



Was andere von Tornos halten, darüber denken und sagen

Wir bei Tornos sind darum bemüht, unsere bestehenden aber auch unsere potentiellen Kunden einzubinden und ihr Vertrauen zu gewinnen. Natürlich kommt es in Branchen wie der unseren auf spezifische Maschinenmerkmale und technische Daten an, aber auch Ansehen, Wahrnehmung und Bekanntheitsgrad haben einen hohen Stellenwert.

TORNOS

Tornos SA
Industrielle 111
CH-2740 Moutier
Schweiz
Tel. +41 32 494 44 44
contact@tornos.com
tornos.com

Wir möchten, dass die Hersteller Tornos als Marke und als Synonym für Qualität, Produktivität, Präzision und Effizienz wahrnehmen. Dies sind die Ziele, die Tornos verfolgt, wobei sich der Konzern von seiner Strategie, seiner Vision und seinen Werten leiten lässt. Rolph Lucassen, Head of Marketing Communications and Brand Management bei Tornos, erläutert, welcher Grundgedanke sich hinter dem neu gestalteten Markendesign des Konzerns verbirgt.

decomagazine: Was war der Grund für Tornos, sein Markendesign zu ändern?

Rolph Lucassen: *Mit einer Marke verfolgt man eine Strategie. Das gewählte Markendesign, und damit meine ich auch das neue Tornos-Logo, ist der sichtbare Beweis dafür, dass wir mit der Umsetzung unserer Strategie unsere Zukunft aktiv gestalten. Indem wir uns eindeutig als global agierendes, flexibles und innovatives Unternehmen definieren, heben wir uns von unserer Konkurrenz ab und stärken damit unsere Marke. Gleichzeitig schaffen wir Vertrauen am Markt.*



dm: Was genau meinen Sie mit dieser Strategie?

RL: Wir haben sechs Säulen definiert, auf denen wir unsere Zukunft aufbauen wollen. Ganz oben auf der Liste steht die Internationalisierung unserer Geschäfte. Der Markt ist heute so beschaffen, dass man es sich nicht leisten kann, sich auf die Schweiz zu beschränken. Vor diesem Hintergrund konzentrieren wir uns nun darauf, unsere Geschäfte auf ein internationales Fundament zu setzen, flexibler zu werden und durch Innovation zu wachsen. Was uns heraushebt, ist unser Tornos Service. Darauf basierend können wir unsere Operational Excellence ausbauen und exklusive, kundenorientierte Lösungen für ausgewählte Marktsegmente anbieten.

dm: Wie will Tornos diesen Plan verfolgen?

RL: Änderungen gibt es auf allen Ebenen; sie betreffen all unsere Geschäftsaktivitäten. Die Maschinen, die wir heute bauen, unterscheiden sich wesentlich von den Vorgängermodellen. Wir halten weiterhin an unseren Grundprinzipien Kompetenz, Qualität und Leistung fest, konzentrieren uns in der Forschung aber heute zunehmend auch auf Produktergonomie, Platzbedarf und Energieoptimierung. Wir achten auf jedes Detail und, noch wichtiger, wir stellen den Menschen – um genauer zu sein, den Kunden und den Maschinenbediener – in den Mittelpunkt unserer Forschungsarbeit, unseres Denkansatzes und unserer Gedanken.

Ein neues Erlebnis in Moutier

Das Tornos-Verwaltungsgebäude in Moutier wurde 1958 errichtet und hat verständlicherweise erste Alterserscheinungen gezeigt. Wie mit dem modernisierten Tornos-Logo, das bereits seit einigen Jahren an all unseren Gebäuden prangt, wollte Tornos die funktionale und die emotionale Seite der Marke – das «Sehen und Fühlen» – unter einem Dach vereinen. Bei diesem Renovierungsprojekt hat Tornos mit dem Architekturbüro Mint Architecture in Zürich zusammengearbeitet, mit der Vorgabe, ein ganz eigenes Konzept zu entwickeln. Es ging darum, die Unternehmenswerte umzusetzen und dabei die bestehenden baulichen Gegebenheiten bestmöglich zu nutzen. In dem Wunsch, das großzügige Raumangebot zu nutzen, gleichzeitig aber eine einheitliche Herangehensweise

zu finden, um die Änderungen in Szene zu setzen und das Unternehmen in einzigartiger Weise zu präsentieren, wurden ein völlig neues Empfangszentrum und Konferenzräume geschaffen, die mit neuester Präsentations- und Kommunikationstechnik ausgestattet sind. Modularität und Flexibilität, so lautet das Gebot der Stunde bei Tornos; das heißt, das Raumangebot reicht von offiziellen Räumlichkeiten bis zu Rückzugsbereichen für private Gespräche. Das renovierte Erdgeschoss ist nun mit neuen, modernen Fenstern, ansprechender Beleuchtung und Akustikplatten ausgestattet. Gleichzeitig wurde darauf geachtet, die Eigenheit der relativ quadratischen Bauweise zu berücksichtigen. Das Ergebnis ist überwältigend. Besuchen Sie uns – es lohnt sich!

