

Perfekte Standposition auf der CISMA 2007

Dürkopp Adler präsentiert 61 Exponate



Auf einer Fläche von rund 800 Quadratmetern zeigen Dürkopp Adler und SGSB 77 Exponate.

Wer die CISMA 2007, eine der weltweit wichtigsten Messen für Nähtechnik, in Shanghai besucht, kommt an Dürkopp Adler nicht vorbei. Der Nähtechnikhersteller aus Bielefeld präsentiert sich gemeinsam mit seinem Mehrheitsgesellschafter SGSB direkt am Eingang der ersten Halle auf rund 800 Quadratmetern.

„Die CISMA ist für uns die wichtigste Messe im asiatischen Raum“, sagt Alfred Wadle, Sprecher des Vorstands der Dürkopp Adler AG. „Aus diesem Grund ist unser Stand direkt am Eingang der ersten Halle eine optimale Positionierung“, so Wadle weiter.

Auf insgesamt rund 800 Quadratmetern zeigen Dürkopp Adler und der Mehrheitsgesellschafter SGSB 77 Maschinen aus den Bereichen Bekleidung und Industrial. Das Standkonzept von Dürkopp Adler (61 Exponate) sieht vor, dass zentrale Themen wie Garment (Maschinen für die Hosen-, Sakko- und Hemdenfertigung), Industrial

(Maschinen für die Autopolster- und Wohnpolsterfertigung) sowie BasicLine (günstige Einstiegsmaschinen in der bewährten Dürkopp Adler-Qualität aus dem in 2006 gegründeten Produktions-Joint-Venture in Shanghai) über eigene Bereiche verfügen. So sind die Besucher in der Lage, sich schnell und direkt über die jeweiligen Anwendungsgebiete zu informieren.

Neuheiten werden vorgestellt

Im Bereich Garment liegt der Fokus auf der neuen Generation der Schnellnäher der Klasse 281. Mit dieser Maschine wird eine echte Neuheit vorgestellt, die in dieser Form zum ersten Mal auf einer in-

ternationalen Messe zu sehen ist. Auch das Segment der Augenkнопflochtechnologie ist auf dem CISMA-Stand von Dürkopp Adler prominent vertreten. Gezeigt wird das breiteste Maschinenprogramm im Markt, mit der technologisch führenden Klasse 580 MULTIFLEX an der Spitze. Darüber hinaus können sich die Besucher über Maschinen aus dem Beisler-Programm wie der neuen Klasse 100-68 informieren und die Paspeltaschennähanlagen der Baureihe 745 im Einsatz erleben.

Im Bereich Industrial präsentiert Dürkopp Adler als Highlight die Maschinen-Modelle der neuen Baureihe M-Type, die sich – obwohl erst kurz auf dem Markt – als absolutes Erfolgsmodell etabliert haben.

Der Bereich BasicLine umfasst zehn Maschinenmodelle für den Bekleidungs- und den Industrialbereich, die Kosteneffizienz mit bewährter Dürkopp Adler-Qualität verbinden.

Präsenz deutlich aufgewertet

Mit der neuen Präsentationsform wertet Dürkopp Adler seine Präsenz auf der CISMA deutlich auf. Alfred Wadle: „Wir haben eine Modellpalette, die für die Anforderungen des asiatischen Marktes hervorragend geeignet ist. Und wir wollen den Besuchern zeigen, dass Dürkopp Adler in allen Segmenten zu den technologisch führenden Herstellern gehört.“ Die Wichtigkeit des CISMA-Auftritts für das Bielefelder Unternehmen wird durch die Anwesenheit vieler Markt- und Produktverantwortlicher des Unternehmens noch unterstrichen.

Die CISMA ist eine der internationalen Leitmesen der Nähtechnikbranche. Seit 2005 findet die Veranstaltung im „Shanghai New Int'l EXPO Center“ alle zwei Jahre statt. Auf einer Fläche von mehr als 100.000 Quadratmetern werden Produkte aus allen relevanten Segmenten der Nähtechnik gezeigt. Zur Veranstaltung, die vom 26. bis 29. September 2007 stattfindet, werden über 1.000 Aussteller aus aller Welt erwartet. In den vergangenen Jahren war jeweils ein deutliches Wachstum der Aussteller- und Besucherzahlen zu verzeichnen. So besuchten im Jahr 2005 mehr als 40.000 Gäste die Messe in Shanghai.

