunden entscheidend bei. Die Messe Frankfurt bietet eine reichhaltige Palette an Beratungs- und Dienstleis-

tungsangeboten, maßgefertigt und bedarfsorientiert, je nach Veranstaltung und Kundenwünschen. Das reicht von professionellem Standbau über Logistikleistungen, messebegleitendes Marketing, z.B. in Form von plakativen Werbemöglichkeiten, Online-Bannern, Multimedia-Lösungen oder auch individueller Promotion bis hin zu Catering. Mittels unserem Messe-to-Gate-Service/ Gate-to-Messe-Service bzw. dem Gepäckservice haben Messegäste in Frankfurt z.B. auch die Möglichkeit, ohne Wartezeit per Limousine direkt von ihrem Ankunfts-Gate zum Frankfurter Messegelände und bei Abreise zurück zum Flughafen gebracht zu werden. Auf ausgewählten Veranstaltungen können sie direkt auf dem Messegelände einchecken und ihr Gepäck kostenfrei zum Flughafen befördern lassen, einschließlich der Gepäckaufgabe vor Ort. Dies sind nur einige Beispiele aus unserem gesamten Service-Angebot.

**Die deutsche Wirtschaft boomt momentan, das Exportgeschäft läuft exzellent, Produkte und Dienstleistungen Made in Germany sind international gefragter denn je. Welchen Stellenwert haben hierbei Messen?** Grundsätzlich sind Messen laut Messeverband AUMA (Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.) nach der Online-Präsenz das zweitwichtigste Marketing-Instrument für Unternehmen. Darüber hinaus tragen Messen nicht nur zum Erfolg der vertretenen Branchen bei, sondern sorgen auch für beträchtliche sozio-ökonomische Effekte. So werden mittels Messen auf dem Frankfurter Messegelände rund 3,1 Milliarden Euro jährlich in mittelbar beteiligten Branchen wie Logistik, Hotellerie, Gastronomie, Agenturen etc. generiert und rund 32.000 Arbeitsplätze gesichert. Hinsichtlich der Internationalität am Heimatstandort ist die Messe Frankfurt mit großem Abstand der führende Ver-

ansteller, über 70 Prozent unserer Aussteller und etwa die Hälfte der Besucher kommen aus dem Ausland. Im deutschen Durchschnitt liegen die Anteile laut AUMA bei etwa der Hälfte auf Aussteller-, und etwa einem Viertel auf Besucherseite. In erster Linie tragen Messen Made in Germany also dazu bei, unsere Kunden bei ihren nationalen und internationalen Aktivitäten zu unterstützen und dem richtigen Angebot die richtige Nachfrage zuzuführen.

**Sind Messekonzepte und -organisation aus deutscher Hand auch ein Exportschlager? Und wenn ja, warum?** Veranstaltungen der Messe Frankfurt sind tatsächlich Exportschlager. Als erste deutsche Messegesellschaft sind wir bereits 1987 mit einer Textilmesse ins Ausland gegangen: die Interstoff in Hong Kong. Heute besitzen wir 28 Tochtergesellschaften rund um den Globus, und von unseren 134 Messen fanden im vergangenen Jahr 84 außerhalb Deutschlands statt. Unser Konzept des Geo-Cloning, also des weltweiten Exports erfolgreicher Messekonzepte bzw. Brands, geht in jeder Richtung auf. So begleitet die Messe Frankfurt z.B. mit mehr als 50 Textilmessen ihre Kunden auch ins Ausland und deckt damit als größter Veranstalter im Textilbereich die komplette Wertschöpfungskette ab.

**Was sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten Gründe, warum Messeauftritte im Marketing-Mix eines Unternehmens nicht fehlen sollten?** Messen sind hocheffiziente Marketinginstrumente, Begegnungsformate mit weltweiter Vorrangstellung und höchster Wertschätzung und die wichtigsten Instrumente in der B2B-Kommunikation. Nirgendwo bekommt ein Unternehmen einen effizienteren Marktüberblick in einem so kurzen Zeitraum wie auf einer Messe, wenn die gesamte Branche an einem Ort versammelt ist. Die Wichtigkeit von Messen für Unternehmen zeigt eine AUMA-Studie vom März 2017. Danach geben in den Jahren 2017/2018 von 500 befragten deutschen ausstellenden Unternehmen rund 45 Prozent ihrer Marketingbudgets für Messen aus. Bei Ausstellern von Investitionsgütern liegt der B2B-Kommunikationsetat sogar bei fast 50 Prozent.

**Wenn man sich einmal von der für eine Messegesellschaft sicherlich wichtigen Betrachtung nach verkaufter Standfläche löst und in absoluten Zahlen analysiert, wie sieht in etwas die Kundenverteilung Global Player/Konzerne, großen Mittelständler sowie KMU im Gesamtgeschäft der Messe Frankfurt in Prozentanteilen aus?** Mehr als zwei Drittel der Aussteller auf unseren Leitmessen sind KMU. Gerade diese Aussteller profitieren davon, dass sie sich mit ihrem Auftritt einem internationalen Publikum präsentieren, den Vertrieb stärken, Kooperationen schließen, den Arbeitsmarkt prüfen und die Konkurrenz beobachten können. Der Anteil der Kundenverteilung variiert dabei branchenabhängig.

**Aus Ihrer langjährigen Erfahrung: Was sind die häufigsten Fehler, die insbesondere mittelständische Unternehmen bei der Planung und Durchführung ihrer Messeauftritte machen?** Ein Messeauftritt sollte, wie eigentlich alle Marketingaktivitäten, vom Kunden durchdacht werden. Wie soll der Kunde angesprochen werden, welche Botschaften sollen vermittelt werden, wie kann der Kunde inspiriert und informiert werden und über welche Services fühlt er sich wohl auf dem Messestand. Um das zu erreichen, müsse klare Ziele gesetzt und nacheinander abgearbeitet werden. Das passiert leider noch nicht häufig genug. Außerdem sollte ein Messeauftritt bereits im Vorfeld mit messbaren, realistischen Zielvorgaben geplant werden. Bspw. wie viele Kundenkontakte möchte ich erreichen. Auch hier gibt es noch Verbesserungspotenzial.

**Welche Basics müssen Ihrer Meinung nach von einem Unternehmen rund um eine Messe erfüllt werden, um den Auftritt erfolgreich zu machen?** Das fängt schon im Vorfeld der Messe an – machen Sie publik, dass Ihr Unternehmen an der Messe teilnimmt. Laden Sie Ihre Kunden zur Messe ein. Vereinbaren Sie Gesprächstermine auf Ihrem Stand. Nutzen Sie die Kommunikationskanäle der Messe, indem sie die Marketingansprechpartner kontaktieren und über Ihre Produktneuheiten informieren. Nutzen Sie die Services der Messe, bspw. Eintrittskartengutscheine, kostenlose Werbemittel oder Pressemeldungen. Prüfen Sie zur Messe die buchbaren Leistungen, um noch mehr Aufmerksamkeit zu generieren, bspw. eine herausgehobene Position in der Ausstellersuche auf der Website der Messe, ein Banner in der offiziellen Messe-App oder eine Werbefläche auf dem Messegelände. Setzen Sie Ihre Produkte und Leistungen auf dem Messestand spannend und inspirierend in Szene. Und sorgen Sie dafür, dass man sich auf Ihrem Stand willkommen fühlt. Manchmal reicht dafür schon ein freundliches Lächeln.

**Gerade kleine und mittlere Unternehmen scheuen Messeauftritte, weil es ihnen oftmals an Erfahrung fehlt, die Marketing-Budgets begrenzt sind oder schlicht und ergreifend nicht genügend Menpower zur Verfügung steht. Was würden Sie solchen Unternehmen raten, welche Hilfestellung können Sie als Messegesellschaft bieten?** Für noch unerfahrene Aussteller gibt es umfassende Weiterbildungsangebote, beispielsweise über die Seminar-Allianz, der auch die Messe Frankfurt angehört. Auf der Homepage des AUMA findet man ebenfalls wertvolle Tipps. Die Messe Frankfurt selbst hält eine reichhaltige Palette an Aussteller- und Besucherservices bereit, mit Angeboten von der Sicherheit über professionellen Standbau bis hin zu Logistikleistungen, messebegleitendes Marketing und Catering. Services aus einer Hand unterstützen den Kunden bereits im Vorfeld

bei seinen Planungen, so dass dieser sich auf seine Geschäfte konzentrieren kann. Unsere Erfahrung und die langjährige Zusammenarbeit mit bewährten Partnern gewährleisten dabei eine gleichbleibend hohe Qualität. Jungen innovativen Unternehmen erleichtern wir mit speziellen Förderprogrammen den Messestart.

