

Swiss Plastics Innovationstagung

Die Begeisterung für den Kunststoff weitergeben

An der 2. Swiss Plastics Innovationstagung sprachen namhafte Referenten über die Zukunft der Schweizer Kunststoffindustrie. Diese steht aktuell vor einigen Schwierigkeiten, hat aber auch das Potenzial, diese Situation zu meistern. Wie dies möglich sein wird, wurde den rund 200 Teilnehmenden mit spannenden Erkenntnissen zum Heute und Morgen der Schweizer Kunststoffindustrie aufgezeigt.

Die aktuelle Situation in der Schweizer Kunststoffindustrie: In der Weiterbildung herrscht Handlungsbedarf, man hat mit Imageproblemen zu kämpfen und es fehlt an Innovationskraft. Wie kann die Schweizer Kunststoffindustrie die Zukunft erfolgreich gestalten? Dieser Frage stellten sich an der Swiss Plastics Innovationstagung namhafte Referenten. Aus ihren aufschlussreichen Vorträgen wurde klar, dass vielversprechende Möglichkeiten dazu vorhanden sind und man dafür die vorhandenen Energien bündeln und richtig einsetzen muss.

«Kümmert euch heute um eure Talente – für den Erfolg von morgen!»

Den Auftakt zur Tagung machte der Themenblock zur Fachkräftesituation und Weiterbildung. Der sich rasch wandelnde Markt stellt immer mehr Anforderungen an die Akteure der Kunststoffindustrie. Jürg De Pietro, Präsident von Swiss Plastics Network, präsentierte erstmals aussagekräftige Zahlen zur Aus- und Weiterbildung in der Kunststoffindustrie. Die auf einer Masterarbeit basierenden Fakten verdeutlichten, wo es an Fachkräften mangelt. Die Kunststoffindustrie sei jetzt gefordert, Angebote zu schaffen, um genau diese Lücken zu schliessen, erklärte De Pietro. Dringenden Handlungsbedarf sieht er in der Weiterbildung: «Die bestehenden Weiterbildungsangebote sind zu wenig bekannt und werden kaum genutzt. Zudem gibt es kaum Karrieremöglichkeiten auf dem nichtakademischen Weg.»

Auch Jürg Lüthi der Dolder AG und Mitglied der Arbeitsgruppe «Weiterbildung» sprach Klartext: «Wir müssen jetzt loslegen. Aber wir brauchen dazu die Unterstützung aus der Praxis.» Lüthi appellierte an das Engagement der Unternehmensverantwortlichen, junge Berufsleute zu fördern und für eine Weiterbildung zu motivieren. Zusammen mit Vertretern von Verband und

Schlusscommuniqué, Januar 2016

Industrie wird er ein neues, berufliches Weiterbildungskonzept entwickeln, das ab 2017 umgesetzt werden soll.

«Wir müssen jetzt etwas tun», betonte Lüthi. «Denn nur so wird es der Industrie gelingen, junge Leute für den vielseitigen Werkstoff Kunststoff zu begeistern.»

Allgegenwärtig aber unbekannt

Ein weiteres Mittel zur Imagepflege ist der 2. Innovation Report. Der im zweiten Teil der Tagung präsentierte Report richtet sich an eine breite Öffentlichkeit und soll «Kunststoff» zugänglich machen. «Kunststoff ist omnipräsent, aber noch wenig bekannt», sagte Peter Vetter, Co-Projektleiter des Innovation Report. «Produkte der Branche treten häufig als Bestandteile anderer Branchen auf.» Der Report soll da Aufklärungsarbeit leisten. Mit dreizehn eindrücklichen Fallbeispielen aus der Praxis wird veranschaulicht, wo Kunststoff Innovationen ermöglicht hat – von der Medizintechnik über die Mobilität bis zum Haushalt.

«Swiss Innovation» möglich machen

Innovationen versprechen Erfolg, sind aber mit Risiken verbunden. Dies könne gerade für kleine Unternehmen ein Hemmnis sein, analysierte Markus Müller der Sonova AG. Werde in einem Unternehmen aber eine offene Kultur für Ideen gelebt, sei die Grundlage für Innovationen vorhanden. «Die richtige Unternehmenskultur ist sehr zentral, wenn es um die Förderung von Innovationen geht.» Diese Innovationskultur müsse von Führungskräften gelebt werden und bei den Mitarbeitenden die Lust an Innovationen wecken. Dazu brauche es im Unternehmen aber auch die passenden Rahmenbedingungen.

Ein weiterer entscheidender Punkt, um Innovationen voranzutreiben, sei die Einbindung der Kunden, wie Christoph Kocher der Landqart AG erklärte. «Man muss aus bestehenden Bedürfnissen die richtigen Entwicklungen ableiten.» Dies gelänge nur, wenn man Kunden in den Entwicklungsprozess einbeziehe.

Innovation ist steuerbar

Im dritten Teil der Tagung wurde aufgezeigt, wie die Kunststoffindustrie auch künftig erfolgreich sein kann. Denn trotz dem starken Franken und dem Rückgang der Exporte hat die Schweizer Kunststoffindustrie zahlreiche Chancen. Diese liegen, wie die Referenten aufzeigten,

Schlusscommuniqué, Januar 2016

in der personalisierten Produktion, in neuen, innovativen Wachstumsbranchen (wie zum Beispiel in der Nanotechnologie), in Prozessoptimierungen oder in der Zusammenarbeit mit Partner und Netzwerken. Man war sich einig, dass es noch viel latentes Wissen in den eigenen Reihen und im direkten Umfeld gebe, das nun richtig abgerufen und kombiniert werden muss, um Innovationen zu entwickeln.

Mit Motivation in die Zukunft

Die 2. Innovationstagung hat einmal mehr gezeigt, dass die Kunststoffindustrie viel Gutes tut, jedoch meist im Verborgenen. «Die Tagung war eine perfekte Initialzündung, um eine Imagekampagne für die Kunststoffindustrie anzustossen», freut sich René Ziswiler, Messeleiter der Swiss Plastics Expo. Die Rückmeldungen der Teilnehmenden waren überaus positiv. Überzeugt von der Innovationstagung war auch Urs Kocher, der Mapag Maschinen AG: «An der Tagung hat man gespürt, dass Unternehmen Innovationen leben. Und dies wiederum verdeutlicht, dass man mit der Innovationstagung und dem Innovation Report absolut richtig liegt.»

Die Swiss Plastics Innovationstagung wird durch die Messe Luzern organisiert und steht unter dem Patronat Swiss Plastics – the network for the future.

Bestellung 2. Swiss Plastics Innovation Report

Der Innovation Report kann kostenlos (exkl. Porto) unter info@swissplastics-innovation.ch bestellt werden.

Informationen für die Medien

Daniela Imsand

Messe Luzern AG

041 318 37 00, daniela.imsand@messeluzern.ch

www.messeluzern.ch