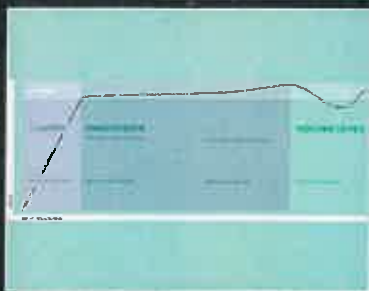


# GP:

## Ganzheitliche Produktion



Chiron Group re-organisiert  
ihren WZM-Service - Motto:  
LifetimeSolutions

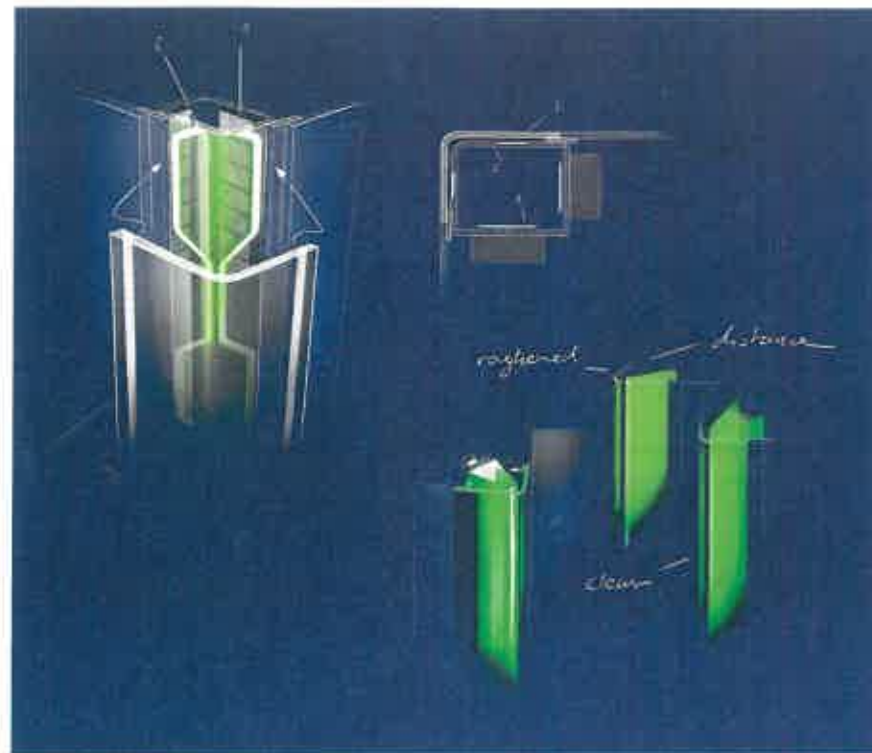
Heidenhain GmbH  
implantiert Wirbelfräse-Zyklus  
in ihre ,TNC 640'-Steuerung

Emco GmbH verschreibt sich  
neues wertiges WZM-Design,  
legt zur Emo komplett neuen  
CI-Auftritt hin

## Geschärftes Profil

**Emco** verschreibt sich neues wertiges WZM-Design, ersinnt (weiteren) viel-versprechenden Gruppen-Claim, legt zur Emo komplett neuen CI-Auftritt hin

(jk) Nun also nach ihrem ‚Made in the Heart of Europe‘ und ihrem ‚Design to Cost‘ mit ihrem intelligent-frechen ‚Beyond Standard‘ eine weitere werblich wirksame Aussage - Versprechen wie Anspruch zugleich: die Emco GmbH aus Hallein nahe Salzburg ist manchen ja immer noch mehr bekannt für ihre Fräs- und Drehmaschinen zur Ausbildung als jene für die Industrie, mit denen sie aber seit Jahren längst schon in Leistung und Präzision aufgeschlossen hat zu den ersten Adressen der WZM-Branche. Mit ihrer zur Emo erstmals gezeigten neuen Unternehmens-CI und dem neuen WZM-Design schärft sie nun ihr Profil als Partner technisch anspruchsvoller Anwender mit Bewusstsein für attraktive Preis-/Leistungs-Balance.



Sketch der LED-WZM-Status-Anzeige...

Dass ‚Kleider Leute machen‘ ist spätestens seit Gottfried Kellers gleichnamiger Novelle wohl unbestritten: ganz zwangsläufig hinterlässt und macht jedes Outfit einen bestimmten Eindruck, dem sich niemand (nein, auch kein noch so kühl kalkulierender Techniker) entziehen kann. Und im besten Fall sollten ‚Sein und Schein‘ einander einfach entsprechen...

