

# impressive

AUSGABE JANUAR 2014

## Viel Lob für den 1. Dryers Club

Heimbach-Seminare jetzt  
auch für die Trockenpartie

## PRIMOSELECT – Flexibles Formationssieb

Ein Marktüberblick

## Forschung für die Zukunft

Förderung für Heimbach

## *webmover.* Langlebigkeit als Dogma

Transferbelts erfüllen in Papiermaschinen eine zentrale Funktion, sichern sie doch den problemlosen Papierübergang von der Pressen- zur Trockenpartie. **Zuverlässigkeit, Abriebfestigkeit und maximale**

**Laufzeit** sind gerade an diesem sensiblen Punkt von entscheidender Bedeutung. WEBMOVER erfüllt hier höchste Ansprüche!

**Lesen Sie mehr auf Seite 04!**

## Kundenorientierung

Chris Kershaw bezieht Stellung

Herzlich willkommen im  
neuen Jahr liebe/r Leser/in,

**das Jahr 2013 liegt hinter Ihnen,  
die erste diesjährige impressive vor Ihnen.**

Ich hoffe, Ihr letztes Geschäftsjahr war von Erfolg gekrönt, Sie haben eine schöne Advents- und Weihnachtszeit erlebt und sind gut ins neue Jahr gestartet!

Lesen Sie in dieser Ausgabe, wie Heimbach „Kundenorientierung“ definiert. Chris Kershaw, Vice President Marketing, bezieht im Interview Stellung.

Sie erfahren Näheres zum ersten „Dryers Club“, dem Heimbach-Seminar für die Trockenpartie. Schauen Sie mit uns zurück auf zwei erfolgreiche Tage voller Fachvorträge, Praxis-Workshops und konkretem Training on the Job. Viele begeisterte Kunden, die sehr gerne und aktiv teilgenommen haben, durften wir bereits begrüßen. Ich freue mich sehr, wenn auch Sie beim nächsten Mal dabei sein werden!

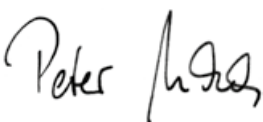
**WEBMOVER**, das Transferbelt, das Zuverlässigkeit und maximale Langlebigkeit verspricht, ist ebenfalls Thema. Lesen Sie, was genau dieses Transportband auszeichnet und warum es führend ist.

Auch **PRIMOSELECT**, Formationslieb der Zukunft und Garant für flexible Fertigung, haben wir für Sie beleuchtet. Sie finden einen ersten Überblick, wie Papiermacher auf dieses neuartige Heimbach-Produkt reagieren und welche konkreten Nutzen es auch für Ihre Produktion bietet.

Diese und weitere Informationen von Heimbach, hier in Ihrer impressive.

Nun wünsche ich Ihnen viel Spaß beim Lesen und vor allem Gesundheit, Glück und Erfolg für Ihr 2014! Lassen Sie uns gemeinsam durchstarten!

Herzlich, Ihr



Sprecher der Geschäftsführung

### 03 **Forschung für den Kunden zahlt sich aus**

Bundesministerium fördert Heimbach

### 04 *webmover.* **Zuverlässigkeit hat einen Namen**



### 10 *primoselect.* **Flexibles Forming-Fabrikat**

### 11 **„Heimbach kontinuierlich etabliert!“**

Klaus Huneke aus Geschäftsführung verabschiedet

Thomas Rachel (links)  
übergibt die Bewilligungsbe-  
scheide an Peter Michels.



## Forschung für den Kunden zahlt sich aus Bundesministerium fördert Heimbach

*Dass Heimbach seit jeher Forschung groß schreibt, ist bekannt. Ständig entwickeln Ingenieure gezielt neue Produkte, um die Papierqualität zu verbessern, Prozesse zu optimieren und das Klima zu schonen. Das lohnt sich – findet auch die Politik!*

Im September erhielt Geschäftsführer Peter Michels hohen Besuch aus Berlin: Thomas Rachel, Dürener Bundestagsabgeordneter und parlamentarischer Staatssekretär im Bundesministerium für Bildung und Forschung, besuchte Heimbach und überbrachte frohe Kunde: Er hatte nämlich zwei Bescheide zur **Förderung von Forschungsprojekten** im Gepäck! In den nächsten drei Jahren erhält Heimbach in Summe eine anteilige Forschungszuwendung von ca. 100.000 Euro,

um die **Entwicklungsvorhaben „High-Ref“ und „Enzymfilz“** voranzutreiben:

Bei letztgenanntem Projekt entwickelt die Heimbach-Abteilung Filtration zusammen mit verschiedenen Kooperationspartnern ein neuartiges Produktionsverfahren. Neben Heimbach sind z. B. das Deutsche Textilzentrum Nord-West gGmbH, Krefeld und die Universität Gießen vertreten. Ziel von „Enzymfilz“ ist, Verbrauchern natürliche und kostengünstigere Molkereiprodukte anbieten zu können, die auf umweltfreundlichen Enzymen basieren.

