

ISSN: 1863-4699 Dichten → Dichtungsstandzeiten verlängern S. 10

Kleben → Rote Linie für die „grünen Linien“ S. 30

Polymer → Mit individuellen Materiallösungen Produktvorteile realisieren S. 36

DICHT!

www.isgatec.com

Dichten. Kleben. Polymer. verstehen

1.2021

Dichten

Die optimale Maschinentechnik

ist nur ein Aspekt der

Dichtungsfertigung S. 14



„Technische Händler setzen heute andere Themen als vor 20 Jahren – zum Nutzen der Kunden.“

Der Technische Handel im Wandel der Zeit

BRANCHENÜBERGREIFEND DICHTUNGSTECHNIK ALLGEMEIN – 20 Jahre Fachgruppe „Dichtungstechnik“ im VTH – im Gespräch mit Simon Treiber, dem Vorsitzenden der Fachgruppe. Ein guter Anlass, zurückzublicken und einen Blick auf die Zukunft und auf die Herausforderungen des Technischen Handels in diesem Produktbereich zu wagen.

20 Jahre sind in immer dynamischeren Zeiten eine lange Zeitspanne. Was hat sich in dieser Zeit aus Ihrer Sicht beim Technischen Handel mit Dichtungen geändert?

Treiber: Vor 20 Jahren, als die VTH-Fachgruppe „Dichtungstechnik“ gegründet wurde, sah die Welt des Technischen Handels noch ganz anders aus. In der Rückschau erscheint sie kleiner, einfacher und langsamer. Heute ist es noch wichtiger geworden, täglich auf dem aktuellen Stand von Technik und Regelwerken zu sein und sowohl Wissen als auch Produkte sofort bereitstellen zu können. Nur mit fundiertem, vertieftem Know-how kann der Technische Handel der internetbedingten Vergleichbarkeit und Austauschbarkeit entkommen und sein eigenes Profil schärfen. Dies alles ist fordernd, anspruchsvoll und zeitintensiv. Hier half uns die Gründung der Fachgruppe. Hier haben wir schon früh sich stellende Aufgaben auf mehrere Schultern verteilt, sodass die Anforderungen an den Einzelnen geringer sind.

Welche Funktion hat die Fachgruppe im Detail?

Treiber: Vor Gründung der VTH-Fachgruppe „Dichtungstechnik“ war der Markt durch eine Abschottung der einzelnen Großhändler geprägt. Aufgrund immer komplexerer Rahmenbedingungen, des enormen technischen Fortschritts und der Globalisierung war die Kooperation von Unternehmen unumgänglich, um weiterhin am Markt bestehen zu können. Gerade der Mix aus kleinen, mittleren und großen Technischen Händlern in der Fachgruppe bietet hier interessante Perspektiven. Die Fachgruppe hat, das ist meine feste Überzeugung, den darin zusammengeschlossenen Mitgliedern durch Kompetenzgewinn und Informationsvorsprung neue und wichtige Vorteile im Marktgeschehen gebracht. Das Networking hat in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen. In einem

dynamischen Marktumfeld hat der Austausch mit anderen Marktteilnehmern einen echten Mehrwert. Die Fachgruppe bietet hierfür eine optimale Plattform.

Wichtig ist auch, dass wir immer mehr Wert auf die Weiterbildung unserer Mitarbeiter legen. Um das Wissensniveau stetig zu steigern und damit vor allem den Nutzen für die Kunden rund um unsere Produkte und Dienstleistungen ständig zu vergrößern, hat die Fachgruppe ihre Aktivitäten im Bereich Aus- und Weiterbildung stark intensiviert. Neben dem dreiteiligen Seminar „Fachberater für Dichtungstechnik“, das im Jahr 2010 erstmals stattfand, werden Informations- und Thementage angeboten, die je nach Ausrichtung für Auszubildende und Neulinge geeignet sind oder vertiefende Fachkenntnisse für Dichtungsexperten vermitteln.

Ein weiterer Punkt ist die permanente Intensivierung des Netzwerkgedankens: Um einen engen Schulterschluss mit den Partnern auf der Herstellerseite zu gewährleisten, gründete die Fachgruppe im Juni 2016 ihren Lieferantenkreis. Diesem gehören zurzeit 26 Unternehmen an. Gemeinsam bilden sie eine Plattform zum gegenseitigen Kennenlernen und eine Drehschleife für den Erfahrung- und Meinungs-austausch.

Mit der Anfang 2020 eingeführten Registrierung zum „Zertifizierten Fachbetrieb für Dichtungstechnik“ unterstützt die Fachgruppe schließlich die Qualitätsoffensive des VTH und der VTH-Qualitätspartner. Die Fachgruppe hat damit ein überbetriebliches Gütezeichen geschaffen, das eine wertvolle Orientierung für Qualität und Service im Dichtungsmarkt bietet.

