

INMOTION



DIE NEUE PRODUKTION IN GÖTZIS/ÖSTERREICH.
Modernste Maschinen und Anlagen für Dynapro.
Seite IV



DIE NEUE MARKE GRASS.
Ein Zeichen für die Zukunft. Ein zukunftsweisendes Design.
Seite V



NEUER KOMFORT IM OBERSCHRANK.
Kinvaro Klappen-Systeme: Synthese aus Design und Funktion.
Seite VI

MOVEMENTS



Tiomos – die spektakuläre Scharniergeneration kommt 2010 auf den Markt. Bei der internationalen Zuliefermesse der Möbelindustrie in Köln wurde Tiomos erstmalig und exklusiv präsentiert. Zur Sicam war die neue Scharniergeneration dem Fachpublikum bereits frei zugänglich. Das begeisterte Feedback beider Events bestätigt: „Warten bis 2010 lohnt sich.“

Dynapro Designtrends auf der Küchenmeile A30. Die Aussteller auf der Küchenmeile prägen aktuelle Designtrends. Da kam die absolute Gestaltungsfreiheit mit GRASS Dynapro gerade recht.



Hochwertiger Auszug mit Dynapro.



Innenschubkasten mit Dynapro.

Namhafte Markenhersteller wie Allmillmö, Bax-Küchen und Zeyko nutzten die Vielfalt und das Differenzierungspotenzial von Dynapro, um ihre individuellen Gestaltungen zu verwirklichen. Zu sehen war das Unterflur-System unter anderem mit Soft-close Dämpfung, mit Tipmatic Plus und mit Sensomatic Öffnungs-System. Die Aussteller zeigten sich mit der Messe und der Performance von Dynapro höchst zufrieden. Sie werden die neue Unterflurführung ab Dezember in ihren neuen Modellen einsetzen.

Bis bald auf der ZOW. Wir freuen uns auf Ihren Besuch in Bad Salzflun, 8. bis 11. Februar 2010.

Langeweile war gestern. Das Unterflurführungs-System für absolute Designfreiheit.

Das neue Dynapro Führungs-System. Individualität statt Uniformität.



Individualität ist das Schlagwort unserer Zeit. In beinahe jedem Bereich unseres Lebens spielen speziell zugeschnittene Produkte eine ganz besondere Rolle – das gilt natürlich auch für unsere Möbel. **Seite II/III**

Mit Dynapro den Endverbraucher-Wünschen nach modernen Möbeln gerecht werden.

Ein Maximum an Funktions-Variabilität.

Moderne Möbel verlangen ein Maximum an Funktions-Variabilität, um den vielseitigen Wünschen der Endverbraucher gerecht zu werden. Eine wichtige Voraussetzung für diese Variabilität sind Bewegungs-Systeme, mit denen Möbeldesigner ihrer Kreativität freien Lauf lassen können und die zudem rationell herzustellen sind. Die Ansprüche an Bedienungskomfort, Stabilität, Laufruhe und Belastung steigen in allen entwickelten Märkten und auf allen Kontinenten. Die aktuellste Antwort von GRASS heißt Dynapro, eine völlig neu konzipierte Unterflurführung, die den veränderten Produkthanforderungen von Möbelnutzern mehr als gerecht wird.



In die Entwicklung von Dynapro flossen nicht nur die Erkenntnisse umfangreicher, internationaler Marktstudien ein, sondern auch die Ergebnisse einer Vielzahl persönlicher Interviews mit Kunden aus Industrie, Handel und Handwerk.



Möbel mit Dynapro: Ausdruck von Kreativität und Lebensstil.

Andreas Fleischmann, Produktmanager und Projektleiter Dynapro, über die Entwicklung des neuen Führungs-Systems.

Funktionalität und Design. Raum für Ideen und Einzigartigkeit.

Das neue Unterflurführungs-System wird bereits jetzt weltweit nachgefragt. Ein Entwicklungsprojekt wie Dynapro bedeutet jahrelange, intensive Teamarbeit. Das „Kind“ hat also viele „Väter“ in unterschiedlichen Funktionen und Bereichen. Der Schlüssel zum Erfolg liegt aber laut Projektleiter Andreas Fleischmann, „im intensiven Kontakt zu unseren Kunden. Ihre Sicht, ihre Bedürfnisse sind direkt in die Konzeption eingeflossen.“ Der Produktmanager weiter: „Die weltweite Nachfrage nach Dynapro, auch jene in den USA, hat solide Gründe. Wir sind schon in der Projekt-Konzeption 2005/2006 auf Industrieunternehmen, Handels- und Handwerksbetriebe zugegangen, um deren Bedürfnisse strukturiert und persönlich zu erheben. Noch eine größere Anzahl von Kunden aus aller Welt haben wir über ein Marktforschungsinstitut aus Zürich befragt. So erhielten wir ein präzises und vollständiges Bild der Kundenwünsche.“ Die verschiedenen Bedürfnisse wirklich

zu erkennen ist laut Andreas Fleischmann schon eine Herausforderung. Sie auch „unter einen Hut“ zu bringen, sie alle in einem System sinnvoll zu vernähen, ist die noch größere Herausforderung.

