

INMOTION



MEHR LEISTUNGEN FÜR HANDEL UND HANDWERK.
Dirk Braemer über die neuen Service-Aktivitäten zur Unterstützung der GRASS Kunden. **Seite III**



MENSCHEN BEI GRASS
Neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter begeistern mit Kompetenz und Leidenschaft. **Seite IV – VII**



GREEN DAYS IN ATLANTA.
Das GRASS Messebau-Team realisierte eine faszinierende Ausstellung auf der IWF. **Seite VI**

MOVEMENTS



Junge Architekten im Wettbewerb für die Neugestaltung des GRASS Showrooms in Höchst. Im Frühjahr lud GRASS zum Architekturwettbewerb. Für die Neugestaltung des GRASS Showrooms in Höchst wurden Lösungen gesucht, die das GRASS Motto – „Bewegung ist unsere Leidenschaft“ – versinnbildlichen. Mit dem Voralberger Architektur Institut vai fand man einen ausgezeichneten Partner für die Durchführung: „Wir bemühen uns um die Förderung junger Architekten und begrüßen daher die Initiative von GRASS“, betont Marina Hämerle, Direktorin des vai. Über das Ergebnis werden wir in einer der nächsten Ausgaben berichten.



Strahlendes Grün erhellt die Nacht. Die neugestaltete Glasfassade in Höchst ist ein deutliches Signal für die Aufbruchstimmung bei GRASS. „Glas ist ein fantastischer Werkstoff, der Modernität und Hochwertigkeit vermittelt“, erklärt Harald Klüh, Global Brand Manager bei GRASS. „Glas reflektiert das Umfeld, fügt sich harmonisch in jedes Ambiente ein, vermittelt Offenheit und Transparenz – und eben dafür steht die neue Marke GRASS“. Aus diesem Grund spielen grüne, transparente Glaselemente eine besondere Rolle innerhalb der neuen GRASS Bildsprache. Sie werden daher auch zukünftig in der Architektur eingesetzt. „Die leuchtenden Glasquadrate sollen unserem neuen Verständnis eine Gestalt geben“, fasst der Markenmanager Harald Klüh zusammen, „denn unser Haus soll nicht mehr Festung sein, sondern sich zur Umwelt öffnen, es soll Einblicke und Einsichten gestatten“.

Die Fachzeitschrift „der küchenplaner“ über die aktuelle Entwicklung von GRASS:
Die Grünen im neuen Glanz.



Bei GRASS herrscht Aufbruchstimmung. Gut zwei Jahre nach der Fusion von GRASS und Mepla-Alfit sowie der Integration von Hetal hat sich viel verändert. In dem neuen Verbund ist kaum ein Stein auf dem anderen geblieben. Auch in den Köpfen der handelnden Personen hat sich einiges gewandelt“. **Mehr auf Seite II/III.**



Das neue Scharnier-System mit integrierter Dämpfung erobert den amerikanischen Markt

TEC Soft-close: Unique comfort made in USA.

TEC Soft-close wurde speziell für die Möbelhersteller auf dem amerikanischen Markt entwickelt. Bei der Premiere auf der International Woodworking Fair, kurz IWF, in Atlanta, begeisterte das Scharnier die Besucher. Das neue System für die Face-Frame-Konstruktion von Möbeln verfügt über ein im Scharnertopf integriertes, ausgeklügeltes Dämpfungssystem. Es bietet den Endkunden höchsten Bedienungskomfort und funktionale Technik in modernen Möbeln in Küche, Bad, Wohn- oder

Schlafzimmer. Zudem ist TEC Soft-close durch eine Reihe einzigartiger Features besonders rationell und einfach zu verarbeiten. Das neue, einzigartige Scharnier-System erweitert das Sortiment für den amerikanischen Markt und lässt die Attraktivität von GRASS Bewegungs-Systemen für die Verarbeiter weiter steigen. Der Möbelindustrie und dem Möbelhandwerk stehen jetzt noch mehr Produkte für verschiedenste Konstruktionsmethoden zur Auswahl. Mehr darüber auf Seite VII.



Die Grünen im neuen Glanz. Leuchtend wie ein polierter Diamant.

Im Spiegel der Fachpresse: „der küchenplaner“-Chefredakteur Dirk Biermann über seinen Besuch in Höchst und seine Eindrücke von GRASS.

„Die Zukunft ist da, um sie zu gestalten.“

Es gibt Aussprüche, die scheinen derart abgegriffen zu sein, dass sie allenfalls unter Androhung einer Fünf-Euro-Strafe fürs Phrasenschwein genutzt werden dürften. Dazu zählt auch: „Was du in anderen entzünden willst, muss in dir selbst brennen.“ Zugeschrieben wird diese Weisheit dem Kirchenlehrer und Philosophen Aurelius Augustinus (354–430). Kaum ein Vertriebsworkshop, der ohne diesen geistigen Input auskommt. Doch was auf den ersten Blick überholt wirkt, ist zeitgemäßer denn je. Man könnte es auch sachlich als Vorbildfunktion bezeichnen.

Frank Nessler, seit März 2009 Geschäftsführer Marketing und Vertrieb der GRASS Gruppe und zuvor in gleicher Position bei Mepla-Alfit tätig, scheint so ein Vorbild zu sein. Wird der 42-Jährige zur aktuellen Situation bzw. zur künftigen Marktstrategie von GRASS befragt, beginnen seine Augen zu leuchten und er scheint vor Taletlust nur so zu sprühen. Eine Energie, die mitreißen kann, ohne aufdringlich zu wirken. Statt abstrakte Statements zu liefern, spricht er gern in Bildern.

„GRASS ist ein Diamant, der poliert werden musste“, ist so ein Bild. Damit verdichtet er die Aufs und Abs von 60 Jahren GRASS auf ein gut verdaubares Häppchen. Ein Diamant ist wertvoll, entsteht nicht von heute auf morgen und besitzt

eine natürliche, ganz eigene Schönheit. Fakt ist: Anfang des Jahrzehnts geriet das Unternehmen in Schieflage und wurde 2004 von der Würth-Gruppe übernommen. 2007 folgte die Vereinigung mit den ebenfalls zu Würth gehörenden Nachbarn Mepla-Alfit aus Götzis zur neuen GRASS Gruppe. Inzwischen gehören auch die Hetal-Werke aus Alpirsbach zum Verbund, der am Markt mit Marke und Sortiment einheitlich unter dem Markennamen GRASS auftritt. Wobei sich das Sortiment am Grundsatz „von allem das Beste“ orientiert: Bewegungs-Systeme wie Nova Pro haben bei GRASS ihren Ursprung, DWD XP bei Mepla-Alfit, und die Kompetenz bei Lösungen für Ober- und Eck-schränke stammt ursprünglich von Hetal.

