

FRANKE 1911 – 2011

SPIRIT OF FRANKE

—

THE FIRST 100 YEARS

Unternehmertum aus Passion

1911
2011

FRANKE

FR

AN

KE

FR

AN

KE

————— *SPIRIT OF FRANKE - THE FIRST 100 YEARS* —————

SPIRIT OF FRANKE

—

THE FIRST 100 YEARS

Unternehmertum aus Passion

1911
2011

BEWAHREN UND BEWEGEN


Die Geschichte von Franke. Eine Zeitreise durch die ersten hundert Jahre! Das Buch zum Jubiläum zeigt, wie Franke seit 1911 vom kleinen Handwerksbetrieb zum Unternehmen von Weltformat aufgestiegen ist. Durch eine ausserordentliche Leistung, über vier Unternehmergenerationen. Durch einen ausserordentlichen Beitrag von Kunden, Mitarbeitenden und Partnern, die das erst möglich gemacht haben. All dies verdient grossen Respekt und Anerkennung.

*Heute behauptet Franke weltweit einen Spitzenplatz in Position und Reputation, in allen Kerngeschäften. Mit eigenen Organisationen in über 40 Ländern in allen Teilen der Welt. Mit Franke Experten, die nahe bei Kunden sind und für diese Mehrwert und Vertrauen in eine starke Franke Marke schaffen. Dabei ist Franke ein Familienunternehmen mit Tradition und Ambitionen geblieben. Geleitet mit Umsicht, Weitsicht und Mut, Risiken auf sich zu nehmen. Mit klarem Bekenntnis zu Grundwerten wie Integrität, Solidität, Souveränität und Qualität. Mit hohem Anspruch an Wirtschaftlichkeit und beständigem Wachstum. **Das gilt es zu bewahren.***

*Franke wird auch ihre Zukunft dynamisch gestalten, um im immer anforderungsreicheren, globalisierten Umfeld weiterhin erfolgreich bestehen zu können. Dazu wurden bereits verschiedene Weichen gestellt. Optimierte Strukturen, Systeme und Prozesse sollen die Organisation noch einfacher, agiler und schlagkräftiger machen. Mitarbeitende sollen zu Mitunternehmern werden, die dabei mitwirken, klare Strategien konsequent umzusetzen und ehrgeizige Ziele zu erreichen. Um verstärkt aufstrebende Märkte und Potenziale mit innovativen Lösungen zu erschliessen. Um Neues zu wagen und weiter zu wachsen und dabei nicht nur grösser, sondern kontinuierlich noch besser zu werden. Tag für Tag. Jahr für Jahr. **Das gilt es zu bewegen.***

Damit Franke im neuen Jahrhundert die beeindruckende Erfolgsgeschichte fortschreiben kann und so zu einem Unternehmen der Weltklasse ohne Ablaufdatum wird. Das wünsche ich Franke von ganzem Herzen und trage persönlich gerne weiter aktiv dazu bei.

Thomas A. Erb, Präsident des Verwaltungsrates



FRANKE

THE SPIRIT OF FRANKE

Hundert Jahre. Aus historischer Sicht ein Wimpernschlag. Aus biologischer Sicht länger als ein Menschenleben. Aus wissenschaftlicher und technischer Sicht eine Periode epochaler Entdeckungen und Entwicklungen. Von der Quantenmechanik über Antibiotika bis zur Revolution durch den Computer und die Entschlüsselung des menschlichen Genoms. Aus unternehmerischer Sicht ein neues Zeitalter mit einer Fülle von Chancen und Perspektiven wie nie zuvor. Aber auch unerwarteter Herausforderungen und schwer abschätzbarer Risiken. Zwei Weltkriege und mehrere Wirtschaftskrisen, fortschreitende Globalisierung und Verknappung von Ressourcen, Unternehmen und Märkte, die neu entstehen und entschwinden, Investoren, die kurzfristige Gewinnmaximierung nachhaltiger Wertschaffung vorziehen, Manager, die kommen und gehen. Aus Franke Sicht der Beginn einer erfolgreichen Unternehmensgeschichte.

Viele Unternehmen überdauern keine hundert Jahre. Franke schon. Weshalb? Geschicktere und dauerhaftere Führung durch nur vier Unternehmergegenerationen? Engagiertere Mitarbeitende? Loyalere Kunden? Glück? Eine Prise von allem? Welche Rolle hat dabei die Franke Unternehmensgeschichte gespielt? Steckt in der Chronologie der Umstände und Ereignisse der Schlüssel zur Franke Erfolgsformel? Oder verraten uns die Geschichten hinter der Geschichte, was den Erfolg von Franke bis heute ausmacht?

Wir haben uns auf den Weg gemacht, diese Fragen zu beantworten. Dabei sind wir auf überraschende Erkenntnisse und faszinierende Geschichten gestossen. Franke Geschichten. Geschichten von Unternehmern für Unternehmer. Geschichten über Beziehungen, Misserfolge und Neuanfänge, über unternehmerisches Gestalten und unerschöpfliche Passion. Geschichten von Menschen für Menschen. Geschichten, die eines gemeinsam haben:

The Spirit of Franke.

Neugierig geworden? Dann laden wir Sie herzlich ein, diese Geschichten und den besonderen Franke Spirit für sich selber zu entdecken. Viel Freude und Inspiration dabei.

GEHALT

Bewahren und bewegen	3
The Spirit of Franke	4
Ära Hermann Franke: Vom Handwerksbetrieb zum Industriepionier (1911 – 1939)	
Portrait	9
Was Franke und die Welt bewegte	10
Zinn gegen Ziegel. Mit Ideen aus der Krise	13
Mit eisernem Willen und fürsorglichem Herzen	14
Vom Handwerker zum Industriepionier mit Edelstahl	17
Auf zu neuen Ufern. Ein Entscheid mit Mut und Weitsicht	18
Hermann Franke, der Gründer	21
Ideen aus Edelstahl	22
Ära Walter Franke: Von der Manufaktur zum internationalen Unternehmen (1939 – 1975)	
Portrait	27
Was Franke und die Welt bewegte	28
Wertschaffung durch Wertschätzung	31
Erfinder und Gestalter von Neuem und Normen	32
Das gemeinsame Wirken des Unternehmerduos Walter Franke und Willi Pieper	35
Pionierunternehmer für Pionierunternehmen	36
Erste Erfolge auf europäischem Parkett	39
Rettung in letzter Minute	40
Walter Franke, der Wegbereiter	43
Von der Franke Reklame zur Franke Identität	44
Ära Willi Pieper: Der Schritt zum globalen Konzern (1975 – 1989)	
Portrait	49
Was Franke und die Welt bewegte	50
Umbau und Aufbruch	52
Der Kapitän und sein Erster Offizier	55
Expansion und Wachstum global	56
Willi Pieper, der Erneuerer	59
Kleine Geschichte der Küche	60
Ära Michael Pieper: Auf dem Weg zum Weltmeister (seit 1989)	
Portrait	65
Was Franke und die Welt bewegte	66
Des Kapitäns würdiger Nachfolger	69
Konzentrieren und dominieren	70
Bekanntnis zum Wertplatz Schweiz	73
Erarbeiten und erobern	74
Weltweit zuhause und was es dazu braucht	77
Swiss Quality made in China	78
Lifestyle mit System. Franke Kitchen Systems	81
Casual Living leicht gemacht. Franke Foodservice Systems	82
Kaffeekultur belebt Geist und Geschäft. Franke Coffee Systems	85
Des Braumeisters echter Freund. Franke Beverage Systems	86
Bei Halbzeit kommt Hygiene ins Spiel. Franke Washroom Systems	89
Gemeinsam mit Kunden wachsen	90
Inspiration und Innovation für die nächste Generation	93
Galerie F. Engagement in Kunst, Kultur und Architektur	94
Die Weggefährten und Vertrauten	97
Michael Pieper, der Eroberer	99
Unternehmen Zukunft: Perspektiven und Initiativen	100
Unternehmerisches Gestalten im neuen Franke Jahrhundert	110
100 Jahre im Überblick	117
Franke Entwicklung weltweit	121
Franke Konzernleitung und Verwaltungsrat	123
Franke Firmenstandorte weltweit	125
Beteiligungen der Franke Artemis Holding AG	127
Die Buchmacher	128

1911
2011

A black and white close-up portrait of Hermann Franke, a man with a mustache, looking slightly to the left of the camera. He is wearing a dark suit jacket and a white shirt. The background is a plain, light-colored wall.

ÄRA HERMANN FRANKE

*Vom Handwerksbetrieb zum Industriepionier
(1911 – 1939)*

Die entbehrungsreichen Anfangsjahre führten zur Herausbildung innovativer Kernkompetenzen. Dank Hermann Frankes Pionierarbeit mit Edelstahl entwickelte sich der lokale Handwerksbetrieb zum innovativen Industriebetrieb und legte so den Grundstein zur langjährigen Unternehmens- und Erfolgsgeschichte.



25. Oktober 1929
Am Schwarzen Freitag (Black Friday) kommt es zu dramatischen Kursverlusten an der New Yorker Börse, welche die ganze Welt in eine Wirtschaftskrise stürzen.

WAS FRANKE UND DIE WELT BEWEGTE

1911

Hermann Franke gründet am 1. April 1911 einen Spenglereibetrieb in Rorschach (Schweiz) mit dem Namen Spenglerei Hermann Franke. Gründungsjahr der späteren Franke AG.



1914 – 1924

Erster Weltkrieg erschwert Materialbeschaffung für Produktion. Nachkriegszeit und Wirtschaftskrise verzögern Aufbau des Geschäfts.

1925 – 1928

Aufschwung in Industrie und Baugewerbe. Angliederung einer Sanitär-Installationsabteilung. Fabrikation von Ofenaufsätzen, Dachfenstern und Dachgauben. Erste Blütezeit des Unternehmens. Franke wächst auf 30 Mitarbeitende und gewinnt Kunden über Rorschach hinaus.

Ofenaufsatz «FRANKON»
Einholz- und kohlenparender Schnellwärmer
aus bestem, poliertem Glanzblech

Vorteile, dank der zweckdienlichen Form:
Große Heizkraft. Ein normales Zimmer ist in 10 Minuten erwärmt.
Verwendung zum Kochen.
Starke Ausführung — dauerhaft.

Der Ofenaufsatz ist für jedes Ofen- und Rostrohr passend. Der obere und untere Stutzen-Durchmesser um gleichen Aufsatz können gleich oder verschieden sein.

Bezüge	gleich	verschieden
über 92 105 120 135 mm	92 105 120 135 mm	92 105 120 135 mm
unter 92 105 120 135 mm	105 92 120 135 mm	105 92 120 135 mm

PREISE: für die abgebildeten Stutzen-Durchmesser:
für Modell A, 30 cm hoch, Stutzen-Durchmesser: 92 105 120 — mm Auf Wunsch auch mit eingetragenen Schilder
für Modell B, 45 cm hoch, Stutzen-Durchmesser: 92 105 120 135 mm
für Modell C, 71 cm hoch, Stutzen-Durchmesser: — 105 120 135 mm
Nettopreis Fr. 2.50

WALTER FRANKE · Metallwarenfabrik · AARBURG (AARGAU)

1929 – 1933

Der „Black Friday“ 1929 löst eine Weltwirtschaftskrise aus. Die meisten Länder werten ihre Landeswährung ab, was für die Schweizer Exportindustrie hohe Verluste nach sich zieht.



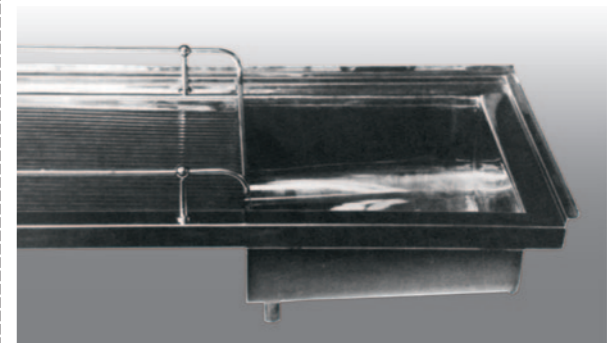
1934 – 1936

Hermann Franke schafft den Durchbruch im Schweizer Markt mit ersten Spültischen aus rostfreiem Edelstahl. Der Standortwechsel nach Aarburg bei Olten sowie der Bau von Fabrik und Bürogebäude sind strategische Entscheidungen von weitreichender Bedeutung für die weitere Entwicklung des Unternehmens.



1937 – 1939

Der Konjunkturaufschwung fördert den Absatz und die weltweit einsetzende Aufrüstung führt auch in der Schweiz zu verstärkter Nachfrage nach Militärgütern. Eine neue Schweisstechnik ermöglicht die Herstellung von nahtlosen Spültischen aus Edelstahl und die Aufnahme der Serienproduktion. Hermann Franke erliegt 1939 erst 53-jährig einem Herzleiden.



ZINN GEGEN ZIEGEL

Mit Ideen aus der Krise



Als der Erste Weltkrieg ausbrach, feierte die am 1. April 1911 gegründete **Spenglerei Hermann Franke** in Rorschach gerade erst ihr dreijähriges Bestehen. Durch Tüchtigkeit hatte sich Hermann Franke in kurzer Zeit einen Namen gemacht und das Geschäft erfreulich vorangebracht. Jedoch blieb auch sein Unternehmen nicht von den Konsequenzen des Krieges verschont. Das plötzliche Ende einer erfreulichen Konjunktur sowie der Mangel an Rohmaterial – galvanisiertes Blech war zeitweise gar nicht mehr erhältlich – brachten den jungen Betrieb an den Rand des Ruins. Doch Hermann Franke liess sich dadurch nicht entmutigen. Trotz Widrigkeiten schaffte er es, den Fortbestand des Geschäfts samt Arbeitsplätzen zu sichern. Mit wachem Unternehmertum und tatkräftiger Unterstützung seiner Familie und Mitarbeitenden.

Bedeutete der Mangel an Rohstoffen für einige Unternehmen das Aus, so wusste sich Hermann Franke zu helfen. Viele Häuser im Appenzeller Vorland wiesen damals Blechdächer auf. Wo Hermann Franke ein gut erhaltenes Blechdach sah, offerierte er dem Hausbesitzer den Ersatz durch ein gutes Ziegeldach, das sein Bruder Wilhelm dann fachgerecht aufsetzte. Aus dem damit gewonnenen Blech stellte Hermann Franke Dachrinnen

und -rohre her, die in der damaligen Zeit guten Absatz fanden und seinen Betrieb vor dem Ruin retteten.

Die in schwierigen Zeiten gewonnenen Erfahrungen brachten Hermann Franke auch zur Erkenntnis, dass er sein Unternehmen von wechselnden Witterungen und Jahreszeiten unabhängig machen musste, um nicht in unstillen Zeiten unterzugehen. Aber auch, um dessen Entwicklung sicherer und konstanter vorantreiben zu können. Die Lösung fand er in der Herstellung von Produkten, die man auf Vorrat herstellen konnte, wie den Ofenaufsatz **Frankon** oder Dachgauben und Dachfenster. Diese Neuausrichtung trieb Hermann Franke systematisch voran. Das führte zur Angliederung einer sanitären Installationsabteilung, die sich insbesondere der Modernisierung von Küchen und Waschküchen widmete, mit erstmals aus Metall gefertigten Gasherden, Spültischen und Trommelwaschmaschinen. Schon bald gewann Hermann Franke Kunden weit über den Standort Rorschach hinaus, im Appenzellerland, Rheintal und angrenzenden Thurgau. Der Vertrieb von Spenglereihalfabrikaten über den Grosshandel eröffnete dem Unternehmen Absatzmöglichkeiten im ganzen Land und legte den Grundstein zur eigentlichen industriellen Fabrikation.

Bildlegende

1 1913, Rorschach (Schweiz), Hermann Franke (Mitte) und Belegschaft, 2 Dachgaube, von der Spenglerei Hermann Franke hergestellt

MIT EISERNEM WILLEN

und fürsorglichem Herzen



2



3

Hermann Franke's Herz schlug nicht nur für Edelstahl und das Wachstum seines Unternehmens, sondern ebenso für das Wohlergehen seiner Mitarbeitenden wie auch sozial schwächer gestellter Mitmenschen. Besonders in der Krisenzeit der ersten Nachkriegsjahre engagierte er sich sowohl als fürsorglicher Patron wie auch als Helfer von Notleidenden in der Umgebung. Nachdem Hermann Franke mit angeschlagener Gesundheit vorzeitig aus dem Wehrdienst entlassen wurde, packte er unverzüglich die Sicherung und den weiteren Aufbau des Unternehmens samt Arbeitsplätzen an. Dabei schenkte er Ideen und Anliegen der Arbeitnehmerschaft grosse Beachtung. So investierte er in die Altersvorsorge seiner Mitarbeitenden und bezog auch deren Familien mit ein. Denn er hatte schon früh realisiert, dass die Familien von Mitarbeitenden wesentlich zur Zufriedenheit und Loyalität seiner Angestellten beitrugen. Besonders treue Mitarbeitende wurden zudem zusätzlich honoriert und blieben so dem Unternehmen langfristig verbunden.

Hermann Franke's Engagement als sozialer Arbeitgeber war in Anbetracht der minimalen staatlichen Sozialgesetzgebung in der Schweiz sehr weitsichtig. Es half dem Unternehmen auch, die sozialen Spannungen der Nachkriegszeit unbeschadet zu überstehen, unter denen vor allem ärmere Bevölkerungsschichten zu leiden hatten und die zum Landesstreik vom November 1918 führten.

Energie und Ausdauer für sein unermüdliches Wirken holte sich Hermann Franke bei seiner Familie und seinen geliebten Bergen. Seit 1911 war er Mitglied des Schweizerischen Alpenklubs, Sektion Rorschach. Als dieser die Fornoehütte im Engadin geschenkt wurde, wirkte er auf seine zupackende Art beim Umbau mit. Dass das Engadin über Generationen mit dem Unternehmen Franke verbunden sein würde, konnte damals noch niemand ahnen.

Bildlegende

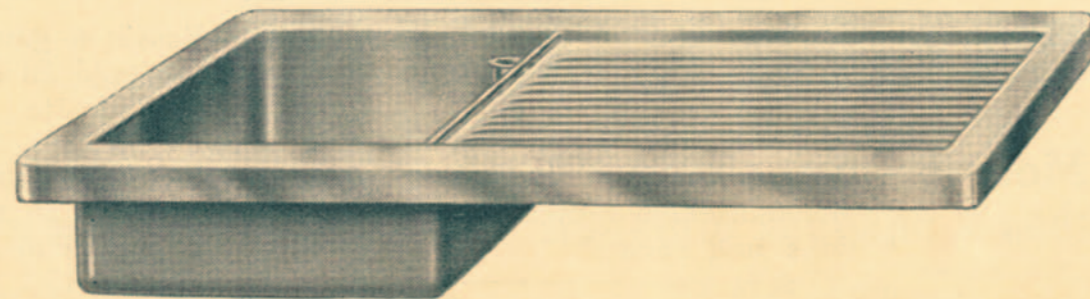
1 Franke Lehrling bei der Arbeit mit seinem Meister, 2 Zeitschrift „Das Eigenheim“, 3 Fornoehütte, Engadin (Schweiz)



« **FRANKON** »

Spültische

aus rostfreiem Chromnickelstahl



vollkommen nahtlos

aus einem Stück

Telefon 7 34 20

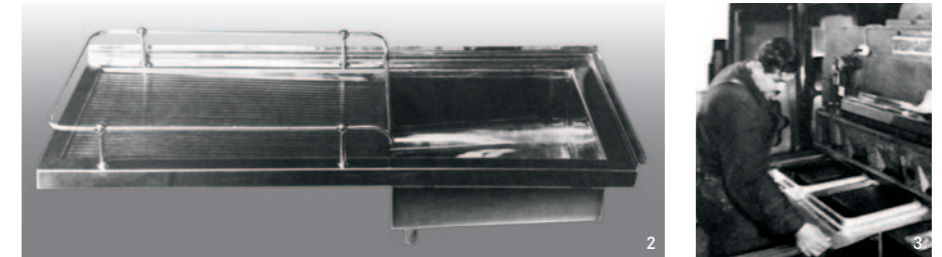
Hermann Franke · Aarburg

Metallwarenfabrik (Aargau)

1 9 3 9

VOM HANDWERKER

zum Industriepionier mit Edelstahl



Als der junge Physiker Benno Strauss 1912 seinem Chef Alfred Krupp meldete: „Wir haben die Formel!“, war das ein Durchbruch für die Materialforschung, die parallel in England und Deutschland vorangetrieben wurde. Mit rostfreiem Edelstahl, der gegen Wasser und Feuchtigkeit unempfindlich ist, öffneten sich unzählige neue Verwendungsmöglichkeiten. Bereits Mitte der 1920-er Jahre wurden bei Franke die ersten Spültische aus galvanisiertem Kupferblech und zu Beginn der 1930-er Jahre Spültische aus Nickel und Monel hergestellt. Dennoch suchte und experimentierte Hermann Franke unaufhörlich, um zum perfekten Material und der dazu passenden Verarbeitungstechnik zu gelangen. Als ihm dann zu Ohren kam, dass der Firma Krupp die Entwicklung von rostfreiem Edelstahl gelungen war, erkannte er sofort dessen Potenzial. Als einer der Ersten begann Hermann Franke, den neuen Werkstoff in die Schweiz zu importieren und in der Herstellung von verschiedenen Produkten anzuwenden.

Den endgültigen Durchbruch am Markt schaffte Hermann Franke 1934, als ihm die Bearbeitung und Herstellung von Spültischen aus rostfreiem Edelstahl gelang. Die Nachfrage sollte bald schon das Angebot übertreffen. Eine neue Schweisstechnik, die kurze Zeit danach zur Anwendung gelangte, ermöglichte deren Produktion nun auch ohne sichtbare Nähte und schlecht zu reinigende Fugen. Ab 1938 konnte Hermann Franke mit der Fertigung von grösseren Serien der äusserst hygienischen, pflegeleichten und dauerhaft formschönen Spültische aus Edelstahl beginnen und durch die stetig steigende Nachfrage sein wirtschaftliches Überleben sichern. Erfindergeist, Ausdauer und Können machten Hermann Franke zum Industriepionier mit Edelstahl und Wegbereiter des weiteren Erfolgs von Franke.

Bildlegende

1 1939, Broschüre mit dem ersten vollständig geschweissten, fugenlosen Spültisch, 2 1934, erster Chromnickelstahl-Spültisch, 3 Arbeit an der Abkantpresse bei der Spültischfabrikation

AUF ZU NEUEN UFFERN

Ein Entscheid mit Mut und Weitsicht



Die Jahre zwischen 1925 und 1930 entwickelten sich zur ersten eigentlichen Blütezeit des Unternehmens. Die Anzahl der angestellten Handwerker und Arbeiter stieg auf 30 an. Mit der Erweiterung der Aktivitäten schuf Hermann Franke in dieser Zeit wesentliche Voraussetzungen für weiteres Wachstum und Erfolg. Zum Zeichen dieser Entwicklung benannte er seinen Betrieb in **Hermann Franke Metallwaren** um und hatte Pläne, die Expansion geschäftlich und geografisch weiter voranzutreiben. Doch schon bald musste er feststellen, dass dafür die Möglichkeiten in Rorschach limitiert waren. Ein neuer Standort musste gefunden werden. 1934 traf Hermann Franke dank dem Rat eines wichtigen Kunden eine strategische Entscheidung mit weitreichender Bedeutung. Er zog mit seinem gesamten Unternehmen ins Zentrum der Schweiz. Nach Aarburg bei Olten, wo sich die Verkehrsachsen von Norden nach Süden und von Osten nach Westen treffen. Von nun an war die gesamte Schweiz Marktgebiet der aufstrebenden Firma.

Der Schritt zum Standortwechsel war insbesondere in Anbetracht der damaligen wirtschaftlichen Verhältnisse sehr mutig. Der New Yorker Börsenkrach löste 1929 weltweit einen wirtschaftlichen Niedergang aus und stürzte die Welt in eine

Wirtschaftskrise. Deren Auswirkungen setzten in der Schweiz zwar zeitlich leicht verzögert ein, hielten aber dafür auch länger als in anderen Ländern an. Diese Phase der Stagnation war geprägt von Investitionsschwäche und steigender Arbeitslosigkeit. Erst die Abwertung des Schweizer Francs durch den Bundesrat trug zur Entspannung und Verbesserung der wirtschaftlichen und sozialen Lage bei.

Doch Hermann Franke glaubte an die Zukunft seines Unternehmens, als er den Entscheid für Aarburg inmitten dieser unbeständigen und risikoreichen Zeit fällte. Auch bestärkt durch die Tatsache, dass sich sein gerade 18-jähriger Sohn Walter schon beim Umzug wie der Planung der neuen Fabrik in Aarburg beispielhaft einsetzte. Doch hätte wohl auch er nicht zu träumen gewagt, dass auf seinem Grund und Boden einst der Hauptsitz eines Konzerns von globaler Bedeutung entstehen würde. Bis dahin sollten aber noch einige Jahrzehnte vergehen und Herausforderungen zu meistern sein.

Hermann Franke durfte nur für wenige Jahre erleben, dass sich der Betrieb am neuen Standort erfreulich entwickelte. Er erlag am 25. Januar 1939 erst 53-jährig einem Herzleiden.



Bildlegende

1 1934, Umgebung des Bahnhofes Aarburg-Oftringen (Schweiz), als Hermann Franke das alte Bauernhaus und die grosse Scheune mit Umschwung kaufte (Bildzentrum), 2 1935, Bau von neuer Fabrik, Bürogebäude und Wohnhaus in Aarburg

HERMANN FRANKE

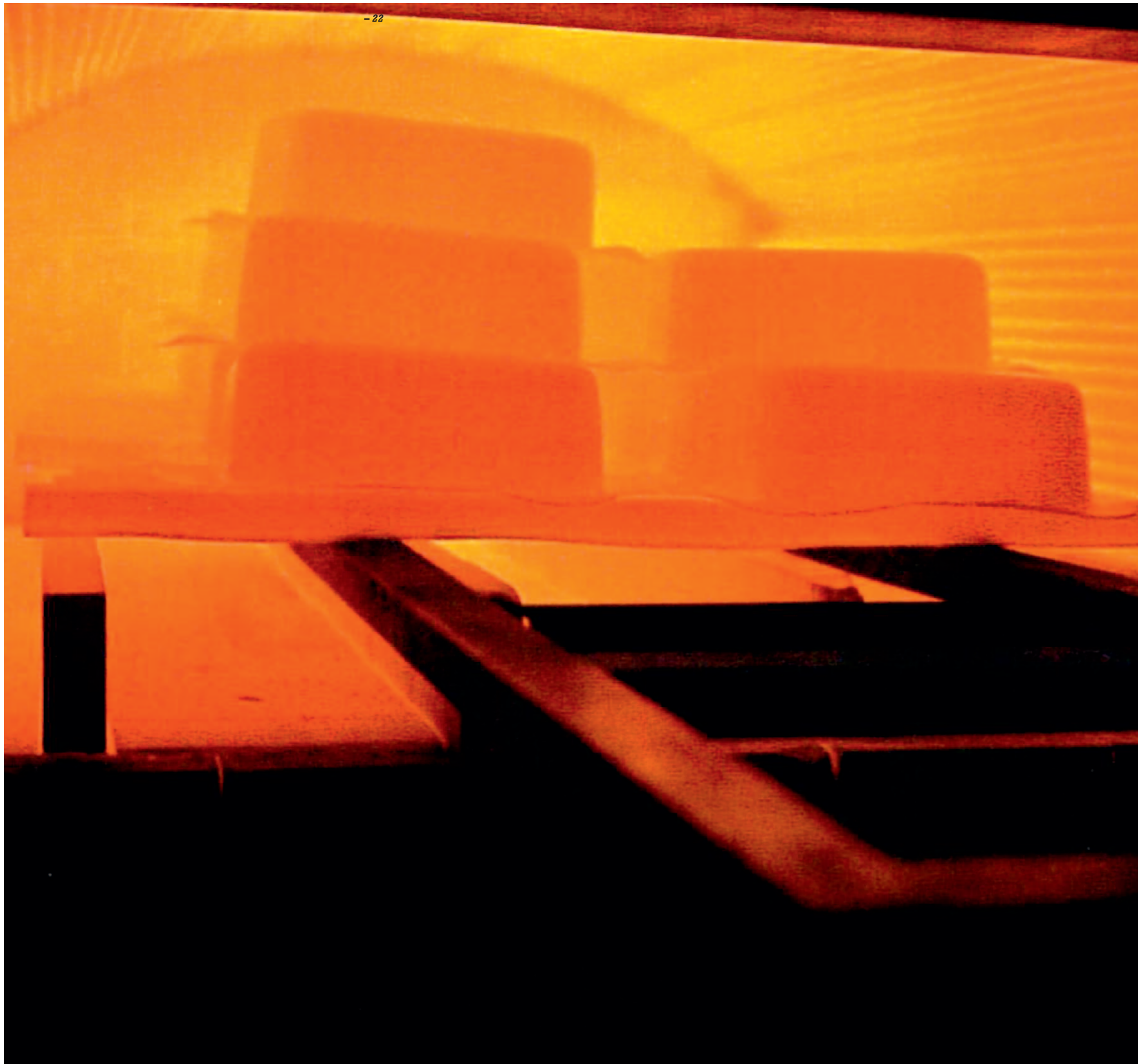
DER GRÜNDER



Hermann Franke war Industriepionier und Unternehmer aus Leidenschaft. Ideenreich und handwerklich begabt, verstand er es, technologische Neuentwicklungen zu nutzen und daraus Kernkompetenzen für ein Geschäft mit Zukunft zu entwickeln. Durch Pionierarbeit mit Edelstahl und unternehmerischen Mut zur Betriebsverlegung an einen strategisch günstigen Standort schuf er die Grundlagen, um mit seriell gefertigten Produkten den Schweizer Markt zu erschliessen. Der weitere Erfolg des von ihm gegründeten Unternehmens bestätigt seinen Weitblick und sein unermüdliches Schaffen. Kraft für seine Arbeit holte er sich bei seiner Familie und beim Bergsteigen.

Bildlegende

1920, Hermann Franke mit Ehefrau Emilie und Sohn Walter

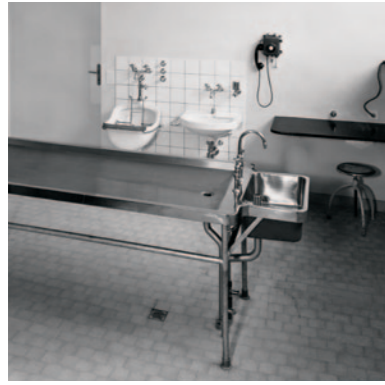


IDEEN AUS EDELSTAHL

Ideen und Innovationen prägen die pionierhafte Geschichte von Franke. Vom Ofenrohr-Aufsatz der Gründerjahre über die Herstellung von fugenlosen Spültischen, die Entwicklung der Komplettküche, die Normierung der Haushalts- und Gastro-Küche bis hin zum Bau von Triebwerk-Komponenten für die Luftfahrt-Industrie. Dabei spielte Edelstahl schon in der Gründerzeit von Hermann Franke die tragende Rolle zur Realisierung der Ideen. „Wir machen alles, was sich aus rostfreiem Stahl herstellen lässt“, war später Walter Frankes Leitsatz für sein Schaffen. Seinem Erfindergeist verdankt das Unternehmen und der Markt eine Vielzahl von Konzepten und Produkten, welche von seinen Nachfolgern Willi und Michael Pieper stetig weiterentwickelt wurden und Franke zu globalem Erfolg führten. So ist Franke zum weltweit führenden Anbieter von intelligenten Systemen für die Haushaltsküche, für die professionelle Systemgastronomie, die Kaffeezubereitung, die Getränkelieferung und für Hygienelösungen im Sanitärbereich gewachsen. Dank hohem Engagement von Mitarbeitenden, dem Vertrauen von Kunden und der Pflege wichtiger Partner, wie beispielsweise der Stahlproduzenten, welche eine zentrale Rolle für Franke spielen. Heute verarbeitet Franke jährlich weltweit 60'000 bis 70'000 Tonnen Edelstahl zu Franke Produkten und Systemen von Weltruf.