Welche technischen und gesellschaftlichen Trends wirken sich derzeit am meisten auf den Technischen Handel aus?

Treiber: Das Voranschreiten der Digitalisierung ist wohl der auffälligste Trend, wenn wir gleichzeitig auf Technik und Gesellschaft blicken. Produkte, Prozesse und Produktionsstätten werden „smart“. Der Einkäufer informiert sich über sein Smartphone und der Instandhalter setzt auf eine Software, die ihm rechtzeitig – oder sogar vorausschauend – Handlungsbedarf signalisiert.

Der Industrie 4.0-Ansatz zwingt die Arbeitswelt nach und nach zur Vernetzung und Automatisierung aller an der Wertschöpfungskette beteiligten Unternehmen – und damit auch den Technischen Handel. Als ein wesentlicher Teil dieser Kette sorgt er mit intelligenten Versorgungs- und Wartungskonzepten dafür, dass die Räder auch in der digitalen Fabrik rund um die Uhr laufen – und dies schneller, besser und kostengünstiger als bisher.

In der Dichtungstechnik werden hohe Werkstoff- und Prozesskompetenz immer wichtiger. Für einen Technischen Händler reicht es daher längst nicht mehr aus, nur mit Dichtungstechnik zu handeln. Eine Zukunft hat der, dem es gelingt, sein Know-how wirksam einzubringen, um den Kunden in der Wertschöpfung zu unterstützen. Wie auch in anderen Produktbereichen wird schließlich die Kommunikation immer bedeutsamer. Über unseren Arbeitskreis Öffentlichkeitsarbeit wollen wir deshalb die Rolle und Funktion des Technischen Handels im Wettbewerbsumfeld darstellen und an die Kunden kommunizieren. Dies geschieht in Abgrenzung zu reinen Onlinekanälen, aber auch im Unterschied zu direktvermarktenden Herstellern.

Ein Nebeneffekt der diesjährigen Pandemie ist ein Push bei der Digitalisierung von Geschäftsprozessen. Wie sieht dies aus Sicht des Technischen Handels aus?

Treiber: Ein großes Thema ist, dass sich insbesondere der Vertrieb aufgrund von Corona drastisch verändert. Viele Themen werden online besprochen und nicht mehr in Form von persönlichen Treffen. Letztere werden nicht vollends verschwinden, jedoch wird sich deren Anzahl drastisch reduzieren. Somit ist es gerade im Außendienst notwendig, sich auf die „neuen“ Medien einzulassen und zu lernen, welche vielfältigen Möglichkeiten dadurch geboten werden. Auch hier bieten der VTH und seine Fachgruppen Foren, um sich fortlaufend über Trends und Entwicklungen im Bereich E-Sales und E-Commerce auszutauschen. So stellt der Fachhandel sicher, dass er auch bei der Digitalisierung allen Anforderungen seiner Kunden gerecht wird, inklusive der Qualität und Sicherheit der Daten.

Im Zuge der Pandemie war immer wieder zu hören, dass Sourcing-Strategien überdacht werden müssen. Stellen Sie hier Veränderungen fest?

Treiber: Im Fokus stehen bei uns nachhaltige Ressourcennutzung und Strategien entlang der Lieferketten sowie die Festlegung klarer Kennzahlen. Wer seine Einstellung im Einkaufsmanagement nicht anpasst, wird meines Erachtens auf der Strecke bleiben. Im Zuge der aktuellen Transformation erwarte ich, dass sich das Bild des Einkaufs weiter ändert: Vom Beschaffer zum Innovationsmanager. Die reine Kostenoptimierung wird abnehmen. Einfach nur Preise zu drücken, funktioniert zukünftig nicht mehr. Der Einkauf der Zukunft wird die Rolle eines Innovations Scouts und Nachhaltigkeitsmanagers übernehmen müssen, um frühzeitig auf Veränderungen reagieren und diese mitgestalten zu können.

„Das Motto lautet: Weg vom einseitigen Kostensparen hin zur transparenten Kooperation und zu innovativen Prozessen.“ – Simon Treiber, Vorsitzender der Fachgruppe Dichtungstechnik beim VTH



Dichtungen haben sich in vielen Anwendungen vom C-Teil zum systemrelevanten – und damit auch beratungsintensiveren – Bauteil entwickelt. Wie stellt sich der Technische Handel darauf ein?

Treiber: Der Technische Händler bringt sich mehr und mehr als Systemberater bzw. als Unternehmensberater ein. Er zeigt dem Kunden auf, dass es weniger lohnenswert ist, preis- und produktbezogen zu denken als vielmehr prozessbezogen. Denn mit einer smarten Warenbewirtschaftung sinken z.B. die Prozesskosten für C-Teile erheblich.