...bei den Dreh- und Fräsmaschinen, bei den Dreh/Fräszentren von Emco mit ihrem bisher beinahe schon brutalen großflächigen Rot der Umhausung stimmten Eindruck einerseits und Fähigkeiten andererseits schon seit geraumer Zeit nicht mehr so recht zueinander – kräftig zerspanen können sie (natürlich) nach wie vor, doch auch bei Präzision und technischer Verfügbarkeit haben sie längst nach ganz oben Anschluss gefunden (wie sonst wäre es Emco gelungen, binnen der letzten zehn Jahre den Umsatz – in 2018 auf 205 Millionen € - glatt zu verdoppeln?). Und so bekennt Emco-CEO Dr. Stefan

Hansch: „Uns wurde diese Diskrepanz zwischen Außenwirkung und Können immer bewusster, und so haben wir uns vor gut einem Jahr entschlossen, das entschieden zu ändern und unseren



Dr. Stefan Hansch: „...so haben wir uns entschlossen, ihnen ein adäquates Design zu geben, das ihre Wertigkeit widerspiegelt.“

Dreh- und Fräsmaschinen ein neues, ihnen adäquates Design zu geben, das ihre Wertigkeit widerspiegelt.“

Die beauftragte Design-Agentur ging diese Aufgabe hoch-professionell an und startete ihre Arbeit mit einer umfangreichen Erfahrungs- und Image-Befragung bei bestehenden Kunden-, bei Nicht-mehr-Kunden, bei Möchten-wir-als-Kunden-haben-Firmen und vermittelten die erhaltenen Antworten an Emco. „Das Ergebnis hat uns die Augen geöffnet über uns – wir mussten erkennen, dass unsere Selbstwahrnehmung nicht wirklich mit dem übereinstimmt, wie wir von außen gesehen werden und wie wir entsprechend unseren Zielen gesehen werden möchten und wie wir sind: da lagen Wunsch und Wirklichkeit teils schon auseinander“, ist Hansch überrascht.

Da hat Emco also wohl eine Menge Anregungen bekommen, fragen wir, und Hansch erwidert uns: „Wir wissen jetzt nach dieser offenen Befragung, wie Emco



gesehen wird, können das abgleichen mit externen Anforderungen und eigenen Zielen – uns also wo nötig korrigieren, aber vor allem war der Design-Agentur die neue zeit- und realitätsgemäße Design-Botschaft unserer Werkzeugmaschinen klar: die sehen jetzt so aus und wirken auch so, wie sie in Performance, Präzision und Profitabilität sind: ohne jede Übertreibung – das ist nicht unser Stil - einfach wirklich gut!“, und ergänzt: „Mit dem neuen Design der Werkzeugmaschinen unserer Gruppe schärfen wir eindeutig unser Profil.“

Dabei differenziert das neue Design zwischen passiven und aktiven (Form-)Elementen: die Umhausung schlicht weiß, Bedien-Elemente (wie Türen) Kobalt-Blau, und die aktiven Power-Komponenten (etwa Spindeln und Antrieb für Werkzeugträger) das alt-bekannte Emco-Rot – und letztlich LEDs als WZM-Zustands-Signale in frechen Farben, die Aufmerksamkeit heischen. Aufregend ist das zwar alles nicht gerade...

...aber zur Emo wird der Emco-Stand mit diesem neuen Design der WZMs fraglos erfrischend auffallen – dabei: die Besucher werden wohl eher nicht bemerken, dass das EMCO-Logo zwar sehr ähnlich ist dem bisherigen, aber dass seine Kontur dezent nachgezogen ist: gleichfalls schärfer als bislang eben.

Und: alle vier Exponate zur Emo (natürlich) im neuen Design: so die kompakter gestaltete ‚HyperTurn 65‘ mit (quantifizierter) Zusage höherer Genauigkeit, so die technisch überarbeitete ‚MaxxTurn 45‘, sowie die (seit der AMB 2018) gleichfalls bekannte ‚HyperTurn 45‘ nun jedoch mit werkstückseitiger Au-

tomation und letztlich die ‚U-Mill 1500‘ der Emco-Tochter Mecof aus Italien...

