

MARKEN- UND PRODUKTWELTEN

WIR GEHEN NEUE WEGE IM PRODUKTMARKETING

Als produzierendes Industrieunternehmen steht traditionell „das Produkt“ im Zentrum der Aktivitäten. Auch bei LUTZ ist das seit über 100 Jahren nicht anders. Neueste Produktionstechnologien, umfassende Qualitätsstandards und qualifizierte Mitarbeiter gehören seit jeher zu den Eckpfeilern unseres Unternehmens.

Die Einführung von Produktinnovationen und die Erschließung von neuen Märkten führen dazu, dass wir als Unternehmen agil in der Kommunikation und der Präsentation unserer Produkte sein müssen. Daher haben wir uns dazu entschieden, einen neuen Weg mit einer lebendigen und aufmerksamkeitsstarken Marken- und Produktstrategie zu gehen.

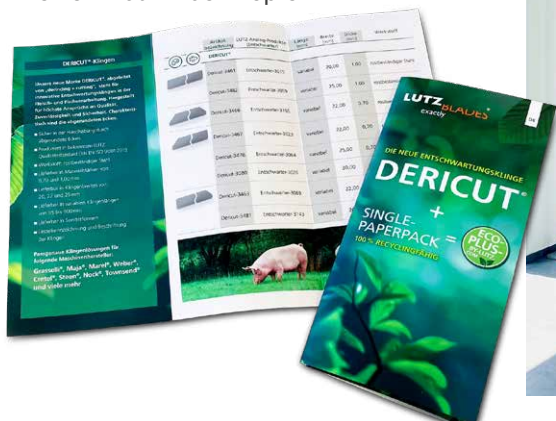
„Wir stellen Klingen bzw. Werkzeuge aus Metall für die maschinelle Herstellung von Produkten für zahlreiche Industrien her. Das klingt sehr technisch und das ist es auch. Mit unseren Marken- und Produktwelten möchten wir unsere Präzisionswerkzeuge emotionalisieren, um so über die Namensgebung, die eigenständige Farbgebung und die Markengeschichte einen Platz in den Köpfen

unserer Kunden einzunehmen“, erläutert Frank Henkel, Marketingleiter bei LUTZ.

Ob LYNXERA[®], DERICUT[®], MARATHON oder CARAPAXX, hinter jedem dieser Marken- und Produktnamen steckt ein Produkt und eine Geschichte.

Aber nicht nur in den digitalen Medien wie der Internetseite, den Social-Media-Kanälen oder bei Präsentationen finden unsere Marken- und Produktwelten Anwendung. Speziell auf den Messeständen, in Produkt-Katalogen oder in der LUTZ Unternehmenszentrale in Solingen erfahren dadurch unsere Produktinnovationen große Aufmerksamkeit und Zuspruch.

Möchten Sie mehr erfahren? Besuchen Sie unsere Internetseite und lernen Sie im Bereich „Marken- und Produktwelten“ unsere Produktneuheiten kennen.



INSIDE EDITORIAL

Liebe Leserinnen und Leser,

Teamgeist schafft Erfolg! Ich beobachte immer wieder gerne, wie unsere Mitarbeiter gemeinsam daran arbeiten, Ziele zu erreichen, Herausforderungen zu meistern und innovative Lösungen für unsere Kunden und Geschäftspartner zu entwickeln. Erst durch Teamarbeit wird aus unseren einzelnen Stärken eine kraftvolle Einheit, mit der es uns gelingt, nachhaltig zu wachsen und erfolgreich zu sein.

Ein starkes Team sind auch unsere Ausbilder und Auszubildenden. Wir entwickeln unser Ausbildungskonzept stetig weiter und bieten seit diesem Jahr weitere neue Ausbildungsberufe an. Damit möchten wir jungen Menschen noch mehr Möglichkeiten bieten, ihre Talente zu entdecken und eine berufliche Perspektive bei LUTZ zu sehen.

Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen!

Ihre
Christine Scheming
Personalleitung



It all starts at K

The World's No. 1 Trade Fair for Plastics and Rubber
8-15 OCTOBER 2025, Düsseldorf, Germany

**BESUCHEN
SIE UNS!**

Düsseldorf
08. – 15. Oktober 2025
Halle 10, Stand D34

„ONE TEAM“ – STANDORT SOLINGEN



© Christian Beier

Definition: Ein „Team“ ist eine Gruppe von Personen mit sich ergänzenden Fähigkeiten, die gemeinsam an einem Ziel arbeiten und sich gegenseitig für den Erfolg verantwortlich fühlen. Teammitglieder haben eine gemeinsame Aufgabe, verfolgen gemeinsame Ziele und sind durch eine funktionale

Arbeitsbeziehung miteinander verbunden.

Um dieser Definition bei LUTZ einen optischen Rahmen zu geben, haben wir uns dazu entschieden, eine „One Team“-Kollektion mit Polo-Shirts und T-Shirts für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf-

zulegen. Hierbei handelt es sich bewusst nicht um Arbeitsbekleidung. Die Nutzung, ob im privaten oder im beruflichen Umfeld, ist freiwillig. Die Idee kommt in der Mitarbeiterschaft sehr gut an und immer mehr Shirts werden auf den Fluren der Verwaltung oder an den Maschinen gesichtet.

LUTZ SETZT AUF FLEXIBILITÄT

EINE NACHHALTIGE UND EFFIZIENTE EINKAUFsstrategie

LUTZ verfolgt eine gezielte Einkaufsstrategie, die auf Nachhaltigkeit, Kosteneffizienz und Lieferkettenoptimierung ausgerichtet ist. Ein zentraler Aspekt der Einkaufsstrategie ist die Diversifizierung der Lieferanten, um Risiken in der Beschaffung zu minimieren und die Versorgungssicherheit zu gewährleisten.

Zudem legt LUTZ großen Wert auf nachhaltige Materialien und umweltfreundliche Produktionsprozesse, um den ökologischen Fußabdruck zu reduzieren. Wir fokussieren uns daher weiterhin auf strategische Partnerschaften mit regionalen und nationalen Zulieferern. „Unser Ziel ist es, durch eine intelligente Einkaufsstrategie,

also eine kluge Kombination aus Kostenoptimierung, Nachhaltigkeit und technologischem Fortschritt, nicht nur Kosten zu senken, sondern auch die Qualität und Innovationskraft unserer Produkte zu steigern“, erklärt Stefan Bach, Teamleiter Einkauf.

„Durch enge Kooperationen mit vielen Partnern und die breit gefächerte Lieferantenstruktur können wir flexibel auf Marktveränderungen reagieren und unsere Wettbewerbsfähigkeit langfristig sichern“, so der Einkaufsspezialist. LUTZ setzt in der Zukunft vor allem verstärkt auf „digitale Einkaufsprozesse“, um Effizienzsteigerungen zu erzielen. Durch den

Einsatz modernerer Systemtechnologien werden Bestellvorgänge optimiert und Lieferzeiten verkürzt. Mit dieser strategischen Ausrichtung stellt LUTZ sicher, dass der Einkauf nicht nur eine unterstützende Funktion hat, sondern aktiv zur Unternehmensentwicklung beiträgt.

Auch im Einkauf wird Nachwuchsförderung großgeschrieben. Ob Werkstudenten oder Auszubildende, bei LUTZ im Einkauf bekommen unsere LUTZ Talents einen praxisnahen Einblick in die komplexen Beschaffungsabläufe, das Lieferantenmanagement, die Datenanalyse sowie die Systempflege.

