Ticker Ticker Ticker Ticker Ticker Ticker Ticker Ticker

Der Anlagenbauer Dürr bietet mit dem neuen „EcoBell Cleaner D2“ eine vollautomatische Lösung für die Zerstäuberreinigung. Damit lässt sich der Spülmittelverbrauch pro Reinigungsvorgang von bisher rund 500 ml auf maximal 50 ml reduzieren. Hauptgrund für die Verbrauchsminimierung sind eigens entwickelte, rotierende Reinigungsdüsen. Die Stärke des „EcoBell Cleaner D2“ ist, dass Außenreinigung und Innenspülung parallel ablaufen können. Dafür benötigt das neue Produkt nur 15 Sekunden und damit etwa halb so lange wie das Vorgängermodell „EcoBell Cleaner D“.

www.durr.com

Mit Beginn des neuen Ausbildungsjahres hat die Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG auf einer Gesamtfläche von 14.000 m² eines der modernsten Ausbildungszentren der Automobilbranche eröffnet und beste Voraussetzungen für Nachwuchskräfte geschaffen. Porsche bietet zehn verschiedene technische und kaufmännische Berufsausbildungen an. Mit dem neuen Ausbildungszentrum erhalten insbesondere die technisch-gewerblichen Auszubildenden in der Branche einmalige Bedingungen. So stehen neben drei Lern- und Medienräumen u.a. eine vollständigen Lackieranlage und Logistiklehrwerkstätten zur Verfügung.

www.porsche.de

„Deutschland ist für Geico Taikisha der wichtigste Markt der Welt“

Der Lackieranlagenbauer Geico Taikisha hat weit reichende Zukunftspläne

Vizepräsident Daryush R. Arabnia und Verkaufschef Luigi Lazzari erläutern im Interview mit besser lackieren. die Zukunftspläne des Unternehmens in Deutschland und mit welchen Technologien sie den Anforderungen ihrer Kunden aus der Automobilindustrie entgegenkommen wollen.

Daryush R. Arabnia (links) und Luigi Lazzari im Gespräch mit besser lackieren. Quelle (zwei Bilder): Redaktion

Wie wichtig ist der deutsche Markt für Geico?

Arabnia: Obwohl Deutschland ein schwieriger Markt ist, ist es der wichtigste Markt der Welt für Geico Taikisha. In der Tat haben wir in den letzten Jahren stark in Deutschland investiert; zum Beispiel haben wir in Südwestdeutschland ein Team mit starkem technischen Hintergrund in der Automobilindustrie aufgestellt, dass uns berät, wie wir die kritischen Erwartungen unserer Kunden optimal erfüllen. Als Ergebnis dieser Investitionen arbeiten wir inzwischen intensiv mit Mercedes zusammenarbeiten, wir hatten sehr gute Gespräche mit BMW, und wir freuen uns darauf, mit Volkswagen zu arbeiten.

Warum konzentrieren Sie sich ausschließlich auf den Markt der Automobillackierungsanlagen oder präziser noch: der Karosserielackierung?

Arabnia: Ganz am Anfang, bei der Gründung vor mehr als 50 Jahren hatte sich Geico auf die Produktion von Weißer Ware konzentriert. Erst als das Unternehmen einen größeren Auftrag von dem Nutzfahrzeughersteller Iveco erhielt, begannen sich die heutigen Unternehmensziele herauszukristallisieren. Obwohl dieser Auftrag eine große Herausforderung für uns war, waren wir erfolgreich und wir begriffen, dass dieses neue Geschäft eigentlich viel wertvoller war als das alte. Die große Wende kam allerdings erst 2005, als unsere Familie beschloss, alle Aktien von der Fiat-Tochter Comau, die damals eine Mehrheitsbeteiligung an Geico hielt, zurückzukaufen und sich auf die Herstellung von schlüsselfertigen Lackieranlagen zu konzentrieren. Das schafft einen echten Mehrwert für den Kunden und ist rentabler für uns. Allerdings ist es wichtig zu sagen, dass der Karosseriebeschichtungsmarkt sehr viel Wissen erfordert und eine globale Expertise, um wirklich Premium-Qualität zu erreichen – und das ist, was wir unseren Kunden anbieten können.

Ist es nicht riskant, so spezialisiert zu sein? Wie werden Sie mit Karosserien aus Verbundwerkstoffen umgehen, die aus Kunststoff oder Kohlefaser bestehen?

