

# „Aus Produkten werden heute zunehmend beratungsintensive Lösungen“

## Technischer Handel im Wandel

**BRANCHENÜBERGREIFEND KLEBTECHNIK DIENSTLEISTUNGEN – Was erwarten Kunden heute vom technischen Handel im Bereich der Klebtechnik? Die Antwort lautet: Top-Produkte, Beratung auf allen Kanälen, für immer komplexere Lösungen. Das Gespräch mit Stephan Seyffer, Geschäftsführer, Holger Walter, Leitung Solution Center, und Simone Gerhart, Betriebsleitung Konfektionierung der Seyffer GmbH machte deutlich, worauf es heute ankommt und in welche Richtung sich das Unternehmen in den letzten 75 Jahren entwickelt hat.**

**Der Technische Handel für Kleblösungen ist seit Jahren im Wandel. Wie stellt sich dieser aus Sicht eines Traditionsunternehmens dar?**

**Seyffer:** Tatsächlich ist unser Geschäft mit Industrieprodukten anspruchsvoll geworden. Lediglich ein Produkt zu einem guten Preis zu verkaufen, reicht nicht mehr aus. In unserer Wahrnehmung spielt das Angebot von Systemlösungen eine große Rolle. Unsere Kunden erwarten von uns nicht nur das richtige Produkt, um das Problem zu lösen, sondern fordern eine umfangreiche Beratung, eine verbrauchsorientierte Bevorratung und eine bedarfsgerechte Logistik.

Darüber hinaus stellen wir fest, dass unsere Kunden in den Fachdisziplinen immer kompetenter werden. Das bedeutet im Umkehrschluss, dass unsere Vertriebsmitarbeitenden perfekt geschult und spezialisiert sein müssen.

Eine weitere Herausforderung ist das Online-Geschäft, das immer mehr an Bedeutung gewinnt. Auch in diesem Bereich stellen wir fest, dass Kunden generell gut informiert sind. Allerdings erwartet der klassische „Online-Kunde“ das preisgünstigste Angebot. Die Pandemie-Phase hat uns jedoch gezeigt, dass nicht allein der Kauf an sich online stattfindet, sondern auch die digitale Beratung eine immer größere Rolle spielt. Digitale Verkaufsgespräche und Online-Seminare sind mittlerweile an der Tagesordnung, und bedürfen einer umfangreichen technischen Investition, um eine entsprechende Video-Produktion und Übertragung zu gewährleisten. Dementspre-

chend mussten auch wir unsere Infrastruktur anpassen, und auch in diesem Bereich in die Weiterbildung unserer Mitarbeiter investieren – aber auch unseren Kunden die Möglichkeit zur Weiterbildung bieten. Dies ist bei uns durch Online-Seminare, wie auch persönlich vor Ort durch Workshops in unserem Kleblabor möglich.

**Welche Branchen stellen heute die größten Anforderungen an moderne Kleblösungen?**

**Walter:** Es ist schwer, eine Branche zu benennen, die die größten Anforderungen an Kleblösungen stellt. Je nach industrieller Ausrichtung sind die Anforderungen divers, insbesondere durch immer spezieller werdende Normen und Konformitäten. Ob z.B. in der Medizintechnik die MDR (Medical Device Regulation) gefordert ist oder ob im Automotive-Markt Normen der IATF greifen (wie z.B. Fogging- oder VOC-Werte), die Anforderungen sind oft verschieden. Oft ist auch aufgrund von spezifischen Anforderungen, genauere analytische Prüfmethodik nötig. Häufig müssen auch die Grenzwerte der Inhaltsstoffe von eingesetzten Lösungen verringert werden – und so steigt generell der Bearbeitungsaufwand, bevor man einen Klebstoff oder ein Klebeband definiert.

*„Im technischen Handel auf der Höhe der Zeit zu sein, geht heute weit über ein gutes Produktportfolio hinaus.“ – Stephan Seyffer*



**Wie beratungsintensiv sind Kleblösungen und damit ihr Verkauf heute?**

**Walter:** Durch ein breiteres Spektrum an Informationsquellen wie dem Internet, Social Media, oder auch durch Weiterbildungsangebote sind oft schon gute Grundkenntnisse beim Kunden zum Thema Kleben vorhanden. Was wir merken, ist, dass immer komplexere Klebverbindungen angefragt werden, oft auch mit Zusatzfunktionen. In solchen Fällen werden wir als Systemanbieter von Kunden angefragt und müssen Expertise beweisen. Das bedeutet aber gleichzeitig, dass wir

lebenslang lernen und uns stetig weiterbilden müssen.

