



HÖRMANN
Gruppe

DAS MAGAZIN DER HÖRMANN GRUPPE Nr. 1

mittendrin

im Wandel

ZEITEN ÄNDERN SICH
Hans Hörmann über
die Wirkung der Freude

STÄRKEN AUSSPIELEN
Ein neuer Markenauftritt
für die HÖRMANN Gruppe

NETZWERK HÖRMANN
Wie wir gemeinsam
Zukunft gestalten

In dieser Ausgabe



4

NEWS
Unter anderem:
HÖRMANN Logistik
beim Innovationswettbewerb TOP100 ausgezeichnet



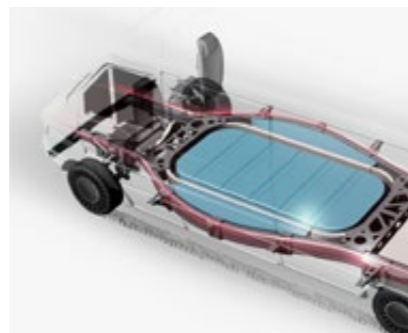
8

FOKUS Wandel
Gründer Hans Hörmann
über Meilensteine der
Firmengeschichte



12

FOKUS Wandel
Wie der neue Marken-
auftritt entstanden ist



16

NETZWERK
Wir zeigen, wie Team-
work unsere Zukunft
gestaltet



18

INSIGHT
Holger Füssel von
HÖRMANN Rawema
gibt Tipps für starke
Verbindungen



Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,

das Jahr 2020 ist ein Jahr mit völlig neuen, bisher unbekanntenen Herausforderungen, aber auch das Jahr des 65-jährigen Firmenjubiläums der HÖRMANN Gruppe. Im Jahr 1955 hat unser Firmengründer Hans Hörmann den Grundstein für den heute breit diversifizierten und aus mehr als 25 Tochtergesellschaften bestehenden Firmenverbund sowie die Beschäftigung von rund 2.900 Mitarbeitern gelegt.

Wir haben dieses besondere Jahr zum Anlass genommen, eine langjährige Tradition von früher wiederaufleben zu lassen und eine neue Mitarbeiterzeitschrift in der Form eines Magazins mit dem Titel »mittendrin« herauszugeben. Diesen Titel haben wir gewählt, weil dieses Wort wichtige Werte der HÖRMANN Gruppe wie »Tatkraft«, »Augenhöhe«, »Verantwortung« und »Innovationsfreude« zusammenfasst. Mit der »mittendrin« – mittendrin im Geschehen – wollen wir allen Lesern einen vielfältigen Einblick in unser tägliches Leben und unsere Arbeit bei HÖRMANN geben. Die »mittendrin« soll aber vor allem die vielfältigen Menschen in unserem Unternehmen mit ihrem hohen Engagement, ihrer Loyalität und ihren Erfolgen erlebbar machen nach unserem Motto »Ideen verbinden, Möglichkeiten erleben«.

Mit diesem Magazin wollen wir in Zukunft vier Mal im Jahr alle Mitarbeiter der HÖRMANN Gruppe, aber auch unsere Kunden, Lieferanten und Partner über das aktuelle Geschehen nah an den Menschen informieren. In regelmäßigen Rubriken wollen wir Sie unter »News« über Neuigkeiten aus den Gesellschaften, unter »Fokus« über ein wechselndes Schwerpunktthema, unter »Netzwerk« über Gemeinschaftsprojekte und Synergien zwischen den Gesellschaften und unter »Insight« über unsere Gemeinschaft, die Menschen bei HÖRMANN und ihr soziales Engagement berichten. Die Beiträge entstehen nach dem Grundsatz »Mitarbeiter schreiben für Mitarbeiter«, und wir würden uns sehr freuen, wenn auch Sie mitarbeiten würden. Wir freuen uns über jeden Artikel (und helfen Ihnen auch gerne bei der Formulierung).

Viel Spaß beim Lesen der ersten Ausgabe von »mittendrin«, die unter dem Titel »Wandel« einen Rückblick über 65 Jahre Firmengeschichte, aber mit unserem neuen Markenauftritt, vielen News und Berichten über Innovationen auch die starke Kraft der Mitarbeiter zur stetigen Erneuerung der HÖRMANN Gruppe und damit zur gemeinsamen Gestaltung unserer Zukunft zum Ausdruck bringt.

Ihr Michael Radke und Johann Schmid-Davis

Dr. Michael Radke
CEO der HÖRMANN Gruppe

Johann Schmid-Davis
CFO der HÖRMANN Gruppe

AUTOMOTIVE

DIE NEUE NORMALITÄT

Der Ausbruch von Corona hat die Automobilindustrie hart getroffen. So auch den Geschäftsbereich HÖRMANN Automotive: Im zweiten Quartal sind die Umsätze in den Werken Gustavsburg und Wackerndorf um bis zu 95 % eingebrochen. Ein Vergleich: »Unser Hauptkunde hat im Monat April so viele Teile für Fahrzeuge abgenommen wie sonst an einem Tag«, sagt Dr. Daniel Holstein, Geschäftsführer von HÖRMANN Automotive. »Wir mussten in allen Werken Kurzarbeit fahren, Urlaub wurde abgebaut, Zeitkonten heruntergefahren. Mittlerweile sehen wir wieder eine Entwicklung nach oben«, so der Geschäftsführer. Er fügt hinzu:

» Das haben wir nur dem Verständnis unserer ganzen Mannschaft zu verdanken. Sie sorgt auch dafür, dass der Betrieb mit einem umfassenden Corona-Hygienekonzept stabil weiterläuft. «



ENGINEERING

Auch in der Krise liegen Chancen

VacuTec Meßtechnik ist weltweit einer von drei Herstellern von Messgeräten zur Kontrolle der Strahlenbelastung von Patienten bei Röntgenuntersuchungen. Das Unternehmen hat sich durch seine hervorragende Marktposition auch in der Coronakrise als stabiler Teil der

HÖRMANN Gruppe erwiesen: »Der Bedarf an unseren Medizinprodukten ist im globalisierten Markt auch wegen der Coronakrise stark gestiegen«, unterstreicht Dr. Bernd Wörmann, Geschäftsführer von VacuTec.

AUTOMOTIVE

Werk Bánovce im Aufbau

»Im Moment bauen wir weiter Personal auf«, so Daniel Holstein. Über 300 Mitarbeiter arbeiten bereits im Werk Bánovce, und täglich werden es mehr. Die Herausforderung besteht darin, dass die neuen Mitarbeiter bereits nach kurzer Zeit eine hohe Produktivität und Qualität erzielen – der Druck der Automobilindustrie ist hoch. Das Werk ist noch auf der Suche nach weiterem Personal, z. B. nach Schweißern.



Die HÖRMANN Gruppe

27
Tochter-
unternehmen



15 strategische Geschäftsfelder



2.821

Mitarbeitende

622

Mio. € Umsatz
in 2019

4 % EBIT-Marge (in 2019)



4 Sparten

Communication, Engineering,
Automotive, Services

39 % Eigenkapitalquote (in 2019)

SERVICES

WARTUNG VERLANGT EXPERTISE

» Da der Markt für Solartechnik und Elektromobilität weiter wachsen wird – speziell im Kleinkundenbereich – ist gute Wartung gefragt «,

betont Dirk Jakobs, Geschäftsführer der HÖRMANN Industrieservice GmbH. Deswegen startete das Unternehmen jetzt eine Kooperation mit einem Start-up in Göttingen. Es konzentriert sich auf Photovoltaikanlagen mit Speicherfunktion und entwickelt u. a. eine App, die verschiedene Verbräuche im Haushalt zu einer zentralen Speicheranlage bündelt.