**Früher oder später muss man ja dann doch mal über Summen reden. Gibt es so etwas wie eine Faustformel zur Berechnung der Kosten für einen „Standardmesseauftritt“?** Nein, von einer Faustformel kann man tatsächlich nicht sprechen. Dafür sind die verschiedenen Messen zu unterschiedlich. Der Standard ist, dass man einen bestimmten Betrag pro Quadratmeter belegter Fläche zahlt. Diese Preise sind transparent auf unseren Webseiten sowie in den jeweiligen Verkaufsbroschüren aufgeführt.

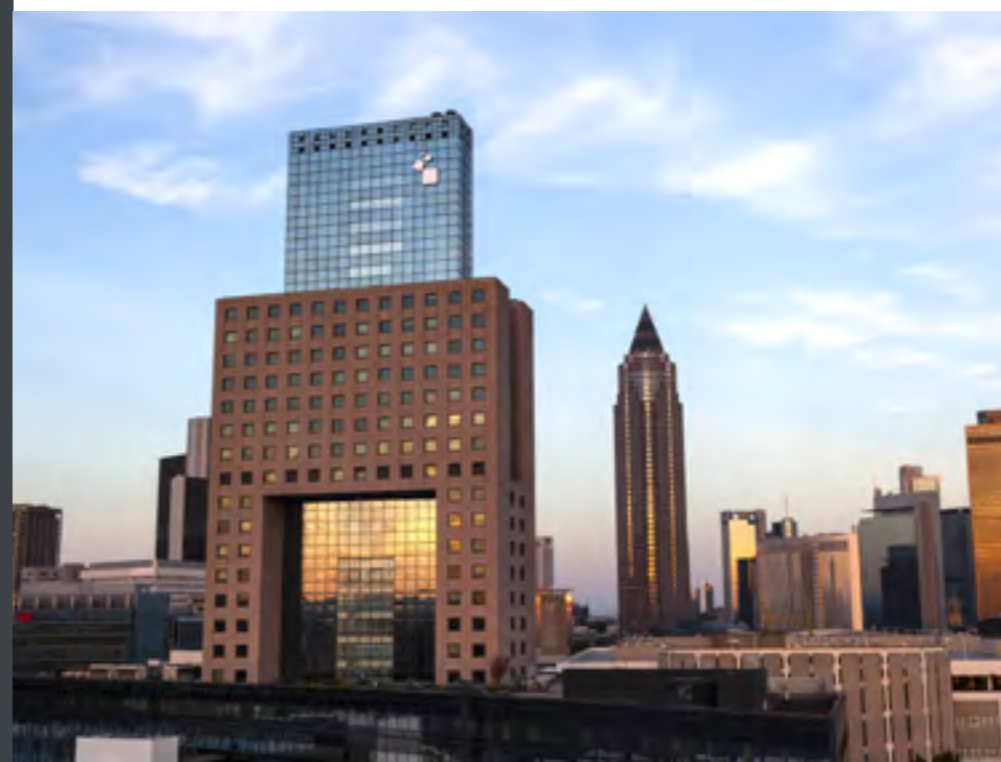
**Welchen Stellenwert haben – insbesondere für mittelständische Unternehmen – Branchenverbände im Bezug auf Messepräsenzen und wie sieht ggf. die Zusammenarbeit mit Ihrem Haus aus?** Die Branchenverbände sind für uns wichtige Ansprechpartner und auch Multiplikatoren, mit denen wir je nach Messe unterschiedlich eng zusammenarbeiten. Bei der Texprocess zum Beispiel ist der VDMA Fachverband Textile Care, Fabric and Leather Technologies ideeller Träger und somit ein sehr maßgeblicher Partner. Bei der Heimtextil oder Techtex sind die relevanten Branchenverbände Teil unseres Beirates und stehen im engen Austausch mit uns.

**Die Beteiligung an einer Messe im Inland ist die eine Sache. Ein Auslandsmesseauftritt ist da noch einmal aus mittelständischer Sicht eine ganz andere Dimension. Was können Sie als international tätige Messegesellschaft tun, um Unternehmen den messetech-**

**nischen Sprung ins Ausland zu erleichtern?** Die Messe Frankfurt bietet ihren Kunden standardisierte Services auf höchstem Niveau rund um die Organisation und Durchführung von Messen, Kongressen und Events nicht nur am Heimatstandort Frankfurt, sondern weltweit – so auch als Durchführungsgesellschaft deutscher Gemeinschaftsstände im Ausland (German Pavilions). Oft stellen Unternehmen, die sich für einen Messeauftritt im Rahmen eines German Pavilion interessieren, bereits am Messeplatz Frankfurt aus und kennen die Messe Frankfurt als verlässlichen Partner. Daher erhalten wir auf unseren Messen in Frankfurt von unseren Kunden aus dem Mittelstand häufige Anfragen, ob wir einen für sie geeigneten Messeauftritt auf einer unserer Auslandsmessen bieten. Die Ansprechpartner in Frankfurt und auch die weltweiten Vertriebspartner vermitteln dann gern weitere Informationen und das Anmeldeformular für den entsprechenden German Pavilion im Ausland.

**Ein Unternehmen mittlerer Größe im Bereich Maschinenbaukomponenten möchte über den „Brückenkopf“ Messe in Asien Fuß fassen. Wie konkret könnte die Hilfestellung der Messe Frankfurt hierbei aussehen?** Das kann je nach „Vorwissen“ des Unternehmens sehr unterschiedlich ausfallen. Grundsätzlich würden wir damit beginnen, über die verschiedenen Messen und ihre Strukturen hinsichtlich Ausstellerschaft, Produktkategorien und Besucherstruktur zu informieren. Manchmal kann es Sinn machen, zuerst eine Leitmesse in Frankfurt zu besuchen und hier erste Kontakte zu potentiellen Partner aus Asien zu knüpfen. Die relevanten Branchenpartner und Verbände sind immer präsent. Wenn man direkt den Schritt nach Asien als Aussteller auf einer Messe wagen möchte, bietet sich insbesondere die Teilnahme an einem sog. „Länder-Pavillon“ an.

Messe Frankfurt – Torhaus, Skyline und Blick auf das Portalhaus. Fotos: Messe Frankfurt GmbH/Jacquemien



So präsentierten sich 2016 bspw. deutsche Unternehmen auf der Cinte Tectextil in Shanghai, gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi). Das ist organisatorisch und finanziell eine große Hilfe. Auch der AUMA, Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V., ein guter Ansprechpartner für nationale und internationale Messeauftritte.

**Gibt es in Ihrem Hause eine Anlaufstelle, bei der sich Unternehmen hinsichtlich möglicher Messeaktivitäten bzw. Messen als Baustein im Marketing-Mix allgemein unverbindlich beraten lassen können?**

Bekundet ein Unternehmen schriftlich oder telefonisch Interesse an einer Veranstaltung, wird seine Anfrage direkt an die Kollegen im jeweiligen Team, das die Messe organisiert, vermittelt. Dort kann der Interessent sich unverbindlich beraten lassen. Darüber hinaus stehen ihm bei Bedarf weitere Fachabteilungen im Haus wie beispielsweise Advertising Services oder Fairconstruction mit Rat und Tat zur Seite. Jeder unserer Aussteller hat einen direkten Ansprechpartner.

**Welche Vorgehensweise respektive Partner empfehlen Sie Unternehmen ohne eigene Kommunikationsabteilung bei der Planung und Durchführung von Messeauftritten?**

Zum einen sind hier auf Messeauftritte spezialisierte Agenturen ein guter Partner der Wahl. Zum anderen unterstützt die Messe Frankfurt, je nach Bedarf und Bedürfnissen. Wir verstehen uns als Marketing-Partner unserer Kunden. Erster Ansprechpartner ist dabei der

Verantwortliche im jeweiligen Messe-Team. Frühe Planungen erleichtern eine Messepräsenz erheblich.

