

How we think and act.

**Unsere Vision, Philosophie
und Grundsätze.**

**Jedes Unternehmen
ist nur so gut wie die
Menschen, die darin
arbeiten. Wir sind stolz,
die Besten unser Team
nennen zu dürfen.**



Warum dieses Buch?

Als Familienunternehmen streben wir eine nachhaltige Entwicklung unseres Unternehmens in Übereinstimmung von Kunden-, Unternehmens- und Mitarbeiternutzen an. Auf den folgenden Seiten sind die zentralen Inhalte unserer Unternehmensvision, -philosophie und -grundsätze zusammengefasst. Wir möchten so jeder Kollegin und jedem Kollegen dabei helfen, geschäftsrelevante Entscheidungen zu treffen und diese zu bewerten.

Wozu dient dieses Buch?

Technoform ist ein globales Familienunternehmen mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in über 40 Ländern weltweit – und stetig werden es mehr. Wir wachsen, auch an unseren Herausforderungen, und manchmal sogar über uns selbst hinaus. Gemeinsam führen wir Technoform in die Zukunft. Dazu brauchen wir ein gemeinsames Ziel und ein gemeinsames Verständnis unseres Denkens und Handelns. Dieses Buch soll uns Orientierung geben.

Warum ist es wichtig – und für wen?

Indem wir alle uns an unserer Vision, unserer Philosophie und unseren Grundsätzen orientieren, schaffen wir die Basis für die Erfüllung von Kundenbedürfnissen. Dies ist der zentrale Gedanke aller unserer Aktivitäten und damit das Fundament unseres Erfolgs. Aus diesem Grund, und genauso zu diesem Zweck, sollte jeder Einzelne die Inhalte der folgenden Seiten kennen, erklären und weitergeben können.

Nutzen Sie dieses Buch als Werkzeug – in jeder Organisationseinheit, in jedem Team, an jedem Tag.

So formen wir eine erfolgreiche Zukunft. Für Technoform. Für unsere Kunden. Für uns alle.

„Wir haben uns immer wieder neu erfunden, um die Bedürfnisse unserer Kunden zu erfüllen. Und um so zu bleiben, wie wir sind: Lösungen schaffen, für unsere Werte einstehen, Innovation ermöglichen. Jeder Schritt, den wir getan haben, egal wann und wo, gründet in unserer Vision, Philosophie und unseren Grundsätzen.“

Andreas Caprano

Vision
Wonach wir streben.

01

Philosophie
Was uns prägt und leitet.

02

Grundsätze
Woran wir uns messen und messen lassen.

03

01

Vision

Wonach wir streben und was uns antreibt.

Unsere Unternehmensvision beschreibt, wie wir unser Unternehmen für die Zukunft ausrichten: Was spornt uns an? Wofür stehen wir ein? Sie ist ein Zielbild, das Herz und Verstand anspricht und uns immer wieder neu motiviert. Sie bildet die Klammer bei der Ausrichtung aller Aktivitäten auf ein gemeinsames Ziel. Unsere Unternehmensvision ist zeitlos. Sie gilt fortwährend – und immer wieder neu. Dafür, dass wir sie erreichen, sind wir alle verantwortlich. Gemeinsam.

Wir entwickeln unser Unternehmen nachhaltig. Über Generationen.

Wir stellen langfristige Stabilität vor kurzfristigen Erfolg. Wir wachsen organisch und aus unseren Kernkompetenzen heraus. Nachfolgende Generationen sollen diese Werte weiter mehrern können.

Wir bringen Kunden-, Unternehmens- und Mitarbeiternutzen in Einklang.

Mit allem, was wir tun, streben wir stets nach der bestmöglichen Balance: Wenn es unseren Kunden gut geht, geht es unserem Unternehmen gut. Wenn es unserem Unternehmen gut geht, geht es unseren Mitarbeitern gut. Und motivierte Mitarbeiter sind der Schlüssel zu zufriedenen Kunden.

Wir wahren unsere unternehmerische und finanzielle Unabhängigkeit.

Indem wir Fremdeinflüsse auf die Gruppe ausschließen, erhalten wir unsere Freiheit und Spielräume. Für die nachhaltige Entwicklung unseres Unternehmens. Für die Verwirklichung unserer Vision, Philosophie und Grundsätze.

