

„Made in Germany“

Werkzeughersteller international erfolgreich, hierzulande verwurzelt

Was macht Hersteller von Werkzeug „Made in Germany“ international so erfolgreich? Warum können sie trotz internationaler Konkurrenz und Kostendruck ihre inländischen Standorte halten und sogar ausbauen?



Anlässlich der Internationalen Eisenwarenmesse hat der Fachverband Werkzeugindustrie e.V. (FWI) diese Fragen untersucht und anhand von sieben Unternehmen Antworten gefunden, warum „Made in Germany“ ein Pluspunkt ist.

So entscheidend rationale Produktionsprozesse und kostenoptimierte Fertigung sind, als wirklich wichtig werden von den Führungskräften „weiche“ Unternehmensfaktoren gesehen, also Themen wie Mitarbeiterbindung, Arbeitsschutz, hoch qualifizierte Mitarbeiter oder auch fokussierter Einkauf in Deutschland.

Außergewöhnlich ist die Kampagne „Pluspunkt made in Germany“, die sich der Fachverband hat einfallen lassen. Nicht die Produktionsfähigkeit und die hohe Qualität der von den FWI-Mitgliedern hergestellten Werkzeuge

sollten im Mittelpunkt stehen, sondern ganz bewusst die Leistungen, die jenseits dieser Unternehmensbereiche liegen. Rainer Langelüddecke, Geschäftsführer des FWI: „Gerade unter dem Eindruck von Nokia-Abwanderung und den aktuellen Arbeitsplatzabbau-Programmen

in Konzernen ist es uns wichtig zu zeigen, dass mittelständische Unternehmen der deutschen Werkzeugindustrie noch an klassischen Werten festhalten und damit überaus erfolgreich sind. Wir wollen demonstrieren, dass Kostendruck und Preiswettbewerb auch durch Menschlichkeit und Mitarbeiterorientierung zu bewältigen sind.“

Klares Bekenntnis

Um diese „weichen“ Erfolgsfaktoren zu finden und zu präsentieren, wurden insgesamt sieben Unternehmen aus ganz Deutschland ausführlich porträtiert.

Die Bandbreite reichte dabei von mehr als tausend Mitarbeiter zählenden Unternehmen wie Gedore, Knipex und Stahlwille über mittlere Unternehmen wie Stabila und Witte Werkzeuge bis hin zu kleineren Betrieben wie Wuro und Joh. Hermann Picard. Ihnen allen gemeinsam ist der Fokus auf die Produktion in Deutschland und das klare Bekenntnis zu „Made in Germany“. Weitere Gemeinsamkeit: Die viele Jahrzehnte dauernde Tradition als Familienunternehmen.

Bei der Befragung der sieben Unternehmen, welche Werte und Besonderheiten ihren Erfolg ausmachen, wies

Volker Einbeck, Geschäftsführer von Gedore, vor allem auf das Können und das Engagement der Mitarbeiter hin. Sie seien die Basis des Erfolges. Ralf Putsch, geschäftsführender Gesellschafter von Knipex wiederum machte deutlich, dass erfolgreiche Unternehmensführung langfristig gedacht werden müsse. Sein Credo darum: „Wir wollen unser Unternehmen so führen, dass wir bei aller Orientierung am wirtschaftlichen Erfolg den nachfolgenden Generationen gute und tragfähige Verhältnisse hinterlassen.“

Verantwortung für Standort und Mitarbeiter

Bei Stabila sieht man vor allem die eigenen strengen Leitsätze bezüglich Mitarbeiterorientierung und partnerschaftlichem Verhältnis zu Lieferanten als Erfolgsfaktor: Geschäftsführer Dr. Wolfgang Schäfer: „Sie geben uns die Garantie, hochwertige und langlebige Messwerkzeuge herstellen zu können, insbesondere aber das Qualitätsversprechen „Made in Germany“ zu erfüllen.“

Andreas Dummer, Geschäftsführer von Joh. Hermann Picard betont: „Wir achten als deutscher Hersteller besonders darauf, dass wir so viele Lieferanten wie möglich aus der Region, zumindest jedoch aus Europa haben. Denn nur so können wir auf Dauer, Beschäftigung und Produktion „Made in Germany“ sichern“. Die besondere Bedeutung des Arbeitsschutzes für den Erfolg in Deutschland betont man bei Witte Werkzeuge.

