



FILL-VERSPRECHENDE AUSSICHTEN

Ein jährliches Wachstum von fünf bis zehn Prozent. Die bis 2020 formulierten Ziele in Bezug auf Wachstum werden zum Teil bereits jetzt übertroffen. Industrie 4.0 ist kein neuer Begriff, man beschäftigt sich bereits seit über zehn Jahren mit Themen aus diesem Bereich. Zu Besuch bei einem der größten Sondermaschinenbauer im deutschsprachigen Raum: das **Familienunternehmen Fill in Gurten**.

Gut eine Stunde dauert die Autofahrt von Linz in die kleine Gemeinde Gurten im Bezirk Ried im Innkreis. Das Navi lotst durch das flache Innviertel bis knapp an die deutsche Grenze. Ziel ist einer der größten Sondermaschinenbauer im deutschsprachigen Raum, der auch gleichzeitig der größte Arbeitgeber in der nur knapp über 1.000 Einwohner zählenden Gemeinde ist. Das mittlerweile von sämtlichen Wirtschaftstreibenden gebetsmühlenartig verwendete Stichwort „Fachkräftemangel“ drängt sich da sofort auf. Doch Andreas Fill, Geschäftsführer des seit 1966 bestehenden Familienunternehmens, gehört da nicht dazu. Überhaupt hält er nichts davon, Dinge schlecht zu reden: „Die Österreicher sind Weltmeister im Jammern: Die Jugend ist schlecht, die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen sind schlecht und alle anderen sind Schuld. Man kann immer die Schuld woanders suchen, doch sollte sich jeder selbst an der Nase nehmen. Es gibt genügend österreichische Firmen, die beweisen, dass es geht.“ Und Fill ist eine davon, wie sich beim späteren Firmenrundgang zeigt.

In den vergangenen Jahren ist der Sondermaschinenbauer über alle Bereiche hinweg jährlich zwischen fünf und zehn Prozent gewachsen. Aktuell steht man vor dem Abschluss einer der größten Investitionswellen der 50-jährigen Firmen-

geschichte am Standort Gurten mit knapp 30 Millionen Euro. Es wurden nicht nur weitere Arbeitsplätze für Fill-Mitarbeiter, sondern auch Raum für neue Firmen und damit Chancen des Know-how-Transfers geschaffen. Denn Öffnung und Vernetzung mit anderen ist eines der Erfolgsrezepte von Fill, wie sich im Laufe des Gesprächs mit dem 47-jährigen Geschäftsführer zeigt.

Sukzessiver Lernprozess

Mit Themen rund um Industrie 4.0 beschäftigte man sich bei Fill bereits seit über zehn Jahren, als der Begriff noch gar nicht in aller Munde war. 2004 wurde das strategische Ziel formuliert, Maschinen in Richtung zustandsorientierter Standhaltung zu entwickeln und damit der Startschuss gegeben. Man beschäftigte sich mit Themen wie Sensorik und Datenanalyse: „Industrie 4.0 pur“, so Fill. Auslöser dafür waren die immer weniger planbar gewordenen Services: „Wir haben uns gefragt, wie man Mitarbeiter besser einteilen und die ungeplanten Einsätze reduzieren kann.“ Durch die Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Kunden und Projektgrößen lerne man sukzessive dazu. Der Kunde bestimme, welche Daten er in punkto Maschinenverfolgung und Produktüberwachung haben will. Insgesamt gehe es in Richtung Just-in-time-Produktion, die Lieferzeiten werden kürzer und damit In-

dustrie 4.0 immer wichtiger. Maschinen alleine zu liefern, sei heutzutage zu wenig, der Trend gehe zum Generalanbieter. „Der Kunde will einen Ansprechpartner von der Entwicklung bis zum After-Sales-Service.“

Fill sei aktuell auch nicht mehr mitten im Prozess von Industrie 4.0, sondern bereits ungefähr im letzten Drittel. „Der Prozess wird nie enden, aber bei unseren Zielen für 2020 haben wir bereits 75 Prozent abgedeckt.“ Das Thema erstreckte sich über den ganzen Lebenszyklus der Maschinen, beginnend bei der Simulation mit Echtzeit und Engineering sowie der virtuellen Inbetriebnahme. Herausforderungen seien aktuell das virtuelle Training und Maschinen so bedienerfreundlich zu machen, dass auch Nicht-Techniker sie bedienen können. „Der Mitarbeiter bleibt aber eine

Fachkraft, er soll dadurch mehr Zeit für Kreativität und Produktverbesserung haben“, erklärt Fill.