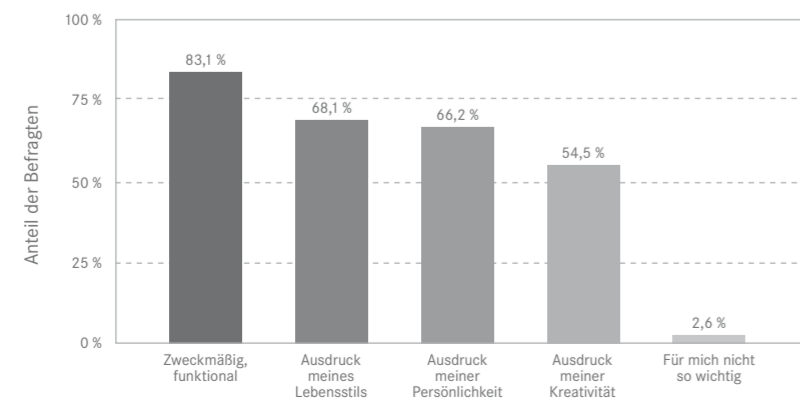
Verschiedene Kundenbedürfnisse zu einem innovativen Ganzen verknüpft. Neben opti-

malen Verstellmöglichkeiten fordern über 90% der Hersteller einen leichten, geschmeidigen und geräuschlosen Lauf eines Unterflurführungs-Systems. Genauso viele fordern aber auch hohe Belastbarkeit und Stabilität. Projektleiter Fleischmann erinnert sich gerne an die ironische Frage eines Ingenieurs im Entwicklungsteam: „Wollt ihr nun einen LKW oder eine Luxuslimousine?“

Seine Antwort damals: „Beides in einem. Aber besser wäre, das Ding kann fliegen.“ Fleischmann sagt heute, „mit dem Spruch habe ich mich nicht unbedingt beliebt gemacht, aber die Kundenwünsche nach geringsten Auszugskräften, grifflosen Anwendungen und optimaler Dämpfung deponiert – und das Team hat sie sehr ernst genommen.“

Die Plattform für kreatives und wirtschaftliches Möbel-design. Wesentliche Themen in den vielen Gesprächen mit Herstellern waren die Trends im Möbelbau, verbunden mit der Entwicklung der Konsumentenbedürfnisse in den verschiedenen Märkten. Die Essenz daraus wird auch von vielen neutralen Umfragen bestätigt: Funktionalität und Design sind

Konsumenten legen bei ihrer Einrichtung Wert auf Zweckmäßigkeit und Lebensstil.



Das Unterflurführungs-System „hat Flügel“, kann schwere Lasten tragen und gleitet trotzdem geschmeidig und stabil in seiner Bahn.

kein Widerspruch. Möbel sind Ausdruck von Persönlichkeit und Lebensstil. Zweckmäßigkeit muss ein integrierter Bestandteil von Schönheit sein. Das bestätigt auch eine aktuelle Studie in Deutschland. 83% der Befragten legen Wert auf Zweckmäßigkeit und Funktionalität, 68% sehen ihre Einrichtung als Ausdruck ihres Lebensstils, 66% als Ausdruck ihrer Persönlichkeit und 54% als Ausdruck von Kreativität. Zusammenfassend sagt Andreas Fleischmann: „Wir haben uns Schritt für Schritt jedem einzelnen Bedürfnis unserer Kunden gewidmet, um in Summe das große Ziel zu erreichen – den Möbelherstellern eine einzigartige und ausgereifte Plattform für rationalen, kreativen Möbelbau zu bieten.“



Andreas Fleischmann
Produktmanagement,
Projektleiter Dynapro



„Dynapro ist das ideale System für differenzieren-des, kreatives Möbeldesign und wirtschaftliche Möbelfertigung.“

Jürgen Ahlfeld, Leiter der Entwicklung zu unsichtbaren, aber umso effektvolleren Nutzen von Dynapro.

So komfortabel kann Schönheit sein.

Synchronisation für maximale Laufruhe ohne Zwischenschlag. Anders als herkömmliche Unterflurführungs-Systeme verfügt Dynapro als einziges System weltweit über eine Synchronisation. Jürgen Ahlfeld, Leiter der Entwicklung von GRASS zitiert dazu Erfahrungen von Möbelnutzern: „Die Bewegung einer Führung ist nicht nur eine akustische, sondern auch eine haptische Wahrnehmung. Zwischenschläge werden von Nutzern tendenziell als unangenehm empfunden, die ununterbrochene Bewegung aber als geschmeidig und komfortabel.“ Die mechanisch synchronisierte Führung der einzelnen Schienen garantiert laut Ahlfeld „gehobenen Komfort, wie er von den GRASS Auszugs-Systemen Nova Pro und DWD-Dynamic-XP bekannt ist.“ Selbst unter hoher Belastung bleiben die hervorragenden Laufeigenschaften von Dynapro unverändert. Gewichte bis 60 kg bereiten dem System keinerlei Schwierigkeiten.



Mit Dynapro bewegen sich die Führungsschienen ohne störende Geräusche und Widerstände. Damit ist das Führungs-System geradezu prädestiniert für den Einsatz in Wohnmöbeln.

Verstellungen sind werkzeuglos zu bedienen, bequem zu greifen und einfach zu handhaben. Jürgen Ahlfeld resümiert: „Mit ein paar Handgriffen lassen sich optimale Fugenbilder erzielen.“

Schön, wenn ein leichtes Ziehen genügt. „Sehen Sie, wie leicht Sie den Schubkasten öffnen können – auch daran erkennt man ein technisch ausgereiftes Funktions-System“, erklärt Jürgen Ahlfeld, „und auch in dieser Hinsicht überzeugt Dynapro mit optimalen Werten.“

3D-Verstellmöglichkeit für ein perfektes Fugenbild. Dynapro ist das weltweit erste Unterflurführungs-System mit integrierter, dreidimensionaler Verstellmöglichkeit. Der gesamte Schubkasten lässt sich sowohl vertikal, horizontal als auch in seiner Neigung variieren. Die bei doppelwandigen Auszugs-Systemen längst zum Standard avancierten 3D-Verstellmöglichkeiten konnten damit erstmals komplett auf eine Unterflurführung übertragen werden. Alle

bei leichtem Antippen öffnen. Und mit Sensomatic, dem elektromechanischen Öffnungs-System, öffnen sich Dynapro-Schubkästen fast wie von selbst. In Verbindung mit diesen außergewöhnlichen Bewegungs-Systemen garantiert Dynapro höchsten Bedienungskomfort.

