

## Spendenaktion „Christkind“ zu Weihnachten

Gemeinsame Initiative von Dürkopp Adler, der BKK Dürkopp Adler und Dürkopp Fördertechnik



Inmitten von über 300 liebevoll verpackten Geschenken freuten sich Elke Löhr (Vorstand der BKK Dürkopp Adler) und der neue Vorstandsvorsitzende der Dürkopp Adler AG, Dietrich Eickhoff

**Die Dürkopp Adler AG, die Betriebskrankenkasse Dürkopp Adler sowie die Dürkopp Fördertechnik haben in diesem Jahr die gemeinsame Weihnachtsaktion „Christkind“ gestartet.**

Im Foyer des Dürkopp Adler-Stammsitzes in Bielefeld wurde während der Adventszeit Spielzeug und Geld-

spenden gesammelt. Unterstützt durch den Betriebsrat haben die Mitarbeitern der beteiligten Unternehmen Spielzeug für unterstützungsbedürftige Kinder gespendet.

Inmitten von über 300 liebevoll verpackten Geschenken freuten sich Elke Löhr (Vorstand der BKK Dürkopp Adler) und der neue Vorstandsvorsitzende der Dürkopp

Adler AG, Dietrich Eickhoff gemeinsam über die riesige Anteilnahme und den damit verbundenen Erfolg der Aktion. Die Spenden werden über die Organisation „Bielefelder Tafel“ noch rechtzeitig vor Weihnachten an die Kinder verteilt.

„Dürkopp Adler war und ist ein Bielefelder Traditionsunternehmen. Wir leben in und

von der Region. Daher sind wir froh, dass wir in Verbindung mit der BKK und der Fördertechnik auch ein wenig an Menschen dieser Region, denen es weniger gut geht, zurück geben können. Und das gilt natürlich besonders für die Kinder der Stadt Bielefeld“, meinte Dietrich Eickhoff als er den Erfolg der Sammelaktion begutachtete.

### Neuer Informationsdienst setzt Maßstäbe

„Wir haben voll ins Schwarze getroffen“, sagt Thomas Brinkhoff, Leiter Parts Business der Dürkopp Adler AG, über den neuen Blog [sew24.blogspot.com](http://sew24.blogspot.com). Dort präsentiert das Unternehmen wichtige Informationen rund um das riesige Ersatzteilprogramm.

Bereits nach wenigen Tagen haben mehrere Tausend Besucher das reichhaltige Angebot genutzt und sich historische Teilelisten und Anleitungen kostenlos heruntergeladen, über modernste Nähwerkzeuge für das aktuelle Maschinenprogramm informiert und sich Umbaumöglichkeiten ihrer Maschinen angesehen.

Jede Woche gibt es neue Posts für Techniker, Anwender und Entscheider: Weiterführende Informationen zur besseren Identifikation von Ersatzteil-Bestellnummern, News über wichtige Änderungen im Ersatzteilprogramm und Hinweise über alternative Bezugsmöglichkeiten von nicht mehr im Programm befindlichen Teilen, aber auch Wartungspläne für vorbeugenden Service.

„Unsere Kunden kaufen Dürkopp Adler-Produkte, weil die Maschinen sehr lange halten und man bei uns auch noch nach Jahrzehnten Ersatzteile bekommen kann“, erläutert Brinkhoff.

Doch nicht nur eine spezielle Ansicht für mobile Endgeräte ist eingerichtet, sondern auch an die Unterstützung anderer Sprachen wurde gedacht. So ist neben den Standardsprachen Englisch und Deutsch auch ein Internet-Übersetzungstool verfügbar, mit dem bei Verständnisschwierigkeiten die größten Hürden überwunden werden können.

## „Ich freue mich, zurück zu sein“

Dietrich Eickhoff, neuer Vorsitzender des Vorstandes der Dürkopp Adler AG im Interview

**Der neue Vorstandsvorsitzende der Dürkopp Adler AG ist ein alter Bekannter. Dietrich Eickhoff hat fast 40 Jahre bei dem Bielefelder Traditionsunternehmen gearbeitet und war viele Jahre als Marketing- und Vertriebsleiter eine Konstante beim Nähetechnikhersteller. Nach einem Engagement als Europa-Geschäftsführer eines asiatischen Nähetechnikherstellers, wurde Eickhoff als Vorsitzender des Vorstandes der Dürkopp Adler AG berufen.**

*Herr Eickhoff, Sie setzen Ihre lange Karriere bei Dürkopp Adler fort. Wie ist es dazu gekommen?*

Nach der erfolgreichen Konsolidierung der Dürkopp Adler AG im Jahr 2010, habe ich eine neue Herausforderung als Geschäftsführer der europäischen Tochtergesellschaft eines asiatischen Herstellers angenommen. Im Herbst dieses Jahres hat mir der Aufsichtsrat von Dürkopp Adler angeboten die weitere Entwicklung des Unternehmens auf Vorstandsebene nachhaltig mitzugestalten. Diese sehr verantwortliche Aufgabe habe ich gerne angenommen und ich freue mich zurück zu sein.

