

2/2011

DAS MAGAZIN DER SCHURTER AG

# competence

## TRANSFER

Erfolgreiche Inbetriebnahme  
der Metal Line Seite 6

## EXKLUSIV

Interview mit dem neuen  
Entwicklungsleiter Seite 10

## VERSTÄRKUNG

Unsere neuen Lernenden Seite 12

## Vorwort

Sehr geehrte Mitarbeitende

Sie halten die zweite Ausgabe von «competence» in den Händen. Das Echo der ersten Ausgabe war durchwegs positiv. Dies motiviert uns – die Redaktion – das Mitarbeitenden-Magazin weiterhin herauszugeben. Der Kreis der Autoren ist erweitert worden und es wird in diesem Magazin vermehrt die SCHURTER-Gruppensicht abgebildet. Dies ist für den interessierten Leser sicherlich ein Mehrwert. Damit erhalten Sie künftig vermehrt Einblick in die globalen Tätigkeiten der ganzen SCHURTER Gruppe.

In der Zwischenzeit hat sich die Organisation in Luzern verändert. Wie dies so ist bei Veränderungen, können diese Ängste oder Unbehagen auslösen. Umso wichtiger ist es für uns, Sie mit «competence» kontinuierlich über die Aktivitäten der ganzen SCHURTER Gruppe zu informieren. So erhalten Sie einen Gesamteindruck der Unternehmung und können Entscheidungen allenfalls aus einem neuen oder erweiterten Blickwinkel nachvollziehen.

Den Redaktorinnen und Redaktoren möchte ich an dieser Stelle für die zweite Ausgabe herzlich danken. Sie bereiten mit hohem Engagement neben einem voll gepackten Arbeitsalltag interessante Berichte für uns Leser auf.

Ich wünsche Ihnen ein paar spannende Momente mit «competence». Für die kommenden Festtage wünsche ich Ihnen schon jetzt erholsame Stunden und viel Enthusiasmus für das kommende Jahr 2012.

Ralph Müller, Geschäftsführer SCHURTER AG

## Inhalt competence 2/2011

### Führung

Gesucht: «Leader» 4

### Strategie

Planung DC und SCHURTER AG TOP 4 5  
Jahresplanung SCHURTER Inc. 5

### Prozesse, Produkte und Dienstleistungen

Projekt METALLICA; Übernahme Metal Line 6  
SCHURTER AG übernimmt die Wickelgüter von Ticomel 6  
Neue Lagerlogistik 7  
Zertifiziertes Filter für MAN 7  
Power on mit MSM 19 LA 7  
Medizinaltechnik: Gerätestecker mit Filter 7  
Bilder als Brückenbauer 8

### Partnerschaften und Ressourcen

SAP-Releasewechsel erfolgt! 9  
SSRO: Erfolgreiche Partnerschaft – seit 20 Jahren 9  
Nähe zur Hochschule Luzern 9

### Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Mit Q-Power in die Innova-Zukunft 10  
Sommernachtstraum am Rotsee 11  
Wunderschön, stimmungsvoll – und pannenfrei 11  
«Wir sind für die Mitarbeitenden da» 11

### Lernen, Kreativität und Innovation

Erste Erfahrungen in der Industrie 12  
Bestandene Prüfungen 12  
Mitarbeitende in Weiterbildung 12  
Messen stärken Image und Marke 13  
Änderung im Kapitel Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter 13  
Nachhaltig dank Sonne 14  
Innovation – Innova 14

### Ergebnisse

TOP-4-Controlling 2. Trimester 15  
Podestplatz am Swiss Arbeitgeber Award 2011! 15

### Termine

Aktivitäten 2011 / 1. Jahreshälfte 2012 16  
Messen 1. Jahreshälfte 2012 16

## Impressum

**Herausgeberin:** SCHURTER AG, Werkhofstrasse 8–12, Postfach, CH-6002 Luzern  
**Redaktionelle Leitung:** Patricia Linder, patricia.linder@schurter.ch  
**Redaktionsadresse:** Division Components / SCHURTER Group, Werkhofstrasse 8–12, Postfach, CH-6002 Luzern  
**Gestaltung/Layout:** HAFNER Publikationen, Inwil LU  
**Druck:** Druckerei Odermatt AG, Dallenwil

**Beiträge:** Diane Cupples, Rolf Hausheer, Stefan Hösli, Peter Hollenstein, Urs Kirchofer, Karin Flück Felder, Patricia Linder, Jaroslav Marx, Ralph Müller, Walter Odermatt, Paul Radovinovic, Marcel Reiter, Anna Scherer, Edna Soon, Hanspeter Stöckli, Peter Straub, Josef Strobl, Brigitte Studer, Robert Studer, Martin Tobler, Renate Troxler, Christina Weigl

**Erscheinung:** 2x jährlich  
**Auflage:** 450 Ex. Deutsch, 300 Ex. Englisch, 150 Ex. Italienisch  
**Titelbild:** Walter Odermatt und Christian Blättler in einer Besprechung.