LUTZ POLSKA, NYSA

EIN STARKES TEAM FÜR OST EUROPA

Unser Vertriebsteam an unserem LUTZ Standort Nysa in Polen hat sich neu aufgestellt – mit frischen Impulsen und vertrauten Gesichtern. Herr Sebastian Macha ergänzt mit seiner erweiterten Expertise das Bestandsteam.

Unterstützt wird er dabei von zwei Kolleginnen, die vielen Kunden bereits bekannt sind: Frau Katarzyna Charęza, die weiterhin unsere Kunden in Osteuropa und im Baltikum betreut, sowie Frau Magdalena Odrowąż, die sich gemeinsam mit Herrn Macha um den polnischen Markt kümmert.



USA-GESCHÄFT NIMMT WEITER FAHRT AUF

Seit 2023 hat LUTZ BLADES das erste „Warehouse“ in den USA eröffnet – inklusive Vertriebsservice.

Stark nachgefragte Klingen sind direkt am Standort Charleston, South Carolina, verfügbar und können sofort an Kunden in den USA und Kanada geliefert werden – schnell, zuverlässig und einsatzbereit. Besonders interessant ist dies für Produkte, bei denen sich der lokale Bestand äußerst positiv auf Verfügbarkeit und Liefergeschwindigkeit auswirkt – wie zum

Beispiel bei Keramikklingen oder Varianten aus Hartmetall. Und der Ausbau unseres „USA-Warehouse“ ist in vollem Gange: Sowohl die Auswahl als auch die verfügbaren Mengen werden kontinuierlich erweitert. „Perspektivisch werden wir einen Großteil unserer nordamerikanischen Kunden direkt aus Charleston beliefern“, erklärte Lindsay Osbon von LUTZ North America. Unsere amerikanischen Klingen-Spezialisten stehen während der nordamerikanischen Geschäftszeiten (EST) bereit.

LUTZ North America, Inc.

ADRESSE WAREHOUSE:

1301 Charleston Regional Pkwy
Charleston, SC 29492, USA
Tel.: +1 843 187077

ERÖFFNET: 2023

ANSPRECHPARTNER:

■ Lindsay Osbon

E-Mail:

lindsay.osbon@lutz-blades.com

■ Eduardo Guthmann

E-Mail:

eduardo.guthmann@lutz-blades.com

ÜBER CHARLESTON (SOUTH CAROLINA)

Der Standort unseres 2023 eröffneten amerikanischen Vertriebsstützpunktes liegt im Osten der USA, im Bundesstaat South Carolina. Charleston, die im Jahr 1670 gegründete Hafenstadt, hat heute über 150.000 Einwohner und ist somit fast so groß wie unser Stammsitz Solingen. Charleston ist einer der schönsten und wichtigsten historischen Orte in den Südstaaten. Rund um die Stadt mit ihren pastellfarbenen Häusern befinden sich tiefe Sümpfe und altherwürdige Plantagen mit langer Geschichte. Ob beruflich oder privat, Charleston ist zu jeder Jahreszeit eine Reise wert.





DEUTSCHES
KLINGEN
MUSEUM
SOLINGEN



LUTZ BLADES IM DEUTSCHEN KLINGENMUSEUM SOLINGEN

Seit Jahrhunderten gehört Solingen zu den bedeutendsten Zentren der Schneidwarenherstellung weltweit. Daher ist es nicht verwunderlich, dass sich das Deutsche Klingenmuseum genau hier niedergelassen hat. Vom Steinzeitmesser bis zum Designbesteck, vom Samuraischwert bis zur Nagelschere erzählt das Museum die ganze Geschichte der Klinge und des Schneidens.

Mit viel Akribie und Liebe zum Detail wurde das Museum im vergangenen Jahr umgestaltet, um die neue Dauerausstellung „ME FECIT SOLINGEN – Klingen : Stadt : Geschichte“ zu ergänzen. In dieser wird

anschaulich erklärt, warum und wie gerade Solingen zur weltberühmten Klingengestaltung wurde. Eine mitreißende Inszenierung mit interaktiven Stationen lädt dazu ein, die Solinger Klingengeschichte vom Mittelalter bis zum 18. Jahrhundert kennenzulernen.

