

In neue Märkte wachsen

»Sihl – The Coating Company« will sich mit mehr Marktnähe, Kundenorientierung und neuen Produkten weiterentwickeln. Die Inbetriebnahme eines neuen Anwendungszentrums und der Einstieg in Wachstumssegmente wie Tapeten- und Textildruck sind die äußeren Zeichen dieses Prozesses.

»Sihl versteht sich als führendes Unternehmen für die Beschichtung und Veredelung von Oberflächen«, erklärt Heiner Kayser, Geschäftsführer von Sihl Düren. Mit rund 700 Mitarbeitern produzieren die Sihl-Standorte, die zur italienischen Diatec-Gruppe gehören, in drei Werken in Europa und den USA unterschiedliche Substrate und erzielen damit einen Umsatz von etwa 160 Mio. € pro Jahr. Der deutsche Standort in Düren ist mit 295 Mitarbeitern, zehn Beschichtungsanlagen und einer Jahreskapazität von 230 Mio. m² die größte Produktionsstätte der Gruppe. »Wir wachsen in Deutschland besonders stark. Das betrifft sowohl das Werk als auch die Vertriebsorganisation Sihl Direct«, informiert Heiner Kayser.

Der Sihl-Geschäftsführer sieht die Gründe dafür in innovativen Produkten und veränderten Märkten: »Man nimmt uns heute anders wahr, weniger technisch und viel mehr kunden- und lösungsorientiert«.

Die Markenentwicklung, die 2011 mit dem Claim »The Coating Company« begann, soll konsequent fortgesetzt werden. »Die Ideen und Wünsche unserer Kunden werden in eine neue Dimension gebracht. Wir entwickeln Oberflächen speziell für deren Anforderungen.« Das »Nach vorne Denken« sei Bestandteil des Markenversprechens: »Durch unser Know-how machen wir Unmögliches möglich und setzen die Produkte unserer Kunden perfekt in Szene«, sagt Heiner Kayser.

Wachstumsmarkt Tapete

Zweite Säule für den angestrebten Unternehmenserfolg sind neue Produkte, die ein attraktives Umsatzpotenzial versprechen.

Letztes Jahr im Herbst vorgestellt, verzeichnet das Sortiment an digital bedruckbaren Tapeten eine rasante Aufwärtsentwicklung. Die Kollektion deckt ein breites Anwendungsspektrum ab, von der Einsteigertapete bis hin zu speziellen Glasvlies- und Glasgewebe-Tapeten, die sehr robust und widerstandsfähig sind. Die größte Nachfrage kommt aus dem B2B-Bereich wie Hotels, Büros oder Restaurants. In einem aktuellen Projekt wurden insgesamt 4.500 m² Sihl-Tapete mit individuellen Motiven bedruckt und damit 150 Zimmer und der öffentliche Bereich eines Hotels in Bad Saarow – in der Nähe Berlins – ausgestattet.



Heiner Kayser, Geschäftsführer von Sihl in Düren will die Marke Sihl weiter stärken.



Ein Blick in das neue, 600 m² große Anwendungszentrum in Düren.

Die Resonanz aus dem Consumer-Umfeld sei noch zögerlich, doch attestiert Kayser diesem Bereich ein großes Potenzial: »Um den Markt zu erschließen, qualifizieren wir zurzeit Dienstleister, die in der Lage sind, einen Großteil des Workflows abzudecken. Das fängt bei Beratung und Design an, geht über das Drucken und Schneiden und endet beim sauberen Anbringen der Tapeten«.

Zentraler Baustein für die Vermarktung sind die Sihl Direct-Vertriebsorganisationen. Deren Beratungs-, Technologie- und Service-Kompetenz ist in diesem Umfeld besonders wichtig. Ein weiterer Bestandteil der Vertriebsstrategie sind Partnerschaften mit Anbietern für Tapeten und für Wandbekleidung. Diese beziehen sich sowohl auf Kooperationen beim Material als auch auf eine Zusammenarbeit bei der Marktdurchdringung. Als Beispiel nennt Heiner Kayser die strategische Partnerschaft mit der Vitrolan Textile Glass GmbH. Diese vereint die Beschichtungs- und Digitaldruck-Kompetenz von

Sihl mit dem Know-how von Vitrolan beim Tapeten-Basismaterial. Ergebnis sind die design2wall Glasvlies- und Glasgewebe-Tapeten.