**Was sind für Sie bis zum Jahresende noch Highlights der Messe Frankfurt, die Sie unseren Leserinnen und Lesern für einen Besuch empfehlen können?**

Traditionell, weil auch turnusbedingt, ist das zweite Halbjahr 2017 geprägt von einer Vielzahl von Gastveranstaltungen. Lassen Sie mich ein paar Beispiele herausgreifen: Am Standort Frankfurt werden mit der IAA-Pkw und der Frankfurter Buchmesse im September bzw. Oktober zwei renommierte Gastveranstaltungen kurz hintereinander ihre Tore öffnen. Im Rahmen des 30. Rheingau Musik Festivals, einem der größten Musikfestivals Europas, tritt der Jazz-Musiker Michael Wollny im Kongresshaus Kap Europa auf. Ein sportliches Super-Event wird der Frankfurt Marathon am 29. Oktober. In der Vorweihnachtszeit ist das Internationale Festhallen-Reitturnier Treffpunkt der Elite. Als außergewöhnliches audiovisuelles Happening folgt Mitte Dezember „Night of the Proms“.

Traditionell findet vom 28. bis 30. November mit der SPS IPC Drives Europas führende Fachmesse für elektrische Automatisierung in Nürnberg statt. Außerhalb Deutschlands ist unser Kalender mit mehr als 40 Veranstaltungen weiter gut gefüllt, beispielsweise mit der ISH Shanghai CIHE, der Texworld in Paris, der Heimtextil Russia, der Automechanika in Johannesburg, der Interlight Moscow powered by Light + Building und in Indien mit der Automotive Engineering Show Chennai.



**MESSE FRANKFURT**  
DIE MESSE FRANKFURT IN ZAHLEN

KONZERNUMSATZ	647 Mio. Euro
MITARBEITER	2.307
ANZAHL DER FACHMESSEN UND AUSSTELLUNGEN	134
AUSSTELLER	90.878
BESUCHER	ca. 3,5 Mio.
NETTOFLÄCHE (m <sup>2</sup> )	ca. 2,6 Mio.

**MESSEFRANKFURT.COM**

messe frankfurt

Tectextil, Produktgruppe Fliesstoffe  
Foto: Messe Frankfurt Exhibition GmbH / Jean-Luc Valentin

# Texpertise Network

Bringing the industry together

- apparel sourcing
- heimtextil
- intertextile
- avanprint
- emitex
- intertextile
- texprocess
- texcare
- techtexsil
- interiorlifestyle
- hometextiles sourcing
- TEXWORLD
- IFFT interiorlifestyle living
- yarnexpo
- green showroom
- ethical fashion show
- leatherworld
- simatex
- confemaq
- avantex
- CINE
- supported by Tectextil

Visit us at [texpertise-network.com](http://texpertise-network.com)



# MEHR ALS SAMT & SEIDE

WER DENKT NICHT BEIM THEMA TEXTILVEREDLUNG ZUERST AN MODESTOFFE FÜR CHICE BEKLEIDUNG. TEXTILVEREDLUNG MADE BY PLOUCQUET IST ALLERDINGS WEIT MEHR ALS DAS. NICHT OHNE GRUND ZÄHLT PLOUCQUET VIELE INTERNATIONALE MODELABEL ZU IHREN TREUEN KUNDEN.

Denn die Ploucquet-Gruppe hat sich zum führenden Spezialisten für textile Veredelungen in Europa entwickelt. Und dies mit einem enorm breiten Anwendungs- und Dienstleistungsspektrum. So werden technische Textilien aus dem Hause Ploucquet in vielen Bereichen der Industrie, der öffentlichen Hand und der Bauwirtschaft eingesetzt. Darüber hinaus ist das Unternehmen im medizinisch-hygienischen Bereich am internationalen Markt hervorragend aufgestellt. Auch oder gerade weil es nicht „nur“ um Mode geht, sondern um optimale Funktionalität, höchste Belastbarkeit und kompromisslose Sicherheit.

## MASSGESCHNEIDERTE LÖSUNGEN UND EIN KOMPLETTES DIENSTLEISTUNGSANGEBOT

Flexibilität, Schnelligkeit, ein breites Produkt-Know-how und modernste Technik garantieren beste Voraussetzungen, um neue Lösungen zu realisieren. Modernste Bearbeitungsmethoden und optimierte Arbeitsabläufe garantieren exzellente Ergebnisse im Ploucquet-Werk in Zittau. Man denkt projektorientiert, berät individuell und stellt sein fundiertes Wissen gern in den Dienst der Kunden. Für die Zukunft schafft Ploucquet erhebliche Entwicklungsmöglichkeiten, da die Lohnveredelung für die verschiedensten Anwendungen der Textilindustrie zunehmend an Bedeutung gewinnt.

Das Zusammenspiel aus Technologie, Know-how und Engagement ermöglicht eine rasche Umsetzung von Produktinnovationen, eine konstant gute Produktqualität sowie eine hohe Wirtschaftlichkeit mit optimalem Preis-Leistungsverhältnis. Textilphysikalische und chemische Prüfungen werden im eigenen Labor getestet. Zu den möglichen Spezialuntersuchungen gehören die Lichtmikroskopie mit wissenschaftlicher Fotografie und die Beregnung im Regenturm.

Wer mehr über unsere Produkte und Dienstleistungen Made in Germany erfahren möchte:

**PLOUCQUET.EU**

**KIWI.**

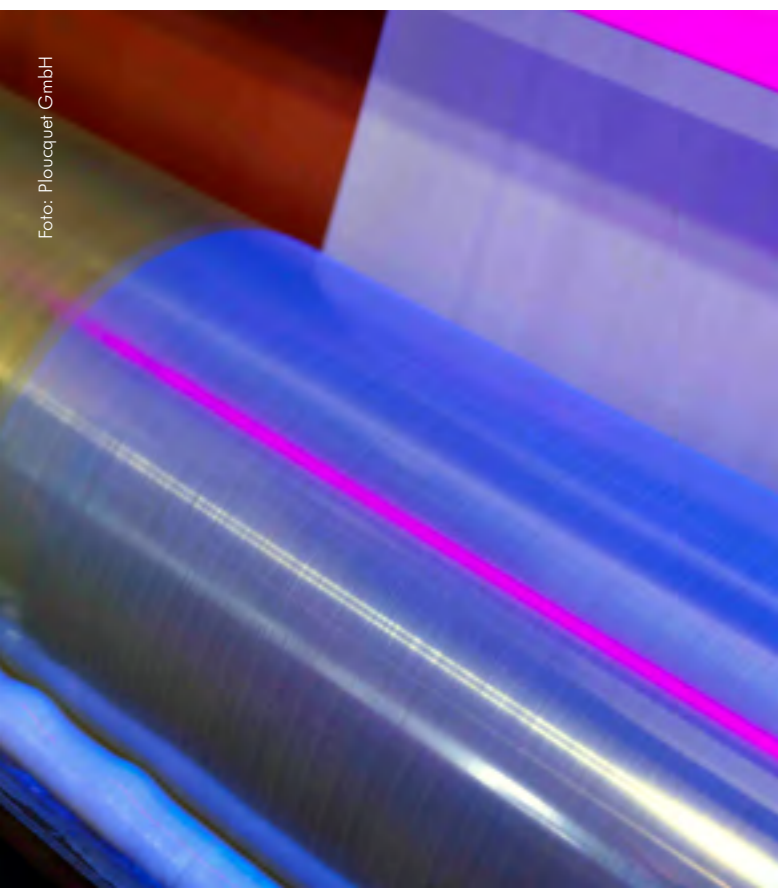
# PLATZ 1 SAGT MEHR ALS 1000 WORTE.

## WERDEN SIE GEFUNDEN!

Und zwar unabhängig davon, ob man im Internet nach Ihnen, Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung sucht. Mit Suchmaschinenoptimierung (SEO) von KIWI. stehen Ihnen neue Möglichkeiten für Ihr Online-Marketing zur Verfügung. **Wir beraten Sie gern.**

**KIWI.** Werbeagentur · Bramscher Straße 14 · 49088 Osnabrück · Fon 0541-6 68 58-0 · www.kiwi.de

Foto: Ploucquet GmbH





# WIEGE

## DER TEXTILINDUSTRIE



SCHON VOR ANDERTHALB JAHRHUNDERTEN WAR DAS HEUTIGE WUPPERTAL – DER ZUSAMMENSCHLUSS DER FRÜHEREN STÄDTE BARMEN UND ELBERFELD – EINER DER BEDEUTENDSTEN EUROPÄISCHEN TEXTILSTANDORTE. UND DAS NICHT ETWA HANDWERKLICH STRUKTURIERT, SONDERN SCHON SEHR FRÜH IM INDUSTRIELLEN MASSSTAB.