Wachstum über Fachkräfte

Die Firma Fill wachse ausschließlich über Fachkräfte. „Wir finden diese auch, weil wir sehr viel im Bereich Kommunikation und Employer Branding machen“, so der Unternehmenschef. Es werde eine offene Unternehmenskultur gelebt, alle Mitarbeiter von der Führungskraft bis hin zur Reinigungskraft könnten zu jeder Tages- und Nachtzeit über ihr Handy Ideen zur Verbesserung ihres Arbeitsumfeldes liefern. Im gesamten Unternehmen gibt es seit zehn Jahren Gleitzeit – auch in der Produktion und bei den Lehrlingen ab dem sechsten Monat im Betrieb. „Die Mitarbei- >



Wir wachsen ausschließlich über Fachkräfte und finden diese auch, weil wir sehr viel im Bereich Kommunikation und Employer Branding machen.

ANDREAS FILL
Geschäftsführer, Fill

in Kooperation mit



REDAKTION_SABRINA KAINRAD
FOTOGRAFIE_MARIO RIENER

Sunset Koglerau/Gramastetten 4 Reihenhäuser **jetzt im virtuellen Rundgang besichtigen**

Virtual REALity 360

Weitere Wohnbauprojekte:
12 Wohnungen | Alpenblick Kirchschling
14 Wohnungen | Freizeitowe Urfahr-Katzbach
15 Wohnungen | Untergaumberg

Real360 Immobilien GmbH | 0732-92 22 94 | www.real360.at

Der intensive Austausch mit Kunden ist ein Garant für die am Kundennutzen orientierte Ideengenerierung im eigenen Unternehmen.

JOSEF KURZMANN
Investor und Advisor, JK Beteiligung



Was wir von Fill lernen können

Josef Kurzmann war über 30 Jahre lang in Führungspositionen bei international tätigen Unternehmen, zuletzt 23 Jahre lang Chef der über 6.000 Mitarbeiter der Schalungstechnik-Firma Doka und Vorstandsmitglied der Umdasch AG. Im Frühjahr 2014 hat Kurzmann das Unternehmen verlassen und unterstützt nun als Investor und Advisor mit seinem Unternehmen „Josef Kurzmann Beteiligung GmbH“ (JKB) mittelständische Unternehmen aus Mittelstand und Industrie im neuen Umfeld von Wirtschaft 4.0. Der 52-Jährige Unternehmer analysiert für uns Vorzeigunternehmen, um aufzuzeigen, welches Innovations- und Wachstumspotential in vielen heimischen mittelständischen Betrieben steckt und wie das Potential besser genutzt werden kann. Er kennt die Herausforderungen und Chancen, aber auch Risiken von Wirtschaft 4.0 für mittelständische Unternehmen.