Diese preisfokussierte C-Teilbeschaffung muss doch langsam mal den sinnvollen TCO-Betrachtungen weichen. Wie beurteilen Sie die Entwicklung?

Treiber: Richtig, aber es liegt auch am Technischen Händler selbst, die Total Cost of Ownership (TCO)-Rechnung für den Kunden aufzumachen. Wir müssen ihn davon überzeugen, dass wir langfristig die besten Lösungen aus wirtschaftlicher Sicht und im Kostenvergleich bieten. Dabei kann man nicht oft genug betonen: Der Preis einer hochwertigen Dichtung ist im Vergleich zu den Kosten einer Betriebsunterbrechung und im Hinblick auf Sicherheitsaspekte relativ unbedeutend.

Diese Sichtweise im Markt durchzusetzen, ist sicher eine Herausforderung ...

Treiber: ... auf jeden Fall, denn dieser Gedanke hat sich bislang noch ungenügend durchgesetzt. Wir werden mit unseren Aktivitäten aber unbeirrt fortfahren, um die Kunden hiervon zu überzeugen und ihren Blick auf die wirklich entscheidenden Aspekte zu lenken. Denn viel wichtigere Einflussgrößen für die Wahl der richtigen Dichtung als der Preis sind neben der Qualität u.a. das Medium, das durch die Leitung befördert wird, die Temperatur, der Druck sowie der Flansch, die Schrauben und die Prozessführung. Eine systemische Denkweise und systematische Analyse der Einflussgrößen ist unabdingbar. Hinzu kommt schließlich: In Abhängigkeit von den Belastungen, denen die Dichtstelle ausgesetzt ist, muss eine regelmäßige und gründliche Wartung selbstverständlich sein.

Wie unterstützt der Verband die Technischen Händler bei all diesen Entwicklungen?

Treiber: Hier alle VTH-Hilfestellungen zu nennen, würde den Rahmen sprengen. Wir bespielen die gesamte Klaviatur der typischen Verbandsarbeit. Dass er den inzwischen fünf Fachgruppen eine Heimat bietet und damit permanent den theoretischen Wissensbackground und das praktische Miteinander fördert, ist einzigartig. Das gilt auch für die schon angesprochene Partnerschaft mit den Lieferanten. Dank des Engagements der VTH-Qualitätspartner unterstützt der Verband den Technischen Handel mit Schulungen und modernem Branchemarketing. Dazu zählen auch die Bereitstellung von Whitepapers, Werkstattpostern und Infografiken sowie Vorteilsargumentationen anhand von Fallbeispielen in Form von Reportagen, Videofilmen und Social Media.

Wie wird sich der Technische Handel – vor dem Hintergrund der aktuellen Herausforderungen – weiterentwickeln bzw. weiterentwickeln müssen?

Treiber: Die VTH-Mitglieder gehören nicht zu denjenigen, die in diesen schweren Zeiten ihre Sorgen, Ängste und Nöte publik machen. Das war nach meiner Beobachtung schon immer so. Das Wichtigste ist jetzt, nicht mütlos in den Sessel zu sinken, sondern zuversichtlich nach vorn zu schauen. Der erste Vorsitzende unserer Fachgruppe von 2000 bis 2008, Karl-Friedrich Berger, riet anlässlich des 20. Jubiläums, „auf Vorrat zu denken“ und „Unmögliches zu denken“. Der VTH-Vorsitzende Peter Mühlberger, ebenfalls ein Gründungsvater unserer Fachgruppe, gab die Devise aus, wissbegierig zu bleiben, um „heute zu ahnen, was der Kunde morgen will“.

Eines ist sicher: In dieser Situation bewähren sich die in besseren Zeiten geschmiedete Partnerschaft mit der herstellenden Industrie und die geschmierte Logistikkette. Dank der Leistungsgemeinschaft mit den VTH-Qualitätspartnern sind die VTH-Mitglieder mit Markenprodukten bestückt und direkt in alle zukunfts-gestaltenden Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten eingebunden. Auf dieser Basis stellen wir uns auch kommenden Herausforderungen.

Vielen Dank für das Gespräch.

Weitere Informationen

VTH Verband Technischer Handel e.V.
www.vth-verband.de



DICHT!digital: Die Fachgruppen im Überblick



DICHT!digital: Die Qualitätspartner im Überblick

Polymold
TECHNOLOGY

**Kunststoffspritzguss
Werkzeugbau
Laserbeschriftung
Dosiertechnik**



**Wir können
DICHT!**

Polymold GmbH & Co. KG
Am Hörnbachl 5 | 82396 Pähl
Telefon +49 8808 92454-0
E-Mail mail@polymold.de

www.polymold.de
Innovation. Qualität. Zukunft.






DICHT!digital: **Zum Lösungspartner**