...an der freilich nicht mehr das ‚Mecof‘-, sondern allein das (neue) Emco-Logo haften wird:

damit ‚stirbt‘ zwar ein namhafter Name (gilt auch für die italienische Emco-Tochter Famup), aber: allein hätten sie im Weltmarkt eh keine Chance mehr – und mit diesem Logo-Abschied wird dafür Emco als Marke ja weltweit ge-

stärkt, was denn wiederum auch den beiden italienischen Töchtern zugute kommen wird...

Doch mit dem neuen, jungen WZM-Design beliebt es Emco nicht: auch das CI – die Cor-

**Maximal dynamische Steifigkeit.  
Unterschiedliche Beladesysteme.  
Einzelkorrigierbare Spindeln.  
Unsere LiFLEX Doppelspindler.**

SPINDELN    TEMPO    KURATUR

Besuchen Sie uns  
Vom 16. bis 21.09.19  
in Hannover - Halle 12, D66

EMO Hannover



Doppelspindlige Bearbeitungszentren LiFLEX II von Licon kommen dort zum Einsatz, wo hohe Anforderungen an die Performance gestellt werden.

[www.licon.com](http://www.licon.com)

**LICON MT**  
modular machining centers

## Weiter auf Wachstum ausgerichtet...

Ihrer beider Business haben nichts miteinander zu tun: zwar ist Emco in Hallein (südlich von Salzburg) seit acht Jahren Teil der Kuhn Gruppe (Baumaschinen, Ladetechnik) in Eugendorf (nordwestlich von Salzburg), agiert aber unter ihrem CEO Dr. Stefan Hansch mit ihren Werkzeugmaschinen weltweit eigenständig

– doch beide sind auf weiteres solides Wachstum ausgerichtet, wobei die Kuhn Gruppe mit 649 Millionen Euro den etwas mehr als dreifach höheren Umsatz erwirtschaftet.

Bei Emco waren es 2018 rund 205 Millionen Euro Umsatz – davon 17 Prozent im eigenen

Land; also 83 Prozent Export, von denen allein 36 Prozent auf Deutschland entfallen – dem mit Abstand größten Abnehmerland für die Emco-Fräs- und Drehmaschinen..

.. und das wird auch so bleiben, wobei der Emco-Umsatz in Deutschland noch zulegen soll: so wird der ja relativ kleine

Vertriebs- und Service-Standort Pleidelsheim nördlich von Stuttgart aufgeben und dafür (wohl Anfang 2020) ein ungleich größerer in Wendlingen bezogen als großzügiges Vorführzentrum nicht allein für deutsche Kunden, sondern vor allem auch europäische und (dank mindestens einem Direkt-Flug täglich) sogar us-amerikanische: sind's doch vom Stuttgarter Flughafen Echterdingen nach Wendlingen mit dem Auto mal grad zehn Minuten ..

.. aber seit jüngstem hat Emco (endlich) auch eine Vertriebs- und Service-Repräsentanz in der Schweiz sowie in Polen, in Mexiko sowie in Indien: allesamt vielversprechende Märkte für weiteres Wachstum..



Wohl ab Anfang 2020 das neue, dann großzügige Emco-Vorführzentrum in Wendlingen: 10-Auto-minuten-nah vom Stuttgarter Flughafen Echterdingen

porate Identity – tangiert solch eine Design-Änderung natürlich, was sich ja schon auch an der dezenten Korrektur des EMCO-Schriftzugs zeigt. So erläutert uns Hansch: „Solche massive Design-Änderung, wie Emco sie jetzt realisiert, hat ja neben der Aussen- gleichermaßen eine Innen-Wirkung ins Unternehmen und in die Gruppe“, und setzt fort: „Bei der Aussen-Wirkung können wir eigentlich nach unserer Entscheidung ja nur abwarten, wie sie und hoffen,

Die ‚HyperTurn65‘ im neuen Design: hier noch als Sketch – ...

dass sie gut ankommt – aber in der Innen-Wirkung haben wir die Pflicht, den Design-Wechsel den Mitarbeitenden zu erklären und



zu begründen: sind sie doch – in welcher Funktion auch immer - die Botschafter des Unternehmens, und es ist wichtig, dass sie

sich mit solch doch gravierendem Wechsel identifizieren.“ Und deshalb begleitet Emco diesen Design-Change intern etwa mit einer neu gestalteten Identitäts-/ Zugangs-Karte und - beispielsweise – mit einem illustrierten Falt-Leaflet mit allen guten Gründen für den Wechsel zu dem neuen geschärften (Emco-) Profil...

... und hier wie Sie sie zur Emco auf dem Emco-Stand sehen werden.