Da auch der Name LUTZ seit mehr als 100 Jahren Teil der Solinger Klingengeschichte ist, freuen wir uns besonders, dass auch wir Klingen für die neue Dauerausstellung beisteuern durften. Im Rahmen eines Führungskreis-Meetings besuchten wir das Museum und waren begeistert von der gelungenen Ausstellung.



PRODUKTVORSTELLUNG

KARTOFFELKLINGE – MIDNIGHT BLUE

Seit vielen Jahren fertigt LUTZ Klingen für die industrielle Verarbeitung von Obst und Gemüse.

Eine der häufigsten Anwendungen ist dabei die Herstellung von Kartoffelchips. Mit der neuen Version der flachen Ausführung unserer Kartoffelklinge in Mitternachtsblau haben wir erneut einen Mehrwert für unsere Kunden geschaffen. Durch die einzigartige Kombination aus Premium-Kohlenstoffstahl und der Erfahrung in den Schleifprozessen haben wir es geschafft, die Klinge extrem scharf



zu belassen, jedoch zugleich die Standzeit im Vergleich zum Wettbewerb deutlich zu steigern.

Wichtig ist unseren Kunden, dass die Oberfläche der Kartoffelscheibe eine gleichmäßige und glatte Struktur besitzt. Nur so kann sichergestellt werden, dass

die Kartoffel während des Frittierens nicht übermäßig viel Öl in sich bindet.

So bleibt das Produkt hochwertig und crunchy! Als Nebeneffekt spart der Anwender teures Öl, was bei mehreren Tonnen Chips pro Tag schnell einen Unterschied ausmacht.



DIE WELT ZU GAST BEI LUTZ

Bei LUTZ BLADES legen wir sehr viel Wert auf eine solide und partnerschaftliche Beziehung zu unseren Händlern, die auf der ganzen Welt für uns tätig sind. Besonders stolz sind wir darauf, dass wir seit Jahrzehnten mit unseren Partnern vertrauensvoll, fair und erfolgreich zusammenarbeiten. Und deshalb möchten wir natürlich weiterhin unsere Zusammenarbeit verbessern und intensivieren.

Daher laden wir unsere Händler regelmäßig nach Solingen ein, um sich mit den Menschen von LUTZ in Austausch zu begeben. Dort erwarten sie interessante Fachvorträge,

spannende Workshops und informative Besichtigungen. Ausreichend Zeit für Gespräche mit ihren Ansprechpartnern aus dem Vertrieb, mit der Geschäftsleitung, den Kollegen aus den Fachabteilungen und mit anderen Händlern steht natürlich zur Verfügung.

Im zeitlichen Umfeld der internationalen Kunststoffmesse K in Düsseldorf findet in diesem Jahr die zweitägige PARTNER CONFERENCE statt. Ein ausführlicher Bericht folgt in der nächsten Ausgabe unserer inside LUTZ BLADES.

MESSERÜCKBLICKE 2025

IFFA FRANKFURT

03. – 08.05.2025



AGENTS WANTED

Wir suchen neue Handelsvertreter und Vertriebshändler, die unser internationales Netzwerk ergänzen – sprechen Sie uns gerne an.

IHR ANSPRECHPARTNER

Jan Uellenberg
Vertriebsleitung
E-Mail: jan.uellenberg@lutz-blades.com



PROPAK NAIROBI

20. – 22.05.2025





HEINZ HESSE KG, WUPPERTAL

VERLÄSSLICHKEIT, VERTRAUEN, WERTSCHÄTZUNG

Fragt man Thomas Hesse, was ihm bei Geschäftsbeziehungen wichtig ist, dann antwortet er: „Verlässlichkeit, Vertrauen, Wertschätzung – das ist die Basis einer jeden stabilen Partnerschaft!“.