Dürkopp Adler auf der CISMA 2007: Stand-Nr. W1-A02

CISMA 2007

„Das Thema Umwelt ist für uns nicht neu“

Interview mit Alfred Wadle, Sprecher des Vorstandes der Dürkopp Adler AG

Das Thema Umwelt steht seit geraumer Zeit ganz oben auf der allgemeinen Agenda. Wie wichtig sind Umwelt- und Ressourcenschutz für Dürkopp Adler?

Wadle: Ich denke, diese Themen sind für uns sehr bedeutend. Ein Großteil unserer Produkte ist ja für Länder bestimmt, die sehr stark vom Klimawandel betroffen sind. Das sind vor allem die asiatischen und südeuropäischen Länder. Besonders dort sind die Menschen durch die Naturkatastrophen, die sie in den letzten Jahren erleiden mussten, für diese Themen sensibilisiert. Wenn wir, die wir verstärkt in diesen Ländern unser Geschäft betreiben, unsere Kunden davon überzeugen können, dass wir in unserer Produktion und in unseren Produkten das Thema Umweltschutz wirklich umsetzen, wird das positiv gesehen. Ich glaube auch, dass sich Dürkopp Adler mit diesen Themen von den Mitbewerbern in starkem Maß absetzen kann. Denn nach meiner Einschätzung spielen Umweltschutz und Ressourcenschonung in den Produkten kaum eine Rolle.

Können Sie das konkretisieren?

Wadle: Bei den chinesischen Produzenten geht es um Stückzahl und Massenfertigung und weniger um Werthaltigkeit und Langlebigkeit. Die sehen ihre Maschinen eher als Wegwerfprodukte, die häufig bereits nach einem Jahr einfach ausgetauscht werden. Das ist bei uns nicht so. Unsere Maschinen sind sehr langlebig und dadurch wesentlich umweltfreundlicher. Bei der Produktion einer Nähmaschine werden viele Gussteile verwendet.

Um diese Gussteile herzustellen, wird viel Material und Energie benötigt. Je länger so eine Maschine hält, desto mehr werden natürlich die Ressourcen geschont. Zudem sind unsere Fabriken hier in Europa – auch bedingt durch die strengen Gesetzgebungen – schadstoffärmer und effizienter. Wir legen Wert darauf, diese Themen systematisch voranzutreiben und wir werden nicht lange brauchen, um zu belegen, dass wir unseren Wettbewerbern weit voraus sind.

Haben Sie schon einen fertigen Plan, wie Dürkopp Adler diese Themen zu Schwerpunkten im Tagesgeschäft machen kann?

Wadle: Es gibt seit mehr als zehn Jahren Umwelt-Leitlinien für den Konzern, die den maßvollen Umgang mit den Ressourcen genauso fokussieren wie die Schulung der Mitarbeiter und damit weit über die gesetzlichen Vorschriften hinausgehen. Deshalb sind diese Themen für uns nicht neu. Sicherlich war der Umweltgedanke, insbesondere in der Außendarstellung, bisher nicht das entscheidende Thema. Wir sind aber in der Situation, dass wir den Umweltschutz bei Dürkopp Adler nicht neu erfinden müssen, sondern einfach dessen Bedeutung systematisch in den Vordergrund stellen werden. Ich glaube nicht, dass wir eine lange Zeit benötigen werden, um zu zeigen, dass wir es ernst meinen. Bei unseren neuen Produkten sind viele Punkte unserer Umwelt-Leitlinien schon erfüllt. Das gleiche gilt für unsere Fabriken. Wir führen Audits durch, die ein Teil unseres Qualitätsmanagementsystems sind. In allen die-



sen Punkten entsprechen wir unseren Leitlinien.

Bedeutet Umweltschutz auch die Vermeidung langer Transportwege?