Neuer Geschäftsführer

Lothar Becker übernimmt seit 1. Juli 2020 als neuer Geschäftsführer die Gesamtverantwortung für den Geschäftsbereich HÖRMANN Services. »Wir möchten dem Kunden alles aus einer Hand liefern und bieten dafür ein umfassendes Portfolio an Dienstleistungen im ganzen Lebenszyklus automatisierter Fertigungs- und Produktionseinrichtungen – ausgehend vom Produkt über den Prozess, den Start bis zum Ende der Produktion«, so Becker. Er übernimmt die Aufgaben von Günther Bach-Bezenar, der 2017 den neu etablierten Geschäftsbereich aufgebaut hat. Als Dank für seine besonderen Leistungen erhielt Bach-Bezenar 2019 den Goethe-Preis der HÖRMANN Gruppe.

HÖRMANN GRUPPE

ERFOLGREICHE
EINFÜHRUNG
DER HÖRMANN
RENTE

An der 2019 eingeführten HÖRMANN Rente nehmen mittlerweile rund 600 Mitarbeiter der Gruppe teil. Der Zuschuss zur betrieblichen Altersvorsorge steht jedem teilnehmenden Mitarbeiter von Beginn an zu. Informieren Sie sich in unserem neuen Benefit-Portal über das attraktive Modell und entdecken Sie weitere Vorteile sowie Erleichterungen zur Optimierung Ihrer individuellen Versorgungssituation.

Mehr Infos finden Sie unter www.iwv-institut.de/hoermann-gruppe oder in unserer Broschüre



Sie haben Ihre Zukunft selbst in der Hand – und wir unterstützen Sie dabei!



ENGINEERING

Innovations-
champion

Für sein »innovationsförderndes Management« wurde die Münchener HÖRMANN Logistik jetzt in der Größenklasse 51 bis 200 Mitarbeiter beim Innovationswettbewerb TOP 100 ausgezeichnet.

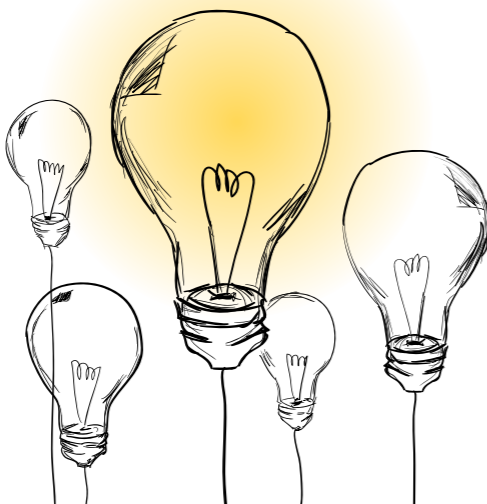
Die rund 80 Mitarbeiter bei HÖRMANN Logistik konzipieren und realisieren automatische Hochregallager, Kleinteilelager und die anbindende Förder- und Handlingtechnik – in den unterschiedlichsten Branchen. Zur Intelligenz der projektierten Anlagen steuert das eigene

Warehouse-Management-System »HiLIS« seinen Teil bei. In Kürze sollen neue Predictive-Analytics- und Maintenance-Tools ausgerollt und im neuesten »HiLIS«-Update alle Funktionen auf einem Dashboard abgebildet werden.

Für seine Innovationsstärke wurde das Münchener Unternehmen jetzt ausgezeichnet.

» Wir freuen uns sehr über diese Auszeichnung und Anerkennung «,

kommentieren die Geschäftsführer Steffen Dieterich und Oliver Vujcic. »Das TOP-100-Siegel verdanken wir unseren Mitarbeitern.« Durch eine individuelle Adaption steht »HiLIS AS« auch als Management- und Steuerungstool für die von HÖRMANN Logistik realisierten, automatischen AutoStore-Kleinteilelager-systeme zur Verfügung. Diverse AutoStore-Projekte wurden bereits für die boomende E-Commerce-Branche erfolgreich realisiert.



COMMUNICATION

GRATULATION ZU
20 JAHRE
FUNKWERK

Die Funkwerk AG begeht in diesem Jahr ihr 20-jähriges Jubiläum als Aktienunternehmen. 20 Jahre bedeuten viele innovative Ideen, die heute den Standard bestimmen. Mehr als 50.000 Systeme weltweit sichern über die Zugfunkgeräte von Funkwerk die Verbindung zwischen Zügen und Leitstellen. Seit 1948 produziert Funkwerk elektronische Geräte. Seit dem 15. November 2000 notiert die Funkwerk-Aktie an der Börse: zuerst im Börsensegment Neuer Markt, heute im Freiverkehrsegment m:access an der Börse München. Unter dem Slogan »Traditional. Innovative. SOLUTIONS.« konzentriert sich Funkwerk auf die Kerngeschäfte Zugfunk, Fahrgastinformation und Sicherheitstechnik.

Und zum Jubiläum gleich eine erfreuliche Nachricht: Die Funkwerk AG übernimmt im Rahmen eines Asset Deals die Aktivitäten des Geschäftsfelds Zugfunk der STRABAG Infrastructure & Safety Solutions GmbH (SISS), Wien. Mit der Übernahme baut Funkwerk insbesondere seine hervorragende Stellung bei Mobilfunksystemen für den Bahnbereich aus.

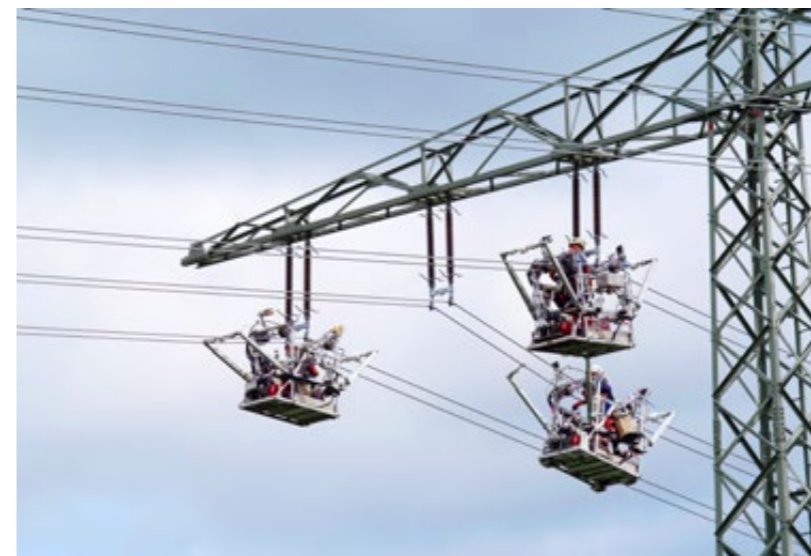
» Traditional.
Innovative.
SOLUTIONS. «



COMMUNICATION

AUSGEKLÜGELTE
MECHANIK

HÖRMANN Kommunikation & Netze führte für die Pfalzwerke Netz AG Modernisierungsarbeiten an zwei 110-Kilovolt-Leitungen im Bereich Frankenthal durch. Und das mit einem hohen Aufwand für den Schutz gegen herabfallende Leitungsseile auf Bebauungen, Straßen und Bahnlinien. Rund 230 Stück Rollengehänge kamen dafür zum Einsatz. Drei Freileitungsfahrwagen bauten die rund 2.000 Abstandshalter ein. Das Überfahren der Isolator-Tragketten wurde durch eine ausgeklügelte Mechanik mit hydraulischen Hilfsarmen an den Fahrwagen ermöglicht.