*In Ihrer neuen Funktion sind Sie jetzt für das gesamte Unternehmen verantwortlich. Was wird sich für Sie ändern?*

Aufgrund meiner bisherigen Tätigkeiten bin ich Vertriebs- und Marketing orientiert. Das Unternehmen und die Produkte sind mir bestens bekannt und ich möchte beides dazu verwenden die bekannt gute Kundenorientierung konsequent weiter zu entwickeln. Nicht neu, aber anspruchsvoll und mit neuem Inhalt kommt die Gesamtverantwortung für die Produktion und Entwicklung für mich dazu. Mit dem Management-Team sowie allen unseren erfahrenen und hochmotivierten Mitarbeitern der Dürkopp Adler Gruppe wird es uns gelingen, die Herausforderun-

gen der kommenden Jahre zu meistern. Dürkopp Adler hat bewiesen, dass alle am gleichen Strang ziehen können und zwar in die gleiche erfolgreiche Richtung.

*Der Nähetechnikmarkt steht in den kommenden Jahren vor neuen Herausforderungen. Eine mögliche weltweite Konjunkturabkühlung steht bevor. Ist Dürkopp Adler auf diese Situationen vorbereitet?*

In guten Jahren sorgt ein umsichtiges Unternehmen für schwierigere Zeiten vor! Dürkopp Adler hat in den Jahren 2010 und 2011 den Turnaround geschafft und wir sind auch für eine „Abkühlung“ vorbereitet. Allerdings kommt es wie immer im Leben auf die jeweilige Dimension an. Insgesamt hat sich unser Unternehmen mit seinen Produktionsstandorten in Bielefeld, Tschechien, Rumänien und China in den vergangenen Jahren durchaus flexibel aufgestellt.

Als Beispiel dafür möchte ich an dieser Stelle sowohl die flexiblen Arbeitszeitmodelle nennen, als auch die konsequente Weiterentwicklung von sogenannten „Plattform-Maschinen-Baureihen“, die die Produkt- und somit auch die Produktionskomplexität reduzieren.

*Die CISMA 2011 hat deutlich gezeigt, dass der Wachstumsmotor China zumindest in der Nähetechnik*



*stottert. Was bedeutet das für Dürkopp Adler?*

Ich denke, dass sich China langsam den Grenzen des permanenten zweistelligen Wachstums nähert, und das gilt nicht nur für die Nähetechnik. Der Speckgürtel - die Industriezentren der Ostküste - werden zunehmend teurer, weil auch in China qualifizierte Arbeit mehr kostet.

Die „Wanderung“ in Richtung Westen hat begonnen, dabei ist nicht immer qualifiziertes Personal zeitnah verfügbar. Die chinesische Währung, der Renmimbi wird stärker, die Zentralregierung bremst den Zugang zu frischem Geld und damit könnte die Investitionsbereitschaft der Unternehmen geringer ausfallen.

Trotz allem sehe ich in dieser

Region weiter ein gutes „Geschäftsentwicklungspotenzial“ für Dürkopp Adler. China repräsentiert weiterhin mehr als die Hälfte der weltweit vorgehaltenen industriellen Nähkapazität. Der Erfolg in dieser Region wird auch den Erfolg unseres Unternehmens in der Zukunft beeinflussen.

*Gleichzeitig verfügt das Unternehmen über eine ganze Reihe von außergewöhnlich leistungsfähigen Nähanlagen und –automaten. Eigentlich das optimale Portfolio?*

Die Welt des Nähens und damit die Welt der Nähetechnik unterliegt bereits seit Jahren einem kontinuierlichen Wandel. Aber immer noch wird der größte Teil des Nähens auf Basis einer relativ

einfachen Technologie durchgeführt.

## Warum?

Weil das industrielle Nähen von Bekleidung oder Schuhen in der Regel in Ländern mit sehr niedrigem Lohnniveau stattfindet. So zogen viele Hersteller „nomadenartig“ durch die Welt, um immer günstiger zu produzieren. Doch die Liste der potentiellen Zukunftsländer schrumpft permanent. So beobachten wir eine Rückbesinnung auf die Vorteile verbrauchernaher Produktionsregionen.

