

# Wer hat die optimale Kleblösung?

## Hersteller, Händler, Berater – oder alle zusammen?

**BRANCHENÜBERGREIFEND KLEBTECHNIK – Anwender können sich bei der Entscheidung für bzw. Auswahl von eine/r benötigte/n Kleblösung an Hersteller, Händler oder Berater wenden – aber was bzw. wer ist denn nun der richtige Ansprechpartner? In drei Statements geben Experten Orientierung und machen deutlich, dass es mehr ein Miteinander als ein abgestimmtes Gegeneinander ist, das zur besten Lösung führt.**

Klebstoffhersteller brauchen Handelspartner – diese Aussage wird heute öfter in eine Frage verwandelt. Für uns gilt das nicht, da wir die Zusammenarbeit mit unseren Handelspartnern wertschätzen. Dies lässt sich am besten an der Beziehung zu unserem langjährigen Partner tewipack Uhl GmbH beschreiben. Moderne Handelspartner leisten heute viel mehr, als sie das früher konnten oder wollten. Früher war es das primäre Ziel eines Handelsunternehmens, Waren einzukaufen und mit Gewinn weiterzuverkaufen. Das setzt kaum erklärungsbedürftige Produkte voraus und trifft auf Klebstoffe weniger denn je zu. Moderne Handelspartner bieten Anwendern heute viel mehr als nur die Ware: Zu nennen wären hier z.B. ein umfassender Service, beginnend bei der professionellen Beratung, über eine aktive Projektbetreuung bis hin zur Sicherstellung der termingerechten Materialverfügbarkeit in der Produktion. Und warum machen wir als Hersteller das nicht selber? Das ist keine Know-how-Frage, sondern ein Ressourcenthema. Als international agierender Klebstoffhersteller können wir diese Services nicht in der Menge, fachlichen Tiefe, Projektdauer und Vielseitigkeit der Anforderungen leisten. Hier hat sich vielmehr die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit „Handelspartnern“ bewährt. Die Kollegen dieser Unternehmen sind regional viel besser vernetzt und können so Bedürfnisse der Klebstoffanwender nicht nur eher erkennen, sondern auch besser erfüllen, als das ein internationaler Hersteller in der Breite könnte.

Aber es geht noch weiter: Handelspartner sind heute auch Entwicklungstreiber. Dazu ein Beispiel: Der Markt hat lange nach einem schwarzem Acrylat Klebstoff „verlangt“, der schwer zu verklebende Kunststoffe aber auch Materialien wie CFK einfach und sicher verkleben kann. Mit Permabond TA 4630 steht inzwischen ein Produkt zur Verfügung, das ge-

nau diese Anforderungen erfüllt. Die Anregung zur Entwicklung dieses Produktes kam u.a. aus dem Handel. Ein weiteres Beispiel ist die Entwicklung des neuen Sofortklebstoffs Permabond 825, der eine Temperaturbeständigkeit bis zu 200 °C besitzt. Damit ist klar, was wir an modernen Handelspartnern schätzen. Was aber bringen wir in diese Partnerschaften ein? Letztendlich geht es nicht nur darum, den Partnern neue Produkte zur Verfügung zu stellen, Marketing-Unterstützung und die Möglichkeit zu bieten, mit unseren Produkten angemessene Erträge zu erwirtschaften. Ein zentraler Aspekt einer funktionierenden Partnerschaft ist, dass Handelspartner unsere Produkte bevorraten. Nur so kann der Bedarf der Anwender termingerecht und zeitnah gedeckt werden. Dieses Thema gewinnt gerade in Zeiten, in denen wir erleben müssen, dass es durch krisenbedingte Kontrollen an Grenzen zu Verzögerungen in der Lieferkette kommen kann, an Bedeutung.

*„Da die meisten Klebstoffhersteller keine Ressourcen für einen flächendeckenden und vielschichtigen Vertrieb haben, kommt starken Handelspartnern eine zentrale Bedeutung zu.“*

– Ralf Giessel, Technical Sales Engineer, Permabond® Engineering Adhesives GmbH



Darüber hinaus haben wir auch Erwartungen an eine hohe Marktdurchdringung der Vertriebsmannschaft eines Handelspartners. Diese ist genauso wichtig, wie ein hohes Engagement in einem qualifizierten Klebstoff-Vertrieb. Des Weiteren streben wir als Hersteller auch die Zusammenarbeit mit Instituten, wie dem Fraunhofer Institut und unabhängigen Beratern an. Diese Institutionen sind auf Informationen der Klebstoffhersteller angewiesen, um Ihre Kunden umfassend beraten zu können. Wenn hier eine gute Zusammenarbeit besteht, kann der Endkunde bei der Zusammenarbeit oftmals sehr von dem Fachwissen der Institute und unabhängigen Berater profitieren. Letztendlich funktioniert Kleben nur dann erfolgreich, wenn alle Partner eine langanhaltende Symbiose aufbauen können.