Die Firma „Fill GmbH“ hat das Thema Industrie 4.0 frühzeitig erkannt und ist international sehr erfolgreich. Wie gelingt es Unternehmen mit ähnlichem Potential, aktuelle Trends und Entwicklungen am Markt zu erkennen? Ich beobachte, dass Unternehmen, die nahe am Kunden sind, sich deren Problemstellungen annehmen und sich mit diesen auch intensiv auseinandersetzen, intuitiv und sehr früh Trends und Entwicklungen erkennen. Und da ist sicher auch das Thema Professionalisierung des Vertriebs ein wichtiger Erfolgsfaktor: Firmen müssen vertrieblisch gut aufgestellt sein. Es ist ein enger Kundenkontakt notwendig, um die Veränderung der Kundenbedürfnisse im Wandel dieser Zeit frühzeitig zu erkennen. Wie man am Beispiel von Fill sehr gut sieht, wird der Kontakt zu den Kunden immer wichtiger. Der intensive Austausch mit Kunden – speziell Leadkunden und herausfordernden Kunden – ist ein Garant für die am Kundennutzen orientierte Ideengenerierung im eigenen Unternehmen. Fill stellt die Kundennähe durch den Direktvertrieb, neue Vertriebs- und Service-Tochtergesellschaften und ihren Verkaufstechnikern sicher. Diese werden großteils im Betrieb ausgebildet, lernen alles von der Pike auf und kommen so bestens ausgebildet zu den Kunden. So werden sie vom Kunden als Fachexperten akzeptiert.

Welche wichtigen Bereiche spricht Andreas Fill an, um den aktuellen Veränderungen am Markt standhalten zu können? Andreas Fill skizziert deutlich, dass Hardfacts alleine in Zukunft nicht mehr reichen, um Kunden zu begeistern. Weitere Voraussetzungen sind der richtige Umgang mit den Mitarbeitern, Employer Branding, die psychosoziale Gesundheit im Unternehmen und die Unternehmenskultur. Eine offene, kooperative Unternehmenskultur mobilisiert das Kreativitätspotential zu jeder Tages- und Nachtzeit. Zusammen ist das die Basis für die authentische Markenkommunikation an Kunden und Stakeholdern. Arbeit und Freizeit gehen immer mehr zu einem Stück weit fließend über.

Stichwort Mitarbeiter: Es wird häufig vom Fachkräftemangel und der schwierigen Suche nach Lehrlingen gesprochen. Die Firma Fill macht in diesem Bereich sehr viel und bekommt ausreichend Bewerbungen für ihre Lehrstellen.

Auch im Bereich Employer Branding ist die Anpassung an die Digitalisierung wichtig. Die Jugendlichen wachsen mit vielen verschiedenen Medien auf und diese gilt es allesamt zu bespielen. Gutes Employer Branding basiert auf einer starken Marke, die durch unverwechselbares Corporate Design und Corporate Identity geprägt werden. Ein Personalist, der in seinem Büro sitzt und auf Bewerbungen wartet, wird den Mitarbeiterbedarf mit den geforderten Anforderungsprofil in Zukunft schwer decken können. Die Firma Fill lebt die Kommunikation und Öffnung aber nicht nur gegenüber Mitarbeitern, sondern auch Zulieferpartnern, externen Fachexperten, Ausbildungsstätten, Start-ups und Kunden beispielgebend. Und das Thema Netzwerk und Vernetzung wird gerade in Mittelstand und Industrie immer wichtiger.

Im Zuge der Wirtschaft 4.0 müssen Geschäftsmodelle verändert und angepasst werden. Welche alternativen Geschäftsmodelle wären in der Sparte Maschinenbau denkbar? Eine Möglichkeit wäre „Pay-per-Part“, also nicht der Kauf der gesamten Anlage, sondern nur einzelner Sonderkomponenten. Ich denke da besonders an die Zulieferer der Automotivebranche, die bei immer kürzer werdenden Modellzyklen große Aufgaben zu lösen haben. Es gilt die ohnehin meist knappen Kapitalreserven in Vorwärtsstrategien zu investieren und nicht in oft schlecht ausgelastete Maschinen.



von links: Josef Kurzmann, Sabrina Kainrad (Redakteurin), Andreas Fill

ter schätzen das sehr und es gab noch nie Probleme.“ Großgeschrieben werde auch die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Die Einstellung zur Arbeit ändere sich, Freizeit und Familie werden wichtiger und darauf müsse man als Firma reagieren: „40 Mitarbeiter haben im vergangenen Jahr Nachwuchs bekommen. Im Herbst eröffnen wir den Planet Filli Future für die Kinderbetreuung, um die Mitarbeiter bestmöglich zu unterstützen.“ Der Name für

die Kinderbetreuungseinrichtung kommt vom firmeneigenen Maskottchen „Filli Future“ in Roboterform, das bereits die Kleinsten in die Welt von Fill einführt.