Frischer Wind. Seit der Geburt der neuen GRASS Gruppe weht ein frischer Wind durch die Unternehmensteile, die nach und nach zu einer Einheit zusammengewachsen sind bzw. – wie das Beispiel der Restrukturierung von Hetal zeigt – dabei sind, zusammenzuwachsen. Nicht mehr Nötiges wurde abgerissen, Neues wurde gebaut. Materiell und mental. Rund 100 Millionen Euro hat die Mutter Würth inzwischen in Anlagen, Produkte, Ausbildung und Markenpflege investiert. Selbst das GRASS Grün wirkt grüner. Moderner. Man könnte auch sagen: Die Verantwortlichen haben bereits ordentlich und mit sichtbarem Erfolg poliert. Abgeschlossen sind die Pflegemaßnahmen jedoch nicht.

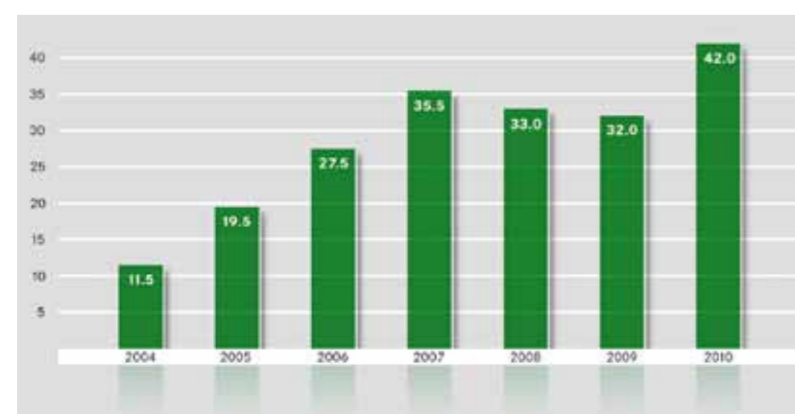
Lebendige Unternehmenskultur. „Es war wirklich kein einfacher Prozess, die Mitarbeiter an ihren jeweiligen Positionen abzuholen und ihnen den Zweck der Fusion verständlich zu machen“, gibt Frank Nessler ehrlich zu. Als „anstrengend, herausfordernd und interessant“ bezeichnet er das Zusammenwachsen der Unternehmen. „Die Entwicklung und Pflege einer Unternehmenskultur“, sagt Frank Nessler, „ist ein nie endender Prozess.“ Dass seine Augen dabei erneut aufleuchten, lässt darauf schließen, dass er an solchen Prozessen Freude hat. Und diese mit Enthusiasmus vorlebt. Veränderungs- und Wandlungsprozesse beginnen immer in der Chefetage – das haben die Grünen in Höchst ganz offensichtlich verinnerlicht.

Die grundsätzlichen Umsatzziele sind indes deutlich höher angesiedelt und liegen – wie schon zur Fusion kommuniziert – bei 700 Mio. Euro bis 2020. „Wir haben unser Potenzial in den weltweiten Märkten längst nicht ausgeschöpft“, ist Frank Nessler überzeugt, und spricht von „riesigen Möglichkeiten“. Derzeit ist das Unternehmen mit eigenen Vertriebsgesellschaften oder über Handelspartner in 60 Ländern aktiv.

Langfristige Unterstützung.

„Produkte, Dynamik, Service“ lauten die drei auf Qualität setzenden Stichworte, die GRASS den anvisierten Umsatzzielen näher bringen soll. Im Umkehrschluss ausgedrückt: „Wir werden weiterhin nicht über den Preis verkaufen.“ Diese auf Beständigkeit zielende Unternehmenspolitik entspräche auch vollauf den Gepflogenheiten der Konzernmutter. „Prof. Dr. Würth ist ein Visionär, der seine Investitionen langfristig sieht, und uns die Mittel zur Verfügung stellt, um unsere Ziele umzusetzen“, ist Frank Nessler voll des Lobes. So wurden in den vergangenen drei Jahren rund 100 Mio. Euro investiert, sogar im Krisenjahr 2009 waren es 32 Mio. Euro weltweit, und für 2010 stehen weitere 42 Mio. Euro für Investitionen bereit.

Stark im Verbund. Das Jahr 2009 war auch für GRASS ein schwieriges Jahr. Nach 297 Mio. Euro Umsatz im Jahr 2008 stürzten die Einnahmen um 13,7% auf rund 254 Mio. Euro ab. Verantwortlich dafür waren insbesondere die bekannt schwierigen Marktlagen in den USA, England, Spanien und den Niederlanden. Aktuell sieht es entschieden besser aus, und Frank Nessler erwartet für 2010 ein zweistelliges Wachstum. „Wenn der Herbst richtig gut läuft, könnten wir sogar wieder an 2008 herankommen“, frohlockt der Geschäftsführer.



Millionen-Investitionen seit 2004 sorgen für hervorragende Zukunftschancen.

Dirk Braemer, Leiter des neuen GRASS Handelsmanagements, über neuen Service und zusätzlichen Kundennutzen.

Leistung für Handel und Handwerk.

Handelsmanagement – ein neuer Baustein der kundenorientierten Neuausrichtung bei GRASS. Ihr Leiter Dirk Braemer und sein Team haben in kurzer Zeit viel bewegt und haben noch viel vor: „Unsere Aufgabe ist es, unseren Handelspartnern und insbesondere dem Handwerker als Verarbeiter unserer Bewegungs-Systeme einen optimalen Service in allen Bereichen zu bieten. Die Bedürfnisse zwischen Industrie und Handwerk weisen eine gewisse Schnittmenge auf, unterscheiden sich jedoch in vielen Bereichen. Unser Anspruch ist es, beiden Kundengruppen gerecht zu werden und beide zu begeistern.“

Die Stärken des Handwerks unterstützen. „Die handwerkliche Fertigung von Individualmöbeln verlangt andere Leistungen von uns, als die industrielle Herstellung von Serienmöbeln“, meint Dirk Braemer und konkretisiert: „Der Handwerker benötigt ein umfangreicheres und breiteres Sortiment als die Industrie, um seine Stärke auszuspielen und auf die Wünsche seiner Kunden einzugehen. Unterstützen können wir ihn dazu mit viel Inspiration für den innovativen Einsatz unserer Bewegungs-Systeme und Vermarktungshilfen, die an den Endverbraucher gerichtet sind.“

Setverpackungen, Single-Sets und Karton-Bohrschablonen.