Wadle: Wir haben lange Transportwege. Das hat sich durch die Eröffnung unserer Fertigungsstätte in China allerdings relativiert. Im Moment haben wir eine Exportquote von rund 85 Prozent. Dadurch sind wir gezwungen, vieles zu transportieren. Auch der Verbund unserer Werke in Europa be-

dingt einen erheblichen logistischen Aufwand. Wir fertigen z.B. unsere Gussteile in Tschechien und bringen sie zur Montage nach Bielefeld. Auf der anderen Seite betreiben wir nur eine Lackiererei und nur eine Gussbearbeitung und nicht drei. Dadurch konzentrieren wir den Ressourceneinsatz und reduzieren ihn gleichzeitig. Wir sind auch durch diese Bündelung in der Lage, an den Standorten bessere und umweltfreundlichere Technologien einzusetzen.

weiter nächste Seite



Bessere Werkstoffe: Bei den neuen Produkten wie dem M-Type setzt Dürkopp Adler umweltfreundlichere Materialien ein.

Sie sprachen davon auch die Produkte umweltverträglicher zu entwickeln. Wie funktioniert das?

Wadle: Wir verwenden mittlerweile andere Werkstoffe. Unter anderem haben wir den Anteil von Blech reduziert, indem wir mehr Kunststoffe einsetzen. Das haben wir u.a. aus dem Grunde getan, weil bei der Herstellung von Blechen eine Oberflächenbehandlung, die so genannte Galvanisierung, und eine Härtebehandlung notwendig sind. Diese Verfahren sind nicht nur energieintensiv, sondern produzieren auch Giftstoffe. Darüber hinaus haben wir die Anzahl der Teile für die Mechanik reduziert. Wir benötigen so weniger Material, was sich in der Energiebilanz positiv auswirkt. Unsere Maschinen verbrauchen heute weniger Strom und geben weniger Wärme ab. Das alles werden wir in Zukunft mit Daten belegen.

In China steigt - auch bedingt durch das Thema Smog im Kontext der Olympischen Spiele 2008 - offensichtlich das Umweltbewusstsein. Kann es sein, dass Sie mit umweltverträglichen Produkten im Reich der Mitte offene Türen einlaufen?

Wadle: Ich denke schon. Die Chinesen haben massiv mit Umweltproblemen zu kämpfen. Das liegt an der extremen Explosion in der Industrie aber auch am gestiegenen Lebensstandard der Bevöl-

kerung. So kommen in China immer mehr Autos auf die Straße. Mit dem Thema Umweltschutz nehmen wir eine Vorreiterrolle in unserer Branche ein. Und wir haben durch das Thema im Moment ein absolutes Alleinstellungsmerkmal. Natürlich wird das irgendwann vom Wettbewerb kopiert, aber es ist immer gut, wenn man als „Opinion Leader“ Kunden und Vertriebspartner sensibilisieren kann. Wir haben da einen deutlichen Vorsprung. Dabei wollen wir diese Thematik für zwei Bereiche

nutzen. Zum einen spielt der Marketingaspekt natürlich eine Rolle. Wir wollen unsere Engagement getreu dem Motto „Tue Gutes und rede darüber“ offensiv kommunizieren. Aber wir wollen auch wirklich etwas für den Umweltschutz und die Ressourcenschonung tun. Das wird anderen wesentlich schwerer fallen.

Wie sieht Ihr Zeitplan aus?

Wadle: Im September werde ich das Konzept bei den regelmäßigen Mitarbeitergesprächen vorstellen. Dann werden wir ein Projektteam bestehend aus Marketing, Entwicklung, Fertigung und Produktmanagement zusammenstellen, das die Thematik vorantreibt. Innerhalb eines Jahres wollen wir das Thema auch innerhalb des Konzerns so positioniert haben, wie wir uns das vorstellen.

„Wir wollen wirklich etwas für den Umweltschutz und die Ressourcenschonung tun“

„Das Schulungskonzept hat sich bewährt“

Dietrich Kähler über die Qualifizierungsmaßnahmen für die Klasse 580



Herr Kähler, die Qualifizierungsmaßnahmen bei Dürkopp Adler sind in vollem Gange. Wie ist der Stand der Dinge?

Kähler: Im ersten Schritt haben wir unsere eigenen Vertriebsmitarbeiter im Hinblick auf die Vorteile und Anforderungen der Klasse 580 geschult, um sie in die Lage zu versetzen, ihr Know-how an die externen Vertriebsleute weiterzugeben.

Der Hintergrund der Schulungsmaßnahmen war, dass die komplexen Möglichkeiten der Baureihe erweiterte Kenntnisse erfordern. Hat der Qualifizierungsprozess sein Ziel erfüllt?

