

Zuständig: Thomas Germann
Tel.DW: +41 34 432 41 31
E-Mail: thomas.germann@werk14.ch

An die Medien zur freien Veröffentlichung

Grünen, 30. Mai 2019

Medienmitteilung

Aus FL Metalltechnik wird «werk14»

Nach dem Abschluss der umfangreichen Umbau- und Renovationsarbeiten an und in den Büro- und Fabrikationsräumlichkeiten lanciert die Emmentaler Firma ihr neues Corporate Design und ändert zum 25-jährigen Firmenjubiläum seinen Namen von FL Metalltechnik zu werk14.

Aus FL Metalltechnik wird neu werk14. Mit diesem Namen trägt der Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung der Tatsache Rechnung, dass sich das Unternehmen in den letzten 25 Jahren sehr erfolgreich entwickelt hat und heute Leistungen erbringt, die weit über den Begriff «Metalltechnik» hinausgehen. Dabei soll der Begriff «Werk» die Schaffens- und Innovationskraft der innovativen Emmentaler unterstreichen. «Wir sind ein Werk, das nicht nur Produkte, Baugruppen und Komponenten produziert, sondern auch ein Unternehmen, das Mehrwerte schafft. werk14 ist eine Referenz an unsere Herkunft und ein Bekenntnis zum Standort Emmental und unserer Adresse an der Fabrikstrasse 14», führt Geschäftsleiter Thomas Germann aus, der das Unternehmen seit rund 24 Jahren operativ leitet.

Diese Änderung des Namens hat keinen Einfluss auf bestehende Geschäftsbeziehungen, betont die das Unternehmen. werk14 übernimmt alle Verpflichtungen und Verantwortlichkeiten, die unter dem Namen FL Metalltechnik vereinbart wurden. Sämtliche allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie Verkaufs-, Einkaufs-, Liefer-, oder Qualitätsvereinbarungen blieben weiterhin gültig.

Anhang:

Interview mit Thomas Germann, Geschäftsführer werk14 AG.

FL Metalltechnik auf dem Weg zu werk14 Interview mit Thomas Gemann, Geschäftsleiter

Nach dem Abschluss der umfangreichen Umbau- und Renovationsarbeiten an und in den Büro- und Fabrikationsräumlichkeiten lanciert die Emmentaler Firma ihr neues Corporate Design und ändert zum 25-jährigen Firmenjubiläum seinen Namen von FL Metalltechnik zu werk14. Thomas Gemann, Geschäftsleiter, beantwortet im Interview Fragen zu den Beweggründen und zum Erfolg des Unternehmens.

Thomas Gemann, Sie feiern mit Ihrer erfolgreichen Firma das 25-jährige Bestehen des Unternehmens – warum wechseln Sie den Namen von FL Metalltechnik auf werk14?

Der Name FL Metalltechnik beinhaltet den Begriff «Metall». Also dasjenige Material, das wir am meisten verarbeiten. Aber eben bei weitem nicht nur. Vor allem aber bringt der Name nicht die Werte zum Ausdruck, die wir seit vielen Jahren leben. Das 25-jährige Bestehen war nun der ideale Zeitpunkt, dies zu ändern und uns einen neuen Namen zu schenken.

werk14 ist kurz und prägnant – sagt aber wenig aus. Ist das gewollt?

Ja. Wir haben uns bewusst für einen Namen entschieden, der unsere Schaffenskraft im Namen verankert und nicht vordergründig – wie bisher – ein Material, welches verarbeitet wird. Ebenso wichtig war uns, dass der Name werk14 eine Referenz an unsere Herkunft und ein Bekenntnis zum Standort Emmental und unserer Adresse an der Fabrikstrasse 14 ist. Dies als sichtbares Zeichen an unsere Mitarbeitenden, die sich hier seit 25 Jahren mit viel Herzblut und Engagement für unsere Kunden einsetzen.

Sie ergänzen die Marke mit dem Claim «mehr wert partner». Was dürfen Ihre Kunden und Partner mit diesem Leistungsversprechen erwarten?

Wir sind ein Werk, das nicht nur Produkte, Baugruppen und Komponenten produziert, sondern auch ein Unternehmen, das Mehrwerte schafft. Wir leben Wertschöpfungspartnerschaften mit unseren Kunden. Und dieses konsequente Streben, die gesamte Prozesskette vom Rohmaterial bis hin zum kundenfertigen Produkt zu optimieren, schafft echten Mehrwert – für beide Partner. Wir sagen unseren Kunden immer, dass «unser Engineering ihre Kosten senkt». An diesem Leistungsversprechen lassen wir uns messen.

Wie haben Ihre Mitarbeitenden auf den Namenswechsel reagiert?

Zuerst – und das war für mich nicht überraschend – etwas erstaunt. Der Name ist nicht ‚mainstream‘ – und in gewisser Weise erklärungsbedürftig. Das gefällt uns. Man fragt nach dem Wieso und Weshalb und gibt uns damit die Möglichkeit unser Leistungsversprechen zu erklären. Unsere Kunden haben sehr positiv darauf reagiert und finden den Namen sehr passend und einzigartig.

Man hat den Eindruck, dass kein Stein auf dem anderen geblieben ist – Sie haben fast ein Jahr lang renoviert, die Räumlichkeiten der Produktion und der Verwaltung umgebaut, sogar die alte Direktorenvilla abreißen lassen. Wollten Sie damit Zeichen setzen?