Setverpackungen vereinfachen dem Handwerker den Zugang beispielsweise zum elektro-mechanischen Öffnungs-System Sensomatic und auch dem Klappen-System Kinvaro. Alle Komponenten sind in einem Set, zusammen mit einer Karton-Bohrschablone für die schnelle und einfache Verarbeitung, enthalten. „Für den Handwerker ist eine Bohrerschablone äußerst wichtig. Daher wird es in Kürze für jedes GRASS Produkt eine handwerksspezifische Verarbeitungslehre geben“, so Dirk Braemer.



Produktinformationen mit viel Emotion – die GRASS Teaser Broschüren für den Handel.

Derzeit erarbeitet das GRASS Handelsmanagement einen neuen Gesamtkatalog, der das umfangreiche Handels-Handwerkssortiment abbildet und dem Handwerker alle technischen sowie weiterführenden Informationen liefert, die er zur rationalen Bestellung und Verarbeitung der GRASS Produkte benötigt. Ein Projekt, das Dirk Braemer besonders am Herzen liegt und das ebenfalls in nächster Zukunft fertiggestellt wird, ist die neue Planungs- und Bestellssoftware Ganileos. Mit ihr will GRASS alle Bestell- und Planungsvorgänge optimieren, das Handwerk und den Handel spürbar entlasten. In Summe sieht Dirk Braemer die Herausforderung darin, „dem Handwerk Qualitätsprodukte mit hohem Design- und Funktionsanspruch zu liefern, die auf eine einfache und rationelle Verarbeitung ausgelegt sind.“



Dirk Braemer
Leiter GRASS Handelsmanagement



„Unsere exzellenten Bewegungs-Systeme werden mit kundenorientiertem Service für Handel und Handwerk ergänzt.“

Moderne Produkte. Was den Geschäftsführer Marketing und Vertrieb grundsätzlich zuversichtlich in die Zukunft blicken lässt, ist das modernisierte Produktsortiment mit Lösungen für alle Bewegungsansprüche. Dabei stets präsent: der Premiumgedanke bezüglich Produkt, Logistik und Service. Mal zeigt sich dieser Anspruch in einer großen Variantenvielfalt wie beim Scharnier-System Tiomos, das es mit und ohne integrierter Dämpfung gibt. Mal als technisches Schmankerl wie „beim weltweit ersten komplett synchronisierten Unterflur-Führungs-System Dynapro.“ Auch beim Materialeinsatz und den Produktionsmethoden wird auf Hochwertigkeit gezielt.

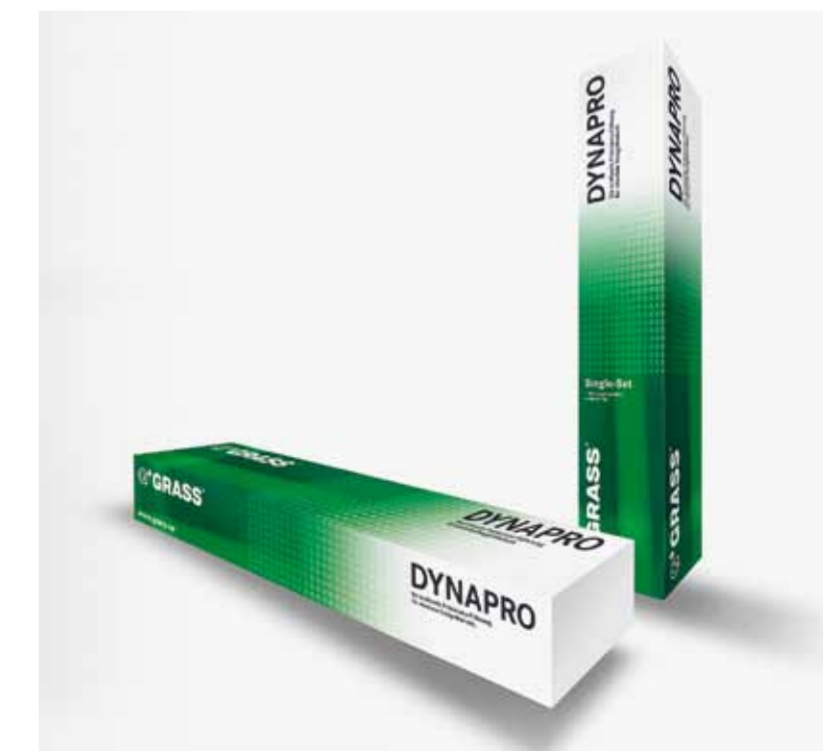


Frank Nessler
Geschäftsführer GRASS Gruppe
Vertrieb und Marketing



„Wir machen Bewegung zum Erlebnis. Diese Emotionalität wirkt über den Markennamen GRASS nach außen und dient dem Möbelhersteller zur Differenzierung.“

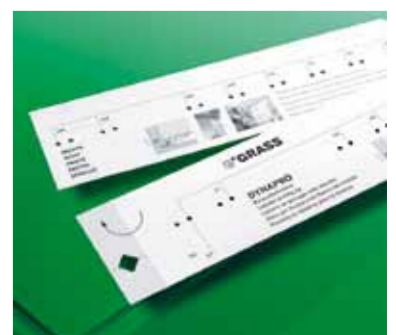
In Zukunft elektrisch. Viel erwartet Frank Nessler auch von der Elektrifizierung von Küchen-, Bad- und Wohnmöbeln. Hier hatte sich GRASS zur Eurocucina 2006 als erster Anbieter aus der Deckung gewagt und mit Sensotronic das erste vollelektronische Bewegungs-System für grifflose Fronten herausgebracht. Zwar ist der Siegeszug der elektrisch gesteuerten Auszüge bei weitem nicht so rasant verlaufen, wie sich das Unternehmen dies erhofft hatte, dennoch sei das Thema „Elektrifizierung von Möbeln“ eine nicht aufzuhaltende Entwicklung. Drei bis fünf Jahre, so Nessler, brauche es wohl noch, bis das Thema Fuß fassen wird.



Alle Zutaten für die perfekte Bewegung in einem Karton mit den GRASS Single-Sets. Erhältlich für Dynapro, Sensomatic und Sensotronic.



Alle Informationen auf einem Blick im GRASS Handels- und Handwerkskatalog. Erhältlich ab Juni 2011.



Für die einfache Montage enthalten die GRASS Single-Sets Karton-Bohrschablonen.