Für Verarbeiter und industrielle Möbelhersteller bietet Dynapro zusätzlich dazu großes Einsparpotenzial: Dank der neuen Unterflurführung mit dreidimensionaler Verstellmöglichkeit kann die Produktion von vierseitigen auf dreiseitige Schubkästen umgestellt werden. Eine zweite Vorderseite, die parallel zur Front montiert werden muss, entfällt, denn die Ausrichtung der Front kann über die 3D-Verstellung von Dynapro erfolgen.

Sonderausstattung für gehobenen Komfort. Dass Dynapro in der Tat ein Maximum an Funktions-Variabilität bieten kann, ist der Kompatibilität mit allen GRASS Komfort-Systemen zu verdanken. Soft-close, das erfolgreiche Dämpfungssystem, schließt Schubkästen sanft und leise. Mit Tipmatic Plus, dem mechanischen Öffnungs-System, lassen sich große, grifflose Fronten realisieren, die sich



Jürgen Ahlfeld
Entwicklungsleiter der GRASS Gruppe



„Durch Funktionalität und Komfort wird Schönheit zu einem ganzheitlichen Begriff.“



Durch die Synchronisation gibt es kein gefühltes „Holpern“, keinen Zwischenschlag wie bei herkömmlichen Systemen.



Kompatibilität mit allen GRASS Systemen ist die Basis für Funktions-Variabilität und Komfort.



Die 3D-Verstellung macht Dynapro zu einem höchst wirtschaftlichen Bewegungs-System für die Zukunft.



Täglicher „Luxus“. Das leichte Öffnen und sanfte Schließen von Dynapro.

Die Dynapro Fertigung erfordert modernste Technik und eine ausgeklügelte Logistik.

Die neue Halle und Produktionsstraße in Götzis/Vorarlberg.



Dynapro Produktionsstraße mit modernsten Montageautomaten.

Die Entwicklung von Dynapro ist in mehrfacher Hinsicht ein Meilenstein. Für Möbelhersteller ist Dynapro ein Unterflurführungs-System, das es in dieser Form noch nie gab, ein System mit einzigartigen, ja begeisterten Nutzen. Aus der Sicht von GRASS und den Mitarbeitern ist Dynapro noch etwas anders, ein Symbol für die Verwirklichung einer Vision. Da ist einmal die Projekt- und Produktentwicklung von 2005 bis zur Marktreife – als Schlüsselprozess im Zusammenwachsen der damaligen Unternehmen Mepla-Alfit und GRASS zur heutigen GRASS Gruppe. Und da ist die Konzeption und Realisation eines neuen Fertigungsprozesses, an dem gleich vier Standorte beteiligt sind, inklusive Errich-

tung einer neuen Halle und einer neuen Produktionsstraße. All das war wegweisend, ist gelebte Vision, schafft Zukunft.

2005. Es wächst zusammen, was zusammengehört. Ende 2005 gab es weder den Namen, noch



Dynapro Profilverfertigung

das System Dynapro. Und manche nicht eingeweihten Mitarbeiter fragten sich, was hinter dem Code „MAG 100“ steckt (Mepla-Alfit-Grass 100). Noch mehr fragten sich, was die Produktmanager, Entwickler, Techniker, Marketing- und Vertriebskollegen beider Unternehmen



Messstation in der neuen Halle

gemeinsam hinter verschlossenen Türen austüfteln – immerhin waren sie zu dieser Zeit noch Mitarbeiter selbstständiger Unternehmen, von verschiedenen Standorten. Und sie sahen sich wohl auch als Wettbewerber. Hinter den Türen aber vereinte sie bald das große Ziel. Da weckte der Traum vom neuen Führungssystem Energie und Enthusiasmus. Da formierte sich ein Team, sozusagen die erste Kampfmannschaft der heutigen GRASS Gruppe.

2009. Produktion an vier Standorten. Das Unterflur-System Dynapro ist kein Airbus. Dennoch ist der Vergleich erlaubt, weil die Fertigung wie beim Airbus an unterschiedlichen Standorten erfolgt und weil sie eine raffinierte Logistik braucht. Geschäftsführer Thomas Müller, verantwortlich für den Bereich Technik und Entwicklung, sieht darin Herausforderung und Chance zugleich. „Unser Fertigungsprozess verlangt natürlich eine hervorragende Logistik. Immerhin sind die Standorte Reinheim, Salzburg, Höchst und Götzis daran beteiligt. Es bietet aber auch den unschätzbaren Vorteil, die Kompetenzen aller Standorte optimal zu nutzen.“ Für Thomas Müller stehen hohe Produktivität und das Qualitätsmanagement im Vordergrund. In der Arbeitsteilung der Standorte, im modularen Aufbau des gesamten Fertigungsprozesses sieht der Geschäftsführer „einen für international tätige Industriebetriebe adäquaten Prozess – ein Muss.“

Endmontage in Götzis. An den Standorten Reinheim, Salzburg und Höchst werden einzelne Komponenten des Dynapro Führungs-Systems gefertigt. Die Endmontage erfolgt in Götzis, in der erst vor Kurzem fertiggestellten neuen Halle. In ihrem Inneren befindet sich modernste Stanz- und Montagetechnik, für deren Aufbau zum großen Teil eigenes Know-how genutzt wurde. Das Herz der Produktion schlägt im zweiten Geschoss. Dort an den Montageautomaten laufen die Dynapro Garnituren sozusagen „vom Band“, werden auf Herz und Nieren geprüft und versandfertig hergerichtet. Thomas Müller ist, wie seine Produktionstechniker, sichtlich stolz auf die Anlagen und die Halle: „Wir haben sehr viel investiert, das ist ein starkes und klares Bekenntnis zum Standort Götzis und zu Vorarlberg.“



Thomas Müller Geschäftsführer Technik und Entwicklung



„Die neue Halle ist ein klares Bekenntnis zum Standort Götzis.“



Elegant, modern und selbstbewusst.

