

Die SCM Group wird siebzig: eine Erfolgsgeschichte geprägt von Mut, Talent und Leidenschaft

Die erste Tischlereimaschine aus dem Hause SCM entstand im Sommer 1952. Und zu diesem Zeitpunkt begann eine lange Geschichte mit weltweiten Erfolgen und Übernahmen, anfänglich im Bereich der Bearbeitung von Holz und später dann auch anderer Werkstoffe. Die Leitung des Konzerns lag von Beginn an in den Händen der Familien Aureli und Gemmani.

70-jähriges Firmenjubiläum der SCM Group, dem weltweit führenden Anbieter von Technologien für die Bearbeitung einer Vielzahl von Werkstoffen und industrieller Komponenten.

In der Tat entstand der Konzern auf der Grundlage der strategischen Vision von SCM. Das Unternehmen stellte im Jahr 1952 in Rimini seine erste Maschine für die Holzbearbeitung her und formulierte ab diesem Zeitpunkt eine klare Mission: **die Bereitstellung des breitesten Angebots an Lösungen für die Holzbearbeitung auf internationaler Ebene.** Im Laufe der Zeit entwickelte der Konzern Technologien und übernahm führende Marken. Damit erweiterte er sein Angebot nicht nur im Hinblick auf alle Prozesse der zweiten Stufe der Holzbearbeitung, sondern auch in den Bereichen moderne Werkstoffe, Kunststoff, Glas, Metall und Marmor.

Eine lange Erfolgsgeschichte, die zu den beeindruckenden Zahlen geführt hat, die heute verzeichnet werden: 750 Millionen Euro Umsatz im Jahr 2021 (90 % davon im Exportgeschäft), mehr als 4000 Beschäftigte und eine direkte und flächendeckende Präsenz weltweit.

Seit den Anfangstagen an der Spitze des Unternehmens: **die Familien Aureli und Gemmani.**

DIE URSPRÜNGE VON SCM

Die Geschichte des Konzerns beginnt bereits im Jahr 1935, als **Nicola Gemmani und Lanfranco Aureli**, Fachmänner für Mechanik und Gießerei, ihre Zusammenarbeit aufnehmen. 1952 entstand in diesem Rahmen die erste Maschine für die Holzbearbeitung, *L'Invincibile* (die Unbesiegbare), die vom Ingenieur **Giuseppe Gemmani**, dem Sohn von Nicola, entwickelt wurde. Diese Maschine sollte nach den Vorstellungen der Firmengründer etwas ganz Besonderes, aber auch weitaus einfacher und funktioneller gegenüber den branchenüblichen Geräten sein. Damit konnten die Anforderungen eines Marktes, der seinerzeit durch den Bauboom und eine starke Nachfrage nach Einrichtungsgegenständen jeder Art geprägt war, optimal und erfolgreich aufgenommen werden. Innerhalb kurzer Zeit entwickelte SCM ein komplettes Sortiment an Tischlereimaschinen, mit dem das Unternehmen alle Weltmärkte erobern konnte. In den 1960er Jahren stiegen auch Lanfrancos Söhne **Adriano und Alfredo Aureli** in die Zusammenarbeit mit den Firmengründern ein. Sie leiteten gemeinsam mit Giuseppe Gemmani das Unternehmen und begleiteten das weitere Wachstum mit der Eröffnung von zahlreichen direkt geführten Niederlassungen weltweit. 1976 entwickelte SCM die ersten Bearbeitungszentren und -systeme für Türen und Fenster aus Massivholz. Mitte der 1980er Jahre übernahm der Konzern eine Reihe etablierter Marken in verschiedenen Bereichen der Holzbearbeitung und konsolidierte damit die weltweite Führungsposition des Unternehmens: Mahros für Automatisierungssysteme (1984), Minimax für die Tischlerei (1985) und in den späten 1980er Jahren die Firmen Gabbiani, Dmc und Morbidelli, die jeweils in den Bereichen Plattenaufteilung, Schleifen bzw. CNC-Bearbeitungszentren für die Plattenbearbeitung führend waren und sind.

1992 wurden auch die Marken Routech, mit der SCM in den Holzbau einstieg, und Stefani, ein internationales Referenzunternehmen im Bereich der Kantenbearbeitung, übernommen. In den folgenden Jahren baute der Konzern durch die Entwicklung weiterer führender Technologien und mit erneuten Übernahmen (Superfici im Jahr 2004, CPC und Sergiani im Jahr 2006, Celaschi im Jahr 2007) sein Angebot weiter aus und deckt nun sämtliche Produktionsanforderungen der Branche ab.