MENSCHEN BEI GRASS



Christoph Walter, Geschäftsführer der GRASS Gruppe für Finanzen und Administration über Mitarbeiter, Leidenschaft und die nachhaltige Bildung von Wissen.

Kompetenz und Enthusiasmus sind die Grundlage einer starken Marke.

Lars Heine
Verantwortlich für Personalentwicklung
seit August 2010 im GRASS Team



„Unsere Kunden verdienen Perfektion. Das kann kein Mitarbeiter alleine leisten, aber alle zusammen. Deshalb wollen wir alle Mitarbeiter so weit entwickeln, dass sie ihre persönlichen Potenziale voll und mit Begeisterung ausschöpfen.“

Lars Heine ist seit August 2010 für die Bereiche Personalmanagement und -entwicklung, Employer Branding, Job-Enlargement, Recruiting und Lehrlingswesen verantwortlich. Der studierte Betriebswirt will dazu seine langjährige Erfahrung als Unternehmensberater mit dem Schwerpunkt Personalmanagement für GRASS nützen. Lars Heine nennt Lösungsorientierung, strategisches und unternehmerisches Denken, Disziplin, Wertschätzung und Eigenverantwortung als Eigenschaften eines GRASS Mitarbeiters in Führungsfunktion. Sein erstes Ziel ist die Bereitsstellung, „der notwendigen Trainingsmodule für Methoden-, Kommunikations-, Team- und Führungskompetenz.“



Christoph Walter wirkt auf den ersten Blick als analytischer, ruhiger und strategischer Denker; und das ist er ohne Zweifel. Er ist aber noch mehr und seine ganze, leidenschaftliche Energie und Lebhaftigkeit wird deutlich, wenn es um die Qualifikation von Mitarbeitern und Führungskräften geht: „Wir brauchen mutige Führungskräfte mit Ideen, wir brauchen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Umsetzungswille, die bereit sind, mit uns gemeinsam eine grüne Zukunft aufzubauen.“ Christoph Walter sieht im „Human Capital“, dem Wissen der Mitarbeiter, einen maßgeblichen Faktor für nachhaltigen Erfolg. Dementsprechend hoch ist für ihn der Stellenwert der Personalentwicklung: „Wettbewerbsfaktoren wie Schnelligkeit, Flexibilität, Kundenorientierung, Qualität und Produktivität können nur realisiert werden, wenn alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kompetent, lern- und wandlungsfähig sowie motiviert sind“. Unter zielorientierter Mitarbeiterförderung ver-

steht Christoph Walter weit mehr als klassische Weiterbildung. Personalentwicklung umfasst für ihn alle Maßnahmen, die helfen, fachliche und persönliche Voraussetzungen zu erwerben und zu sichern, die für die Aufgabenerfüllung im Sinne der Unternehmensziele erforderlich sind: „So werden wir uns mit unserem neuen Personalentwickler Lars Heine verstärkt Themen wie Job-Enlargement, Nachfolgeplanung, Trainee-Modellen und vielem mehr widmen. Unser Ziel ist es, individuelle Entwicklungspotenziale früh zu erkennen und die Leistungsmotivation gezielt zu fördern.“

Vom Führungskräfte-Workshop zur Führungskräfte-Akademie. Aufbauend auf dem ersten Führungskräfte-Workshop in Brand 2009 fand im September 2010 der zweite Workshop am selben Ort statt. 130 Mitarbeiter mit Führungsfunktion aus allen europäischen GRASS Standorten in Höchst,

Götzis, Salzburg, Reinheim, Alpirsbach, Jönköping und Krumlov folgten der Einladung. Thema des dreitägigen, überaus intensiven Workshops war die Optimierung des Schnittstellenmanagements und der internen Kommunikation.

Die Effizienz der Kommunikation ist für Christoph Walter sehr wichtig für die weitere Entwicklung des Unternehmens: „Um unsere ehrgeizigen Ziele zu erreichen, brauchen wir eine klare, direkte und zielgerichtete Kommunikation, ein bewusstes Wahrnehmen der Schnittstellen und eine hohes gegenseitiges Verständnis aller Mitarbeiter – weit über die Grenzen von Abteilungen und Standorten hinaus.“ Genau das wurde im Workshop in abwechslungsreichen In- und Outdooraktivitäten geübt. Am Ende der drei Tage stand der gegenseitige Austausch der Lernerfahrungen und der Blick in die Zukunft, um das Gelernte in den persönlichen Arbeitsbereich zu implementieren.



Christoph Walter
Geschäftsführer der GRASS Gruppe
für Finanzen und Administration



„Wir brauchen mutige, ideenreiche Führungskräfte und Mitarbeiter mit starkem Willen, um die Strategien umzusetzen.“



Thomas Müller, Geschäftsführer der GRASS Gruppe für Technik und Entwicklung, zum zentralen Thema Produktivitätssteigerung.

Produktivität ist eine gesamtunternehmerische Herausforderung.

Nachhaltiger Erfolg mit innovativen Produkten und hohen Qualitätsansprüchen verlangt laut Thomas Müller höchst professionelle Vorgehensweisen zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens. Der Geschäftsführer für Technik und Entwicklung betont, dass „neben dem zu erzielenden Verkaufspreis am Markt, die Produktivität des Unternehmens den größten Einfluss auf den Erfolg unserer Produkte und Dienstleistungen hat. Im Zentrum unserer Aufmerksamkeit stehen dabei die Mitarbeiter und deren Qualifikation sowie die an der Wertschöpfung beteiligten Anlagen“.

Total Productive Management (TPM) führte zu entscheidenden Verbesserungen. GRASS hat sich bereits vor fünf Jahren dazu entschieden, ein übergreifendes Produktivitäts-Management-System einzuführen, das einen kontinuierlichen Verbesse-

rungsprozess im Unternehmen gewährleistet. Total Productive Management (TPM) begleitet sowohl die Produktion als auch alle angrenzenden Bereiche in logisch aufeinander aufbauenden Schritten, um konsequent alle Arten von Verschwendung aufzudecken und sukzessive zu reduzieren.