Kähler: Wir haben mit der Klasse 580 eine Produktreihe auf die Beine

gestellt, die alles bislang Vorhandene in den Schatten stellt und alle bisherigen Nähprozesse im Augenknopflochbereich abdeckt. Zudem verfügt die Baureihe über zahlreiche neue Features, die uns erstmalig entscheidende Vorteile in den Bereichen Rationalisierung und Flexibilisierung bringen. Diese neuen Möglichkeiten der Baureihe müssen wir deutlich machen, da wir uns hier sehr vom Wettbewerb abheben. Aus diesem Grund haben wir umfangreiche Schulungen durchgeführt, deren Erfolg jetzt schon sichtbar ist.

Ihre Schulungen basieren auf dem „Teach the Trainer“-Konzept. Hat das funktioniert?

Kähler: Ja, das Feedback der ersten Schulungen hier in Bielefeld, in

Nordamerika und Brasilien zeigt ganz klar, dass die Verkäufer sicherer sind und besser verkaufen können. Das lässt sich auch mit Zahlen belegen. Insofern hat sich unser Schulungskonzept bewährt.

Wie werden die Qualifizierungsmaßnahmen weitergehen?

Kähler: Unsere Länderbetreuer werden in die europäischen und asiatischen Märkte gehen und dort das Schulungskonzept vor Ort einsetzen. Darüber hinaus werden wir nach wie vor spezielle Veranstaltungen hier am Stammsitz durchführen.

Ist das Qualifizierungskonzept gänzlich neu für Dürkopp Adler?

Kähler: Wir haben ja schon seit langer Zeit Produktschulungen bei Markteinführungen durchgeführt. Aber bei der Klasse 580 handelt es sich um ein Produkt, das eine besondere Komplexität besitzt. Da ist es besonders wichtig, dem Kunden die Vorteile vermitteln zu können. Aus diesem Grund haben wir dieses neue Schulungstool entwickelt.

Ist es geplant, dieses Schulungskonzept auch für andere Produkte einzusetzen?

Kähler: Wir planen das. Dürkopp Adler verfügt über eine ganze Reihe von Nähautomaten -und Maschi-

nen, die in der Lage sind, sehr komplexe Anforderungen zu erfüllen. Es liegt auf der Hand, dass diese Produkte auch intensive Kenntnisse erfordern. Deshalb werden wir unser Schulungskonzept ausbauen.

Inwieweit lässt sich so ein Schulungskonzept an die Bedürfnisse des „wirklichen Lebens“ anpassen?

Kähler: Wenn man eine Zwischenbilanz der Qualifizierungsmaßnahmen zieht, kommt man sehr schnell zu dem Ergebnis, dass so ein Schulungskonzept natürlich ein „lebendes“ Instrument ist. Es muss an die Marktgegebenheiten und die spezifischen Parameter eines Produktes angepasst werden. So hat es natürlich bei diesem Schulungskonzept Änderungswünsche und Verbesserungsvorschläge gegeben, die wir implementiert haben. Unser Kernziel ist es, immer aktuell zu sein und alle möglichen Unklarheiten im Know-how-Transfer von der Produktentwicklung bis zur Markteinführung aus dem Raum zu schaffen.

Also ein absolut positives Ergebnis der Qualifizierungsmaßnahmen?

Kähler: Die Maßnahmen ermöglichen uns neue Perspektiven, um in einen intensiven Dialog mit den Vertriebsleuten zu treten, die ja einen ganz engen Kontakt zum Endkunden haben. Wir haben durch die Schulungen erfahren, dass sich der Bedarf und die Ansprüche des Kunden verändert haben. Die Kunden wollen sich über die Flexibilität vom Wettbewerb abheben. Wir haben das durch die Schulungen gelernt und können nun ganz anders reagieren. Das ist für uns ein ganz tolles Ergebnis der Qualifizierungsmaßnahmen.

Impressum

Herausgeber:
Dürkopp Adler AG
Potsdamer Straße 190
33719 Bielefeld
Tel +49 (0) 521 925-00
Fax +49 (0) 521 925-2646

www.duerkopp-adler.com
marketing@duerkopp-adler.com

Verantwortlich für den Herausgeber:
Dietrich Eickhoff

Redaktion und Produktion:
ps konzept –
agentur für kommunikation,
Obernkirchen