Die Marke GRASS erhielt nicht nur einen neuen Anstrich, viel mehr ein integrales, ganzheitliches Corporate Design.

Bewegendes Design für den Bewegungs-Spezialisten GRASS.

Ein unverwechselbarer Auftritt für die Marke. „GRASS ist eine Marke mit Tradition. Und dennoch: Aufgrund der Fusion mit Mepla-Alfit und der Integration von Hetal, bedurfte es einer neuen markenstrategischen Ausrichtung“, betont Harald Klüh, Global Brand Manager bei GRASS. Neben dem Fokus auf hohe Kundenzufriedenheit und die Entwicklung innovativer Produktlösungen, will Harald Klüh in den nächsten Jahren insbesondere der Marke GRASS einen unverwechselbaren Anstrich verleihen. „Wir verstehen eine markenzentrierte Unternehmensstrategie als Voraussetzung für langfristige Erfolge“, betont der Markenmanager. „GRASS steht für richtungsweisende Produktentwicklungen, technische Präzision und progressives Denken.“

GRASS soll demnach als moderne, aufstrebende Marke mit Tradition positioniert werden. „Das mag widersprüchlich klingen“, wirft Harald Klüh ein, „das Entwicklungspotenzial der Marke GRASS fußt aber auf einem soliden Fundament. Mit über 60 Jahren Erfahrung lässt sich langfristige Werteorientierung in der Tat glaubwürdig vermitteln.“

Das Corporate Design: konsequent und ausdrucksstark. Maßgeblichen Einfluss auf die deutlich modernisierte Erscheinung der Marke GRASS hat das neue Corporate Design. Große, grüne Farbflächen in Kombination mit hellen, eleganten Bildmotiven lassen einen äußerst plakativen Eindruck entstehen, der dem modern-puristischen Anspruch Ausdruck verleiht. Die einzelnen Gestaltungselemente wirken harmonisch aufeinander abgestimmt und verschmelzen zu einem schlüssigen Gesamtbild aus Farbe, Bild und Typografie. „Ein komplettes und komplexes Erscheinungsbild braucht mehr als nur ein Logo“, sagt Marketingleiter Andreas Marosch, „ein konsequentes Corporate Design überlässt die grundlegenden Elemente seines Erscheinungsbildes nicht dem Zeitgeschmack oder individuellen Launen, sondern versteht sie als Teil einer Gesamtstrategie.“



Andreas Marosch Leiter Marketing



„Das neue Corporate Design macht die Dynamik der Marke auf erfrischende Weise spürbar.“

Die Farbe Grün im Mittelpunkt des Interesses. „Farbe ist schneller als Form“, zitiert Harald Klüh einen der wichtigsten Grundsätze der Kommunikation. „Farben wirken sofort, spontan und emotional.“ Umso wichtiger war für den Markenmanager, dass



Der neue Markenauftritt wird konsequent in der gesamten Unternehmens- und Produktkommunikation realisiert.

die Farbe Grün bei GRASS eine Renaissance erlebt. Rund um das neue Grün hat man ein markantes Farbklima entwickelt, das einen dynamisch frischen, modernen Anspruch definiert.

Faszinierende Bildwelten. „Wiedererkennung ist eine Frage der Konsequenz“, konkretisiert Harald Klüh die Vorgaben zur Entwicklung einer spezifischen GRASS Bildsprache. Um die Prägnanz der Bildkommunikation zu erhöhen, entschied man sich innerhalb des Marketing-Teams für einen ungewöhnlichen Grundsatz: Ausnahmslos jede Fotografie muss die neu definierte Hausfarbe enthalten. Grüne Glasplatten sorgen für ein hohes Maß an Wiedererkennung und mehr, sie vermitteln zudem den Gedanken der Transparenz in geradezu vollkommener Weise.

Die Sprache der Marke. Die Textsprache ist für Harald Klüh ein charakteristischer Teil der Unternehmensidentität. Deshalb wurden für emotionale als auch für fachliche Sprachtypen Richtlinien definiert. Der Duktus von GRASS ist kurz, modern, selbstbewusst und in seiner Sprachrhythmik ausgeglichen. „Alle Textaussagen sollen als Kurzgeschichten verstanden werden, die neben dem Inhalt auch einen markenspezifischen Erinnerungswert vermitteln“, ergänzt der Markenmanager.

Musik als integraler Bestandteil ganzheitlicher Markenkommunikation. Für Harald Klüh, der im November 2008 das globale Markenmanagement bei GRASS übernahm, ist Musik eine persönliche Leidenschaft. Als Komponist lebt der Manager

bei GRASS auch seine musikalischen Talente aus. Jüngst hat er den Corporate Song „Feel The Move“ für GRASS komponiert und eingespielt. „Wenn sich Markenkommunikation und Musik so wundervoll verbinden lassen, dann setzt das neue Energien frei“, gibt Klüh zu verstehen. Musik als integralen Bestandteil ganzheitlicher Markenkommunikation zu sehen, ist für den musikalischen Manager eine Selbstverständlichkeit. „Wie sehr musikalisches Branding die Wahrnehmung einer Marke verändern kann, ist nicht erst seit dem Audio-Logo der Telekom AG bekannt.“



Harald Klüh Global Brand Manager



„Unsere Bewegungs-Systeme lassen aus einem statischen Korpus ein lebendiges Möbelstück werden. Das ist die Qualität, die wir mit der Marke GRASS vermitteln wollen.“

Das neue Design von GRASS auf der Interzum und auf der SICAM.

Ein leuchtendes Zeichen auf internationalen Messen.

