



# bdggreport

Bundesverband  
der Deutschen  
Gießerei-Industrie (BDG)

## Zukunft formen mit Guss



# Ohne Guss läuft nichts – auch in Zukunft nicht!

Wir Gießer wissen das. Wissen es auch unsere Kunden?



Foto: BDG/Soschinski

**G**ussteile nimmt man zumeist nicht wahr. Gussteile sind hinter der Wand, im Motor, unter der Haube eines Fahrzeugs, in der Gondel eines Windrads, im Innern eines Laptops oder als Bauteil im Innern einer x-beliebigen Maschine verborgen. Aber auch sichtbare Gussteile, alltägliche Dinge wie Fahrzeugfelgen oder Badezimmerarmaturen beispielsweise werden nicht mit der Gießtechnologie oder mit einem Gießereibetrieb assoziiert.

Wer sind die Kunden? Um wen müssen wir werben? Wem müssen wir erklären, dass auch in Zukunft ohne Guss nichts läuft?

Es gilt, die Öffentlichkeit zu erreichen. Eine Öffentlichkeit, die sich, in Nachbarschaft zu einer Gießerei, über Belastungen durch diesen Betrieb ärgert; eine Öffentlichkeit, die kaum akzeptieren kann, dass energieintensive Betriebe von der EEG-Umlage entlastet werden müssen. Eine Öffentlichkeit, in deren Vorstellung ein Gießereibetrieb vielfach noch eine archaisch anmutende Produktionsstätte mit schlechten Arbeits- und Umweltbedingungen ist.

Wir müssen erreichen, dass einer breiten Öffentlichkeit bewusst wird, dass die großen vor uns liegenden Veränderungen unserer Gesellschaft, mit Schlagworten wie Energiewende und Elektromobilität, ohne hoch entwickelte Gussteile nicht zu realisieren sind. Keine Windenergie ohne Guss, keine Elektromobilität ohne Guss.

Gießtechnologie ist hochentwickelt. Old Economy war gestern.

Die deutsche Gießerei-Industrie nimmt technologisch einen Spitzenplatz ein. Hochentwickelte Gussteile sichern den technologischen Vorsprung der Geräte und Maschinen, in denen sie verbaut sind. Es genügt nicht zu wissen, wie man gießt, man muss es auch selbst tun – in Deutschland.

Die Öffentlichkeit muss das wissen, akzeptieren und fördern und letztlich politische Entscheidungen positiv für unsere Branche beeinflussen; sie ist unser wichtigster Kunde.

Zukunft wird durch Guss geformt.

Ihr

**Dr.-Ing. Christian Wilhelm**  
Hauptgeschäftsführer (Technik)  
des Bundesverbandes der Deutschen Gießerei-Industrie  
E-Mail: christian.wilhelm@bdguss.de



Foto: Fritz Winter

**BERICHT:** Die BDG-Mitgliederbefragung als Basis zukünftiger Verbandsaktivitäten.



Foto: Andreas Bednarek

**REPORT I:** Christenguss nimmt die Gießerei 4.0 in den Fokus.



Foto: Additiv-PR

**MEINUNG I:** PR-Profi Jochem Blasius rät zu durchdachter Öffentlichkeitsarbeit.

## TITELTHEMA:

# Zukunft formen mit Guss!

Mit welchen Ideen gehen Gießereien in die Zukunft und welche Innovationen halten sie dafür bereit? Die Fragen stellen sich der deutschen Gießereibranche seit ihrem Bestehen. Die Antworten wechseln – bis heute mit Erfolg. Der Themenschwerpunkt des aktuellen BDG report will einige dieser Facetten beleuchten.

### 12 BERICHT

#### **Verbandsarbeit wird gut angenommen**

Die repräsentative BDG-Mitgliederbefragung ist ein solides Fundament für die zukünftige Verbandsarbeit.

### 16 REPORT I

#### **Digitaler Imagewandel**

Christenguss setzt auf Digitalisierung und Industrie 4.0. Die voll automatisierte Gießerei soll die Wettbewerbsfähigkeit stärken und das Image aufpolieren.

### 24 MEINUNG I

#### **Die Welt des Graugusses ist bunt**

Auch im klassischen B2B-Geschäft von Gießereien wird es immer wichtiger, den Vertrieb der Produkte und Lösungen mit PR-Instrumenten zu unterstützen. Mit strategischer Kommunikation überzeugen lautet das Credo von Jochem Blasius. Der Additiv-PR-Geschäftsführer zählt die große Gießereigruppe DIHAG zu seinen Kunden.

### 26 REPORT II

#### **Gießen mit Sonnenenergie**

Bei MEGU Metallguss zahlen sich Investitionen in energieeffiziente Anlagen aus: Die südbadische Gießerei spart 75 % Energie ein

### 28 MEINUNG II

#### **Gusswerbung tut not – kein neues Thema!**

Tu Gutes und rede darüber. Autor Herbert Antoine weiß, wovon er spricht. Als Mann der alten Schule meidet er Fremdwörter und beschäftigt sich in seinem Beitrag mit dem Thema Gusswerbung – heute würde man von Imagebildung sprechen. Achtung: Der Beitrag – so aktuell und doch zeitgebunden – stammt aus dem Jahr 1934.



Foto: Thilo Rückeis

**PORTRÄT: Bildgießer Hermann Noack: Dem Kunstguss so treu wie dem Standort Berlin.**

**36 PORTRÄT**

**Schöpfungsgeschichte – die Kunstgießerei Noack in Berlin**

Quadriga, Bären und Viktoria haben eines gemeinsam: Die Berliner Wahrzeichen sind aus Guss und stammen aus der selben Gießerei. Kaum ein anders Unternehmen hat das Stadtbild der Bundeshauptstadt so geprägt wie die Kunstgießerei der Familie Noack – mittlerweile schon in der vierten Generation.

**42 BETRIEBSWIRTSCHAFT**

**Der deutsche Außenhandel mit Eisen-, Stahl- und Temperguss**

Die aktuelle Bedeutung einzelner Länder.

**49 LICKFETTS CORNER**

**Unveränderlich wie die Grundrechenarten**

**RUBRIKEN:**

- 3 EDITORIAL
- 6 MAGAZIN
- 50 TERMINE
- 52 IMPRESSUM
- 53 BDG-KONTAKTE



**Schon mal vormerken!**

Nächster GIFA-Termin: 25. Juni bis 29. Juni 2019