Nachfrage nach Textil steigt

Ein weiterer Markt, der Wachstum verspricht, ist der Farbsublimations-Transferdruck für die Textil- und Mode-Industrie. Bislang war die Inkjet-Technik aufgrund langer Druckzeiten nur für Musterdrucke oder Kleinstauflagen einsetzbar. Das hat sich geändert: Moderne Inkjet-Systeme sind schneller und effektiver geworden. Sihl erwartet, dass Textildruckereien teilweise oder gar komplett auf den Digitaldruck umstellen werden. »Wir schätzen die Größe des globalen Marktes für Transfermedien auf 20.000 Tonnen ein. Davon wollen wir einen erheblichen Anteil mit unseren Produkten einnehmen«, sagt Heiner Kayser.

Das neue Produktsortiment umfasst neun Medien, die gute Transferleistungen und optimale Druck-

qualität bieten sollen. Dabei reicht das Sortiment von der Einstiegsklasse unter Standardbedingungen über Allroundpapiere bis zu Sublimationspapieren für ›Sportswear‹ sowie Sublime Transfers, die Tinten besonders schnell aufnehmen und fixieren und damit für Hochgeschwindigkeitsdrucker geeignet sind.

Praxistests und Entwicklung

Sihl hat Anfang September ein neues Anwendungszentrum in Betrieb genommen. Auf etwa 600 m² sind



Wachstums-Chancen sieht Sihl auch im Textildruck.

rund 60 Drucker im Einsatz und decken dabei eine große Bandbreite an Technologien ab – von wasserbasierenden Systemen über Solvent- und Latex-Maschinen bis zum UV-Drucker mit Rollenoption. Neben LFP-Lösungen gibt es einen separaten Bereich für kleinere Formate bis A3+ speziell für den Fine-Art- und Fotodruck.

Hinzu kommen Messgeräte, Software, ein Laminator sowie ein Heißkalender für die Fixierung der Sublimationsfarbe von Papier auf Gewebe oder für den Direktdruck.

»Wir haben hier marktgerechte Testbedingungen für die Produktentwicklung geschaffen und bieten für die praxisorientierte Beratung unserer Kunden ein ideales Umfeld«, erläutert Siegfried Zilliger, Leiter der Business Unit Digital Imaging bei der Sihl GmbH in Düren.

Das Anwendungszentrum befindet sich in den Produktionsräumen der früheren Druckerei. »Wo früher Heidelberger Tiegel ihre Arbeit verrichteten, können heute die neuesten

Trends im Digitaldruck-Markt bestaunt werden«, ergänzt Heiner Kayser. Bei der Gestaltung des Zentrums nutzte Sihl Elemente modernen Industrie-Designs, behielt jedoch den Charme der alten Druckerei bei.

Um wirklich nah am Markt zu sein, ist ein ausgeprägtes Digitaldruck-Know-how notwendig. »Umfangreiche Tests unter Praxisbedingungen sind die Voraussetzung für Medien in Top-Qualität. Zudem basiert unsere Beratungskompetenz auf detaillierten Kenntnissen aktueller Drucktechnologien. Dafür bietet das Anwendungszentrum ein ideales Betätigungsfeld«, beschreibt Heiner Kayser die Hintergründe für die Errichtung des neuen Zentrums.

Kayser sieht zudem positive Synergieeffekte für die Zusammenarbeit zwischen Werk und Vertriebsorganisationen: »Durch das Anwendungszentrum wächst das Know-how des Verkaufs sowie der Entwicklung und Produktion noch enger zusammen«.