Auch in diesem Jahr bot die Interzum mit fast 50.000 Fachbesuchern aus aller Welt die perfekte internationale Bühne, um innovative Bewegungs-Lösungen zu präsentieren. Mit Beginn der Interzum fiel aber auch der Startschuss für das neue Corporate Design von GRASS, und das neue Messekonzept stand vor seiner ersten Bewährungsprobe. „Dass beides von den Fachbesuchern überaus positiv beurteilt wurde, bestätigt die Rekordbesucherzahl auf unserem Messestand sowie die ausnahmslos positive Resonanz“, resümiert Frank Nessler, Geschäftsführer Marketing/Vertrieb bei GRASS.

Ein Messestand als begehrte Visitenkarte mit Erlebnispotenzial. Ziel war eine emotionale Präsentation der neuen Marke GRASS und ihres erweiterten Sortiments an funktionalen Bewegungs-Systemen. Drei neue Produktlösungen und die praxisnahe Anwendung bereits etablierter Serien galt es in den Fokus zu rücken. Gleichzeitig sollte durch eine unverwechselbare Standardarchitektur ein klares Zeichen mit Wiedererkennungswert geschaffen werden. Die Umsetzung übertraf alle Erwartungen: Angefangen von der einladend offenen Architektur,



GRASS Messestand auf der Interzum. Ein futuristischer Tempel nach antikem Vorbild.

über die Verwendung modernster Lichttechnik bis hin zu weit hörbaren, musikalischen Klängen – der GRASS Messestand hob sich deutlich gegenüber anderen Präsentationen ab. Dabei wirkte der Stand selbst wie ein futuristischer Tempel nach antikem Vorbild. Von außen puristisch und offen, dominierte im Zentrum ein riesiger, grün leuchtender LED-Quader. Durch den leuchtend-plakativen

Auftritt konnte GRASS viel Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Die großen, weißen Hochglanzflächen und der Leucht-Quader waren von Weitem sichtbar und luden die Besucher ein, GRASS auf einer Reise von außen nach innen zu begleiten. Mit dem Slogan »INSIDE MEETS OUTSIDE« fokussiert GRASS den Blick auf das Innenleben der Möbel und betont die geradezu symbiotische Bezie-

hung von inneren Bewegungsfunktionen und äußeren Gestaltungsprinzipien im modernen Möbelbau.

„A Winning Debut“ – GRASS auf der ersten SICAM.

Auf dem Messegelände in Pordenone gab es gleich doppelt Grund zu feiern. Für die SICAM, die bei ihrer Premiere 13.000 Fachbesucher aus fast 80

Ländern begrüßen konnte. Und für GRASS, denn die Besucher waren vom neuen Auftritt der Marke und von den Innovationen ebenso begeistert wie jene auf der Interzum. Ebenso erfreulich war die hervorragende Aufnahme der neuen Scharniergeneration Timos und des neuen Unterflurführungs-Systems Dynapro – ein Trend, der sich bis heute noch weiter verstärkt hat.

GRASS-HETAL in Alpirsbach. Ein hervorragender Standort für Innovation und Qualität.

Kinvaro – ein magischer Name für ein magisches System.

Seit Mitte des Jahres werden die Beschlag-Systeme von Hetal unter der Marke GRASS vertrieben. Auf der Interzum und den folgenden Messen in aller Welt erlebten die Fachbesucher so erstaunliche Innovationen wie die Klappenbeschläge Kinvaro und das Eckschrank-System Quaturis. Das wundert nicht, denn das Team um Florian Hettich zeichnet sich seit Jahren durch zahlreiche Neuentwicklungen in beiden Bereichen aus. Rund 200 höchst engagierte Mitarbeiter arbeiten im Unternehmen, das ebenfalls zur Würth Gruppe zählt. Mittlerweile sind sie Teil der „Bewegung“, wollen die Besten in ihrem Segment sein und zeigen es mit ihren Produkten und Leistungen. In Summe bietet GRASS mit allen seinen Bewegungs-Systemen nun ein in der Breite und Tiefe hervorragendes Sortiment.

Kinvaro Klappen-Systeme. Moderne Stauraumkonzepte im Oberschrank. Erwiesenermaßen zählen die Oberschränke nach wie vor zu den beliebtesten Stauräumen in der Küche. Der schönste Stauraum bleibt aber wenig genutzt, wenn die Klappen-Systeme nicht dazu einladen, die Oberschränke häufig zu gebrauchen. GRASS bietet darum die Kinvaro Klappen-Systeme an, deren stabile und zuverlässige Funktionsweise nicht nur leicht und geräuschlos in der Anwendung, sondern vor allem ergonomisch durchdacht und komfortabel zu bedienen sind. Kinvaro Klappen-Systeme bilden eine perfekte Synthese aus Designanspruch und funktionaler Bewegung im Zeitgeist moderner Wohnkultur.

Die Zukunft beginnt schon heute. Einen kleinen Vorgeschmack auf das, was Oberschränktüren morgen bewegt, geben Kinvaro L-80, Kinvaro S-35 E und Kinvaro F-20 E, die alle im Jahr 2010 serienfertig dem Markt zur Verfügung stehen sollen. Kinvaro L-80 ist

ein Liftbeschlag, der die Klappen parallel zum Korpus nach oben aus dem Zugriffsbereich schwenkt. Neben dem extrem leichten Bewegungsvorgang überzeugen vor allem die geringen Öffnungskräfte, der lautlose Lauf, die große Stabilität und die außerordentlich hohe Montage-

freundlichkeit. Die einstellbare Schließdämpfung gleicht dem übrigen Angebot im Kinvaro-Programm und erzeugt eine einheitliche Schließ-Anmutung des gesamten Klappenspektrums. Noch interessanter wird es mit Kinvaro S-35 E und Kinvaro F-20 E, die endgültig das Zeitalter

der elektronischen Klappen-Systeme einläuten. Passend zur weit fortgeschrittenen Elektrifizierung der Bewegung in der Küche, gilt nun auch im Oberschrank der Komfortgedanke. Beide Systeme lassen sich aus Sicht der Industrie und des Handwerks problemlos verarbeiten.