Im Fokus stehen dabei für Thomas Müller, „die Erhöhung der Anlageneffektivität und der Mitarbeiterproduktivität sowie insbesondere die Verbesserung der internen Qualitätsrate. Die Methodik wird von einem Produktionskennzahlen- und Zielvereinbarungssystem und von parallelen Überwachungsaudits zur Sicherstellung des Fortschritts innerhalb der Organisation unterstützt. Gerade an den Standorten in Höchst und Götzis sind in den letzten beiden Jahren erfreuliche Fortschritte erzielt worden. Besonderes Augenmerk widmet Thomas Müller der Standardisierung von Ar-

beitsabläufen und dem schnelleren und flexibleren Rüsten. Insgesamt bedeutet das für den Geschäftsführer eine Optimierung der gesamten Organisation, verbunden mit einer hohen Qualifikation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Effizienz und Effektivität. Produktivitätssteigerung ist für Thomas Müller eine, „über die sehr konkret zu greifenden Maschinentakte weit hinausgehende, gesamtunternehmerische Herausforderung.“ Grundlage künftiger Produktivitätssteigerungen werden die bereichsübergreifende Zusammenarbeit und die zielgerichtete Umsetzung von Projekten sein. „Entscheidend sind die systematische Vorgehensweise und die effiziente Lösung von Zielkonflikten in der Organisation, mit der es unser Unternehmen schafft, effektiv und effizient neue, vom Markt getragene Produkte zu industrialisieren und nachhaltig zu optimieren“, so Thomas Müller.



Thomas Müller
Geschäftsführer der GRASS Gruppe
Technik und Entwicklung



„Grundlage künftiger Produktivitätssteigerungen werden die bereichsübergreifende Zusammenarbeit und die zielgerichtete Umsetzung der Projekte sein.“

MENSCHEN BEI GRASS



Herbert Maisel
Leiter Produktmanagement
seit April 2010 im GRASS Team



„Im Produktmanagement gibt es keine Kompromisse. Wenn Bewegung ein Erlebnis sein soll, müssen Qualität, Funktionalität und Ästhetik unserer Systeme höchsten Ansprüchen genügen.“

Der neue Leiter des Produktmanagements, Herbert Maisel, sieht den Green Spirit als Grund für seinen Wechsel zu GRASS: „GRASS ist ein wachsendes Unternehmen mit einer klaren Vision. Ich will mit meinem Team auf den Erfolgen der jüngsten Vergangenheit – der Designorientierung, der Funktionalität und der Produktivitätsorientierung aufbauen und in jeder Hinsicht Trends setzen.“ Dabei vertraut Herbert Maisel auf seinen Abschluss in Betriebswirtschaft und Spezialisierungen an der ETH Zürich und der Hochschule St. Gallen sowie seiner langen Erfahrung in der Küchenbranche. „Die Branche hat sich in den vergangenen Jahren enorm differenziert. Für uns gilt es natürlich, die Ziele der Premihersteller in der Industrie und im Handwerk mit unseren Leistungen zu unterstützen.“



Tiomos Scharnier-System von GRASS.



Schrankschere EGO von Blaha mit dem Tiomos Scharnier-System im Inneren des Möbels.

GRASS Tiomos bewegt die Türen der Schrankserie EGO von Blaha.

Einzigartig: Ein Möbel ausgezeichnet mit zwei „red dot awards“.

Die Tatsache, dass ein Möbel die gleiche Designauszeichnung sozusagen gleich zweimal erhält, dürfte in der Geschichte des renommierten „red dot awards“ eher selten sein. So freuten sich der österreichische Büromöbelhersteller Blaha und GRASS bei der „red dot“-Verleihung in Essen gleich doppelt – jeder für sich und beide gemeinsam, bewegt doch das ausgezeichnete Scharnier-System Tiomos auch die Türen der prämierten Schrankserie EGO von Blaha.

„Der red dot beweist uns, dass das unternehmensinterne Programm ‚5. Meilenstein Design‘ geffren hat.“ erläutert Blaha-Marketingleiter Mag. Marcus Haas. Bereits in der Vergangenheit gab es bei Blaha anspruchsvolle Projekte mit externen Designern. 2007 wurde dann ein eigenes Design-Team ins Leben gerufen. Entwickelt wurde EGO vom Linzer Designer Thomas Feichtner. „Mit Thomas Feichtner haben wir einen kongenialen Partner gefunden“, erklärt DI Michael Thurow, verantwortlich für das Design- und Produktmanagement bei Blaha. „Gerade die Kommunikation zwischen Designer und Unternehmen ist einer der spannendsten Prozesse bei der Verwirklichung einer Idee bis zu ihrer Umset-

zung.“ Cooler Auftritt, wertvolles Innenleben. „Dem coolen Auftritt von EGO entspricht das wertvolle Innenleben“, erläutert DI Michael Thurow. „Oft sind es die Lösungen, die man auf den ersten Blick nicht sieht, die den Glanz von Qualität verbreiten: das Zusammenspiel der Formen, die Verbindung der Teile, die ausgefeilte Technik und die Präzision der Mechanik.“

GRASS Tiomos und GRASS Dynapro bei den Besten von über 4.200 Produkten. Bei den Büromöbeln von Blaha prägt GRASS Tiomos die Bewegungs-Ästhetik der Flügeltüren und GRASS Nova Pro die der Schubkästen. Bei anderen GRASS

Kunden ist es das neue Unterflur-Führungs-System GRASS Dynapro, das ebenfalls mit dem red dot ausgezeichnet wurde. Marketingleiter Andreas Marosch zieht eine ähnliche Bilanz wie Michael Thurow von Blaha und meint: „Mit unserem Designer Stefan Ambrozus verbindet uns eine langjährige Zusammenarbeit. Die intensive Auseinandersetzung unserer Techniker mit dem mehrfach ausgezeichneten Gestalter hat uns eine neue Dimension von Form und Funktion eröffnet.“

Ein kleiner Punkt mit großer Bedeutung. Der red dot ist einer der angesehensten, internationalen Designpreise.





Bewegung als Erlebnis. Auf den GRASS Messeständen wird der reale Raum zum emotionalen Raum. Die durchkonzipierten, bis in jedes Detail durchdachten Räume, schaffen eine Atmosphäre, die Kunden wie Mitarbeiter faszinieren und immer wieder überraschen.

„It’s amazing!“ Staunende Besucher als Lohn harter Arbeit.

Peter Bennath, Leiter des Messebau-Teams, über aufregende Tage in den USA.

Green Days auf der IWF in Atlanta. GRASS faszinierte mit Produktinnovationen und dem neuen Markenauftritt.