Die perfekte Kleblösung für eine industrielle Anwendung zu finden, ist weit mehr als die Suche nach einem geeigneten Hersteller. Ob Klebebänder, Klebstoffsysteme oder nützliches Zubehör: Die Bandbreite, die sich für die unterschiedlichsten Projekte bietet, ist enorm vielfältig und sollte individuell auf die Bedürfnisse des Kunden zugeschnitten sein. tewipack hat es sich zur Aufgabe gemacht, eine klebtechnische Herausforderung grundsätzlich herstellerneutral anzugehen. Dadurch ist garantiert, dass stets die optimale Lösung im Fokus steht. Dabei wird der Kunde als Partner gesehen, um gemeinsam mit ihm zu entscheiden, welches Produkt am besten geeignet ist. Zum gegenseitigen Vertrauen trägt die Bekanntheit der Marken bei, die wir im Portfolio haben. Diese werden nach strengen Kriterien ausgewählt, was für hohe Qualitätsstandards im Sortiment sorgt, das in einem hochmodernen Logistikzentrum lagert, das auch ein Kühlager für temperaturempfindliche Klebstoffe beinhaltet. Dank breiter Bevorratung können kurze Reaktions- und Lieferzeiten garantiert werden.

In über 50 Jahren haben wir uns so einen Kundenstamm aufgebaut, der in so gut wie jede produzierende Branche hinein reicht, angefangen beim Maschinen- und Anlagenbau über die Elektronik und den Fahrzeugbau bis hin zur Medizin- und Lebensmittelindustrie. Das ist auch ein Grund dafür, dass wir unsererseits den strengen Auswahlkriterien sämtlicher namhafter Hersteller entsprechen.

*„Im Technischen Handel bilden vorselektierte Produkte, herstellerunabhängige und kompetente Beratung sowie qualitätssichere Lieferung der Klebmaterialien ein starkes Leistungspaket. Dies sind zentrale Kriterien, nach denen Anwender ihre Handelspartner auswählen sollten.“*

– Carsten Odwald, Verkaufsleiter, tewipack Uhl GmbH



Mit den herstellerunabhängigen Auswahlmöglichkeiten rennen die Klebtechnik-Spezialisten bei ihren Kunden offene Türen ein. Unterm Strich sorgt die Vielfalt des Angebots nicht nur für gute technische Lösungen, son-

dern auch für ein optimales Preis-Leistungs-Verhältnis. Dank Großeinkauf können wir günstige Konditionen direkt weitergeben. Kleine und größere Mengen können rund um die Uhr auch im Online-Shop geordert werden.

Unser Team erhält das nötige Rüstzeug für die fachliche Beratung durch regelmäßige Produktschulungen bei den Herstellern. Daraus ist eine gute Basis entstanden, um den Kunden – bei Bedarf – von der Projektphase über Entwicklung und Konstruktion bis zur Klebstoffanwendung nachhaltig zur Seite stehen zu können. Das trägt außerdem, wie erste Testverklebungen im hauseigenen Labor zeigen, zu einer schnelleren Produktauswahl bei. Die enge Zusammenarbeit macht es sogar möglich, bei schwierigeren Herausforderungen gemeinsam mit ausgewählten Herstellern Klebstoff-Modifikationen zu entwickeln, die exakt auf die Anwendung abgestimmt werden. Das gilt auch für Sonderlösungen wie der Weiterverarbeitung von Klebbehältern durch Schneiden, Sägen, Stanzen, Konfektionieren oder Lasern. Das umfangreiche Fachwissen gibt der technisch geschulte Innen- und Außendienst in Webinaren und Seminaren vor Ort an unsere Kunden weiter. Darüber hinaus zeigen Klebfachkräfte, zertifiziert nach DVS/EFW, regelmäßig Präsenz vor Ort. Dazu zählen auch die Schlüsselkunden im Ausland. Aktuelle Informationen und Innovationen werden zeitnah über verschiedene Marketing-Kanäle kommuniziert. Das ist umso wichtiger bei gefährlichen Stoffen oder Gemischen und trägt zur Reduzierung möglicher Gefahrenquellen durch den unbeabsichtigten oder vorsätzlichen Einsatz derartiger Erzeugnisse bei. Nur Wiederverkäufer und berufsmäßige Verwerter erhalten gesetzeskonform überhaupt Zugang zu diesen speziellen Produkten. Das erfordert einen hohen internen Aufwand, der bis zur aufwändigen Dokumentation reicht, was nur ein entsprechend organisiertes Unternehmen leisten kann.

Ein Klebstoffhersteller berät naturgemäß im Rahmen seines Angebots- und Technologieportfolios. Sind MMA sein Schwerpunkt, wird er eine Lösung auf Basis von MMA finden und auch gute Argumente dafür, warum das genau die richtige Lösung ist. Das funktioniert bei großvolumigen Projekten noch ganz gut, bei kleineren Projekten – wobei das interessanterweise immer eine „Tonnen-Betrachtung“ ist – wird das eher schwierig, was – aus Aufwand/Nutzen-Überlegungen heraus – gut nachvollziehbar ist. Der technische Händler wird eine Lösung aus seinem Portfolio oder aus dem Angebot der

mit ihm kooperierenden Klebstoffhersteller finden oder diese gemeinsam mit seinen Lieferantenpartnern erarbeiten. Dabei gehe ich davon aus, dass der Händler klebtechnisch qualifiziertes Personal hat. Bei beiden geht der Aufwand – um das Wort Kosten zu vermeiden – in den späteren Verkaufspreis ein.