Ja, das wollten wir tatsächlich – für unsere Kunden, aber auch für uns. Wir wollten unser Erscheinungsbild dem anpassen, was wir an Werten seit vielen Jahren leben – und das stimmte schon länger nicht mehr überein. Wir haben aber durchaus einige Steine aufeinander gelassen. Uns war wichtig, erhaltenswertes aufzubereiten und weiterzuverwenden. Und da wo dies nicht sinnvoll war, auf Neues zu bauen. Dies hat zu einem authentischen und einzigartigen Erscheinungsbild der neuen ‚alten‘ Fabrik geführt. Und ich freue mich täglich daran, das Gebäude über einen formal reduzierten Sichtbeton-Eingang zu betreten – um sogleich auf einem Parkett aus Altholz zu stehen. Diese Vielfältigkeit fasziniert mich, nicht nur bei der Architektur.

Sie produzieren Einzelteile und Baugruppen für die Industrie, Beschläge und Designleuchten – wie passt das alles zusammen?

Die Wurzeln des Unternehmens liegen in der Industrietechnik und in den Fenster-Beschlägen. Es war immer unser Ziel, auch fertige Produkte zu entwickeln und herzustellen. So haben wir uns vom reinen Zulieferbetrieb zum Generalunternehmer entwickelt, der auch zusammen mit Industriedesignern fertige Produkte entwirft. Diese Zusammenarbeit hat uns schliesslich auch dazu gebracht, die Leuchten-Manufaktur Illuminartis zu gründen. Ergänzend können wir interne Synergien nutzen und sind nicht nur von einem Geschäftsfeld abhängig. Dies gibt uns Stabilität und bietet unseren Kunden den Vorteil von breit abgestützter Fertigungskompetenz.

Wie bei vielen Unternehmen schreiben auch Sie sich «Innovation» auf die Fahne. Was bedeutet Innovation für Sie?

Innovation hat nicht nur damit zu tun, ob man Hightech-Produkte entwickelt und produziert. Viel mehr hat es für uns damit zu tun, dass man bereit ist, über die eigenen Fertigungsmöglichkeiten hinaus stets nach den für den Kunden besten Lösung zu suchen. Diese Offenheit und Kompetenz haben wir über viele Jahre ausgebaut und ein kompetitives Netzwerk mit Partnern aufgebaut, die unsere Leistungen ergänzen. Wir bieten heute auch Produkte an, die mehrheitlich aus Kunststoffen bestehen. Dies einfach deshalb, weil das Material für spezifische Anwendungen geeigneter war. Auch das war ein Grund, den Werkstoff ‚Metall‘ nicht mehr einschränkend in unserem Namen zu verwenden.

Sie sind bekennender Verfechter der Kaizen-Philosophie und arbeiten seit vielen Jahren sowohl in der Produktion wie auch in der Verwaltung mit dieser Methode.

Wird das ständige Optimieren mit der Zeit nicht ungemütlich, zur lästigen Pflicht?

Im Gegenteil! Auch nach über 15 Jahren Kaizen erkennen wir noch grosses Verbesserungspotential und wie man dieses nutzen kann. Dies motiviert uns immer wieder, das Level noch ein wenig höher zu setzen, um noch besser zu werden. Zudem haben unsere Mitarbeitenden längst erkannt, dass die Arbeit viel mehr Freude macht, wenn man gefordert ist, unternehmerisch mitzudenken und vor allem mitzugestalten und zu handeln – diese Freiheit, aber auch Verantwortung, wird sehr geschätzt.

Nach wie vor lagern Schweizer Firmen Ihre Produktion ins Ausland aus. Wäre es für Sie (und für Ihre Kunden) nicht viel attraktiver bestimmte Teile im Ausland herstellen zu lassen?

Bei Massenprodukten kann das in gewissen Fällen Sinn machen oder gar notwendig sein. Aber erwarten Sie nicht von mir, dass ich ein Freund dieser Produktionsverlagerungen bin. Ich bin überzeugt, dass dabei oft nicht die gesamten Prozesskosten beachtet werden und die Aufwendungen für Umsetzung solcher Verlagerungen oft unterschätzt werden. Und genau da setzt die Kaizen-Philosophie an. Wenn man Prozesse unter die Lupe nimmt, stellt man fest, dass die direkten Lohnkosten für wertschöpfende Prozesse oft nicht den bedeutendsten Teil der Produktkosten ausmachen, sondern die nicht direkt wertschöpfenden Prozesse. Und diese verlagert man oft nicht, sondern baut sie an den ‚teuren‘ Standorten sogar noch aus, um die Fertigungsprozesse in den Tieflohnländern zu managen.

Sie feiern das Jubiläum mit einem Event an dem neben Kunden, Lieferanten und Partnern auch die ganze Belegschaft eingeladen ist. Was dürfen die Gäste an diesem Abend erwarten?

Wir freuen uns sehr, nach einer einjährigen Umbauzeit, der Umfirmierung und dem Launch der neuen Marke werk14 sowie des CI's ein stimmungsvolles Fest zu feiern. Zusammen mit vielen Menschen, die uns in den letzten 25 Jahren begleitet haben. Es wird ein unvergesslicher Abend mit visuellen, musikalischen und kulinarischen Höhepunkten. Persönlich freue ich mich ganz besonders auf das Konzert von Jaël (Ex. Lunik-Sängerin). Ich bin sicher, dass sie mit Ihrer Stimme und ihren Songs auch unsere Gäste verzaubern wird.

Interview: Rolf Loepfe, WOLVER Branding Identity