» Das persönliche Verhältnis zeichnet HÖRMANN aus! «

65-jähriges Jubiläum: Unternehmensgründer Hans Hörmann über Börsengänge, das Bundesverdienstkreuz – und über die Wirkung der Freude an der täglichen Arbeit.



Harte Arbeit muss man besonders feiern!

»Mit diesem Zug unternahmen wir einen großen Betriebsausflug. Für das Anbringen des Namens HÖRMANN auf dem Waggon hatten wir sogar die offizielle Erlaubnis der Deutschen Bahn. Wir waren über 100 Leute, der Zug war voll. Solche Events sind bei unserer heutigen Mitarbeiterzahl für die ganze Gruppe nicht mehr möglich und finden daher in den eigenen Unternehmen statt. Betriebsausflüge finde ich generell wichtig – es erleichtert vieles, wenn sich die Mitarbeiter persönlich begegnen und ein Name zum Gesicht im Gedächtnis haften bleibt.«



Der Besuch der Queen

»Da war die Queen noch jung! Na ja, und ich auch. Der Besuch fand allerdings nicht bei uns in Deutschland statt, sondern bei MESL – einer Firma aus Edinburgh, die Bewegungsmelder herstellte. Die Geräte lösten bei Bewegung einen Alarm aus und galten zur damaligen Zeit als sehr innovativ. Wir hatten zu großen Teilen die Vertretung der schottischen Firma in Deutschland, Österreich und in der Schweiz übernommen. Woran ich mich noch gut erinnere, ist, dass Queen Elisabeth II sehr leise sprach, also königlich. Damals wunderte sie sich, dass eine deutsche Firma ein britisches Unternehmen in Deutschland, Österreich und in der Schweiz vertritt. Ich lobte die besonderen Bewegungsmelder von MESL, was ihr gut gefiel. Man sieht: Damals waren solche wichtigen Kooperationen in Richtung Zukunft noch Neuland!«

DIE 70er-JAHRE

DAS GRÜNDUNGSJAHR 1955

»Als Firmengründer habe ich immer Wert darauf gelegt, ein gutes Verhältnis zu den Geschäftsführern der HÖRMANN Gruppe zu pflegen. Jeder Geschäftsführer soll sich als eigener Unternehmer fühlen können.



Bei allem, was man tut, sollte man sich stark an den Mitarbeitern orientieren – und selbstverständlich an den Kunden. Ich hatte immer ein offenes Ohr und eine offene Tür. Um das leisten zu können, gab es in meiner aktiven Zeit wenig Unterschied zwischen Privat- und Familienleben. Die Firma ist mein Leben. Ich war immer als einer der Ersten im Büro. Um halb acht morgens ging es zur Arbeit, um halb acht abends fuhr ich nach Hause. Negativen Stress kannte ich nicht, sondern nur positive Herausforderungen – und viel Freude an der täglichen Arbeit.

Ich kann mich nicht daran erinnern, dass ich ein Geschäft aufgebaut habe, das mir keine Freude bereitet hat. Zu Freude am Geschäft und an der Arbeit würde ich ganz allgemein jedem raten, der Erfolg im Berufsleben haben möchte.«



Wie alles begann ...

»In den ersten Jahren habe ich mich viel mit Blitzschutzanlagen, Sicherheitstechnik und Sirenen beschäftigt – denn damit begann unser Geschäft.«



Rot als Signalfarbe

»Zum 10-jährigen HÖRMANN Jubiläum fotografierten wir alle Autos unserer großen Serviceflotte und Firmenmitglieder auf der Münchener Theresienwiese. Wie Sie sehen: Schon damals in HÖRMANN Rot! Das Foto haben wir dann als Werbefoto verwendet. Der VW Bus war für uns übrigens der geeignetste Montagewagen. Mit diesem Wagen bauten und warteten wir die Anlagen für die Blitzableiter.«

DIE 60er-JAHRE

Die Sirene als Herzstück

»Dieses Bild wurde auf einer großen Sicherheitsmesse in Essen aufgenommen. Zu der Zeit fokussierten wir uns auf die Produktion von Einbruchmeldeanlagen, Sicherheitstechnik und neuartigen Bewegungsmeldern. Kernstück war unsere Sirene. Und elektronische Sirenen waren hier das interessante Ausstellungsstück, da sie eine Neuheit waren – im Gegensatz zur konventionellen elektrischen Sirene. Für den Messestand hatten wir ein ausgefeiltes Konzept und strichen zudem unsere Sirene extra rot an, denn ein professioneller Außenauftritt ist wichtig. Dem Kunden wollten wir unsere Sirene so nah wie möglich bringen.«



DIE 70er-JAHRE



Ausbau internationaler Geschäfte

»Seit den späten 60er-Jahren waren wir sehr aktiv im Export tätig. Mit unserer elektronischen Sirene wuchsen wir zum Weltmarktführer. Die Sirene galt unter anderem in Israel, den Arabischen Staaten und Asien als führend. Zudem übernahmen wir 1979 das US-amerikanische Unternehmen Raytek, unseren ersten Firmensitz im Silicon Valley. Raytek war der erste Hersteller von Infrarot-Bewegungsmeldern und wuchs zum Weltmarktführer heran.«



Neuer Schlossbesitzer

»2001 übernahmen wir das Schloss Beichlingen und förderten damit das Kulturerbe der Umgebung von Köllda, wo unsere Funkwerk AG ihren Hauptsitz hat. Einige Gruppentagungen mit den Geschäftsführern fanden sogar im Schloss statt. Und unser Goethe-Preis wurde hier ins Leben gerufen.«



»Der HÖRMANN Goethe-Preis wird jedes Jahr bei der Gruppentagung an einen Geschäftsführer in der Gruppe verliehen. Es ist eine Wertschätzung für hervorragende Leistung.«

DIE 00er-JAHRE



DIE 80er-JAHRE

Neuer Stammsitz in Kirchseeon

»Das Zelt, das Sie hier sehen, stand vor unserem Firmengelände. In ihm fand unsere Jubiläumsfeier statt. Für mich war es selbstverständlich, das 25-jährige Jubiläum mit allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu feiern. Das ging damals noch, weil wir eine überschaubare Mannschaft waren. Heute erreichen wir die vielen Mitarbeiter über Kommunikationskanäle wie unser neues Magazin, die ›mittendrin‹.«



Der Börsengang

»Der Börsengang der Funkwerk AG begann am 15. November 2000 an der Frankfurter Wertpapierbörse im Sektor „Neuer Markt“. Auf dem Bild sieht man von links nach rechts die Herren Steglich, Pfister, Dr. Grundner und Meyer. Ich stehe in der Mitte. Dieser Börsengang wurde damals sehr gefeiert. Ein besonderes Highlight war zum Beispiel, als die Funkwerk-Aktie am 20. September 2004 in den Auswahlinde TecDAX aufgenommen wurde. Die Zeit stand bei uns generell im Zeichen der Diversifizierung hin zu verschiedenen Technologien – etwa zum Sicherheits- und Kommunikationsbereich.«



DIE 90er-JAHRE



Chancen in den neuen Bundesländern

»Mit dem Fall der Mauer begann auch für uns eine neue Zeitrechnung. Als Präsident der Vereinigung Mittelständischer Unternehmer e.V. (VMU) unterstützte ich die Teilnahme am ersten gesamtdeutschen Unternehmerkongress in Rostock. Hier loteten wir Möglichkeiten einer Zusammenarbeit mit Unternehmen in den neuen Bundesländern aus. Im Zuge der Reform der Sirenenwartung und -instandhaltung in Deutschland durch das Bundesamt für Zivilschutz führten wir umfangreiche Verhandlungen mit den Ländern und konnten einen großen Teil der Wartungsverträge gewinnen.«



Das Bundesverdienstkreuz

»Der ehemalige Verkehrsminister Dr. Peter Ramsauer übergab mir das Bundesverdienstkreuz für unser Engagement in Ostdeutschland, die Gründung und Übernahme vieler Firmen vor Ort. Und für unser soziales Engagement: Anstatt meinen 80. Geburtstag groß zu feiern, haben wir ein Unterflorschwimmbad für ein Kinderhospiz gespendet. Im Schwimmbadbau waren wir übrigens eine Zeit lang sehr aktiv. Insgesamt hat HÖRMANN in ganz Deutschland bestimmt über 1.000 Schwimmbäder gebaut.«

Die ganze Chronik ist nachzulesen unter:
www.hoermann-gruppe.de/chronik



MARKE.