Bildlegende

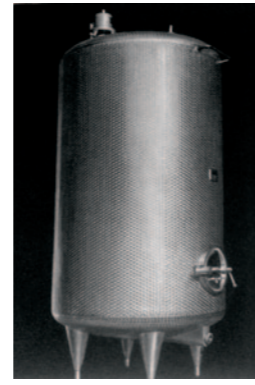
Spülbecken im Glühofen



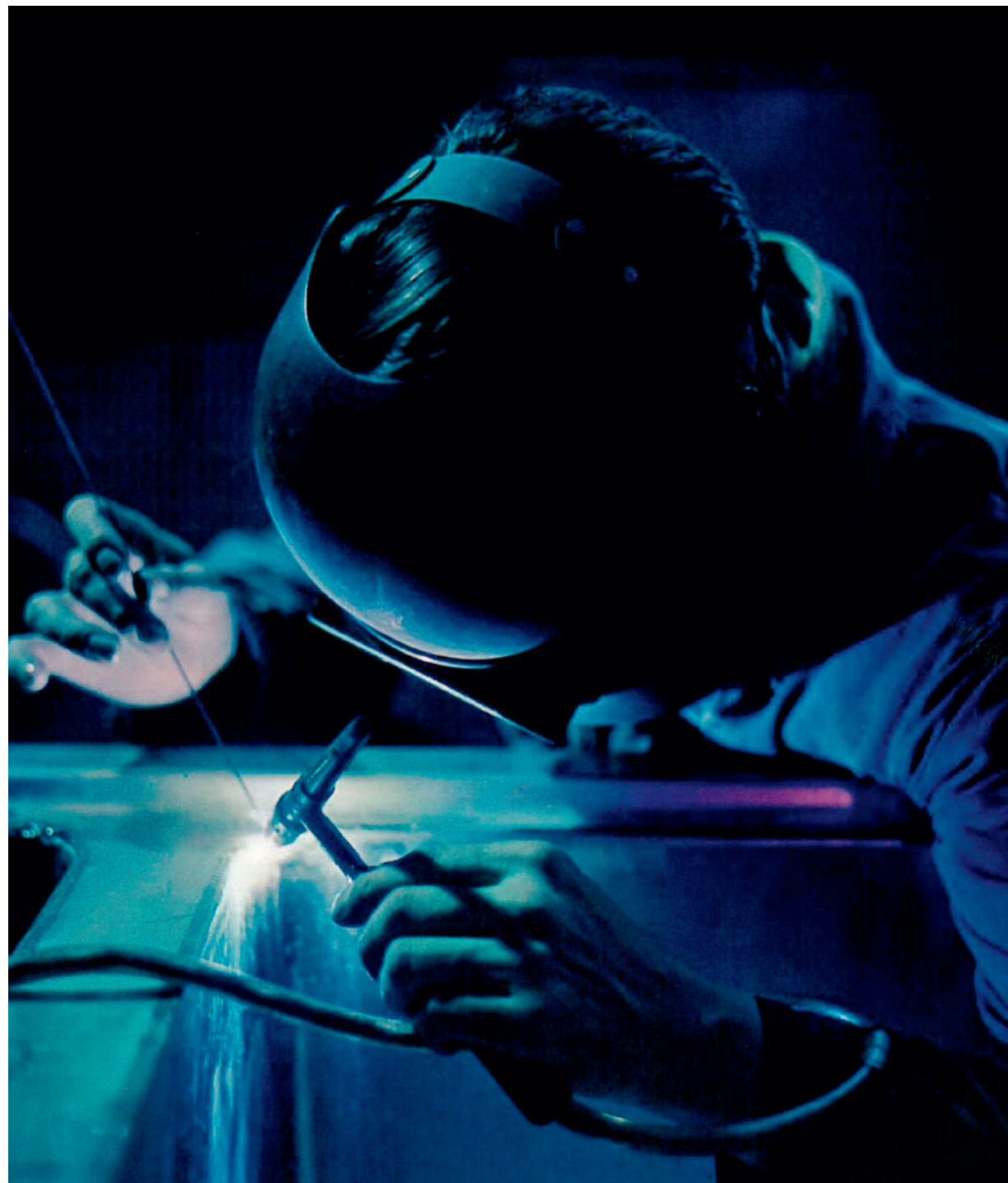
1



2



3



4



5



6



7



8



9

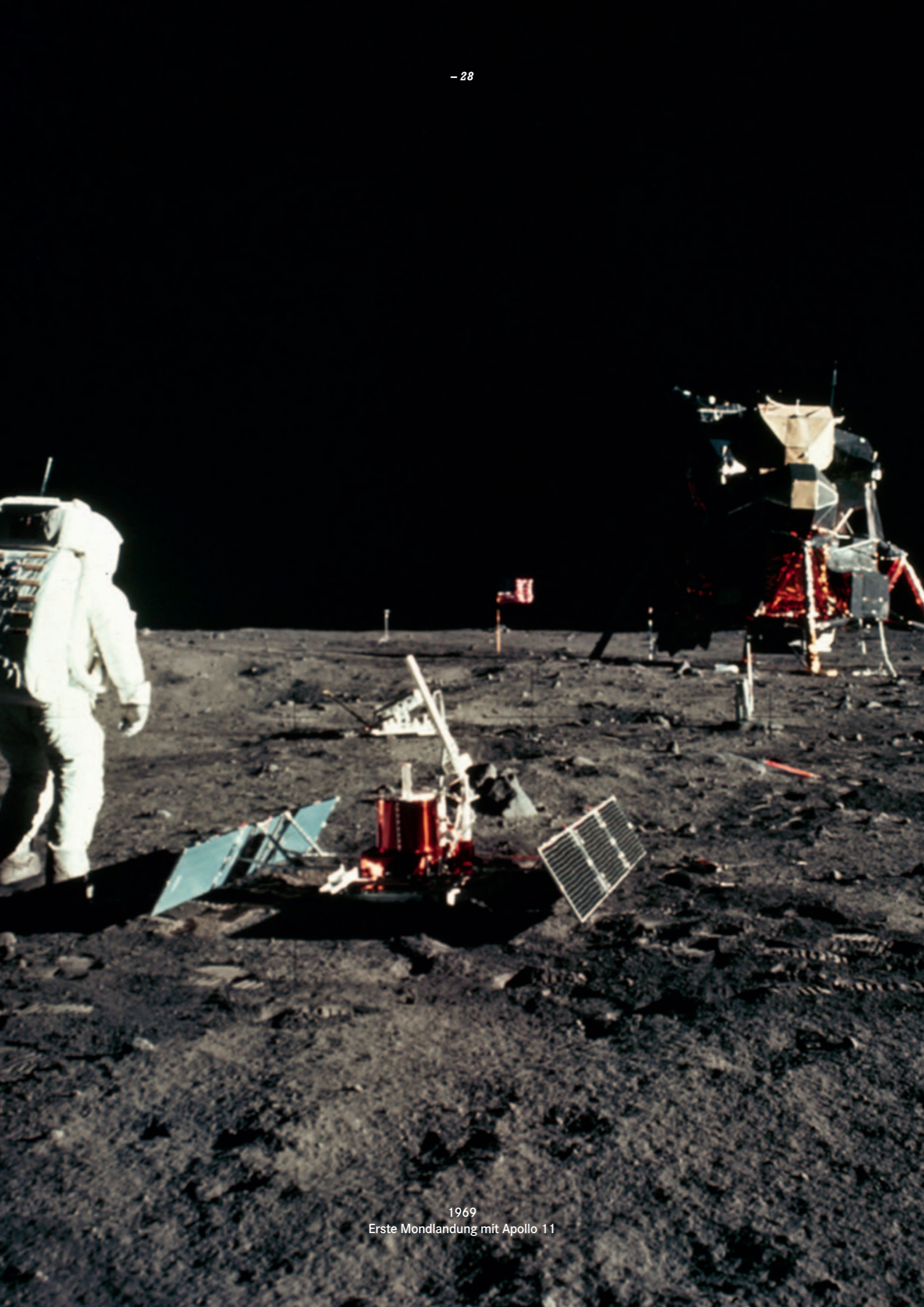
Bildlegende

1 Seziertisch Spital Zofingen (Schweiz), 2 Vielfalt an Gastronorm-Schalen, 3 Lagertank für Milch, 4 Arbeiter am Schweißen mit Lichtbogen, 5 Getränkecontainer, 6 Militärküche, 7 Garnfärbemaschine, 8 Triebwerkskomponenten für Flugzeuge der Schweizer Luftwaffe, 9 Flugzeugtriebwerk

ÄRA WALTER FRANKE

*Von der Manufaktur zum internationalen Unternehmen
(1939 – 1975)*

Nach dem überraschenden Tod seines Vaters Hermann Franke hatte Walter Franke schon in jungen Jahren besondere Herausforderungen zu bewältigen. Noch in Ausbildung, machte er sich an die Übernahme und Weiterentwicklung des Unternehmens. Mit Erfindergeist, handwerklichem Geschick und gesunder unternehmerischer Ambition führte er Franke durch bewegte Zeiten in neue Dimensionen und erstmals zum Erfolg über die Grenzen der Schweiz hinaus.



1969
Erste Mondlandung mit Apollo 11

WAS FRANKE UND DIE WELT BEWEGTE

1939 – 1945

Hermann Franke stirbt 1939 unerwartet und sein Sohn Walter übernimmt das Geschäft. Der Zweite Weltkrieg führt erneut zu Schwierigkeiten in der Materialbeschaffung und die Bautätigkeit stagniert. Franke verarbeitet vorübergehend nickelfreien Chromstahl und überwindet mit Erfindungen und Entwicklungen für verschiedenste Anwendungsbereiche die kritische Zeit.



Beginn der Freundschaft und Zusammenarbeit mit Willi Pieper. Das Unternehmen wächst auf 100 Mitarbeitende.

1946 – 1950

Erste Wachstumsphase setzt ein. Die Schweiz profitiert von ihrer weitgehend unversehrten Infrastruktur, die Exportwirtschaft vom weltweiten Konjunkturaufschwung und den sich öffnenden internationalen Märkten. Walter Franke baut die Fabrikanlagen in Aarburg aus und tätigt erste Exporte in europäische Nachbarländer. 1950 Gründung der ersten ausländischen Tochtergesellschaft in Ettlingen (Deutschland).



1951 – 1955

Die Baukonjunktur ermöglicht die Steigerung der Produktion und des Absatzes auf allen Gebieten.



Walter Franke baut konstant Anlagen und Angebote am Hauptsitz in Aarburg (Bild) und an anderen Standorten in der Schweiz aus.

1956 – 1961

Franke verdoppelt die Produktion, baut die Exportorganisation auf und bildet den Unternehmens-Bereich Grossküchen. Das Unternehmen wächst auf 750 Mitarbeitende.

1962 – 1973

Die Expansion von Franke im In- und Ausland geht weiter (13 neue Tochter- und 2 Lizenzgesellschaften). Das Unternehmen wächst auf 2600 Mitarbeitende. Die Normierung der Gastro-Küche treibt Franke als Pionierunternehmen weiter. Franke wird zur Aktiengesellschaft und installiert 1972 die erste McDonald's-Küche in München (im Bild Franke Manager John F. Strasser und Walter Wieland bei der Eröffnung).



1973 – 1975

Weltweite Erdöl- und Wirtschaftskrise treffen auch die Schweiz hart. Vor allem die Bauwirtschaft leidet. Auch Franke ist davon betroffen. Gesundheitliche Probleme zwingen Walter Franke zu einer vorzeitigen Nachfolgeregelung. Sein langjähriger Freund Willi Pieper bietet Hand und sichert durch die Übernahme den Fortbestand von Franke.

FRANKE

werk

kurier

WERTSCHAFFUNG

durch Wertschätzung



Als Hermann Franke 1939 überraschend verstarb, trat der 21 Jahre junge Sohn Walter in die für ihn damals noch grossen Fussstapfen seines Vaters. Obwohl er schon beim Wechsel zum neuen Standort in Aarburg und weiteren Aufbau des Unternehmens aktiv mitgewirkt hatte, war für ihn die gemeinsame Zeit mit seinem Vater viel zu kurz. Als wacher Bursche mit viel handwerklichem und kreativem Talent hatte er aber doch einiges von seinem Vater mit auf den Weg bekommen. Dazu gehörte auch, dass Walter Franke wie sein Vater stets die Nähe zu Mitarbeitenden und Kunden suchte und pflegte. Um im persönlichen Kontakt Ideen auszutauschen und Lösungen zu finden. Seine Königsregeln: Jeder Auftrag wird beim Kunden verdankt, Reklamationen müssen ernst genommen werden und der Kunde muss durch den Kontakt mit Franke einen Mehrwert erhalten. Als das Wachstum von Franke über die Schweizer Grenzen hinaus seine Betriebsrundgänge und direkten Kontakte mit den Mitarbeitenden in Aarburg einzuschränken begann, lancierte er 1961 das Magazin **Werk-Kurier**, den Vorläufer des heutigen **Inside Franke**. So hielt Walter Franke sämtliche Mitarbeitenden über wichtige betriebliche, personelle und fachliche Themen auf dem Laufenden und lud diese gleichzeitig zum Dialog mit ihm ein. Walter Franke war davon überzeugt, dass man nur durch das Schaffen einer gemeinsamen Basis mit allen Beteiligten die Entwicklung des Unternehmens voranbringen konnte.

Als Tatbeweis seines sozialen wie innovativen unternehmerischen Engagements gelten vor allem die Gründung des Fürsorgefonds für Franke Angestellte und Arbeiter im Jahre 1941 oder der Bau der ersten Franke Wohnsiedlung „**Gässli**“ 1942 in Oftringen. Schliesslich die Gründung eines Alterskapitalfonds mit zusätzlicher Rentensicherung 1962, neben der staatlichen AHV. Das Zweisäulenprinzip wurde in der Schweiz nämlich erst 1985 obligatorisch eingeführt. Ebenso die „Franke Stiftung für kulturelle, soziale und Bildungszwecke“, die 1966 in Aarburg ins Leben gerufen wurde. Mit dem Zweck, private und kirchliche Institutionen in ihrer gemeinnützigen Arbeit zu unterstützen. Noch heute bereichert diese Stiftung mit vielfältigen Impulsen das kulturelle Leben über die Region hinaus.

Die Wertschätzung, die Walter Franke für sein soziales Wirken erfuhr, zeigte sich auch darin, dass sich die Mitarbeitenden selber „Frankeaner“ nannten. Auch der 1972 erstmals durchgeführte „Tag der offenen Tore“ in Aarburg mit einer überwältigenden Teilnahme von Mitarbeitenden und deren Angehörigen brachte diese Verbundenheit mit Franke zum Ausdruck. Diese Identifikation mit dem Unternehmen verbindet die stetig wachsende „Franke Familie“ bis heute und bringt den „Franke Spirit“ ganz besonders zum Ausdruck.

Bildlegende

1 1970, Titelseite Franke Werk-Kurier mit neuem Franke Bürogebäude in Aarburg (Schweiz), 2 1961, Erstausgabe Franke Werk-Kurier, 3 1942, Bau der ersten Franke Wohnsiedlung „Gässli“ in Oftringen (Schweiz)

ERFINDER UND GESTALTER

von Neuem und Normen



Der kreative Geist von Walter Franke brachte Franke auf die Erfolgspur. Vor allem beim Bau von Küchen im privaten und professionellen Bereich. Dabei stellten die unterschiedlichen Masse die Produktionsteams von Franke immer wieder vor besondere Herausforderungen. So musste jede Küche und jedes dazugehörige Element einzeln angefertigt werden, was zu hohem Arbeitsaufwand führte und Unmengen an Material erforderte. Erschwerend kam hinzu, dass der Zweite Weltkrieg erneut zu Rohstoffknappheit führte. Umso mehr waren neue Ideen und Lösungen gefragt, wie sie Walter Franke in seiner zukunftsweisenden Normierung von Küchen fand.

Gemeinsam mit der Firma Therma (heute Electrolux) leistete er zuerst Pionierarbeit in der Normierung der Privatküchen, was auch erstmals die Fertigung von Kombinationsspülen ermöglichte. Stolz präsentierte Franke an der Basler Mustermesse 1942 die erste Küchenkombination mit eingebautem Herd und aufklappbarem Deckel. Nur wenige Jahre später gelang die Entwicklung der ersten kompletten Küche, bestehend aus einer Einbauküche mit Unter- und Oberbau, welche beachtlichen Erfolg erzielte.

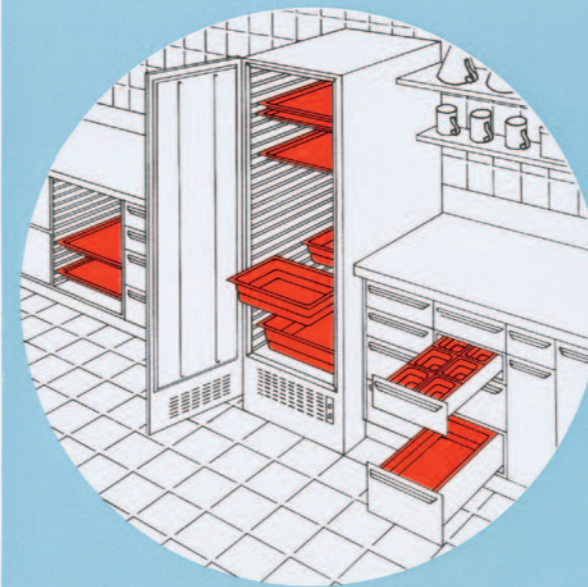
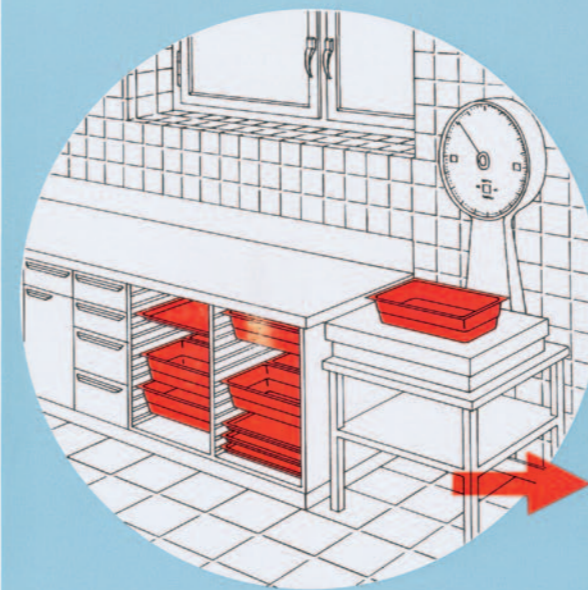
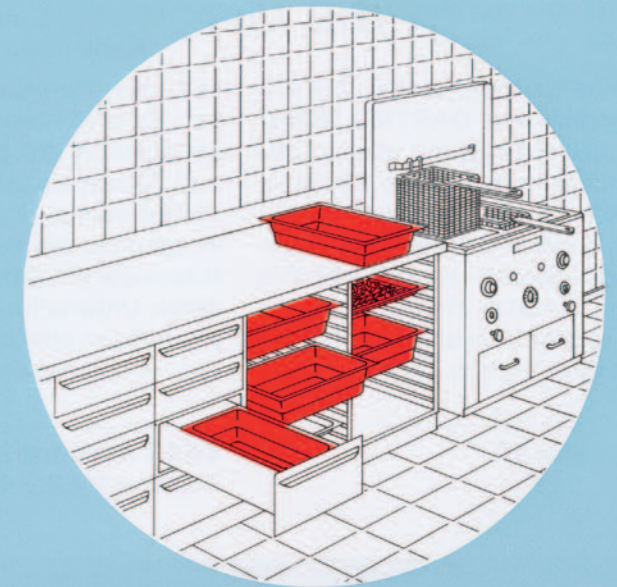
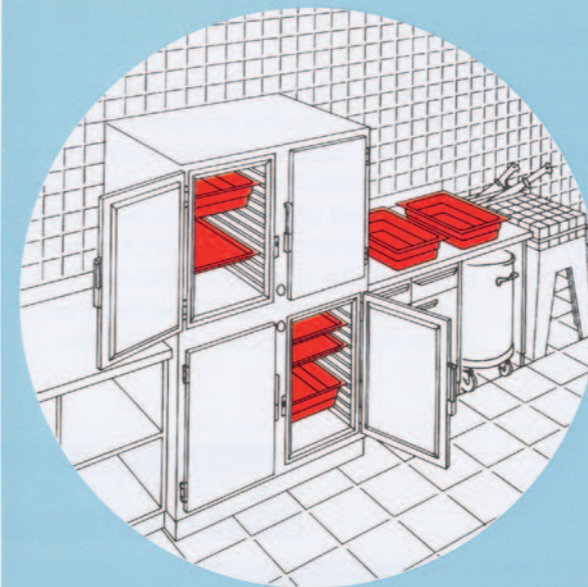
Walter Franke war überzeugt, dass eine kluge Normierung auch der Planung und Ausführung von Gastro-Küchen enormen Vorteil und Fortschritt bringen würde. Gedacht, getan. So erfand Walter Franke auch die Sink-Norm für die gewerbliche Küche und ermöglichte damit die Schaffung einer Gastro-Norm für Grossküchen. Dank dieser liessen sich Arbeitsabläufe und die Fertigungsprozesse effizienter gestalten und die Qualität umfassend steigern. Jeder Arbeitsschritt, vom Wareneingang bis zur Bedienung des Gastes, folgte einem einheitlichen System und Prozess. Bereits hier wurde der Systemgedanke von Franke verankert. Ein weiterer Meilenstein in der Franke Geschichte war gesetzt.

Erfindergeist und Tatendrang liessen Walter Franke nach weiteren Möglichkeiten in der Normierung und Perfektionierung der industriellen Fertigung suchen. Aus den USA brachte er die Idee des Getränkecontainers mit und liess sich eine Auswahl solcher Behälter in die Schweiz nachschicken. Nach technischen Abklärungen und Optimierungen erhielt Franke von der Mineralquelle Eglisau den Auftrag, 400 Stück solcher Container als „Exklusivität Eglisau“ herzustellen. Kaum waren die ersten Exemplare ausgeliefert, schossen Konkurrenz, Industrie und Gastgewerbe aus allen Rohren gegen diese „Exklusivität“. Mit der Begründung, der Eglisau-Container taue wegen ungünstiger Abmessungen nicht für die Schweiz. In der Folge wurde mit Beteiligung von Walter Franke ein neues Modell mit 20 Litern Inhalt, grösserem Durchmesser und geringerer Höhe entwickelt, das es später zur heute noch gültigen Euronorm schaffte. Parallel dazu entwickelte Walter Franke den Biercontainer aus rostfreiem Edelstahl mit identischem Format und zusätzlichen Extras, um Qualität und Bedienung zu verbessern. Rasch setzten sich diese in der Getränkeindustrie und im Gastgewerbe gegenüber bestehenden Gebinden durch und schufen so bis heute die Basis für dieses erfolgreiche Franke Geschäft.

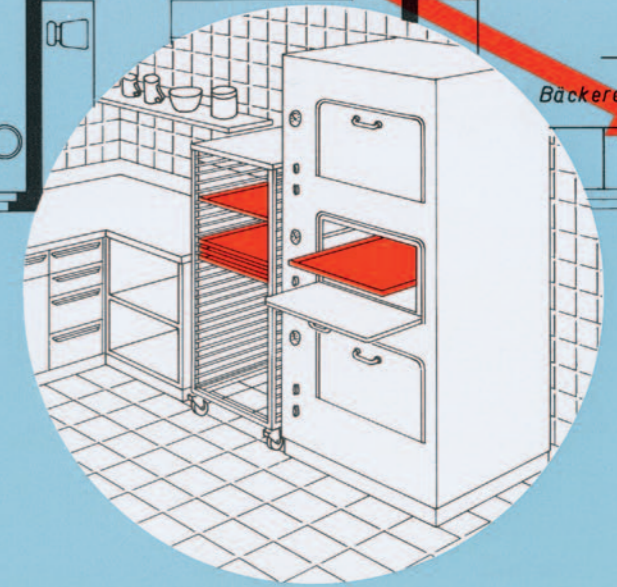
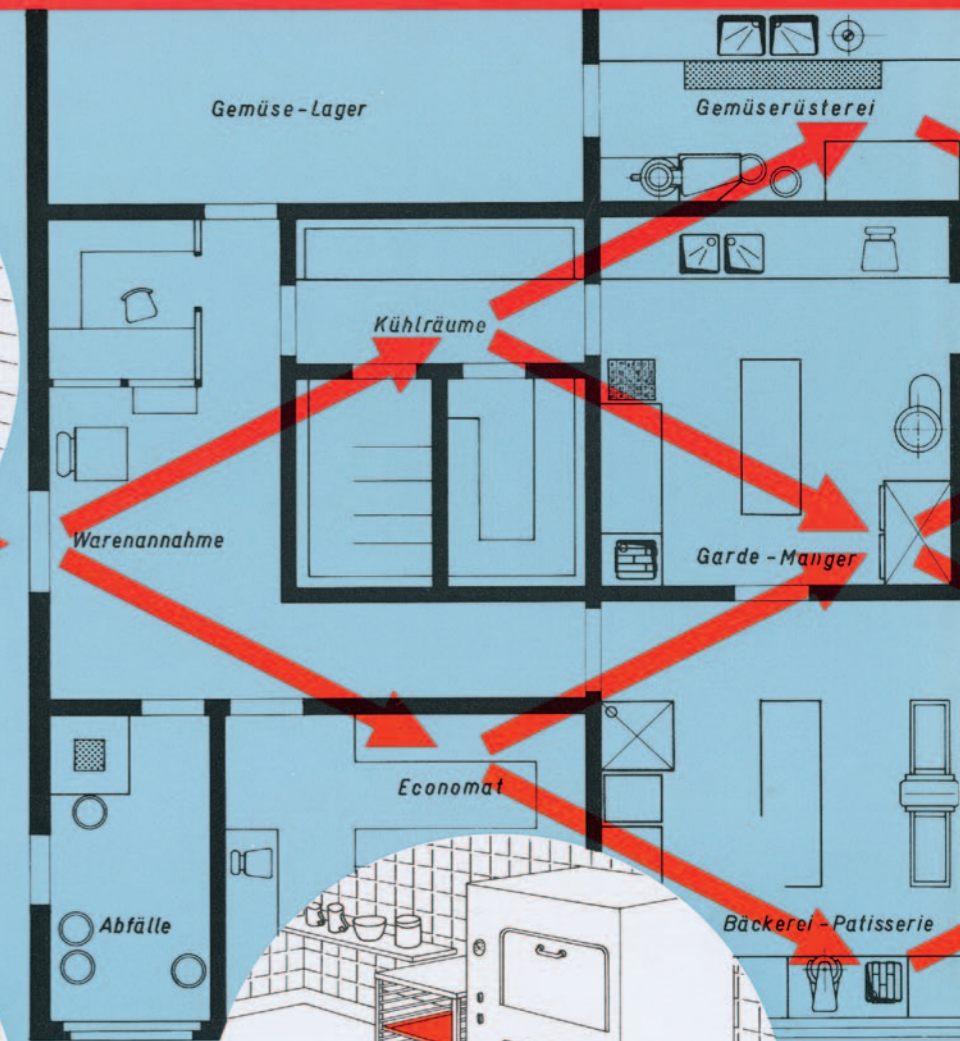
Walter Franke's Innovationskraft nährte sich auch aus alltäglichen Bedürfnissen, Problemen und Notlagen. Ein typisches Beispiel dafür ist seine Entwicklung des Speiseträgers für die Schweizer Armee. Der Geistesblitz dazu traf Walter Franke während seines Militärdienstes, als er einmal mehr durchnässt, frierend und hungrig auf der Wache ausharren musste. Dank seiner Erfindung konnten nun gekochte Speisen auch für längere Zeit warm gehalten und hygienisch und bequem transportiert werden. Millionen von Schweizer Wehrmännern danken es ihm bis heute.

Bildlegende

1 Ausschnitt GASTRO-NORM der rote Faden durch die Grossküche, 2 Serielle Produktion im Werk Aarburg (Schweiz), 3 Speiseträger für die Schweizer Armee, 4 1940, Küchenkombination, 5 1960, Franke Normküchen



GASTRO-NORM der rote Faden



DAS GEMEINSAME WIRKEN

des Unternehmerduos Walter Franke und Willi Pieper



Eine Begegnung, die das Leben von Walter Franke besonders prägen sollte, ereignete sich zufällig 1941 auf einer Zugfahrt nach Basel an die Mustermesse. Auf dieser Reise lernte er den Jungunternehmer Willi Pieper kennen. Die beiden waren sich auf Anhieb sympathisch und schon bald wurden gemeinsam Unternehmenspläne geschmiedet.

1942 gründeten sie die Firma **Metallwaren AG** mit Geschäftssitz in Aarburg, an der sich Walter Franke und Willi Pieper zu je 50 Prozent beteiligten. Hier wurde eine eigene Werkstätte aufgebaut, welche für verschiedene Grossfirmen Industrieteile fertigte. Daneben widmeten sie sich eigenen Projekten und Plänen. Dabei ergänzte sich das Unternehmerduo in beinahe idealer Weise. Walter Franke, der ideenreiche Techniker, der sich vor allem auf Entwicklung und Produktion verstand. Willi Pieper, der einfallsreiche und gewiefte Kaufmann, der sein Talent im Verkauf und in den Finanzen einbrachte. In ihrem gemeinsamen Wirken konnten sie Erfolge feiern, hatten aber auch Fehlschläge zu verdauen und Lehrgeld zu zahlen. So bei der Entwicklung eines Raupentraktors, der nie über das Stadium eines Prototyps hinaus kam. Oder ein Kühlschrank-Projekt, welches nie die Marktreife erlangte und den beiden Unternehmern lediglich finanzielle Verluste und ein Gerichtsverfahren bescherte. 1944 wurde die Metallwaren AG in Aarburg aufgelöst und die Maschinen und Mitarbeitenden von der Firma Walter Franke übernommen. 1943 erwarben die beiden die **Hans Koch AG**, die dann später von Willi Pieper übernommen und in **Reppisch-Werke AG (RWD)** umbenannt wurde.

Nach dem Zweiten Weltkrieg wurden Ausbau und Rationalisierung der Produktion in Aarburg weiter vorangetrieben und dadurch mehr Kapazitäten geschaffen. Mit dem Wunsch, nun auch Spültische nach Deutschland zu exportieren, ging Walter Franke 1950 erneut auf Willi Pieper zu. Dieser besass als Vorsitzender des Aufsichtsrats der Spinnerei und Weberei AG in Ettlingen gute Verbindungen und kannte sich auch sonst bestens in Deutschland aus. 1950 gründeten die beiden die MEWAG GmbH in Ettlingen, mit Beteiligung zu gleichen Teilen. Diese mietete sich vorerst in Räumlichkeiten der Spinnerei und Weberei AG zu Lager- und Montagezwecken ein und importierte Fertigspülen aus Aarburg. Die erfolgreiche Geschäftstätigkeit der MEWAG führte 1955 zum Bau eines Produktionsbetriebs samt Bürogebäude in Ettlingen, auf einem Gelände, das von der Spinnerei erworben wurde. Nun

musste Franke in Aarburg nur noch Halbfabrikate liefern. In der Folge steigerte sich jedoch nicht nur der Umsatz, sondern auch der Druck der Konkurrenz. Um dem zu begegnen, entschloss sich Walter Franke, zusätzlich ein eigenes Presswerk in Deutschland zu bauen, wofür in Ettlingen nicht genügend Platz vorhanden war. 1959 konnten dann im deutschen Bad Säckingen ein Franke Zweigbetrieb mit Presswerk in Betrieb genommen und mit der Produktion von Halbfabrikaten begonnen werden, mit denen man auch die MEWAG in Ettlingen versorgte. In den folgenden Jahren entwickelte sich die Gesellschaft in Bad Säckingen erfolgreich, während jene in Ettlingen eher stagnierte. Deshalb kamen Walter Franke und Willi Pieper 1972 überein, den Betrieb in Ettlingen mit der Franke GmbH in Bad Säckingen zu fusionieren, an der Willi Pieper minoritär beteiligt blieb. Bald konnte Franke in Bad Säckingen das Fabrikationsprogramm ausbauen und damit den deutschen Markt wie auch Franke Tochtergesellschaften im Ausland erfolgreich beliefern.

Mit ausgeprägtem Familiensinn würdigten beide ihre Vorfahren und fühlten sich gegenüber den Eltern verpflichtet. So gaben beide ihre geplante Aus- und Weiterbildung auf, um der eigenen Familie in wirtschaftlichen Krisenzeiten zur Seite zu stehen. Willi Pieper kehrte aus Deutschland zurück, um seiner Mutter nach dem Tod des Vaters bei der Liquidation des Familienunternehmens zu helfen, und Walter Franke musste nach dem unerwarteten Tode seines Vaters die Firma Franke übernehmen.

Walter Franke und Willi Pieper waren den Bereichen Sport und Politik, Investitionen und Unternehmertum zeit lebens verbunden, wenn auch mit unterschiedlicher Beteiligung und Leidenschaft. Willi Piepers grosse Leidenschaft mit nationalen und internationalen Erfolgen war der Segelsport. Sportlich blieb Walter Franke wie sein Vater dem SAC Rorschach treu, liebte das Bergsteigen im Engadin und den Golfsport. Sonst widmete er sich lieber der Politik. Er war überzeugt, dass man nur durch aktives Mitgestalten in der Politik auch Verständnis von Behörden und Unternehmen erwarten konnte.

Was 1941 mit einer zufälligen Begegnung im Zug nach Basel begann, führte zu einer lebenslangen, fruchtbaren, erfolgreichen, aber auch turbulenten Freundschaft, die sich für das Unternehmen als zukunftsweisend herausstellen sollte.

Bildlegende

1 Unternehmerduo Walter Franke und Willi Pieper, 2 Prototyp eines Raupentraktors, 3 Das RWD-Hochhaus in Dietikon (Schweiz): Sitz der Reppisch-Werke AG

PIONIERUNTERNEHMER

für Pionierunternehmen



Mit der Herstellung von gewerblichen Küchen hatte Walter Franke schon während des Zweiten Weltkriegs begonnen. Erst belieferte er die Armee mit einzelnen Elementen, dann mit kompletten Küchen. Bald darauf begann er, seine professionellen Küchen auch in Gaststätten und Restaurationsbetrieben zu installieren. Eine ganz neue Perspektive öffnete sich für Walter Franke Mitte der 1940-er Jahre, als ihn Willi Pieper mit Ueli Prager bekannt machte, dem Spross einer traditionsreichen Zürcher Hotelierfamilie und Gastropionier der ersten Stunde. Prager hatte sich während eines Aufenthalts in den USA zu einem neuen Verpflegungskonzept inspirieren lassen, von dem er überzeugt war, dass sich auch die Schweizer dafür begeistern liessen. Bei der Verwirklichung seiner Idee fand er in Walter Franke den richtigen Partner zum Bau der kommerziellen Grossküchen. Auf Empfehlung von Ueli Prager holte Walter Franke dann den Amerikaner Harry Friedman an Bord. Dieser brachte aus seinem Wirken in den USA wertvolle Erfahrung im Bau von standardisierten und normierten Grossküchen mit ein. So gelang es Franke und Friedman, Pragers Konzept und die Anforderungen an einen kompromisslosen, auf optimale Arbeitsabläufe ausgerichteten Küchenbau erfolgreich umzusetzen. Mit kompakt konstruierten Einrichtungen aus unverwüstlichen, wartungsarmen und hygienischen Materialien, mit möglichst wenigen Fugen oder anderen Schmutzfängern. Für Walter Franke war dies nicht nur eine willkommene Herausforderung, sondern auch der entscheidende Impuls für die Formierung einer separaten Abteilung Grossküchen. Am 19. Juli 1948 eröffnete Ueli Prager das erste Mövenpick-Restaurant im Claridenhof in Zürich, ausgestattet mit der von Walter Franke gebauten Grossküche neuen Standards. Weitere sollten folgen. Damit wurde eine Revolutionierung der Gastrozene in Gang gesetzt, die weit über die Zeit und die Grenzen der Schweiz hinaus Wirkung zeigen sollte. Pragers Mövenpick-Konzept war nicht nur neu, sondern brach auch mit den geltenden Sitten. Papier-Tischsets lösten Tischtücher ab, Speisekarten

wurden nach Vorspeisen, Hauptgerichten, Beilagen und Desserts gruppiert statt in der klassischen Menü-Folge. Der Gast konnte sich von nun an sein Menü nach Lust und Laune selber zusammenstellen. Auch edle Weine waren im Offenausschank zu haben. Zudem begann Ueli Prager, damals als Luxus geltende Spezialitäten wie Hummer, Lachs, Austern, amerikanisches Rindfleisch und Leckerer mehr zu importieren und dem Gast zu erschwinglichen Preisen anzubieten. Auch an der Bar und „über die Gasse“, was damals absolut neu war. Schon bald erfreute sich das Mövenpick Konzept und Angebot rasch wachsender Beliebtheit und brachte später weitere innovative Formen der mobilen Verpflegung wie Silberkugel, Cindy und Marché hervor. Mit dem Anspruch, Gäste nicht nur schnell, sondern mit frisch zubereiteten Mahlzeiten für jeden Appetit zu verwöhnen. Die Zusammenarbeit mit Mövenpick verhalf Franke nicht nur zu vollen Auftragsbüchern, sondern auch mit dem Bau von Grossküchen zu einer erfreulichen Zukunftsperspektive. Um dieses Geschäft weiter auf- und auszubauen, engagierte Walter Franke Harry Friedman als Berater. Harry Friedman war auch ein guter Freund von Ray Kroc, dem Inhaber und Gründer der aufstrebenden McDonald's Corporation, die auf dem Weg war, mit ihren Restaurantketten auch Europa zu erobern. So kam es, dass Friedman in den 1960-er Jahren den Kontakt von Walter Franke mit McDonald's initiierte. 1972 war es dann so weit, Franke baute und installierte die erste McDonald's-Küche in München. Schritt für Schritt wurde in der Folge die gemeinsame Zusammenarbeit und internationale Expansion ausgebaut, so dass Franke als weltweiter McDonald's-Partner bald mit nahezu 50 Prozent Anteil an der Ausstattung des Fastfood-Giganten auf allen Kontinenten beteiligt war. So hat Walter Franke wesentlich dazu beigetragen, die Visionen von Pionieren der Systemgastronomie Realität werden zu lassen. Enge Partnerschaft und gemeinsames Wachsen mit Kunden prägten die Entwicklung von Franke bis heute und werden es bestimmt auch in Zukunft tun.