Leichtes Öffnen, müheloser Zugriff zum Schrankinneren und sanftes, geräuschloses Schließen. Kinvaro Klappen-Systeme von GRASS sind ein Ausdruck moderner Wohnkultur.

Ein Team. Ein Ziel. Eine Leidenschaft.

Über hundert leitende Mitarbeiter machten den Führungskräfte-Workshop zu einem fantastischen Erlebnis.

Große Vorhaben in einem kleinen Dorf in den Alpen.

Bei herrlichem Wetter trafen sich über hundert Führungskräfte von GRASS zu einem dreitägigen Workshop im neu renovierten Aktivresort Valavier im Voralberger Brandertal. Gemeinsam mit der Geschäftsführung erarbeiteten sie die neue GRASS Vision „Wir wollen die Besten sein“ und die davon abzuleitenden konkreten Ziele. „Sie sind hoch wie die umliegenden Gipfel der Alpen, aber wir sind fit genug, sie zu erreichen, auch wenn der Weg manchmal steil sein mag“, betonte dazu Frank Nessler, Geschäftsführer Vertrieb und Marketing. Auch Thomas Müller, Geschäftsführer Technik und Entwicklung verglich die Kraft der neuen Vision, passend zur Umgebung mit dem Bergsteigen: „Gipfelerlebnisse machen glücklich, ja süchtig.“ Der für Finanzen und Administration verantwortliche Geschäftsführer Christoph Walter ergänzte folgerichtig: „Wer die Spitze sehen kann, will hinauf und ist bereit, alles dafür zu geben.“ In einer plakativen Präsentation veranschaulichten Thomas Müller, Christoph Walter und Frank Nessler die besondere Bedeutung der gemeinsamen Orientierung und präsentierten zahlreiche Strategien zur neuen Vision. Die darauf folgende Marketing-Präsentation nahm dieses Thema auf und zeigte anhand von vielen Beispielen eindrucksvoll, wie die Marke GRASS in Zukunft kommuniziert. Eine Live-Performance des neuen GRASS Songs „Feel the move“ durch Harald Klüh, sorgte für den emotionalen Höhepunkt. Im Anschluss sprach Robert Friedman, Aufsichtsratsvorsitzender der GRASS Gruppe und Sprecher der Konzernführung der Würth Gruppe zum Thema „positive Unternehmenskultur als Wettbewerbsvorteil“ und stellte deutlich klar, dass die Würth Gruppe hinter GRASS steht. Neben den in den letzten 3 Jahren investierten 90 Millionen Euro wird dies besonders bei der Investitionsplanung der nächsten Jahre deutlich. Das Resümee des Drei-Tages-Workshops zog Frank Nessler: „Es ist fantastisch. Wir sind ein Team, haben gemeinsame Ziele und verfolgen sie mit aller Leidenschaft.“



Frank Nessler
Geschäftsführer
Vertrieb und Marketing



„Unsere Ziele sind hoch gesteckt. Gemeinsam werden wir sie erreichen.“

GRASS feiert 131 Jubilare. Jahrzehnte der Leidenschaft und der Leistungsbereitschaft.

Ein Leben für GRASS.

40 Jahre Schaffenskraft. 1969 hat Johann Moser seine Karriere bei GRASS gestartet. Als Werkzeugmacher trat er in die damalige Firma Lautenschläger ein. Nach der Meisterprüfung 1976 wurde er zunächst Vorarbeiter, dann Abteilungsleiter. Johann Moser stellte seine Kompetenz später als Leiter der Arbeitsvorbereitung, dann als Leiter des Qualitätsmanagements und der Qualitätssicherung unter Beweis. Seine Einsatzbereitschaft und sein Engagement führte zur Prokura und zu seiner heutigen Verantwortung als Werksleiter. Johann Moser blickt gerne zurück, aber noch viel lieber nach vorne: „Am Führungskräfte-Worshop haben wir unsere neue Vision formuliert. Und wir geben alles, um unsere Ziele zu erreichen.“

40 Jahre Pioniergeist. 1969 wurde Willy Brand Bundeskanzler der BRD und Richard Nixon Präsident der USA. Viele von uns waren damals noch nicht geboren, manche andere können sich nicht erinnern. Zwei die es können, sind Werner Schmidt und Reinhard Woinesich. Denn sie verknüpfen die Weltgeschichte mit einem bis heute entscheidenden Schritt in ihrem damals noch jungen Leben, mit dem ersten Arbeitstag bei GRASS. Noch mehr verbinden Werner und Reinhard diese Zeit mit unglaublichem Pioniergeist und leidenschaftlichem Vorwärtstreben. GRASS entwickelte damals eine Innovation nach der anderen: Das erste verdeckte Möbelscharnier, die erste Rollwagenführung, den ersten Vollauszug der Welt.

Werner Schmidt, Leiter des Werkzeugbaus, sieht die Parallele zu heute: „Wenn ich an das neue Unterflurführungs-System Dynapro denke und an die neue Scharniergeneration Tiomos, spüre ich den Pioniergeist von damals.“ Reinhard Woinesich setzt einen drauf: „Wir haben heute eine stärkere, kraftvollere Vision als je zuvor. Wir wollen die Besten sein und das zeigt sich in unseren neuen Produkten.“

35 Jahre Kompetenz. Zwölf Mitarbeiter feiern heuer ihr 35-jähriges Berufsjubiläum bei GRASS. Wie alle anderen Jubilare stehen sie für jahrzehntelang gelebte Werte bei GRASS, für Zusammenarbeit und Engagement, für



Reinhard Lecher: Von seiner 35-jährigen Erfahrung profitiert der Nachwuchs.