Die International Woodworking Fair ist der wichtigste Branchenevent auf dem amerikanischen Kontinent. Kein Wunder also, dass die Spannung bei Peter Bennath in den Tagen davor ständig stieg, zumal sich GRASS in den USA erstmals im neuen globalen Corporate Design präsentierte. Peter Bennath, verantwortlich für den Standbau, und Jan Fitzpatrick, verantwortlich für die Organisation, erzählen sichtlich bewegt: „Der 350 m² große Messestand im neuen Kleid und voller Innovationen wie TEC Soft-close, Tiomos, Dynapro und Kinvaro war eine Riesenerwartung für unsere Kunden, die Fachpresse und sogar unsere eigenen Mitarbeiter in den USA.“ Für diesen Höhepunkt wurde viele Monate lang geplant und hart gearbeitet. Der Messestand selbst mit dem GRASS LED-Cube im Zentrum, aber auch sämtliche Broschüren, Filme, Animationen – sprich das komplette Marketingmaterial mussten für den, nur alle zwei Jahre stattfindenden Event neu gestaltet werden. Am Eröffnungstag waren Peter Bennath und das gesamte Team voller Erwartung, wie die neuen Bewegungs-Systeme und das neue Brand Design in den USA ankommen würden. Und die Augen des Messebauleiters glänzten noch heute: „It was amazing!“

Ständig unter Strom. Peter Bennath bringt so schnell nichts aus der Ruhe. Eine Eigenschaft die er durchaus braucht, denn als Leiter des GRASS Messebaus steht er permanent „unter Strom“. Mit seinem Team aus neun ständigen Mitarbeitern und weiteren Mitarbeitern zu Auf- und Abbaueiten organisiert Peter Bennath den Bau von durchschnittlich 25 Messeständen pro Jahr. Das braucht Erfahrung, Können und Einsatzbereitschaft. Als besondere Herausforderung sieht er den jeweils fixen Termin und die besonderen Anforderungen beziehungsweise Ansprüche von GRASS und den Messebesuchern: „Bei einem Messetermin heißt es punktgenau fertig zu sein, da gibt es keine Stunde Verzögerung. Das lässt sich natürlich planen, aber beim Messebau treten ja immer wieder unvorhersehbare Entwicklungen ein. Zudem entwerfen und bauen wir ja keine einfachen Stände, wir haben den Anspruch, unsere Produktwelten zu einem einzigartigen und nachhaltigen Erlebnis für unsere Kunden zu machen.“

Innovative Präsentationstechniken und Raum für persönliche Kommunikation ermöglichen das typische GRASS Feeling. Peter Bennath und sein Team schaffen visionäre Räume, „um den GRASS Spirit für unsere Besucher mit allen Sinnen fühlbar zu machen.“ Dazu

nützen die GRASS Messebauexperten vor allem bei den großen Ausstellungen alles, was die Technik hergibt. Mit LED-Wänden beziehungsweise ganzen LED-Räumen, Animation, Film und Ton realisiert die Mannschaft um Peter Bennath ihre Ideen gemeinsam mit dem Marketingleiter Andreas Marosch und dem Global Brand Director Harald Klüh. Dabei will Peter Bennath nicht übertreiben, sondern einen harmonischen Mix erreichen: „Neue Produkte wie TEC Soft-close in Atlanta brauchen Raum, um ihre Schönheit und ihre Funktionalität zu entfalten. Kunden und Berater wünschen eine ruhige, aber dennoch inspirierende Gesprächsatmosphäre und die Marke GRASS will sich mit ihren einzigartigen Messages zeigen – sie hat sozusagen ihren eigenen Geist, der alles durchdringt und durchflutet.“

Vier Tage Emotion auf 600 m² – tausende Arbeitsstunden zur Vorbereitung. Wenn, wie bei der IWF in Atlanta oder der Interzum in Köln, große Messestände gebaut werden, braucht es tausende von Arbeitsstunden und das optimale Zusammenwirken aller Beteiligten. Von den ersten Architekturskizzen bis zur Planung aller Details vergehen Monate, da GRASS Messebeteiligungen nicht als statische Präsentation, sondern als bewegende Inszenierung realisiert

werden. Christian Kadur, Rupert Cesa, Helmut Tomaselli und Harald Sperger vom GRASS Messteam in Höchst betonen: „Da hilft uns die Erfahrung, die optimale Vorbereitung, aber auch die Flexibilität der Mitarbeiter und ihre Fähigkeit zu improvisieren.“ Sie und ihre Kollegen vom Messteam in Reinheim, Richard Forger, Jörg Deelmann und Reinhold Nelischer, erwähnen mit einem weiteren Aspekt der Komplexität: „Wir planen und bauen ja nicht nur die Messestände, wir bauen auch die Präsentationsmöbel.“ Die Aufmerksamkeit des gesamten Teams gilt aber auch kleineren Messen. Julian Hollersbacher und Herbert Loacker vom GRASS Team in Höchst: „Wenig Raum macht es oft schwieriger, unsere Ideen umzusetzen, aber wir sind von jeder Messe aufs Neue begeistert und wollen die Besucher in jedem Land faszinieren.“

Höchste Sorgfalt gilt dem Messeservice. Zu den Aufgaben des GRASS Messteams gehört auch das Messeservice für GRASS Kunden, die unter anderem bei der Möbelmesse in Köln, der Küchenmeile A30 oder der Eurocucina ihre Innovationen ausstellen. Das ist „immer wieder eine Herausforderung, aber nichts ist spannender und schöner, als unsere Bewegungs-Systeme in den neuesten Modellen unserer Kunden präsentieren zu können.“



Peter Bennath
Leiter GRASS Messebau



„Wir zielen immer auf einen ausgewogenen Mix aus Emotion und Information.“

Ein Mann für alle Fälle – Jürgen Ahlfeld übernimmt eine neue Herausforderung. GRASS USA mit neuem Vice-President.

Die Restrukturierung von GRASS USA ist abgeschlossen, auch der Break Even könnte bereits 2010 erreicht werden. Jürgen Ahlfeld sieht das Unternehmen auf gutem Kurs und betont gleichzeitig den hohen Stellenwert und die Herausforderung des US-Marktes für GRASS: „Das Team in North Carolina hat mit uns gemeinsam in den vergangenen Monaten enorm viel geleistet. Darauf bauen wir auf. Zukunftsweisende Produkte wie die Scharnier-Systeme TEC Soft-close und Tiomos, das Unterflur-Führungs-System Dynapro oder das Klappen-System Kinvaro kommen bei den Kunden genauso hervorragend an, wie die unbestrittenen Designklassiker – die doppelwandigen Auszugs-Systeme Nova Pro und DWD XP. Dazu widmen wir uns intensiv den Themen Service und Dienstleistungen sowie der Produktivität bei Grass.“

Ein Globetrotter im Dienst der Technik und des Fortschritts. Jürgen Ahlfeld bringt viel Erfahrung und gleichzeitig Fortschrittseifer mit nach North Carolina. Die persönliche Karriere des dreifachen Vaters passt auch perfekt zum American Dream. Als gelernter Maschinenschlosser besuchte er neben der Arbeit die Abendschule bis zur Fachhochschulreife und studierte schließlich Maschinenbau in Koblenz. In den Achtzigerjahren arbeitete er zuerst als Entwicklungsingenieur und später als Werksleiter und Leiter of Research and Development für ein internationales Industrieunternehmen in Frankfurt.