*Dürkopp Adler ist vor allem in den Segmenten Medium und Heavy Duty sehr stark. Ist das in der aktuellen Situation ein Vorteil?*

In der Welt des mittelschweren Nähens (Automotive, Polster, technische Textilien) hat Dürkopp Adler in den vergangenen Jahren Zeichen gesetzt. Das Flaggschiff - die M-Type Baureihe - ist mittlerweile als eigenständige Marke unter dem Dach von Dürkopp Adler etabliert und bei einem Großteil der namhaften Kunden weltweit erfolgreich eingeführt. Aber wir dürfen nicht stehen bleiben: weitere neue Produkte werden folgen. Wir müssen ständig auf der Hut sein vor Kopien aus Ländern in denen das geistige Eigentum einen geringeren Stellenwert hat als beispielsweise in Deutschland.

*Automation ist vor allem in Asien offensichtlich jetzt wirklich ein Thema, da dort die Lohnkosten erheblich steigen. Kann Dürkopp Adler nun auf diesem wichti-*



Andrang auf der CISMA 2011: China repräsentiert weiterhin mehr als die Hälfte der weltweit vorgehaltenen industriellen Nähkapazität und bietet ein gutes „Geschäftsentwicklungspotential“ für Dürkopp Adler

## *gen Markt seine Position signifikant verbessern?*

Lohnkosten sind nur ein Faktor in den Herstellkosten von Bekleidung. Produktivität, Liefertreue und Logistikkosten rücken bei steigenden Lohnstückkosten wieder in den Vordergrund. Und an dieser Stelle schließt sich der Kreis. Unter diesen neuen Produktionsvoraussetzungen wird zukünftig eine flexible Nähautomation gebraucht.

Dürkopp Adler trägt mit dem Produktportfolio für schwere und mittelschwere Applikationen dieser Entwicklung in vollem Umfang Rechnung. Im Bekleidungsbereich werden wir Neuentwicklungen nächstes Jahr einführen, um dem Kundenbedarf zu entsprechen. Ein besonderes Augenmerk in der Nähautomation gehört unserer

Marke Beisler. Für viele in der Branche die Nummer eins wenn es um automatisierte Hosenproduktion geht. Die Hose ist schon seit Jahren das Produkt mit dem höchsten Automatisierungsgrad in der Oberbekleidung.

## *Was sehen Sie für das kommende Jahr als wichtigste Unternehmensziele an?*

Als vornehmliches Ziel werden wir die Ausweitung unseres Geschäftes weltweit im Fokus haben. Wir wollen mit Technologie und einer konsequenten Markenpolitik unsere Kundenbasis ausbauen. Dabei ist es im kommenden Jahr besonders wichtig auf die jeweiligen kurzfristigen globalen Produktionstrends schnell und flexibel reagieren zu können. Den weiteren Ausbau unserer Aktivitäten

in China und Asien werden wir vorantreiben. Bevölkerungswachstum und durchschnittliches Einkommen sprechen für eine wachsende Bedeutung.

Neben der technologischen Führungsrolle im mittelschweren Nähmaschinen-Markt wollen wir dies auch in wirtschaftlicher Sicht erreichen. Im Segment der Bekleidungsmaschine gilt es mit neuen Produkten und einem attraktiven Preis/Leistungsverhältnis den Kunden für uns einzunehmen und unseren Marktanteil zu verbessern.

Aber neben allen Wachstumszielen steht die langfristige Profitabilität im Vordergrund. Nur so können wir unsere Technologiestandorte in Europa halten und damit wieder unseren zukünftigen Erfolg absichern.

## Impressum

**Herausgeber:**  
Dürkopp Adler AG  
Potsdamer Straße 190  
33719 Bielefeld

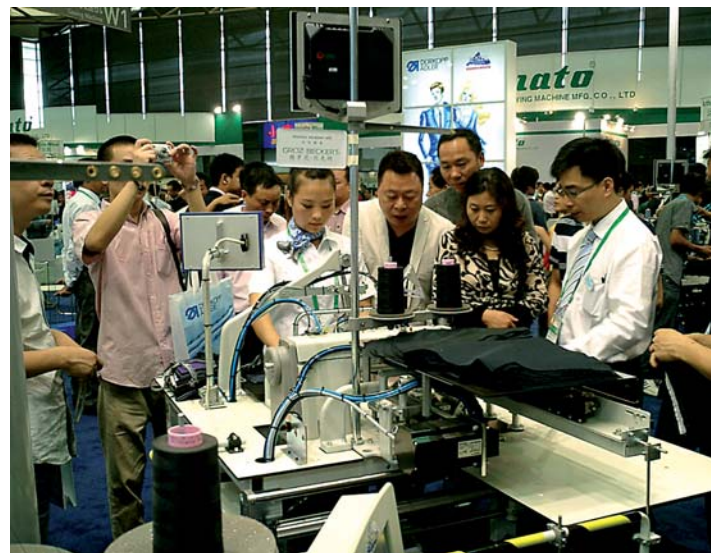
Tel +49 (0) 521 925-00  
Fax +49 (0) 521 925-2646  
www.duerkopp-adler.com  
marketing@duerkopp-adler.com

**Verantwortlich für  
den Herausgeber:**  
Friedbert Schulz

**Redaktion und Produktion:**  
ps konzept - agentur und verlag  
Eicksen 55, 32479 Hille  
www.pskonzept-online.de

## Erfolgreiche Messepräsenz in Shanghai

Dürkopp Adler zeigt Neuheiten auf der CISMA 2011



Zu sehen waren 25 Dürkopp Adler Exponate für den Bekleidungsbereich und zwölf Maschinen für die Segmente Medium und Heavy Duty.