Im Jahr 1952 startete der Vater Heinz Hesse als Einzelunternehmen in seine Selbstständigkeit mit dem Vertrieb von Kleineisenwaren, Beschlägen und Schraubwerkzeugen. Im Jahr 1970 wurde die Heinz Hesse KG in Wuppertal als Vertretung für industrielle Werke eingetragen und bemühte sich fortan um Vertretungen unterschiedlichster Marken und Unternehmen. Beschränkte sich der Aktionsradius anfangs noch auf das Rheinland als Handelsplatz, so bietet das Unternehmen mit den 22 Mitarbeitenden heute über 17.400 Artikel dem Fachhandel in der DACH- sowie in der Benelux-Region an.

Klingen von LUTZ gehören seit mehr als einem Vierteljahrhundert zum Portfolio des Spezial-Distributors. Besonders die Klassiker Trapez-, Haken- und Abbrechklingen, als schwarze Klingen mit und ohne TiN-Beschichtung, erfreuen sich immer größerer Beliebtheit im Werk-

zeugfachhandel – nicht zuletzt durch die besonderen Schneideigenschaften und höhere Lebensdauer.

„Wir freuen uns auf die Zukunft und werden die Geschäftsaktivitäten mit LUTZ BLADES weiter ausbauen. Besonders schätzen wir die guten und persönlichen Kontakte auf allen Ebenen – so macht Partnerschaft Spaß“, erklärt Geschäftsführer Thomas Hesse. Es sei nicht nur die räumliche Nähe zur Nachbarschaft Solingen, die viele Vorteile biete.



PARTNERSCHULUNG MEXIKO



Im Juli fanden in Guadalajara und Monterrey zwei Schulungen zum Thema „Verschiedene Klingentypen und ihre Einsatzgebiete“ statt. Insgesamt nahmen 20 Mitarbeitende des mexikanischen Partners Rod May teil. Die Schulungen wurden von Herrn Uellenberg und Herrn García von LUTZ durchgeführt und stießen auf

großes Interesse. Parallel dazu besuchte Herr García Kunden in Mexiko, um bestehende Geschäftsbeziehungen zu vertiefen und neue Potenziale zu erschließen. Die Gespräche vor Ort boten

wertvolle Einblicke in die Anforderungen des Marktes und die Einsatzmöglichkeiten der Produkte von LUTZ.

Die Reise trug wesentlich zur Stärkung der Partnerschaft mit Rod May und zur Weiterentwicklung der Kundenbeziehungen in Mexiko bei.

HARTMETALL & KERAMIK

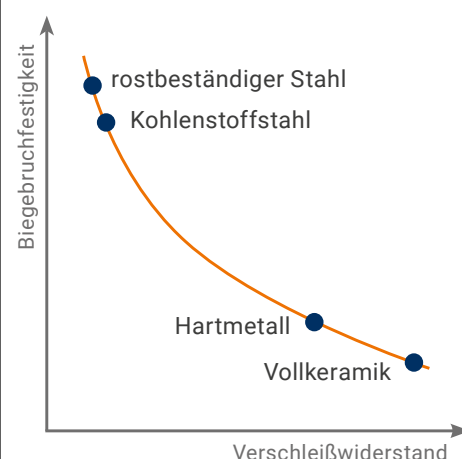
EINE KLASSE FÜR SICH

Vergleicht man Klingen aus Kohlenstoffstahl oder rostbeständigem Stahl mit Klingen aus Hartmetall oder Vollkeramik, so stellt man fest, dass es signifikante Unterschiede in den Eigenschaften gibt. Beide Werkstofftypen haben besondere Spezifikationen, die, wenn man sie richtig einsetzt, erhebliche produktionstechnische Vorteile für den Nutzer bieten.