Auf der Suche nach geschichtlich relevanten Akteuren stößt man unweigerlich auf die Familie Engels. Bereits Mitte des 19. Jahrhunderts betrieb Friedrich Engels Senior nicht nur Textilfabriken an der Wupper. Schon in den Anfängen der Industrialisierung war Engels – u.a. mit einer Baumwollfabrik in England – international aufgestellt. Wie sein Sohn Friedrich Engels Junior die sozialen Auswirkungen der Industrialisierung fand und welche Konsequenzen er daraus zog, ist den Geschichtsbüchern zu entnehmen. Ebenfalls den Chroniken zu entnehmen ist, dass im ausgehenden 19. Jahrhundert der Textilbereich rund 70% der Wuppertaler Industrieproduktion ausmachte.

Bereits 1875 wurden in der Wuppertaler Textilindustrie 424 Dampfmaschinen eingesetzt und kennzeichneten damit den für damalige Maßstäbe extrem hohen Mechanisierungsgrad, der ohne Zweifel die Grundlage des boomenden Industriezweigs war. Kurz zuvor revolutionierte die Erfindung des synthetischen Farbstoffs Alizarin die Branche. Er ersetzte zunehmend die bis dahin verwendeten natürlichen Farbstoffe. Schnell erkannte die Wuppertaler Firma Friedrich Bayer & Co. das enorme Potential und gründete eine Alizarinfabrik. Einige Jahre

später erfindet das Unternehmen Aspirin und legt damit den Grundstein für einen der heute weltweit größten Chemie- und Pharmakonzerne. Die Aufzählung weiterer globaler Player mit textilen Wurzeln lässt sich fortsetzen. Beispielsweise mit den Barmer Bandwebern Gebrüder Vorwerk. 1873 gelang es ihnen den ersten für den Dampftrieb geeigneten vollmechanischen Bandstuhl zu entwickeln. Der Grundstein für eine industrielle Teppichproduktion in „Orientqualität“ war gelegt. Heute ist die Unternehmensgruppe Vorwerk ein Paradebeispiel für eine erfolgreiche Unternehmensdiversifizierung, die mit Textilien begann und sich über Teppichreinigungsgeräte bis zu einer heute komplexen Angebotspalette weiterentwickelte.

Rund um den Bereich der eigentlichen Textilproduktion prosperierten Unternehmen, die sich auf das Färben und Veredeln von Textilien spezialisierten. Darüber hinaus entstanden klassische Zulieferbetriebe und Unternehmen, die das für die Produktionsbetriebe notwendige technische Equipment herstellten. Ob und in wie weit die enge Talanlage entlang der Wupper mit für das enge Zusammenwirken aller Beteiligten in der textilen Wertschöpfungskette verantwortlich war, lässt sich kaum verifizieren. Hinderlich war es sicherlich nicht.

Der Niedergang der Bergischen Textilindustrie lässt sich beispielhaft am ehemaligen Weltmarktführer für Glanzstoffe, der Vereinigten Glanzstoff-Fabriken AG, nachvollziehen. Mitte der 1970er Jahre geriet das Unternehmen durch die Ölkrise und die damit verbundenen rasant steigenden Rohstoffpreise in Schieflage. Auslaufende Patente und massive Billig-Konkurrenz aus Fernost taten ein Übriges. Letztendlich wurde das Unternehmen vom niederländischen AkzoNobel-Konzern übernommen. Kennzeichnend für die Branche ab dieser Krise ist die starke Spezialisierung auf weniger wettbewerbsensible Spezialprodukte.

Auch wenn heute der Anteil der Textilindustrie am Gesamtindustriumsatz nur noch vier Prozent ausmacht, ist Wuppertal bis heute ein wichtiger Textilstandort. Die Logos namhafter internationaler Unternehmen wie Dupont, Akzo oder Acordis fanden und finden sich im Stadtbild von Wuppertal.

Und: Bis heute sind Wuppertal und das Bergische Land Standort für hoch spezialisierte Unternehmen im Bereich Textil, wie der Spezialist für Walzenbezüge, die BOBOTEX®.

KEIN HEXENWERK – ABER ...

# EINE KUNST

WALZENBEZUGSSTOFFE: SIE FÜHREN OFT EIN LEBEN IM VERBORGENEN, NUR WENIGE INSIDER KENNEN SIE UND DOCH SIND SIE WAHRE WUNDERWERKE. SIE SIND HART ODER WEICH. SIE SIND GLATT ODER STRUKTURIERT, SIE SIND RAU ODER SANFT. SIE HALTEN ENORMEN DRUCK AUS. SIE MEISTERN HOHE GESCHWINDIGKEITEN. SIE KÖNNEN TEXTILIEN, FOLIEN, KUNSTSTOFFE ODER PAPIER UND PAPPE. SIE SIND FÜR VIELES PRÄGEND ODER GEBEN DEM GANZEN EINE ORDNUNG. SIE GEBEN HALT ODER SIND TRANSPORTEURE. NUR EINS SIND SICH SICHERLICH NICHT: SONDERLICH ANPASSUNGSFÄHIG.



# FÜR SICH

Für den optimalen Einsatz bei den unterschiedlichen zu bearbeitenden Materialien und je nach Bearbeitungsart werden jeweils speziell für bestimmte Anwendungen entwickelte und produzierte Walzenbezugsstoffe verwendet. Nur so lassen sich bestmögliche Ver- oder Bearbeitungsergebnisse erzielen. Dem entsprechend sind die Einsatzmöglichkeiten jedes individuellen Bezugsstoffs recht eng gesteckt. Die Wahl des richtigen Materials auf den Walzen ist damit ein entscheidender Faktor für den gesamten Produktionsprozess. Von daher verwundert es nicht, dass die BOBOTEX® als spezialisiertes Unternehmen für Walzenbezüge 90 unterschiedliche Bezugsmaterialien am Lager zur sofortigen Lieferung vorhält und weitere 150 Materialien kurzfristig produzieren und liefern kann.

Die Entwicklung und Bereitstellung eines für eine bestimmte Anwendung geeigneten Walzenbezugsmaterials ist ein aufwändiges Geschäft, weiß Michael Ech: „Mit unserer jahrzehntelangen Erfahrung wissen wir natürlich, was prinzipiell geht. Aber schon geringe Veränderungen der Anwendungsparameter, wie etwa Reibungskoeffizienten, Rotationsgeschwindigkeit, Härte des zu bearbeitenden Materials etc., haben zum Teil erhebliche Auswirkungen. Deshalb testen und probieren wir – oft gemeinsam mit Kunden oder Maschinenherstellern – so lange, bis wir ein optimal funktionierendes Material für eine neue Anwendung ausliefern“.

Aber optimale funktionstechnische Eigenschaften sind nur die eine Seite einer recht komplexen Medaille. Aspekte wie Standfestigkeit bzw. Lebensdauer oder Preis-Leistungsverhältnis spiegeln sich auf der anderen

Seite wider. Und hier hat mancher Anwender schon erkennen müssen, dass sich eine auf den ersten Blick sehr attraktive, weil günstige Walzenbezugslösung am Ende als recht kostspieliges Unterfangen erwiesen hat. Denn wenn die Qualität nicht stimmt, die zu geringe Lebensdauer zu kurzen Wechselintervallen und häufigen Maschinenstillständen führt, läuft das betriebswirtschaftliche Ergebnis schnell aus dem Ruder.

Und genau deshalb investiert BOBOTEX® einen enormen Aufwand in die Materialauswahl, Qualitätskontrolle und Produkte zur Verarbeitung oder Pflege ihrer Bezugsstoffe. Ganz egal ob die Ausgangsmaterialien unterschiedliche Kautschuksorten wie NR, EPDM, Nitril, Silikon oder auch aus PVC bzw. Polyurethanen sind.



**Präzision ist  
genau unser Ding.**



Präzision beginnt bei Rottolin bereits bei der Entwicklung der PVC und TPE-S-Compounds und endet bei der abschließenden Qualitätskontrolle. Wir legen großen Wert auf ökologische Verträglichkeit – bei unseren Produkten ebenso wie bei den Herstellungsverfahren.



# IMPORT EXPORT

NOCH ZU JAHRESANFANG WAREN DIE INTERNATIONALEN WIRTSCHAFTSBEZIEHUNGEN DURCH EINIGE GROSSE FRAGEZEICHEN GEPRÄGT. RUSSLAND-SANKTIONEN, BREXIT ODER DROHENDE EINFUHRZÖLLE IN DEN USA LIESSEN BEI VIELEN EXPORTORIENTIERTEN UNTERNEHMEN DIE VORFREUDE AUF DAS BEVORSTEHENDE WIRTSCHAFTSJAHR EHR VERHALTEN AUSFALLEN. EIGENTLICH MEIST UNBEGRÜNDET, WIE SICH JETZT IM HERBST ZEIGT.