Ein externer klebtechnischer Berater arbeitet i.d.R. technologie-neutral, d.h. er wird – die nötige Erfahrung und Marktkenntnis unterstellt – die optimale Lösung für die anstehende Aufgabe finden. Darüber hinaus wird er die vorgeschlagene Lösung – eher Lösungen, denn ich kenne keinen, der nur eine Lösung vorschlagen wird – technisch qualifizieren und auch die wesentlichen Zusatzthemen wie Untergrundvorbehandlung, Applikationstechnik usw. mit seinem Systemvorschlag abdecken.

*„Die besten Lösungen entstehen immer, wenn – in Abhängigkeit von Projektgröße und Know-how der Anwender – alle relevanten Beteiligten an einem Projekt zusammenarbeiten.“ – Thomas Stein, Gesellschafter, Klebnorm Consulting GmbH*



Trotz dieser „Unterschiede“ brauchen sich die Marktpartner wechselseitig – keine Frage. Der Klebstoffhersteller braucht gut ausgebildete Händler, die seine Produkte vermarkten können, also nicht „nur“ als Logistikhelfer fungieren. Dazu kann er durch Schulungen beitragen, aber der Händler wird gut daran tun, seine Mitarbeiter hersteller-neutral schulen zu lassen – oder durch die neugeschaffene Ausbildung zum Fachberater Klebtechnik.

Der Händler braucht Lieferanten, die ihn mit den erforderlichen Informationen versehen, die seine Arbeit am Kunden ermöglichen, die seine Mitarbeiter schulen – und das muss weit über die „Katalogschulungen“ hinausgehen. Tandembesuche bei Projektkunden sind hier das Mittel der Wahl – zwar aufwändig, aber wirksam und nachhaltig.

Der Klebstoffhersteller braucht klebtechnische Fachberater, weil er schlicht nicht alles selbst machen kann (und auch nicht will), aber auch, weil er die Kundenerwartung, dass ihm eine integrierte Komplettlösung (Klebstoff, Vorbehandlung, Auftragstechnik, ggf. Nachbehandlung etc.) geboten wird, oft nicht erfüllen kann.

Anwender sollten die Einschaltung eines klebtechnischen Beraters immer dann erwägen, wenn sie eine anbieter- und technologie-neutrale Lösung haben wollen und wenn es in-house keine oder nicht ausreichende Klebtechnik-Kenntnisse oder es schlicht keine ausreichende Kapazität gibt.

Soweit die Theorie und wo sind jetzt in der Praxis bei einem Projekt Schnittstellen zwischen Marktpartnern? Es ist immer wieder zu beobachten, dass Händler (oft aus guten Gründen) den eigentlichen Hersteller vom Endkunden fernhalten und quasi als „Vermittler“ fungieren. Das ist immer dann heikel, wenn beim Händler Anwendungs- oder Klebtechnik-Know-how (noch) nicht in ausreichendem Maße vorhanden ist. Das führt dann zu einem unnötigen, nicht zielführenden Hin und Her und erhöht das Risiko unvollständiger Informationen, die das Projekt dann scheitern lassen. Es gibt aber auch zunehmend technische Händler, die hervorragend ausgebildete Klebstoffspezialisten im Team haben – und die vor zwei Jahren neugeschaffene Ausbildung zum „Fachberater Klebtechnik“ im technischen Handel bringt hier sicher auf breiter Front eine weitere Verbesserung. Der bewährte „Klassiker“ ist, dass der Anwender zusammen mit dem Klebstoffanbieter – egal ob Hersteller oder Händler – eine Lösung erarbeitet, diese durch Tests (Labor und Praxis) qualifiziert und dass erst dann nach der geeigneten Verfahrenstechnik für den Auftrag in der Serienanwendung gesucht wird. Das heißt nicht selten: „Gehe zurück über Los.“ Bei allen Projekten ist zu berücksichtigen, dass es nicht selten vorkommt, dass der Substrathersteller die Substrate in ihrer klebtechnischen Eigenschaft verändert, ohne sich dessen bewusst zu sein. Einerseits, weil er gar nicht weiß, wozu seine Produkte verwendet werden und andererseits, weil er keine Kenntnisse von Adhäsionsfunktionalitäten hat. Das Problem ist hier oft der Informationsfluss. Meine Empfehlung ist immer, von Anfang an bei einem klebtechnischen Projekt alle Beteiligten einzubeziehen.

**T** DICT!digital: Praxisbeispiel zum fehlenden Informationsfluss

#### Weitere Informationen

Permabond® Engineering Adhesives GmbH  
www.permabond.com

tewipack Uhl GmbH  
www.tewipack.de

Klebnorm Consulting GmbH  
www.klebnorm-consulting.de