Bildlegende

1 1948, Mövenpick Zürich (Schweiz), 2 1954, Ueli Prager, 3 Fred Turner (CEO) und Ray Kroc (Gründer) der McDonald's Corporation, 4 1955, Ray Kroc's erstes McDonald's-Restaurant in Des Plaines (Illinois, USA)



ERSTE ERFOLGE

auf europäischem Parkett



Als durch die rege Bautätigkeit in der Nachkriegszeit die Nachfrage nach Spülen massiv zu steigen begann, beschloss Walter Franke als Erster in seiner Industrie, den Schritt nach Europa zu wagen. Mit einer starken Export-Abteilung im Rücken, die wertvolle Arbeit leistete. Nach den ersten Export-Erfolgen in **Deutschland** und der Gründung der MEWAG AG in Ettlingen, Deutschland, folgten weitere Meilensteine in der erfolgreichen Eroberung der europäischen Märkte: Nach **Belgien** lieferte Franke seit 1946 Norm-Spülen in steigenden Stückzahlen. Doch machten staatliche Auflagen das Franke Exportgeschäft zunehmend schwieriger und unattraktiver. Das änderte sich 1961 mit der Aufnahme einer eigenen Produktion im nahe bei Brüssel gelegenen Ninove. In **Österreich** stieg die Nachfrage ebenfalls kontinuierlich. Anfänglich wurde Franke durch einen Generalvertreter und ab 1952 durch die Firma Karl Doppelmayer K.G. im vorarlbergischen Hard als Lizenznehmer repräsentiert. Nach zehn erfolgreichen Jahren wurde diese freundschaftlich durch Walter Franke übernommen und in die neu gegründete Franke Gesellschaft mbH in Hard eingebracht, welche 1966 eine Zweigniederlassung in Wien eröffnete. **Italien** zählte auch früh zu den entscheidenden europäischen Märkten. Bereits nach Ende des Zweiten Weltkrieges wurden Spülen in Spezialgrößen nach Italien exportiert. 1963 erfolgte dann die Eröffnung eines Produktionsbetriebs in Aprilia, welchen Walter Franke der Sudmetal S.p.A. seines Freundes Hans Frauchiger aus Lyss angliederte. Im gleichen Jahr erwarb er in Peschiera del Garda am Südufer des Gardasees ein Industriegelände, um darauf einen eigenen Produktionsbetrieb zu errichten, dessen Bau sich allerdings verzögerte. 1965 musste die neu gegründete Franke S.p.A. in Cinisello bei Mailand ihren Betrieb deshalb vorübergehend in gemieteten Hallen aufnehmen. Nach der Fertigstellung von Fabrik und Bürogebäuden wurden 1968 beide Betriebe in der Franke S.p.A. Peschiera del Garda zusammengeführt. Auch in den **Niederlanden** wurden Franke Spülen seit den 1950-er Jahren vorerst über einen lokalen Repräsentanten vertrieben, der die Verkäufe massiv steigern half. Bald schon wurde der Entschluss gefasst, eine eigene Produktion aufzubauen. 1968 trat die Familie van Thiel an Walter Franke heran, um durch eine Kooperation ihre Tätigkeit in der Verarbeitung von Chromnickelstahl in Holland zu stärken. Schon nach kurzer Zeit wurde die vertragliche Zusammenarbeit geregelt und ein Werk nach den neuesten Er-

kenntnissen der Industrie geplant. Der Betrieb startete 1971 als Franke Roestvrijstaal Nederland B.V. in Helmond. Das Geschäft in **Frankreich** wurde ähnlich wie in Holland aufgebaut. Erst durch die französische Verkaufsgesellschaft der Georg Fischer AG. Steigende Verkäufe und Marktchancen führten 1964 zur Gründung einer eigenen Verkaufsgesellschaft, der Franke France S.à.r.l. in Chambly im Nordosten von Paris. Mit Franke **Schweden** in Motala, einer Tochterfirma der niederländischen Franke, wurde 1973 die Expansion nach Skandinavien aufgebaut. Allerdings musste sich Franke hier erst gegenüber einer starken einheimischen Konkurrenz behaupten.

1974 wagte Walter Franke dann schliesslich auch den Sprung über den Ärmelkanal und gründete in **England** die Franke of Switzerland UK als Handelsorganisation. Ein ganz besonderer Schritt in der Franke Geschichte und Eroberung der europäischen Märkte.

Auch in der **Schweiz** wuchs Franke kontinuierlich weiter. Um seine Fabrikationsanlagen etappenweise erweitern zu können, erwarb Walter Franke nach dem Kriegsende genügend Bauland auf dem Gemeindegebiet von Aarburg und der Nachbargemeinde Oftringen. Es folgte der Aufbau von neuen Geschäftsbereichen und die Erweiterung der Produktpalette. Die Aktivitäten der heutigen Franke Industrie AG gingen aus der 1942 geschaffenen Abteilung Apparatebau und der später ins Leben gerufenen Abteilung Industrietechnik hervor. Diese trugen mit der Fertigung von Industrieteilen und komplexen Komponenten für Flugzeugtriebwerke sowie mit Aufträgen der Schweizer Armee wesentlich zum weiteren Wachstum bei. Seit dem Zweiten Weltkrieg begann Franke auch Sanitärartikel wie Waschröge, Waschrinnen, WC-Rollenhalter und Seifenspender zu produzieren. Später folgten dann Fertigungsprodukte für die Lebensmittel-, Getränke- und chemische Industrie und ab 1953 die Herstellung von Spital- und Laboreinrichtungen, welche später in die 1973 übernommene Belinox AG übergangen. In den 1960-er Jahren startete die Produktion von Militär- und Zivilschutzküchen. 1964 wurde die Abteilung Baunormelemente ins Leben gerufen. 1974 nahm Franke Romont SA die Herstellung von Badezimmermöbeln auf. Bei all den Erweiterungen und Ergänzungen blieb jedoch der Spültisch aus rostfreiem Stahl das Kernprodukt des Unternehmens. Aus der lokalen Manufaktur Franke war ein international erfolgreiches Unternehmen geworden.

Bildlegende

1 1961, Expansion in Aarburg (Schweiz), 2 Lake-Erie-Presse in Aarburg, 3 Schlagbaum an der deutschen Grenze zur Schweiz

RETTUNG

in letzter Minute



Die 1970-er Jahre waren eine krisengebeutelte Zeit. Der Erdölpreisschock und der Zusammenbruch des internationalen Währungssystems führten zu einem schweren wirtschaftlichen Tiefschlag. Auch Franke blieb davon nicht verschont und sah sich mit Umsatzeinbrüchen konfrontiert. Vor allem aber machte die angeschlagene Gesundheit von Walter Franke nicht nur ihm, sondern auch seiner Familie und dem ganzen Unternehmen schwer zu schaffen. Letztlich sah sich Walter Franke gezwungen, seine Nachfolge vorzeitig zu regeln. Diese fand er in seinem langjährigen Freund und Weggefährten Willi Pieper, der sich als Mann der Stunde erwies.

Der Verwaltungsrat war erleichtert, als Willi Pieper und sein Sohn Michael am 1. Februar 1975 im Bahnhofbuffet in Zürich ihr Übernahmekonzept vorstellten, um den Fortbestand des Unternehmens zu sichern. Nach kurzen Verhandlungen, die am selben Ort stattfanden, konnte der Verwaltungsrat der Walter Franke AG und Franke Norm AG mit Theodor Balsiger, Walter Wieland, John F. Strasser und dem Verwaltungsratspräsidenten ad interim, Hans Hemmeler, gerade noch rechtzeitig den Rettungsring um die Firma Franke legen und deren Übernahme

durch Willi Pieper per Handschlag besiegeln. Dank Willi Pieper, der an das Potenzial von Franke glaubte, konnte eine Zukunftslösung gefunden werden, die für Franke und alle Beteiligten letztlich ein Glücksfall war.

Mitte März 1975 folgten der definitive Vertrag und die Übernahme der Firma Franke durch Willi Pieper. Dieser setzte von da an alles daran, um das Franke Schiff wieder flottzumachen und auf neuen Erfolgskurs zu bringen. Willi Pieper führte die Tradition als inhabergeführtes Unternehmen weiter.

Tucson in Arizona (USA) wurde zur neuen Heimat von Walter Franke. Hier erholte er sich langsam vom gesundheitlichen Rückschlag. Seine unermüdliche Kreativität und Freude am gestalterischen Wirken erfuhren in Arizona noch einmal einen Aufschwung. Als Mitglied der **University of Arizona Foundation** förderte er unter anderem den Austausch von Kunst und Bildungswesen zwischen der Schweiz und den USA. Sein Beitrag zu verschiedenen Projekten der Forschung und Städteplanung hielten ihn aktiv und brachten ihm die verdiente Wertschätzung für sein Schaffen über die Zeit in Aarburg hinaus, bis er am 19. März 1991 in seinem Heim in Tucson verstarb.

Bildlegende

1 Die Zeiger der Uhr im Hauptbahnhof Zürich (Schweiz) stehen auf 5 vor 12, 2 Hans Hemmeler, Franke Verwaltungsratspräsident ad interim, 3 Zeitungsausschnitt zur Übernahme der Franke Gruppe durch Willi Pieper mit seinen Söhnen Michael (links) und Ronald (rechts)



WALTER FRANKE

DER WEGBEREITER



Walter Franke war ein visionärer Unternehmer von grosser Gestaltungs- und Schaffenskraft. Er führte die Pionierarbeit seines Vaters konsequent fort und steuerte das Unternehmen durch bewegte Zeiten zu neuen Dimensionen. Durch den stetigen Auf- und Ausbau des Geschäfts in der Schweiz als auch in wichtigen Märkten Westeuropas. Was vor ihm noch kein anderer in seiner Industrie gewagt hatte. Mit Erfindergeist und Tatkraft schuf er Neues und setzte bahnbrechende Normen. Weit über die Gestaltung von Küchen und industriellen Prozessen hinaus. Stets war er nahe bei Kunden und Mitarbeitenden und zeigte vorbildliches Engagement. Als sozialer Unternehmer, Patron und Politiker. Walter Franke war äusserst vielseitig begabt und interessiert, auch an Kunst und Kultur. Obwohl ihm dabei nicht viel Zeit für Privates blieb, schöpfte er Kraft und Energie für sein Wirken aus seiner Familie, seinem Heim und aus der Natur.

Bildlegende

Familie Walter Franke (von links nach rechts): Elisabeth, Hildi, Silvia, Erika, Hermann, Walter

VON DER FRANKE REKLAME ZUR FRANKE IDENTITÄT

Bereits Hermann Franke hatte in den 1920-er Jahren erkannt, dass es nicht ausreichte, nützliche Produkte zu entwickeln. Es galt, diese samt Vorzügen auch einem interessierten Publikum bekannt und beliebt zu machen. Frühwerke der Reklame für seinen Franke-Ofenaufsatz und Spültische zeugen davon. Sein Sohn Walter ging noch einen Schritt weiter. Die Ausweitung des Marktgebiets über die Schweizer Landesgrenzen hinaus leitete er mit der Parole ein: „Die Kunden kommen nicht zu uns, wir müssen dahin gehen, wo die Kunden sind!“ Zusätzlich begann er die Werbung, die sich damals noch Reklame nannte, stetig weiter anzukurbeln. Dabei standen Franke Spülen aus Edelstahl im Zentrum der Aktivitäten, die wahre Ikonen der damaligen Reklamezeit hervorbrachten und so das ihre zum Erfolg von Franke beitrugen. Das Franke Signet der 1940-er Jahre – Schrift in Weiss auf schwarzem Balken mit abgerundeten Ecken – liess Walter Franke in den 1960-ern durch ein neues Signet ablösen, das aus drei mit kleinem Abstand aneinander gereihten Quadraten bestand, welche durch eine markante Schrift verbunden waren. Bei der Übernahme des Unternehmens Franke durch Willi Pieper blieb das Franke Signet vorerst unverändert. Anfang der 1980-er Jahre wurde jedoch das gesamte Franke Erscheinungsbild vom damaligen CEO John F. Strasser auf den Prüfstand gestellt. Denn im stetig wachsenden Konzern ergab es sich von selbst, dass viele der Tochtergesellschaften sehr unterschiedlich nach aussen auftraten, um das Unternehmen und die Marke zu repräsentieren und zu profilieren. Dies behinderte jedoch die weltweite Wahrnehmung und Durchsetzung der Marke in nicht akzeptierbarem Masse.

John F. Strasser war klar der Überzeugung, dass für den weiteren Erfolg des Unternehmens eine starke und konsistent wahrgenommene Marke, mit der man Franke Qualitäten und Leistungen verbindet, unabdingbar sei. 1982 wurde das neue Franke Logo eingeführt. Es beruhte wie bisher auf den drei Quadraten, nur waren diese nun in Rot gehalten. Der Schriftzug in Weiss wurde gegenüber dem bisherigen leicht verändert, um eine bessere Lesbarkeit zu erzielen. Ergänzt wurde das Logo mit dem Slogan „Technik, Qualität, Design“, um den Sinn der drei Franke typischen Quadrate zu verdeutlichen. Der Slogan sollte wegweisend werden für die gesamte Geschäftspolitik von Franke. Dieses Franke Logo ist, in leicht modifizierter Version, bis heute Bestandteil der Franke Corporate Identity geblieben.

Marke und Identität von Franke werden kontinuierlich weiter gestärkt. Vor allem durch Mitarbeiter, die dafür sorgen, dass für Menschen auf der ganzen Welt jeder Kontakt mit der Marke Franke zum lohnenden Erlebnis wird.

Bildlegende

Aus den Anfängen der Franke Werbung





1

2



3



4



5



6



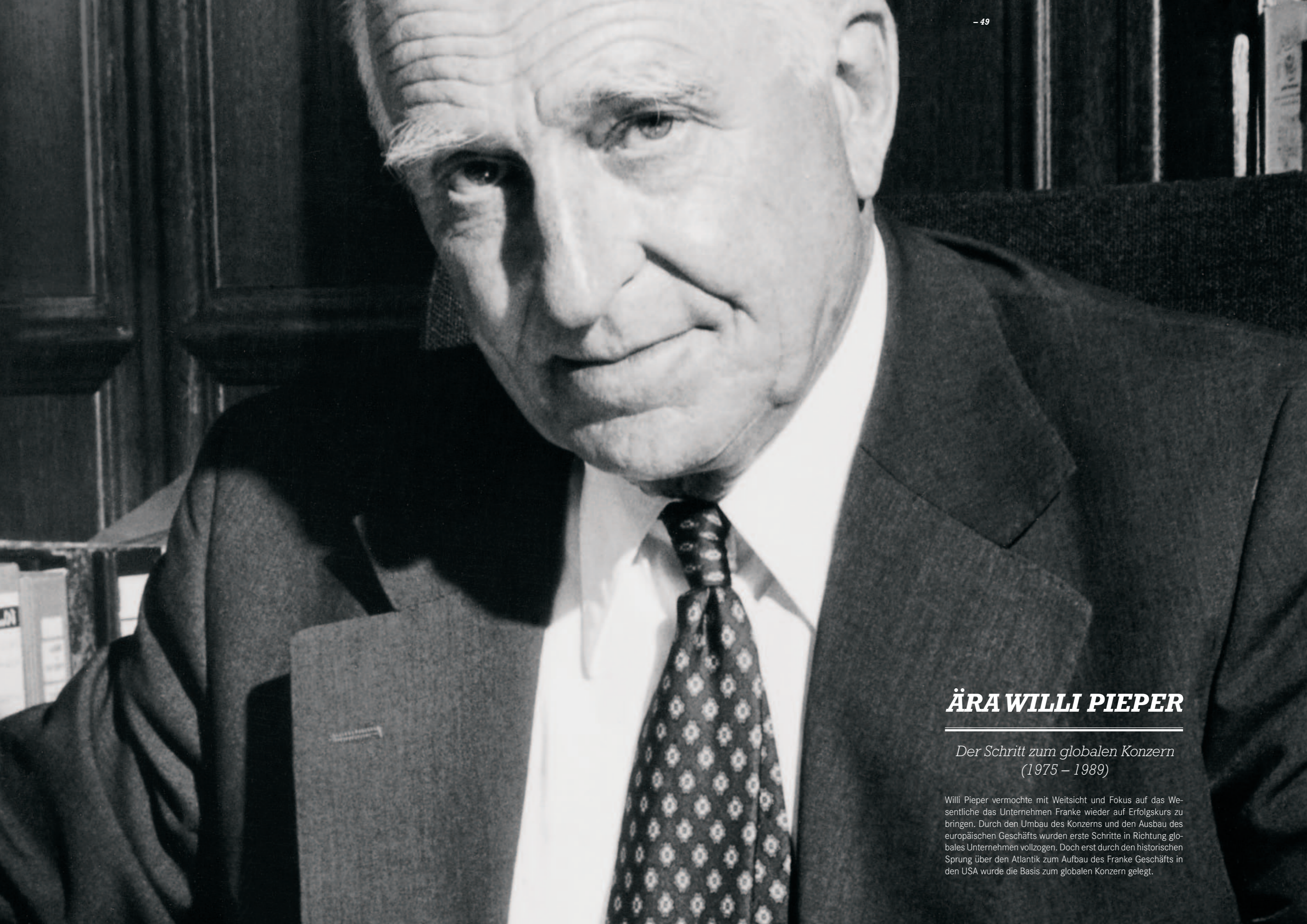
7



8

Bildlegenden

1 Unterschiedliche Werbemittel für denselben Spültisch Italien/Schweiz (1940-er Jahre), 2 Die multifunktionale Spüle zu Werbezwecken, 3 Emotionale Bildsprache bei Franke bereits in den 1950-er Jahren, 4 1942, Werbung für den Norm-Spültisch, 5 1979, Werbung für den Franke Compact Spültisch, 6 1998, Werbekampagne für Franke Spüle, 7 2011, Werbekampagne für Franke Kitchen Systems mit Starmodel Heidi Klum, 8 Das Franke Logo im Wandel der Zeit



ÄRA WILLI PIEPER

*Der Schritt zum globalen Konzern
(1975 – 1989)*

Willi Pieper vermochte mit Weitsicht und Fokus auf das Wesentliche das Unternehmen Franke wieder auf Erfolgskurs zu bringen. Durch den Umbau des Konzerns und den Ausbau des europäischen Geschäfts wurden erste Schritte in Richtung globales Unternehmen vollzogen. Doch erst durch den historischen Sprung über den Atlantik zum Aufbau des Franke Geschäfts in den USA wurde die Basis zum globalen Konzern gelegt.



1984
Der erste Apple Macintosh

1975

Willi Pieper (Bild) übernimmt das Unternehmen Franke von seinem Freund Walter Franke. Ein neues Führungsteam mit Willi Pieper als Chairman und John F. Strasser als CEO startet die Restrukturierung und Neuausrichtung des Unternehmens.



1976 – 1980

Franke schafft nach konsequenten und einschneidenden Massnahmen den Turnaround und steigert den Exportanteil. Mit dem Erwerb der Progressive Corporation in Philadelphia (USA) gelingt erstmals die Expansion ausserhalb Europas.



1981 – 1986

Ronald Reagan wird Präsident der Vereinigten Staaten von Amerika. Mit dem Verkauf des ersten Apple Macintosh beginnt das digitale Zeitalter. Progressive Corporation liefert erste Franke Systemküchen an McDonald's USA. Franke feiert 1986 das 75-Jahr-Jubiläum.

CEO John F. Strasser beginnt mit dem Aufbau einer globalen Marke Franke.



1987 – 1988

Der russische Präsident Michail Gorbatschow kündigt eine weitreichende Demokratisierung an, die er mit den Schlagworten „Glasnost“ (Offenheit) und „Perestroika“ (Umgestaltung) prägt. Franke führt 1988 die Spartenorganisation ein und forciert die globale Entwicklung von definierten Kerngeschäften mit Anspruch auf eine Spitzenposition.



1989

Der Fall der Berliner Mauer ist sowohl für die Welt wie auch für die weitere Entwicklung Frankes von besonderer Bedeutung. Franke wächst zur Nummer 1 im Neubau- und Renovationsgeschäft mit McDonald's. Mit dem Eintritt von Sohn Michael Pieper in die Konzernleitung beginnen die Vorbereitungen zur Nachfolge von Willi Pieper und Führungsübergabe an die nächste Unternehmerngeneration.

UMBAU

und Aufbruch

Bei der Rettung und Übernahme von Franke Mitte März 1975 erkannte Willi Pieper schnell, dass nur durch tiefgreifende Umstrukturierung und Neuausrichtung auf solider Grundlage die Zukunft von Unternehmen und Mitarbeitenden gesichert werden konnte. Als Erstes stellte Willi Pieper die Rekapitalisierung des Unternehmens sicher und löste sich von allen Minderheitsaktionären, um als Unternehmer frei agieren zu können. Dann führte er sämtliche Franke Gesellschaften unter einem Holdingdach zusammen und setzte zu deren Führung eine Konzernleitung ein, die zu Beginn aus Theodor Balsiger, Walter Wieland und dem Vorsitzenden John F. Strasser bestand. Gesundheitliche Gründe führten 1981 zur Ablösung von Finanzchef Theo Balsiger durch Wolfgang Cach. Mit dem Blick für das Wesentliche plant Willi Pieper und seine Vertrauten den Turnaround. In wöchentlichen Besprechungen wurden mit der Konzernleitung die dringendsten Probleme der Gruppe erörtert, Lösungen gesucht und Entscheidungen getroffen. Sohn Michael, der seinen Vater schon bei den Verhandlungen zur Übernahme von Franke begleitet hatte, unterstützte ihn dabei tatkräftig. Als wesentliche Neuerung in der strategischen Führung des Konzerns führte Willi Pieper die Prinzipien von „Good Corporate Governance“ ein. Dazu gewann er für den neu gebildeten Verwaltungsrat erfolgreiche Manager von international operierenden Unternehmen, die ihm unabhängig und beratend zur Seite standen. Als Präsident des Verwaltungsrates mischte sich Willi Pieper nicht in die operative Führung ein, sondern führte den Konzern über den CEO John F. Strasser. Mit klarer Haltung und verbindlichen Vorgaben, um das Franke Schiff schon bald wieder flottzumachen und auf Erfolgskurs zu bringen.

Ein wichtiger Schritt im Umbau und in der Neuausrichtung der Gruppe bestand darin, die bisher produktionsdominierte und entsprechend geführte Organisation auf die Bedürfnisse des Marktes auszurichten. Es galt also seitens aller Beteiligten, zu verstehen und umzulernen, dass sich in der Gesellschaft ein grundlegender Wandel zur Konsumorientierung vollzogen hatte. Diese Umstellung im Denken und Handeln fiel nicht allen leicht, war jedoch Voraussetzung, um bei Franke an Bord zu bleiben. Um den Wandel des Unternehmens und auch schmerzliche Anpassungen erfolgreich umsetzen zu können, war es von zentraler Bedeutung, dass alle Beteiligten an die Zukunft von Franke glaubten. Anfänglich befürchteten Management und Mitarbeitende, dass Willi Pieper nicht längerfristig an Franke interessiert sein könnte. Denn schliesslich war er ja zu Franke wie die sprichwörtliche Jungfrau zum Kinde gekommen. Doch Willi Pieper machte durch seine vorbildliche und von ansteckendem Optimismus geprägte Führung schon bald allen klar, dass sein Engagement bei Franke von Dauer sein würde. Mit seinen Auftritten an Zusammenkünften mit Kader und Mitarbeitern vermochte er alle zu überzeugen und zu motivieren. Seinem

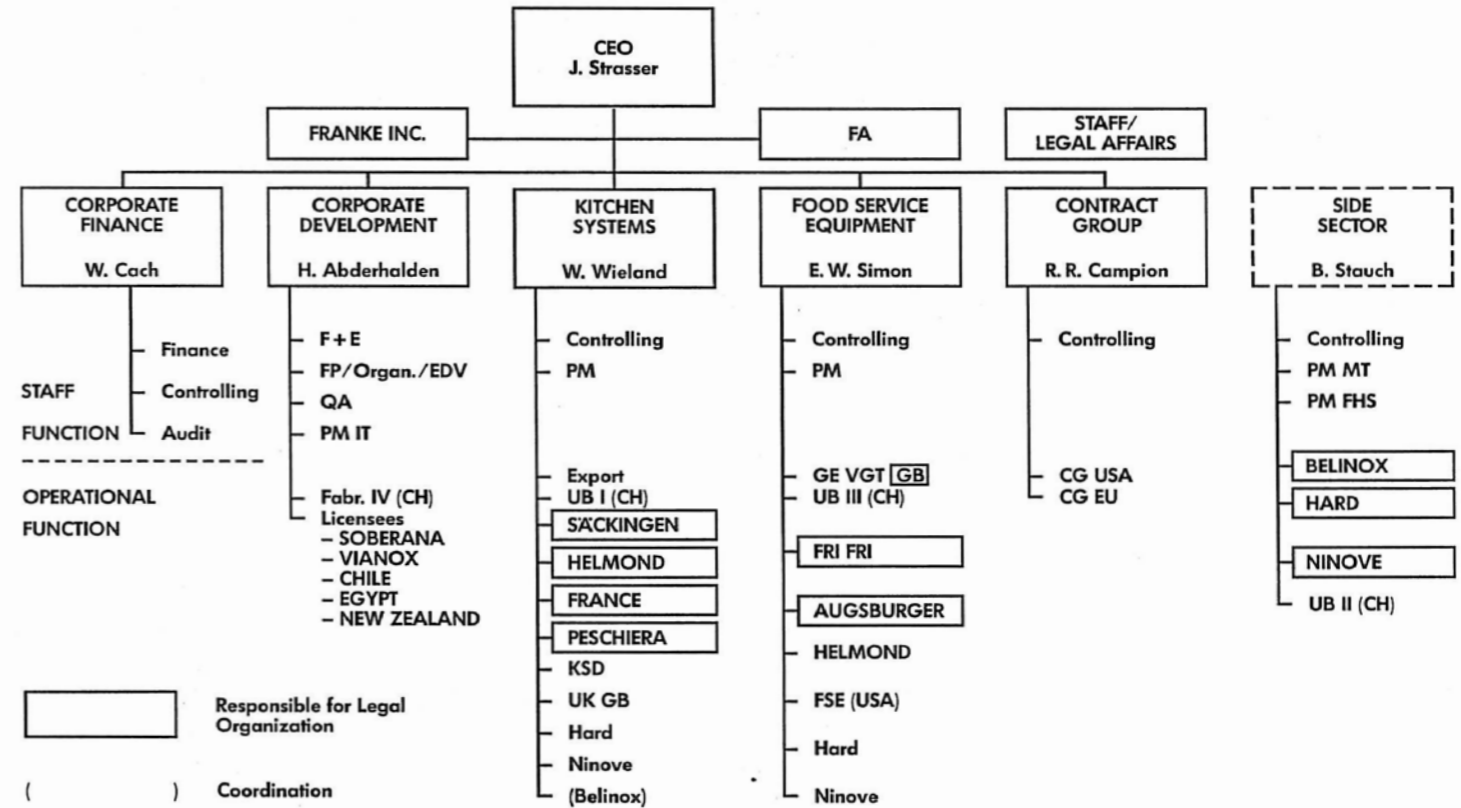
engsten Kreis schenkte er volles Vertrauen und Freiraum. Immer wieder überraschte er sie mit seiner hohen geistigen Beweglichkeit, seinen raschen, klaren Analysen von komplexen Problemen und seiner intuitiven Entscheidungsfreudigkeit.

Als gewiefter Geschäftsmann und Unternehmenslenker etablierte Willi Pieper sehr schnell ein einfaches und transparentes Instrumentarium, um die Franke Gruppe zu führen. „Dazu genügten ihm wenige Kennziffern, die auf einem A4-Blatt Platz fanden. Und Grundsätze, wie keine Bankschulden haben und Löhne und Materialkosten dürfen nicht mehr als 75 Prozent der Gesamtkosten betragen“, weiss sein Sohn Michael noch heute mit Bewunderung für seinen Vater zu berichten. Bis Mitte 1976 wurden erste Massnahmen zur Vereinfachung der Struktur und Führung des Unternehmens etabliert. Durch erste Ansätze zu einer Spartenorganisation wurden im Stammhaus Aarburg fünf Profitcenter und eine administrative Abteilung geschaffen. Mit dem Ziel, grössere Beweglichkeit, Schlagkraft, Kostentransparenz und Motivation in diesen kleineren und überschaubareren Einheiten zu erlangen. Gleichzeitig sollten die Produktivität gesteigert und Produktionskosten gesenkt werden. Mittelfristig sollte dann auch das gesamte Angebotsprogramm der neuen Strategie und den Bedürfnissen des Marktes angepasst werden. Die spätere Bildung einer Spartenorganisation im Gesamtkonzern wurde 1985 mit der Bildung der Franke Contract Group unter der Führung von R.R. Campion eingeleitet, welche mit anhaltendem Erfolg das Systemgastronomie-Geschäft von McDonald's betreute. 1988 wurde dann die gesamte Franke Gruppe neu in drei Hauptsparten organisiert: Küchentechnik (Spülen, Kochmulden sowie Waschraum- und Sanitäreinrichtungen), Verpflegungs- und Getränketechnik (Einrichtungen für die Gastronomie) und Contract Group, die weltweit auf Kücheneinrichtungen von McDonald's ausgerichtet war. Die Struktur des Stammhauses in Aarburg blieb bestehen.

Willi Pieper war sich nicht zu schade, um mit Sinn für Realität auch unpopuläre Entscheide zu treffen. Um Franke unabhängig von Banken wieder auf eine gesunde finanzielle Grundlage stellen zu können, musste in allen Bereichen und auf allen Ebenen ein rigoroses Sparprogramm durchgezogen werden. Dazu gehörte auch, dass er im Stammhaus in Aarburg ein neues Lohn- und Bonussystem einführte und die Löhne von Kader und Mitarbeitenden vorübergehend kürzte. Was Mitarbeitende verstanden, wollten zwei Kaderleute nicht akzeptieren. Mit dieser Haltung hatten sie definitiv keinen Platz mehr bei Franke. Dabei verlangte Willi Pieper von seiner Belegschaft nichts, was er nicht auch von sich selbst verlangte.

Mit seiner klaren und konsequenten Haltung schuf Willi Pieper bei allen Beteiligten wieder Orientierung und Vertrauen in die Zukunft von Franke, was besonders in dieser schwierigen Zeit von grosser Bedeutung war.

ORGANIZATION CHART (VALID FOR 1988) FRANKE HOLDING AG



Bildlegende

1 Neuorganisation der Franke Gruppe ab 1988, 2 1981, Spatenstich Personalrestaurant am Franke Hauptsitz in Aarburg (Schweiz) durch den Bauführer Walter Heusser, Theo Balsiger, John F. Strasser, Willi Pieper, Hans Hemmeler und Heinz Richner (v.l.n.r.)





DER KAPITÄN

und sein Erster Offizier



Für Willi Pieper war es von zentraler Bedeutung, einen CEO an seiner Seite zu haben, dem er vertraute und auf den er bauen konnte. Der sich optimal mit ihm ergänzte und das operative Geschäft für den Umbau und die Neuausrichtung von Franke voll im Griff hatte. Bevor er sich entschloss, John F. Strasser dafür an seiner Seite zu haben, musste er erst gewisse Zweifel überwinden, ob überhaupt jemand von Walter Frankes Weggefährten dafür das Format besass. Denn starke Leute hatten es nicht einfach, sich neben dem dominanten Walter Franke zu behaupten. Obwohl sonst mit sicherem Instinkt gesegnet, sollte sich Willi Pieper diesmal irren. Denn schon bald zeigte sich, dass John F. Strasser genau das Profil und die Qualitäten besass, die er in seinem CEO für Franke suchte.

Während Willi Pieper wichtige Impulse auslöste und einen gesunden Optimismus verströmte, setzte John F. Strasser die Ideen von Willi Pieper angereichert mit eigenen Vorstellungen in der gesamten Franke Organisation um. Nach dem Motto „Mir nach, marsch!“, den Oberstleutnant der Infanterie nicht verleugnend, machte er klare Ansagen. Gegenüber seinem Team, aber auch gegenüber Willi Pieper. Als Macher, der fordert und fördert, der seiner Truppe vorangeht.

So kam Kapitän Pieper zu seinem Ersten Offizier und CEO Strasser, der zu seinem wichtigsten Wegbegleiter und Wegbereiter für die Franke Zukunft werden sollte. Konsequenter vertraute er ihm die operative Führung von Franke als Vorsitzendem der Konzernleitung an. Mit der Zusicherung, dass er bei der Bewältigung der mannigfaltigen Herausforderungen voll auf seine Unterstützung sowie diejenige des Verwaltungsrates zählen könne. Ab der ersten Minute nahm John F. Strasser die Umstrukturierung und Neuausrichtung der Unternehmensgruppe energisch an die Hand und prägte sie massgeblich. Mit Umsicht und Konsequenz zog er die beschlossenen Massnahmen und Programme durch, in allen Bereichen und auf allen Ebenen. Dabei

verstand er es, klare Botschaften zu vermitteln und für gemeinsame Ziele zu begeistern. Er machte allen klar, worum es ging und was er von jedem erwartete. Das machte ihn zum richtigen Mann an der Spitze der Belegschaft in Zeiten des Umbruchs wie des Aufbruchs zu neuen Ufern.