### **Kunden nützen – Umwelt schützen**

Im zweiten geförderten Projekt namens „High-Ref“ entwickelt Heimbach, zusammen mit Industriepartnern und dem Institut für

Textiltechnik der RWTH Aachen, **hochfeste „Nano“-Filze**: Konkret werden Nanopartikel in Fasern eingebracht, damit Heimbach-Pressenfilze künftig eine noch **längere Laufzeit** erzielen und zudem **weniger Energie** verbrauchen werden. „Neben den Vorteilen, die sich für unsere Kunden und die Umwelt ergeben werden, könnte bei erfolgreichem Forschungsverlauf auch ein Wettbewerbsvorsprung für Heimbach entstehen“, fasst Peter Michels zusammen.

„Die **verbesserte Abrasionsbeständigkeit** resultiert in erhöhter Lebensdauer der Produkte. Da die neuartigen Fasern des Weiteren die Laufeigenschaften der Pressenfilze optimieren, wird zudem weniger Antriebsenergie benötigt.“

Eine spannende Sache, wir halten Sie auf dem Laufenden ...

So war die Adventszeit:



## webmover. Zuverlässigkeit hat einen Namen

*Langlebig, laufsicher, legendär:*

*Das ist WEBMOVER von Heimbach. Unser Transferbelt ist die perfekte Lösung für Ihren geschlossenen Bahnzug. Es garantiert die sicherste Überführung in die Trockenpartie. Eine außergewöhnlich hohe Abriebfestigkeit und perfekte Haft- wie Ablöseigenschaften sind Ihnen sicher – über die gesamte Laufzeit!*

### **Das Geheimnis: patentiert porös = langfristig laufsicher**

Heimbach hat den textilen Träger des Belts direkt in ein **Hochleistungs-Polyurethan** (PUR) eingebettet. Bis in die Tiefe mit kleinsten Poren durchzogen, erreicht die patentierte PUR-Beschichtung, dass schon bei kleinstem Abrieb **immer wieder neue Poren** entstehen. Somit bleibt die poröse Oberfläche dauerhaft erhalten und garantiert Ihnen optimale Haft- und Ablöseigenschaften.

### **Nutzungsfreundlich und effizient**

WEBMOVER nutzt Ihnen auf verschiedene Art und Weise: Wenn sie es von anderen Belts kennen, in die Prozesseinstellungen Ihrer Papiermaschine eingreifen zu müssen, so gehört dies der Vergangenheit an. Das Vakuum der Transfersaugwalze der ersten Trockengruppe oder die Veränderung des Zugs zwischen Pressen- und Trockenpartie anpassen zu müssen, ist nämlich nahezu nicht erforderlich. Die Veränderung der

Papierqualität – vor allem die Zweiseitigkeit – ist marginal. Folglich müssen Sie nicht über Kalanderswalzen nachregulieren. **Effiziente Prozesse und reduzierter Energieaufwand** sind Ihr Nutzen.

### **Weich gebettet – mechanisch stabil**

WEBMOVER bedeutet Qualität aus einem Guss. Eine homogene Schicht, frei von Stoßstellen, verhindert zuverlässig Delaminierungen. Das Belt ist somit mechanisch immer stabil und besonders langlebig. Durch die gleichmäßige Druckverteilung im Nip erreichen Sie **konstante Papierdicken in Länge und Breite** – und das dauerhaft!

### **Feuern Sie den Babysitter!**

Einbauen, anstellen, fertig! **WEBMOVER ist hochverfügbar** – von der ersten Sekunde an! Herkömmliche Transferbelts erfordern Sondermaßnahmen: In der Startphase müssen sie zuerst gleichmäßig gewässert werden, da sich ansonsten Falten bilden oder die Ränder extrem aufrollen. Mit WEBMOVER jedoch **läuft die Produktion sofort an**, Ihre Papierbahn bleibt glatt und faltenfrei. Sie sparen wertvolle Zeit und Kosten!