Wir teilen Weltoffenheit als Denkhaltung aller Mitarbeiter.

Wir sind offen für andere Nationen, Kulturen und Sprachen. Offen für neue Produkte, Märkte und Geschäftsfelder. Offen für neue Technologien und Organisationsformen, für neue Partner, für neue Ideen, für Engagement in der Gesellschaft. Je weiter der Horizont, desto zahlreicher die Möglichkeiten.

Was uns prägt und leitet, ist keine blanke Theorie. Sondern gelebte Praxis.

Unsere Unternehmensphilosophie beschreibt den Grundgedanken, an dem wir alle unsere Aktivitäten ausrichten. Sie schafft die Leitplanken, um auf unsere Vision hinzuarbeiten. Damit ist sie mehr als nur Selbstverständnis – wir machen sie zur Methode: im Arbeitsalltag, bei unternehmerischen Entscheidungen, und ganz besonders gegenüber unseren Kunden.

Unsere Unternehmensphilosophie ist genauso zeitlos wie unsere Unternehmensvision. Und genauso sind es wir alle gemeinsam, die sie in der Praxis leben. Jeden Tag aufs Neue.

„Unsere Kunden sind unsere Arbeitgeber.“

Wir entwickeln Produkte und erbringen Dienstleistungen. Dafür geben uns unsere Kunden Geld. Wir als Unternehmen und jeder einzelne unserer Mitarbeiter sind angehalten, dieses Geld im Sinne unserer Kunden einzusetzen – für die bedürfnisgerechte Erstellung weiterer Produkte und Dienstleistungen. Kurzum: Wir alle sind verpflichtet zu unternehmerischem Denken und Handeln. In dem Bewusstsein, dass unsere Kunden unser Einkommen und unsere Zukunft sichern. Und mit dem Stolz, für sie und mit ihnen arbeiten zu dürfen.

100 % Kundenorientierung

Wir wollen in den Augen unserer Kunden besser sein als jeder Wettbewerber.

Unsere Kunden werden auch in Zukunft unser Einkommen nur ermöglichen, wenn wir mit unseren Leistungen eine umfassende Kundenzufriedenheit erzeugen. Wie? Indem wir ihnen einen aus ihrer Sicht größeren Nutzen bieten als andere. Nur so werden sie sich auch morgen für uns entscheiden. Das ist unsere Motivation. Und das ist das Versprechen an unsere Kunden. Weltweit.

Qualität + Menge/Zeit + Preis

Wir überzeugen mit dem Gesamtpaket unserer Leistungen. Die Inhalte dieses Gesamtpakets beschreiben wir als die Summe aus: Qualität, Menge/Zeit und Preis. Das heißt, unsere Kunden werden

nur mit uns zufrieden sein, wenn wir die von ihnen geforderten Leistungen in der geforderten Qualität, in der richtigen Menge, zum richtigen Zeitpunkt und zum marktfähigen Preis liefern. Das ist der Nutzen für unsere Kunden. Garantiert.

360° Kundenbedürfnisse (er-)kennen

Wir entdecken, wecken und befriedigen Kundenbedürfnisse systematisch.

Weil wir Märkte verstehen, verstehen wir, was unsere Kunden bewegt. Alle Aktivitäten unseres Unternehmens – und damit aller Mitarbeiter – richten wir auf die Erfüllung des Gesamtpakets aus. Dabei wahren wir stets die Balance von Kunden-, Unternehmens- und Mitarbeiternutzen. Das ist der Mehrwert für unsere Kunden. Über Branchengrenzen hinweg.

03

Grundsätze

Woran wir uns messen und messen lassen: gegenseitige Wertschätzung, gemeinsame Wertschöpfung.

Unsere Grundsätze beschreiben Handlungsprinzipien, die maßgeblich dazu beitragen, unsere Ziele zu erreichen. Sie definieren verbindliche Verhaltensweisen des Unternehmens und aller Mitarbeiter in sämtlichen Verantwortungsbereichen. Wir verstehen diese Grundsätze daher als Ganzheit, deren einzelne Teile in Wechselwirkung miteinander stehen. Anders gesagt: Sogar unsere Grundsätze machen Teamwork.