WARUM?

WIE?

GEMEINSAM!

Wirksame Inhalte, klug kommuniziert – das ist der neue Auftritt von HÖRMANN. Dabei sind das neue Logo und der neue Außenauftritt das visuelle Ergebnis eines spannenden Markenprozesses, der viel Bleibendes hervorgebracht hat. Und das bei einer Unternehmensgruppe, für die Veränderung zu den Konstanten gehört.

»Marke ist, was man hinter deinem Rücken über dich sagt.« Das sagt Martin Summ. Und er muss es wissen: Der Geschäftsführer der Branding-Agentur Kochan & Partner hat schon so manche Marke vorangebracht und den Markenprozess der HÖRMANN Gruppe begleitet. Summ ist es wichtig, erst einmal zu erklären, was eine Marke überhaupt ist, was eine Marke alles kann: dass eine Marke viel mehr ist als ein gut gestaltetes Klingelschild oder die Fahne mit dem Logo vor der Tür. Dass in der Marke Haltung und Werte eines Unternehmens oder eines Produkts zum Ausdruck kommen, die im besten Fall Mitarbeitern, Kunden und Partnern Orientierung bieten. Indem sie zeigen, wofür ein Produkt oder ein Unternehmen steht.

»Eine Marke ist im Grunde jede Dienstleistung, jedes Produkt, ja: jeder Mensch. Eine starke Marke trifft begründete Entscheidungen. Sie positioniert sich klar am Markt und hat ein scharfes Profil gegenüber Wettbewerbern«, so der Branding-Experte. »Starke Marken lösen Bilder aus. Man erinnert sich an sie, identifiziert sich mit ihnen. Man berichtet über sie. Im besten Fall über ihre Schokoladenseiten!« Ein Beispiel: Milka, Ritter Sport und Lindt – Schokolade gibt es in allen Ausführungen, der Preisunterschied ist fast so groß wie die Zahl der Anbieter. Warum aber greifen Kunden immer wieder zu ihrem Lieblingsprodukt als handle es sich um eine Glaubensfrage? »Weil Marken wie Kopfkino sind«, weiß Summ. »Sie lösen Gefühle aus. Der eine braucht es im Herzen zart, der andere quadratisch, praktisch, gut!« Das Gegenteil: Wer undefinierbar bleibt oder ausschließlich über den Preis

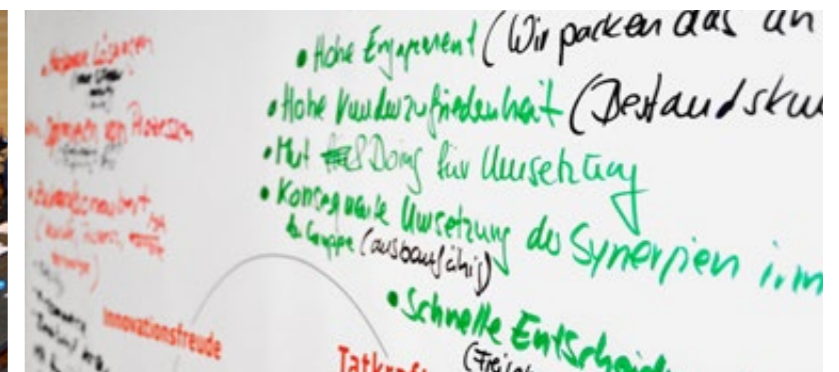
denkt, der hat nicht nur als Marke, sondern auch als Unternehmen verloren. »Früher waren viele Technologiefirmen ohne direkten Bezug zu Endkunden der Auffassung, sie bräuchten keine Markenstrategie.« Martin Summ schüttelt den Kopf. »Das ist falsch, denn schließlich ist das Gegenüber immer ein Mensch – Käufer oder Kunde, Mitarbeiter oder Investor. Und Menschen lassen sich nicht allein von Fakten überzeugen.« Dabei funktionieren Konsum- und Unternehmensmarken nach ähnlichen Mustern. Wollen erstere oft Freude pur vermitteln, kommt in Unternehmensmarken der Charakter des gesamten Unternehmens zum Ausdruck. Und der hat es bei HÖRMANN in sich. »Hier haben wir ganz genau hingeschaut: Welche Stärken gibt es über die gesamte Unternehmensgruppe hinweg? Was verbindet die verschiedenen Unternehmen der HÖRMANN Gruppe miteinander? Welche Werte möchte sie prägen? Und wie können wir dies für Kunden, Mitarbeiter und mögliche neue Mitarbeiter erlebbar machen?«

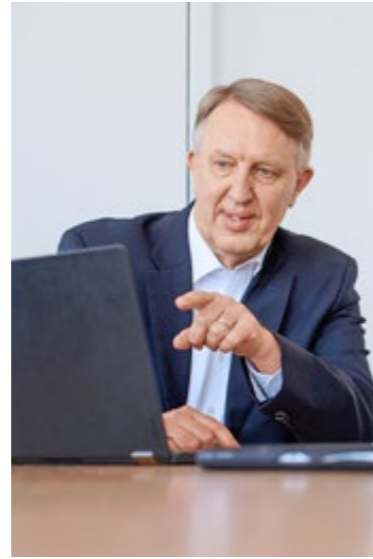
Bei null mussten Summ und sein Team bei ersten Recherchen nicht anfangen. Es gibt eine lange Unternehmensgeschichte. Es gibt Material aus 27 Tochtergesellschaften. Es gibt einen CEO Dr. Michael Radke, der den Prozess hin zum neuen Look und Außenauftritt engagiert vorantreibt. Und eine Marketingleiterin Celina Begolli, die in kurzer Zeit bereits vieles erfolgreich umgesetzt hat.



Martin Summ ist Geschäftsführer und Chief Creative Officer der Branding-Agentur Kochan & Partner in München. Für seine Arbeit ist er vielfach ausgezeichnet worden.

Die Marke HÖRMANN sichtbar machen: Im Prozess der Markenbildung und Wertedefinition kommen die wertvollen Inhalte des Unternehmens zur Geltung.