### **Stichwort: reibungslos**

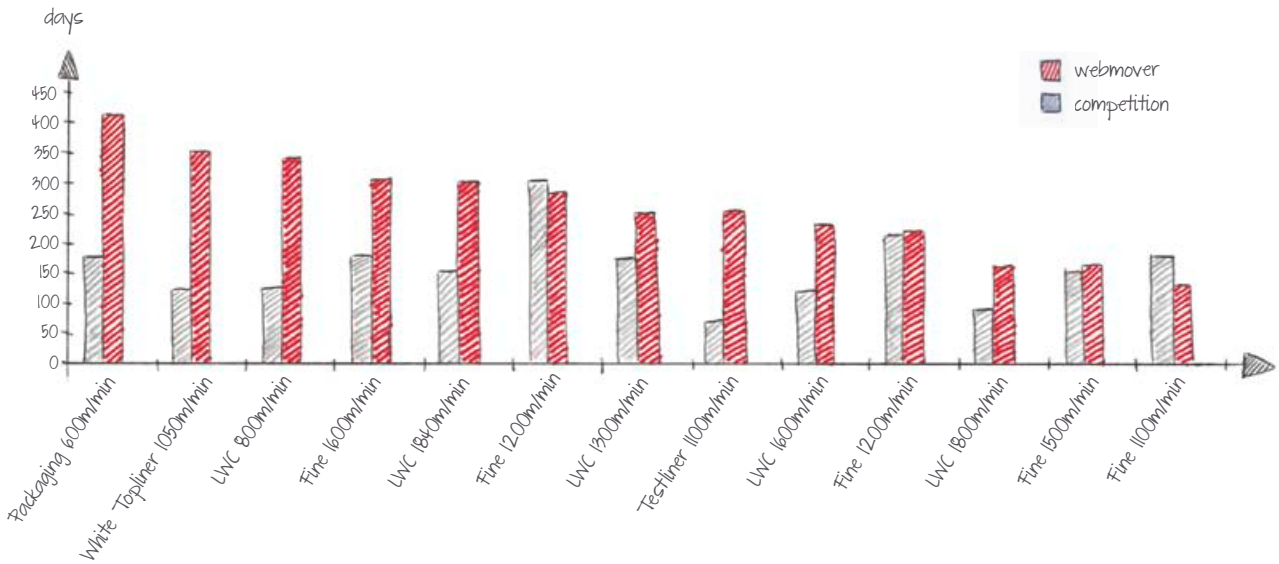
Heimbachs Transferbelt weist eine **extrem hohe Abriebfestigkeit** auf. Dies bedeutet in der Praxis erstens **exzellente Profile** über eine lange Laufzeit. Zweitens bricht kein PUR auf der Transferbelt-Oberfläche aus. Da folglich **keine Reparaturen** (patching) von-

nöten sind, verringern sich Stillstandszeiten. Drittens ergeben sich neue **Möglichkeiten der Reinigung**.

**WEBMOVER – Ihr Garant für Stabilität und Zuverlässigkeit!**

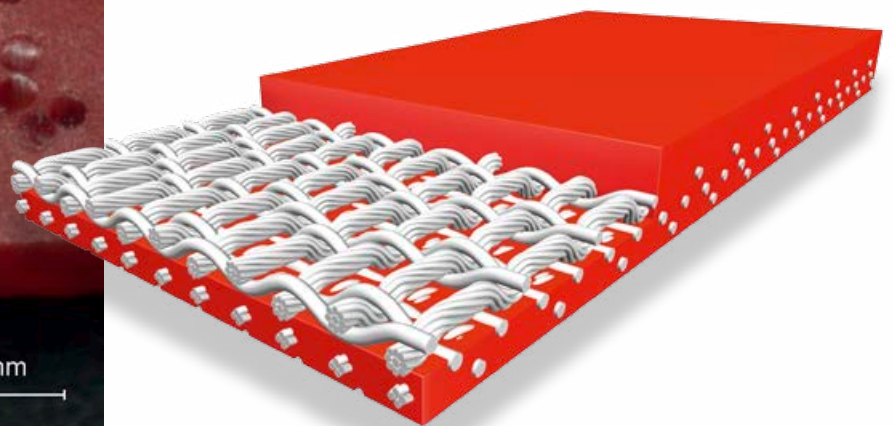
**Haben Sie Fragen zu WEBMOVER? Dann kontaktieren Sie direkt unseren Spezialisten:**

Jochen Pirig  
Strategischer Produktmanager Belting  
jochen.pirig@heimbach.com



## Schon gewusst?

WEBMOVER erzielt gegenüber herkömmlichen Transferbelts deutlich längere Laufzeiten. Auch im Nip ist das Heimbach-Belt Spitzenklasse.



# Seminarreihe startet grandios Erster „Dryers Club“ ein voller Erfolg

„Das hatten wir so nicht erwartet! Unsere kühnsten Erwartungen wurden übertroffen!“, freut sich Werner Raschka, Strategischer Produktmanager für den Bereich Trockenpartie. Starkes Engagement war die Basis, um im Kölner Hotel „Eden Früh“ den ersten „Dryers Club“ auf die Beine stellen zu können – ein zweitägiges Seminar rund ums Thema Trockenpartie.