Und genauso, wie wir alle diese Grundsätze teilen, teilen wir natürlich auch die Verantwortung dafür, dass sie eingehalten werden. Messen wir uns daran! Heute wie in Zukunft.



Personal- entwicklung

Qualifizierte und engagierte Mitarbeiter sind ein wesentlicher Erfolgsfaktor von Technoform. Werkzeugmechaniker, Ingenieure, Kaufleute ... an unseren Standorten vereinen wir unterschiedlichste Berufsgruppen aus über 40 Nationen. Und auf jeden Einzelnen kommt es an.

Wir alle sind Technoform. Eigenverantwortlichkeit und unternehmerisches Denken und Handeln liegen in den Händen, Herzen und Köpfen aller Mitarbeiter.

Wir fördern unternehmerisches Denken und Handeln. Wir übertragen Verantwortung und Kompetenzen durch Training on the job, Teamarbeit und Mitarbeit in Projekten.

Wir ermöglichen Entwicklung. Wir haben ein offenes Auge und Ohr für Qualifizierungsbedarfe und -wünsche und fördern Weiterentwicklung auch durch externe Trainings und Lehrgänge.

Wir leben Vielfalt. Gegenseitige Wertschätzung ist die Grundlage unserer offenen und vertrauensvollen Zusammenarbeit.

Führung

Gute Führung steigert den Unternehmenswert – und die Mitarbeitermotivation: indem sie Ziele und Rahmenbedingungen schafft und vermittelt, die auf unserer Vision, unserer Philosophie und unseren Grundsätzen aufbauen. Für unser Heute wie für unsere Zukunft.

Wir fördern nachhaltiges Wachstum – auch für unsere Mitarbeiter. Wir delegieren Verantwortung, bieten Unterstützung und ermöglichen Hilfe zur Selbsthilfe.

Wir führen durch Vorbild und Kompetenz, nicht durch Titel.

Wir übernehmen soziale Verantwortung. Gegenüber unseren Mitarbeitern und Kunden genauso wie gegenüber unserer Gesellschaft und Umwelt.

Organisation

Von Fertigung bis Finanzbuchhaltung: Unsere Strukturen richten wir konsequent an der Erfüllung des Gesamtpakets aus. Dazu gehört auch, Selbstlernfähigkeit zu fördern und sicherzustellen.

Wir lernen permanent. Selbstlernfähigkeit bedeutet für uns: permanentes Lernen und aktive eigenverantwortliche Anpassung an Veränderungen durch eigene Erfahrungen und Erfahrungen anderer.

Wir reduzieren Komplexität. Auch mittels Bildung von Organisationseinheiten/Teams, sofern sie sich am Gesamtprozess orientieren:

- Die Aufbauorganisation dient der Abbildung des Ablaufs, der zur Erfüllung des Kerngeschäfts notwendig ist (Prozesskettenorganisation).
- Die Ablauforganisation dient der Abarbeitung des Tagesgeschäfts. Sie muss eine möglichst hohe Aufgabenintegration gewährleisten.
- Die Projektorganisation dient der Abarbeitung aller Aufgabenstellungen, die nicht im Tagesgeschäft zu erledigen sind.

Wir erbringen eine marktfähige Leistung. Dies gilt besonders für alle Organisationseinheiten/Teams, die hierzu auf Basis einer Kunden-Lieferanten-Beziehung zusammenarbeiten.

Wir sind handlungsfähig. Die Organisationseinheiten/Teams müssen über alle Ressourcen frei verfügen können, die sie zur Erbringung ihrer Marktleistungen benötigen.

Wir sind vernetzt. Unsere dezentrale Organisation ermöglicht team- und standortübergreifende Synergieeffekte.

Wir sind vor Ort. Durch unsere dezentrale Organisation fördern wir Kundenorientierung und reduzieren Komplexität.

Kooperation

In der richtigen Kombination liegt die Kraft, um gemeinsam mehr zu erreichen. Wir bei Technoform wissen das wie kaum ein anderer: Ein paar Prozent Füllstoff – und es entstehen völlig neue, starke Materialeigenschaften. Genauso ist es bei unseren Kooperationen.

Wir kooperieren durchdacht. Kooperationen gehen wir dann ein, wenn sie den Nutzen für Kunden, Mitarbeiter und Unternehmen stärken oder steigern.