## CETA IN KRAFT

KANADA-GESCHÄFT WIRD LEICHTER

Das seit Jahren verhandelte und diskutierte Freihandelsabkommen zwischen Kanada und der EU ist seit dem 21. September 2017 vorläufig in Kraft. Endgültigkeit besteht bei CETA erst dann, wenn alle EU-Staaten das Abkommen ratifiziert haben.

Die durch das CETA-Abkommen zollvergünstigten Einfuhren aus der EU nach Kanada und umgekehrt sind für die Unternehmen allerdings kein Automatismus. Der Grund: Unternehmen müssen sich zunächst als „Registrierte Ausführer“ (REX) registrieren lassen, um von der Vereinbarung zu profitieren. Einschlägige Informationen hierzu sind bei den IHKs respektive Außenhandelskammern, Wirtschaftsministerien etc. erhältlich.



## MASCHINENBAU GLÄNZT

EXPORTUMSÄTZE IM PLUS

Um satte 5,9% konnte der deutsche Maschinen- und Anlagenbau seine Ausfuhren im ersten Halbjahr 2017 steigern. Nach einem schon recht positiven Geschäftsverlauf im Vorjahr belief sich das Gesamtvolumen der Exporte von Januar bis einschließlich Juni auf beachtliche 82,4 Mrd. Euro. Motor für diesen Schub war die gute wirtschaftliche Lage vieler Länder und die damit verbundene hohe Nachfrage. Einen besonders stimulierenden Impuls lieferte die Volksrepublik China. Hier wurde ein Plus von 22,6% erzielt. Und allen Unkenrufen am Jahresanfang zum Trotz: Das USA-Geschäft kann zur Jahresmitte mit einer Zuwachsrate von 7,3% aufwarten.

## PLATZ 4 FÜR DEUTSCHLAND

TOP 10 DER TEXTILEXPORNTATIONEN

Auch wenn angesichts von Chinas gigantischen 108,8 Mrd. Dollar textilem Gesamtexportvolumen alle weiteren Marktakteure nur kleine Lichter sind, ist es erfreulich Deutschland unter den ersten fünf zu finden. Ein Grund hierfür: Beim Umsatz zählt nicht nur Masse, sondern auch der Preis.

DAS RANKING IM DETAIL  
EXPORTVOLUMEN IN MRD. US-DOLLAR

CHINA	108,82
INDIEN	17,29
USA	13,76
DEUTSCHLAND	13,21
ITALIEN	11,75
TÜRKEI	10,95
SÜDKOREA	10,65
TAIWAN	9,68
HONGKONG	9,11
PAKISTAN	8,23

## AFRIKA IM VISIER DER TEXTILINDUSTRIE

SIND ES DIE SKANDALE UM AUFGEDECKTE MISSSTÄNDE WIE INAKZEPTABLE ARBEITSBEDINGUNGEN, EINSTÜRZENDE TEXTILFABRIKEN, STEIGENDE PRODUKTIONSKOSTEN IN ASIEN, DIE MIT AFRIKA EINEN NEUEN PLAYER IM GLOBALEN TEXTIL-BUSINESS HERANWACHSEN LASSEN?

Afrika gewinnt als Produzent für den internationalen Textilmarkt zunehmend an Bedeutung. Das Markenunternehmen Tommy Hilfinger beispielsweise lässt sein einigen Jahren bereits Teile seiner Kollektion in Kenia produzieren. Nicht von der Hand zu weisen ist das Argument, dass auf dem „schwarzen Kontinent“ die Wege von der Gewinnung der Naturfasern bis zur Bekleidungsherstellung deutlich kürzer sind als in Asien. Shootingstar unter den afrikanischen Textilproduzenten ist Äthiopien. Klar: Das Land am Horn von Afrika ist ein bedeutender Baumwoll-

lieferant. Allerdings dürften auch die niedrigen Lohnkosten ein gewichtiger Standortvorteil sein: Der durchschnittliche Monatslohn eines Textilarbeiters beträgt 25 Dollar. Im asiatischen Billiglohnland Bangladesch ist der Mindestlohn für Textilarbeiter 67 Dollar pro Monat.

Auch die unter logistischen Gesichtspunkten deutlich kürzeren Wege zu den Hauptabsatzmärkten in Europa spielen sicherlich eine Rolle bei der Gesamtkostenbetrachtung.



# INNOVATION

## Früher & heute

INNOVATIONEN BRINGEN FORTSCHRITT, REVOLUTIONIEREN INDUSTRIEN UND MÄRKTE, VERÄNDERN ODER VERBESSERN UNSER LEBEN NACHHALTIG. DOCH IST JEDE INNOVATION AUCH EIN FORTSCHRITT? WAS SIND TATSÄCHLICHE INNOVATIONEN UND WAS IST LEDIGLICH CLEVERES MARKETING? BRAUCHEN WIR TATSÄCHLICH EINE GEFÜHLT IMMER HÖHERE INNOVATIONSGESCHWINDIGKEIT?



### WIRKLICHER FORTSCHRITT ODER MOGELPACKUNG?

Gleich zu Beginn die aus ökonomischer Sicht wichtigste Tatsache: Ohne Innovation ist kein (Wirtschafts-)Wachstum möglich. Man stelle sich einmal vor, die Entwicklung im Mobilfunkbereich wäre auf dem Stand eines Nokia 6310 stehen geblieben. Es gäbe keine boomende Smartphone-Industrie, hunderttausende von Arbeitsplätzen bei OnlineDiensten etc. wären nicht entstanden, der

permanente globale Daten- und Informationsfluss wäre ein ehr klägliches Rinnsal. Ohne Zweifel ist die gesamte IT-Branche der wesentliche Innovationstreiber der letzten Jahrzehnte.

Aber was gab es in den letzten 20 bis 30 Jahren sonst an wirklich bahnbrechenden Innovationen?

### EIN RÜCKBLICK IN DAS 19. UND 20. JAHRHUNDERT OFFENBART GROSSES

Ein Rückblick in das 19. und 20. Jahrhundert offenbart Großes: Die Entdeckung des Penicillins revolutionierte die Medizin. Die Erfindung von Kunstfasern veränderte die Textilindustrie wie kaum eine andere Entwicklung. Dampfmaschinen, Automobile und die Glühbirne waren jeweils der Beginn einer vollkommen neuen Ära. Innovationen, die Quantensprünge auslösten. Während zur damaligen Zeit Innovationen bei den Menschen für Begeisterung sorgten, befinden wir uns heute in einem Klima, in dem Innovationen kritisch hinterfragt werden oder gar Furcht auslösen. Stichwort Gentechnik etc.

Auch wenn heute immer kürzere Produktzyklen immer schnellere Innovationsschritte erfordern, um die Motoren des Wirtschaftswachstums am Laufen zu halten, muss

man die Gegenwart – bei aller Euphorie – nur einmal nüchtern betrachten: Wo sind die Quantensprünge auslösenden Innovationen in den letzten Jahrzehnten? Richtig: Da ist nicht wirklich viel.

Namhafte Wirtschaftswissenschaftler sprechen in diesem Zusammenhang bereits von einem Zeitalter der Stagnation. Der US-Amerikanische Wirtschaftsprofessor Thyer Cowen stellt in seinem durchaus lesenswerten Buch „The great stagnation“ die scherzhafte Frage, welche Bedeutung die Erfindung von Facebook im Vergleich zur Erfindung der Wasserspülung hat? Er unterstreicht allerdings auch, dass ohne technische Veränderung kein Wachstum entstehen kann. Und hier sind wir bei einer wesentlichen Formulierung mit sich anschließender Fragestellung angelangt:

### TECHNISCHE VERÄNDERUNG = ODER ≠ INNOVATION?

Im Grunde genommen wird vieles als Innovation gehypt, was eigentlich nur eine Veränderung im Sinne von Weiterentwicklung oder Optimierung bestehender Dinge ist. Eine neue, schönere Verpackung mit ein paar zusätzlichen Features für ein bekanntes System oder Produkt.

Im Kontext Innovation bzw. technische Veränderung und Wachstum ist die „Totale Faktorproduktivität“ eine wesentliche Kennzahl. Diese lag beispielsweise in den USA in den 1920er und 1930er Jahren vier- bis sechsmal höher als heute. Gefühlt scheint das anders zu sein. Denn nicht zuletzt die hohe Markttransparenz in einer globalisierten Wirtschaft und die Informationsverbreitung in Echtzeit lassen jede Produktveränderung rund um den Globus zu einer „wichtigen Information“ werden.