## Sehr gute Resonanz

„In der Vergangenheit hatten wir unseren Kunden bereits zu verschiedenen fachspezifischen Themen Seminare angeboten. Nun war es an der Zeit, ein Seminar für die Trockenpartie durchzuführen: Der ‚Dryers Club‘ war der erste seiner Art und der Start in eine neue Seminarreihe“, so Raschka. Erklärtes Ziel war eingangs, rund 30 Teilnehmer gewinnen zu können. „Dass wir beim Seminar schließlich **über 40 Personen** begrüßen konnten, dokumentiert den Bedarf an solchen fachspezifischen Seminaren“, so Raschka weiter. Petra Maletz, Heimbach Marketing, ergänzt: „Weitere 20 Kunden wollten teilnehmen, jedoch mussten wir diese leider verträumen, um den **praxisnahen Charakter der Veranstaltung** gewährleisten zu können.“ Aber diese – und künftige – Interessenten brauchen nicht lange zu warten, denn der nächste „Dryers Club“ ist schon fest eingeplant: „Im **Frühjahr 2014 laden wir erneut** zu Fachvorträgen und Praxis-Workshops ein“, erläutert Raschka im Hinblick auf die Fortsetzung der Seminarreihe. Übrigens: auch englischsprachige Veranstaltungen sind angedacht.

## Partnerfirmen berichten aus der Praxis

„Bereits in der Planungsphase haben wir uns fest vorgenommen, dass aus Heimbach-

Seminaren keine profanen Werbeveranstaltungen werden. Vielmehr ist **Ziel, klare Mehrwerte zu schaffen**: praxisorientiert, leicht verständlich, nachvollziehbar.“ Auf Basis dieses grundlegenden Anspruchs entwickelten die Applikationsspezialisten konkrete Seminarinhalte und luden branchenweit bekannte Experten als Referenten ein:

Dr. Ulrich Weise, Geschäftsführer von fipptec, Dresden, legte dar, wie Papiermacher dreifach Kosten einsparen können, wenn eine **möglichst bahnahe Luftführung** installiert ist: Weniger Energieverbrauch, bessere Verfügbarkeit und verringerte Rohstoffkosten können realisiert werden.

Christian Schwandt von Joh. Clouth, Hückeswagen, fokussierte das Thema Schaber in der Trockenpartie: Als Quintessenz hielt er fest, dass **Schaberhalterung und Schaberklingen** hohen Einfluss auf Sauberkeit und Energiebilanz in der Trockenpartie besitzen, wobei dem richtigen Druck der Klinge besondere Bedeutung beizumessen ist.

Christoph Waßner, CTP, Schwabmünchen, erläuterte in seinem Vortrag, wie **Trockenzylinder und Trockensiebe dauerhaft und kostengünstig sauber** gehalten werden können: „Passivierung“ ist das Zauberwort und bedeutet, Zylinder und Sieb mit einem silikonhaltigen Öl zu behandeln, die Ablagerungen an Oberflächen verhindert.

Wolfgang Ende, Kadant, Langenfeld stellte in seinem Beitrag heraus, wie die **Säuberung von Trockensieben mit Hochdruck-Reinigungsköpfen** verbessert werden kann: Diese Lösung erlaubt Reinigungen mit bis zu 600 bar Wasserdruck. Zudem sorgt sie für eine sehr effiziente Absaugung, was Bahnbrisse und Wassermarkierungen während des Reinigens verhindert.

„Das Team Heimbach hat ein ausgezeichnetes Seminar auf die Beine gestellt!“



Fachgespräche zur Trockenpartie (oben) und Einblicke in die Praxis im Heimbach-Werk Düren.

### Heimbach-Expertise kommt gut an

Auch Heimbach-Fachleute gaben praxisrelevantes Wissen weiter:

Josef Kosse, Produktmanager Pressfelts & Dryers, stellte auf der hauseigenen Pilotmaschine praxisrelevante Tests mit unterschiedlichen Trockensieb-Designs (jeweils 130 cfm Luftdurchlässigkeit) vor. Konkret wurden ein feines Spiralsieb und ein-, zwei- sowie dreilagig gewebte Produkte getestet. Unter anderem konnte Kosse zeigen, dass die Lastaufnahme steigt, wenn Spannung zunimmt bzw. Geschwindigkeit erhöht wird. Letzteres lässt zudem die Siebdehnung steigen. Er demonstrierte ferner, welche positiven Effekte selbst kleine bauliche Maßnahmen nach sich ziehen: So kann beispielsweise eine **Änderung der Trockensiebführung oder der Einbau eines Schabers Luftschleppen deutlich senken** – um bis zu 66 %!