**Kleben mit Flüssigklebstoff oder Klebebändern – nach welchen Kriterien wird in der Praxis entschieden?**

**Walter:** Das kommt stark auf die Anforderungen des Kunden an. Wir verfügen über die entsprechende Beratungskompetenz und erfragen im Vorfeld schon viele Parameter beim Kunden, wie z.B. Materialverbund, Beanspruchungsszenario, Weiterverarbeitungszeiten, Handling-Aufwand, Produktsicherheit/Arbeitssicherheit, Kleberfahrung im Betrieb und mögliche Automatisierung, um uns ein möglichst genaues Bild der Klebaufgabe zu machen. Auch ein Treffen mit dem Kunden in unserem Kleblabor ist immer sehr aufschlussreich, da wir hier direkt testen können und durch die Verortung bei unserer Klebebandkonfektionierung die jeweilige beste Lösung finden können.

**Welche Trends gibt es aktuell bei Klebebändern?**

**Walter:** Derzeit stehen Themen wie nachhaltiges Kleben im Fokus. Aber auch das Debonding – also das Lösen von Klebverbindungen – ist genauso ein Thema wie extrudierbare Tapes, die weniger Material verbrauchen. Besonders nachgefragt werden aktuell – bedingt durch die E-Mobilität – Klebverbindungen mit Thermalmanagement-Funktion oder leitende Lösungen.

**Klebebänder werden konfektioniert. Welche Möglichkeiten gibt es hier, und spricht man heute noch von Standard oder führen die Projekte vermehrt zu individuellen Lösungen?**

**Gerhart:** In unserem Converting-Center verfügen wir über zahlreiche Fertigungsmöglichkeiten – vom einfachen Rollenschnitt, über verschiedene Stanzverfahren bis hin zu komplexen Geometrien mithilfe des Laserverfahrens. Da die Marktanforderungen unserer Kunden immer komplexer werden, und vermehrt Zusatzfunktionen, wie z.B. gleichzeitiges Kleben und Dichten, notwendig sind, müssen wir eine sehr detaillierte und individuelle Beratung leisten. Somit kann ich die

Frage mit einem „Ja“ beantworten – die Entwicklung geht weg vom Standard hin zur individuellen Lösung für den Kunden.

### Wie beurteilen Sie das Wissen von Anwender:innen über das Potenzial von Klebebändern und was machen Sie, um dies zu erhöhen?

**Walter:** Viele unserer Kunden setzen Kleben als neues Verbindungs- oder Fügeverfahren ein. Sie verfügen oft über einen groben Gesamtüberblick, aber die gesamte Vielfalt ist den meisten Kunden nicht bekannt. Ihr Problem ist zudem oft, dass Projektzeiten immer kürzer und schneller getaktet sind, jedoch die Materialrecherche inhouse stattfinden soll.

### Bedenkt man die Vielfalt und Möglichkeiten, ist das ja eigentlich ein Widerspruch.

**Walter:** Ja, wir setzen hier an verschiedenen Stellen an, um zu unterstützen. Da sind z.B. zunächst unsere technischen Außendienstkolleg:innen, die vor Ort beraten. Zusätzlich produzieren wir in unserem eigenen TV-Studio regelmäßig Videos zu neuen Produkten, inkl. ihrer Anwendung. Hier arbeiten wir auch gerne mit Partner-OEM zusammen. Diese Zusammenarbeit erstreckt sich aber auch auf regelmäßige Workshops in unserem Solution-Center. Anwender und Anwenderinnen erleben hier live Klebtheorie und -praxis. Großen Wert legen wir auch auf die Vermittlung grundsätzlichen Klebwissens – so sind z.B. gerade vier Videos zu unserer Converting-Serie online gegangen.

*„Bei Klebebändern geht die Entwicklung eindeutig von Standard- zu individuellen Lösungen.“ –*

*Simone Gerhart*



### Wissen entfaltet heute auf unterschiedlichen Kanälen seine Wirkung, wie gehen Sie mit dieser Anforderung um?

**Walter:** Hier setzen wir auf optimale Vernetzung. So bespielen wir z.B. unseren Online-shop mit den besten Daten und Informationen, um auch unseren Online-Kunden die bestmögliche Entscheidungshilfe zu bieten, und informieren auf unseren Social Media-Kanälen zu Themen rund um Kleben, Schleifen, Arbeitsschutz. Den Content auf den jeweiligen Plattformen sinnvoll zu vernetzen und zu präsentieren, ist eine Herausforderung – insbesondere für einen technischen Händler.

### Derzeit wird viel über das nachhaltige Kleben gesprochen. Wie definieren Sie nachhaltiges Kleben und wie bewerten Sie Klebebänder in diesem Kontext?

