

Zeitschrift: Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa

Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten

Band: 116 (2009)

Heft: 3

Artikel: Die AMMAN GROUP auf der IMB 2009

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-678393>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 01.04.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Die AMANN GROUP auf der IMB 2009

Mit strategischen Weichenstellungen und einem verjüngten Führungsteam optimiert die AMANN GROUP, einer der international führenden Näh- und Stickgarnproduzenten, ihre Expertise und Präsenz auf den wichtigsten globalen Märkten.

Die Übernahme von Oxley Threads Ltd., Manchester, Mitte 2008, bindet das englische Traditionsunternehmen in das internationale Wirkungsfeld der AMANN GROUP ein und stärkt deren Kompetenz speziell im Bereich Automotive. Im Jahr 2008 hat AMANN ein neues Werk in Brasov, Rumänien, in Betrieb genommen. Parallel dazu entstehen neue Produktionsstätten in Asien – allen voran in China, wo durch den Landerwerb in einer Industriezone bereits die konkrete Projektphase begonnen hat. Jüngst wurde in Shanghai – in Ergänzung zum Fernoststützpunkt AMANN ASIA Hongkong – eine Vertriebsniederlassung mit umfassenden Lagerkapazitäten etabliert. Auch für Indien ist eine neue Fertigungsstätte projektiert. Den Vertrieb auf dem Subkontinent wickeln neu eingerichtete Offices und Lager in Chennai, Bangalore und Delhi ab. Damit verfügt die AMANN GROUP über rund 20 Tochter- und Beteiligungsgesellschaften und operiert in über 100 Ländern weltweit.

BLUE SKY TECHNOLOGY

Mit der Weltpremiere der BLUE SKY TECHNOLOGY eröffnet AMANN die Reihe der Produktinnovationen. Die revolutionäre Technologie schiebt der Produktpiraterie einen Riegel vor. Sie garantiert ultimativen Schutz von Marke und Qualität durch intelligente Fäden, sowohl im Näh- als auch im Stickgarnbereich – weltweit und jederzeit. BLUE SKY kennzeichnet Markenartikel als Originale und macht sie mit allen individuellen Qualitäts- und Prozessmerkmalen innerhalb der gesamten Fertigungs- und Vermarktungskette nachweisbar. BLUE SKY kann in jedes AMANN-Produkt implementiert werden und ist damit für jede Anwendung einsetzbar, sowohl im Näh- als auch im Stickgarnbereich.

Zudem nutzt AMANN konsequent die verfügbaren Spielräume zur weiteren Optimierung der Ökobilanzen seiner Garne. Unter dem Label AMANN LIFECYCLE THREADS stehen mit zwei texturierten Nähfäden, einem Multifilamentzwirn und einem Stickgarn Produkte aus 100 %

recyceltem Polyester unmittelbar vor der Markteinführung – ebenso wie Produkte aus Organic Cotton (Abb. 1).



Abb. 1: Das Label AMANN LIFECYCLE THREADS

Intelligent Threads

Unter der Headline «Intelligent Threads» belegen eine neue internationale Kampagne und ein neuer Imagefilm die Kernkompetenz des Unternehmens für das gesamte Spektrum der nähenden Industrien: die perfekte Naht – bei Bekleidung und Schuhen, Lederwaren und Schwergeweben bis hin zu technischen Textilien und dem Bereich Automotive. Der perfekten Naht gelten auch die umfassenden Service- und Supportleistungen der AMANN GROUP – sie gehen seit jeher weit über das branchenübliche hinaus. In zahlreichen technischen Publikationen und in den praxisorientierten Näh- und sticktechnischen Labors finden Kunden in aller Welt essentielle Unterstützung. Eine Philosophie, die auch der Vertrieb nach aussen trägt. Die Mitarbeiter reisen nicht allein mit Farbkarten und Produkten – sie führen jetzt aufwändig gestaltete Ordner mit, die für den Stick- und Nähgarnbereich eine Vielzahl an Nahtmustern und Anwendungen auf unterschiedlichsten Materialien anschaulich und haptisch präsentieren.