leidenschaftlichen Tatendrang. Was sie auszeichnet, ist ihre Erfahrung und ihre Kompetenz. Diese Kompetenz an die aufstrebende Jugend weiterzugeben, ist das Anliegen von Reinhard Lecher. Reinhard hat 1974 als Lehrling bei GRASS begonnen. Heute ist er selbst der Lehrende, hat als Leiter der Lehrlingsausbildung mit seinem Team Generationen von Fachkräften ausgebildet. Wenn er von ihnen spricht, strahlen seine Augen: „Neue Produktionsanlagen wie jene für Dynapro sind hochkomplex. Sie zu konstruieren, zu steuern und zu warten braucht wahre Experten. Deshalb bin ich so stolz auf unsere Jungen.“

131 Jubilare, 131 Vorbilder. Eine Vision braucht Menschen, die sie teilen, gemeinsam tragen und verwirklichen. Sie braucht Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wie die Jubilare von GRASS – ihre Konsequenz, ihren Willen, ihr Herz, ihr Vorbild. Ihnen zu danken ist eine Freude. Mit ihnen und allen unseren jüngeren und neuen Mitarbeitern die Zukunft zu gestalten begeistert.



Johann Moser
Werksleiter GRASS Kompetenz-Center
Kunststoff Salzburg



„Wir geben alles, um unsere Ziele zu erreichen.“

15 Jahre bei GRASS

Sadik Aca
Markus Albrecht
Seref Alkin
Uros Brajovic
Hannes Diener
Kerstin Dinsmore
Osman Erten
Marija Fras
Frank Früböck
Karin Gächter
Jochen Grabher
Andreas Grass
Reinhard Gruber
Ali Ilhan
Dario Ivos
Senol Karaaslan
Munib Karner
Axel Knippertz
Anton Koch
Ida Krieger
Harald Nardin
Ismail Oeztürk
Kenan Pas
Hans-Dieter Plößer
Nurettin Polat
Jürgen Poth
Habibullah Rasulli
Christa Ruoff
Sadik Saskin
Dieter Schnetzer
Bastian Schock
Heike Schradter
Emilie Seibertova
Stanislava Sirova
Martina Staiger
Andreas Steidl
Cihangir Ugur
Peter Zawrel

Clemens Grasser
Richard Heinzelmann
Manfred Huber
Andrea Janetzko
Christoph Kaufmann
Hayrettin Kayisci
Ergün Kilic
Sezayi Kocaoglu
Slavko Kojic
Milan Kokanovic
Hildegard Lazar
Peter Mennel
Marie-Josée Merkle
Sava Miletic
Manfred Nagler
Walter Rebernik
Bernd Ring
Alexander Sachs
Elsa Sachs
Detlef Thees
Rosalba Troia di Stefano
Edhem Veladzic
Reinhard Waldinger
Klaus Wilhelm
Maria Wieseke
Josef Norbert Yalcin
Talip Yüce

25 Jahre bei GRASS

Hubert Barta
Guiseppa Basile
Armin Brunner
Ibrahim Cingü
Ezinet Colak
Günter Eberhardt
Elfriede Eichholz
Gerhard Fischer
Christian Fritz
Ingrid Haist
Markus Herper
Lothar Nemtschok
Gudrun Nothacker
Walter Petrovsky
Hubert Reinalter
Mario Rossi
Abuzer Saskin
Werner Schäfer
Sandra Schneider
Bruno Wachter
Alois Weiss

20 Jahre bei GRASS

Gündoğdu Aktas
Hüseyin Atay
Ina Babing
Pia Barbera
Karl Becker
Michael Büchler
Guido Cupaiolo
Jesus Doblas-Arreza
Hans-Jürgen Eberhardt
Rainer Fischer
Ralf Girrbach

30 Jahre bei GRASS

Georg Buxmann
Norbert Claus
Hans-Christian Eberl
Markus Felder
Harald Mischitz
Bernd Schleicher
Sonja Schuler
Volker Östreich
Christa Turi
Erich Woinesich

35 Jahre bei GRASS

Ali Akcay
Robert Beck
Georg Eitel
Bernhard Fischer
Johannes Hämmerle
Franz Huber
Peter Kropf
Reinhard Lecher
Friedel Maser
Anton Sarec
Gudrun Schumacher
Hüseyin Zorlu

40 Jahre bei GRASS

Adolf Fehr
Heinz Göttmann
Wolfgang Klaiber
Otto Kopp
Johann Moser
Heinz-Walter Poth
Ludwig Stühlinger
Werner Schmidt
Reinhard Woinesich

45 Jahre bei GRASS

Günther Amann
Wilfried Göttmann
Werner Jung



Unser Dank gilt auch den Familien unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Bei GRASS in Reinheim gibt es viel zu tun.

It's time for Tiomos.

Etwas südlich von Frankfurt liegt die beschauliche, ruhige Stadt Reinheim. Rührig statt ruhig, voller Elan sind die Mitarbeiter im GRASS Kompetenzzentrum für Scharnier-Systeme und deren Produktentwicklung, Konstruktion und Werkzeugbau und das aus gutem Grund. Die neue Scharniergeneration Tiomos fasziniert und sie kommt 2010 auf den Markt. Mit dem Ziel unmittelbar vor Augen geht die Arbeit nun leicht von der Hand. Die Kinematik-Spezialisten, Entwickler, Ingenieure und Produktionstechniker sind stolz auf das fantastische Feedback der Kunden bei den

vergangenen und aktuellen Messen. Mit Tiomos von GRASS beginnt eine neue Ära intelligenter und hochfunktionaler Scharnier-Systeme. Tiomos ist eine Neuentwicklung, die auf modernsten Entwicklungs- und Produktionstechnologien basiert. Federleichtes Öffnen forms besten Fugen- und Auflagenwerten durch die neu definierte Kinematik, die einzigartige Stabilität sowie die einstellbare integrierte Dämpfung ohne Rebound-Effekt sorgen dafür, dass dieses Scharnier alles bisher Bekannte in den Schatten stellt.