Schon damals nahm Jürgen Ahlfeld gerne neue Herausforderungen an. 1990 packte er seine Koffer und zog samt junger Familie nach Singapur, um eine

Produktionstätte für ein weiteres deutsches Industrieunternehmen zu leiten. Drei Jahre später folgte er dem Ruf seines Unternehmens als Werksleiter nach Düsseldorf. Die Jahrtausendwende brachte dann schließlich die Wende zu GRASS und Familie Ahlfeld zog vom Norden Deutschlands an die Ufer des Bodensees. Jetzt reizt Jürgen Ahlfeld die Aufbruchstimmung bei GRASS Amerika und er kommentiert seinen persönlichen Aufbruch über den großen Teich so: „GRASS ist Spezialist für Bewegungs-Systeme. Ich selber liebe Bewegung und Innovation, neue Aufgaben schenken mir Energie, Routine dagegen ist lähmend.“ Amerika betrachtet Jürgen Ahlfeld noch immer als Land unbegrenzter Möglichkeiten, besonders für GRASS und für sich selbst: „Ich mag die Kultur des mutigen, pionierhaften Anpackens und genau das tun wir zur Zeit.“



Jürgen Ahlfeld
Vice-President Operations
GRASS USA



„Der Geist Amerikas inspiriert mich: Wir wollen und werden wieder Pioniere sein.“



Die neue Face-Frame Scharnier-Generation mit integrierter Dämpfung. Premiere von TEC Soft-close auf der IWF.

Die Schönheit der Bewegung als Ausdruck puren Lebensgefühls. Möbeltüren mit TEC Soft-close zu schließen ist etwas Besonderes. Das einzigartige Scharnier-System bremst die Bewegung sanft ab und zieht die Türen soft und leise zu.

Davon konnten sich viele tausende Besucher am GRASS Messestand in Atlanta überzeugen. Das für den US-amerikanischen Markt und die Face-Frame-Tradition entwickelte System begeisterte von Anfang an. Ob in Küche, Bad, Wohn- oder Schlafzimmer – TEC Soft-close bietet höchsten Bedienungskomfort und funktionale Technik für moderne Möbel.

TEC Soft-close ist dabei höchst anpassungsfähig, wofür die intelligente Funktionalität des platzsparenden im Scharnertopf integrierten Dämpfungs-

systems verantwortlich zeichnet.

Jürgen Ahlfeld, Vice-President Operations von GRASS USA ist hocherfreut über die Reaktion der Kunden: „Mit TEC Soft-close können wir der von so vielen Handwerkern geschätzten Konstruktionsmethode mit massiven, vorge-setzten Holzrahmen einen wunderbaren Impuls verleihen. Manche unserer US-Kunden fertigen „frameless“, sehr viele mit Face-Frames und einige machen sogar beides. Ihnen allen geht es aber darum, ihre Kunden zu begeistern und vielfältige Lösungen anzubieten. Für sie gilt es, Kosten und Nutzen der Produktionsmethoden genauso abzuwägen, wie die Nachfrage der Endverbraucher nach der einen oder anderen Bauweise.“ Jürgen Ahlfeld betont die Flexibilität und die vielfältigen Möglichkeiten, die Möbelhersteller mit GRASS haben: „Mit dem neuen Scharnier-System TEC Soft-close und unserem gesamten umfangreichen

Sortiment an Bewegungs-Systemen unterstützen wir jeden Handwerker darin, seinen individuellen Weg zu gehen, auf Kundenwünsche einzugehen und sich von Mitbewerbern positiv abzuheben.“

Schönheit und Komfort für den Endverbraucher, rationelle Verarbeitung für den Hersteller. Jürgen Ahlfeld hat die Entwicklung von TEC Soft-close von Anfang an geleitet. Ihm und seinem Team war es ein Anliegen, den einzigartigen Komfortnutzen für Endverbraucher mit einer Reihe von Verarbeitungsnutzen für den Hersteller zu verknüpfen. Am wichtigsten waren die geringen Ausmaße des Scharniers, denn, je kleiner ein Bewegungs-System ist, desto besser für die Face-Frame-Konstruktion. „It’s a small package with a big Soft-close and huge benefits“, meint der neue Vice-President, sichtlich stolz auf das Ergebnis.



Die platzsparend im Scharnertopf integrierte Dämpfung ist ideal für die Face-Frame-Konstruktion.

MENSCHEN BEI GRASS



Christine Mödritscher
Leiterin der GRASS Academy
seit September 2010 im GRASS Team



„Unsere Bewegungs-Systeme sind pure Leidenschaft. Unsere Mitarbeiter brauchen daher nicht nur die Kompetenz, technische Fakten zu verstehen und vermitteln zu können, sondern auch die Fähigkeit, emotional, authentisch und inspirierend zu kommunizieren.“

Seit September 2010 ist Christine Mödritscher für die Leitung der GRASS Academy verantwortlich. Neben ihrem Betriebswirtschaftsstudium verfügt sie über langjährige Erfahrung als Weiterbildungsexpertin in leitender Funktion. Derzeit erarbeitet sie ein neues Konzept für die GRASS Academy und ist von ihrer Aufgabe begeistert: „Von der Neuorganisation werden die Außen-dienstmitarbeiter der Handelskunden, Mitarbeiter aus Handwerk und Industrie und natürlich die Mitarbeiter von GRASS profitieren.“

GRASS verabschiedet einen Mann der ersten Stunde.

Denis Marsh, Managing Director der Vertriebsniederlassungen in Johannesburg und Kapstadt, geht in den Ruhestand.