Seine straffe, auf Effizienz, Sparsamkeit und Wirkung ausgerichtete Führung basierte auf klaren Analysen und Konzepten. Er systematisierte damit die Organisation des Konzerns und die Arbeit der Konzernführung in erheblichem Masse. Unter ihm wurden überall klare Strukturen, Prozesse, Aufgaben, Verantwortungen und Kompetenzen geschaffen, die er vorbildlich durchdachte, dokumentierte und implementierte. Geschäftspolitik und -strategie wurden auf seine Initiative hin zusammen mit dem Verwaltungsrat erarbeitet, ein gruppenweites Planungsweisen eingeführt, die Entwicklungsabteilung ausgebaut und die Nachfolgeplanung langfristig geregelt.

Nachdem sich John F. Strasser mit seiner Mannschaft durch zwei schwierige Anfangsjahre gekämpft hatte, konnte er Willi Pieper 1976 endlich wieder ein positives Geschäftsergebnis präsentieren. Doch dieser zeigte sich davon – zumindest gegen aussen – wenig beeindruckt und meinte trocken: „Das heisst für mich noch gar nichts. Solange Sie nur in Europa und nicht global erfolgreich sind, haben Sie nicht bewiesen, dass Sie gut sind.“ Strasser, mittlerweile mit dem manchmal etwas herben Humor seines Chefs vertraut, fasste damit den Auftrag, als Nächstes in den USA ein Unternehmen zu akquirieren und die Marke Franke auf dem amerikanischen Markt zu etablieren.

John F. Strasser führte Franke als engagierter, vorbildlicher und mutiger Manager durch schwierige und gute Zeiten zu neuer Blüte und echter Internationalität. Unterstützt durch das Engagement, Vertrauen und die Wertschätzung aller Beteiligten. Allen voran durch Willi Pieper, der viel von Strasser verlangte und auch von ihm bekam.

Bildlegende

1 Franke CEO John F. Strasser, 2 Franke Chairman und Kapitän Willi Pieper

EXPANSION

und Wachstum global



Willi Pieper verfolgte von Beginn an das Ziel, aus Franke ein weltweit tätiges und in seinen Kernbereichen führendes Unternehmen zu machen. Nachdem der Turnaround 1976 erfolgreich abgeschlossen war, standen wieder erfreulichere Themen wie „Expansion“ und „wirtschaftlicher Aufschwung“ auf seiner Agenda.

Die Internationalisierung zielte dabei in verschiedene Richtungen, aber stets mit System. Zunächst bearbeitete die starke Franke Exportorganisation die nationalen Märkte. Waren Nachfrage und Entwicklungspotenzial hoch genug, erfolgte der Aufbau eigener Handels- und Produktionskapazitäten im Land. Ausgerichtet auf dessen Markt- und Kundenbedürfnisse, um darauf rasch und gezielt eingehen zu können. Dies geschah meist durch Übernahmen von etablierten Firmen. Dazu ein kurzer Überblick über die wichtigsten Weichenstellungen:

Abrundung des bestehenden Geschäfts

Durch die Akquisition der *frifri aro SA* in La Neuveville (Schweiz) im Jahre 1980 wurde das Grossküchensortiment mit Friteusen erweitert. Mit dem Kauf der schweizerischen Kaffeemaschinenfabrik *Augsburger AG* 1984 konnte sowohl die angestrebte Diversifikation vorangetrieben und gleichzeitig das bestehende Franke Verpflegungs- und Getränketechnikangebot sinnvoll ergänzt werden. Zudem wurden Lizenzvereinbarungen in Ägypten und Chile unterzeichnet.

Stärkung und Ausbau der eigenen Organisation in Europa

Bereits in der Ära Walter Franke wurden wichtige Märkte in Europa durch Franke Niederlassungen oder Franke Kooperationen mit lokalen Vertretern erschlossen. So in Deutschland, Österreich, den Niederlanden, Belgien, Frankreich, Schweden, Italien und UK. Willi Pieper und John F. Strasser bauten diese Märkte weiter aus und fokussierten das Sortiment auf wenige Produkte.

Erschliessung des Schlüsselmarktes USA

Willi Piepers erklärtes Ziel war, Franke zu einer Organisation von globaler Bedeutung zu machen. Die starke Position in Europa sah er als Sprungbrett dafür, um als Nächstes den amerikanischen Markt zu erobern. 1976 hatten Willi Pieper und John F. Strasser die USA erkundet, um herauszufinden, wo Franke im Vergleich zur Konkurrenz stand und wie sich eine erfolgreiche Durchdringung der globalen Märkte am besten erreichen liesse. Mit der Erkenntnis, dass der US-Markt dafür der Schlüssel sei.

Eine Meinung, die im Verwaltungsrat nicht ganz unumstritten war, letztlich aber unterstützt wurde. Nach eingehender Evaluation verschiedener Optionen wurde am 17. Mai 1978 die *Progressive Corporation* in Philadelphia übernommen. Diese war hauptsächlich im Grossküchenbau aktiv und versprach den besten Fit mit Franke und ihren Zielen. Diese erste Akquisition ausserhalb Europas wurde zu einem weiteren Meilenstein in der Franke Geschichte. Schon bald entwickelten sich die USA neben Europa zum zweiten Schlüsselmarkt. 1989 erzielte Franke beinahe 20 Prozent des Konzernumsatzes in den USA. Dank der erfreulichen Entwicklung mit McDonald's erfuhr das Systemgeschäft im amerikanischen Markt einen wahren Schub und katapultierte Franke zur Nummer 1 im Neubau- und Renovationsgeschäft. Der Grundstein für die Globalisierung der Franke Gruppe war gelegt.

Die erfolgreiche Expansion hatte auch strategische Konsequenzen: Von nun an hiess das erklärte Ziel „Globales Wachstum“. Die bisherige Länderstrategie, bei der möglichst alle Bereiche in allen Ländern unter einer lokalen Führung vertreten sein sollten, war überholt. Als Folge führte Franke 1988 die gruppenweite Spartenorganisation ein, durch die sich Franke als Expertin im jeweiligen Bereich positionieren und profilieren sollte. Fokussiert auf Kernbereiche, in denen man Potenzial und Chancen erkannte, darin zum globalen Champion zu wachsen. Als Konsequenz wurden gewisse Bereiche oder Unternehmen verkauft, liquidiert und Minderheitsbeteiligungen aufgelöst. Ganz nach dem Motto „Weniger ist mehr“. Mit der Einführung der Spartenorganisation kam auch ein Team junger Führungskräfte an Bord, wie Bernhard Stauch, Andreas Hauswirth, Hans Ott und last but not least Michael Pieper.

Innerhalb von nur vierzehn Jahren hatten es Willi Pieper und John F. Strasser mit Hilfe ihrer Crew geschafft, die Franke Gruppe zum Vorzeigeunternehmen zu entwickeln. Es gelang ihnen bis 1989, dem letzten vollen Präsidentschaftsjahr von Willi Pieper, den Konzernumsatz von rund CHF 190 Millionen bei der Übernahme auf CHF 480 Millionen mehr als zu verdoppeln und einen für die Branche erfreulichen Cashflow von über 10 Prozent zu erzielen. Etwas Besseres hätte sich Kapitän Pieper für seinen Sohn und Nachfolger Michael kaum wünschen können.

Bildlegende

1 McDonald's Restaurant in den 1970-er Jahren, 2 Beginn reger Geschäftsreisen des Franke Managements in den 1970-er Jahren, 3 Statue of Liberty (New York, USA), 4 1978, Unterzeichnung des Kaufvertrags zum Erwerb der *Progressive Corporation* in Philadelphia (USA) durch Benjamin Brodsky (CEO und Inhaber) und Willi Pieper (dahinter v.l.n.r.: Hans Hemmeler, Sekretär, Alfred Wiederkehr, Übersetzerin, W. Thacher Longstreth, Stadtrat von Philadelphia, John F. Strasser)



WILLI PIEPER

DER ERNEUERER

Willi Pieper war Selfmademan und Sportler mit hohen Ansprüchen, vor allem an sich selbst. In beiden Disziplinen schaffte er es an die Spitze, gestärkt durch seine ausgleichende Ehefrau. Unternehmerisch verstand er es, unabhängig vom Produkt ein Geschäft zum Erfolg zu führen. Nicht als Manager, sondern als Vollblutunternehmer mit klaren Prinzipien. Intuitiv, ideenreich, inspirierend. Er vermochte komplexe Probleme auf einen einfachen Nenner zu bringen und sein Umfeld für die Umsetzung seiner Ziele zu begeistern und zu bewegen. Dabei verlangte er viel von seinen Gefolgsleuten und Mitarbeitenden, schenkte ihnen dafür aber auch viel Vertrauen und Freiraum zur Entfaltung. Unter seiner Führung fand Franke zurück auf den Erfolgspfad und zu echter Internationalität. Mit viel Talent, Disziplin und Fleiss schaffte er auch noch eine zweite Karriere als vielseitiger Sportler. Er wurde mehrfacher Schweizer-, Europa- und Weltmeister im Segeln, nahm an mehreren Olympischen Spielen teil und war gleichzeitig begnadeter Skifahrer und Eishockeyspieler. Dabei blieb er stets stillvoll und bescheiden. Zeigte viel Esprit, Herz und Humor. Aber auch Fürsorge, Hilfsbereitschaft und Wertschätzung gegenüber seiner Familie, seinen Freunden und allen, die ihm dabei halfen, so viel in seinem Leben zu schaffen und zu verwirklichen.

Bildlegende

Willi Pieper auf Segeltörn mit Tochter Beatrice und Sohn Ronald



KLEINE GESCHICHTE DER KÜCHE

Kein Ort im eigenen Heim kennt so viele Funktionen wie die Küche. Ob Statussymbol, Kreativwerkstatt, Partyzone, Treffpunkt oder ganz einfach zentraler Ort des häuslichen Schaffens. Im Verlauf des letzten Jahrhunderts hat es keinen Raum gegeben, der mehr im Zentrum von ästhetischen und technologischen Innovationen stand als die Küche. Bevor die Küche jedoch ihren Siegeszug in den 20-er Jahren des letzten Jahrhunderts antrat, hatte sie einen langen Weg hinter sich.

Erst die Trennung von Kochen und Heizen ermöglichte im europäischen Raum die Entstehung der rauchfreien, durch einen Ofen beheizten Wohnstube und der Küche als separaten Raum. Dieser Wechsel vom einräumigen Haus mit Mehrzweckfeuerstelle zum Haus mit Küche und Stube kann in der Nordwestschweiz seit dem 11. Jahrhundert nachgewiesen werden. Im alpinen Raum und in den südlichen Tälern behauptete sich die Mehrzweck-Küche mit offener Feuerstelle bis in die Neuzeit. Erst Ende des 19. Jahrhunderts begann ein neues Küchenzeitalter. Mit steigendem Bewusstsein für Hygiene entdeckte man die Küche auch als Herd von Krankheiten. Rauch und Dampf verursachten ungenügende Luftzirkulation, ständige Feuchte und schwarze Wände, da Abzugsvorrichtungen meist fehlten und Fenster zu klein waren. Ab 1900 begann sich eine neue, gekachelte Küche durchzusetzen. Weiss gestrichen, gut zu lüften, leicht zu reinigen und mit Wasser-, Gas- und später auch Elektrizitätsanschluss versehen. Sie wurde zum akzeptablen, aber noch nicht komfortablen Arbeitsort der bürgerlichen Hausfrau. Von bedürfnisgerechter Planung und Anordnung des Küchenraums war man noch weit entfernt.

Das sollte sich erst in den 1920-er Jahren grundlegend ändern. Die zunehmende Urbanisierung zwang immer mehr Menschen zum Zusammenleben auf dichtem Raum. Die Architektur begann, die kleine, nach arbeitsökonomischen Gesichtspunkten durchgestaltete „Laborküche“ zu entwickeln. Nach dem Vorbild der von Funktionalität geprägten Frankfurter Küche der Wiener Architektin Margarete Schütte-Lihotzky. Dadurch wurde die Arbeit rund um das Essen vom übrigen Familienleben getrennt. Durch den Siegeszug von hochentwickelten Systemen und Geräten, die für einwandfreie Hygiene und leichtes Arbeiten sorgen, ist seit den 1960-er Jahren eine steigende Tendenz zurück zur Wohnküche auszumachen. Das Design der Küchen begann immer stärker den Lebensstil ihrer Besitzer auszudrücken.

An diesem Wandel war und bleibt Franke massgeblich beteiligt. So zeigte Franke bereits in den 1930-er Jahren mit der Herstellung nahtloser Edelstahl-Spülen Innovationsgeist und mit dem neuen Konzept der „kompletten Küche“ – eine Einbauküche mit Unter- und Oberbauten – revolutionierte Walter Franke ab 1950 die moderne Haushaltsküche. Ohne Walter Frankes Entwicklung des Küchenraster-Systems (55 Zentimeter je Einheit) wäre die heutige moderne und funktionale Küche undenkbar. Heute ist Franke der weltweit führende Hersteller von intelligenten Küchensystemen, die den Lebensstil ihrer Besitzer unterstreichen und den Lebensraum Küche schöner und einfacher gestalten.

Bildlegende

Lebensstil der Neuzeit mit Franke Kitchen Systems



1



6



7



8



2



3



4



5

Bildlegende

1 Grossküche um 1600, 2 Offene Feuerstelle im Wohnraum um 1700, 3 Mutter und Kind in der Küche, 1870, 4 Küche in den 1930-ern, 5 Küche in den 1950-ern, 6 Wohnküche von 1955, 7 Elemente der professionellen Küche etablieren sich Ende der 1980-er Jahre in der privaten Küche, 8 Küche von 2011

ÄRA MICHAEL PIEPER

*Auf dem Weg zum Weltmeister
(seit 1989)*

Michael Pieper übernimmt das Unternehmen von seinem Vater und führt Franke mit viel Energie und Erfolg auf den Weg zum Weltmarktführer von intelligenten Systemen für die Haushaltsküche, die professionelle Systemgastromomie, Kaffeezubereitung, Getränkelieferung und für Hygienelösungen. Als Vollblutunternehmer folgte er dabei konsequent seinem Credo, stets besser, innovativer und schneller als alle anderen zu sein. Gleichzeitig schuf Michael Pieper mit Umsicht und Weitsicht Voraussetzungen für den weiteren Erfolg von Franke im neuen Jahrhundert.



1989
9. November: Fall der Berliner Mauer

WAS FRANKE UND DIE WELT BEWEGTE

1989

Michael Pieper übernimmt die Führung des Franke Konzerns und startet den konsequenten globalen Ausbau.

1990 – 1993

700-Jahr-Feier der Eidgenossenschaft. Der Golfkrieg und starke Franken belasten Schweizer Wirtschaft und Konjunktur. Die Schweiz lehnt EWR-Beitritt ab. Willi Pieper stirbt. Michael Pieper wird Eigentümer des Franke Konzerns und startet ein Investitionsprogramm zur Stärkung des Standortes Schweiz und der Position in Europa. Übernahme der schottischen Spülherstellerin Carron Phoenix. Gründung eigener Betriebe in den ehemaligen Ostblockstaaten Polen und der Tschechoslowakei. 1990 Eröffnung des ersten McDonald's-Restaurants in Moskau.

1994 – 1998

Grossfusionen machen von sich reden (Ciba-Geigy und Sandoz zur Novartis, Bankgesellschaft und Bankverein zur UBS). Franke treibt die globale Expansion im Kerngeschäft weiter voran: Eröffnung zweier Produktionswerke in China und Aufbau eigener Betriebe (Türkei, Portugal, Russland, Bulgarien, Rumänien, Ungarn). Bedeutende Akquisitionen wie Hackman Meka Group in Finnland, Blefa GmbH in Deutschland, Federal Home Products in USA, Kindred Industries Ltd. in Kanada und Douat Ltda. in Brasilien.

1999 – 2001

Das Platzen von IT-Boom und Börsenhausse sowie Anschläge auf das World Trade Center lösen globalen Abschwung der Weltwirtschaft aus. In der Schweiz sorgt das Swissair-Grounding zusätzlich für Betroffenheit. Franke baut ein Werk zur Spülproduktion in Indien und übernimmt in Südafrika die Spülherstellerin City Metal Products. In den nachfolgenden Jahren werden bestehende Standorte ausgebaut und weitere Märkte durch Übernahmen erschlossen (Deutschland, Niederlande, Dänemark, England, Italien, Türkei, Russland, USA, Australien, Indien, Philippinen, China und Südafrika).



2002 – 2007

Der Euro wird eingeführt und die EU um zehn Länder, vor allem aus dem ehemaligen Ostblock, auf 27 Staaten erweitert. Die Schweiz wird Mitglied der Vereinten Nationen. Der Irakkrieg beginnt. Die Franke Gruppe organisiert sich in fünf Divisionen: Franke Kitchen Systems, Franke Foodservice Systems, Franke Washroom Systems, Franke Coffee Systems und Franke Beverage Systems. Deren globale Führungspositionen werden bis 2010 durch mehr als 20 Firmenübernahmen weiter ausgebaut wie bremer Kaffeemaschinen und Aquarotter GmbH in Deutschland, die italienische Faber Gruppe und Defy Appliances (Pty.) Ltd. in Südafrika.



2008 – 2010

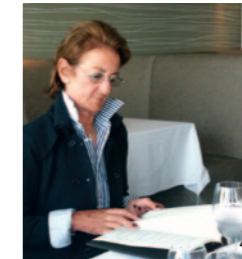
Barack Obama wird als erster Afroamerikaner Präsident der USA. Neue Dimensionen einer globalen Finanzkrise erschüttern Wirtschaft, Politik und Gesellschaft weit über die Zeit hinaus. Unter dem Dach der Franke Artemis Holding AG wird eine zukunftsorientierte Struktur geschaffen: Das industrielle Geschäft wird in die Teilkonzerne Franke Kitchen Systems Group und Franke Commercial Systems Group gegliedert. Die nicht-industriellen Bereiche werden in der Franke Artemis Asset Management Group und der Franke Artemis Real Estate Group zusammengefasst.

2011

Die Franke Artemis Group feiert ihr 100-Jahr-Jubiläum. Das Unternehmen ist weltweit führende Anbieterin von intelligenten Systemen für die Haushaltsküche und die professionelle Systemgastronomie und in den Bereichen Kaffeezubereitung, Getränkelieferung und Hygienelösungen auf dem Weg dazu. Die Gruppe ist auf über 10'500 Mitarbeiter mit weltweit 70 Gesellschaften gewachsen und hat seit 1989 bis 2011 den Umsatz von CHF 480 Mio. auf rund CHF 2,5 Mrd. gesteigert. Über diesen Zeitraum wurden CHF 2,7 Mrd. aus selbst erarbeitetem Cashflow in die Zukunft des Unternehmens investiert.

DES KAPITÄNS

würdiger Nachfolger



Erste Kontakte zu Walter Franke und seinem Unternehmen hatte Michael Pieper durch seinen Vater schon in seiner Jugendzeit. Obwohl ihn damals die Herstellung von Spülen wesentlich weniger faszinierte als das von seinem Urgrossvater gegründete Kinderparadies Franz Carl Weber an der Bahnhofstrasse in Zürich. Bereits sein Vater hatte dort als junger Bursche in der Weihnachtszeit sein Verkaufstalent in der Abteilung für Modelleisenbahnen spielen lassen und damit sein Einkommen aufge bessert. Davon inspiriert, sollte Michael Pieper dann später als Student der Betriebswirtschaft an der Universität St. Gallen seine Diplomarbeit zum Thema „Optimierung des Warenflusses im Spielwaren-Detailhandel“ schreiben.

Während sein jüngerer Bruder Ronald von seinem Vater auch das Talent zum Spitzensegler geerbt hatte, wurde Michael schon früh von dessen Unternehmer-Gen getrieben. Er konnte es kaum erwarten, die Theorie hinter sich zu lassen und endlich in die unternehmerische Praxis einzusteigen. Michael Pieper war noch keine Dreissig, als es 1975 darum ging, die Übernahme von Franke vorzubereiten und umzusetzen. Er erkannte darin Chance und Herausforderung und unterstützte seinen Vater auch in der Folge mit Rat und Tat, indem er sich eingehend mit dem Franke Geschäft befasste und auch an den Sitzungen des Verwaltungsrates teilnahm. Bestimmtheit und Ungeduld sind zwei von mehreren typischen Wesenszügen, die Michael Pieper wohl von seinem Vater geerbt hatte. Als Willi Pieper von seinem Versprechen, mit 65 Jahren seinen Söhnen Platz zu machen, nichts mehr wissen wollte, kam es, wie es kommen musste. Michael Pieper drohte seinem Vater mit Weggang, doch dieser meinte nur trocken: „Sag mir, wenn du das Büro geräumt hast.“

Mit wenig Geld, aber viel Tatendrang im Gepäck reiste Michael Pieper nach Amerika. Dort gewann er in einer Grossbank wertvolle internationale Business-Erfahrungen und privat das Jawort seiner zukünftigen Ehefrau. Als er nach sechs lehrreichen Jahren in die Schweiz zurückkehrte, holte ihn sein Vater Anfang 1984 zu Franke. Dort sollte er beweisen, dass er nun als Unternehmer taugte. Nach einer Einführung in alle Aspekte des Konzerns übernahm Michael Pieper am 1. Juli 1984 die Geschäftsleitung der frifri aro SA in La Neuveville (Schweiz), Spezialistin in der Herstellung und im Verkauf von Haushalts- und Gewerbe-Friteusen. Sein

Team lernte ihn als fordernden, aber auch selber zupackenden Chef kennen und schätzen, der bald mit allen Details des Unternehmens, der Produkte und Kunden vertraut war. Als zukünftiger Konzernleiter war er sich nicht zu schade, Messebesuchern die Vorzüge seiner Friteusen anzupreisen. Was er mit offensichtlichem Talent erfolgreich tat und genoss.

Obwohl Michael Pieper der Kleinbetrieb ans Herz gewachsen war, liess er seinen Vater nach zwei Jahren wissen, dass ihm diese Aufgabe als Herausforderung nicht länger genüge. Doch dieser hatte dafür noch immer kein Gehör. Erneut verliess Michael Pieper das Unternehmen und gründete 1986 mit Geschäftspartnern in Zürich ein Finanzinstitut. Zwei Jahre später sprach Willi Pieper bei seinem ältesten Sohn vor und liess eine Schuhschachtel voller Aktien auf dessen Pult fallen. „Ich habe dir die Franke Papiere überschrieben, du brauchst sie nur noch gegenzuzeichnen. Mach etwas draus!“, meinte er knapp dazu. Willi Piepers herber Charme hatte wieder einmal zugeschlagen, wie damals, als er John F. Strasser den Marschbefehl gab, den amerikanischen Markt zu erobern. Ihm war bewusst, dass es diesmal darum ging, selber von der Kommandobrücke des Franke Schiffs zu treten und das Steuer einem neuen Kapitän zu übergeben. Doch war er nun überzeugt, dass dafür der richtige Zeitpunkt gekommen war. Rückblickend erkannte Michael Pieper nicht Sturheit, sondern Weisheit in der Haltung seines Vaters. Hatte dieser doch Franke nach schwierigen Anfangsjahren gemeinsam mit seiner Konzernleitung wieder auf Kurs gebracht.

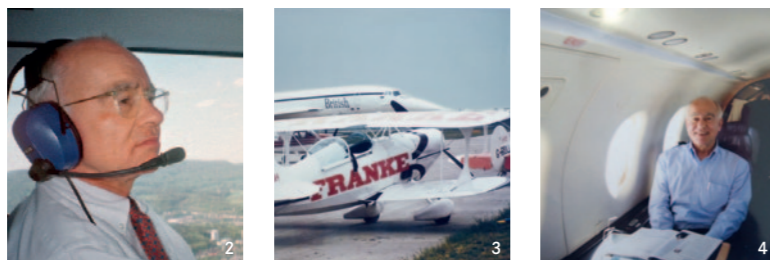
1988 berief der Verwaltungsrat Michael Pieper in die Konzernleitung und übertrug ihm die Verantwortung für den Bereich Planung und Controlling. Am 1. Juli 1989 löste Michael Pieper den bisherigen Vorsitzenden der Konzernleitung, John F. Strasser, ab, welcher ihn bei der Einführung tatkräftig unterstützte. Willi Piepers Sohn Ronald erhielt die Reppisch-Werke in Dietikon, ein Industrieunternehmen mit bedeutendem Grundbesitz. Beide Brüder blieben sich persönlich und geschäftlich bis zum plötzlichen Herzversagen von Ronald Pieper im August 2007 eng verbunden. Willi Pieper verstarb im April 1990. Könnte er heute sehen, was seine Söhne und seine Tochter Beatrice, eine erfolgreiche Innenarchitektin, geschaffen haben, wäre er bestimmt stolz auf sie, auch wenn es ihm höchstens ein „nicht schlecht“ entlocken würde.

Bildlegende

1 Denkwürdige Übergabe der Franke Aktien von Willi Pieper an Sohn Michael Pieper, 2 1881, der Urgrossvater von Michael Pieper gründet die Spielwarenhandlung Franz Carl Weber an der Bahnhofstrasse in Zürich (Schweiz), 3 Erste Führungsaufgaben von Michael Pieper ab 1984 bei der Franke Gesellschaft frifri aro SA in La Neuveville (Schweiz), 4 und 5 Michael Piepers Schwester Beatrice und Bruder Ronald Pieper

KONZENTRIEREN

und dominieren



Michael Pieper wollte nicht bloss Spültische produzieren und verkaufen, er wollte Franke schnell und erfolgreich wachsen sehen. Zum globalen Powerhouse und zur Weltmarktführerin in Kernbereichen. Das hatte er sich klar auf die Fahne geschrieben, als er im Sommer 1989 das Ruder bei Franke übernahm. So begann er gleich ab der ersten Stunde, klare Akzente zu setzen und den Ausbau des Konzerns in neue Dimensionen zu steuern und zu treiben. Treiben ist wahrscheinlich treffend für den Elan und das Tempo, das er sich selbst und der gesamten Franke Mannschaft von Anfang an als Takt vorgab. Im Wissen, dass die Konkurrenz nicht schläft und es das wertvolle Momentum zu nutzen galt, das seine Vorgänger in 78 Jahren geschaffen hatten. Beim Steuern gab er eine einfache, aber mächtige Maxime vor, gleich dem Schlachtruf eines Heerführers an seine Truppen: „Konzentrieren und dominieren!“, und ergänzte, wohl auch mit Blick auf die Franke Vergangenheit: „Oft versuchen Firmen, zuviel zu machen. Wir aber wollen in jedem Geschäft, das wir betreiben, Weltmeister werden. Dabei konzentrieren wir uns auf wenige Bereiche, wo wir klare Stärken haben und globale Marktchancen sehen. Sonst lassen wir es bleiben.“ Wie das zu erreichen sei, machte er bei jeder Gelegenheit deutlich: „Wir müssen stets schneller und besser sein als alle anderen.“ Überzeugt, dass mehr und cleverer arbeiten, mehr Innovation sowie höhere Geschwindigkeit der Schlüssel zum Erfolg sei. Zu seinen ehernen Grundsätzen zählt auch, nie von Banken oder Mitaktionären abhängig zu sein. Dann sind einem Familienunternehmen aus Michael Piepers Sicht praktisch keine Grenzen gesetzt. Er präzisiert: „Vorausgesetzt, man lebt normal und macht keine Grundfehler. Und die macht man dann nicht, wenn ein kritischer Verwaltungsrat und eine gute Konzernleitung die richtige Strategie und Umsetzung begleiten und sicherstellen.“

Wie schon sein Vater bildete Michael Pieper einen starken Verwaltungsrat und ging dabei noch einen Schritt weiter. Er verzichtete zu Gunsten eines Präsidenten mit Erfahrungen in der globalen Industrie auf den Vorsitz und nahm als CEO die aktive Leitung des Franke Konzerns wahr. Bewusst in Kauf nehmend, dass dieser seine Pläne und Entscheidungen nicht nur in Frage stellen, sondern auch ablehnen konnte, was hie und da auch geschah. Mit Ulrich Naef gewann er einen international erfahrenen Industrie-Manager als Präsidenten. Die enge Zusammenarbeit mit ihm wie mit den weiteren hochkarätigen Präsidenten Fritz Maurhofer und Thomas Erb sollte

sich für Michael Pieper und die Entwicklung des Unternehmens als kluge und weitsichtige Entscheidung erweisen.

Um seine Ziele zu erreichen, schlug Michael Pieper von Beginn an eine rigide und konsequente geographische Wachstumsstrategie ein. Primär durch Reinvestition der Unternehmensgewinne in die eigenen Betriebe und in Akquisitionen. Sorgfältig und gezielt, nach dem Motto: „Sehr mutig und gleichzeitig sehr vorsichtig“, so Ulrich Naef. „Identifizieren, evaluieren, verhandeln, kaufen und dann rasch integrieren. Erst wenn vollständige Transparenz besteht und die Bücher des Übernahmekandidaten offen sind, wird gerechnet und allenfalls gekauft.“ So beschrieb Wolfgang Cach, langjähriger Franke CFO, den erprobten Ablauf. Nach über 38 Jahren im Unternehmen, davon 18 Jahre in enger Zusammenarbeit mit Michael Pieper, kannte er seinen Chef wie kein anderer, als er anfügte: „Rigide war nicht nur die Wachstumsstrategie, die Michael Pieper antrieb, sondern auch seine Vorstellung von Tagesablauf und Arbeitseinsatz. Da fordert er viel. Das funktioniert nur, weil er selbst Vorbild und trotz Erfolg und Vermögen stets einfach und gradlinig geblieben ist.“ Michael Piepers Arbeitszeiten sind legendär. Obwohl er von seinem Wohnort Hergiswil bis zu seinem Arbeitsplatz erst einmal 50 Kilometer zurücklegen muss, sitzt er spätestens um fünf Uhr morgens hinter seinem Pult und legt los. Abends steigt er dann wieder ins Auto, wenn er nicht gerade im Flugzeug in der Franke Welt unterwegs ist. Vom Management erwartet er den aller spätesten Arbeitsbeginn grosszügig um sieben Uhr. „Viele kommen früher und gehen dafür später“, meint dazu Andreas Hauswirth, Leiter Corporate Services, schmunzelnd.

Doch ohne diese Dynamik und Disziplin, die Michael Pieper sich und allen Beteiligten abverlangt, wäre das rasante und imposante Wachstum der Franke Gruppe wohl nicht möglich geworden: Mit weltweit über 10'500 Mitarbeitern in 70 Gesellschaften konnte der Umsatz seit 1989 von CHF 480 Mio. auf rund CHF 2,5 Mrd. gesteigert und gleichzeitig CHF 2,7 Mrd. aus selbst erarbeitetem Cashflow in die Zukunft des Unternehmens investiert werden. So wurde Franke unter der Führung von Michael Pieper zur weltweit führenden Herstellerin und Anbieterin von intelligenten Systemen für die Haushaltsküche und die professionelle Systemgastronomie und ist in den Bereichen Kaffeezubereitung, Getränkelieferung und Hygienelösungen auf dem Weg dazu.



Bildlegende

1 Ein zupackender Michael Pieper beim Ausbau des Konzernstandorts in Aarburg (Schweiz), 2-4 Ein Unternehmer auf Achse

BEKENNTNIS

zum Wertplatz Schweiz



Die zunehmende Globalisierung des Wirtschaftsgeschehens führte dazu, dass die Schweiz von der über Europa hereinbrechenden Wirtschaftskrise der frühen 1990-er Jahre nicht verschont blieb. In der Folge mussten auch hier zahlreiche Unternehmen restrukturiert und neu ausgerichtet werden. Einstige Vorzeigebetriebe – beispielsweise der schweizerischen Maschinenindustrie – verlagerten ihre Produktion ins Ausland, redimensionierten oder schlossen für immer ihre Tore. Trotz düsterer Prognosen für den Schweizer Industriesektor hielt die Franke Gruppe am Standort Schweiz fest. Aus der Überzeugung, dass der globale Konzern einen starken Heimstandort braucht und sich in der Schweiz für Franke gute Zukunftsperspektiven bieten. Vor allem mit neuen Technologien und wertschöpfungsstarken High-End-Produkten. Aber auch als attraktiver Arbeitgeber für talentierte und ambitionierte Mitgestalter der Franke Zukunft. „Wir wollen hier in Aarburg die Franke Fahne hochhalten und für unsere weltweite Organisation Vorbild sein. Nicht nur materiell, sondern durch unsere Geistes- und Werthaltung“, betont Michael Pieper. Die in den letzten 20 Jahren am Konzernstandort getätigten Investitionen von über CHF 250 Millionen manifestieren dieses Bekenntnis deutlich.

Mit diesen Mitteln wurden die schweizerischen Betriebe der Gruppe modernisiert und auf einen Weltklassestand der Informations- und Produktionstechnologie gebracht. Mit dem Ziel, Qualität und Produktivität auf allen Ebenen und in allen Bereichen kontinuierlich weiter zu steigern. Heute ist Aarburg von zentraler Bedeutung für High-End- und High-Tech-Produkte.

Auf modernsten Anlagen werden da Spülen für höchste Ansprüche gefertigt. Michael Pieper: „Goldschmiedeprodukte, die wir weltweit zuoberst ins Sortiment legen.“ Im eigenen Werkzeugbau steckt eine Schlüsseltechnologie des Konzerns. Hier arbeitet man konstant an der Weiterentwicklung der Umformtechnik und verschafft Franke so zu Wettbewerbsvorteilen in Produktion und Design. Der Industrietechnik-Bereich rüstet verschiedene Industrien mit hochentwickelten Komponenten aus, so für Gasturbinen und Triebwerke der Luftfahrtindustrie. Die gesamte weltweite

Informationstechnologie des Konzerns wird ebenso von Aarburg aus geplant, gesteuert und unterstützt. „Wir sind schon etwas stolz darauf, auch hier einen Weltklasse-Standard erreicht zu haben“, meint Chief Information Officer Peter Kaufmann. 1996 konnte das neue Info-Center als Empfangs-, Ausstellungs- und Tagungs-Center in ansprechender Atmosphäre eröffnet werden und 1999 die Konzernleitung mit ihrer Organisation ein neues Bürogebäude beziehen. Ende 2008 wurde die vorläufig letzte Bauetappe auf dem Platz Aarburg mit der komplett neuen Fabrik für Kaffeemaschinen abgeschlossen. Mit dem Ziel, der Weltmeisterposition wieder ein gutes Stück näher zu kommen.