Yvonne Raschka, als Produktmanagerin bei Heimbach u. a. für die Auslegung verschiedener Trockensieb-Designs zuständig, beantwortete in ihrer Präsentation zwei zentrale Fragen, die sicherlich jeden Papiermacher schon einmal beschäftigt haben:

Zum einen erläuterte sie, welche konkreten Auswirkungen **verschiedene Designs auf das Reinigungsergebnis** haben; zum anderen zeigte Raschka, inwiefern anhand des spezifischen Abriebbildes eines Siebs die **Ursachen für verschiedene Abriebe abgelesen** werden können. Ihre Schlussfolgerung: „Man kann über das Abriebbild sehr wohl den Verursacher ermitteln oder zumindest eine Idee bekommen, worum es sich handeln könnte.“

### Praktischer Nutzen für jedermann

War der erste Tag des Seminars Fachvorträgen und Präsentationen gewidmet, so konnten die Teilnehmer am zweiten Tag bei Heimbach in Düren praktische Erfahrungen sammeln und Gelerntes anwenden: Aufgeteilt in verschiedene Arbeitsgruppen und unter Begleitung von Heimbach-Spezialisten wurden zum Beispiel Siebnähte geschlossen, Löcher vernäht und Ränder verschweißt oder Einzieh- und Schließhilfen ausprobiert. Dass der „Dryers Club“ sehr gut angenommen wurde, zeigt ein Teilnehmer-Zitat: „*Hut ab! (... ) Ihr habt das wirklich sehr gut gemacht*

*und mir hat es viel Spaß gemacht. Werde es hundertprozentig weiterempfehlen. Freu' mich schon aufs nächste Mal!*“

Auch wir freuen uns auf die Fortsetzung!  
**Gerne auch mit Ihnen!**

Wenn Sie bei einer Heimbach-Veranstaltung live dabei sein möchten, fragen Sie bitte einfach Ihren Kundenbetreuer: Er kennt Termine und Einzelheiten.

**Wir danken herzlich unseren Kooperationspartnern, die maßgeblich zum Erfolg dieser Veranstaltung beigetragen haben:**

- CTP GmbH, Schwabmünchen
- fipptec, Dresden/EV Group
- Joh. Clouth GmbH & Co. KG, Hückeswagen
- Kadant Johnson Deutschland GmbH, Langenfeld



*„Gelungenes Seminar, schöne Atmosphäre, gute Aufteilung in Kleingruppen.“*

### Herzlichen Glückwunsch

Beim „Dryers Club“ wird nicht nur gelernt, geprüft und getestet. Beim „Dryers Club“ wird auch gewonnen! Wir gratulieren herzlich der Sappi Stockstadt GmbH, die einen Heimbach-Gutschein für einen kompletten Trockenpartie-Service gewonnen hat. Torsten Kabelitz von Sappi hatte am „Dryers Club“-Quiz teilgenommen und die meisten Punkte erzielt. Herzlichen Glückwunsch!



„Kundenorientierung“ ist nur dann „Kundenorientierung“, wenn wir wirklich die Anwender bei ihren Bedürfnissen abholen!

## Was heißt eigentlich „Kundenorientierung“? Chris Kershaw bezieht im Interview Stellung

*Es ist ein gern benutztes Wort und doch wird es manchmal als Worthülse verstanden: „Kundenorientierung“. Aber was heißt das eigentlich? Wie kann man dieses Wort inhaltlich füllen? Welche konkrete Übersetzung gibt es? Wir sprachen mit Chris Kershaw, Vice President Marketing.*

### **impressive**

*Herr Kershaw, Sie sind bei Heimbach für Marketing zuständig. Welchen Stellenwert hat Marketing bei Heimbach?*

### **Chris Kershaw**

Marketing ist so grundlegend, dass man es nicht als separate betriebliche Funktion sehen sollte. Marketing umfasst das gesamte Unternehmen. Einer meiner Lieblingssätze ist „We are all in Sales“ und ich meine damit, dass alle Heimbach-Mitarbeiter „für den Kunden arbeiten“. Ein überzeugender wirtschaftlicher Nutzen für die Kunden ist dabei das Ziel – ihn zu kommunizieren unsere Aufgabe.

### **impressive**

*Nutzen heißt konkret?*

### **Chris Kershaw**

Nutzen ist das, was dem Papiermacher nachweislich hilft, seine Herstellung zu optimieren! Rüstet er seine Maschine zum Beispiel mit einem speziellen Formations-sieb aus, das tatsächlich langlebiger ist, sinken seine Anschaffungskosten in diesem Maschinensegment. Das ist ein konkreter Nutzen, denn der Papiermacher kann auf einfache Art und Weise nachrechnen, was er gespart hat. Es geht also im Kern nicht darum, den Anwendern zu erklären: Dieses Produkt ist dicker, dünner, stabiler oder was auch immer. Vielmehr ist für den Kunden von Interesse, was er **als Folge dessen** davon hat.

### **impressive**

*Würden Sie sagen, Nutzen ist immer mit Wirtschaftlichkeit, also Kosteneinsparungen, verbunden?*

### **Chris Kershaw**

Sicherlich ist die Wirtschaftlichkeit von zentralem Interesse: Wenn man zum Beispiel ein Sieb installiert, das langlebiger ist, höhere Entwässerungskapazität bietet bzw. den Trockengehalt erhöht, bedeutet das stets einen konkreten Nutzen für den Kunden.

Kosteneinsparungen als Begriff gefällt mir nicht so gut, treffender wäre Nutzenoptimierung für den Papiermacher.