Die Kunden profitierten davon in vielfältigster Weise. So lasse sich eine spezifische Druckerprofilierung im Anwendungszentrum durchführen. Der Show-Room dient der Präsentation spezieller Anwendungsfälle. »Im Idealfall können wir dem Anwender am Ende seines Besuchs ein Praxisbeispiel in die Hand drücken«, betont Heiner Kayser.

Zudem plant Sihl eine Erweiterung der Lösungen immer ganz nah am aktuellen Stand der Technik. Jetzt freut sich das Team bei Sihl erst einmal über eine Nutzung des neuen Anwendungszentrums und lädt Interessierte herzlich ein.

»Was wir vor vier Jahren mit dem Markenprofil ›The Coating Company‹ begonnen haben, wollen wir mit den vorgestellten Maßnahmen auf ein neues, höheres Niveau heben. Zudem untermauern wir unseren Anspruch, erste Wahl zu sein, wenn es um Beschichtungskonzepte für innovative Produktideen geht«, erklärt Kayser selbstbewusst.

nico

- › www.sihl.com
- › www.sihl-direct.de



Zweitägige Weiterbildung zum

CLEVERPRINTING DATENCHECKER

Colormanagement, ICC-Profile
Photoshop, InDesign-Datencheck
Reinzeichnung, PDF/X-Export
Preflight mit Acrobat und PitStop

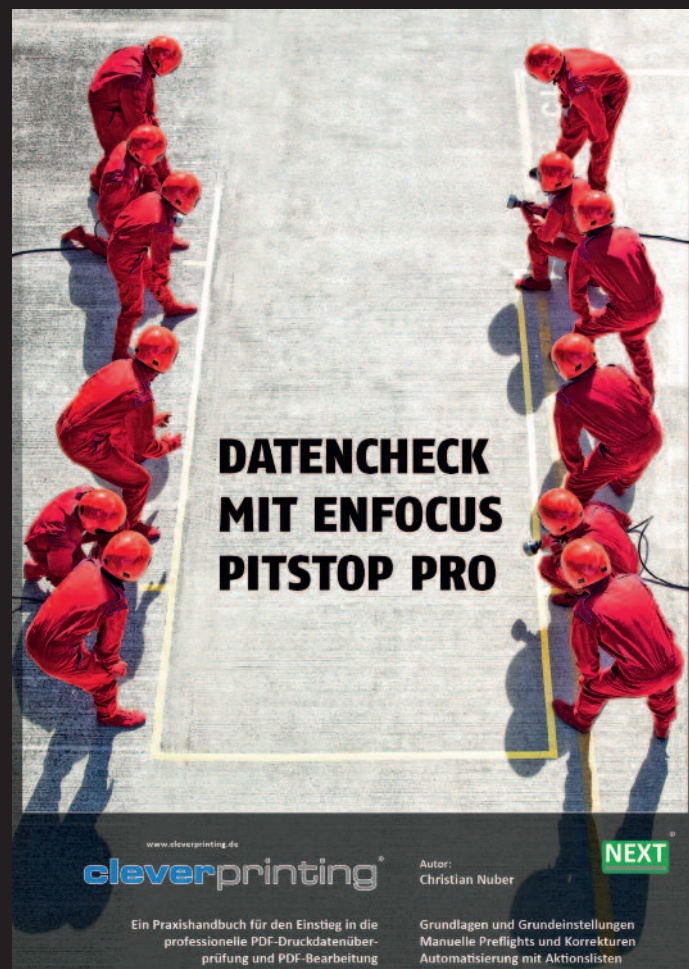


Bundesweit an sieben Standorten
Jetzt online anmelden:

www.cleverprinting.de

Keine Zeit für eine Weiterbildung?

Unser neues Cleverprinting-Buch »Datencheck mit Enfocus PitStop Pro« zeigt Ihnen, wie Sie mit PitStop PDF-Druckdaten schnell und effizient prüfen und korrigieren. Neben den Werkzeugen zur manuellen PDF-Bearbeitung legen wir den Schwerpunkt hierbei auf die Möglichkeiten, Arbeitsabläufe clever zu automatisieren.



Best.-Nr.: CP-PitStop-01.2014
Preis nur 29,90 Euro