Konsequent nach dem Prinzip „Konzentrieren und dominieren“ wurden aber auch Aktivitäten laufend überprüft, ob sie diesem Anspruch genügen oder nicht. So wurden wenig versprechende oder nicht mehr zur Franke Gruppe passende Aktivitäten in der Schweiz, wie das Grossküchengeschäft, das Badezimmermöbelgeschäft, der Metallbau und anderes verkauft oder geschlossen. Mit der Gründung der Franke Immobilien AG im Jahre 1990 wurde die von Walter Franke aufgenommene Wohnbautätigkeit, die auf sozial- und betriebspolitischen Überlegungen gründete, auf eine nächsthöhere Ebene der Entwicklung gebracht. 1993 erwarb die Gesellschaft eine Grossüberbauung in Aarburg. Darauf folgte Schlag auf Schlag die Entwicklung verschiedener Immobilienprojekte, vorwiegend im Wohnbereich. Heute bewirtschaftet die Franke Immobilien AG für sich und die Franke Pensionskasse rund 2000 Mietobjekte im Eigenbestand. Hinzu kommen das Facility-Management der Franke Betriebsliegenschaften in Aarburg – immerhin 26 Gebäude auf einem riesigen Areal – sowie Fremdmandate.

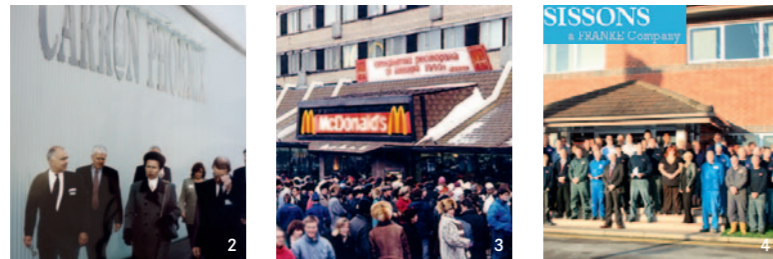
In der Franke Artemis Asset Management Group beteiligt sich Michael Pieper an börsenkotierten schweizerischen Industrieunternehmen. „Da, wo wir vom Geschäft etwas verstehen und ein Zukunftspotenzial sehen.“ Welche Bedeutung er dabei dem Wirtschaftsstandort Schweiz zumisst, macht Michael Pieper in guten wie schwierigen Zeiten deutlich. So auch mit substantziellen Beteiligungen an bedeutenden Industrieunternehmen wie Forbo, Rieter, Feintool und Advaltech.

Bildlegende

1 Franke Präzision und Innovation am Werk, 2 und 5 Franke Hauptsitz in Aarburg (Schweiz), 3 2009, Michael Pieper auf Betriebsbesichtigung mit der Schweizer Bundesrätin und Wirtschaftsministerin Doris Leuthard am Franke Hauptsitz in Aarburg, 4 Neues Büro- und Fabrikgebäude von Franke Coffee Systems in Aarburg

ERARBEITEN

und erobern



Parallel zur Stärkung des Standorts Schweiz trieb Michael Pieper die globale Expansion voran. Begünstigt und beschleunigt durch den Fall der Berliner Mauer und Glasnost, öffneten sich ganz neue Perspektiven in den Märkten des näheren und fernerer Ostens. Diese wollte sich der Dynamiker an der Spitze von Franke als ein Unternehmen der ersten Stunde erschliessen und sichern. Doch musste er dazu erst noch Konzernleitung und Verwaltungsrat von seiner ehrgeizigen Wachstumsstrategie überzeugen, bevor er seine Pläne in die Tat umsetzen konnte. Das Schwergewicht legte Michael Pieper zuerst auf den Ausbau des globalen Geschäfts von Franke Kitchen Systems und Franke Foodservice Systems. Dabei wurde meistens ein Unternehmen mit starker Stellung und Potenzial im Heimmarkt ins Visier genommen. Es waren vornehmlich Spülenhersteller, die so akquiriert und rasch in den Konzern integriert wurden. Nach diesem Muster wurde im Verlauf der 1990-er Jahre systematisch Markt für Markt nach lohnenden Zielobjekten durchkämmt und Schritt für Schritt durch Übernahmen oder durch den Aufbau einer eigenen Niederlassung erschlossen.

Dieses erfolgreiche Prinzip wurde auch für Franke Foodservice Systems appliziert und sorgte für enormen Wachstumsschub, unterstützt durch die ebenso ehrgeizige globale Expansion von Hauptkunde McDonald's. Noch wenige Wochen vor dem Fall der Berliner Mauer gelang es McDonald's, mit der Stadtverwaltung von Moskau einen Vertrag für die Lieferung von 20 Küchen in die damalige Sowjetunion abzuschliessen. Am 9. November 1989 startete ein Konvoi von sechs Lastzügen von Franke Foodservice Systems Bad Säckingen mit Kurs auf Moskau. Bereits Ende Januar 1990 konnte am Puschkinplatz das erste und damals weltgrößte McDonald's-Restaurant eröffnet werden. Mit Platz für über 700 Gäste und 200 zusätzlichen Sitzplätzen im Freien.

Den eigentlichen „Startschuss“ zur friedlichen Eroberung der Weltmärkte gab Michael Pieper 1990 mit der Übernahme der 1759 gegründeten schottischen Traditionsfirma **Carron Phoenix** und deren sechs Tochtergesellschaften. Mit ihren Kanonen hatte diese Lord Nelson bereits 1805 bei Trafalgar zum Sieg über die napoleonische Flotte verholfen. Nun stärkte Carron als Marktführerin in der Herstellung und im Vertrieb von Spülen aus Edelstahl und Kunststoff die Präsenz und Position von Franke Kitchen Systems markant. Zudem erlaubte es Franke, mit Carron eine bedeutende Zweitmarke zu führen. Der Carron-Deal wurde zugleich

zum Masterpiece für den neuen Konzernchef in Sachen Planen und erfolgreichem Durchziehen von Akquisitionen. Das Handwerk dazu hatte Michael Pieper in seinen unternehmerischen Lehr- und Wanderjahren in den USA gelernt. Walter Wieland, damaliger Chef von Franke Kitchen Systems, begleitete Michael Pieper bei seinem ersten grossen Kauf und bewunderte sein Geschick und seine Hartnäckigkeit: „Wir hatten unter uns den Preis von vornherein abgemacht und handelten nach der Devise: Wir halten es länger aus als die vier Verhandlungspartner der Gegenseite.“ So kam es dann auch, wozu Hans Hemmeler, langjähriger Vertrauter und Begleiter des Unternehmens seit der Zeit von Walter Franke, nur anfügen konnte: „Ein Naturtalent.“ Von nun an beurteilte der Verwaltungsrat Michael Piepers Expansionspläne wohl weiterhin kritisch, aber meistens positiv. Franke gelang unter Führung von Michael Pieper die Durchdringung der Weltmärkte, vor allem auch dank Michael Piepers Bereitschaft, den erarbeiteten Gewinn kontinuierlich in die Zukunft der Franke Gruppe zu reinvestieren.

Dahinter steckt eine aussergewöhnliche Portion an Engagement, Know-how und Teamarbeit in der Umsetzung der Wachstumsstrategie durch das Management des Franke Konzerns und seiner Ländergesellschaften, die meistens als „Brückenkopf“ die Eroberung neuer Märkte erst möglich machten. Michael Pieper initiierte und leitete den Expansionsprozess. Sekundiert von Wolfgang Cach, der dafür die notwendigen Abklärungen und Analysen vor der Übernahme vornahm und dann für die notwendigen Controlling-Instrumente und Kostentransparenz bei und nach der Integration sorgte. Tatkräftig unterstützt in der Vorbereitung und Umsetzung durch das Managementteam der Konzernleitung: Bernhard Stauch, der ab 1989 die Franke Kitchen Systems Geschichte leitete und deren Geschichte massgeblich mitprägte, R. R. Campion und sein Nachfolger Hans Ott, als Chef von Franke Foodservice Systems, und Andreas Hauswirth, Leiter Corporate Services der Franke Gruppe.

Durch die Übernahme von Unternehmen mit lokaler Stärke und langer Erfahrung gewann Franke nicht nur Mitarbeiter und Marktanteile, sondern in 100 Jahren auch über 3000 Jahre an Expertise. Auch von Firmen mit besonders grosser Geschichte und Tradition wie Carron Phoenix (1759), die englische W&G Sissons Ltd. (1784) oder die finnisch-schwedische Hackman-Meka-Gruppe mit ihrer 1590 gegründeten Tochter Ramnäs in Schweden.

Bildlegende

1 Original Carron-Kanone bei Fort George auf dem Moray Firth (Schottland), 2 Besuch von Princess Anne (Princess Royal and Princess of Orange) bei Carron Phoenix, 3 1990, das damals weltgrößte und erste McDonald's-Restaurant in Russland wird am Puschkinplatz in Moskau eröffnet, 4 2009, Franke Sissons-Mitarbeiter in Chesterfield (GB)



WELTWEIT ZUHAUSE

und was es dazu braucht



Der Aufbau einer starken globalen Präsenz zählt zu den herausragenden Pionierleistungen von Franke. Sie nahm ihren Anfang bereits in den 1940-er Jahren, als Walter Franke mit seinem Unternehmen die ersten Schritte über die Schweizer Grenzen wagte und Niederlassungen in weiten Teilen Europas gründete. Willi Pieper unternahm erste gezielte Schritte in Richtung Globalisierung, mit weiteren Standorten in Europa und den USA. Der Durchbruch zur Durchdringung der Weltmärkte gelang Franke jedoch unter der Führung von Michael Pieper, der die globale Expansion seit Beginn der 1990-er Jahre mit System und Tempo vorantreibt. Dabei wurden bestehende Marktpositionen weiter ausgebaut. Oder neue Märkte, wo sinnvoll und möglich, durch gezielte Akquisitionen von führenden Lokalmatadoren erschlossen. Wo diese nicht vorhanden oder zu haben waren, gründete Franke eigene Niederlassungen und baute so die Kapazitäten für Vertrieb und Produktion auf, um weltweit näher bei Märkten und Kunden zu sein als alle Mitbewerber. Mit dem Anspruch, lokale Kulturen und Bedürfnisse mit optimalen Leistungen zu bedienen. Nach dem Grundsatz „think global, act local“, wie Bernhard Stauch dazu meint. Er hat diese Entwicklung entscheidend mitgestaltet und -geprägt. Seit 2005 ist er Verwaltungsrat der Franke Artemis Holding AG. Zuvor leitete er über 15 Jahre Franke Kitchen Systems, den bedeutendsten Konzernbereich, und führte diesen an die Weltspitze im Markt für Küchensysteme. Neben der Expansion

in Osteuropa und Asien wurde weiterhin ein Schwergewicht auch in Westeuropa gesetzt. Obwohl dort die Marktdurchdringung weit fortgeschritten war, galt es, noch Lücken zu schliessen. Frankes Erfolg und Marsch an die Weltspitze lässt sich jedoch nicht nur mit guten Produkten und gelungenen Übernahmen erklären. Sondern auch mit der Fähigkeit, das ursprünglich lokale gewerbliche Business zu globalisieren und die lokale Entwicklung durch starke und unternehmerische Franke Organisationen zu führen. Dazu Duncan Marr, der als Managing Director das England-Geschäft über Jahrzehnte erfolgreich aufgebaut hat und Frankes Prinzipien „of doing business“ bestens kennt: „Solange Marschrichtung und Zahlen stimmen, gibt dir Michael Pieper viel Freiheit und Unterstützung, dein lokales Geschäft voranzubringen. Solltest du aber in Schiefelage geraten, dann musst du dich warm anziehen und die Dinge schnell wieder auf die Reihe kriegen, sonst ist es mit der Freiheit vorbei!“ Heute ist Franke auf allen fünf Kontinenten zuhause. Von Finnland bis Südafrika und von Frankreich bis Australien. Wie Fussball verbindet Franke die Welt. Im Fussball wie bei Franke bestimmen gemeinsame Werte und verbindliche Regeln den Freiraum, nach dem jede Heimmannschaft ihr Spiel gestalten und zur Weltspitze aufsteigen kann.

Bildlegende

1 Franke verbindet wie Fussball die Welt, 2 Franke S.p.A., Peschiera del Garda (Italien), 3 Franke Management Inc./Franke Foodservice Systems Inc./Franke Resupply Systems Inc., Smyrna (TN/USA), 4 Franke Kitchen Systems (Pty.) Ltd., Mombeni (Südafrika), 5 Franke Foodservice Systems, Heshan City (China), 6 Franke Kitchen Systems Egypt S.A.E., 6th of October City (Ägypten)

SWISS QUALITY

made in China



Bei der globalen Entwicklung von Franke ging es auch darum, nicht nur Chancen für neue Standorte zu nutzen, sondern gleichzeitig die Franke Qualität umfassend und rund um den Globus zu sichern. Dabei spielten Osteuropa, Russland und China eine besondere Rolle. Mit den neuen Perspektiven der wirtschaftlichen Entwicklung, die in den 1980-er und 1990-er Jahren ihren Anfang nahm. Begünstigt durch den Fall der Berliner Mauer, Perestroika und Glasnost sowie die beispiellose Reformpolitik von Deng Xiaoping, dem neuen Machthaber in China. Doch das Erkunden, Erobern und Aufbauen von weniger oder gar unbekanntem Terrain lief oft recht abenteuerlich und chaotisch ab. Gewohnt an Schweizer Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit, mussten Frankes Manager einiges an Geschick, Flexibilität und Improvisationstalent aufbringen, um letztlich zum Erfolg zu kommen. Bernhard Stauch, der damalige Leiter von Franke Kitchen Systems, erinnert sich noch bestens an eine seiner vielen „Tour-de-Force-Expeditionen“, die ihn und Wolfgang Kemmerling, seinen Chef für Deutschland und Europa Nord, durch verschiedene Staaten der ehemaligen UdSSR führte. „Sämtliche Flüge wurden nach wie vor als Domestic Flights behandelt. Unser Visum für Russland wollte niemand sehen oder uns ein solches bei der Einreise in die Ukraine erteilen. Erst bei der Ausreise verlangte man, unser Visum zu sehen, und wollte wissen, wie wir überhaupt ins Land gekommen seien, was wir im Detail schilderten. So liess der zuständige Beamte gegen Bezahlung von fünfzig US-Dollar ‚Milde walten‘ und uns samt zwei für die Ausfuhr verbotenen Dosen Kaviar ins Flugzeug Richtung Zürich steigen.“ Auch bei Gesprächen und Verhandlungen mit möglichen Partnern hatte man sich auf andere Gepflogenheiten einzustellen. „Viel Geduld und Geschick in endlosen Gesprächen waren gefragt und ebenso viel Stand- und Trinkfestigkeit. Um bei nächtlichen Essgelegen auch nach dem x-ten ‚Na Zdorovie‘ (zum Wohl) sein nie leer werdendes Glas Wodka noch ruhig halten und anschliessend den Weg zurück ins Hotel finden zu können“, erinnert sich Bernhard Stauch lebhaft. Um einiges an Erfahrungen reicher, entschloss sich Franke, in Osteuropa vor allem eigene Niederlassungen und Produktionen aufzubauen. Um Qualität zu sichern und Übernahmen von Altlasten bestehender Betriebe, von denen heute praktisch keiner mehr existiert, zu vermeiden.

China, mit weit über einer Milliarde Menschen das bevölkerungsreichste Land der Erde, war bereits zu Beginn der 1990-er Jahre auf den Expansionsradar von Michael Pieper gerückt. Denn die

Reformen lösten ein stürmisches Wachstum der chinesischen Wirtschaft aus. Als Folge dieser dynamischen Entwicklung bildeten sich Millionenstädte und eine zahlungskräftige Mittelschicht heraus, die zunehmend an Einfluss und Bedeutung gewann. Unter beschwerlichen Bedingungen bereisten Franke Delegationen 1993 das Reich der Mitte, um den erfolgversprechendsten Weg für den Einstieg und Aufbau in den vielversprechenden Markt zu erkunden. Dazu führten sie mit verschiedenen Unternehmen eingehende Gespräche und konnten dabei einmal mehr erfahren, was es mit „andere Länder, andere Sitten“ auf sich hat. Die grösste Herausforderung bestand darin, eine nationale Distribution aufzubauen. Denn der Handel war traditionell lokal organisiert. Geschäfte wurden nur mit Leuten gemacht, die man kannte und denen man vertraute. Nach langen Verhandlungen gelang es Franke 1994, im Süden der Provinz Guangdong ein Joint-Venture-Abkommen mit der Guangdong Victory Kitchen Equipment Factory in Heshan City abzuschliessen. Bevor man jedoch mit dem Bau einer neuen Fabrik mit Bürogebäuden und Schlafstätten für die Mitarbeiter starten konnte, galt es erst, den Zugang zum Fabrikgelände durch den Bau einer Brücke über den Xi Jiang (Westfluss) zu sichern. „Da die Brücke nur in der Trockenzeit bei niedrigem Wasserstand zu bauen war, schlossen Andreas Hauswirth und ich den ‚famous bridge contract‘ ab. Noch bevor alle Joint-Venture-Verträge unter Dach und Fach waren. Sonst hätten wir wieder ein Jahr bis zur Eröffnung der Fabrik und Erschliessung des chinesischen Marktes verloren“, erklärt Bernhard Stauch. Ende 1995 konnte das neue Franke Werk eingeweiht und kurz darauf in Betrieb genommen werden. Um Küchen für McDonald’s – für den chinesischen wie asiatischen Markt – und Haushaltsspülen zu produzieren. Und um Jahre später das Asia Sourcing von kostengünstigeren Komponenten zu ermöglichen. 1999 erfolgte die volle Übernahme der chinesischen Aktivitäten durch Franke, um flexibel und schnell am Markt agieren und hundertprozentige Qualität sichern zu können. Seither wurde auch in Asien noch viel Aufbauarbeit geleistet. 2000 mit einem weiteren Werk auf den Philippinen und 2008 mit dem Neubau für Franke Foodservice Systems, um den Standort China für Franke von strategischer Bedeutung und zum Vorzeigebetrieb in Sachen Qualität zu machen. Das bestätigen nicht nur ISO-Zertifizierungen, sondern auch zufriedene Kunden in China und ganz Asien. Ganz nach dem Anspruch von Franke, Swiss Quality in China wie überall auf der Welt zu garantieren.

Bildlegende

1 Fahrt über den Pearl River zu Franke in Heshan City (China), 2 Neubau von Franke Foodservice Systems in Heshan City, 3 und 4 Michael Pieper und Gäste bei der Eröffnungszeremonie im Jahre 2008, 5 Modernste Produktionsanlagen von Franke Foodservice Systems im neu erstellten Werk in Heshan City



LIFESTYLE MIT SYSTEM

Franke Kitchen Systems



Seit Hermann Franke 1934 seine ersten Erfolge mit Spültischen aus rostfreiem Edelstahl feiern konnte, hat eine enorme Entwicklung rund um das Wohnen und die Küche als dessen Zentrum stattgefunden, an der Franke wesentlich beteiligt ist. Dabei hat sich die Küche als Arbeitsort zur Zubereitung von Nahrung längst emanzipiert und ist zum Raum für Kommunikation, Kreation und Begegnung avanciert, dessen Ausgestaltung den persönlichen Lebensstil seiner Besitzer und Benutzer zum Ausdruck bringt.

Mit der Normierung der Haushaltsküche in den 1940-er Jahren ebnete Walter Franke der industriellen Fertigung der Spülen den Weg. Ein wegweisender erster Schritt weg von der reinen Spüle bildete in der Folge die Aufnahme des Vertriebes von Armaturen und die Ergänzung des Spültisches mit Zubehör wie Rüst- und Schneidbretter. Mit der Einführung der **Franke Compact** im Jahre 1979 gelang hier ein besonderer Wurf. Einem Spültisch mit kompakten Ausmassen, der selbst bei knappen Platzverhältnissen ein vollwertiges Arbeitszentrum mit zwei Arbeitsbecken darstellte und mit passendem Zubehör ergänzt wurde. Die Franke Compact verkaufte sich seither über drei Millionen Mal und brachte Franke auf dem Weg zur Weltmarktführerin von Küchensystemen weit voran. Dem zunehmenden Bewusstsein für den Schutz der Umwelt trug Franke mit der 1987 lancierten **Compact Combi-Spüle** mit integriertem Abfalleinwurf Rechnung.

Die Entwicklung ging aber unaufhaltsam weiter. Die Antwort auf die steigende Nachfrage nach Spülen in verschiedenen Farbtönen und Materialien fand Franke 1990 in der Übernahme der schottischen Carron Phoenix, der führenden Herstellerin von hochwertigen Kunststoff- und Edelstahlspülen. Kooperationen mit führenden Keramikherstellern rundeten das Produktportfolio ab. Eine weitere Ergänzung des Sortimentes erfolgte in den 1990-er Jahren mit der Aufnahme von eigens gefertigten Backöfen und Herdmulden, die in ausgewählten Märkten erfolgreichen Absatz fanden. Der endgültige Durchbruch als Systemanbieter gelang Franke jedoch durch die Übernahme der **Faber-Gruppe** im Jahre 2005, eine weltweit führende Herstellerin von Dunstabzugshauben. Heute rundet Franke Kitchen Systems das umfassende Angebot für jeden Einsatzbereich durch ein auch im Design abgestimmtes Sortiment an Produkten und Accessoires ab.

Seit Michael Pieper 1989 die Führung der Franke Gruppe übernommen hat, verfolgt der Konzern mit seinem Zugpferd Franke Kitchen Systems eine offensive und konsequente Wachstumsstra-

tegie, um die globale Leaderposition zu erobern und auszubauen. Durch eigenen Aufbau wichtiger Märkte in Asien (China und Indien), Osteuropa (Polen, Rumänien, Russland usw.), aber auch in der Türkei und im Mittleren Osten. Ebenso durch gezielte Akquisitionen führender Unternehmen, wie Carron Phoenix Ltd. (GB), Douat Ltda. (Brasilien), Federal Home Products (USA), Kindred Industries Ltd. (Kanada), die Faber-Gruppe mit Hauptsitz in Italien und City Metal sowie Defy Appliances (Pty.) Ltd. (Südafrika). Mit System und Spürsinn für die Anforderungen und Möglichkeiten der modernen Küche hat sich Franke in rund 80 Jahren vom reinen Spülenhersteller zum weltweit führenden Anbieter von intelligenten Küchensystemen entwickelt, die heute in über hundert Millionen Küchen stecken und das Wirken in der Küche so angenehm, effizient, hygienisch und ökologisch wie möglich gestalten. Passend zum persönlichen Lebensstil ihrer Besitzer und Benutzer. Auch weltbekannte Küchenbauer wie **Boffi**, **bulthaup** oder **Scavolini** vertrauen seit vielen Jahren auf „Franke inside“. Mit der **Centinox** Linie startet Franke in ihr neues Jahrhundert, um ein weiteres Kapitel Küchen- und Spülen-Geschichte zu schreiben. Aus der Erfahrung von Franke aus 100 Jahren ist ein neues und umfassendes Konzept und Küchensystem zur Gestaltung von Lebensstil, Wohlfühl und Genuss entstanden.

Im neuen Jahrhundert will Franke Kitchen Systems die globale Marktleaderposition weiter ausbauen. Die klare wie anspruchsvolle Vision und Mission dazu lautet: Franke soll zur Ikone der Industrie werden – und das insbesondere auch in den Wachstumsmärkten ausserhalb Europas –, ein Powerbrand, der High-tech mit High-touch vereint. Mit einem Angebot von intelligenten Küchensystemen, das Spülen, Hauben, Wasser- und Abfall-Systeme, Kochgeräte und Armaturen umfasst und höchste Ansprüche an Ästhetik, Funktionalität und Qualität erfüllt. Um dies zu ermöglichen, werden die Strukturen, Systeme und Prozesse noch effektiver gestaltet und auf die Anforderungen der globalen Märkte ausgerichtet. Die Speerspitze dazu bilden die lokalen Franke Gesellschaften, welche sich mit Beratung und Service voll und ganz auf ihre Kunden und deren Wünsche konzentrieren können. Unterstützt von globalen Kompetenzzentren mit hoher Innovationskraft und spezialisierten Produktionsstätten, welche die Franke Küchensysteme weltweit zeitgerecht in höchster Qualität verfügbar machen. Franke Kitchen Systems erzielte 2010 mit rund 7500 Mitarbeitenden über CHF 1,5 Mia. Umsatz.

Bildlegende

1 High-tech mit High-touch – Franke Küchensystem der neuesten Generation, 2 Spüle mit Zubehör, 3 Armatur, 4 Dunstabzugshaube, 5 Herd

CASUAL LIVING LEICHT GEMACHT

Franke Foodservice Systems



Ohne Steigerung der Mobilität hätte es weder eine Industrialisierung noch eine Globalisierung gegeben. Und bestimmt wäre auch die Geschichte von Franke und Pionieren der Systemgastronomie wie **Mövenpick** oder **McDonald's** komplett anders verlaufen. So aber freut sich die Menschheit über die vielfältigen Möglichkeiten des mobilen Lebens, aus welchem diese Stätten einer neuen Esskultur nicht mehr wegzudenken sind. Was in den 1950-er Jahren unter dem Begriff Fast Food von Amerika aus die Welt zu erobern begann, hat die Gastroszene revolutioniert und den Lebensstil ganzer Generationen verändert. Durch ein Angebot an schmackhafter und schneller Verpflegung der unkomplizierten Art, wie es Branchenprimus McDonald's täglich mehr als 60 Millionen Gästen in 117 Ländern und über 32'000 Restaurants rund um die Uhr serviert. Aber auch Gastroszenen wie **Burger King**, **Yum!** (**Kentucky Fried Chicken**, **Pizza Hut**, **Taco Bell**), **Vapiano** oder das Möbelhaus **IKEA**. Täglich wird die Casual-Dining-Szene vielfältiger und macht unserer Gesellschaft das Casual Living leichter. Diesen und anderen Kunden der Systemgastronomie hilft Franke Foodservice Systems ihr Geschäft aufzubauen und erfolgreich voranzubringen. Mit einzigartiger Expertise und umfassenden Leistungen, die Franke in über 60 Jahren als weltweit führende Anbieterin von kompletten professionellen Küchensystemen und -einrichtungen entwickelt hat. Von der Planung über die Inbetriebnahme bis hin zur permanenten Unterstützung von Betriebssicherheit und Unterhalt. Bis heute wurden über 30'000 komplette Kücheneinrichtungen geplant und installiert und millionenfach mit Komponenten zum Ersatz oder zur Erneuerung der Foodservice-Betriebe ausgestattet. Allein Grosskunde McDonald's liess Franke nach der Installation der ersten Küche im Jahre 1972 in München deren 15'000 weitere bauen. Heute zeichnet Franke weltweit für jede zweite Foodservice-Installation bei McDonald's verantwortlich, in „booming Asia“ mit stark steigender Tendenz. Zusätzlich unterstützt Franke seine Kunden mit Beratung, Schulung und technischem Service im 24-Stunden-Takt rund um den Globus, um den Betrieb einer Foodservice-Einrichtung in allen Bereichen und in jeder Lebensphase effizient und einwandfrei am Laufen zu halten. Diese umfassenden und weitreichenden Leistungen, die Franke für seine Kunden erbringt, schaffen eine enge Verbindung in der gemeinsamen Geschäftsentwicklung. Dafür hat Franke Foodservice Systems über Jahrzehnte eine schlagkräftige und eingespielte Organisation aufgebaut, die präzise wie

ein Schweizer Uhrwerk funktioniert. Mit Hauptsitz in den USA und Business Units für Amerika, Europa und Asien. Diese erfreuliche Entwicklung ist von einer Führungsmannschaft mit hohem und langjährigem Engagement geprägt. Dem charismatischen und unternehmerischen Richard R. Campion ist dabei viel zu verdanken. Unter seiner Führung wurde 1986 die Franke Contract Group gebildet und zur ersten weltweiten Division von Franke mit dem Hauptkunden McDonald's aufgebaut. Dessen Expansion wurde anfänglich von zwei Produktionsstandorten unterstützt: von Bad Säckingen (Deutschland) und später von Gdynia (Polen) aus wurden Europa, von North Wales (Pennsylvania) weite Teile der USA beliefert. Mit einem weiteren Produktionsstandort in Sparks (Nevada) erschloss Franke ab 1990 auch die Westküste der USA sowie von dort aus über Exporte asiatische Märkte wie China, Korea und Taiwan. Als „Dick“ Campion 1993 altershalber zurücktrat und das Steuer der Division Hans Ott übergab, konnte dieser eine solide Geschäftsbasis von seinem Vorgänger übernehmen, an der er selber seit 1981 als General Manager von Franke Foodservice Systems mitgearbeitet hatte. Unter seiner Leitung wurde die führende Stellung im globalen Markt konsequent weiterentwickelt. So gelang es, über die Akquisition der Firmen Stainless Inc. (USA) und Niggemann GmbH (Deutschland) den zweiten Grosskunden Burger King zu gewinnen. Zudem wurden der Bereich Resupply & Smallwares erfolgreich zu einem Hauptpfeiler von Franke Foodservice Systems auf- und ausgebaut, ein eigenes Servicegeschäft installiert und hohe Investitionen in die Entwicklung neuer Produkte für den Küchenbereich der Franke Kunden getätigt. Schliesslich wurden in China und auf den Philippinen neue Produktionsstandorte errichtet, die polnische Produktion bedeutend erweitert und im Staate Tennessee nebst einer neuen Produktionsstätte ein neuer Hauptsitz mit einem beeindruckenden Logistik- und Tech-Center gebaut. So haben Hans Ott und sein Team kontinuierlich die Stellhebel des Unternehmenserfolgs weiterbewegt, um sich durch Nähe zu Kunden sowie laufende Optimierung in allen Bereichen kontinuierlich zu verbessern. Getreu dem Anspruch und Erfolgsprinzip, die Hans Ott stets hoch hält: „Unser Engagement soll Kunden mehr Freiraum verschaffen, um sich Gästen, Mitarbeitern und Zukunftsplänen widmen und möglichst sorgenfrei schlafen zu können.“ Franke Foodservice Systems erzielte 2010 mit 1300 Mitarbeitenden rund CHF 520 Mio. Umsatz.



Bildlegende

1 Köstliche Casual Dining Dishes aus aller Welt, 2-5 Franke Foodservice Systems Kunden: McDonald's, IKEA, Vapiano, Ginyuu



KAFFEEKULTUR BELEBT GEIST UND GESCHÄFT

Franke Coffee Systems



Was darf es denn heute sein: Kaffee, Espresso, Espresso con panna, Latte Macchiato, Cappuccino, Café Viennois, heisse Schokolade, Raspberry White Chocolate...? Eine Vielfalt an Kaffeespezialitäten und -kreationen erfreut sich weltweit zunehmender Beliebtheit und bleibt längst nicht mehr nur Gästen von Luxushotels und Häusern mit gepflegter Kaffeetradition wie zum Beispiel dem **Sacher** in Wien vorbehalten. Mittlerweile gehört Kaffee in allen Variationen zum preiswerten Standardangebot einer neuen Generation von Botschaftern und Förderern globaler Kaffeekultur. Wie **McCafé** – aufstrebender Spross der globalen McDonald's-Familie mit bereits über 16'000 McCafé-Konzept-Lokalen auf der ganzen Welt, das internationale **Kaffeehaus CUP&CINO** oder die taiwanesische **Dante-Kette** mit über 150 Coffeeshops in ganz Asien. Wo auch immer Kaffeekultur zelebriert und facettenreiche Kaffeequalität geschätzt wird, da vertrauen anspruchsvolle Kunden auf Franke Coffee Systems. Als starken Partner, der ihnen dabei hilft, das Geschäft mit exzellentem Kaffee und zufriedenen Kunden weiterzubringen. „Je besser wir unsere Kunden kennen und verstehen und mit optimalen Leistungen und Lösungen bedienen, desto mehr werden unsere Kaffeemaschinen für sie auch zu Geldmaschinen“ – so umschreibt Christof Hurni, Geschäftsführer Franke Kaffeemaschinen AG, knapp und klar das einfache, aber erfolgreiche Franke Prinzip. Obwohl dieser Bereich der Franke Gruppe noch relativ jung ist, kommt Franke dem Ziel, weltweit führende Systemanbieterin in der professionellen Kaffe Zubereitung zu werden, kontinuierlich näher und hat sich bis 2011 bereits erfolgreich in eine Position unter den führenden Anbietern gebracht. Der Grundstein dazu wurde 1984 mit der Übernahme der traditionsreichen Berner Kaffeemaschinenherstellerin **Augsburger AG** gelegt, deren Aktivitäten und Fabrikation 1991 nach Aarburg verlegt wurden. Seither investiert Franke laufend in Forschung und Entwicklung neuer und verbesserter Technologien und Prozesse, die sich stets an den Bedürfnissen der Kunden und spezifischen Märkte orientieren. Mit dem erklärten Ziel, in jedem Markt und Kundensegment nach den optimalen Lösungen zu suchen und die Technik der Franke Kaffee Systeme weltweit anwendbar zu machen. Durch leistungsstarke, formschöne, vollautomatische Kaffeemaschinen, die höchste Qualität in der Tasse und vollendeten Kaffeegenuss

garantieren und dabei ein Höchstmass an Zuverlässigkeit, Komfort, Wirtschaftlichkeit, Langlebigkeit und Umweltfreundlichkeit bieten. „Wir hatten stets den Anspruch, für ausgewählte Kundensegmente Überdurchschnittliches zu erzeugen und nicht allen Durchschnittliches zu bieten.“ Nach diesem Leitsatz hat Marga Gyger die Geschicke und Entwicklung des Franke Kaffeemaschinen-Geschäfts über 16 Jahre von Grund auf mit viel Herzblut, grossem Engagement und Erfolg geprägt. 1994 übernahm sie die Führung der Franke Kaffeemaschinen und leitete ab 2004 die gesamte Sparte als Head of Franke Coffee Systems und Mitglied der erweiterten Franke Konzernleitung bis zu ihrer Pensionierung im Jahre 2010.

Unter ihrer Leitung wurde parallel zur technologischen auch die Entwicklung zur führenden globalen Systemanbieterin vorangebracht. Dazu wurden in Schlüsselmärkten des globalen Kaffeegeschäfts bedeutende Akquisitionen getätigt. In Deutschland wurde 2002 der Marktführer **bremer Kaffeemaschinen** und in den USA 2004 der Vertriebspartner **Espresso Specialists Inc.** übernommen. 2011 ist Franke Coffee Systems mit eigenen Gesellschaften in der Schweiz, Deutschland, Grossbritannien, USA und Japan sowie einem starken Netzwerk von Handelspartnern in über 60 Ländern präsent. So ist Franke in der Lage, ihren Kunden in allen wichtigen Kaffeemärkten der Welt massgeschneiderte Lösungen auf gleich hohem Niveau zu bieten. Vom Kleinbetrieb, wo sich der Einsatz einer Franke Kaffeemaschine schon bei 50 Tassen Kaffee pro Tag lohnt, bis zum Einsatz in der Systemgastronomie, wo ein einzelnes Gerät Höchstleistungen bis zu 300 Tassen Espresso pro Stunde möglich macht. Dank der Kenntnisse von Kunden und Märkten, innovativen Systemen und Produkten, umfassender Qualität, Service- und Supportleistungen rund um die Uhr. Ausserdem ermöglicht Franke ihren Kunden in eigens dafür geschaffenen **Coffeeramas**, ihr Fachwissen über die Franke Kaffee Systeme und den Kaffeegenuss zu erweitern.