Domains und Innovationen im Nähgarnbereich

Die Unverzichtbare und weltweit nachgefragte Basis von AMANN Nahtlösungen sind die etab-

lierten Produktlinien SabaC, Serafil und Rasant – für viele Anwendungen die Originale mit einem hohen Mass an Authentizität (Abb. 2). Für



Abb. 2: P_Sabatex

ein breites Spektrum technischer Anwendungen stehen die TechX Performance Threads. Diese Produktlinien werden weiter perfektioniert und ergänzt. Parallel dazu reagieren wir mit Neuentwicklungen auf gewachsene Anforderungen im Konfektions- und Sicherheits-Bereich – und setzen mit der BLUE SKY TECHNOLOGY einen völlig neuen Standard in punkto Markenschutz.

AMANN SabaTEX 120

Als Versäuberungsfaden stellt er das ideale Pendant zur SabaC-Linie dar – das Farbspektrum wurde jetzt um mehrere hundert Farbstellungen aufgestockt und auf den riesigen Umfang der SabaC-Palette gebracht.

Neu: N-tech CS

Das Produkt ergänzt das TechX-Programm um eine schwer entflammare, nicht schmelzende, selbstverlöschende Qualität von grosser Hitzebeständigkeit. Der Zersetzungspunkt liegt bei sensationellen 370°C. Es ist als Näh- und Stickgarn einsetzbar und in den Stärken 70 (entspricht Stickgarnstärke 30) und 80/2 (Unterfaden – entspricht Stickgarnstärke 40) verfügbar.

Pilotprojekt: Robustere Fäden für Used Looks

Wo konventionelle gezwirnte Nähfäden an ihre Grenzen stossen – bei der Erzielung extremer Washed- und Used-Looks im Jeans- und Freizeitbereich – versprechen neuartige Kon-

struktionen ein ungleich höheres Mass an Abriebfestigkeit. AMANN hat entsprechende Produkte entwickelt, sie werden aktuell in umfassenden Testreihen optimiert und zur Marktreife gebracht.

Lösungen für anspruchsvolles Modedesign

Mit einer Vielzahl an Spezialfäden rundet AMANN sein Produktprogramm ab und pro-

filiiert sich weltweit als hochkompetenter Partner anspruchsvollen Modedesigns. Längst im Angebot sind Multicolor-, Metallic- und Flechtfäden sowie Lösungen für die Rohkonfektion – erst nähen, dann färben. Neue Entwicklungen gelten dem zunehmenden Einsatz feinsten Stoffe und Gewebe – Stichwort Mikrofaser – im Sport- und Freizeitbereich.

Vertretung in der Schweiz:

Böni & Co. AG
 Zürcherstrasse 350
 8501 Frauenfeld
 Tel.: 052 72 36 110
 Fax: 052 72 36 118
 E-Mail: btebtrade@boni.ch
 Internet: www.boni.ch

IMB 2009: World of Textile Processing in Köln

Die Internationale Messe für Bekleidungsmaschinen (IMB) wird ihrem Anspruch als Top Event der Branche gerecht. Es präsentierten sich 509 Unternehmen aus 34 Ländern auf dieser bedeutendsten Leitmesse der textilverarbeitenden Industrie. Rund 20'000 Fachbesucher aus 100 Ländern kamen zur World of Textile Processing.

«Die IMB 2009 ist ihrem Anspruch als das internationale Top Event der Branche absolut gerecht geworden», so das Fazit von Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse. «Nahezu alle Marktführer, sowohl national wie auch international, waren auf der IMB in Köln vertreten. Sie hat der Branche neue Impulse gegeben und zum richtigen Zeitpunkt positive Zeichen für die zukünftige Entwicklung der Industrie gesetzt. Das ist es, was eine Branchenleitmesse auszeichnet.»