Es steht außer Frage, dass die Notwendigkeit von Wirtschaftswachstum und das Bestreben, im internationalen Wettbewerb zu überleben, zwangsläufig einen hohen Innovationsdruck mit sich bringen. Oder wäre es nicht besser von Druck zur Veränderung und Weiterentwicklung zu sprechen? Denn einem Begriff von hoher Bedeutung – und Innovation ist so ein Begriff – tut es nicht gut, wenn er inflationär verwendet wird, wenn jede kleine Veränderung oder Weiterentwicklung marktschreierisch als Innovation bezeichnet wird. Es kennzeichnet sicherlich auch die Seriosität eines Unternehmens, wenn auch im Marketing begrifflich sauber und mit Augenmaß kommuniziert wird. Wir tun sicher alle gut daran kritisch zu hinterfragen ob das, was man uns verkaufen will, tatsächlich innovativ im Sinne nachhaltigen Fortschritts ist, oder lediglich alter Wein in neuen Schläuchen.

# 125

JAHRE

# VDMA

VOR WELCHEN GROSSEN HERAUSFORDERUNGEN STEHT DIE MENSCHHEIT? UND WELCHEN BEITRAG KÖNNEN MASCHINEN UND MASCHINENBAUER ZU IHRER LÖSUNG HEUTE SCHON LIEFERN? ALS VERBAND TRÄGT DER VDMA SEIT 125 JAHREN DAS WISSEN ÜBER DEN MASCHINENBAU IN DIE BREITE ÖFFENTLICHKEIT. WAS MENSCHEN MIT MASCHINEN HEUTZUTAGE ERSCHAFFEN UND WIE DARAUS FORTSCHRITT WIRD – DAS ZU ZEIGEN IST EINE UNSERER WICHTIGSTEN AUFGABEN.

## MASCHINEN UND TEXTILIEN FÜR EINE BESSERE ZUKUNFT

Unter dem Motto „Mensch - Maschine - Fortschritt“ will der VDMA sein 125-jähriges Jubiläum dazu nutzen, die kluge Verbindung von Menschen und Maschinen, die zu Fortschritt und zum Wohle aller führt, in den Fokus zu rücken.

Auf dem neuen Internetportal **mensch-maschine-fortschritt.de** werden in zwölf Multimediareportagen anschauliche Beispiele und Lösungen zu einigen großen gesellschaftlichen Fragen aufgezeigt. Große Themen sind etwa Energie, Mobilität, Infrastruktur und Gesundheit. Die Reportagen demonstrieren anschaulich: Maschinen sind kein Selbstzweck für die Maschinenbauindustrie. Maschinen spielen – manchmal versteckt – eine bedeutende Rolle bei der Verbesserung der Lebensqualität im Alltag.

So sind z. B. Textilmaschinen ein Ausgangspunkt für ressourceneffizientes Bauen. Leichtbaumaterialien, basierend auf Maschen- oder Webwaren sowie auf Vliesstoffen, bieten ein enormes Einsparpotential in der Luftfahrt. 1.974 Liter Kerosin können beim A320 mit 20 Kilogramm weniger Gewicht pro Flugzeug und Jahr eingespart werden.

Die Instandhaltung der Infrastruktur ist zeit- und kostenintensiv, weil der verwendete Beton meistens mit Stahl verstärkt wird. Stahl kann korrodieren, wodurch es zu Rissen im Beton kommt. Textilien bieten eine robuste Alternative, indem Stahl durch Carbon ersetzt wird. Carbonbeton ist haltbar und vielseitig in seiner Verwendung. Das Carbon, das verwendet wird, um den Beton zu verstärken, ist sogar fester als Stahl aber gleichzeitig viel leichter und langlebiger, weil es nicht rostet. Dadurch können Bauelemente aus Carbonbeton dünner ausfallen und es werden weniger Ressourcen benötigt. Der Energieverbrauch und der CO<sub>2</sub>-Ausstoß werden um fast die Hälfte reduziert. Diese Materialien werden auf Kettenwirkmaschinen hergestellt, indem Garn zu netzartigen Gelezen oder auch zu dreidimensionalen Abstandsgewirken verarbeitet wird.

In den Reportagen Leichtbau und Gesundheit auf **mensch-maschine-fortschritt.de** sind noch mehr spannende Beispiele aufgeführt, die zeigen, dass Maschinen- und Anlagenbau die treibende Kraft für den Leichtbau ist und wie Medizin- und Textiltechnik für Gesundheit und Lebensqualität sorgen. Der VDMA wünscht allen Interessierten viele neue Erkenntnisse auf dem Portal Mensch-Maschine-Fortschritt.

**MENSCH-MASCHINE-FORTSCHRITT.DE**

# MENSCHEN

„SICHERHEITSFACHKRAFT“ BEI BOBOTEX®



## STECKBRIEF

ZUR PERSON FRANK WELLENBRINK

GEBURTSJAHR	1959
HEIMATSTADT	Wermelskirchen
BERUF	Betriebsleiter
HOBBIES	Fußball, Motorräder
BESONDERE FÄHIGKEITEN	Kommunikation, analytische Fehlersuche
LIEBLINGS-TÄTIGKEIT BEI BOBOTEX®	Planung + Steuerung von Abläufen, Fehlersuche und -behebung, Entwicklung der MA
LIEBLINGS-WALZENBEZUG	S 24 und KMC 14
LIEBLINGS-MESSE	Techtextil

MAN KÖNNTE BETRIEBSLEITER FRANK WELLENBRINK GETROST ALS „SICHERHEITSFACHKRAFT“ BEZEICHNEN. DENN SEIN JOB IST ES SICHER ZU STELLEN, DASS DER BETRIEB UND DIE PRODUKTION RUND UND REIBUNGSLOS LAUFEN.

Frank Wellenbrink ist Ostwestfale, wesentliche Charakterzüge dieses Menschenschlages spiegeln sich in ihm wider. Er scheint in sich selbst zu ruhen, vermeidbare Hektik ist ihm ebenso zuwider, wie langes Gerede. Ein Mann der Tat, ein Macher-Typ, in dessen Genen bereits eine textile DNA zu finden ist. Schon die Großeltern betrieben eine Weberei. Hier bekam er schon als Kind ein wichtiges Rüstzeug für den weiteren beruflichen Weg, der ihn zunächst in die Ausbildung bei einem bekannten Konzern führte. Diese Phase führte bei Frank Wellenbrink zu einer wesentlichen Erkenntnis: Ich möchte nie wieder in einem Konzern arbeiten! Kurze und direkte Entscheidungswege, ein offener und fairer Umgang mit

einander sowie das ganzheitliche Arbeiten an Projekten sind ihm wichtig.

### QUALITÄTsbEWUSSTSEIN, RESPEKT, WERTSCHÄTZUNG, OFFENHEIT UND KOLLEGIALITÄT

Als Wellenbrink nach einer Tätigkeit als Betriebsleiter einer Färberei vor fast fünfeinhalb Jahren zur BOBOTEX® kam, waren für ihn wichtige Voraussetzungen für ein befriedigendes und erfolgreiches Berufsleben erfüllt: Eine extrem schlanke Entscheidungshierarchie, hohe Eigenverantwortung und ein kompromissloses Qualitätsbewusstsein. Das alles in einem familiären, offenen und kooperativen Umfeld. Probleme und Ent-

scheidungen werden nicht ewig in endlosen Meetings erörtert, sondern ad hoc mit der Geschäftsführung besprochen und erledigt. Der Austausch mit den „Bossen“ findet täglich im Rahmen von Produktionsbesprechungen statt. In der Mitarbeiterführung verfolgt Frank Wellenbrink eine Philosophie, die heute – leider – nicht mehr alltäglich ist.

„Wichtige Werte wie Qualitätsbewusstsein, gegenseitigen Respekt, Wertschätzung, Offenheit und Kollegialität kann man nicht anordnen. Die muss man vorleben. Und das jeden Tag, in jeder Situation und für alle Mitarbeiter gleichermaßen“, beschreibt Wellenbrink seine Devise. Für ihn ist es wichtig, die Leute mitzunehmen, mit ihnen an individuellen Schwächen zu arbeiten und Stärken gezielt zu fördern. Klar muss allerdings auch sein, wer „den Hut auf hat“. All dies sind Faktoren, die ein sehr gutes Betriebsklima ausmachen und letztlich Grundlagen für den Unternehmenserfolg sind.