So ist das „Hobby von Michael Pieper“, wie die Kaffeemaschinen-Aktivitäten anfänglich noch vereinzelt mit etwas Skepsis taxiert wurden, zu einem respektablen Geschäft gewachsen. Franke Coffee Systems erzielte 2010 mit rund 500 Mitarbeitenden CHF 140 Mio. Umsatz.

Bildlegende

1 Kaffeegenuss verbindet die Welt, 2 Ausgewählte Kaffeebohnen, 3 Intelligentes Kaffeemaschinen-System: Die neue Franke Spectra Foammaster, 4 Variationen und Kreationen mit Kaffee, 5 Kaffee-Erlebnis und Genuss pur

DES BRAUMEISTERS ECHTER FREUND

Franke Beverage Systems



Sie haben sich nicht weniger vorgenommen, als die Welt zu erfrischen und zu erfreuen: Die Bier- und Softdrink-Größen, die es meisterlich verstehen, sich seit mehr als hundert Jahren jung zu halten und ständig neue Generationen von Geniessern für ihre Marken und Produkte zu begeistern. Auch wenn sich Gewohnheiten von Konsumenten und Märkten verändern und Wettbewerb und Konzentration in der Industrie seit den 1990-er Jahren stetig zugenommen haben. Die **Coca-Cola Company** zum Beispiel hat ihr Erfolgsprinzip dafür vor vielen Jahren auf den knappen Triple-A-Nenner gebracht – **Availability, Affordability, Acceptability** – und es so zur Nummer eins im Softdrinkmarkt und 2010 auch auf die Top-Position der „Best Global Brands“ geschafft. Nebst einem immer jungen Produkt und Marktauftritt hat das Unternehmen mit absoluter Konsequenz daran gearbeitet, „availability at arm's length“ rund um den Globus umzusetzen und Coca-Cola-Produkte überall und jederzeit in bester Qualität verfügbar zu machen. So oder ähnlich haben auch Weltmeister in Sachen Hopfen und Malz und Franke Kunden wie **Anheuser-Busch InBev, SAB Miller, Carlsberg, Heineken** sowie lokale Größen ihre Erfolgspositionen aufgebaut.

Wann und wo auch immer man sich ein kühles, von feinem Schaum gekröntes Bier oder einen Softdrink-Kick ausschenken lässt, ist es gut möglich, dass die köstliche Erfrischung aus einem Edelstahlbehälter von Franke fließt. Der dafür sorgt, dass des Braumeisters ganzer Stolz den Weg von der Brauerei zur Bar in Bestform schafft und jedem seine Lieblingsmarke verfügbar macht. Rund 800'000 dieser so genannten Kegs produziert und liefert Franke jährlich an die bedeutendsten Getränkeproduzenten der Welt, was Franke zur weltweit führenden Anbieterin von Getränkesystemen und Lösungen rund um das Keg macht.

Das „erfrischende“ Geschäft wurde durch Walter Franke in den 1950-er Jahren angestossen und machte Franke schon damals in der Schweiz zur führenden Herstellerin von Getränketanks für Bier, Wein und Süssgetränke. In der 1990-er Jahren begann der weltweite Konsum von Getränken aller Art stark anzusteigen. Gleichzeitig zeichnete sich ein Trend zum Offenausschank von Getränken und damit ein langfristiger Bedarf an Getränketanks aus Edelstahl ab, was Franke als Marktchance erkannte und

nutzte. Mit entsprechenden Investitionen zur Bereitstellung der notwendigen Ressourcen und Kapazitäten. Nach den Vorgaben der Coca-Cola Company wurde eine Testserie neuer Getränkebehälter konzipiert. Mit dem Approval der Coca-Cola Company avancierte Franke 1994 weltweit zu ihrem zweiten Lieferanten und verfügte nun über eine wertvolle und international notwendige Marktzulassung für ihre Getränketanks – ein bedeutender Schritt zur Bearbeitung der globalen Märkte.

Im Jahre 1994 wurde der Konzernbereich „Getränketechnik“ formiert und gleichzeitig der forcierte Aus- und Aufbau des weltweiten Geschäfts mit Getränketanks für die Bier- und Softdrink-Industrie sowie Container für die Chemie- und Pharma-Branche eingeleitet. Und die dafür erforderlichen zusätzlichen Kapazitäten und Kompetenzen mit gezielten Akquisitionen geschaffen. Im gleichen Jahr erfolgte die Übernahme der finnisch-schwedischen **Hackman-Meka-Gruppe** mit ihrer Keg-Produktion im finnischen Suonenjoki. Erste grössere Erfolge mit dem neuen 20-Liter-Container für den Grosskunden Coca-Cola und dem **Hackman-Finn-Keg** belebten das Geschäft erfreulich. Vom **Krupp-Hoesch-Konzern** übernahm Franke 1995 die deutsche **Blefa GmbH**, um auch im internationalen Biermarkt für 30- und 50-Liter-Kegs tonangebend zu werden. Getreu der Gesamtstrategie der Franke Gruppe, sich als Global Leader in ausgewählten Nischenmärkten zu positionieren. Durch die Akquisition der italienischen **Safer S.p.A.** im Jahre 1996 konnte Franke die Position im europäischen Markt mit Edelstahlcontainern für alkoholfreie Getränke weiter ausbauen. Bereits seit 1997 behauptete sich Franke im Geschäft mit innovativen, leistungsstarken und umweltfreundlichen Getränkesystemen an der Weltspitze. Was 2008 zum Entscheid führte, Franke Beverage Systems zur fünften eigenständigen Konzernsparte zu machen. Seit dem Frühjahr 2011 unterstützt Franke ihre Kunden und Partner zudem mit dem Global Network Keg Service im optimalen Management und Unterhalt ihres Keg-Parks. „Es macht echt Spass, unseren Kunden dabei zu helfen, die Welt und ebenso ihr eigenes Geschäft zu erfrischen“, meint schmunzelnd Alexander Brand, Managing Director der Blefa GmbH. Franke Beverage Systems erzielte 2010 mit 150 Mitarbeitenden rund CHF 80 Mio. Umsatz.

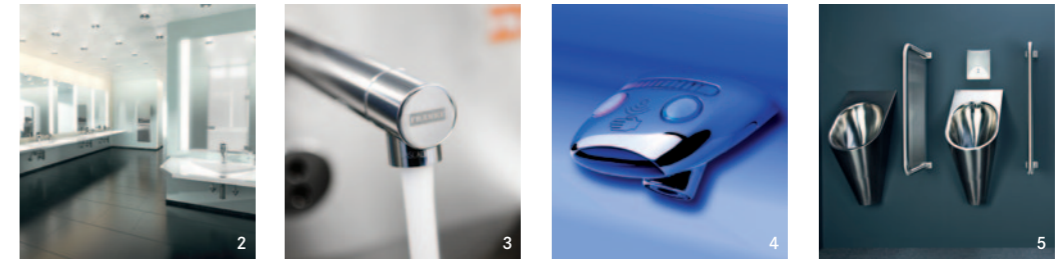
Bildlegende

1 Braumeister bei der Qualitätskontrolle, 2 Keg-Sortiment für jeden Einsatzzweck, 3 Keg-Abfüllanlage, 4 Hochwertiges Bier-Keg aus Edelstahl, 5 Braufrischer Genuss aus einem Franke Keg



BEI HALBZEIT KOMMT HYGIENE INS SPIEL

Franke Washroom Systems



Hygiene wird zu einem immer wichtigeren Thema in unserer Gesellschaft. Überall, wo sich täglich Massen von Menschen bewegen und begegnen und öffentliche Hygiene-Einrichtungen gemeinsam nutzen. Bei Arbeit, Ausbildung und in der Freizeit, wo eine zunehmend mobile, urbane und Hygiene-bewusste Gesellschaft immer höhere Ansprüche an Sauberkeit stellt. Aus einer globalen Hygienestudie aus dem Jahr 2010 geht hervor, dass drei Viertel aller Menschen häufiger und bei mehr Gelegenheiten an Hygiene denken und bewusster damit umgehen als vor der Schweinegrippe-Pandemie, die 2009 weltweit für Schlagzeilen und Ängste sorgte. Je nach Land fordern 40 bis 55 Prozent der Befragten bessere Hygieneverhältnisse in öffentlichen Toiletten und an anderen öffentlichen Orten.

Hier kommt Franke Washroom Systems als führende Herstellerin und Anbieterin von intelligenten Hygienelösungen ins Spiel. Nach dem Pausenpiff beim Fussballspiel im **Berliner Olympiastadion** wie im **Autodromo Nazionale di Monza**, wo heulend Boliden ihre Runden drehen. Im **Princess Margaret Hospital** in Hongkong, wo Hygiene rund um die Uhr zählt, wie im **Gletscherrestaurant „Top of Europe“** auf dem Jungfrauoch, wo zusätzlich Rundblick geboten wird. Wenn in Brüssel im **Parlamentsgebäude** EU-Politik gemacht wird oder über den Wolken Duschen der ersten Klasse auf dem Flug mit **Emirates** nach L.A. angesagt ist. Selbst Gäste hinter „schwedischen Gardinen“ vieler Nationen wissen Frankes komfortable, formschöne und robuste Hygiene-einrichtungen zu schätzen.

Mit der Fertigung von Sanitärartikeln wie Waschtrögen, Waschrinnen, WC-Rollenhaltern und Seifenspendern hatte Franke bereits Ende der 40-er Jahre des letzten Jahrhunderts begonnen. Mit **Bobrick**, einer amerikanischen Herstellerin von Spezialartikeln aus Edelstahl für Wasch- und Toilettenräume für den öffentlichen, halböffentlichen und gewerblichen Bereich, formierte Franke Mitte der 1970er-Jahre ein Joint Venture für Europa. Verkaufserfolge und Marktchancen bewogen 1985 zur Entwicklung und Lancierung eines eigenen Programms, das Hände- und Haartrockner, Papierhandtuchspender, Abfallbehälter, Spiegel, Seifenspender, Aschenbecher und WC-Rollenhalter umfasste. In den 1990-er Jahren wurden die Aktivitäten im Bereich Waschräume- und Sanitärreinrichtungen Franke im österreichischen Hard übertragen, um das Geschäft international auszubauen. Bald darauf brachte Franke die Ausstattungslinie Stratos mit grossem Erfolg auf den

Markt. Diese vermochte nicht nur dem Anspruch an Hygiene und Zweckmässigkeit zu entsprechen, sondern auch ein Wohlfühl-erlebnis zu vermitteln. Was besonders in der boomenden Wellness-Industrie grossen Anklang fand. Auf der ständigen Suche nach neuen Lösungen, die durch Ästhetik, Funktionalität, Dauerhaftigkeit und Umweltfreundlichkeit überzeugen, setzt Franke nebst Edelstahl seit 2009 auch auf den Verbundwerkstoff Miranit. Einer Verbindung von rund 80 Prozent natürlichen Mineralien und 20 Prozent hochwertigen, ungesättigten Polyesterharzes, welche besonders durch Gestaltbarkeit, Eleganz und Bruchfestigkeit besticht und völlig neue Ansätze im eigenständigen Design und vielfältigen Einsatz ermöglicht.

Mit der Neuausrichtung des Konzerns wurde 2002 innerhalb der Sparte Franke Kitchen Systems die Business Unit Washroom and Sanitary Systems (WSS) geschaffen. Diese begann Schritt für Schritt mit dem Ausbau des Geschäfts. Dazu wurden Unternehmen mit starken Marktpositionen und ergänzenden Kompetenzen übernommen: im November 2002 die **W&G Sissons Ltd.**, führende Herstellerin von Waschräume- und Sanitärkomponenten aus Edelstahl in Grossbritannien. Im Jahr 2005 die deutsche Grohe-Tochter **Aquarotter GmbH**, das in Deutschland führende Unternehmen für Spezialarmaturentechnik, Wassermanagementsysteme und Sanitärraumausstattungen, einzigartig mit seinen Armaturen für mobile Nassräume in der Luftfahrtindustrie, bei der Bahn und in der Schifffahrt. Positive Entwicklung und Perspektiven führten 2006 zum Entscheid, aus der Business Unit WSS das eigenständige Kerngeschäft Franke Washroom Systems zu formen. Manfred Schaden, der seine Karriere bei Franke 1976 als Assistent des Verkaufsleiters von Franke im österreichischen Hard begonnen hatte, leitete seit 2002 diesen Unternehmensbereich bis zu seiner Pensionierung Ende 2010 und trug viel zu dessen Erfolg bei. „Menschen in ihrem privaten, beruflichen und gesellschaftlichen Umfeld zu betrachten, hat mir stets geholfen, frühzeitig Bedürfnisse und Trends aufzuspüren, die auf unser Geschäft wesentlichen Einfluss haben“, erklärt Manfred Schaden sein Erfolgsrezept. So hat sich Franke Washroom Systems in eine ausgezeichnete Position gebracht, um auch in Zukunft mitzuhelfen, die wachsenden Anforderungen an Hygiene, Wohlbefinden und Nachhaltigkeit in öffentlichen Orten und Räumen zu erfüllen. Franke Washroom Systems erzielte 2010 mit 800 Mitarbeitenden rund CHF 145 Mio. Umsatz.

Bildlegende

1 Olympiastadion Berlin (Deutschland), 2 Erfrischungsraum mit Waschtischen aus dem neuem Verbundstoff Miranit, 3 Wasser sparen dank cleverer Technik: Armatur mit elektronischer Selbstschlussfunktion, 4 Ultraleichte Armaturentechnik für Nasszellen in der Luftfahrtindustrie, 5 Toiletten-System aus hochwertigem Edelstahl

GEMEINSAM

mit Kunden wachsen

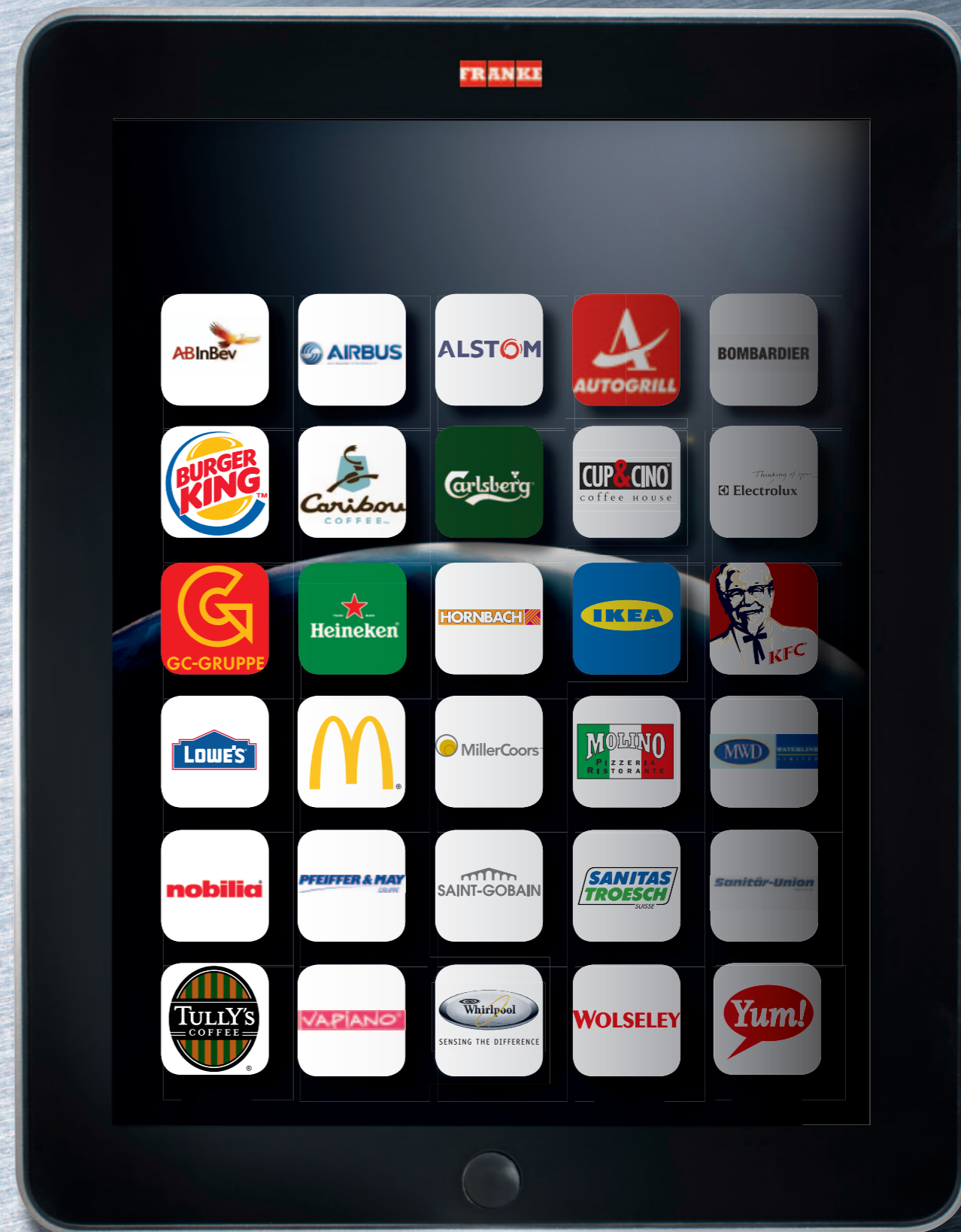


Die Geschichte und Entwicklung von Franke ist eng mit Kunden durch gegenseitige Inspiration und gemeinsames Unternehmertum verbunden. Dabei unterstützt Franke Kunden rund um die Welt bei der Verwirklichung ihrer Visionen und Ambitionen. Daraus sind über die Zeit vertrauensvolle und erfolgreiche Partnerschaften gewachsen. Das dokumentiert eindrücklich die Tatsache, dass die 20 grössten Kunden im Durchschnitt über 30 Jahre mit Franke zusammen wirken und rund 40 Prozent zum gesamten Franke Konzernumsatz beitragen. Dabei realisiert Franke nicht einfach fixfertige Pläne und Programme, sondern ist oft bereits Partner in der Phase von Strategie und Konzeption. Wie schon in den 1940-er Jahren, als Walter Franke dem Gastropionier Ueli Prager mit kommerziellen Grossküchen half, seine damals revolutionären Ideen für **Mövenpick**-Restaurants umzusetzen. Schon lange zählen führende Systemgastronomie-Ketten wie **McDonald's**, **Burger King** und **Yum!** weltweit auf Franke beim Aufbau und Betrieb ihres Geschäfts. Allein Branchenleader McDonald's wird von Franke seit bald vierzig Jahren dabei unterstützt, die Welt mit seinen Quick-Service-Restaurants zu erobern. Mehr als die Hälfte der über 32'000 McDonald's Restaurants in nahezu 120 Ländern sind mit Franke Systemküchen ausgestattet. Dabei zählen Milliardenmärkte wie China und Indien zu den besonderen gemeinsamen Wachstumsregionen. Dank **McCafé** können sich Gäste seit kurzem auch im McDonald's-Heimmarkt USA mit verschiedensten Kaffee-Kreationen verwöhnen lassen. Bereits heute stehen dort bereits über 7000 Franke Kaffeemaschinen im Einsatz. Auch Handelsketten wie **Coop**, **IKEA** und **Migros** belebt Franke so zusätzlich das Geschäft.

Nebst etablierten Unternehmensgrössen zählen auch innovative Start-ups auf Franke's Beitrag zum Erfolg. Wie die 2002 in Hamburg gegründete Restaurantkette **Vapiano**, die in der Branche als Newcomerin schlechthin gilt. In nur acht Jahren hat es Vapiano geschafft, mit über 80 Lokalen weltweit präsent zu sein und Freunde typischer Italianità in einzigartigem Ambiente zu frisch zubereiteten Pizza- und Pastakreationen willkommen zu heissen. Im Februar 2011 wurde das jüngste Baby der Casual Dining Szene in der multikulturellen Main-Metropole Frankfurt aus der

Taufe gehoben: das erste pan-asiatische **Ginyuu**-Restaurant. In enger Zusammenarbeit mit Franke entwickelt, widmet sich das Lokal einer Fusion der Nationalküchen der Pazifikküste mit ihrer raffinierten Kombination frischer Produkte und anderen kulturellen und kulinarischen Einflüssen. Unter Anwendung asiatischer Kochtechniken und einem innovativen Front-Cooking-Konzept, welches den Gast mit allen Sinnen an der Kreation seines Menüs teilhaben lässt. Als Nächstes können sich Casual-Dining-Aficionados im deutschsprachigen Raum auf weitere Ginyuu-Lokale freuen.

In der Kooperation mit ihren Kunden kennt Franke viele Formen, die zum gemeinsamen Erfolg führen. Mit dem Ziel, auch in China die Nummer eins als „Full Kitchen Systems Provider“ zu werden, hat Franke eine Markt- und Marken-Offensive im Reich der Mitte gestartet. Mit Concept und Flagship Stores in über 60 urbanen Zentren, die gemeinsam mit lokalen Partnern betrieben werden. Schon heute erleben Franke Kunden in mehr als 120 Stores ein Küchenerlebnis der Sonderklasse. Um im nordamerikanischen Markt erfolgreich zu sein, ging Franke auch eine strategische Partnerschaft mit **Lowe's** ein, der zweitgrössten Baumarktkette des amerikanischen Kontinents, mit rund 1650 Stores und nahezu USD 50 Mia. Jahresumsatz. In verschiedenen Ländern wie Italien und England hat Franke Handelspartnern geholfen, ihr Geschäft von der ersten Stunde an aufzubauen. Gemeinsam mit den Powerbrands der Getränkeindustrie sorgt Franke für Erfrischung rund um die Welt. Mit Getränke-, Service- und Logistik-Systemen – für jeden Kunden nach Mass. Und wenn es letztlich um umfassende Hygiene in öffentlichen, halböffentlichen und gewerblichen Anlagen geht, dann findet Franke mit ihren Kunden ebenfalls stets eine smarte und saubere Lösung. Sei es für ein einziges Hotel oder Fussballstadion oder gleich eine ganze Hotelkette und Vielzahl von Stadien. Wie bei der letzten Fussballweltmeisterschaft in Südafrika, wo Franke dafür sorgte, dass die sanitären Anlagen auch dem grössten Ansturm von Fans gewachsen waren. Und wer sich auch über den Wolken stets gepflegt erfrischen will, für den ist der Franke First Class Shower Spa der **Airbus-A380**-Flotte der Fluggesellschaft Emirates erste Wahl.

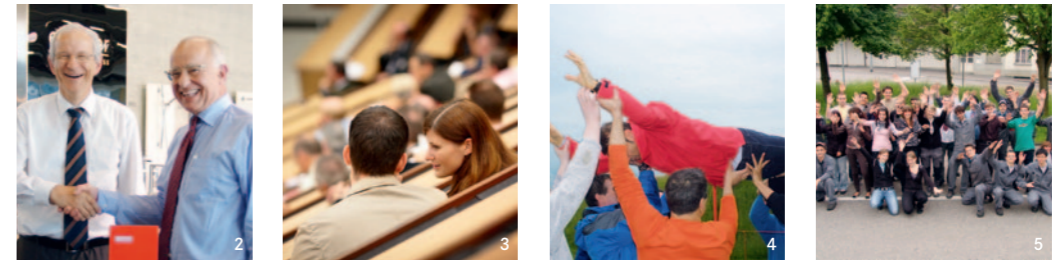


Bildlegende

1 Mit Kunden verbunden, 2 Ausgezeichnete Partnerschaft: Duncan Marr, Managing Director Franke UK Ltd. (links), übergibt Distributor of the year Award an Kevin Gould, General Manager von Galley-Matrix Ltd., 3 Franke Kitchen Systems Flagship Store (China), 4 Erfrischungsraum Airbus A380, 5 McCafé, 6 Jedem Kunden sein Franke Keg

INSPIRATION UND INNOVATION

für die nächste Generation



„Um als Unternehmen über Generationen erfolgreich bestehen und seinen eigenen Weg gehen zu können, muss man auch in Generationen denken und handeln. Ganz besonders, um sicherzustellen, dass sich stets zur richtigen Zeit die richtigen Leute am richtigen Platz mit dem Richtigen und Wichtigen für unsere Kunden und unser Unternehmen beschäftigen“, erklärt Michael Pieper, für den Entwicklung und Förderung von Talenten und Unternehmertum absolute Chefsache ist, und fügt gleich an: „Es gibt viele Wege, um seinen Weg bei Franke zu machen. Nicht wenige, die als ambitionierte Talente und Führungskräfte bei uns eingestiegen sind, haben sich während ihrer ganzen Berufskarriere in der Franke Welt verwirklichen können.“

Franke ist nicht nur globaler Player ihrer Industrie, sondern unternimmt auch viel, um als attraktive Arbeitgeberin im „War for Talents“ die Nase vorn zu haben. Dabei verfolgt das Unternehmen im „Search of Excellence“ einen einfachen, aber effektiven Ansatz: „Um in der ‚Champions League‘ unserer Industrie ganz vorne mitspielen zu können, bauen wir auf die gezielte Rekrutierung und Förderung von eigenen Talenten sowie der Kooperation mit State-of-the-Art-Partnern von Lehre, Forschung und Industrie“, so Susanne Vogt, Head of Human Resources der Franke Artemis Group. Dabei spielt in der Schweiz und in Deutschland traditionsgemäß die vorbildliche Ausbildung von kaufmännischen, handwerklichen und technischen Nachwuchskräften eine zentrale Rolle. So haben denn Franke Lernende bei den jährlich stattfindenden Berufsweltmeisterschaften auch schon Glänzendes geholt. Und manche die einmalige Gelegenheit genutzt, nach Abschluss der Berufslehre Wissen und Können überall in der Franke Welt praktisch anzuwenden und gleichzeitig andere Kollegen und Kulturen kennen zu lernen. So auch Alexander Pieper, Sohn des Franke CEO und Inhabers. Nach Abschluss seiner Lehre im Metallbau wollte er eigentlich nur sein Englisch in den USA auf Vordermann bringen. Um sich das Geld dafür zu verdienen, bot ihm sein Vater die Möglichkeit, bei Franke Foodservice Systems anzuheuern und sich praktisch verdient zu machen. Aus dem „Sprachaufenthalt“ des Berufseinsteigers sind dann sieben intensive und erfahrungsreiche Franke Jahre in den USA, Philippinen, Deutschland und der Schweiz geworden. Dazu Alex Pieper: „Mich beeindruckt vor allem das riesige innovative und multikulturelle Potenzial des Unternehmens. Eine Riesenchance auch für die Zukunft.“

Zur Förderung der Führungskräfte hat Franke das Corporate Education Program (CEP) aufgebaut. Mit dem Ziel, das Potenzial von

Franke Führungskräften auf verschiedenen Stufen zu evaluieren und sie in ihrer weiteren Entwicklung zu unterstützen. Mit dem CEP 1 werden sogenannte „High Potentials“ aus einem globalen Talent-Pool selektioniert und in ihren Fähigkeiten als Leiter von Abteilungen und Teams geschult. Zweimal pro Jahr erhalten je vierzehn Auserwählte aus allen Bereichen der Franke Artemis Group in einem einwöchigen Training in der Schweiz Gelegenheit, ihre Professionalität und ihre Persönlichkeit in Aufgaben zu Führung, Kommunikation und Teambildung unter Beweis zu stellen. Im CEP 2, der nächsten Förderungsstufe von Franke Führungskräften, üben sich vor allem Managing Directors und Business Unit Leaders unter Anleitung von externen Experten und erfahrenen Franke Managern in der Entwicklung von praxisnahen Business-Strategien und -Plänen. „Nebst der äusserst intensiven und lehrreichen Ausbildung war für mich vor allem der Austausch mit Kolleginnen und Kollegen aus der ganzen Welt inspirierend und wertvoll und wird es auch weiterhin bleiben“, so Welcome Wong, Sales Director in China, zu ihrer CEP-2-Erfahrung, welche wohl alle Teilnehmer teilen. Mit CEP 3 ermöglicht Franke seinen Spitzenkräften gezielt individuelle Aus- und Weiterbildung an Universitäten wie IMD, HSG, Columbia und Wharton. Mit weiteren Ausbildungsprogrammen, Plattformen und Tools werden spezifische Expertisen gefördert wie Lean- und Project-Management, E-Learning und anderes mehr. Besonders wertvoll ist und bleibt für jeden Frankeaner der praktische Austausch von Wissen und Können in enger Zusammenarbeit mit Kolleginnen und Kollegen überall auf der Welt.

Auch Kooperationen mit externen Partnern werden besonders gepflegt. So arbeitet Franke mit anderen Spitzenunternehmen verschiedener Industrien in der Förderung von hoch qualifizierten Senior Managern und Top Executives zusammen. Im Jubiläumsjahr stärkt Franke zudem ihre Beziehung zur Eidgenössischen Technischen Hochschule (ETH) in Zürich. Mit einer Donation von CHF 4 Mio. zugunsten der ETH Foundation werden die Besten unter den Besten an der Hochschule im Rahmen des „Excellence Scholarship and Opportunity Programme“ gefördert, und über den Strategischen Fonds werden gleichzeitig bedeutsame ETH-Projekte unterstützt. „Damit wollen wir einen wirkungsvollen Beitrag zum Wissens- und Werkplatz Schweiz leisten und eine wertvolle Brücke zur ETH Zürich bauen, mit der wir eine intensive und dauerhafte Partnerschaft anstreben.“ So begründet Michael Pieper das Franke Engagement und so entsteht bei Franke Inspiration und Innovation für die nächste Generation.

Bildlegende

1 Inspiration, die Franke Formel für Innovation, 2 ETH-Präsident Ralph Eichler und Michael Pieper besiegeln symbolisch Zusammenarbeit und Franke Donation zugunsten der ETH Foundation, 3 Inspiration von der nächsten ETH-Generation, 4 Franke CEP-2-Teilnehmende aus der ganzen Welt beim Outdoor-Training in der Schweiz, 5 Franke Lernende aus der Schweiz

GALERIE F

Engagement in Kunst, Kultur und Architektur



Förderung von Kunst und Kultur haben bei Franke lange Tradition und hohen Stellenwert. 1967 wurde dazu die Franke Stiftung zur Förderung von kulturellen Aufgaben ins Leben gerufen. Ebenso das Engagement für vorbildliche Architektur. So ist man seit der Zeit Walter Frankes als Bauherr und Investor in die Planung und Realisierung von Architektur und Bauten involviert. Sowohl bei der Errichtung eigener Bürogebäude und Fabriken auf der ganzen Welt wie auch als Generalunternehmer im Bau von eigenen Wohnimmobilien. Michael Pieper: „Vieles von dem, was wir als Unternehmen machen, hat ja auch mit Architektur zu tun. Deshalb engagieren wir uns für eine Architektur, die zur Franke Philosophie passt und in Bezug auf klare Formsprache, Funktionalität, wertige und ökologische Materialisierung sowie Ausstattung wegweisend ist. Menschen sollen sich in diesen Räumen rundum wohl fühlen, zuhause wie beim Arbeiten.“

„Architektur und Kunst schaffen Raum für Inspiration und Innovation, auch bei der Arbeit.“ So einer der wesentlichen Gründe, weshalb Michael Pieper künstlerisches Schaffen in das Unternehmen und so Mitarbeitenden und Besuchern näher bringt. Um Künstler und Sinn für Kunst auch im Arbeitsalltag zu fördern. Auf die Frage, ob es auch in der Förderung von Kunst eine Franke Strategie gebe, wie er Künstler kennen lerne und sich für eines oder mehrere ihrer Werke entscheide, antwortet Michael Pieper geradeheraus: „Hier gibt es für einmal keine Strategie, sondern meistens spontane Entdeckungen und Entscheidungen aus dem Bauch heraus.“

So hat auch die Künstlerin und Kunstprofessorin Gabriela von Habsburg - Tochter Ottos von Habsburg, des ältesten Sohnes des letzten Kaisers von Österreich - in Michael Pieper einen grossen Bewunderer und Auftraggeber für ihre Werke gewonnen. Heute prägen Gabriela von Habsburgs Arbeiten aus dem Werkstoff Edelstahl einen wesentlichen Teil der Franke Kunstsammlung am Konzernsitz. Angefangen bei der 2001 eingeweihten Skulptur **Five Continents**, in welcher es der Künstlerin in überzeugender Weise gelungen ist, in ihrer Formsprache die weltumspannende Philosophie und Tätigkeit von Franke auszudrücken. Die Realisierung dieses Werks mit einem Gesamtgewicht von 4000 Kilogramm

und einer Fläche von 130m² war nicht nur in Handarbeit, sondern im Teamwork unter der Regie der Künstlerin und mit dem industriellen Support von Franke möglich. Angetan von der Arbeit der Künstlerin, liess Michael Pieper 2002 durch sie für den Firmensitz in Hard (Österreich) die Plastik **Austrian Excellence** und 2007 das Objekt **Coffee Bean** für das neue Gebäude von Franke Coffee Systems in Aarburg anfertigen.

In der Vielfalt zeitgenössischer Kunst zeigt sich in der Franke Sammlung doch eine Ausprägung von Materialität und Motivwahl, die in Verbindung mit dem Franke Schaffen steht. Nebst den Objekten aus Edelstahl und anderen zeitgenössischen Kunstwerken begeistert sich Michael Pieper in jüngster Zeit auch für die Pop-Art-Gemälde der Genfer Künstlerin Catherine Kirchoff. Nach ihrem Konzept **From victuals to visuals** verwandelt sie alltägliche Nahrungsmittel wie Bananen, Orangen, Big Macs, Teigwaren, Sandwiches und Kaffeebohnen in genussvolle, farbenfrohe und plakative Bilder und Objekte, von denen einige jetzt auch den Franke Hauptsitz in Aarburg und den USA zieren.

Jeden Sommer verzaubert das **Lucerne Festival** Liebhaber der klassischen Klänge im **Kultur- und Kongresszentrum Luzern (KKL)**, das vom französischen Architekten Jean Nouvel gebaut und vom Akustiker Russel Johnson, einem der renommiertesten seines Faches, klanglich gestaltet wurde. Seit der Eröffnung des grossen Konzertsaals 1998 und seiner offiziellen Einweihung im Jahre 2000 hat sich das KKL als Spielstätte hochkarätiger Besetzungen einen Spitzenruf auf dem internationalen Kulturparkett erworben. Jahr für Jahr spielen am Ufer des Vierwaldstättersees die weltbesten Musiker, Solisten und Orchester auf und ziehen damit jeweils bis zu 100'000 Musikliebhaber an. „Wir nutzen diesen Anlass Jahr für Jahr, um unseren bedeutendsten Kunden aus aller Welt auf besondere Weise Danke zu sagen. Indem wir sie als unsere Gäste in diesem wundervollen Ambiente von Kultur und Natur verwöhnen“, beschreibt Michael Pieper den besonderen Bezug zu diesem Anlass. Franke hat sich bereits beim Bau des KKL als Platin-Sponsor engagiert und gehört zu den Hauptsponsoren des Lucerne Festivals wie auch des **Luzerner Sinfonieorchesters**.