Wir stellen langfristige Partnerschaft vor kurzfristigen Erfolg. Mögliche Kooperationspartner wählen wir daher so aus, dass alles passt – zu unserer Kultur, zu unserer Struktur, zu unserer Strategie.

Innovation

Innovation bedeutet für uns stets eine Verbesserung des Gesamtpakets. Sie ist die Basis für organisches Wachstum aus unseren Kernkompetenzen – bis hinein in Geschäftsbereiche, von denen wir heute noch nichts ahnen.

Wir innovieren systematisch. Innovationen sind das Ergebnis der Umsetzung von Ideen, die aus einer systematischen Beobachtung der Technologie-, Beschaffungs- und Absatzmärkte entstehen.

Wir innovieren ganzheitlich. Unsere Innovationen beziehen sich auf Produkte, Prozesse und Systeme. So verbessern wir den Kunden-, Unternehmens- und Mitarbeiternutzen.

Wir innovieren marktorientiert. Bereits während der Entwicklung schätzen wir das Marktpotenzial ein. Unsere Innovationen erfüllen neben einem kommerziellen Zweck immer auch ein konkretes Kundenbedürfnis: das Lösen von Problemen, das Schaffen von Zusatznutzen, das Verbessern des Gesamtpakets.

Qualität

Qualität ist die systematische Erzeugung umfassenden Kunden-, Unternehmens- und Mitarbeiternutzens. Und zwar durch alle unsere Marktleistungen, Systeme und Prozesse. Anders gesagt: Qualität „made by Technoform“ fängt schon vor dem Angebot an und hört auch mit der Auslieferung nicht auf.

Wir sehen Details und das große Ganze. Wir gewährleisten, dass jeder Mitarbeiter über genau die richtigen Informationen zur exakt richtigen Zeit verfügt, um beurteilen zu können, wie zufrieden der Kunde ist (mit der aktuellen Lösung), welche Ziele zu erreichen sind, wie der Projektstand ist, wie etwaige Abweichungen beseitigt werden können.

Wir halten, was wir versprechen. Unser Qualitätsmaßstab ist die zuverlässige Lieferung von Null-Fehler-Leistungen.

Wir sind aufmerksam. Wenn wir Fehler oder Qualitätsmängel erkennen, beheben wir die Ursachen unverzüglich und systematisch. Falls nötig, unterbrechen wir betroffene Prozesse.

Die Qualität des Miteinanders ist die Grundlage unserer Zusammenarbeit.

Beschaffung

Die Beschaffung verantworten unsere lokalen Einheiten, den Wissens- und Erfahrungsaustausch leistet unser globales Netzwerk. So bleiben wir flexibel und stark zugleich.

Wir handeln global und lokal. Bei der Auswahl von Lieferanten und Dienstleistern nutzen wir die Synergien unseres globalen Netzwerks und lokaler Kontakte vor Ort.

Wir handeln wirtschaftlich. Wir streben das beste Preis-Leistungs-Verhältnis an in Bezug auf das von uns geforderte Gesamtpaket aus Qualität, Menge/Zeit und Preis.

Wir handeln fair. Interne Lieferanten und Dienstleister unterliegen den gleichen Wettbewerbsbedingungen.

Leistungserstellung/Produktion

Zielvorgabe: erfüllt. Wettbewerbsfähigkeit: gesteigert. Produktion heißt für uns: Wir liefern. Und zwar exakt das, was wir versprechen. Vom Standardprodukt bis zur maßgeschneiderten Lösung.

Wir realisieren definierte Leistungsziele – unter Serienbedingungen und unter Einbeziehung aller Produktionsfaktoren der Gesamtkette, vom Kunden bis zum Lieferanten.

Wir behandeln jede Abweichung vom Soll als Fehler. Die Ursachen der Abweichung sind dabei stets zu ermitteln, zu untersuchen und zu beheben.

Wir reduzieren Prozesskomplexität. Zum Beispiel durch Standards, Entkopplung, Reproduzierbarkeit sowie Teilmarktorientierung.

Information/Kommunikation

Als Geschäftspartner sind wir immer auch Gesprächspartner.

Wir sind überzeugt, dass die besten Lösungen gemeinsam entstehen. Das erreichen wir durch gegenseitiges Lernen und Verstehen im Dialog.