Für die Zukunft lernen, denn Wachstum braucht Kompetenz.

Eröffnung der neuen Lehrwerkstätte in Höchst.



Fachkräfte von morgen: GRASS Lehrlinge zählen regelmäßig zu den Besten bei den Zwischen- und Abschlussprüfungen.

Mit einem Investitionsvolumen von knapp zwei Millionen Euro hat GRASS die hausinterne Lehrwerkstätte auf den neuesten Stand gebracht. Auf insgesamt 900 m² bietet GRASS seinen Lehrlingen beste Voraussetzungen für ihre Ausbildung zu Fachkräften in den Bereichen Metallbearbeitung, Maschinen- sowie Werkzeugmechanik. Bereits seit 1978 betreibt GRASS in Höchst eine eigene Lehrwerkstätte. Diese wurde nun im Zuge eines umfangreichen Modernisierungsplans – im April 2008 wurde am Standort Höchst eine neue, moderne Produktionshalle mit einem österreichweit einzigartigen Energiekonzept in Betrieb genommen – auf den neuesten Stand gebracht: So stehen den 65 Lehrlingen, davon sieben Mädchen, klimatisierte Räumlichkeiten für

Schulungen, Büros, jeweils einen Lehrlings- und Messraum sowie modernste Maschinen zur Verfügung. „Mit der Erneuerung der Lehrlingswerkstatt bekennen wir uns einmal mehr zum Standort Vorarlberg. Durch die Erweiterung der Räumlichkeiten schaffen wir Kapazitäten, um künftig noch mehr Fachkräfte auszubilden“, erklärt GRASS Geschäftsführer Christoph Walter.

Breite Ausbildung durch Rotationssystem. Die Grundausbildung erfolgt in der Lehrwerkstätte. Dort lernen die Lehrlinge die Werkbankfertigkeiten und das Bedienen von Fräs-, Dreh- und Schleifmaschinen, weiters CAD-Zeichnen und Programmieren von CNC-Maschinen. „Junge Menschen brauchen Perspektiven, Erfolgserleb-

nisse, aber auch Herausforderungen. Daher werden die Lehrlinge bereits ab dem zweiten Lehrjahr direkt in den Produktionsprozess integriert“, sagt Reinhard Lecher, Leiter der GRASS Lehrlingsausbildung. Im Rahmen eines Rotationssystems erhalten die Jugendlichen eine breit gefächerte Ausbildung in den unterschiedlichsten Fachabteilungen: Vom Stanzwerkzeug-, Druckgussformen- und Sondermaschinenbau über Prototypenfertigung, CNC-Zerspanung und Qualitätssicherung bis hin zu Schlosserei, Entwicklungstestwesen und verschiedenste Instandhaltungsbereiche der Produktion.

Lehrlingsprämie und Karrierechancen. „Bestens ausgebildete Fachkräfte sind eine wichtige Basis für



Die neue Lehrwerkstätte mit ihrer modernen Ausstattung bietet ein ideales Umfeld.

unseren Unternehmenserfolg. Daher investieren wir viel in unsere Lehrlinge. Das bedeutet auch, dass Fleiß und Ehrgeiz belohnt werden“, so Geschäftsführer Walter. Konkret organisiert GRASS Lehrlingsausflüge und Schitage, bietet aber auch Kurse in den unterschiedlichsten Bereichen, etwa Erste Hilfe oder Rhetorik, an. Weiters können die Jugendlichen während ihrer Lehrzeit auch hohe Lehrlingsprämien dazuverdienen. Nach dem Motto „vom Lehrling zur Führungskraft“ eröffnen sich aber auch nach der abgeschlossenen Lehre gute Karrierechancen: Die von GRASS geförderten Fortbildungsangebote reichen von der Berufsmatura über die Meisterprüfung bis zu MBA-Lehrgängen in den USA.



Christoph Walter
Geschäftsführer Finanzen
und Administration



„Durch die Erweiterung der Räumlichkeiten können wir jene Fachkräfte ausbilden, die wir für unser Wachstum brauchen.“

GRASS Sensotronic bewegt die „Phantastische Küche“ des Starkoches.

Die neue Küche des Herrn Lafer.



Die neue Küche Johann Lafers: Modell Design ART PICCO Filigrano TIPTEC SENSOTRONIC.



Johann Lafer und allmillmö passen gut zusammen. Er, der preisgekrönte Fernsehkoch. Sie, die preisgekrönte Küche. Also kocht Johann Lafer in seiner Kochschule und zu Hause in einer Küche von allmillmö. Da passt es wie der Rosen-Couscous zum Thunfischsteak, wenn auch das Innenleben seiner Küche preisgekrönt ist – das elektronisch gesteuerte und elektrisch bewegte Auszugs-System GRASS Sensotronic. Bei soviel Komfort, Funktionalität, Eleganz und Ästhetik lässt sich eben gut kochen. Die Fangemeinde Johann Lafers ist groß – auch unter den GRASS Mitarbeitern. Nicht nur wegen seiner allmillmö Küche mit GRASS Sensotronic, vor allem wegen seiner Rezepte und seiner wunderbar sympathischen Art, diese den Hobbyköchen in ganz Mitteleuropa zu vermitteln.

Kurz vor Redaktionsschluss.

Auszeichnung für das neue GRASS Design.

Unmittelbar vor der Drucklegung des Kundenmagazins erreichte die Redaktion noch eine aktuelle Meldung. Die Jury des „Jahrbuchs der Werbung“, in dem alljährlich die besten Kommunikationsarbeiten Deutschlands, Österreichs und der Schweiz gewürdigt werden, hat das neue GRASS Messekonzept und die neue GRASS Website in die Reihe vorbildlicher Designkreationen aufgenommen. Beide sind Ausdruck des innovativen Markenauftrittes von GRASS. Gratulation!



Artikel-Nr. 71968-00