Jährlich werden rund 20 Lehrlinge aufgenommen. Probleme, diese zu finden gebe es nicht. Auf eine Lehrstelle kommen nach wie vor rund fünf Bewerbungen. „Es gibt Firmen, die einen massiven Mangel haben, aber die sind teilweise selber Schuld“, erklärt Fill. Diese würden nicht erkennen, wie wertvoll die Investition von Zeit in junge Menschen sei. Die Firma Fill bringt bereits Volksschulkinder mit Technik in Berührung, jährlich besuchen 600 Schüler den Betrieb bei Berufsorientierungstagen und es kommen 150 Schnupperlehrlinge. Fill ist auch eine von 20 Firmen, die sich im Personalnetzwerk Innviertel vernetzen. Aus diesem Zusammenschluss ist etwa vor zwölf Jahren die HTL Ried für Maschinenbau entstanden. „Vom ersten Treffen der Geschäftsführer bis zum ersten Schüler hat es nur zwölf Monate gedauert“, erklärt Fill, dass eine Zusammenarbeit von Fir-

Leitinitiative Service Innovation unterstützt Unternehmen

Oö. Wirtschaftsagentur Business Upper Austria vernetzt über Sektor- und Branchengrenzen hinweg.

Wie werden qualitativ hochwertige, aber trotzdem austauschbare Produkte und Dienstleistungen in einer globalisierten Wirtschaft einzigartig – und damit wertvoll für die Kunden? Mit dieser Situation sind auch erfolgreiche (Produktions-)Unternehmen aus Oberösterreich immer häufiger konfrontiert. Mit der Leitinitiative Service Innovation, die vom Wirtschaftsressort des Landes OÖ ins Leben gerufen wurde, werden die Unternehmen bei dieser Aufgabe unterstützt.

Die öö. Wirtschaftsagentur Business Upper Austria koordiniert die Leitinitiative und bindet dabei Partner und Experten ein, um gemeinsam die Bedeutung von Service Innovation aufzuzeigen und spezifische Angebote (Veranstaltungen, Workshops, ...) und Projekte zu entwickeln. „Ein großer Vorteil ist dabei die Vernetzung über Sektor- und Branchengrenzen hinweg, weil vor allem durch dieses branchenübergreifende Voneinander-Lernen Mehrwert für die beteiligten Unternehmen entsteht“, erklärt Werner Pampering, Geschäftsführer von Business Upper Austria.

Best Practice: Cluster-Kooperationsprojekte

BEZAHLTE ANZEIGE

Mit den vom Land Oberösterreich finanzierten Cluster-Kooperationsprojekten „ServPrice“ und „ServTrain“ werden beispielsweise Fragen der Preisgestaltung für industrielle Services erarbeitet und Service-Mitarbeiter in den Unternehmen auf die neuen Herausforderungen vorbereitet. Darüber hinaus tauschen vierzehn Unternehmen aus verschiedenen Clustern von Business Upper Austria unter dem Titel „Kunden-Dienst-Service“ regelmäßig ihre Erfahrungen rund um das Thema Service Innovation aus.



FOTO_FOTO STROBL

**LEITINITIATIVE
SERVICE
INNOVATION**

www.service-innovation.at



men sehr viel bewirken kann. Die Region stärken will man auch mit der neu gegründeten Initiative „Hot Spot Innviertel“. Andreas Fill ist Sprecher der Initiative in der viertstärksten Industrieregion Österreichs.

