

04.08.2020 Pressemitteilungen

Siegwerk konzentriert sich auf die Strategie einer verstärkten virtuellen Kundenbindung durch den weiteren Ausbau digitaler Dienstleistungen

Siegwerk wird auf dem Weg ein Unternehmen für kreislauffähige und digitale Verpackungslösungen zu werden, seine digitalen Dienstleistungen um virtuelle Tools für die Interaktion mit Kunden erweitern. Seit 2017 hat das Unternehmen seine eigene digitale Transformation strategisch vorangetrieben und kontinuierlich neue Technologien evaluiert, um die Effizienz weiter zu verbessern und seinen Kundenservice zu stärken.



Siegwerk, einer der weltweit führenden Anbieter von Druckfarben für Verpackungsanwendungen und Etiketten, plant, sich auf virtuelle Tools und Dienstleistungen zu konzentrieren, um seine Kundenbindungsstrategie in Zukunft weiter zu digitalisieren. Damit will das Unternehmen insbesondere in Zeiten begrenzter Geschäftsreisen einen Mehrwert für seine Kundenbeziehungen

schaffen.

Das Unternehmen erforscht derzeit verschiedene Kommunikationsformate und -technologien, um mit Kunden in Kontakt zu treten, Produkte und Lösungen zu demonstrieren, Wissen zu teilen und Anleitung und Unterstützung zu bieten. Ziel ist es, Fachwissen schnell zugänglich zu machen, die Effizienz zu steigern, um die Interaktion und Zusammenarbeit weiter zu intensivieren und zu verbessern und gleichzeitig zeitaufwändige Reisen zu reduzieren. "Wir wollen das Kundenerlebnis weiter virtualisieren, indem wir digitale Tools zur Kundenbindung wie Live-Streaming-Veranstaltungen, digitale Konferenzen, virtuelle Demonstrationen, Schulungen oder Online-Seminare hinzufügen", erklärt Ralf Hildenbrand, President Americas und Mitglied des Vorstands bei Siegwerk. Zusätzlich zu den erfolgreichen Face-to-Face-Kundenveranstaltungen plant das Unternehmen nun, seine INKday-Veranstaltungen in ein virtuelles Konzept zu überführen, um die Teilnahme aus der ganzen Welt zu ermöglichen. Seit mehr als 12 Jahren veranstaltet Siegwerk seine beliebten INKday-Veranstaltungen, die Kunden und Experten gleichermaßen eine einzigartige Plattform zur Förderung von Diskussionen über aktuelle und zukünftige Branchenthemen bieten. "Durch den verstärkten digitalen Austausch, gekoppelt mit regionsspezifischen Veranstaltungen und persönlichen Treffen, können wir uns künftig noch schneller, effektiver und persönlicher einbringen", so Hildenbrand weiter.

2017 begann Siegwerk als Early Adopter und eines der ersten Unternehmen der Branche mit der digitalen Transformation. Seitdem treibt das Unternehmen den Ausbau seiner digitalen Angebote strategisch voran, um das gesamte Kundenerlebnis kontinuierlich zu verbessern. Heute ist die Digitalisierung in alle Geschäftsbereiche integriert, einschließlich datengetriebener Innovation, Digitalisierung von Prozessen sowie die Entwicklung neuer und zirkulärer Geschäftsmodelle. Zu den jüngsten Meilensteinen der digitalen Transformation des Unternehmens gehören die Eröffnung eines vollautomatischen, hochmodernen Mischzentrums am deutschen Hauptsitz in Siegburg sowie die

Einrichtung von Online-Diensten wie dem Vendor Managed Inventory System MyInkroom und dem Online-Kundenportal mySiegwerk. Darüber hinaus untersucht das Unternehmen kontinuierlich das Potenzial großer Datenmengen und künstlicher Intelligenz zur Verbesserung der Produktionszyklen und zur weiteren Effizienzsteigerung.

Um ein nachhaltiges Geschäft mit dauerhaften Wachstumsvorteilen aufzubauen, treibt Siegwerk nicht nur seine eigene digitale Transformation voran, sondern legt auch größten Wert darauf, die Realisierung einer kreislauffähigen Verpackungsindustrie proaktiv voranzutreiben. Erst kürzlich hat Siegwerk weitere Ressourcen in die Zukunft investiert, indem es seinen Circular Economy Hub eingerichtet hat, um speziell den Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft im gesamten Unternehmen zu managen.

Als Familienunternehmen mit einer langen Geschichte ist sich Siegwerk seit langem seiner Verantwortung gegenüber zukünftigen Generationen bewusst. "Wir setzen uns dafür ein, stets ein vernünftiges Gleichgewicht zwischen ökologischen, sozialen und ökonomischen Bedürfnissen zu wahren, ohne die Ressourcen künftiger Generationen zu gefährden", sagt Bettina Horenburg, Leiterin der Unternehmenskommunikation bei Siegwerk. "Die kontinuierliche Einführung innovativer Kommunikationstechnologien bietet immer neue Möglichkeiten der internen und externen Zusammenarbeit, die es uns ermöglichen, uns in einem internationalen Umfeld noch schneller und effizienter zu vernetzen und auszutauschen", so Bettina Horenburg weiter.

Daher plant das Unternehmen nun, seine Gesamtpräsenz auf globalen Industriemessen selektiv anzupassen, entweder mit einem virtuellen Austausch oder, wo vorteilhaft, mit einer physischen Präsenz. Deshalb hat Siegwerk jetzt beschlossen, im Jahr 2021 weder an der drupa noch an der Zuliefermesse "components" der interpack teilzunehmen. Die Teilnahme an anderen Messen wird derzeit geprüft. Eine Teilnahme an bestimmten asiatischen Messen wurde

bereits als relevant bestätigt, um die regionale Marktentwicklung in diesem wachstumsstarken Bereich weiter voranzutreiben. "Unsere Entscheidung, unsere Teilnahme an diesen beiden Messen abzusagen, wurde auch durch die Unsicherheit in Bezug auf die COVID-19-Pandemie, ihre weitere Entwicklung und ihre mittelfristigen Folgen beeinflusst", fügt Horenburg hinzu. "Wir wollen unsere Mitarbeiter derzeit nicht zur Teilnahme an irgendeiner Art von Großveranstaltung verpflichten". Das Unternehmen geht davon aus, dass sich die Gesamtwahrnehmung von Großausstellungen durch die globale Pandemie verändern wird und dass regionale, kleinere Fachmessen sowie mehr virtueller Austausch in Zukunft eher einen Mehrwert darstellen werden.Über Siegwerk

Medienkontakt



Nathalie Müller-Samson

Manager Corporate Communications

Tel: +491622002727

E-Mail: nathalie.mueller-samson@siegwerk.com



Inhalte online lesen und teilen

Scannen Sie den QR-Code, um diesen Beitrag auf der Siegwerk-Website zu öffnen.