Betrachtet man die positive Biegebruchfestigkeit von Klingen aus Kohlenstoffstahl, eignet sich dieser Werkstoff aufgrund seiner Flexibilität besonders für handgeführte Anwendungen, wie zum Beispiel bei DIY-Klingen.

Hier sind Hartmetall und Keramik aufgrund ihrer chemischen Struktur deutlich schlechter ausgestattet. Der Einsatz von Hartmetall oder Vollkeramik kann jedoch in vielen Anwendungsbereichen mit maschinengeführten Klingen seine einzigartigen Stärken bei den Standzeiten ausspielen.

Zusätzlich ragt der Werkstoff Vollkeramik in der Temperaturbeständigkeit bis 600 °C deutlich heraus. Vollkeramik ist jedoch nicht nur besonders hitzebeständig, sondern verfügt zusätzlich über eine hohe Oxidationsbeständigkeit und ist nicht leitfähig.



Die Entscheidung, welcher Werkstoff für welche Anwendung der richtige ist, hängt von unzähligen Parametern ab. Unterstützung bieten unsere Spezialisten im technischen Vertrieb.



LUTZ HISTORY – TEIL 4

AMSTERDAMER BLUMENKORSO 1952

1952 – Rasierklingen sind das Produkt der Familie. Die Aufgabe lautete: „Wie machen wir diesen Artikel bekannt?“ Anwender waren damals nur Männer. Heute ist es ja durchaus anders. Jedenfalls galt es, unsere Rasierklingen mit der Eigenmarke „LUTZ Cavalier“ zielgruppenspezifisch vorzustellen. Wer auch immer die glorreiche Idee hatte; hier jedenfalls die Lösung: „Na, da macht doch die Teilnahme beim „Amsterdamer Blumenkorsos 1952“ mehr als Sinn. Da sind jede Menge Männer.“ Sie schmunzeln? Ich auch.

So wurde also ein VW-Käfer über und über mit Blumenbouquets bepflanzt und es wurden Pagen als Fußbegleiter in Uniformen gezwängt. Dass für Rasierklingen Werbung gelaufen werden sollte, musste sich der Besucher des Korsos dann irgendwie zusammenreimen. Wenigstens die Blumenbouquets haben ihre Wirkung erzielt: Wir haben den 1. Platz in der Show gewonnen.

Fortsetzung folgt ...
Ihr Alexander Lutz

IMPRESSUM

Titel: inside LUTZ BLADES

Herausgeber:

LUTZ GmbH & Co. KG

Piepersberg 20

42653 Solingen

Deutschland

Telefon: +49 212 5966-222

E-Mail: sales@lutz-blades.com

Web: www.lutz-blades.com

Redaktion & verantwortlich:

Frank Henkel, Marketing

Gestaltung:

PixelProduction, Wuppertal

www.pixelproduction.de

Gender-Hinweis: Im Sinne einer besseren Lesbarkeit des Textes wurde die männliche Form von personenbezogenen Hauptwörtern gewählt. Dies impliziert keinesfalls eine Benachteiligung des anderen Geschlechts. Frauen und Männer mögen sich von den Inhalten gleichermaßen angesprochen fühlen.



PERSONALWESEN

STARTSCHUSS FÜR UNSERE NEUEN LUTZ TALENTS

Von wegen Sommerloch! Im August durften wir voller Freude unsere neuen Auszubildenden begrüßen – alle Ausbildungsstellen wurden erfolgreich besetzt. Der Start ins Berufsleben beginnt bei LUTZ nicht erst am ersten Arbeitstag. Der Auftakt erfolgte bereits mit einem Kennenlern-Event im Juli, bei dem sich Auszubildende und Ausbilder in lockerer Atmosphäre austauschen konnten. Bei strahlendem Sommerwetter wurde gemeinsam gegrillt, gelacht und die ersten Kontakte geknüpft.

Wir wünschen unseren neuen Auszubildenden weiterhin einen guten und erfolgreichen Start in unserem Team.