**Walter:** Nachhaltiges Kleben bedeutet für uns den optimalen Einsatz von Ressourcen und deren bestmögliche Wiederverwertung. Das kann durch konstruktive Maßnahmen, wie z.B. dem Leichtbau, erfolgen, bei dem dünnere Materialkomponenten verwendet werden können, die eine Klebung ermöglichen. Ein weiterer und idealerweise ergänzender Ansatz sind langlebige Verbindungseigenschaften und damit eine erhöhte Produktlebenszeit. An deren Ende müssen die Klebverbindungen dann getrennt werden, um Materialien erneut einer weiteren Bestimmung zuführen zu können. Das alles können Klebprodukte heute schon leisten – und diese ganzheitliche Betrachtung der Klebtechnik und die Entwicklungen in diesem Kontext stehen gerade erst am Anfang. In Zukunft werden wir noch viele tolle, nachhaltige und immer besser adaptierbare Klebsysteme erleben.

### Arbeitssicherheit und persönliche Schutzausrüstung (PSA) sind bei der Verarbeitung von Klebstoffen ein wichtiges Thema. Gibt es hier Unterschiede zu Klebebändern?

**Walter:** Bei Klebstoffen arbeiten wir mit chemischen Produkten, also sollte PSA hier (k) ein Thema sein. So sind, z.B. bei 2K-Flüssigklebstoffen, die für die Reaktion verantwortlichen Komponenten meist als gesundheitsgefährdend anzusehen. Also sollte man sich gut über PSA informieren – und sie auch einsetzen!

Generell gilt: Nur wer sein Produkt genau kennt, kennt auch die möglichen Gefahren, die davon ausgehen können. Also sind das technische Merkblatt und das Sicherheitsdatenblatt ein „Must-have“ vor jeder Anwendung und dienen als Informationsquelle vor Benutzung von chemischen Produkten.

Bei Klebebändern ist der Klebstoff bereits vernetzt, sodass hier i.d.R. von keiner oder geringer Gefahr auszugehen ist. Verwendet man hier allerdings Hilfsmittel, wie Oberflächenreiniger, Aktivatoren oder Primer, setzt man wieder chemische Stoffe ein und sollte alle Mitarbeitenden bestmöglich, den jeweiligen Vorgaben entsprechend, schützen.

### Kommen wir zurück zur Unternehmensentwicklung: Was sind die nächsten Meilensteine, um als technischer Händler gut für die Zukunft gerüstet zu sein?

**Seyffer:** Wir werden uns in Zukunft noch stärker diversifizieren. Wir wollen in allen kleb-

*„Bei den heutigen Projektanforderungen ist immer mehr Beratungskompetenz auf den unterschiedlichsten Ebenen gefordert.“ –*

*Holger Walter*



technischen Bereichen ein adäquater Ansprechpartner für unsere Kunden sein und streben an, der bevorzugte Lieferant in den von uns belieferten Bereichen zu werden. Vom Handwerksbetrieb, bis hin zum industriellen Großkunden, vom einfachen Klebeband, bis hin zu automatisierten Anwendungen – wir verstehen unsere Kunden, und ihren „Need“ und stehen immer beratend zur Seite. Apropos Automatisierung, hier verspüren wir im Augenblick einen wachsenden Trend. Wir wollen unseren Kunden nicht nur den richtigen Klebstoff empfehlen, sondern auch bei der Dosierung und Applikation unterstützen und helfen. Die Kombination aus passendem Klebstoff und einer der Anwendung angepassten Dosierung sorgt für eine gute und notwendige Prozesssicherheit. Und natürlich ist die dadurch entstehende Kostenersparnis ein Thema, das viele Unternehmen bewegt.

Außerdem werden wir weiterhin in unseren Online-Vertriebskanal investieren und unsere digitalen Verkaufsprozesse noch weiter vorantreiben. Hier wird ein nutzerfreundlicher Shop, der mit Anwendungsvideos und technischen Details seinesgleichen sucht, im Fokus unserer Online-Strategie stehen. Neben der Weiterentwicklung des Shops wollen wir aber auch, dass unsere Kunden im gesamten Verkaufsprozess, online, aber auch persönlich, bei uns bestens aufgehoben sind.

Dazu gehört auch die schnelle Verfügbarkeit von Produkten, was Auswirkungen auf die Lagerbevorratung hat. Der gesamte Verkaufs- und Beratungsprozess muss für die jeweiligen Wünsche der Kunden passen, nur dann ist man in Zukunft gut aufgestellt. Das war eigentlich schon immer so, nur heute müssen wir den sich schnell ändernden Kundenanforderungen auf ganz unterschiedlichen Ebenen Rechnung tragen – was uns bisher gut gelingt.

**Vielen Dank für das Gespräch.**

### Weitere Informationen

Seyffer GmbH  
www.seyffer-gmbh.de



DICT!digital: Klebinformation im „Fernsehen“