Arabnia: Das ist in der Tat eine Herausforderung, auch wenn im Augenblick nicht alle OEMs diesem Trend folgen.

„Ein Trend wird sein, neue und innovative Materialien zu beschichten.“

Geico Taikisha arbeitet an der Entwicklung von Lösungen, die diesen neuen Kundenanforderungen gerecht werden können.

Was ist Ihre Unternehmensphilosophie?

Lazzari: Wir stellen den Menschen in den Mittelpunkt unserer Welt, nicht nur unsere Kunden, sondern auch unsere Partner und Mitarbeiter.

Arabnia: Unser Unternehmen will nicht nur jemandem etwas verkaufen. Wir wollen eine langfristige Beziehung mit unseren Kunden. Eine echte Partnerschaft, in der wir offen mit unseren Kunden reden können. Zum Beispiel versuchen wir Automobilhersteller von einer Lösung abzubringen, wenn diese nicht gut für sie funktionieren würde. Wir suchen nach gegenseitigem Respekt, nicht nur für unsere Kunden, sondern auch für unsere Mitarbeiter.

Welche wichtigen technologischen Trends sehen Sie für die nächsten Jahre?

Lazzari: Ein wesentlicher Trend wird sein, neue und innovative Materialien zu beschichten. Ein weiterer Trend wird sein, dass mehr Flexibilität in den Verfahren der Automobillackierung gefragt ist. Endkunden werden ein Auto erwarten, das für sie maßgeschneidert wurde, und wir werden unser Bestes tun, um die Automobilindustrie darin zu unterstützen, das liefern zu können.

Arabnia: Ein weiterer wichtiger Trend in der Automobillackierung wird die kontinuierliche Verringerung des Energieverbrauchs sein. Auf diesem Gebiet hat Geico Taikisha sehr viel Entwicklungsarbeit geleistet, und wir planen, unseren eigenen Beitrag für die Zukunft zu erbringen: eine autarke Beschichtungsanlage. In der Tat, planen wir, zum 16. Juni 2020 die erste energieunabhängige Lackieranlage der Welt zu bauen.

Geico bietet seinen Mitarbeitern am Firmensitz bei Mailand ein umfangreiches Weiterbildungs- und Erholungsangebot. Das ist Teil der Firmenphilosophie.

Wie kann Lack zur Innovation in der Automobilbranche beitragen?

Arabnia: Es gibt mehrere Antworten auf diese Frage. Aus ökologischer Sicht, müssen Beschichtungsanlagenhersteller den Energieverbrauch ihrer Anlagen reduzieren und gleichzeitig umweltfreundlicher Lösungen entwickeln. Auf der anderen Seite, aus Sicht der Verbraucher, müssen Lackierereihersteller auch damit zur Innovation in der Automobilbranche beitragen, dass sie Lösungen entwickeln, die die Beschichtungsqualität der Autos über die Zeit erhöhen oder, mit anderen Worten, die Haltbarkeit der Karosserie erhöhen. In der Tat sehen wir diese ganze Frage als eine Chance, um Mehrwert für unsere Kunden zu schaffen und wir arbeiten daran.

Welche Konzepte wünschen sich Ihre Automotive-Kunden für ihre Anlagen? Gab es Veränderungen in den letzten Jahren?

Lazzari: Es gibt ein Konzept, dass alle unsere Kunden gemeinsam haben: sie wünschen sich schlankere und flexiblere Beschichtungsverfahren. Auch die Erwartungen in Bezug auf die Qualität haben sich im Laufe der Jahre bei allen Automobilherstellern erhöht.

Doch davon abgesehen haben unsere Automotive-Kunden ganz unterschiedliche Anforderungen, die sich auch von Projekt zu Projekt ändern. Massenhersteller verlangen ganz andere Lösungen als Nischenproduzenten. Darüber hinaus gibt es auch kulturelle Unterschiede zwischen Europa und den USA. Die Amerikaner erwarten in erster Linie eine robuste Technologie, die eine große Menge von Karosserien in kürzester Zeit verarbeitet. Europäer akzeptieren komplexere Technologien. Die Qualität des Ergebnisses ist aber natürlich ein Schlüsselfaktor für beide. ● *dsc*

Geico Spa., I-Cinisello Balsamo,
Monica Fumagalli,
Tel. +39 02 66022-202,
mfumagalli@geicotaikisha.com,
www.geicotaikisha.com