**Dürkopp Adler zieht eine positive Bilanz seines Auftritts auf der CISMA 2011 in Shanghai. Die Leitmesse für den asiatischen Markt fand vom 27. bis 30. September in Shanghai statt. Der Nähtechnikhersteller aus Bielefeld präsentierte sich gemeinsam mit seinem Mehrheitsgesellschaftlicher SGSB direkt am Eingang der ersten Halle W1, Standnummer A02 auf rund 800 Quadratmetern.**

Zu sehen waren 25 Dürkopp Adler Exponate für den Bekleidungsbereich und zwölf Maschinen für die Segmente Medium und Heavy Duty. Die Vorführungen der einzelnen Nähanlagen und -automaten waren stark frequentiert. In einem separaten Showroom, dem sogenannten „Future Room“, wurden drei Prototypen als Ausblick in die nähere Zukunft vorgestellt. Der Raum war nur für ausgewählte Besucher zugänglich.

„Wir sind mit den Gesprächen auf der CISMA und dem Interesse

der Besucher sehr zufrieden“, sagt Bernd Bräuer, Vertriebsleiter bei Dürkopp Adler. „Wir haben genau die richtigen Produkte für den asiatischen Markt im Portfolio.“

Besonders im Fokus der Messebeseher war die neue Variante der Augenknopfloch-Maschine DA 580-141. Die Maschine, die seit langem in Sachen Qualität Maßstäbe setzt, ist in der neuen Ausführung jetzt auch unter Leistungsaspekten marktführend. „Die Augenknopfloch-Maschine ist schon lange ein Topseller im chinesischen Markt“, sagt Jevons Pan, Geschäftsführer der Dürkopp-Adler Vertriebsstochter in Shanghai. „Wenn man die Resonanz auf der Messe zugrunde legt, gehe ich davon aus, dass wir diese Position weiter ausbauen können“.

Auch im mittelschweren Segment wurde ein erweitertes Produktprogramm rund um den M-Type gezeigt. Spulenfadenüberwachung, sauberer Nahtanfang und der Kurzfadenabschneider treffen die gestiegenen Qualitäts-

bedürfnisse der asiatischen Kunden. Dürkopp Adler trägt damit der Tatsache Rechnung, dass besonders der Automobilmarkt in China mit teilweise zweistelligen Zuwachsraten wächst.

Die weltweite Technologieführerschaft im Non-Garment Bereich wurde unterstrichen durch die Präsentation einer Freiarm Nähmaschine mit 1.000 mm Armlänge. Das rationelle Einnähen von Versteifungsringen in Filterschläuchen ist eine Applikation speziell für Zementfabriken und damit für den boomenden chinesischen Bausektor.

Aus der Beisler-Produktreihe wurde neben der bekannten Taschenpaspelmaschine Beisler 100-68/01 ein guter Querschnitt der Automation für die Hosenherstellung präsentiert. Besonders der Hosen-Seitennaht Automat 1280-5 und der Versäuberungsautomat 1220-5 standen dabei im Fokus der Messebesucher. Beisler ist ein Beleg dafür, dass man als europäischer Qualitätsanbieter im Bereich der High-Tech-Au-

tomation gegen eine große Zahl von asiatischen Anbietern Bestand haben kann. Die Marke Beisler ist weltweit ein Synonym für Hosenautomation.

Zur CISMA 2011 kamen mehr als 30.000 Besucher, die allermeisten (ca. 92%) aus dem „Reich der Mitte“ und ca. 2.500 Besucher aus dem Ausland, davon ca. 800 Besucher aus dem nicht asiatischen Ausland. Die diesjährige Ausstellung stand im Zeichen des Wandels der nahenden Industrie in China. Aufgrund von gestiegenen Lohnkosten und einer steigenden Inlandsnachfrage hat sich der Exportanteil der chinesischen Lohnfertiger signifikant verringert und die außergewöhnlichen Wachstumsraten gehören der Vergangenheit an. So versuchen die Unternehmen eher, die aus Margensicht lukrativeren Inlandsaufträge zu erfüllen. Aus diesem Grund wird das Thema Nähautomation in China immer wichtiger. Eine Entwicklung, von der Dürkopp Adler profitieren kann.