Das Leben und die Karriere von Denis Marsh wären einen Spielfilm wert. Der Drehbuchautor hätte allerdings Mühe, ihn als besinnliche Komödie oder als nachdenkliches Drama über den Sinn des Lebens, über Liebe, Vertrauen und Glaube anzulegen. Wie auch immer, die Kinobesucher würden den Saal tief berührt verlassen. So wie der Abschied von Denis Marsh in den Ruhestand seine Kunden, Geschäftspartner und alle GRASS Mitarbeiter berührt, die ihn über Jahrzehnte kennen und schätzen gelernt haben. In seine Fußstapfen zu treten wird für seinen Nachfolger Wayne Nabal, den wir in der kommenden Ausgabe vorstellen, sicher nicht einfach. Denis Marsh zeigt sich aber begeistert von ihm: „Wayne war unser Wunschkandidat, er wird das Unternehmen auf seine Weise führen und die Entwicklung erfolgreich gestalten.“

Mit Blaulicht und Sirene zum Vorstellungsgespräch. Eine Panne, und alles hätte anders kommen können. 1986 war Denis Marsh auf dem Highway in Cape Town, Südafrika, unterwegs zum Vorstellungsgespräch bei Horst Lautenschlager. Der Motor stotterte, das Auto blieb stehen, die Zeit verrann, keine Telefonzelle in der Nähe und Handys gab es

damals auch noch nicht. Denis Marsh Glück war ein Verkehrspolizist. Er chaufierte ihn kurzerhand im Polizeiwagen und im Eiltempo zum Interview und verhalf ihm damit zu Job und Karriere, die er als General Manager begann.

Viele Unternehmen, ein Manager. 1993 wurde Lautenschlager zu Mepla, 1996 übernahm Würth das Unternehmen und bestellte Denis Marsh wenig später zum Managing Director für das Headquarter in Südafrika. 2002 fusionierten Mepla und Alfit. 2008 schließlich schlug die Geburtsstunde von GRASS Südafrika. In all den Jahren prägte Denis Marsh die Entwicklung der Company und erinnert sich gerne an so manche Sternstunde: „Anfangs führen wir in jedes Eck Südafrikas um unsere Scharniere und Führungen zu präsentieren und ich selber bediente die Maschinen, um die rationelle Verarbeitung vorzuführen. Später kamen die Kunden zu uns.“ So sind die von Denis Marsh veranstalteten Partys zu Produktlaunches bei hunderten seiner Kunden unvergessen. Gerne denkt Denis auch an seinen ältesten Kunden und den schwierigen Beginn der Zusammenarbeit: „Vor zwanzig Jahren meinte dieser, unsere Produkte wären zu teuer und er



Denis Marsh
Managing Director GRASS Südafrika
ausgezeichnet für sein Lebenswerk

könne seiner Frau schon nach einem Jahr einen Mercedes schenken, würde er andere Scharniere verwenden. Das tat er auch, aber sechs Monate später kam er wieder auf mich zu, die Qualitäts- und Serviceprobleme der anderen hatten ihn genervt und von unseren Produkten überzeugt.“

Ein erfülltes, sinnreiches Leben und viele Pläne. Denis Marsh widmet sich mit großer Hingabe und Freude seiner Familie, den Enkelkindern und den vielen Charity-Aktionen in der protestantischen Kirche „Assembly of God“. Seit

seiner Frau an einem Krebsleiden verstarb und es auch bei seinem Sohn diagnostiziert wurde, hat Zeit für Denis eine noch tiefere Bedeutung und er will wie er sagt „Jede Minute nützen“. Pläne hat er viele, um neben der Familie und seiner Tätigkeit in der Kirche aktiv zu sein. Er will Südafrika, Europa, Israel und die Arktik bereisen und noch einen Traum verwirklichen: In seiner Garage steht ein MG aus dem Jahre 1932. Den will Denis Marsh renovieren und vielleicht fährt er damit bald auf demselben Highway wie damals zum Interview bei Lautenschlager. Diesmal aber ohne Panne.

“

„Time is short, use every minute!“

Neue Köpfe und viele Sieger bei GRASS. Kompetenz sichert die Zukunft.

Im September 2010 haben 17 Jugendliche, 14 Buben und 3 Mädchen, ihre Lehre bei GRASS begonnen. Allein in Österreich bildet GRASS 62 Lehrlinge aus, darunter zehn Mädchen. Reinhard Lecher, Leiter der Lehrlingsausbildung: „Die jungen Fachkräfte erhalten bei uns eine international gefragte Ausbildung. Bester Beweis dafür sind Karrieren ehemaliger Lehrlinge, die heute unter anderem Produktionsleiter, Werksleiter oder anerkannte Experten an Produktionsanlagen sind.“

GRASS Lehrlinge on top bei den Lehrlingsleistungswettbewerben 2010. Bei den Auszubildenden von GRASS ist die Vision „Wir wollen die Besten sein“ bereits Rea-

lität. Dafür sprechen unter anderem die Platzierungen bei den jährlichen Teilprüfungen und Lehrlingsleistungswettbewerben der Vorarlberger Elektro- und Metallindustrie. Dort messen sich GRASS Lehrlinge mit jenen anderer international führender Unternehmen. 2010 erreichte Bekir Yildiz den ersten Platz im Beruf Metallarbeiter, die Bronzemedaille schaffte Mario Blazevic, dicht gefolgt von Martin Barta. Ebenfalls unter den Besten sind die beiden Werkzeugmechanikerinnen Michelle Feigl und Melanie Metzler, die ihre Teilprüfungen mit Auszeichnung bestanden. Thomas Leonhartsberger hat seine Facharbeiterprüfung als Werkzeugmechaniker mit Auszeichnung abgeschlossen.



Die neue Vorteilskarte für unter 26-Jährige.

Mit der GRASS Greencard zu bewegenden Events.

Auf der GRASS Lehrlingshomepage www.ichundgrass.at und auf Facebook kann man sich seit kurzem für die neue GRASS Greencard registrieren. Mit der Greencard profitieren Jugendliche von zahlreichen Vorteilen.

Von der GRASS Greencard sollen laut Frank Nessler, Geschäftsführer Vertrieb und Marketing der GRASS Gruppe besonders die vielen tausend Jugendlichen rund um die Unternehmens-Standorte in Höchst und Götzis profitieren: Als einem der größten Arbeitgeber der Region liegen uns die Schüler, Auszubildenden

und Studenten der Region besonders am Herzen. Karteninhaber erhalten künftig Vergünstigungen bei ausgewählten Events und in Shops und können an Ticketverlosungen für Spiele der beiden Vorarlberger Erstligisten Cashpoint SCR Altach und SC Austria Lustenau teilnehmen.



Melanie Metzler und Bekir Yildiz sind nur zwei von vielen Beispielen für die hervorragenden Ergebnisse bei den Lehrlingsleistungswettbewerben. Wir gratulieren allen Siegern.