„Wir stellen den Menschen – um genauer zu sein, den Kunden und den Maschinenbediener – in den Mittelpunkt unserer Forschungsarbeit, unseres Denkansatzes und unserer Gedanken.“

Rolph Lucassen Head of Marketing Communications & Brand Management



dm: Ein Werkzeugmaschinenhersteller, der zuerst an die Menschen denkt?

RL: Unsere Vision basiert gewissermaßen auf dem Menschen, um den herum wir unsere Maschinen entwickeln. Wir geben dabei den Erwartungen Gestalt und nehmen Erfordernisse und Erfolge vorweg. Dies sehen wir auch als Bestandteil unserer Unternehmenskultur. So wie Tiere sich an ihre Umgebung anpassen müssen, um zu überleben, muss ein Unternehmen sich wandeln, um in der Außenwelt zu bestehen. Das führt dazu, dass ein Unternehmen, um Erfolg zu haben und durch Spezialisierung neue Märkte für sich zu gewinnen, wesentliche Qualitäten aufweisen muss wie Aufgeschlossenheit und den aufrichtigen Wunsch aller Mitarbeiter und Teams, voneinander zu lernen und sich gegenseitig zu unterstützen. Vergleichbar ist dies damit, dass Tiere sich umstände halber ein neues Lebensumfeld suchen. Zukunftsorientierung und gemeinsame Werte sind daher Schlüsselfaktoren, wenn es darum geht, Wohlergehen für uns alle – sprich für unsere Kunden, unseren Konzern, unsere Kollegen und uns selbst – zu sichern.

dm: Wie lässt sich das realisieren?

RL: Wir haben sechs Werte definiert, die für ganz wesentlich halten. Unsere ganze Unternehmenskultur kreist um Agilität, Offenheit, Wagemut, Zuverlässigkeit, Teilen sowie Wertschätzung. Wenn wir uns trauen, neue Dinge auszuprobieren und Risiken in Kauf zu nehmen, werden wir alle vorankommen und unsere Ziele erreichen.

Konkret haben wir beschlossen, unseren derzeitigen und auch den potentiellen Kunden ein neues Erlebnis zu schaffen, das Tornos-Erlebnis. Wenn sie uns auf Messen an unserem Messestand besuchen, werden sie z.B. unser Universum entdecken können, ein Universum, das durch einen einzigartigen Mix aus industriellem Design und menschlicher Wärme, durch Beton und Holz gekennzeichnet ist. Die Maschine wird – auf einem Podest – in den Mittelpunkt gestellt und es wird auf Anhieb klar, dass wir ihr „Meister“ sind. Die Art, wie wir unsere Besucher empfangen zeigt ihnen sofort, dass ihre Anwesenheit den Unterschied ausmacht. Die gleichen Überlegungen haben uns veranlasst, unsere Firmenzentrale in Moutier zu renovieren. Die Arbeiten im Erdgeschoss sind gerade abgeschlossen, und wir haben hier ein neues Empfangszentrum und Konferenzräume in einer hellen und freundlichen Atmosphäre eingerichtet. Letztere lädt zum Wohlfühlen und Kommunizieren ein.

Wir präsentieren mit Stolz die Farben unseres Unternehmens. Mit dieser Farbpalette laden wir unsere Kunden zu einem einmaligen Erlebnis ein. Nach dem gleichen Prinzip verfahren wir in unserem neuen Customer Center Shanghai. Es gibt bereits Pläne zur Errichtung eines ähnlichen Zentrums in Deutschland, das nach dem gleichen Konzept ausgelegt werden soll.

Im Grunde geht es einzig und allein um Emotionen. Wenn Sie sich an einem Ort willkommen fühlen, werden sie immer wieder gern dorthin zurückkehren. Sie wissen, dass sie kompetente Ansprechpartner finden, die Sie nicht nur im Hinblick auf unsere Produkte versiert beraten, sondern denen auch daran gelegen ist, Ihnen zuzuhören und auf Ihre Erfordernisse, Probleme und Projekte einzugehen.

Sein Publikum kennen und zum richtigen Zeitpunkt die richtigen Noten spielen, das ist es, was Tornos bei seinen täglichen Aktivitäten beabsichtigt. So gesehen sind wir wie ein Orchester: Jeder Tornos-Mitarbeiter bringt seine ganz eigenen Kenntnisse und Fertigkeiten ein. Wir alle übernehmen unseren Part, auf dass eine umwerfend harmonische Melodie entsteht.

Was mich betrifft, so habe ich das Privileg, diese ganz besondere Welt in Bewegung zu halten. „We keep you turning“, das ist nicht nur ein Versprechen, sondern eine Qualitätsgarantie. Dieses Motto steht für unser Engagement und unsere Bereitschaft, uns immer wieder selbst zu übertreffen und gleichzeitig das Fundament für den Fertigungserfolg unserer Kunden zu legen.

tornos.com



serge meister  **sa**
PRECISION CARBIDE TOOLS



www.meister-sa.ch