Positive Überraschung

Die Zahl der Besucher aus Übersee war erwartungsgemäss aufgrund der angespannten Weltwirtschaftslage rückläufig. Die Besucherzahlen aus dem europäischen Ausland und Deutschland lagen dagegen stabil auf einem hohen Niveau. Dies bestätigte auch Eva Jubitz, Marketing Direktorin der Lectra Deutschland GmbH: «Für uns ist die IMB sehr gut gelaufen. Wir wurden in unseren Erwartungen positiv überrascht. Nicht nur die Zahl der Besucher war sehr gut, auch die Qualität war sehr hoch. Der Schwerpunkt lag auf Indien, Russland und Deutschland.» Dr. Andreas Seidl, Geschäftsführer der Human Solutions GmbH, konnte an seinem Messestand zwar weniger Kunden vor allem aus Nord- und Südamerika begrüßen, war jedoch mit dem Verlauf der IMB überaus zufrieden: «Wir konnten an jedem Tag rund 30% mehr Kundenkontakte verzeichnen als zur IMB 2006. Für uns gilt das Fazit: Qualität und Quantität der Fachbesucher haben uns sehr positiv überrascht.»

Aussteller loben Fachbesucherqualität

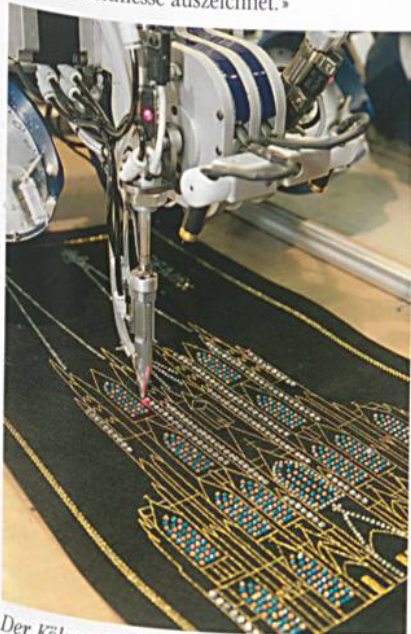
Die sehr hohe Qualität der IMB Fachbesucher wurde von nahezu allen Ausstellern gleichermassen gelobt. «Die Anzahl der Besucher hat zwar im Vergleich zu 2006 abge-

nommen, aber die Qualität der Gespräche und Kontakte hat eindeutig zugenommen», so das Fazit von Petra Grathwohl, Sales & Marketing Manager Industry der Gütermann SE. Begeistert von der IMB war Thomas Willing, Managing Director der Avery Dennison Central Europe GmbH: «Das war eine super Messe, ein voller Erfolg. Wir hatten deutlich mehr Fachbesucher als 2006, und die Qualität war erstklassig.»

Entsprechend begeistert war daher auch Klaus Weber, Geschäftsführender Gesellschafter der Intex Software GmbH: «Das war eine absolut klasse Messe! Auf der IMB war die Krise für uns vier Tage lang wie weggewischt. Wir waren den ganzen Tag – sozusagen rund um die Uhr – in Gesprächen. Wir hatten ganz tolle Kontakte und unsere Besucher haben uns vermittelt, dass sie investieren wollen. Die Besucher nutzen die IMB, um für die Zeit nach der Krise und die Zukunft zu planen.»

Umfassendes Angebotsspektrum

Die hohe Qualität der Angebotspalette hob Günter Veit, Geschäftsführer der Veit Group International, hervor: «Wir konnten feststellen, dass die weltweit führenden Firmen – auch aus Asien – auf der IMB vertreten waren. Die IMB hat also immer noch eine enorme Zugkraft. Deshalb bereuen wir es auch nicht, in einer schwierigen Zeit durchgehalten zu haben und mit einem repräsentativen Auftritt zur IMB gekommen zu sein. Und das Ergebnis gibt uns recht: Die Zahl unserer Kundenkontakte und Auftragsgespräche liegt über dem Ergebnis von 2006.» Die Zugkraft der IMB war auch Grund für Tobita Shigeru von der JUKI Corporation in Japan, auf der IMB vertreten zu sein. «Für uns als Global Player ist die IMB die grösste Plattform, um unsere Neuheiten vorzustellen», so sein eindeutiges Fazit. Für Hendrik Moelleken, Leiter Zentrales Marketing bei der Dürkopp-



Der Kölner Dom, Aussteller GEM