Beschwerden über die nachlassende Leistung von jungen Menschen widerspricht Fill: „Von einer nachlassenden Begeisterung bei den Lehrlingen spüre ich überhaupt nichts. Unsere aktuellen Lehrlinge sind mindestens genauso gut wie die vergangenen beiden Generationen. Aus schlechten Lehrlingen mit Lernschwächen sind bei uns Spitzentechniker und Führungskräfte geworden.“ Andreas Fill sei selbst mit 16 Jahren kein Vorzeigekind gewesen und habe von Wochenende zu Wochenende gelebt. Erst später habe die Arbeit begonnen ihm Spaß zu machen. Damit Mitarbeiter gerne eine Leistung erbringen, müsse man ihnen den Sinn ihrer Aufgaben klarmachen und sie motivieren. Auch das Thema Führung habe sich in den vergangenen Jahren extrem verändert: „Es geht weg vom Fachspezialisten hin zum Coach.“

Keine Hemmnisse für Wachstum

Rund 50 Prozent der Mitarbeiter bei Fill sind Lehrlinge und ehemalige Lehrlinge. Als Sondermaschinenbauer brauche man Vollprofis für den Vertrieb. „Wir verkaufen keine Standardmaschinen aus dem Katalog, wir müssen Beraterleistung bieten“, erklärt Fill, dass der Großteil der Vertriebs-techniker bei Fill ausgebildet wird. Mit 22 Jahren seien Fill-Mitarbeiter nach acht Jahren Ausbildung Spitzentechniker.

Die bis zum Jahre 2020 formulierten Ziele in Bezug auf das Wachstum seien zum Teil bereits jetzt übertroffen. „Wir wachsen aus eigener Kraft und wollen nicht von den Banken abhängig sein. Was wir bauen, finanzieren wir aus dem eigenen Cashflow“, erklärt Andreas Fill. Er sieht derzeit auch keine Hemmnisse für ein Wachstum. „In der gesamten Fill-Gruppe ist noch viel möglich.“ Bei der Fill GmbH werde man sich bei 750 Mitarbeitern einpendeln, da dies eine Grenze für die Führung als Familienunternehmen sei und dann über Ausgliederungen und neue Strukturen

nachdenken. Bei der Gründung der Tochterunternehmen in China und Mexiko sei man mit großen Kunden mitgegangen. Das Kundenportfolio werde laufend angepasst. Während Fill früher sehr stark für die Schiindustrie tätig war, ist das nun nur mehr eine ganz kleine Nische. Aktuell ist der Maschinenbauer bis zu 80 Prozent in der Automotivbranche tätig. Diesen Tätigkeitsbereich wolle man in den nächsten Jahren auf 60 Prozent reduzieren und sich noch breiter aufzustellen. Potential sieht der Geschäftsführer etwa in der Luftfahrtindustrie.

Fill GmbH

Gründung 1966

Sitz Gurten

Geschäftstätigkeit Maschinen- und Anlagenbau-Unternehmen für Bereiche Metall, Kunststoff und Holz für die Automobil-, Luftfahrt-, Windkraft-, Sport- und Bauindustrie; Weltmarktführer in der Aluminium-Entkerntechnologie, Gießereitechnik sowie Ski- und Snowboardproduktionsmaschinen

Mitarbeiter 680

Umsatz 120 Millionen Euro

Exportquote über 90 Prozent

Töchterunternehmen Seit 2015 eine Service- und Vertriebsniederlassung in China und Mexiko. In der gesamten Fill-Gruppe sind über 700 Mitarbeiter beschäftigt. Es gibt Beteiligungen bei kleineren Unternehmen im Bereich Bildverarbeitung, die Fill-Gruppe ist Mitbegründer eines kleinen Forschungsunternehmens in Deutschland und betreibt seit 2012 ein Kommunikationsunternehmen.



ERLEBNISREICH!

FASZINATION PRODUKTION ERLEBEN.

Und auf einem Ausflug in das weltweite größte Museum von der BMW Group? Besuchen Sie einen wichtigen Standort innerhalb einer Gruppe, die die Welt für einen Welt-Mitarbeiter die Kultur der Steyrer Werkzeuge

Buchung von hier: www.karriere.bmw.com
 Buchung/Anfragen +43 7532 888 13750