### LANGFRISTIGKEIT UND KONTINUITÄT

Neben diesen sozialen Aspekten sind die enorm breite Produktpalette, die vielfältigen Produktionsmöglichkeiten ohne notwendige Beteiligung Dritter, sowie der Spezialmaschinenpark der BOBOTEX® Faktoren, warum sich Frank Wellenbrink in seinem Berufsumfeld sehr wohl fühlt.

Aber gerade die speziellen Maschinen bereiten Wellenbrink auch zunehmend Sorge: „Es wird angesichts des Fachkräftemangels immer schwieriger, gute neue Mitarbeiter zu bekommen. Wir können Maschinenführer nicht einfach austauschen. Jede Neubesetzung erfordert eine langfristige Planung. Denn Topqualität und Flexibilität erfordern Kontinuität bei den Mitarbeitern; und das zeichnet BOBOTEX® aus“. Langfristigkeit und Kontinuität sind letztendlich auch die Garanten dafür, dass abrupte Veränderungen vermieden werden und der innerbetriebliche Wissenstransfer optimal funktioniert.

EINFACHER KNOW-HOW-TRANSFER?

# PAPIER & FOLIE

WALZEN UND WALZENBEZÜGE KOMMEN IN UNTERSCHIEDLICHSTEN INDUSTRIEBEREICHEN ZUM EINSATZ. OHNE SIE WÄREN ZAHLREICHE PRODUKTIONSPROZESSE ZUM STILLSTAND VERURTEILT. VIELES WÜRD IM WAHRSTEN SINNE DES WORTES NICHT MEHR RUND LAUFEN. ABER SO VIELFÄLTIG WIE DIE INDUSTRIELLEN EINSATZMÖGLICHKEITEN, SIND AUCH DIE ANFORDERUNGEN, WIE DIE ANWENDUNGSBEREICHE PAPIER UND FOLIE ZEIGEN.

Frage an Radio Eriwan: Kann jemand, der Walzenbezüge für Textil kann, auch Walzenbezüge für Papier und Folie? Antwort: Im Prinzip schon ... aber eben nur im Prinzip. Was auf den ersten Blick logisch und einfach zu sein scheint, entpuppt sich bei näherer Betrachtung dann doch als offensichtlich nicht ganz so einfacher Know-how-Transfer. Denn die Schwierigkeiten liegen oftmals in kleinsten Details.

Wenn in Druckereien Bogen-Offsetmaschinen Papierbögen in atemberaubendem Tempo durch die vier Farbstationen gezogen werden oder endlose Papierbahnen mit gefühlter Lichtgeschwindigkeit durch den Rotationsdruck zu fliegen scheinen, ist dies nur mit Hilfe von Walzenbezügen möglich. Große Mengen, teils extreme Geschwindigkeit und dennoch ein Produktionsprozess, bei dem es auf zehntel Millimeter ankommt. Denn schon minimalstes Durchrutschen wegen mangelndem Grip der Walzen oder geringfügigster Versatz des Papiers führt in der Regel zu einem schlechten Druckergebnis. Und das füllt den Makulatur-Container und nicht die Auslieferungspaletten. Entsprechend aufwändig ist die Entwicklung und Materialauswahl für Walzenbezüge. Hier kommt es nicht nur auf die optimale Griffigkeit für den präzisen Transport des Materials an. Auch die Härte des Bezugsstoffes kann Prozesse beeinflussen. Wird die vorhandene Oberflächenstruktur oder die Dichte des Papiers durch ungeeignete Bezüge verändert, wird dies unweigerlich Folgen auf die Saugfähigkeit des Papiers und auf das Druckbild haben.



Druckerei-Farbwalze beim Einsatz mit roter Lackfarbe.

## PAPIER IST NICHT GLEICH PAPIER

Ein glänzendes, hochwertiges „Bilderdruckpapier“ erfordert für einen optimalen Transport einen anderen Reibungskoeffizienten wie etwa ein raues, faseriges Recycling-Produkt. Um all diese Anforderungen in möglichst wenigen Bezugsmaterialien für eine Druckmaschine zu vereinen und on Top auch noch eine optimale Standfestigkeit zu bieten, bedarf es schon ein wenig mehr als Grundlagenwissen in der Herstellung von Walzenbezugsmaterial.

Um einige Schwierigkeitsgrade höher liegen Entwicklung und Produktion von Bezügen zur Verarbeitung von Kunststofffolien. Während Papier noch ein vergleichsweise starres Material ist, sind Folien – beispielsweise für Verpackungen – zum Teil dehnbar und verändern nicht selten schon unter geringem thermischem Einfluss ihre Verarbeitungseigenschaften deutlich. Ergo: Alles in allem eine recht komplexe Aufgabenstellung, der sich BOBOTEX® seit geraumer Zeit mit Erfolg stellt. Nicht zuletzt die weltweit steigenden Absatzzahlen für Kunststoffverpackungen und -folien belegen, dass es sich auch in den kommenden Jahren um einen Wachstumsmarkt handelt. Zumindest für Deutschland mag das auf den ersten Blick paradox klingen, da hier ein immer sensiblerer Umgang mit Kunststoffverpackungen erkennbar ist. In anderen Teilen der Welt mit wachsenden Bevölkerungszahlen, boomenden Volkswirtschaften und rasant ansteigendem Konsum sieht das jedoch anders aus. Beste Voraussetzungen also, um die Entscheidung von BOBOTEX®, sich verstärkt im Bereich Folie und nachgelagerter Produktionsprozesse zu engagieren, zu einem weiteren Kapitel einer Erfolgsgeschichte werden zu lassen.

Und: Nicht nur in Deutschland, sondern auch in etlichen weiteren Ländern erleben bedruckte Papiertüten und bedruckte Verpackungen aus unterschiedlichster Kartontage eine wahre Renaissance. Der Markt ist also auch hier – zumindest abseits des klassischen Printsegments – auf Wachstum programmiert.

Advanced Textile Solutions

Member of Getzner Textil AG

[www.sr-webatex.de](http://www.sr-webatex.de)

IHR PARTNER  
FÜR KLEBETECHNIK  
Flexibel . Präzise . Gut

- Rollenschnitt
- Umrollen
- Längenzuschnitte
- Kisscut
- Stanzen
- Kaschieren



cardinal GmbH  
Beule 74 . 42277 Wuppertal  
T +49.202.26685-0 . F +49.202.26685-33  
[info@cardinal-tapes.de](mailto:info@cardinal-tapes.de) . [www.cardinal-tapes.de](http://www.cardinal-tapes.de)

# LIFE & STYLE

WENN MAN VOR EINEM MATERIALLAGER AN WALZENBEZÜGEN STEHT, KOMMT EINEM NICHT SOFORT EIN LIFESTYLE-PRODUKT IN DEN SINN. SO STAND ES IN UNSERER 1. AUSGABE DES NEUEN CORSO MAGAZINS GESCHRIEBEN. WOMIT WIR ABER NICHT GERECHNET HABEN, WAREN DIE ZAHLREICHEN RÜCKMELDUNGEN. VIELE LESER WAREN ÜBERRASCHT, WAS MAN SONST NOCH ALLES AUS DEN MATERIALIEN DER WALZENBEZÜGE FERTIGEN KANN. WIR HABEN DIESE RUBRIK DAHER WEITER AUSGEBAUT. ZUM EINEN UM NOCH MEHR DIESER LIFESTYLE-PRODUKTE ZEIGEN ZU KÖNNEN UND ZUM ANDEREN AUCH ALS IDEENGEBER FÜR DIE BALD FOLGENDEN FESTTAGE.



## HAUS & GARTEN

HALLO SAMMLERFREUNDE

Jeder kennt das Problem, wohin mit den Magazinen und Zeitungen, wohin mit dem Kaminholz. Dieses Problem wäre ab sofort gelöst. Dieser Filz-Korb eignet sich bestens um wieder Ordnung ins Chaos zu bekommen. Wahlweise in Anthrazit oder Braun erhältlich, ist dieser Filz-Korb flach zusammenklappbar und lässt sich so leicht verstauen. Kleiner Tipp: auch im Büro als „Papierkorb“ ideal geeignet.

SANDSPROMOTION.DE



## WEISS & ROT

WEINKENNER AUFGEPASST

Dieser Weintasche aus Kork sind die Farbe und das Alter des Weins völlig egal. Ob Barrique oder aus dem Discounter, diese Weintasche ist nicht nur optisch ein Genuss. Mit einem Gewicht von gerade einmal 96 Gramm und einer Werbefläche von 5 x 8 cm, ein phantastisches Werbepräsent zur Weihnachtszeit.