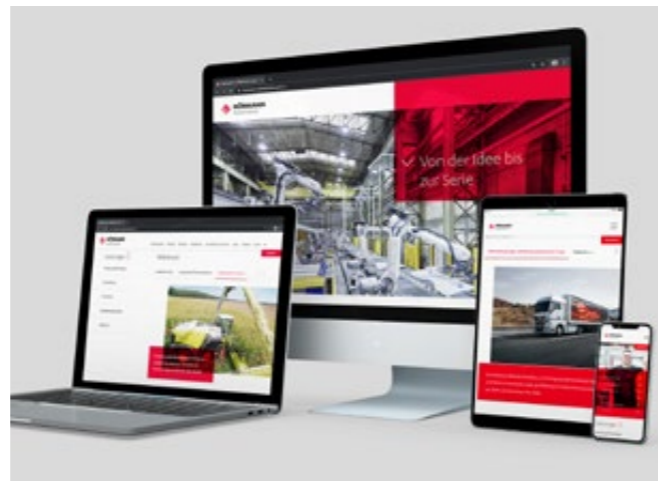


» Wir wollen schlagkräftig sein und den Wettbewerb gestalten. Unser neuer Auftritt schafft hierfür beste Voraussetzungen. «

MICHAEL RADKE, CEO HÖRMANN GRUPPE



Einheitlicher Auftritt: Das neue Corporate Design der HÖRMANN Gruppe knüpft an bewährte Traditionen an, vermittelt aber auch den neuen Aufbruch zur Gestaltung der Zukunft – von der Geschäftsausstattung bis hin zum Digitalauftritt.



Aber was ist es nun das Verbindende? Was zeichnet alle bei HÖRMANN aus, trotz der großen Vielfalt? Antworten auf diese Fragen wurden von Mitarbeitern aus unterschiedlichen Abteilungen und Hierarchieebenen der Gruppe gemeinsam erarbeitet. »Gemeinsam! Ha! Da haben wir es schon!«, freut sich Martin Summ. Gemeinsam ist ein Schlüsselwort, es ist das HÖRMANN Wort schlechthin: Nur zusammen, über Sparten und Branchen hinweg, kann die Gruppe ihre Stärken voll zur Wirkung bringen. Dabei, so das Ergebnis, orientiert sich HÖRMANN an den Werten Innovationsfreude, Tatkraft, Augenhöhe und Verantwortung. Sie soll jeder leben und erleben. Vom Vorgesetzten, im Team, zwischen Kollegen und Kunden gegenüber sollen die Werte ein Kompass sein, der Orientierung schafft und etwas Wertvolles entstehen lässt: eine Haltung. Ihren Ausdruck finden sie durch Mundpropaganda und visuelle Darstellungen. Vor allem aber durch den neuen Unternehmensauftritt: das neue Logo und die neue Website für die HÖRMANN Gruppe. Und durch die vielen neu gestalteten Seiten der Tochtergesellschaften, die nach und nach folgen werden.

» So wird deutlich, wie dynamisch, wie groß HÖRMANN insgesamt ist «,

freut sich Summ.

» Wichtig ist dabei nicht, dass alles gleich aussieht. Sondern, dass wir an verschiedenen Stellen die gleiche Wirkung erzielen. «

Daher ist das neue Design besonders energiegeladener ausgefallen – mit einem kräftigen Rot als Ausdruck von Freude, Innovationsgeist und der neuen Dynamik im Unternehmen. Es ist ein flexibles System, das stets optimiert werden kann. »Eine Marke ist wie ein Versprechen: Wird es eingehalten, ist sie attraktiv und führt Menschen und Bereiche zusammen.« Das geht, schließt Summ, auf ganz unterschiedliche Weise. Bei HÖRMANN ist es auf eine besonders schöne Art gelungen: gemeinsam. ■



Kommentar | Heinz Runte

» Ich bin stolz, ein Teil von HÖRMANN zu sein! «

Ich freue mich, dass wir wieder eine Mitarbeiterzeitschrift haben. Mit ihr sollen Sie alle über Neues und hoffentlich auch Interessantes zeitnah informiert werden. Informiert zu sein über das, was die HÖRMANN Gruppe leistet, ist für Sie, aber auch für Ihr persönliches Umfeld sicher hilfreich. Indem sie über unsere Standorte und unterschiedlichen Sparten unterrichtet, zeigt sie, was uns ausmacht und uns als HÖRMANN Gruppe prägt, nicht nur wirtschaftlich, sondern auch kulturell. Damit meine ich die Haltung, die uns ausmacht: Ein wertschätzendes Miteinander schafft die notwendige Grundlage für Erfolg in der HÖRMANN Gemeinschaft. Deshalb finde ich es wichtig, zu zeigen, wie es sich anfühlt, Teil von HÖRMANN zu sein.

Herzlichst
Ihr Heinz Runte
Mitarbeiter seit 53 Jahren

Heinz Runte leitete viele Jahrzehnte als CEO die HÖRMANN Gruppe. Außerdem war er bis Juli 2020 im Beirat des Unternehmens tätig.



Unser neues Design finden Sie auf unserer neuen Website **hoermann-gruppe.com** und in unserem aktuellen Finanzbericht. Darüber hinaus wurden bereits viele Unternehmensseiten im neuen Look gestaltet.

Direkt zur Website:



Glänzendes Debüt: Das »historische« erste HÖRMANN Magazin



Zukunft gestalten!



Engineering auf höchstem Niveau



Sie entwickeln Visionen und schauen über den Tellerrand: Dr. Wolfram Schmitt, 41, ist Leiter Forschung und Entwicklung der HÖRMANN Automotive GmbH. Alexander Hügl, 30, ist Leiter Technische Berechnung der HÖRMANN Vehicle Engineering GmbH. Die Fahrzeugbauer und ihr Team bewerten relevante Themen von heute – und

gestalten die Zukunft von morgen. Welche Potenziale bergen Zukunftstechnologien für die Unternehmensgruppe? Und bringen sie auch einen Mehrwert? »Wir können nicht jeden Weg einschlagen, sondern müssen priorisieren«, sagt Schmitt.

Bei der Umsetzung spielt für ihn der Synergieeffekt eine entscheidende Rolle: »Das Netzwerk zwischen HÖRMANN Automotive und HÖRMANN Vehicle Engineering unterscheidet uns von unseren Wettbewerbern. Wir möchten neue Geschäftspotenziale durch eine enge Zusammenarbeit nutzen«, betont der Entwicklungs-

chef. »Wir tauschen uns nicht nur aus, sondern treiben Themen gemeinsam voran – die unterschiedliche Perspektive ist befruchtend.« Beispiele für die ersten Erfolge der Zusammenarbeit sind die Kooperationen im 5L-Tragwagen-Projekt und für ein neuartiges Chassiskonzept.

Der Fachwerk-Tragwagen

»5L ist ein Begriff von SBB Cargo und steht für leise, leicht, laufstark, logistikfähig und life-cycle-kostenorientiert«, erklärt der aus dem Kranbau stammende Alexander Hügl. Er erinnert sich noch gut, wie das Projekt entstand: »Vor drei Jahren gab es in der Schweiz eine Messe für Lieferanten. Die SBB Cargo stellte dort ihre Vision eines neuartigen Leichtbauwagens vor, einen Güterwagen der Zukunft.

Die Begeisterung der Vorträge waren ansteckend: Mut zur Innovation, die Entwicklung eines komplett neuen Ansatzes – das waren nur einige Schlagworte.

