



1. SYMPOSIUM DES WERKZEUGBAU-INSTITUTS SÜDWESTFALEN

Wie viel Werkzeugbau gibt es 2020 noch in Deutschland?

Der Werkzeugbau wird sich in den nächsten Jahren verändern – verändern müssen. Darin waren sich sämtliche Podiumsteilnehmer einig, die am 10. April im Auditorium der Erco Leuchten GmbH über die Zukunft des deutschen Werkzeugbaus diskutierten. Hier feierte das Werkzeugbau-Institut Südwestfalen (wi-swf) eine gelungene Premiere der Veranstaltungsreihe »wi-swf im Dialog«. Der Titel der Auftaktveranstaltung »Wie viel Werkzeugbau gibt es 2020 noch in Deutschland?« lockte über 80 Teilnehmer nach Lüdenscheid.

»Der deutsche Werkzeugbau ist eine Marke. Und eine Marke muss entsprechend gepflegt werden.« Professor Dr.-Ing. Thomas Seul, Präsident des VDWF (Verband deutscher Werkzeug- und Formenbauer) ermunterte die Gäste bei den einleitenden Statements der Podiumsteilnehmer zum Umdenken. Seine These: »Ein Stahlklotz kann überall in der Welt gebaut werden.« Das Ziel: »Dem Kunden muss ein Mehrwert geboten werden.«

Dr.-Ing. Ralf Gärtner, Leiter Werkzeugbau der Phoenix Contact GmbH & Co. KG, sieht für die Positionierung des Werkzeugbaus mit der Technologie, der Mitarbeiterqualifizierung und -ausbildung sowie der Vernetzung drei wesentliche Faktoren, die Unternehmen fit für die Zukunft zu machen. Er fordert, Innovationen zur Bewerbung um die Technologieführerschaft bei den Werkzeugproduzenten ein.

Innovationen gründen zudem auf neuen Technologien. Für deren Einsatz warben Peter Spitzwieser (EOS GmbH) und Dr.-Ing. Dipl.-Wirt.-Ing. Götz Marczynski (Cim Aachen GmbH). Um sich Wettbewerbsvorteile zu sichern, dürfe man sich der technischen Entwicklung nicht verschließen.

»Sie müssen uns Argumente liefern«, äußerte Dipl.-Ing. Jörn Wahle, vom Automobilzulieferer Leopold Kostal GmbH + Co. KG. Er stellte den Gästen die Rahmenbedingungen vor, die es beim Angebot von Werkzeugen für moderne Spritzgießbetriebe zu beachten gilt. Der Kaufentscheid bei Kostal wird in erster Linie vom Preis beeinflusst. »Der Preis ist aber nicht alles«, wie Wahle betonte. Auch Qualität, Service und Zuverlässigkeit seien wichtige Attribute. »Ich setze eigentlich voraus, dass die Bemusterung und die Vermessung im Hause unseres Lieferanten erfolgt.«

Das Geschäftsmodell des deutschen Werkzeugbaus wird sich in den kommenden Jahren massiv wandeln – so lautet die Quintessenz der gelungenen Veranstaltung. Deutlich wurde, dass die technische Kompetenz alleine nicht

mehr für eine ausreichende Wettbewerbsfähigkeit genügt, insbesondere gegen die massive Konkurrenz aus Billiglohnländern. Der Dienstleistungscharakter müsse mehr in den Fokus rücken und dafür seien Netzwerke notwendig. Michael Neumann, Geschäftsführer des wi-swf, kündigte für die Bildung von Netzwerken und Kooperationen ein Projekt an, zu dem sich interessierte Unternehmen bereits jetzt melden könnten. Als Ziel verfolgt das Institut, durch Kooperationen gemeinsame Werkzeugbauprojekte mit den Unternehmen umzusetzen.

VOLKER GOGOLL

INFO www.werkzeugbau-institut.de



Starke Positionierung: Mit Technologie, Mitarbeiterqualifizierung und -ausbildung sowie der Vernetzung kann der deutsche Werkzeugbau punkten, meint Ralf Gärtner, Leiter Werkzeugbau bei Phoenix Contact.

»Der deutsche Werkzeugbau ist eine Marke. Und eine Marke muss entsprechend gepflegt werden.« Professor Dr.-Ing. Thomas Seul, Präsident des VDWF.



Für neue Technologien: »Um sich Wettbewerbsvorteile zu sichern, darf man sich der technischen Entwicklung nicht verschließen«, so Götz Marczynski, Geschäftsführer der Cim Aachen GmbH.