Bildlegende

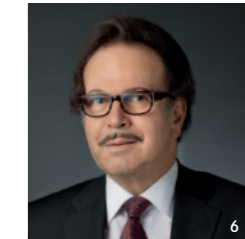
Skulpturen der Künstlerin Gabriela von Habsburg: 1 „Five Continents“, am Hauptsitz in Aarburg (Schweiz), und 4 „Austrian Excellence“, Franke in Hard (Österreich), 2 Neuer Franke Sitz in Peschiera del Garda (Italien), 3 Michael Pieper mit einer Plastik des Künstlers Erwin Rehm, 5 Acrylgemälde „Big Mac“ der Künstlerin Catherine Kirchoff, 6 Luzerner Sinfonieorchester (Schweiz)





DIE WEGGEFÄHRTEN

und Vertrauten



Die Wegbegleiter und Vertrauten seines Vaters spielten für Michael Pieper eine besonders wichtige Rolle. Sie standen ihm mit Rat und Tat zur Seite. So der vormalige CEO John F. Strasser bei seiner Einführung und auch später. **Wolfgang Cach** über 18 Jahre als Herr der Zahlen und treues Alter Ego. „Wolfgang Cach hat sein Leben in den Dienst von Franke gestellt und dabei unglaublich viel geleistet. Er war mir ein guter Ratgeber, auch wenn wir nicht immer gleicher Meinung waren.“ Bei allen Weichenstellungen misst Michael Pieper der Konzernleitung, dem Verwaltungsrat und dessen Präsidenten entscheidende Bedeutung zu: „Ich habe immer Sparring-Partner gesucht und zum Glück auch gefunden, die mir wesentliche Impulse geben und meine Absichten und Entscheidungen immer wieder hinterfragen und bereichern.“

Hans Hemmeler, der Brückenbauer

Schon für Walter Franke war der 1915 geborene Hans Hemmeler ein enger Freund und Vertrauter und sollte es ebenso für Willi wie Michael Pieper bleiben. Als Jurist, Vorsteher der Aargauischen Industrie- und Handelskammer, Brigadier und einflussreicher FDP-Grossrat, war er ab 1957 bis 1999 in verschiedenen VR-Gremien von Franke aktiv. Zuletzt als VR-Vizepräsident der Franke Holding AG und VR-Präsident der Franke AG. Über drei Jahrzehnte und Franke Unternehmergenerationen hinweg wirkte er als begnadeter Brückenbauer auf geschäftlicher und persönlicher Ebene. Mit viel Geschick begleitete er die Übergänge von Walter Franke zu Willi Pieper und später zu Michael Pieper und löste in der Führung und Entwicklung des Unternehmens manchen Knoten in verzwickten Situationen.

Alfred J. Wiederkehr, der Freund

Alfred J. Wiederkehr, 1936 geboren und Rechtsanwalt von Beruf, wurde 1975 in den Verwaltungsrat der Franke Holding AG gewählt. Als gewiefter Rechtsberater mit viel unternehmerischem Flair sorgt er seit den Tagen Willi Piepers für Rechtssicherheit und Gestaltungsfreiheit der Franke Unternehmer. Ausserdem war er mit Willi Pieper freundschaftlich verbunden, wie er es auch heute mit Michael Pieper ist.

Ulrich Naef, der Mentor

Der 1923 geborene Ulrich Naef wurde 1971 in den Verwaltungsrat und 1990 zum VR-Präsidenten der Franke Holding AG gewählt. Mit ihm verband Michael Pieper eine besondere Beziehung: „Er war nicht nur ein global erfahrener und erfolgreicher Industrieführer, sondern auch ein engagierter und weiser Mentor und Franke Freund.“ Als ETH-Ingenieur für Maschinenbau, Entwickler von

Kampfflugzeugen, Oberst und Chefpilot der Fliegertruppe brachte Ulrich Naef auch profundes technisches Wissen mit ein. Während 30 Jahren leitete er weltweit den Unternehmensbereich Verpackungsmaschinen der Schweizerischen Industriegesellschaft SIG. Er verstand es hervorragend, die rasante Entwicklung von Franke nicht nur kritisch zu hinterfragen, sondern auch äusserst engagiert zu begleiten und mitzuprägen. 1999 legte Ulrich Naef sein Mandat altershalber nieder, blieb Franke jedoch bis heute sehr verbunden.

Fritz Maurhofer, der Impulsgeber

Der 1937 geborene Fritz Maurhofer wurde 1998 in den Verwaltungsrat der Franke Holding AG gewählt und übernahm 1999 dessen Präsidium. Er brachte grosse unternehmerische und technische Erfahrung mit ein, die er sich als ETH-Bauingenieur und in Führungspositionen von bedeutenden globalen Unternehmen der Industrie und Bauchemie erarbeitet hatte. Von ihm gingen viele wichtige Impulse für Franke in der Weiterentwicklung von Führung, Strategie und Struktur des Konzerns aus. Michael Pieper: „Fritz Maurhofer hat uns gut getan, auch weil er sehr präsent und oft unbequem war und uns ständig in unserer Performance forderte. Seiner enormen Vitalität und seinen Visionen verdanken wir viel.“ Im Januar 2005 verstarb Fritz Maurhofer überraschend und viel zu früh.

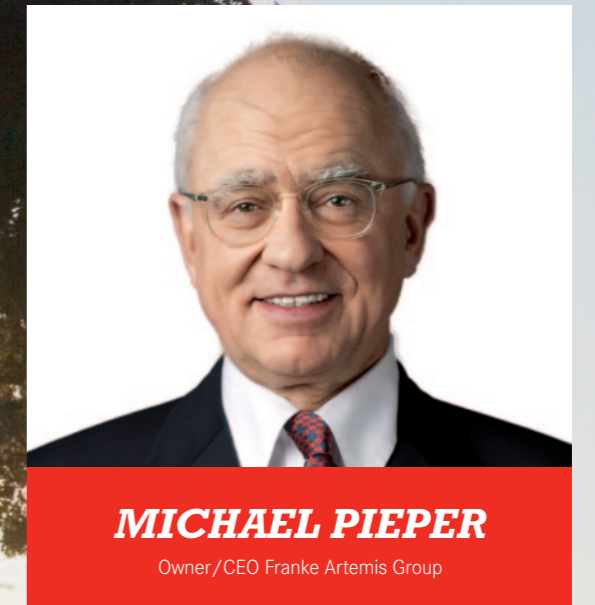
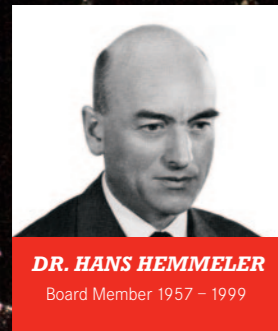
Thomas A. Erb, der Sparring-Partner

Im Juni 2005 wurde der 1945 geborene Thomas Erb als Nachfolger von Fritz Maurhofer, mit dem er befreundet war, zum VR-Präsidenten der Franke Holding AG gewählt. Zuvor hatte Thomas Erb die auf Bauchemikalien spezialisierte und weltweit tätige MBT Construction Chemicals geleitet und massgeblich mit aufgebaut. Nach Studien und Weiterbildungen in Betriebswirtschaft und Rechtswissenschaften erwarb er sich in über 30 Jahren umfassende Berufs- und Führungserfahrung in internationalen Konzernen, davon war er während 18 Jahren im Ausland aktiv. „Thomas Erb ist für Franke ein Glücksfall“, so Michael Pieper, „weil er in idealer Weise die Qualitäten seiner Vorgänger vereint und mit seiner reichen internationalen unternehmerischen Erfahrung ergänzt. Mit scharfem Intellekt, grossem Sachverstand, klarem Wort, absoluter Verbindlichkeit und hohem Engagement fordert und fördert er die umfassende Weiterentwicklung des Franke Konzerns auf allen Ebenen. Er ist für mich der ideale Sparring-Partner, um mich im nächsten Franke Jahrhundert weiter zu unterstützen.“

Bildlegende

1 Gefährten auf dem Weg zur Spitze, 2 Wolfgang Cach, 3 Alfred J. Wiederkehr, 4 Ulrich Naef, 5 Fritz Maurhofer, 6 Thomas A. Erb

WEGGEFÄHRTEN



FRANKE ARTEMIS GROUP



FRANKE KITCHEN SYSTEMS GROUP



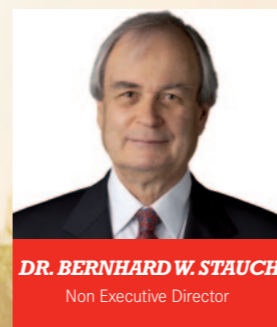
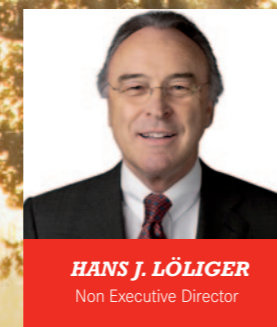
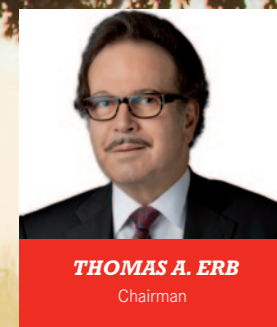
FRANKE COMMERCIAL SYSTEMS GROUP



DER EROBERER

Mit seiner Devise „Konzentrieren und dominieren“ hat Michael Pieper im letzten Fünftel des ersten Franke Jahrhunderts die Weltmärkte seiner Wahl erobert. Mit klarem Fokus, grosser Disziplin und Energie. Nach dem Prinzip „The early bird catches the worm“ hat er Weitsicht und Mut bewiesen und meistens die richtigen Chancen gepackt und sonst schnell dazugelernt. Stets auf Unabhängigkeit in jeder Hinsicht bedacht, um seine unternehmerische Entscheidungs- und Gestaltungsfreiheit zu wahren. Unterstützt durch Vertraute im Verwaltungsrat, Management, Familien- und Freundeskreis. Allen voran Emmylou Pieper, die selber aus einer Unternehmerfamilie stammt und ihrem Ehemann mit ruhiger und beständiger Kraft zur Seite steht. Wie auch durch gute Leute, die Michael Pieper um sich zu einen und mit seiner spontanen und zupackenden Art zu begeistern und zu bewegen weiss. Dabei fordert er viel, vor allem von sich selbst, ohne dabei seinen ausgeprägten Humor zu verlieren. Nebst Franke, seinem „Hobby fürs Leben“, wie er es nennt, bleibt Michael Pieper wenig Zeit für Privates. Wollte man den Prototyp eines Vollblutunternehmers bauen, der die Werte seines Unternehmens „bright, energetic, dedicated“ vorlebt – Michael Pieper wäre das ideale Modell dazu. So hat Michael Pieper aus dem gesunden und gut geführten Familienunternehmen Franke, das ihm sein Vater anvertraute, etwas geschaffen, das wohl auch diesem zumindest ein würdigendes „nicht schlecht“ entlocken würde.

BOARD OF DIRECTORS





UNTERNEHMEN ZUKUNFT

Perspektiven und Initiativen

Den besonderen Spirit und Erfolg verdankt Franke vor allem dem Anspruch und der Fähigkeit, ihren eigenen Weg in der Entwicklung des Unternehmens, ihrer Märkte und Kunden zu gehen. Ebenso in der Förderung ihrer eigenen Mitarbeitenden, Marke und Unternehmenskultur. Mit einer klaren Vision und Ausrichtung auf die Zukunft, getragen von gemeinsamen Werten. Als Michael Pieper 1989 die Führung von Franke übernahm, zählte das Unternehmen 2200 Mitarbeitende. Inzwischen ist die Zahl der Mitgestalter der Franke Zukunft auf über 10'500 gewachsen und hat sich damit nahezu verdoppelt. Im Wissen, dass Grösse allein noch kein Garant für zukünftigen Erfolg ist. Oder wie es Michael Pieper auf den Punkt bringt: „Nur wenn wir mit unserer Grösse auch Grossartiges für unsere Kunden bewirken, sind wir auf dem richtigen Weg.“ Deshalb wurde Anfang 2000 ein systematischer und kontinuierlicher Prozess eingeleitet, der weltweit alle Frankeaner aktiviert und in die weitere Entwicklung mit einbezieht. Um die Franke Vision und Mission zu realisieren und so das Unternehmen im neuen Jahrhundert weiter zu nachhaltigem Erfolg zu führen: **Als weltweit führende Anbieterin von intelligenten Systemen für die Haushaltsküche, für die professionelle Systemgastronomie, Kaffeezubereitung, Getränkelieferung und für Hygienelösungen unterstützen wir den unternehmerischen Erfolg unserer Kunden und schaffen ein gewinnendes Erlebnis.**

FRANKE WERTE

Mit ihrer Vision und Mission definiert Franke klar, „was“ man gemeinsam erreichen will. Um diese Neuausrichtung allen Beteiligten näher zu bringen und zu vereinbaren, „wie“ man diese Vision verwirklichen und welchen Beitrag jeder Einzelne dazu leisten kann und soll, wurden **bright, energetic, dedicated** als gemeinsame Franke Werte und ergänzende Handlungsprinzipien zu deren Umsetzung erarbeitet. Und dann in einem weltweiten Value-Transfer-Prozess mit allen Mitarbeitenden der Franke Gruppe eingehend bearbeitet und zur Stärkung der gemeinsam gelebten Franke Unternehmenskultur verankert.

BRIGHT

- Vorausdenken und Chancen packen
- Sich auf das Wesentliche konzentrieren
- Mit Mut und Ideen die beste Lösung finden

ENERGETIC

- Schnell und präzise handeln
- Mit Ausdauer das Ziel erreichen
- Sich und andere weiterbringen

DEDICATED

- Verantwortung übernehmen und Vertrauen schaffen
- Mit Lust und Leidenschaft zum gemeinsamen Erfolg beitragen
- Going the extra mile



Bildlegende

1 Franke Value Passport

FIT FÜR DAS NÄCHSTE FRANKE JAHRHUNDERT

In einem weiteren Schritt ging es darum, die gesamte Franke Organisation umfassend fit für das nächste Jahrhundert zu machen und so in den globalen Märkten von Kunden und Talenten weiter an Wert und Wertschätzung zu gewinnen.

Dazu wurde Anfang 2009 ein Prozess eingeleitet, der alle Bereiche und Ebenen des Unternehmens aktiviert. Mit gezielten Initiativen in drei vernetzten Wirkungskreisen: **Winning Culture** (Förderung von Führung, Talenten, Mitunternehmer- und Kundenkultur, auf Basis der gemeinsamen Franke Werte), **Winning Operations** (kontinuierliche und kundenorientierte Verbesserung von Systemen, Prozessen und Lösungen bei gleichzeitiger Steigerung von Qualität, Produktivität und Innovationskraft) und **Winning Brand** (Franke soll in ihrer Industrie weltweit zur höchstgeschätzten Marke von Kunden und Talenten und anerkannter Standard in Sachen Nachhaltigkeit werden).

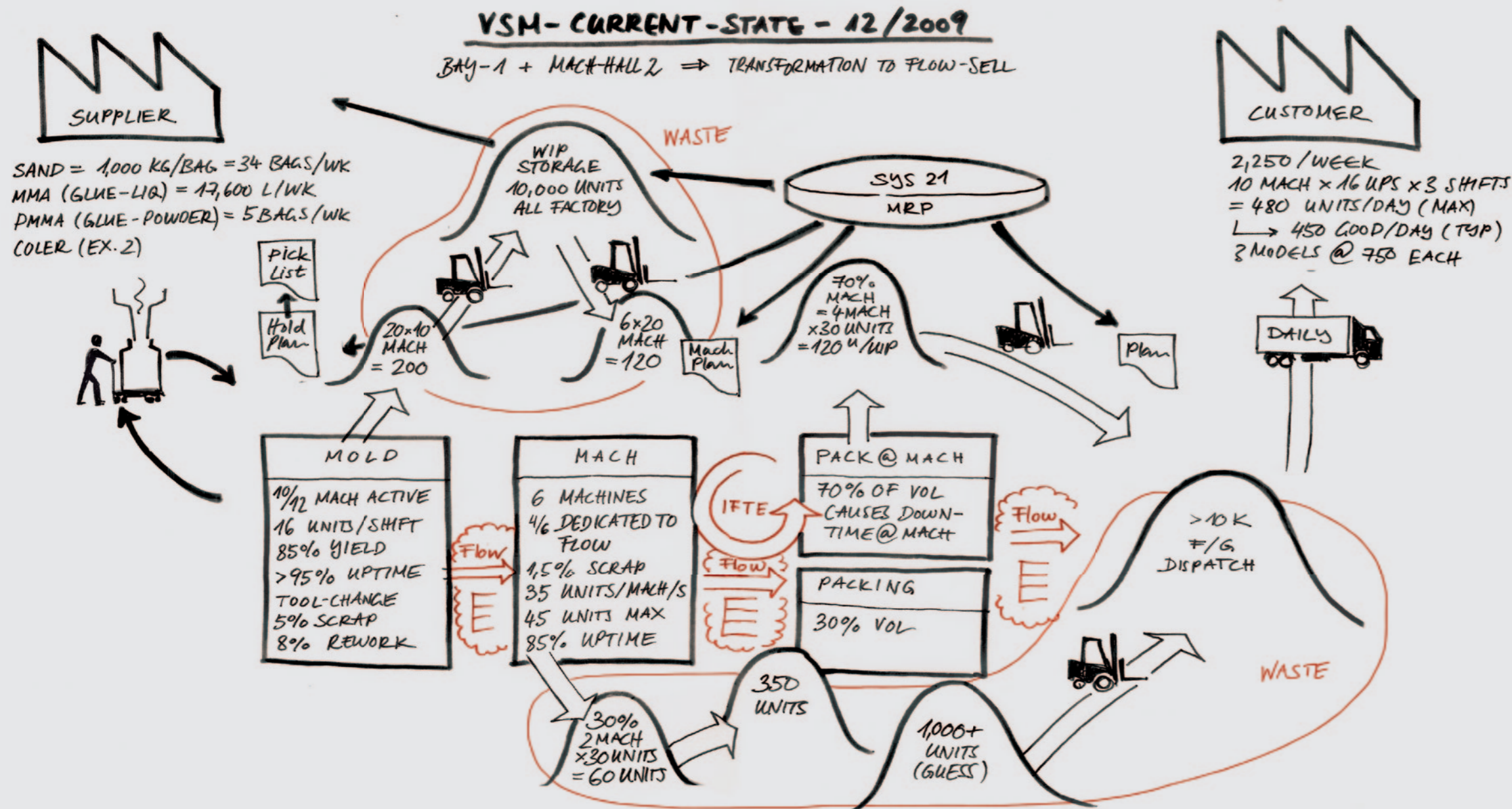
„Mit diesem Prozess, der nur einen Anfang, aber kein Ende kennt, wollen wir die umfassende Entwicklung und Führung von Franke auf einen komplett neuen Level bringen und so den Wert und Erfolg des Unternehmens weiter steigern und sichern“, so beschreibt Andreas Hauswirth die Zielsetzung und Wirkung des Franke COB (Culture, Operations, Brand)-Prozesses. Als Head of Corporate Services hat er diesen zusammen mit Michael Pieper initiiert und gemeinsam mit den operativen Verantwortlichen in der gesamten Gruppe zur kontinuierlichen Weiterführung implementiert. Und ergänzt: „Dabei ist es uns wichtig, die Entwicklung und Umsetzung des COB-Prozesses breit abzustützen. So haben wir die Grundlagen dazu in gemeinsamen Workshops mit einem globalen Team von Leadern und Challengern erarbeitet. Mit klarem Fokus auf die besten Lösungsbeiträge und frei von Hierarchie.“

Innerhalb von zwölf Monaten wurden so nach dem COB-System in allen Bereichen und Gesellschaften des Franke Konzerns Ideen entwickelt und Initiativen eingeleitet, um die führende Position und Reputation von Franke in seinen globalen Märkten kontinuierlich weiter auf- und auszubauen.

Bildlegende

1 Weltweiter Value-Transfer-Prozess mit allen Mitarbeitenden der Franke Gruppe zur Verankerung von gemeinsamen Werten und Stärkung der Franke Unternehmenskultur, 2-4 Konzernleitung und Kaderleute aus aller Welt arbeiten an strategischen Initiativen in einem globalen COB-Prozess (Culture, Operations, Brand), um Franke fit für das nächste Jahrhundert zu machen





DURCH KUNDENORIENTIERUNG ZU KONSTANTER VERBESSERUNG

Im Zentrum der Initiativen und Anstrengungen standen und stehen bei Franke die Kunden. Um deren Wünsche und Bedürfnisse nach Qualität, Individualität, Verfügbarkeit, Service und Preisgestaltung noch besser verstehen und möglichst optimal bedienen zu können, werden eingehende Analysen und Umfragen durchgeführt wie die **Voice of the Customer** Studie von Franke Foodservice Systems. Um dann bestehende Systeme, Prozesse und Lösungen laufend zu überprüfen und zu verbessern. Da die gezielte und flexible Erfüllung des Kundenwunsches Grundlage für wirtschaftliches Arbeiten und hohe Effizienz ist. Dabei geht Franke nach dem japanischen Managementkonzept **Kaizen** vor (kai = ändern; zen = das Gute), was wörtlich Veränderung zum Besseren bedeutet und ursprünglich vom Autokonzern Toyota entwickelt wurde. In einem kontinuierlichen Prozess ständiger Verbesserung werden alle Franke Mitarbeiter einbezogen, um Werte ohne Verschwendung zu schaffen. Denn gemäss der Kaizen-Philosophie ist der Weg zum Erfolg nicht die einmalige oder sprunghafte Verbesserung durch Innovation, sondern die kontinuierliche und schrittweise Perfektionierung und Optimierung aller **FLOW-Prozesse und Leistungen**. Mit hohem Bewusstsein für Kosten und schonendem Umgang mit Mitteln und natürlichen Ressourcen. Mit dem Ergebnis, dass sich Franke noch gezielter, flexibler und effizienter auf Kundenwünsche und Veränderungen im Markt ausrichten und gleichzeitig ihre Wirtschaftlichkeit, Wettbewerbsfähigkeit und Nachhaltigkeit stetig steigern kann. Dank Mitarbeitern, die sich mit ihrem Unternehmen identifizieren und ständig für bessere Franke Produkte und Lösungen engagieren.

Bildlegende

1 Franke FLOW-Prozess nach dem Kaizen-Konzept: Kontinuierliche Verbesserung der Prozesse und Leistungen, um den Mehrwert für Kunden zu erhöhen und Ressourcen zu schonen, 2 FLOW: Gemeinsame Analyse des IST- und Entwicklung des SOLL-Zustandes, 3 Bildung von FLOW-Zellen zur kontinuierlichen Verbesserung von Prozessen und Systemen, 4 FLOW: Gemeinsamen Erfolg messen und feiern





NACHHALTIGKEIT DURCH ENKELGERECHTIGKEIT

Das Unternehmen „Zukunft“ bei Franke bedeutet vor allem auch Verantwortung und Verpflichtung gegenüber dem Wohl zukünftiger Generationen, wie es Michael Pieper mit „Enkelgerechtigkeit“ auf den Punkt bringt. So sieht er denn auch „Nachhaltigkeit“ als strategischen Erfolgsfaktor, indem er anfügt: „Hätte sich Franke in ihrer Entwicklung nicht stets an den ökonomischen, sozialen und ökologischen Prinzipien der Nachhaltigkeit orientiert, könnten wir heute wohl kaum unser hundertjähriges Bestehen feiern. Darauf können unsere Mitarbeiter, Kunden und Partner auch in Zukunft bauen.“ Konkret hat sich Franke zum Ziel gesetzt, bis 2013 auch im Bereich Nachhaltigkeit in ihren Märkten als führend anerkannt zu werden. Durch einen systematischen, konsistenten und ausbalancierten Aufbau der für Franke relevanten Nachhaltigkeits-Aspekte, auf Basis einer vereinbarten Roadmap. Dieser Zielsetzung und Haltung lebt Franke bewusst nach. Angefangen bei der unternehmerischen Unabhängigkeit und Gestaltungsfreiheit, ohne die nachhaltiges Handeln nicht möglich wäre. Dem Beitritt zum UN Global Compact und dem Engagement von Umweltbeauftragten auf Stufe Gruppe und in den einzelnen Unternehmensbereichen. Vor allem aber durch laufende Entwicklungen und Investitionen aus eigenen Mitteln in benutzer- und umweltfreundliche Technologien und Lösungen. Wie zum Beispiel die Kaffeemaschine Pura, die sich durch Einfachheit und Effizienz auszeichnet und mit ihrem Green+Gentle Concept schon heute die Anforderungen der EU-Produkt Richtlinien für Kaffeemaschinen erfüllt, welche ab 2014 verbindlich werden. Für die Systemgastronomie hat Franke das **Expandable Energy Management System** (EEMS) entwickelt und unterstützt damit die Going Green Initiative ihres Kunden McDonald's. Indem das System dem Kunden den Energieverbrauch seiner Küche absolut transparent macht und diesen gleichzeitig präzise und bedarfsgerecht steuert. Damit bewirkt das Franke System bei seinen Kunden höhere Energieeffizienz und damit eine geringere Belastung von Umwelt und Budget. „Wir steuern unseren Innovationsprozess ganz bewusst in Richtung Smart & Clean Tech, weil wir da ein grosses Zukunftspotenzial für unsere Kunden wie für Franke sehen“, umschreibt Hans Ott, President/CEO der Franke Commercial Systems Group, die Franke Strategie und ergänzt sichtlich stolz: „Da müssen wir natürlich auch Vorbild in eigener Sache sein. Unser neues Franke Hauptquartier in den USA steht für Umweltfreundlichkeit und wurde 2009 mit dem Silberzertifikat United States Green Building Council für **Leadership in Energy and Environmental Design** (LEED) ausgezeichnet.“



Bildlegende

1 Neues Hauptquartier von Franke USA in Smyrna, 2 McDonald's Going Green Initiative, 3 Display Pura Kaffeemaschine

KITCHEN SYSTEMS

FOODSERVICE SYSTEMS

COFFEE SYSTEMS

BEVERAGE SYSTEMS

WASHROOM SYSTEMS



1

EINE STARKE MARKE SCHAFFT ORIENTIERUNG UND VERTRAUEN

„Gutes tun und ebenso darüber reden“, lautet die Devise von Natascha Widmer, die für die Corporate Communications der Franke Artemis Group verantwortlich ist. Die Stärkung der Franke Marke ist für sie gleichsam Mission und Passion. So engagiert sie sich denn auch schon über Jahre in der Weiterentwicklung der Franke Corporate Identity und der Schaffung von professionellen Grundlagen für den weiteren Markenaufbau. Heute stehen dazu allen Mitgestaltern der Marke Franke klare Richtlinien und Gestaltungsmittel für eine professionelle Marken- und Kommunikationsarbeit zur Verfügung. Auf Mausclick zugänglich und abrufbar vom Internetportal Franke Brand World. „Bei der Weiterentwicklung des Brand Designs haben wir zwei Zielsetzungen verfolgt: Einerseits wollen wir Franke als Leading Global Brand positionieren und ‚bright, energetic, dedicated‘ kommunizieren. Andererseits sollen die einzelnen Unternehmensbereiche unter der Dachmarke Franke in ihrem individuellen Marktauftritt gestärkt werden. Die Praxis zeigt, dass wir damit auf gutem Weg sind.“

Heute steht die Marke Franke überall auf der Welt für bewährte und fortschrittliche Werte, die man auch mit der Marke Schweiz verbindet, wie Innovation, Präzision, Zuverlässigkeit und Dauerhaftigkeit. Das hat nebst der Qualität der Produkte vor allem damit zu tun, dass Franke Mitarbeitende sich stark mit ihrem Unternehmen identifizieren und sich trotz dessen zunehmender Grösse immer noch als „Frankeaner“ fühlen.

Die Marke – und vor allem die Menschen, die dahinter stehen – bilden das wichtigste Kapital des Unternehmens. So tragen weltweit über 10'500 engagierte Mitgestalter und überzeugende Markenbotschafter dazu bei, dass Franke ihren Weg auch im neuen Jahrhundert erfolgreich gehen wird.



Bildlegende

1 Neues Branding-Konzept und Design zur Stärkung der Dachmarke Franke wie der einzelnen Unternehmensbereiche, 2 Kommunikationsauftritt von Franke im neuen Branding Konzept und Design

2

UNTERNEHMERISCHES GESTALTEN IM NEUEN FRANKE JAHRHUNDERT

Minim

Michael Pieper im Dialog mit Erwin Brunner, dem Autor dieses Buchs

Herr Pieper, als kleiner Junge schlug Ihr Herz Purzelbäume, wenn Sie im Spielwarengeschäft Ihres Urgrossvaters Franz Carl Weber an der Zürcher Bahnhofstrasse auf Entdeckungstour gehen oder die Faszination der Spinnweberei Ihres Onkels erleben durften. Dagegen konnten Sie den Aarburger Reisen zum Spülenfabrikanten Walter Franke eher wenig abgewinnen. Wie kommt es, dass Sie 60 Jahre später Franke als Ihr Herz und Hobby bezeichnen?

Spätestens in der Mitarbeit zur Vorbereitung der Übernahme von Franke habe ich erkannt, dass dieses Unternehmen über ein unwahrscheinliches Entwicklungspotenzial verfügt. Vorausgesetzt, jemand will und versteht es, als Unternehmer mit Freude, Können und vorbehaltlosem Engagement etwas daraus zu machen. Das war mein Antrieb und meine Motivation, mich bei Franke ab der ersten Stunde voll und ganz einzubringen. Ich denke, das war für alle spürbar und hat eine grossartige Aufbruchstimmung im ganzen Unternehmen bewirkt. Wichtig war und ist es, diesen Schwung konstant hoch zu halten und nicht selbstzufrieden und träge zu werden... **Ich kann mir nicht vorstellen, dass Sie das zulassen würden...** Wohl kaum (lächelt verschmitzt).

Inzwischen sind Sie zu einem profilierten und wertgeschätzten Unternehmer in unserem Land und darüber hinaus geworden. Ebenso zum Brückenbauer zwischen dem ersten und zweiten Franke Jahrhundert. Wie fühlt sich das für Sie an?

In unserer schnelllebigen Zeit sind hundert Jahre Unternehmensgeschichte durchaus bemerkenswert. Ich möchte das aber auch nicht überbewerten, sondern den Zeitpunkt vor allem zum Anlass nehmen, um allen Kunden, Mitarbeitern, Partnern, Freunden und meiner Familie ganz herzlich zu danken, dass sie hundert Jahre Franke überhaupt möglich gemacht haben. Um gleichzeitig darüber zu reflektieren, was wir aus unserer Vergangenheit für die Zukunft lernen können. Was es zu bewahren und was es zu bewegen gilt.

Könnte man daraus auch ableiten, dass Sie Franke als Unternehmen ohne Ablaufdatum sehen?

Absolut. Ich denke, das war immer unser Bestreben über alle Unternehmer-Generationen hinweg. Wenn wir dabei auch einige Klippen zu umschiffen hatten. Um das auch in Zukunft sicherzustellen, werden wir wohl noch wesentlich grössere Herausforderungen zu meistern haben.

Weshalb sehen Sie die Herausforderung für Franke in der Zukunft noch viel grösser als in der Vergangenheit?

Ein Unternehmen von Grund auf aufzubauen, ist eine Sache. In jedem unserer globalen Märkte die Spitzenposition dauerhaft zu besetzen, eine andere. Da gibt es konstant viel Wichtiges und Richtiges zu tun. Früher waren wir der Pionier, und das Wettbewerbsumfeld war überschaubar. Heute drängen plötzlich neue und mächtige Player ins Spiel. Auch aus anderen Industrien und Regionen der Welt. Diese wollen die Karten neu mischen und verteilen.

Wie wollen Sie dem begegnen, und welche Karten wollen Sie ausspielen, um weiterhin die Nase vorn zu haben?

Wir können viel aus unserer reichen Vergangenheit für die Zukunft lernen. Indem wir erkennen, was uns Erfolg gebracht hat und was nicht. Und welche Erkenntnisse und Grundsätze uns auch in Zukunft leiten sollen. Stets neugierig, offen und agil, wesentliche Veränderungen und Entwicklungen zu antizipieren und uns wenn sinnvoll oder nötig auch komplett neu zu erfinden.

Welche Ihrer persönlichen Erkenntnisse und Grundsätze sollen Franke im neuen Jahrhundert auf der Erfolgsspur leiten?

Es gibt ja tausende mehr oder weniger kluge Ratschläge und Rezepte von Management-Gurus und Unternehmergrössen. Ich habe weder den Anspruch noch die Begabung, diese mit absolut neuen Erkenntnissen zu bereichern. Auch bin ich klar der Meinung, dass ein echter Unternehmer alles unternimmt, um seinen eigenen Weg zum Erfolg zu finden und dafür kein Rezeptbuch braucht. Sondern Offenheit, Intuition, Erfahrung, Neugier, gute Leute und Gespräche, um ständig dazuzulernen. Vor allem darf man nie zu seinem eigenen Vorbild werden, aber durchaus Vorbilder haben. So wie es für mich Ueli Prager, Alfred Heineken und Gottlieb Duttweiler sind. Ich versuche hier mit ein paar mir wesentlichen Erkenntnissen und Überzeugungen auf Ihre Frage einzugehen. Sie helfen mir dann bestimmt, diese druckreif zu formulieren (schmunzelt).

Bildlegende

Reflexion zum unternehmerischen Gestalten: Michael Pieper an seinem Wohnort am Vierwaldstättersee (Schweiz)



1: „Wer“ kommt vor „Was“

Wenn ein Unternehmen nicht die richtigen Leute zur richtigen Zeit am richtigen Platz hat, läuft gar nichts oder höchstens verkehrt. Deshalb müssen auch wir stets sicherstellen, dass die richtigen Leute an und die falschen von Bord sind, bevor wir entscheiden, wohin die Reise gehen soll. Also zuerst die „Wer-Frage“ lösen, bevor wir an die „Was-Entscheidungen“ wie Vision, Strategie und Struktur gehen. Dabei gilt: „Hire slowly, fire quickly.“ Man soll sich also bei der sorgfältigen Wahl der richtigen Leute Zeit lassen und sie in ihrer Entwicklung unterstützen. Sollte man trotzdem einmal einen Fehlgriff machen, dann darf man nicht zögern, schnell die Konsequenzen zu ziehen. Sonst wird's nur teuer und für alle Beteiligten frustrierend.