Arbeitsschutz wichtig

Hier heißt es: „Wegen unserer Unternehmenskultur und Mitarbeiterorientierung haben wir beste Werte im Bereich Arbeitsschutz – seit drei Jahren gab es im Unternehmen keinen meldepflichtigen Arbeitsunfall mehr.“ Bei Stahlwille in Wuppertal ist es der Faktor Deutschland, der zählt: „Um den Produktionsstandort Deutschland



zu sichern, reden wir nicht nur über „Made in Germany“, sondern praktizieren es

täglich. Konkret heißt das: Vor drei Jahren wurde ein eigenes neues Gütesiegel mit dem Namen „Forged and Finished in Germany“ eingeführt.

Mitarbeiter einbinden

Zusammenfassend bringt es schließlich Jens Giebeler, Mitinhaber von Wuro auf den Punkt: „Wir Werkzeughersteller können doch nicht einfach alle weglaufen. Wir müssen sehen, dass wir in Deutschland die Kurve kriegen.“ Den Weg hierfür sieht der Hersteller von Schraubendrehern und Winkelschraubendrehern (Markenname Athlet) sowie von Schraub-Sonderwerkzeugen in Betriebsklima, Mitarbeitermotivation und Mitarbeiterbeteiligung.

Fotos: E/D/E

Exact GmbH & Co. KG

Erneutes Umsatzwachstum und Steigerung in allen Bereichen

Die Remscheider Exact GmbH & Co. KG, Hersteller von Präzisionswerkzeugen zum Bohren, Senken, Gewinden und Entgraten, hat auch 2007 ihren Erfolgskurs fortgesetzt. Der Umsatz konnte weltweit auf rund 9 Millionen Euro gesteigert werden.

Seit 2002 wuchsen die Geschäfte damit nicht nur im fünften Jahr in Folge an, der Umsatz hat sich gegenüber 2002 auch nahezu verdoppelt.

Ursache für den positiven Geschäftsverlauf ist nach Aussage von Inhaber Thomas Schneider die generell positive wirtschaftliche und konjunkturelle Entwicklung. Auch sei es dem Unternehmen gelungen, den Markt in vielen Bereichen zu durchdringen und sich dabei als qualifizierter Partner des Handels weiter zu etablieren.

Grundlage hierfür ist auch eine verstärkte Markenpolitik des Hauses, um dem Kunden die besondere Qualität der Produkte noch transparenter zu machen. Hierzu zählt unter anderem die Einführung einer neuen, hochwertigen und individuellen Verpackungslinie in 2007. Auch trägt nach den Worten Schneiders die große Zahl der

in den letzten Jahren veröffentlichten Innovationen, Produktneuentwicklungen und -verbesserungen zur Bekanntheit und zum Image des Unternehmens bei.

Um die Geschäftsentwicklung auch in den nächsten Jahren fortzusetzen, wird der Hersteller in Kürze einen neuen Standort im Remscheider Stadtteil Bergisch Born beziehen. Der Umzug zum rund zwölf Kilometer entfernten neuen Standort hat vor allem Optimierungsgründe: Mit 6.000 Quadratmetern Nutzfläche bietet dieser gleich vier Mal so viel Platz wie bisher. Zum Tragen kommt dieser Raumgewinn beispielsweise im Bereich Logistik: Weil deutlich größere Lagerkapazitäten vorhanden sind, kann eine flexiblere Vorrats- und Bestandshaltung erfolgen – ein Vorteil, der langfristig maximale Lieferfähigkeit und optimale Wettbewerbsfähigkeit gewährleistet und somit das Vertrauen

der Wiederverkäufer in das Leistungspotenzial des Unternehmens weiter stärkt. Ein weiterer Schwerpunkt in Bergisch Born ist die schon fast traditionelle Entwicklung von Produktneuentwicklungen auf höchstem Qualitätsniveau. Um diese auch zukünftig voranzutreiben, wurde unter anderem eine neue Vakuum-Beschichtungsanlage installiert.

Als wichtigen Wachstumsfaktor sieht Vertriebsleiter Andreas Oemkes auch weiterhin den gezielten Ausbau von Vertriebs- und Marketingaktivitäten, die Erschließung neuer Geschäftsfelder im In- und Ausland sowie die Entwicklung und Umsetzung neuer Werkzeugkonzepte auf höchstem Qualitätsniveau. Andreas Oemkes: „Die Vertriebsausrichtung von Exact ist und bleibt dabei ausschließlich der Fachhandel“.