Wir bei HÖRMANN haben das zum Anlass genommen, alle Strukturen zu hinterfragen und komplett neu zu denken. Was geht noch besser, leichter, automatisierbarer? So ist in gemeinsamen Innovationsrunden die Idee des modularen 5L-NEXT-Tragwagens (Kopfstücke + Mittelsegment) entstanden. Hauptgedanke war ein spezielles Krandesign. Es gibt Kräne, die in einer Gitterrahmenstruktur gebaut werden. Sie haben ein sehr gutes Schwingungsverhalten, sind auf Leichtbau getrimmt und besitzen nur wenige Schweißnähte. So kann Material und Fertigungszeit gespart werden. Durch die belastungsoptimierten Kopfstücke und die Leichtbau-Fachwerkstruktur im Mittelsegment erzielten wir mehr als 20 Prozent Gewichtersparnis gegenüber konventionellen Tragwagen.«

Für Wolfram Schmitt und Alexander Hügl konnten die jeweiligen Kompetenzen passgenau zusammengeführt werden: »In enger Abstimmung mit den Kollegen von HÖRMANN Automotive konstruierten wir das zentrale Mittelsegment des SBB-Cargo-Modells nach dieser Gitterrahmenstruktur. Neben der Produktinnovation war ein weiterer Schwerpunkt die Integration effizienter Fertigungsprozessketten«, so Hügl. »HÖRMANN Automotive in Gustavsburg bietet mit seinem Fertigungsportfolio für die Bahnindustrie neuartige Möglichkeiten der technologischen Umsetzung.

Es gelang uns gemeinsam, durch die Integration rollprofilierter Fachwerkträger und -streben einen hohen Standardisierungsgrad bei gleichzeitig hoher Produkt- und Längenflexibilität sicherzustellen«, führt Schmitt aus. Sein

Kollege Hügl kann mit seiner Expertise im Bahnsektor nur beipflichten: »Diese modulare Bauweise ist ein wichtiger Punkt. Es werden verschiedene Wagenlängen benötigt. Das zentrale Mittelsegment wird am Ende ergänzt durch zwei Kopfstücke, die immer identisch sind. Denn immer gleiche Bauteile lassen die Kosten sparen, man erreicht einen höheren Automatisierungsgrad.«

Die beiden Maschinenbauer sind sich einig: Das Interessante an der Konstellation zwischen HÖRMANN Vehicle Engineering und HÖRMANN Automotive ist, dass sowohl die Entwicklung als auch die Produktion der Bauteile aus einer Hand kommen kann.

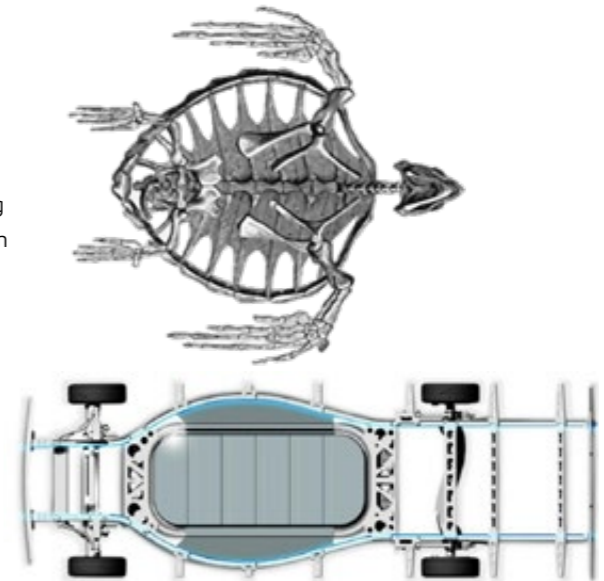
Das Schildkrötenchassis

Wolfram Schmitt gibt ein weiteres Beispiel: »2018 haben wir anlässlich der IAA Nutzfahrzeuge ein neuartiges Chassiskonzept für Elektrofahrzeuge im Sektor des leichten Lieferverkehrs entwickelt und vorgestellt. Elektrofahrzeuge müssen normalerweise mit aufwendigen Schutzvorkehrungen ausgestattet werden, denn die Batterie ist sehr empfindlich. Im Fall eines Seitencrashes kann es zu Fahrzeugbränden kommen. Wir haben uns gefragt, wie die Natur einen derartigen Aufprallschutz sicherstellen würde. Dabei kamen wir auf ovale Strukturen wie die von Eiern, einem Schildkrötenpanzer oder einer Walnusschale. Diese Vorbilder haben wir konsequent bei der Produktgestaltung genutzt.«

Das Chassis ist jedoch nicht nur von der Gestaltung ein »Hingucker«, auch technologisch ist es eine Innovation. »Wir haben uns bei der fertigungstechnischen Gestaltung einer neuartigen Technologie bedient, die wir gemeinsam mit der TU Darmstadt in das Fahrzeugdesign integrieren konnten. Nichtlineare Mehrkammerprofile aus Stahl sorgen in den Längsträgern für einen erhöhten Batterieschutz und bieten neben fertigungstechnologischer Flexibilität auch einen sehr kosteneffizienten Ansatz«, erklärt Schmitt. Dies bestätigt auch Professor Peter Groche vom PtU der TU Darmstadt, mit dessen Institut gemeinsam die ersten Realprototypen für das Chassis entstanden. Auch hier konnten HÖRMANN Synergien genutzt werden. Die konstruktive Detaillierung und

Berechnung des Fahrzeugkonzepts führte HÖRMANN Vehicle Engineering durch. »Aktuell arbeiten wir intensiv an der Industrialisierung der Basistechnologie. Wir konnten in diesem Zusammenhang wichtige Kunden aus der Automotiveindustrie als Mitstreiter gewinnen«, so Schmitt.

Alexander Hügl und Wolfram Schmitt sind überzeugt von den Synergien, die die HÖRMANN Gruppe bietet, und arbeiten intensiv daran, diese weiter auszubauen: »Netzwerken für mehr Umsatz ist unser Leitgedanke. Wenn es darum geht, Probleme unserer Kunden zu lösen, können wir im Verbund mehr Potenziale heben, die uns im Vergleich zu Wettbewerbern Vorteile verschaffen. Andererseits ist es auch wichtig, Trends zu antizipieren, sich eigene Gedanken zu machen, wie Antworten auf diese Trends aussehen können, um auf diese Weise in den Austausch mit den Kunden zu kommen. Am Ende ist es dann unsere Aufgabe, diese visionären Ansätze mit vereinter Expertise in eine fertigungstechnische Realität zu überführen, die mittelfristig hilft, neue Umsätze zu generieren.« ■



Professor Peter Groche ist Institutsleiter für Produktionstechnik und Umformmaschinen der TU Darmstadt. Er hebt die Zusammenarbeit mit HÖRMANN hervor: »Das Integral-Chassis-Konzept von HÖRMANN Automotive ist ein ideales Beispiel, um unsere langjährige Forschungsarbeit in eine serienfähige Anwendung zu überführen.«

Raus aus der Komfortzone



Holger Füssel ist seit neun Jahren Geschäftsführer der HÖRMANN Rawema Engineering & Consulting GmbH in Chemnitz. Warum Netzwerken seine Stärke ist, womit ihn ein Oligarch überraschte und welche Fragen ihm schlaflose Nächte bereiten, darüber spricht der 49-Jährige hier.

Jeder kennt den Begriff Geschäftsführer. Aber welche Arbeit steckt bei Ihnen konkret dahinter?

Die lässt sich in vier Bereiche aufteilen: Verwaltungsaufgaben, Mitarbeiterführung, Management laufender Projekte und Akquise von Aufträgen.

Was für ein Typ Mensch muss man sein, um Kunden für sich zu gewinnen?

Jemand, der sehr introvertiert ist, wäre für diese Aufgabe falsch. Um es flapsig zu sagen: Man muss den inneren Schweinehund überwinden und Kunden hinterher telefonieren. Eine gewisse Penetranz gehört dazu. Genau wie Zuhören, Analysieren und Artikulieren. Unser Geschäft ist sehr erklärungsbedürftig. Ingenieurdienstleistungen sind schwer greifbar. Vieles entsteht im Kopf.

Und Sie helfen beim Kopfkino?