2: Unternehmerische Gestaltungsfreiheit durch Unabhängigkeit

Wahres Unternehmertum ist nur dann möglich, wenn man frei entscheiden und gestalten kann. Dazu muss man sich unbedingt unabhängig von Banken, Kunden, Mitaktionären und Partnern bewegen können und mit diesen stets eine Beziehung auf Augenhöhe pflegen. Das ist der unternehmerische Freiraum, den wir uns über hundert Jahre erschaffen haben. Wir werden alles daran setzen, uns dieses teure Gut auch im neuen Franke Jahrhundert zu bewahren.

3: Chancen wahrnehmen und unnötige Risiken vermeiden

Als Familienunternehmen mit flachen Hierarchien haben wir den Vorteil, dass wenige Leute schnell und über viel entscheiden können, um flexibel im Markt agieren und Chancen wahrnehmen zu können. Gleichzeitig pflegen wir eine bewusste Kultur und ein effektives System von Good Corporate Governance, um unnötige Risiken zu vermeiden. Mit klarer Trennung von operativer Verantwortung durch eine starke Unternehmensleitung und strategischer Verantwortung durch einen hochkarätigen und unabhängigen Verwaltungsrat. Das ist und bleibt eine zentrale Voraussetzung für den weiteren Erfolg unseres weltweit tätigen Unternehmens.

4: Den eigenen Weg zur Spitze finden und konsequent gehen

Um seinen eigenen Weg zum Erfolg zu finden, braucht man klare und zeitlose Grundsätze und Werte, auf die man vertrauen und bauen kann. Das gilt in einer Welt des konstanten Wandels und globalen Wettbewerbs mehr denn je. Unsere Werte und Grundsätze haben uns über Generationen und in guten wie schwierigen Zeiten geholfen, bei allen Beteiligten Orientierung und Perspektiven zu schaffen. Zu erkennen und zu entscheiden, was es zu bewahren und was es zu bewegen gilt. Was unsere wahre Passion und Bestimmung ist. Worin wir Weltspitze sein können und wollen – und worin nicht. Und auf welche Stärken wir uns dabei konzentrieren müssen, um unsere Aktivitäten global multiplizieren und dadurch definierte Geschäftsfelder dominieren zu können. Unseren Weg sind wir stets als Pionier gegangen und haben dabei immer wieder Neuland betreten und uns bei viel Erfolg hin und wieder auch eine blutige Nase geholt. Das gilt es zu akzeptieren und schnell daraus zu lernen. Wer nichts wagt, gewinnt nichts.

5: Leisten, verdienen, reinvestieren, expandieren

Um diese Prinzipien auch wirklich zum Tragen zu bringen, braucht es absolute Klarheit und Disziplin in ganz einfachen, aber essenziellen Dingen, die vielleicht für viele vor der globalen Finanz- und Wirtschaftskrise noch ein wenig banal und altmodisch geklungen hätten: Stets profitabel arbeiten und keine Verluste akzeptieren; strikte Kontrolle von Ausgaben und Kosten; bei Investitionen nie alle „Eier“ ins gleiche Nest legen, sondern Chancen und Risiken verteilen; mit Mut und klarem Bewusstsein Risiken eingehen; bescheiden bleiben, um möglichst viel vom erarbeiteten Cashflow wieder in die Zukunft unseres Unternehmens investieren zu können.

6: Menschen und Marke machen den Unterschied

Vor hundert Jahren hat Hermann Franke als Edelfabrikant den Grundstein und den Pfad für die Franke Zukunft gelegt. Im Laufe der Jahrzehnte ist die Franke Familie bis auf über 10'500 Mitgestalter und der Pfad zum globalen Highway

des Erfolgs gewachsen. Dank Menschen, die als überzeugte und überzeugende Botschafter für die einzigartige Marke Franke stehen und dabei helfen, uns im harten globalen Wettbewerb an der Spitze zu behaupten. Was immer anspruchsvoller wird, weil Innovationszyklen immer kürzer und Angebot und Qualität der Marktteilnehmer immer austauschbarer werden. Kunden können deshalb immer weniger nach objektiven Kriterien über Präferenz und Kauf entscheiden. Damit letztlich nicht nur der Preis eine Rolle spielt, braucht es eine starke Marke wie Franke, die bei Kunden weltweit Orientierung, Identifikation und Vertrauen schafft. Daran gilt es, kontinuierlich weiter zu arbeiten.

7: Winning Culture zum einzigartigen Wettbewerbsvorteil machen

Ich bin überzeugt, dass die Zukunft Unternehmen gehört, die ihre Kultur zum entscheidenden und damit nicht kopierbaren Wettbewerbsvorteil machen. Unternehmen, die das kollektive Wissen, Ideen- und Lösungspotenzial ihrer Organisationen umfassend fördern, vernetzen und gezielt einsetzen. Unser erklärtes Ziel ist es, in allen „Business Disziplinen“ Weltmeister zu werden und zu bleiben. Deshalb arbeiten wir kontinuierlich an unserer Unternehmenskultur. Indem wir weltweit alle Mitarbeiter in die Entwicklung des Unternehmens involvieren und sie als Mitgestalter des Franke Spirit und unserer Zukunft aktivieren. Um auf der Basis unserer gemeinsamen Ausrichtung und Werte „bright, energetic und dedicated“ stets besser, ideenreicher und schneller zu sein als alle anderen.

8: Gemeinsam mit Kunden wachsen

Gemeinsam mit Kunden zu wachsen, hat bei Franke grosse Tradition und Zukunft. Schon in den 1940-ern half Walter Franke Pionieren der Systemgastronomie, ihre Visionen und Pläne zu verwirklichen. Umgekehrt wurde McDonald's zum Inspirator und Generator unserer globalen Expansion. Daraus sind wertvolle Beziehungen und gemeinsame Entwicklungen entstanden, die es kontinuierlich zu pflegen und zu mehren gilt. Beim kleinen Auftrag genauso wie beim grossen Projekt.

9: Wertschaffung durch Wertschätzung

Wenn wir durch unsere Leistungen die Zufriedenheit unserer Kunden konstant besser zu steigern vermögen als alle anderen und dabei gleichzeitig natürliche Ressourcen schonen, dann werden auch Gewinn und Loyalität das Resultat ihrer Wertschätzung für uns sein. Der Fokus liegt also im besseren Erkennen, Befriedigen und auch Übertreffen von Kundenerwartungen und ökologischen Grenzwerten und nicht im kurzfristigen Gewinnstreben. Nicht Marktführerschaft ist also das primäre Ziel, sondern Wertführerschaft. Auch im Markt für Talente wollen wir zu den höchstgeschätzten Unternehmen unserer Industrie gehören und Mitgestaltern unserer Zukunft attraktive Perspektiven bieten. So schaffen wir entscheidende Voraussetzungen für dauerhaften Bestand und Erfolg.

10: Glaubwürdigkeit und Wettbewerbsfähigkeit im Einklang halten

Es braucht sehr viel Zeit, Engagement und Ressourcen, um sich einen guten Ruf und eine starke Position zu schaffen. Hingegen sehr wenig Zeit, um beides wieder zu verlieren. Das gilt für Organisationen, Nationen und Personen. Das hat gerade die jüngste Geschichte mit aller Deutlichkeit gezeigt. Franke hat sich über hundert Jahre einen guten Ruf und eine starke Position auf der ganzen Welt geschaffen, was es zu bewahren und weiter zu fördern gilt. Dabei müssen wir uns jederzeit und überall klar und einig sein, was die Glaubwürdigkeit und Wettbewerbsfähigkeit unseres Unternehmens fördert und was sie gefährdet. Wie wir entsprechend mit Chancen, Risiken und Ressourcen umzugehen haben. Vor allem ist absolute Disziplin von allen Beteiligten gefordert, um Glaubwürdigkeit und Wettbewerbsfähigkeit stets im Einklang zu halten. Wie sagte dazu schon der Pionierunternehmer Robert Bosch: „Lieber Geld verlieren als Vertrauen.“ Auch wenn wir in unserem Unternehmen in Vielem diesen Prinzipien bereits nachleben, müssen wir das in Zukunft noch viel bewusster, umfassender und konsequenter tun. Und bei allem, was wir tun oder lassen, stets den Anspruch haben, auch unseren Enkeln mit gutem Gewissen in die Augen schauen zu können.

Bildlegende Seiten 113 und 114

Impressionen aus dem Engadin (Schweiz), Michael Piepers natürliche Energietankstelle und zweite Heimat der Familie Pieper, mit der sie seit Generationen sehr verbunden ist. Hier verbrachten Michael Pieper und später seine Kinder einen Grossteil ihrer Schulzeit und Freizeit. Auch heute ist das eigene Haus im „Top of the World“ ein besonderer Ort für Erholung, Inspiration und Begegnungen mit Familie und Freunden.

„*Bei allem, was wir tun oder lassen, müssen wir stets den Anspruch haben, unseren Enkeln mit gutem Gewissen in die Augen schauen zu können.*“

Was haben Sie sich denn persönlich als Lenker und Vordenker für das neue Franke Jahrhundert vorgenommen?

Ich will in der Umsetzung dieser Prinzipien mit gutem Beispiel vorangehen, um das Unternehmen weiter auf dem Weg zur Weltspitze voranzubringen und Voraussetzungen zu schaffen, dass Franke irgendwann auch ohne mich eine strahlende Zukunft hat.

Welche Rolle könnten dabei Ihre Tochter Nina und Ihr Sohn Alex spielen?

Das kann ich heute beim besten Willen nicht sagen und will auch nicht darüber spekulieren. Ich weiss aber mit Bestimmtheit, dass sich beide als unabhängige Persönlichkeiten und Unternehmer in eigener Sache beweisen wollen: Nina ist auf dem Weg, sich einen Namen als Designerin von Mode zu machen, nach Studien und Arbeiten in München und New York. Alex hat nach seiner Lehre im Metallbau während einiger Jahre Franke Luft in den USA und auf den Philippinen geschnuppert und da sein technisches und innovatives Talent eingebracht. Das er wohl von seinen Grossvätern geerbt hat. Alex könnte wohl auch ein Triebwerk reparieren. Ich hingegen bringe nicht mal einen defekten Rasenmäher wieder zum Laufen. Vor kurzem hat Alex mit Kollegen eine Firma gegründet, um selber innovative Produkte zu entwickeln und auf den

Markt zu bringen. Auch für Franke sieht er in der noch viel intensiveren globalen Entwicklung und Nutzung des eigenen Innovationspotenzials eine Riesenchance, womit er bestimmt recht hat.

Was möchten Sie einmal rückblickend über Ihren Beitrag zur Entwicklung und zum Erfolg von Franke sagen können?

Dass Franke in allen Geschäftsfeldern zum weltweit höchstgeschätzten Unternehmen geworden ist und alle Voraussetzungen geschaffen hat, um das auch zu bleiben.

Und was könnte dann Ihr nächstes Ziel sein?

Wenn ich dann einmal nur noch während mehrerer Tage oder Wochen hier in Aarburg als Verwaltungsrat im Einsatz bin, dann möchte ich hauptsächlich etwas Handfestes machen. Auf einem eigenen Bauern- oder Weingut, wo ich daran arbeiten möchte, etwas anderes neu wachsen und gedeihen zu sehen. Dafür könnte ich mich bestimmt begeistern.

Vielen Dank, Herr Pieper, für das äusserst aufschlussreiche Gespräch. Ich wünsche Ihnen und Franke bei all ihren Unternehmungen weiterhin viel Freude und Erfolg und eine strahlende Zukunft.

100 JAHRE IM ÜBERBLICK



Bildlegende

Franke Info Center am Hauptsitz in Aarburg (Schweiz), mit Skulptur von Gabriela von Habsburg

Bildlegende

Kunst und Architektur am Franke Hauptsitz in Aarburg (Schweiz): 1, 2 und 4:
Skulpturen der Künstlerin Gabriela von Habsburg, 3 Skulptur des Künstlers
Carlo Borro



100 JAHRE IM ÜBERBLICK

FRANKE ENTWICKLUNG WELTWEIT

* KS = Franke Kitchen Systems/FS = Franke Foodservice Systems/WS = Franke Washroom Systems/CS = Franke Coffee Systems/
BS = Franke Beverage Systems/IT = Industrietechnik/HHK = Haushaltsküchen/VT = Verpflegungstechnik/BZM = Badezimmer-Möbel/
FAREG = Franke Artemis Real Estate Group/OA = Other Activities

Jahr	Gesellschaft	Ort	Aktivität	Bereich*)	Mitarbeiter	Umsatz CHF
zum Zeitpunkt der Akquisition						
1911	Hermann Franke gründet einen Spenglereibetrieb in Rorschach	Rorschach (CH)	Gründung	KS		
1939	Walter Franke übernimmt das Geschäft			KS		
1941	Mewag AG	Aarburg (CH)	Gründung	IT		
1950	Mewag GmbH	Ettlingen (DE)	Gründung	KS		
1955	Franke GmbH	Bad Säckingen (DE)	Gründung	KS		
1957	Franke Holding AG	Aarburg (CH)	Gründung	Corporate		
1961	Franke N.V.	Ninove (BE)	Gründung	KS		
1962	Franke Gesellschaft mbH	Hard (AT)	Gründung	KS/WS		
1963	Franke S.p.A.	Aprilia (IT)	Gründung	KS		
1964	Franke France S.à.r.l.	Chambly (FR)	Gründung	KS		
1965	Franke S.p.A.	Cinisello (IT)	Gründung	KS		
1968	Franke S.p.A.	Peschiera del Garda (IT)	Gründung	KS		
1969	Franke Roestvrijstaal Nederland B.V.	Helmond (NL)	Akquisition	KS	100	8 Mio.
1971	Pauly GmbH	Allendorf (DE)	Akquisition	HHK	100	8 Mio.
1973	Franke Romont SA Belinox AG Franke Motala AB Franke UK	Romont (CH) Stetten (CH) Växjö (SE) Manchester (GB)	Gründung Akquisition Gründung Gründung	BZM KS/WS KS KS	160	10 Mio.
1975	Willi Pieper kauft die Franke Gruppe von Walter Franke				2600	190 Mio.
1978	Progressive Corp. (heute Franke Foodservice Systems Inc.)	North Wales, PA (US)	Akquisition	FS	320	55 Mio.
1980	frifri aro SA	La Neuveville (CH)	Akquisition	VT	80	12 Mio.
1984	Augsburger AG	Lützelflüh (CH)	Akquisition	CS	20	2 Mio.
1988	Einführung der Spartenorganisation					
1989	Michael Pieper wird CEO des Franke Konzerns Franke Norge AS	Porsgrunn (NO)	Akquisition	KS	6	2 Mio.
1990	Michael Pieper wird Eigentümer des Franke Konzerns Carron Phoenix Ltd Franke Immobilien AG	Falkirk, Scotland (GB) Aarburg (CH)	Akquisition Gründung	KS FAREG	400	55 Mio.
1992	Franke Hellas S.A. Franke CG Kitchen Equipment GmbH (heute Franke Foodservice Systems GmbH)	Athens (GR) Bad Säckingen (DE)	Akquisition Gründung	KS FS	60	6 Mio.
1993	Soberana SA (heute Franke España S.A.U.) Dominox s.r.l. Toutinox-Franke S.A.R.L. Franke Polska Sp.z.o.o. Franke s.r.o.	Barcelona (ES) Ponti sul Mincio (IT) Oran (DZ) Warsaw (PL) Praha (CZ)	Akquisition Gründung Joint Venture Gründung Gründung	KS/VT KS KS KS KS	200	12 Mio.
1994	Hackman Meka Group Gastopol Sp.z.o.o. (heute Franke Foodservice Systems Poland Sp.z.o.o.) IRC Parts & Supplies (heute Franke Resupply Systems Inc.) Franke Kft. AS Franke Baltic Green Vac AG	Suonenjoki, Naarajärvi (FI), Ramnäs (SE) Gdynia (PL) Mount Prospect, IL (US) Budapest (HU) Tallinn (EE) Schönbühl (CH)	Akquisition Akquisition Akquisition Gründung Gründung Gründung	KS/WS/ BS FS FS KS KS VT	214 10 40	25 Mio. 1,5 Mio. 15 Mio.
1995	Franke Portugal SA Blefa GmbH & Co. KG Franke Victory (Heshan) Kitchen Equipment Co. Ltd	Sacavem (PT) Kreuztal (DE) Heshan City (CN)	Gründung Akquisition Joint Venture	KS BS KS/FS	270	80 Mio.
1996	Safer S.p.A. Federal Home Products Division (heute Franke Consumer Products Inc.)	Valmadrera (IT) Ruston, LA/Hatfield, PA (US)	Akquisition Akquisition	BS KS	28 235	10 Mio. 24 Mio.
1997	Franke Asia Regional Office Salvis AG Douat Ltda. Franke Kaffeemaschinen Handels GmbH	Kuala Lumpur (MY) Reussbühl (CH) Joinville/St. Catarina (BR) Igersheim (DE)	Gründung Akquisition Akquisition Gründung	KS VT KS CS	20 180	8 Mio. 22 Mio.
1998	Franke Romania SRL Eurodomo Haustechnik GmbH Kindred Industries Ltd (heute Franke Kindred Canada Ltd) Franke India Pvt. Ltd Coast to Coast Inst. Corp.	Bucharest (RO) Haiger (DE) Midland, ON (CA) Mumbai (IN) La Vergne, TN (US)	Gründung Akquisition Akquisition Gründung Gründung	KS KS KS/WS KS FS	5 204	10 Mio. 38 Mio.
1999	Franke Kitchen Systems and Trade Ltd (heute Franke Mutfak ve Banyo Sistemleri Sanayi ve Ticaret A.S.)	Gebze Kocaeli (TR)	Gründung	KS		

Jahr	Gesellschaft	Ort	Aktivität	Bereich*)	Mitarbeiter	Umsatz CHF
zum Zeitpunkt der Akquisition						
1999	Met-Tec Installations Ltd Stainless Inc. O'Brien Budd Inc. Lanz Industrietechnik AG Franke Ural Ltd (heute Franke Russia GmbH) Franke Bulgaria Ltd Charter House Inc. City Metal Products (heute Franke Kitchen Systems (Pty) Ltd) Franke Australia (Pty) Ltd Franke International Finance B.V.	Port Coquitlam, BC (CA) Deerfield Beach, FL (US) St. Charles, IL (US) Wolfwil (CH) Ekaterinburg (RU) Sofia (BG) Holland, MI (US) Mobeni (ZA) Melbourne (AU) Helmond (NL)	Akquisition Akquisition Akquisition Akquisition Gründung Gründung Akquisition Akquisition Akquisition Gründung	FS FS FS OA KS KS FS KS/WS KS Corporate	40 325 60 80 30 325 5	7,5 Mio. 110 Mio. 12 Mio. 15 Mio. 6 Mio. 30 Mio. 2 Mio.
2000	Vincent Swinkles B.V. Steeldesign GmbH Niggemann Foodservice Technik GmbH & Co. KG (heute Franke Foodservice Systems GmbH) Franke Hong Kong Co. Ltd Franke Contract Group Philippines Inc. (heute Franke Foodservice Systems Philippines Inc.)	Helmond (NL) Troisdorf (DE) Bochum (DE) Hong Kong (CN) Laguna (PH)	Akquisition Akquisition Akquisition Gründung Gründung	BS OA FS FS FS	11 30 131	3 Mio. 5 Mio. 40 Mio.
2001	Franke Ukraina LLC Franke Kitchen Systems SARL EZRA Hatton Ltd KAMA, Kaffeemaschinen & Service A/S Panda Stal	Kiev (UA) Casablanca (MA) London (GB) Worb (CH) Aarhus (DK)	Gründung Gründung Akquisition Akquisition Akquisition	KS KS FS CS KS	2 10 20	2 Mio. 1 Mio. 4 Mio.
2002	Franke Tunisia SARL W&G Sissons Ltd (heute Franke Sissons Ltd) bremer Kaffeemaschinen (heute Franke bremer GmbH) AO Stamor (heute Franke Russia GmbH) Franke Thailand Co. Ltd Franke Singapore Private Limited	Ariana (TN) Chesterfield (GB) Igersheim (DE) St. Petersburg (RU) Bangkok (TH) Singapore (SG)	Gründung Akquisition Akquisition Akquisition Gründung Gründung	KS WS CS KS KS KS	191 101 150	28 Mio. 40 Mio. 15 Mio.
2003	Blinox SARL Ko-KS Benelux B.V.	Chaponost (FR) Nuenen (NL)	Akquisition Akquisition	WS CS	19 22	3 Mio. 6 Mio.
2004	Espresso Specialists Inc. (heute Franke Coffee Systems North America) Franke Caucasus Ltd Franke Coffee Systems Japan Ltd	Seattle, WA (US) Tbilisi (GE) Tokyo (JP)	Akquisition Gründung Gründung	CS KS CS	30	4 Mio.
2005	Noss Küchentechnik GmbH Supa Heat Geysers (Pty) Ltd/The Geyser Company (Pty) Ltd (heute Franke Water Heating Systems (Pty) Ltd) Bradford Metal Spinning Ltd Faber S.p.A. (mit Tochtergesellschaften) Aqarotter GmbH (heute Franke Aqarotter GmbH) Evostate AG Nile Metallic Industries Co. (heute Franke Kitchen Systems Egypt S.A.E.)	Gummersbach (DE) Johannesburg (ZA) Bingley (GB) Fabriano (IT) Ludwigsfelde (DE) Zürich (CH) 6th of October City (EG)	Akquisition Akquisition Akquisition Akquisition Joint Venture Akquisition	KS KS FS KS FAREG KS	16 100 2 1375 275 373	7 Mio. 15 Mio. 1 Mio. 300 Mio. 66 Mio. 11 Mio.
2006	Coffeetech AG Service Solutions Group L.L.C. Espace Real Estate AG KSO GmbH Spartanburg Industries/Keg Division L'Européenne d'Eviers S.A. (heute Franke France S.A.S.) Benthor Drezny spol. s.r.o. (heute Franke Slovakia s.r.o.)	Berikon (CH) Phoenix, AZ (US) Solothurn (CH) Wirsberg (DE) Ruston (US) Saint-Priest (FR) Zilina (SK)	Akquisition Joint Venture Beteiligung Akquisition Akquisition Akquisition Akquisition	CS FS FAREG BS BS KS KS	9 300 37 20 30 60	2,5 Mio. 30 Mio. 10 Mio. 10 Mio. 10 Mio. 6 Mio.
2007	Decomold B.V. Africa Swiss Trading (AST) (Pty) Ltd R&R Parts and Supply Ltd Defy Appliances (Pty) Ltd Franke Coffee Systems UK Ltd	Brunssum (NL) Germiston (ZA) Goodlettsville, TN (US) Durban (ZA) St. Albans (GB)	Akquisition Joint Venture Akquisition Akquisition Joint Venture	KS KS FS KS CS	11 8 3500	2 Mio. 3 Mio. 400 Mio.
2008	S2K Graphics Inc.	Chatsworth, CA (US)	Akquisition	FS	45	8 Mio.
2010	Thermal Solutions Inc.	Wichita, KS (US)	Joint Venture	FS	4	1 Mio.
2011	Franke feiert das 100-jährige Bestehen					

100 JAHRE IM ÜBERBLICK

FRANKE KONZERNLEITUNG

Mitglieder der Konzernleitung Franke Artemis Holding AG (vormals Franke Norm AG [1957 – 1974] / Franke International AG [1975 – 1977] / Franke Holding AG [1978 – 2010])

Jahr	Name
1975 – 1980	Theodor Balsiger
1975 – 1989	John F. Strasser
1975 – 1989	Dr. Walter Wieland
1981 – 2007	Dr. Wolfgang Cach
1987 – 1992	Russel R. Campion
1987 – 1997	Herbert Abderhalden
1988 – 1991	Ernst W. Simon
1989 – 2005	Dr. Bernhard W. Stauch
1989 – ...	Michael Pieper
1991 – 1995	Dr. Paul Gattiker
1993 – ...	* Hans Jürg Ott
1994 – ...	Dr. Andreas Hauswirth
1995 – 1999	Wilmar Temme
1998 – 2002	Josef Keller
2000 – 2002	Frank Haberstroh
2000 – 2007	Christian Sperka
2006 – 2008	Wolfgang Kemmerling
2006 – ...	Jürg Fischer
2009 – 2011	* Torsten Türling
2010 – ...	Peter Kaufmann
2010 – ...	Dr. Michael Soormann
2011 – ...	** Dr. Urs Meyer

* Seit 01.01.2010 President/CEO der Sub Groups (Franke Kitchen Systems Group, Franke Commercial Systems Group)
** Seit 01.06.2011 President/CEO Franke Kitchen Systems Group

Mitglieder der erweiterten Konzernleitung Franke Holding AG

Jahr	Name
2006 – 2009	Marga Gyger
2006 – 2009	Dr. Udo Humme
2006 – 2009	Peter Kaufmann
2006 – 2009	Manfred Schaden
2006 – 2009	Gerda Schwindt

100 JAHRE IM ÜBERBLICK

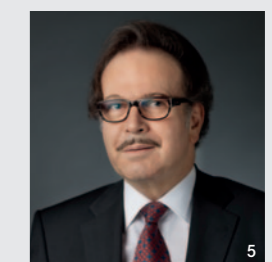
FRANKE VERWALTUNGSRAT

Mitglieder des Verwaltungsrates Franke Artemis Holding AG (vormals Franke Norm AG [1957 – 1974] / Franke International AG [1975 – 1977] / Franke Holding AG [1978 – 2010])

Jahr	Name
1957 – 1975	Walter Franke
1957 – 1975	Libero Principi
1957 – 1999	Dr. Hans Hemmeler
1961 – 1974	Fritz Hinderling
1965 – 1978	Dr. Rudolf Koller
1967 – 1976	Dr. Rudolf Probst
1971 – 1999	Ulrich Naef
1974 – 2007	Rudolf Bosshard
1975 – 1990	Willi Pieper
1975 – 2002	Dr. Dieter B. Fueglistaller
1975 – ...	Dr. Alfred J. Wiederkehr
1978 – 1990	Dr. Max Gloor
1986 – 2006	Michael Pieper
1989 – 2001	Dr. Walter Wieland
1989 – 2007	John F. Strasser
1990 – 2007	Ronald Pieper
1990 – ...	Dr. Anton E. Schrafl
1996 – 1998	Dr. René K. Ruepp
1998 – 2005	Fritz Maurhofer
2005 – ...	Thomas A. Erb
2006 – 2007	Dr. Wolfgang Cach
2006 – ...	Dr. Bernhard W. Stauch
2007 – ...	Randolf Hanslin
2007 – ...	Hans J. Löliger
2010 – ...	Benoît D. Ludwig

Präsidenten des Verwaltungsrates Franke Artemis Holding AG (vormals Franke Norm AG [1957 – 1974] / Franke International AG [1975 – 1977] / Franke Holding AG [1978 – 2010])

Jahr	Name
1957 – 1975	Walter Franke (1)
1975 – 1990	Willi Pieper (2)
1990 – 1999	Ulrich Naef (3)
1999 – 2005	Fritz Maurhofer (4)
2005 – ...	Thomas A. Erb (5)



100 JAHRE IM ÜBERBLICK

FRANKE FIRMENSTANDORTE WELTWEIT

EUROPE



Franke Artemis Holding AG
Aarburg/Switzerland



Franke KÜchentechnik AG/Franke Industrie AG/
Franke Werkzeugbau AG/Franke Kaffeemaschinen AG
Aarburg/Switzerland



Franke Immobilien AG
Stetten/Switzerland



Franke s.r.o.
Praha/Czech Republic



Franke Slovakia s.r.o.
Zilina/Slovak Republic



Franke WS Magyaroszi ági
Budapest/Hungary



Franke Romania SRL
Bucharest/Romania



Franke GmbH
Bad Säckingen/Germany



Franke Foodservice Systems GmbH
Bad Säckingen/Germany



Biefa GmbH
Kreuztal/Germany



Franke bremer GmbH
Grünsfeld/Germany



Franke Mutfak ve Banyo Sistemleri Sanayi ve Ticaret A.S.
Gebze Kocaeli/Turkey



Franke Mutfak ve Banyo Sistemleri Sanayi ve Ticaret A.S.
Muradiye-Manisa/Turkey



Franke Russia OOO
Ekaterinburg/Russia



Franke Ukraina LLC
Kiev/Ukraine



Franke Aquarotter GmbH
Ludwigsfelde/Germany



Franke Gesellschaft mbH
Hard/Austria



Franke Sales Office
Vienna/Austria



Franke S.p.A.
Peschiera del Garda/Italy



Franke Finland Oy
Naarajärvi/Finland



Franke Futurum AB
Byske/Sweden



Franke KS Denmark
Tilst/Denmark



Franke Norge AS
Porsgrunn/Norway



Franke S.p.A.
Ponti sul Mincio/Italy



Faber S.p.A., Headquarters
Fabriano/Italy



Faber S.p.A., Flaminia Plant
Fossato di Vico/Italy



Faber S.p.A., Tecnodomus Plant
Fabriano/Italy



Franke Hellas S.A.
Athens/Greece



Franke España S.A.U.
Mollet del Vallés/Spain



Franke Portugal S.A.
Cacém/Portugal



Franke UK Ltd.
Manchester/England



Faber S.p.A., Berbentina Plant
Sassoferato/Italy



Franke France S.A.S.
Chambly/France



Franke France S.A.S.
Villeneuve-les-Poëles/France



Franke N.V.
Ninove/Belgium



Carron Phoenix Limited
Falkirk/Scotland



Franke Seasons Ltd.
Chesterfield/England



Franke Foodservice Systems Resupply Europe
Chesterfield/England



Franke Coffee Systems UK Limited
St. Albans/England



Franke Nederland B.V.
Helmond/Netherlands



Franke Nederland B.V.
Brunssum/Netherlands



Franke Polska Sp.z.o.o.
Raszyn/Poland



Franke Foodservice Systems Poland Sp.z.o.o.
Gdynia/Poland

AMERICAS



Franke Management Inc./Franke Foodservice Systems Inc.
Franke Resupply Systems Inc./Franke Coffee Systems
Americas/Service Solutions Group LLC
Smyrna, TN/USA



Franke Foodservice Systems Inc.
Fayetteville, TN/USA



Franke Consumer Products Inc.
Hatfield, PA/USA

100 JAHRE IM ÜBERBLICK

FRANKE FIRMENSTANDORTE WELTWEIT



Franke Consumer Products Inc.
Ruston, LA/USA



SZK Graphics Inc.
Chatsworth, CA/USA



Franke Beverage Systems Inc.
La Vergne, TN/USA



Franke Beverage Systems Inc.
Sparks, NV/USA



Franke Kindred Canada Limited
Midland, ON/Canada



Franke Sistemas de Cozinhas do Brasil Ltda.
Joinville/Brazil



Franke Sistemas de Cozinhas do Brasil Ltda.
Joinville/Brazil



Industrias Spar San Luis S.A.
Buenos Aires/Argentina



Industrias Spar San Luis S.A.
Buenos Aires/Argentina



Franke (China) Kitchen Systems Co., Ltd.
Shanghai/PRC



Franke Warehouse
Shanghai/PRC



Franke (China) Kitchen Systems Co., Ltd.
Heshan City/PRC



Franke (China) Kitchen Systems Co., Ltd.
Heshan City/PRC



Franke Asia Sourcing Ltd.
Heshan City/PRC



Franke (Thailand) Co., Ltd.
Bangkok/Thailand



Franke Foodservice Systems Philippines Inc.
Laguna/Philippines



Franke Coffee Systems Japan Ltd.
Tokyo/Japan



Franke Faber India Limited
Aurangabad/India



Franke Faber India Limited
Pune/India



Franke Kazakhstan Ltd.
Almaty City/Kazakhstan



Franke Water Heating Systems (Pty.) Ltd.
Midrand/South Africa



Franke Kitchen Systems (Pty.) Ltd.
Mobeni/South Africa



Defy Appliances (Pty.) Ltd.
Durban/South Africa



Defy Appliances (Pty.) Ltd.
Ladysmith I/South Africa



Defy Appliances (Pty.) Ltd.
Ladysmith II/South Africa



Defy Appliances (Pty.) Ltd.
East London/South Africa



Franke L.L.C.
Ras Al Khaimah/United Arab Emirates



Franke Kitchen Systems SARL
Casablanca/Morocco



Franke Kitchen Systems Egypt S.A.E.
6th of October City/Egypt

100 JAHRE IM ÜBERBLICK

BETEILIGUNGEN DER FRANKE ARTEMIS HOLDING AG



Franke Artemis Holding AG
Hergiswil/Switzerland

Unternehmen	Beteiligung in Prozenten	Seit
Forbo FLOORING SYSTEMS	> 27	2005
RIETER	> 11,5	2008
autoneum	> 11,5	2011
FEINTOOL	> 81	2007
advaltech	> 21	1999
PRECHER WOODEN	> 10	2010
helio SOLUTIONS OF THE FUTURE	= 20	2009
espace KITCHEN SYSTEMS	> 14	2006
EVOSTATE	= 30	2005

DIE BUCHMACHER

An der Herausgabe dieses Buchs Beteiligte:

Franke Artemis Management AG (Aarburg):
Marga Gyger, Andreas Hauswirth, Natascha Widmer
Brunner & Partner (Zürich):
Beratung/Konzeption/Redaktion: Erwin Brunner
Co-Redaktion: Nadine Stutz
Redaktion englische Version: Peter Thomas Hill
Gestaltung: Alejandra Lauper
Realisation: Jürg Gotsch
Archivbilder: Franke Artemis Management AG (Aarburg), Ringier AG/Specter/Corbis (Zürich)
Fotos: Nico Schärer (Zürich)
Druckvorstufe: Reprotechnik Kloten AG (Kloten)
Druck: UD Print AG (Luzern)
Buchbinder: Eibert AG (Eschenbach)
Veredelung: Prävag AG (Köniz) und Rüesch Druck AG (Rheineck)

Besonderer Dank gilt auch allen weiteren Personen, die durch wertvolle Gespräche und Beiträge zur Entstehung dieses Buchs beigetragen haben.

Alle Rechte vorbehalten, einschliesslich derjenigen des auszugsweisen Abdrucks oder der elektronischen Wiedergabe.

© 2011 Franke Artemis Management AG, Aarburg (Schweiz)

www.franke.com



FRANKE

FR

AN

KE

FR

AN

KE

————— *SPIRIT OF FRANKE - THE FIRST 100 YEARS* —————