### impressive

*Also ist „Nutzen“ = „Kundenorientierung“?*

### Chris Kershaw

Ja, so kann man es verstehen. Und bei Heimbach färbt dies auf sämtliche Produktbereiche ab. Ob Sieb-, Pressen- und Trockenpartie oder Belts: Heimbach hinterfragt die Situation des Papiermachers, versteht seine Prozesse und seine Motive. Auf Basis dessen werden immer wieder Innovationen geschaffen, die **in der Praxis echte Fortschritte** leisten. Und dies bleibt natürlich auch Prämisse für künftige Produktentwicklungen.

### impressive

*„Kundenorientierung“ ist folglich fokussiert auf's eigentliche Produkt?*

### Chris Kershaw

Mitnichten! **Wir verstehen „Kundenorientierung“ als „Handlungskompass“:** Neben der Qualität unserer Produkte sind auch Themen wie Kundennähe, Bereitstellung und Verfügbarkeit, sowohl personell als auch produktseitig, enorm wichtig! In der Vergangenheit haben wir beispielsweise unsere weltweiten Repräsentanzen Stück für Stück ausgebaut, um Kunden schneller und effektiver bedienen zu können. Das zeigt die Orientierung am Käufer. Mit einem Know-how-Transfer, etwa über Schulungsangebote möchten wir außerdem unsere Fachkompetenz unter Beweis stellen.

### impressive

*Sie erwähnten „Kundennähe“. Können Sie das bitte konkretisieren.*

### Chris Kershaw

Kundennähe bezieht sich sicherlich auf räumliche Nähe, also „vor Ort“ sein. Aber nicht nur erreichbar sein im Tagesgeschäft, sondern vor

allem, wenn dringende Probleme anstehen. Dann ist Problemlösungskompetenz vom Heimbach-Team gefordert.

### impressive

*Besitzt „Kundennähe“ noch weitere Facetten?*

### Chris Kershaw

Aber sicher! Wenn man kundenorientiert denkt und folglich den Papiermachern möglichst viele Nutzen anbieten will, ist es ebenfalls gut, die **Expertise auf verschiedene Fachleute zu verteilen:** Neben den Vertriebsspezialisten, die ja im Kundengespräch bereits Forming-, Pressing- und Drying-Kompetenz anbieten, werden Heimbach-Kunden zudem von Applikations-Spezialisten unterstützt. Diese besitzen in Tiefe und Breite ein großes Detailwissen, stimmen sich prozessübergreifend ab und **helfen Kunden gerne bei spezifischen Fachfragen.** Das nutzt den Anwendern deshalb, weil die Zusammenarbeit von Vertrieb und Applikation sehr oft **weiteres Potential offenlegt**, basierend auf breiten Erfahrungen aus allen Märkten weltweit.

### impressive

*Das Thema Erfahrungsaustausch ist für Papiermacher auch sehr wichtig, nicht wahr?*

### Chris Kershaw

Sie sagen es. Und auch in diesem Punkt sind wir bestrebt, unsere regelmäßigen Kundenveranstaltungen **weiter auszubauen.** Der erste „Dryers Club“ war ein Schritt in diese Richtung (siehe auch: separater Bericht in dieser impressive, d. Red.). Und die Resonanz, die wir so nicht erwartet hatten, gibt uns recht, wenn wir sagen: Erfahrungsaustausch ist wichtig. Wir möchten den Kunden eine Plattform zum Dialog bieten und durch eine geeignete Themenauswahl den Nerv der Papiermacher treffen.

### impressive

*Was meinen Sie genau damit?*

### Chris Kershaw

Wir stellen fest, dass Anwender das Bedürfnis haben, **konkretes und fachspezifisches Wissen im Detail und praxisnah** erklärt zu bekommen. Hierzu gibt es dann die Heimbach-Seminare, die eine Mischung aus Vorträgen anerkannter Experten, Live-Tests und Praxis-Workshops sind. Im Dialog mit der Gruppe bzw. dem Einzelnen gelingt es sehr gut, Know-how weiterzureichen und damit dem **Papiermacher in seiner Praxis Hilfestellung zu bieten.**



### impressive

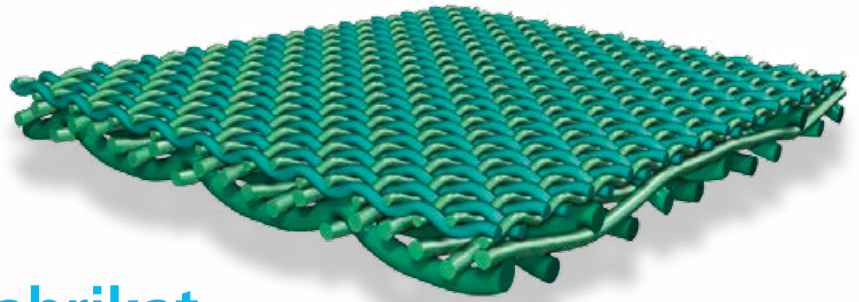
*Soweit so gut, und woher wissen Sie, was die Papiermacher wünschen?*