In Teams wurden herausfordernde Alltagssituationen besprochen und analysiert.

## Gesucht: «Leader»

Text: Christina Weigl, externe Trainerin und Coach

■ Erfolgreiche Unternehmen sind vergleichbar mit Autos. Bergab fahren sie fast von selbst. Doch ob der Motor eines Unternehmens bergauf rund läuft, hängt stark von den kommunikativen und emotionalen Fähigkeiten der Führungskräfte ab. Sozialkompetenz ist damit ein strategischer Erfolgsfaktor.

Mitarbeitende wollen Führungskräfte erleben, die vorne am Weg sind. Sie wünschen sich Vorgesetzte, die das Potenzial der Mitarbeitenden erkennen und freilegen. Leader sollen auch in unsicheren Zeiten authentisch und klar kommunizieren, führen und die Begeisterungsfähigkeit halten.

### Leadership ist eine Haltung

In stürmischen Zeiten ist Leadership gefragt. Dies bedeutet, Kopf und Herz zusammenzubringen. Es braucht die Fähigkeit, mit Gefühlen und Emotionen achtsam umzugehen, die Teams und Mitarbeitende bewegen. Leader stellen sich den Fragen: «Wofür stehe ich ein? Was möchte ich bewirken? Wo kann ich Sinn und Mehrwert stiften?» Sie halten inne, um Antworten für persönliche Aufgaben zu finden. Sie folgen einer klaren Mission, die sie beseelt. Sie haben den Sinn des eigenen Tuns hinterfragt und tragen das Feuer der Begeisterung in ihren Augen. Leadership ist eine Haltung, erkennbar an einer hohen Glaubwürdigkeit und authentischem Verhalten.

Warum ist Sozialkompetenz ein strategischer Erfolgsfaktor?

Woran sind Leader bei Veränderungen erkennbar?

Wie kann Leistung mehr Wirkung erzielen?

### Wie mit Leistung mehr Wirkung erzielen?

Wenn Unternehmen den Raum schaffen, dass die Mitarbeitenden ihr Potenzial entfalten können, werden sie bessere Ergebnisse erzielen. Denn sinnreiches Tun und Begeisterung sind der tägliche Motor. Die Einzigartigkeit der Mitarbeitenden, die Ausrichtung auf den gemeinsamen Weg und die Begeisterung für die Vision sind Erfolgsfaktoren. Denn «Begeisterung ist der Dünger für unser Hirn», sagt Gerald Hüther, ein bekannter Hirnforscher. Er fordert, das Potenzial zu entfalten und sich weiterzuentwickeln. Daher sind Leader gesucht, weibliche und männliche, die den Weg mit Verantwortung und Begeisterung vorausgehen und eine sinnvolle Zukunft mitgestalten.

### Führungstraining EVOLUTION

Anfang Februar 2011 führte ich einen Kick-off-Workshop mit dem Managementteam von SCHURTER AG durch. Ich wurde geprüft, ob ich die passende Trainerin für die Führungsschulungen sei. Gleichzeitig war und ist es mir wichtig, dass Kunden zu meiner Vision passen: «Ich unterstütze Menschen und Teams konsequent und nachhaltig, ihr Potenzial zu entwickeln.»

Und bei SCHURTER AG war es stimmig. Schnell war entschieden ... Alles klar, let's go!

Die Vision der SCHURTER AG, das «Haus der Kompetenzen» auszubauen, und das kooperative Vorgehen begeistern mich. Bei SCHURTER AG geht die Führung in der Weiterbildung als Vorbild voraus. Die vier V – Vorbild, Vertrauen, Verantwortung und Veränderung – werden gelebt. Gemeinsames Lernen findet statt. Die EVOLUTION-Trainings entwickeln und vertiefen vor allem die Kommunikations- und die emotionalen Kompetenzen. SCHURTER AG setzt seit langer Zeit erfolgreich auf diese Kompetenzen und beweist damit, dass sie Verantwortung übernimmt. Dies trägt Früchte: Der hervorragende 3. Rang im Swiss Arbeitgeber Award ist ein sicherer Beweis dafür.

Über Christina Weigl: [www.christina-weigl.ch](http://www.christina-weigl.ch)

# Planung DC und SCHURTER AG TOP 4

... auch wenn es anders kommt!