CRIMEX.COM



## MODERN & EDEL

WAS FRAUEN SICH WÜNSCHEN

An allererster Stelle sind selbstverständlich Schuhe zu erwähnen. Dicht gefolgt kommt danach Schmuck. Und hier gehen die Geschmäcker, ebenso wie bei Schuhen, weit auseinander. Nicht aber, wenn es sich bei einem Schmuckstück um eine Silikonhalskette handelt. Zu jedem Anlass und zu jedem Kleidungsstück das passende Utensil, sozusagen das i-Tüpfelchen zum gesamten Outfit. Die modernen Silikonbänder mit Bajonettverschluss aus antiallergenem Edelstahl, haben einen Durchmesser von 3 mm und werden mit einer dekorativen Metallbox geliefert. Schleife drum und Weihnachten kann kommen.

MANOMANIA.DE





## ELEGANT & ANTIK

WIE DIE ALTEN GRIECHEN

Die Entstehung des Backgammons-Spiels liegt in der Zeit des Trojanischen Krieges. Mittlerweile wird Backgammon auf der ganzen Welt gespielt. 1967 fand in Las Vegas die erste Weltmeisterschaft statt, die Turnierfarben des Filzes wurden in grün, rot und weiß festgelegt. Und genau diese Farben finden sich in diesem Backgammon-Koffer auch wieder. Backgammon ist nicht nur eines der ältesten, sondern auch eines der beliebtesten Brettspiele der Welt.

CONNEXION24.COM

## ÖKOLOGISCH & KOMPAKT

NATÜRLICHES MATERIAL IM EINSATZ

USB-Sticks aus ökologischen und natürlichen Materialien sind das Optimum, um Ihren Geschäftspartnern und Kunden einen Eindruck von Ihrem verantwortungsbewussten und nachhaltigen Handeln mittels eines exklusiven Werbegeschenks zu vermitteln.

USB-STICKS.COM



## KALT & BUNT

DARF AUF KEINER PARTY FEHLEN

Wenn man Partygäste befragt, was für Sie auf einer Party am wichtigsten ist, erhält man immer wieder die beiden gleichen Antworten. Gute Musik und kalte Getränke. Singen können Eiswürfel zwar noch nicht, kühlen aber jedes Getränk zu jeder Jahreszeit. In verschiedenen Farben erhältlich, sorgt der mitgelieferte Ständer für stabilen halt im Gefrierfach. Die Form aus Silikon sorgt für müheloses Lösen der Eiswürfel aus der Form.

ONSHOP24.EU



## HERZ & LOVE

NICHT NUR FÜR BRAUTPAARE

Diese Korkuntersetzer mit dem mitgelieferten schwarzen Lederband sind perfekt, um Gläser jeglicher Größe darauf abzustellen. Sie schonen die Tischoberfläche, sehen schick und stylisch aus und sind im Set à 4 Stück erhältlich.

TISCHDEKOR.COM



## LISTEN & ENJOY

KLEIN ABER FEIN

Diese Kopfhörer mit komfortablen Silikon Ohrstecckern versprechen den besten Sound für die Ohren. Wahlweise sind vier Farben und drei Größen verfügbar. Die Ohrstecker sitzen selbst bei intensiven Trainingseinheiten bequem und sicher im Ohr. Aber nicht nur beim Joggen, auch im Büro oder in der Bahn lässt es sich bei bestem Sound wunderbar „abschalten“.

WERBEMITTEL-1.DE



## Retrofitting



Drives & Control



Automation



Process Visualization

YOUR SUCCESS IS OUR DRIVE

Member of  
**JAGENBERG GROUP**

# GLOBAL PLAYER

HEXPOL TPE IST EINE INTERNATIONAL AGIERENDE UNTERNEHMENSGRUPPE IM BEREICH DES TPE-COMPOUNDINGS, DIE SICH AUF THERMOPLASTISCHE ELASTOMERE (TPES) FÜR SCHLÜSSELINDUSTRIEN WIE DIE KONSUMGÜTERINDUSTRIE, DIE MEDIZINBRANCHE, DEN VERPACKUNGSSEKTOR, DIE AUTOMOBILINDUSTRIE UND DAS BAUGEWERBE SPEZIALISIERT HAT. HEXPOL TPE VERFÜGT ÜBER SECHS PRODUKTIONSSTÄTTEN IN DEUTSCHLAND, SCHWEDEN, GROSSBRITANNIEN, CHINA UND NORDAMERIKA MIT EINER PRODUKTIONSKAPAZITÄT VON 75.000 TONNEN PRO JAHR.

HEXPOL TPE ist bekannt für kundenangepasste, technisch fortschrittliche Materialien und hat eine lange Erfolgsgeschichte für die Lieferung spezifischer Produkte an eine Vielzahl von Endmärkten. Das Unternehmen hat eines der umfangreichsten Portfolios an weichen Polymeren für den Markt entwickelt. Die hergestellten Compounds basieren auf TPS, TPO, TPU, TPV und umfassen auch biobasierte Materialien. Am deutschen Produktionsstandort werden außerdem Weich-PVC, Farb- und Additivmasterbatches sowie Kork-Compounds hergestellt.

## GLOBALE ENTWICKLUNGSZENTREN

Die Mehrheit der von HEXPOL TPE hergestellten Compounds ist direkt auf die Anforderungen des Kunden zugeschnitten. Diese Anforderungen variieren teilweise sehr stark; von einer detaillierten Liste mit den spezifischen Anforderungen bis hin zu generellen Informationen oder Konzepten zum Produktdesign. Zur täglichen Arbeit der Verkäufer und Techniker gehört es, diese Anforderungen an die Compounds in die richtigen Eigenschaften, Verarbeitungsverfahren, Produktsicherheit und funktionalen Charakteristiken umzuwandeln. Diese Fähigkeit, schnelle und flexible Anpassungen vorzunehmen und die Materialeigenschaften der neuesten Rohmaterialien zu berücksichtigen, sind die Gründe, weswegen HEXPOL TPE auf lokale R&D Teams und Entwicklungszentren an jedem Standort weltweit setzt.

## FACHWISSEN IN SCHLÜSSELMÄRKTEN

TPEs können aufgrund ihrer Anpassungsfähigkeit und Vielfalt in vielen unterschiedlichen Märkten verwendet

werden. HEXPOL TPE's Produkte können vielfältig für u.a. tragbare Technologien, Einlegematten für Autos, medizinische Verschraubungen, Dichtungen in Frischhalteboxen, Babytrinkflaschen und Elektrowerkzeuggriffe eingesetzt werden. Compounds für neue Anwendungen werden täglich entwickelt. HEXPOL TPE hat eine Vielzahl von Spezialistenteams, die den Kunden in den Bereichen Medizin, Automotive, Caps and Closures, Konstruktion und Konsumentenmärkten zur Verfügung stehen. Diese Teams haben ein tiefes Wissen über die Anforderungen und Herausforderungen in diesen Märkten und können somit die besten Lösungen schnell und akkurat für den jeweiligen Bedarf anbieten.

Mit hochmodernen Compounding- und Produktentwicklungsstandorten hat HEXPOL TPE seinen Schwerpunkt auf operative Spitzenleistungen und hochqualitative Compoundingtechnologien gelegt, sodass die Kunden Produkte erhalten, die eine gleichbleibende Verarbeitbarkeit aufweisen. HEXPOL TPE arbeitet nach international anerkannten Qualitätsmanagement-Standards wie ISO 9001, ISO 14001, ISO 50001 und ISO 13485. Die Teams von HEXPOL TPE haben ein umfangreiches Wissen über die regulatorischen und industriellen Standards, sowie über die nationalen und globalen Gesetze. Bei der Entwicklung von Polymercompounds verwalten sie jeden Schritt des Prozesses von der Akquise geeigneter Rohstoffe und deren Lieferanten über die Produktion, die Nachverfolgbarkeit und Reproduzierbarkeit bis hin zum Detailwissen über die Anforderungen der Anwendung.



## BUNT & SMART

Our goal is to engineer intelligent solutions which precisely match application and processing requirements, but also to find solutions that meet gaps in the market. This is an exciting task and one which has sent our products across the globe.

Our products are turned into everything from wearable technology to car mats, medical tubing to sealing in beverage closures, baby drinking cups to power tool grips ... with new applications being introduced every day.

# Wir I(i)eben Textilien

Seit 1806 stehen wir für eine verlässliche Quelle der Inspiration und des textilen Know-Hows. Als einer der führenden europäischen Anbieter innovativer, ökologischer Textilveredelungstechnologien setzen wir Standards für das Produkt von morgen.