### Chris Kershaw

Ganz einfach – indem wir unsere Kunden fragen. Präziser ausgedrückt führt Heimbach in regelmäßigen Abständen Kundenzufriedenheitsbefragungen durch: Wichtig dabei ist, die ehrliche Meinung der Kunden zu verschiedenen Themen einzuholen. Das hilft bei der Beurteilung, ob wir uns in den letzten Jahren beispielsweise zu Themen wie Produktqualität, Lieferzeit, Service, Problemlösungen etc. verbessert haben bzw. welche weiteren Anforderungen die Papiermacher an Heimbach stellen. Kundenmeinungen sind sehr wichtig, schließlich ist „Kundenorientierung“ nur dann „Kundenorientierung“, wenn wir die Anwender wirklich bei ihren Bedürfnissen abholen. Und vor allen Dingen danach handeln!

### impressive

*Vielen Dank für das Gespräch!*



# primoselect. Flexibles Forming-Fabrikat

*In der letzten impressive hatten wir Ihnen bereits PRIMOSELECT vorgestellt – das Formationssieb der Zukunft, das sich Ihren Bedürfnissen anpasst. Inzwischen seit einigen Monaten auf dem Markt, entwickelt es sich zur Allzweckwaffe in der Siebpartie.*

Heimbach-Mitarbeiter wissen zu berichten: PRIMOSELECT – prima Effekt: Papiermacher weltweit sind bereits mit diesem 24-Schaft-Sieb in Berührung gekommen und zeigen großes, oftmals gar sehr großes Interesse, es in ihrer Siebpartie einzusetzen. Die Kunden, die dieses Formationssieb bereits verwenden, zeigen sich unisono zufrieden. Was Kunden begeistert? Die **herausragende Flexibilität**, die PRIMOSELECT zur Nummer 1 moderner SSB-Siebe macht: Egal welche Papiersorte Sie produzieren wollen! Egal mit welcher Maschine Sie arbeiten! Egal welche Konfiguration Sie fahren! Das Design von **PRIMOSELECT passt sich Ihren Bedürfnissen an** – maßgeschneidert zum besten Papier!

## Kundenanforderung und Kundennutzen – das ist der Maßstab!

Heimbach-Außendienstler sagen: Der PRIMOSELECT-Leitspruch – „Gemeinsam das Beste wählen“ – könnte treffender nicht sein! Ganz gleich, welche Anforderungen Sie stellen! **Ihr Nutzen steht im Fokus!** Gemeinsam mit Ihrem Heimbach-Experten bestimmen Sie, wie das spezifische Design gewählt wird: Steht zum Beispiel bei der Herstellung von Verpackungspapieren die Laufzeit im Fokus, fördert die **maximale Fadendicke** auf der Laufseite eine längere Lebensdauer. Bei graphischen Papieren ist stets die eigentliche Papierqualität

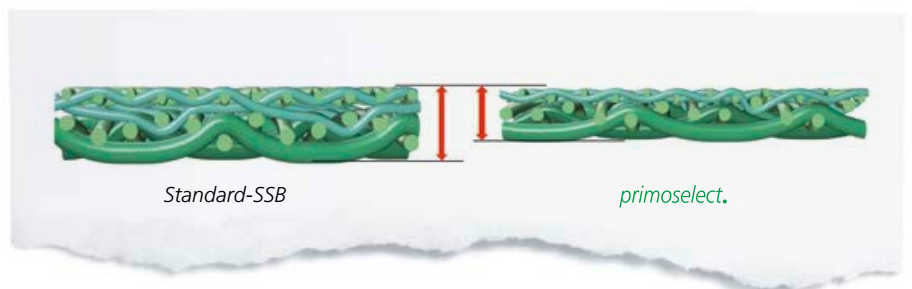
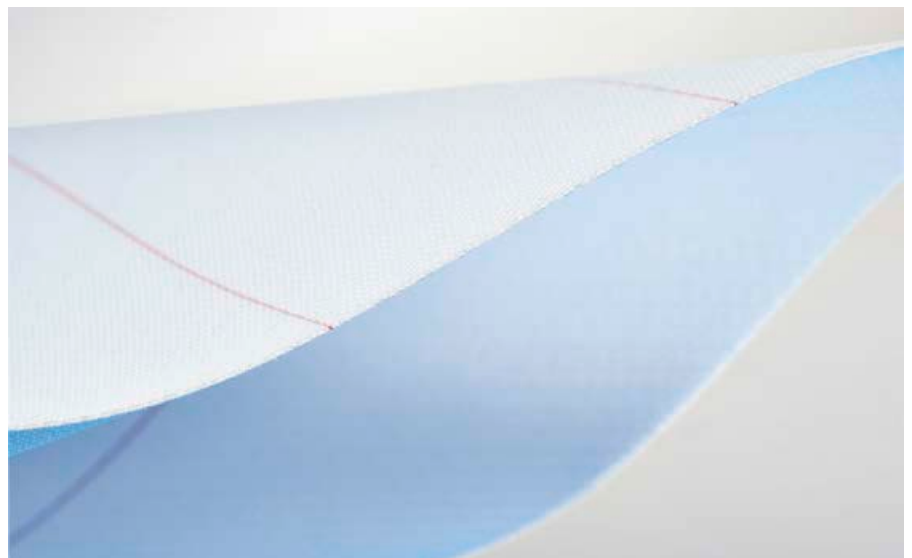
das A und O, die dank **hochmoderner Leinwandbindung und hoher Faserunterstützung** gesichert ist. Möchten Sie Tissue-Papiere produzieren, wird PRIMOSELECT dünner gewählt, wodurch Wasser- und Faserschleppen verringert wird – **feine Siebdicken bis zu 0,50 mm** sind möglich!