Wir kommunizieren offen, persönlich und kompetent – vernetzt mit unseren Kunden, Kollegen, Lieferanten und der Unternehmensumwelt.

Wir nutzen immer modernste Technologien und Plattformen, die unsere Art der Kommunikation fördern.

Marketing

Wir verstehen, was Kunden und Märkte antreibt – seit 1969. Mit unserem globalen Netzwerk reagieren wir auf Kundenbedürfnisse dort, wo sie entstehen. Gemeinsam finden wir Lösungen für die Herausforderungen von morgen.

Wir erzeugen Kundenzufriedenheit und Kundennutzen durch Kundennähe. Grundvoraussetzung hierfür sind globales Denken und lokales (teilmarktorientiertes) Handeln.

Wir (er-)kennen Kundenbedürfnisse. Dies geschieht durch die ständige Rückkopplung von Markt-, Umwelt-, Kunden-, Produkt- und Dienstleistungsinformationen in das Unternehmen, also durch deren systematisches Sammeln, Erfassen und Analysieren.

Kundennähe messen wir nicht in Kilometern, sondern in Kundennutzen und Kundenzufriedenheit.

Wir operationalisieren Erkenntnisse. Das „operative Marketing“ schafft damit die Grundlage für Strategien und Ziele – sowie für alle kurz-, mittel- und langfristigen Maßnahmen, die wir zu deren Planung, Umsetzung und Steuerung benötigen.

Finanzen

Gewinne dienen in erster Linie der Existenz- und Zukunftssicherung unseres Unternehmens. Kurzum: Liquidität geht für uns vor Rentabilität.

Wir finanzieren das operative Geschäft durch positiven operativen Cashflow.

Wir finanzieren strategische Investitionen gegebenenfalls auch fremd.

Wir nutzen Gewinne nicht, um defizitäre Bereiche zu subventionieren.

Wir tätigen nur Investitionen, die sich vor Ablauf des Produktlebenszyklus amortisieren.

Wir arbeiten ausgewogen mit mehreren Kreditinstituten zusammen, sodass unsere Struktur, Kultur und Strategie gewährleistet bleiben.

Chancen und Risiken

Sicherheit zählt – und zahlt sich aus: Bei Kunden-, Unternehmens- und Mitarbeiternutzen machen wir keine Kompromisse.

Wir bewerten Chancen und Risiken systematisch. Dass diese Bewertungen durchgeführt werden, liegt in der Verantwortung der Gesellschaften.

Wir handeln proaktiv. Aus den jeweiligen Bewertungsergebnissen leiten wir ab, welche Maßnahmen geeignet und notwendig sind, um den Kunden-, Unternehmens- und Mitarbeiternutzen zu sichern.

Ökologische Verantwortung

Ökologische Verantwortung fängt für uns nicht erst am Werkstor an. Wir reflektieren unsere Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Wir schonen Ressourcen. Was immer wir tun, sind wir bestrebt, so ressourcenschonend und umweltverträglich wie möglich zu handeln.

Wir hören nicht auf, besser zu werden. Materialeinsatz und Wertstoffkreisläufe weiter zu optimieren, ist Teil unseres Innovationsverständnisses.

Ordnung und Sauberkeit

Ordnung und Sauberkeit sind Ausdruck der Wertschätzung der Leistung anderer – und wesentlicher Faktor für Wohlbefinden und Sicherheit aller Mitarbeiter. Das gilt im Materiallager genauso wie in der Dateiablage.

Auch mit diesen Grundsätzen hoffen wir, keine Gedanken achtlos liegengelassen, nichts unnötig wiederholt, sondern buchstäblich das Wesentliche hervorgekehrt zu haben.

Damit Sie sich auf das konzentrieren können, weswegen Sie hier sind, hier bei Technoform. Danke dafür. Und viel Spaß dabei!

5

Kontinente verbindet unser
weltweites Netzwerk

45

und mehr Standorte arbeiten
Hand in Hand für den Erfolg
unserer Kunden

100

und mehr verschiedene Kom-
petenzen bilden ein globales
Team

1

gemeinsame Vision, Philoso-
phie und Grundsätze leiten
uns dabei seit 1997