Wenn Sie Ihre Küche einrichten wollen, gehen Sie auch erst mal zum Küchenplaner und lassen sich Funktionen, Prozesse sowie optimale Anordnungen erläutern und erklären. Je nachdem wie gut Ihr Gegenüber ist, fassen Sie Vertrauen und kaufen dann. Ähnlich machen wir das auch. Natürlich im großen Maßstab: mit Fabrikanlagen, Maschinen und Gebäuden.

Was war Ihr größtes Projekt?

Der Bau des weltweit größten Aluminium-Recyclingcenters in Nachterstedt. Die Firma Novelis investierte 250 Millionen Dollar. Das Projekt betreuten wir von 2012 bis heute.

Zu Ihren Kunden zählen MAGNA STEYR, Daimler und die BRP-Rotax GmbH. Wie entstehen solche Geschäftsbeziehungen?

Natürlich zählen in diesen Unternehmen zuerst Qualität und Kompetenz. Darüber hinaus muss man daran arbeiten, Leute kennenzulernen und Kontakte zu knüpfen.

Auf welche Weise funktioniert das am besten?

Manche Kunden treffe ich auf Branchenveranstaltungen. Oft erfahre ich über mein Netzwerk, dass ein Unternehmen vorhat, zu bauen oder

umzuziehen. Dann kann ich direkt mit einem Thema einsteigen. Es kommt auch vor, dass ich ein interessantes Unternehmen entdecke und den Geschäftsführer anrufe.

Gibt es einen besonders guten Weg, um mit Fremden ins Gespräch zu kommen?

Zwischen zwei Terminen geht man am besten zu einem Tisch, an dem man niemanden kennt – und versucht, in die Unterhaltung einzusteigen. Wer nur bei seinen Kollegen bleibt, lernt wenig neue Menschen kennen. Dann heißt es: Raus aus der Komfortzone! Wenn man drin bleibt, kommt man ja nicht weiter. Darum bin ich schließlich bei HÖRMANN. Weil ich hier nicht jeden Tag das Gleiche mache.

Sind Sie dem HÖRMANN Unternehmen deshalb schon seit 21 Jahren treu?

Deshalb – und wegen der Entscheidungsfreiheit. Die HÖRMANN Philosophie ist, dass man im Unternehmen selber als Unternehmer auftritt. Was bedeutet, dass ich als Geschäftsführer innerhalb der strategischen Leitlinien frei entscheide, wohin wir uns entwickeln. Das geht in den ganz großen Konzernen nicht. Da gibt's Hierarchien, das Handlungsfeld ist eingeschränkter.

Sind Sie nervös, wenn Sie zu einem Kunden fahren?

Ein gesundes Lampenfieber schadet nicht. Das hält wachsam. Aber dank einer gewissen Routine muss ich heute weniger vorbereiten als früher.

Haben Sie einen Glücksbringer dabei?

Nein – aber immer Kollegen. Die bringen mir genug Glück.

Wie weit sind Sie schon für Kunden gereist?

Da fallen mir Iran ein, Texas und Sibirien – da war ich hinterm Baikalsee. Einen Wodka beim Geschäftsabschluss gab es hier übrigens nicht. Früher war das in Russland vielleicht mal so, aber das hat sich geändert. Die neue Generation macht anders Geschäfte.

Was ist Ihnen hier besonders in Erinnerung geblieben?

Das Treffen mit einem russischen Oligarchen. Ich erzählte ihm vom Novelis-Projekt mit 250 Millionen Dollar und hielt das für eine große Summe. Da meinte er, ich solle nicht so klein denken, sondern noch zwei Nullen dranhängen – dann könnten wir weiterreden.

Da bleibt einem doch kurz die Luft weg, oder?

Eine ziemlich interessante Erfahrung. Aber im Endeffekt ist nichts draus geworden – das ist das Los der Akquise! Im Normalfall dauert es sowieso zwei Jahre, bis aus ersten Gesprächen ein Auftrag wird. Wenn es schnell geht, kann das auch in einem halben Jahr gelingen. Aber von heute auf morgen geht gar nichts!

Haben Sie mal gedacht: Das schaffe ich nie?

Immer wieder. Ich renne Ewigkeiten einem Kunden hinterher und will es schon sein lassen. Dann kommt plötzlich der erhoffte Auftrag.

Was ist der schönste Moment in Ihrem Job?

Jedes Projekt hat viele Erfolgsmomente: Ich freue mich schon, wenn ich das erste Mal die Möglichkeit bekomme, mich vorzustellen. Wenn daraus eine Anfrage wird und dann ein Auftrag – darüber freue ich mich einfach nach wie vor!

Was sollte jemand mitbringen, der Geschäftsführer werden will?

Er muss bereit sein, Verantwortung zu übernehmen – für das gesamte Unternehmen.

Bereitet Ihnen das manchmal schlaflose Nächte?

Natürlich. Zwei Kernfragen halten mich wach: Haben die Mitarbeiter genug Arbeit? Und wenn ja: Laufen die Projekte richtig? Aber man kann noch so fleißig arbeiten – wenn der Kunde am Ende nicht zahlt, hat man ein neues Problem.

Auf was sind Sie besonders stolz?

Vor allem auf meine Mitarbeiter! Letztes Jahr schafften wir es mit unserer Smart Factory unter die zehn besten Nominierten für den Sächsischen Innovationspreis 2019. Ohne meine Mitarbeiter wäre das nicht möglich gewesen.

Wie kommen Sie nach Feierabend runter?

Ich lege zu Hause konsequent das Handy weg. ■

» Wer die ganze Zeit nur bei seinen Kollegen bleibt, lernt wenig neue Menschen kennen. «



Gute Arbeit sichtbar machen: Francis Barchmann und Benjamin Bielefeld präsentierten HÖRMANN Rawema auf der Innovationskonferenz 2019.

HERZLICHEN
GLÜCKWUNSCH
ZUR NOTE

1

Zwei Auszubildende von HÖRMANN Services im Bereich Metallbauer konnten ihre Gesellenprüfung als Innungsbeste mit der Note 1 abschließen. Die offizielle Ehrung erfolgte Ende Februar dieses Jahres bei der Handwerkskammer im Rathaus von Wolfsburg. Wir gratulieren!



Unsere Stipendiaten 2019/2020 mit der Stiftungsvorsitzenden Elizabeth Hörmann (Bild in der Mitte).

Förderung für junge Talente

Die HÖRMANN Stiftung – wenn aus Engagement Verbundenheit wird

Als eingetragener Verein fördert die von der Familie Hörmann gegründete Stiftung derzeit zehn Studierende der Technischen Universität München.

Eingebunden ist die HÖRMANN Stiftung in das Deutschlandstipendium, das den Stipendiaten 300 Euro pro Monat zur Verfügung stellt. 150 Euro davon übernehmen private Förderer wie Unternehmen, Stiftungen, Alumni und andere Privatpersonen. Die anderen 150 Euro steuert der Bund bei. Das Deutschlandstipendium wird von den Hochschulen ausgezahlt.

Es geht der HÖRMANN Gruppe dabei primär um die Förderung exzellenter junger Talente und um den Austausch von Wissenschaft und Industrie. Selbstverständlich freut sich das Unternehmen, wenn sich Studierende in der Folge für eine Stelle bei HÖRMANN interessieren – gute Nachwuchskräfte werden immer gesucht. In erster Linie soll mit der Förderung Verbundenheit entstehen. Hierfür werden Einblicke in die HÖRMANN Gruppe organisiert: In diesem Jahr kamen die Stipendiaten in die Holding nach Kirchseeon und erhielten unter anderem ein Bewerbertraining.