**Text: Ralph Müller, Geschäftsführer SCHURTER AG**

■ «Warum planen die überhaupt, es kommt doch eh anders!» Diese und ähnliche Aussagen sind immer wieder zu hören. Wir könnten in der Tat in Versuchung geraten, die Planungssessions aufgrund der sich rasant ändernden Voraussetzungen in der globalen Wirtschaft abzuschaffen. Ist es wirklich so? Nein, wir sind der Meinung, dass sich die periodische Planung einer Unternehmung auf jeden Fall lohnt, trotz unbeeinflussbaren Faktoren wie Naturereignissen, wirtschaftlichen Hochs und Tiefs und ändernden Technologien. Basis unserer Unternehmung ist die Unternehmensstrategie mit einem Horizont von fünf Jahren. Verfeinert wird die Strategie durch die Mittelfristplanung, welche die kommenden drei Jahre detaillierter umfasst. Die Gruppenplanung definiert die wesentlichen Gruppenzielsetzungen für das kommende Jahr. Sie basiert auf der Unternehmensstrategie und der Mittelfristplanung. Dann können die Ziele in die operativen Bereiche übernommen, ergänzt und verfeinert werden. Die Kunst besteht darin, die Ziele ideal aufeinander abzustimmen. So gibt es Ziele, die für die ganze Gruppe Gültigkeit haben, und Ziele, die spezifisch nur für einzelne Abteilungen von Bedeutung sind. Wichtig ist jedoch, dass sämtliche Zielsetzungen zur Weiterentwicklung der Unternehmung dienen und strategiekonform sind.

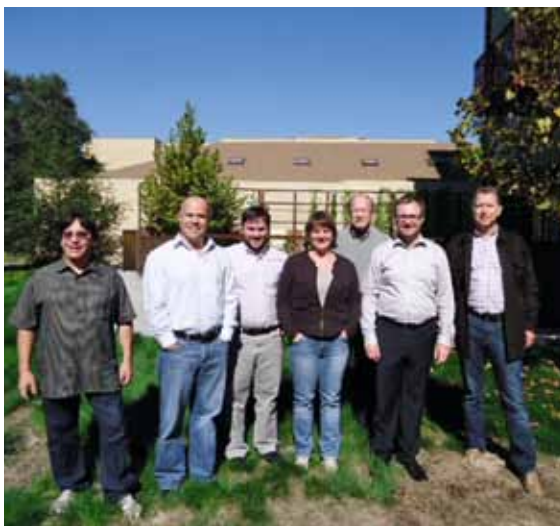
Doch wie entsteht nun die Planung SCHURTER AG TOP 4? Die bereits erwähnten Dokumente dienen als Basis und werden als Mussziele dem Management oder bereits der jeweiligen Abteilung zugeordnet. Treffen nun die Kadermitarbeitenden zur Ausarbeitung der Ziele ein, übernehmen sie diese Ziele für den jeweiligen Bereich und formulieren daraus ihre Bereichsziele. Den Mitarbeitenden werden an



der Informationsveranstaltung Ziele & Visionen die wichtigsten Ziele für das kommende Jahr mitgeteilt. Dies ist gleichzeitig auch der Startschuss für die Ausarbeitung der Abteilungsziele, ausgehend von den Bereichs-

zielen. So stellt die SCHURTER Gruppe sicher, dass die Zielsetzungen durchgängig und aufeinander abgestimmt sind. Dies als ein Garant für den langfristigen Erfolg.

## Jahresplanung SCHURTER Inc. Die Megatrends Smart Metering, Nachhaltigkeit und Demografie bieten für uns viele Zukunftsmöglichkeiten.



**Das Management Team von SCHURTER Inc. mit Stefan Hösli (Zweiter von rechts).**

**Text: Stefan Hösli,**

**Leiter Produkt-Marketing, Division Components**

■ Umweltschutz und Nachhaltigkeit werden auch in den USA immer wichtiger. Deshalb wurde für das Planungsmeeting ein umweltfreundliches Hotel gewählt. Unter der Leitung von Bruno H. Schurter und seiner Führungsscrew wurde während 1½ Tagen das Jahr 2012 geplant.

In einem kurzen Workshop wurden Megatrends in Wachstumsstrategien umgesetzt. Wir identifizierten die Bereiche, welche für uns in Zukunft wichtig sein werden. In den Bereichen Smart Metering, Nachhaltigkeit und

Demografie liegt viel Potenzial. Bei SINC wird nach dem sog. Baldrige-Management-Modell gearbeitet, welches wie unser EFQM-Modell einen ganzheitlichen Führungsansatz verfolgt. Strukturiert nach den entsprechenden Modulen wurden die Ziele 2012 definiert.

Für mich war die Teilnahme an diesem Event sehr lehrreich und interessant. Habe ich doch neben vielen neuen Aspekten ein topmotiviertes Team getroffen, welches bereit ist, die Herausforderungen der Zukunft zu meistern.