## PRIMOSELECT – Nutzen entdeckt

Heimbach-Kunden fordern: maximale Entwässerung – leichte Handhabung – zuverlässiges Laufverhalten – Ressourcenschonung! Heimbach liefert: PRIMOSELECT. Hier Ihre Nutzen auf einen Blick:

- **Trockengehalt:** Sehr offene Struktur und geringe Dicke für optimale Entwässerung.
- **Effizienz:** leicht zu reinigen, höhere Retention, weniger Wasserschleppen.
- **Lebensdauer:** robuste Maschinenseite für längere Laufzeit, stabile Struktur.
- **Energieeinsparung:** sehr offene Struktur für beste Entwässerung, auch bei geringem Vakuum.

Sie sehen: es lohnt sich – auch für Sie! Ihr Heimbach-Spezialist freut sich auf Ihren Anruf.



# „Heimbach kontinuierlich etabliert!“ Klaus Huneke aus Geschäftsführung verabschiedet

*Klaus Huneke, Vorsitzender der Geschäftsführung, ist zum Ende des vergangenen Jahres in den Ruhestand getreten. Er verabschiedete sich von „seinen Heimbachern“ im Rahmen einer großen Feierstunde und blickte auf erfolgreiche und hochspannende Jahre zurück.*

Insgesamt arbeitete Klaus Huneke 24 Jahre lang in unterschiedlichen Bereichen und Funktionen für die Heimbach-Gruppe. Als Teil der Geschäftsführung stellte er 15 Jahre lang die Weichen erfolgreich auf Zukunft:

In seiner Funktion „Ressortleiter Produktion und Technik“ verantwortete er **maßgeblich die technologische Fortentwicklung** Heimbachs. Firmenzukäufe im Segment „Technische Textilien“ wurden von Klaus Huneke initiiert und erfolgreich integriert. Auch die **voranschreitende Internationalisierung Heimbachs**, vor allem in asiatischen Wachstumsmärkten, trägt seine Handschrift. „Vor allem durch



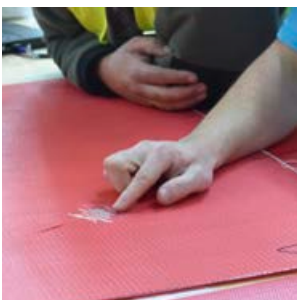
seinen Weitblick, Heimbach auch in anderen Regionen der Welt kontinuierlich zu etablieren, hat Klaus Huneke einen **großen Anteil am Gesamterfolg unseres Unternehmens**.

Gerade die Dürener Belegschaft profitiert davon, ist doch unser hiesiges Mutterhaus als größter Standort in seinen Strukturen auch dank der Asien-Expansion gesichert und gefestigt“. So brachte Geschäftsführer-Kollege Peter Michels Hunekes Verdienste bei seiner Verabschiedung auf den Punkt. Huneke selbst bilanzierte: „Eine Weltwirtschaftskrise wie in den Jahren ab 2008 habe ich auch noch nie mitgemacht! Ich bin froh, dass ich das Boot nach dieser Krise und allen damit verbundenen gemeinsamen Anstrengungen nun zu einem Zeitpunkt verlasse, da wieder schwarze Zahlen geschrieben werden.“

Die impressive wünscht Klaus Huneke – im Namen der gesamten Heimbach-Belegschaft – Gesundheit, Glück und Zufriedenheit für seinen Ruhestand!



# Eindrücke vom „Dryers Club“:



## IMPRESSUM

### Herausgeber

Heimbach GmbH & Co. KG  
52348 Düren

Germany

Tel.: +49 (0) 24 21 / 8 02-0

Fax: +49 (0) 24 21 / 8 02-700

E-Mail: [info@heimbach.com](mailto:info@heimbach.com)

[www.heimbach.com](http://www.heimbach.com)