Vom Deutschlandstipendium profitieren Studierende und Wirtschaftspartner gleichermaßen. Junge Talente können mit der Förderung ihr Potenzial ausschöpfen; die Förderer lernen zukünftige Fach- und Führungskräfte früh kennen. An der TUM funktioniert der Austausch besonders gut, denn Industrie und die HÖRMANN Stiftung sind traditionell eng mit der Universität verbunden.

Henrik Behrens rechts, Moritz Karpstein links, der Standortleiter H. Weiß in der Mitte



Fleißige Bienen bei VacuTec



Bienenbestände in Deutschland? Seit Jahrzehnten in Gefahr. Geeignete Lebensräume? Fehlanzeige. Dagegen engagiert sich die VacuTec Meßtechnik in Dresden: Hier kümmern sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vor Ort um einen eigenen Bienenstock auf dem Firmengelände – Imkerkurs inklusive. Schönstes Nebenergebnis: Sieben Kilo Honig, die als Kundengeschenk in attraktiven 50-Gramm-Gläsern lange in Erinnerung bleiben und vor allem köstlich schmecken.

Für 1 kg Honig fliegt eine Biene umgerechnet ca. 6 x um die Erde.



KURZGEFRAGT

WHAT'S UP?

Oliver Vujcic, Geschäftsführer HÖRMANN Logistik



Herr Vujcic, bei Ihnen im Büro gibt's einen Social Room. Was ist das? 😊

Unsere Mitarbeiter können dort zusammensitzen und Kaffee trinken. ☕ Zukünftig sind außerdem interne After-Work-Events geplant. 👍😊

Also Teambuilding?

Genau! Außerdem wird hier Know-how weitergegeben. ☺ Im Social Room können Ideen entstehen. Oder wir feiern! 🎉

Wie sieht der Raum aus?

Wir haben eine Bar aus Holzpaletten gefertigt 🛠️ – weil wir mit unseren Logistiksystemen Paletten um die Welt bewegen. Darauf sind wir stolz! 🙌

🤔 Wie holt man gute Mitarbeiter an Bord?

Gute Mitarbeiter werben oft andere gute Mitarbeiter an oder schlagen Werkstudenten vor. Viele bringen den Teamspirit schon vom ersten Tag an mit! 🙌

Vielen Dank für das Gespräch! 🙌





Persönlich verbindet!

Auf dem HÖRMANN Assistentinnen tag zeigt sich die Vielfalt der ganzen Gruppe – und dass vieles leichter fällt, wenn man sich persönlich kennt.

Dresden, August 2019. 18 Assistentinnen aus den Unternehmen der HÖRMANN Gruppe trafen sich erstmals zu Austausch, zum Teambuilding und zur weiteren Optimierung der Arbeitsabläufe.

»Wir telefonieren häufig«, so Angelika Hüskes, Assistentin der Geschäftsführung bei HÖRMANN in Kirchseeon und Initiatorin des Treffens. »Was fehlt, sind das persönliche Kennenlernen und ein Gesicht zur Person.«

Genau das wurde an zwei Tagen in der Elbmetropole nachgeholt: Nach einer Vorstellungsrunde und einem Workshop zum neuen Auftritt und zu den Werten der HÖRMANN Gruppe boten ein Stadtrundgang und ein Abendessen in einem historischen Restaurant Raum für das Entdecken von Gemeinsamkeiten. Am nächsten Tag besichtigten die Teilnehmerinnen die VacuTec Meßtechnik, um so einen der vielen

Standorte besser kennenzulernen. Eine Floßfahrt auf der Elbe rundete das Erlebnis ab.

» Wir sind unterschiedliche Persönlichkeiten mit verschiedenen Werdegängen in einer vielseitigen Unternehmensgruppe «,

resümiert Hüskes.

» Und genau das macht die Arbeit bei der HÖRMANN Gruppe so interessant! «

Kolleginnen besser kennenlernen, Informationen vertiefen, Unternehmen vor Ort erleben: All das soll den Assistentinnen tag auch zukünftig auszeichnen, der im kommenden Jahr hoffentlich wieder stattfinden kann.

428,6 %

Anstieg der Videokonferenzen bei HÖRMANN von Februar bis April



Anstieg der Teilnehmer bei Videokonferenzen bei HÖRMANN



Anna Hörmann
als Gastdozentin

Die TU München ist eine deutsche Exzellenzuniversität und eine der führenden Universitäten Europas. Hier hielt Anna Hörmann im Januar dieses Jahres einen Vortrag darüber, wie sich Innovation in einem von Tradition geprägten Familienunternehmen vorantreiben lässt.

Der Vortrag verband die Werte eines Familienunternehmens mit inspirierenden Einblicken in New-Work-Tools wie etwa Design Thinking zur Entwicklung neuer, am Kunden orientierter Produkte und Services im Zeitalter der Digitalisierung, wie sie im neu gegründeten Unternehmensbereich HÖRMANN Digital umgesetzt werden. Das junge Start-up engagiert sich für die digitale Zukunft der HÖRMANN Gruppe nach dem Motto:
»Ideen verbinden, Möglichkeiten erleben.«

» Digitalisierung wird die Zukunft der HÖRMANN Gruppe maßgeblich beeinflussen. «

mittendrin
LEBT VON
IHREN IDEEN

Damit dieses Magazin so lebendig und vielfältig bleibt wie unsere Unternehmensgruppe, brauchen wir Sie. Machen Sie mit, werden Sie kreativ und gestalten Sie die nächste mittendrin mit uns! Wir freuen uns auf Ihre Beiträge.

Jetzt mitmachen!
Schicken Sie uns Ihre Themen mit Ansprechpartnern an:

marketing@hoermann-gruppe.com



mittendrin
VORSCHAU
AUSGABE

2

Auch in unserem Folgeheft erwarten Sie spannende Themen aus der HÖRMANN Gruppe: Welche Werte prägen uns? Welche Strategien tragen uns in die Zukunft?

Das und viele interessante News in der nächsten mittendrin-Ausgabe.

Jetzt mitmachen!
Schicken Sie uns Ihre Ideen an:

marketing@hoermann-gruppe.com



HERAUSGEBER

HÖRMANN Holding GmbH & Co. KG
Hauptstr. 45-47
85614 Kirchseeon
Deutschland
T +49 8091 5630 0
F +49 8091 5630 195
info@hoermann-gruppe.com
www.hoermann-gruppe.com

VERANTWORTLICH

Dr. Michael Radke
Johann Schmid-Davis

REDAKTIONSLEITUNG

Celina Begolli

KONZEPT & GESTALTUNG

Kochan & Partner GmbH

FOTOS

HÖRMANN Gruppe, TU Darmstadt, futureSAX, Ulrich Benz | TUM; Andreas Franke; BRANISLAV HOLBAY; Copyright(C)2000-2006 Adobe Systems, Inc. All Rights Reserved; Funkwerk/Florian Schuh; Gettyimages; Hörmann-Bildarchiv; KESSELMEISTER; Dirk Fochler; Kochan & Partner; THOMAS BERBERICH PHOTOGRAPHY

DRUCK

Gotteswinter und Aumaier GmbH
Joseph-Dollinger-Bogen 22
80807 München

STAND

Oktober 2020

Alle Rechte vorbehalten. Die Informationen in diesem Programm wurden mit größter Sorgfalt aufbereitet, dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden. Die HÖRMANN Holding GmbH & Co. KG übernimmt keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für eventuell verbliebene Fehler und deren Folgen.



HÖRMANN
Gruppe