DIE STRATEGIEN VON SCM: DER KUNDE IM MITTELPUNKT

Bei den Feierlichkeiten seines 70-jährigen Firmenjubiläums kann SCM mit großem Stolz darauf verweisen, seine Kunden als zuverlässiger Partner in allen Prozessen im Bereich Platten, Massivholz, Holzbau und Tischlerei zu begleiten. **Luigi De Vito**, Direktor des Geschäftsbereichs SCM und Generaldirektor des Konzerns, lässt keinerlei Zweifel an den Hauptzielen: *„Mit umfassend personalisierten Lösungen, die auf die tatsächlichen individuellen Anforderungen zugeschnitten sind, wollen wir noch näher am Kunden sein.“*

In dieser Richtung macht SCM derzeit einen weiteren Schritt, um einen **noch direkteren Kontakt von der Beratung über den Verkauf bis hin zum After Sales** zu gewährleisten. *„Für uns“, so De Vito weiter, „bedeutet dies, dass wir unseren Kunden einen kontinuierlichen Support mit Mehrwert anbieten. Wir verstehen ihre Anforderungen in umfassender Weise, und können daher vorausschauend, proaktiv und zielgerichtet anbieten und bereitstellen, was diese wirklich brauchen.“*

Dafür investiert SCM in die **Kompetenzen** seines weltweiten Teams in den Bereichen Technik, Handel und Kundendienst. In diesem Zusammenhang spielt das Schulungszentrum Campus des Konzerns eine grundlegende Rolle.

Parallel dazu beschleunigt der Konzern seinen Prozess der **digitalen Transformation** auf zwei Ebenen: intern, durch die Erneuerung von Modellen für die Organisation und die Interaktion mit den Kunden über die gesamte Customer Journey, sowie auf der Ebene der angebotenen Produkte und Dienstleistungen, *„um noch näher an den Business-Anforderungen des Kunden zu sein und gemeinsam die optimale Strategie für das smart manufacturing zu entwickeln.“*

Die bedeutet für SCM die Bereitstellung von digitalen und vernetzten Technologien, die für effizientere und nachhaltigere Fabriken entwickelt wurden; von IoT-Systemen, mit denen der Kunde seine Technologien über den gesamten Lebenszyklus erhalten und optimieren kann; über Tools, wie dem neuen Portal **My SCM**, mit einer breiten Palette von Diensten für die Anzeige, Zusammenstellung und die Analyse aller Informationen bis zur Produktionsleistung in *Echtzeit*; eines Serviceteams für die einfachere und effektivere Abwicklung von Kundenanfragen durch das Angebot schnellerer Antworten und „How to“-Lösungen, um Kunden in einer Logik des *Wissensaustauschs* anzuleiten.

Die **Investitionen in Forschung und Entwicklung** sind ein weiterer Eckpfeiler des Erfolgs:

„Wir wenden nicht nur 7 % des Jahresumsatzes des Konzerns im Bereich Forschung und Entwicklung auf“, fügt De Vito hinzu, „sondern wir haben auch ein Innovationsteam mit multidisziplinären Kompetenzen, mit dem wir einen offenen, zukunftsorientierten Ansatz verfolgen, der über die spezifischen Anwendungen der Fachgebiete hinausgeht und vollständig dem Kunden zugutekommt.“

Der Investitionsplan räumt der **Nachhaltigkeit** sowohl bei den internen Prozessen als auch bei den Produkten und Dienstleistungen Priorität ein, *„um für den Kunden Lösungen bereitzustellen, die einen geringeren Platzbedarf in der Produktion, eine Reduzierung der Bearbeitungszeiten und der Fehlbedienungen sowie eine Eindämmung der Kosten für den Energieverbrauch und die Verschwendung von Ressourcen und Materialien zu gewährleisten.“*

In seiner 70-jährigen Geschichte hat SCM eine **zunehmend direktere und umfassendere Präsenz** auf internationaler Ebene aufgebaut. Wie hält man ein globales Team zusammen?

Auch hier hat De Vito keine Zweifel: *„Mit einem äußerst starken Teamgeist, mit dem wir unseren Wachstumskurs selbst in den komplexesten Momenten wie den letzten Jahren, die von der Pandemie geprägt waren, mit einer Konvergenz der Ziele fortgesetzt haben, die nicht unbedingt selbstverständlich ist.“*

*Kundenorientierung und ein **menschlicher und smarterer Ansatz** sind die Werte, von denen wir unsere Aktivitäten in den Industriezentren in Italien ebenso wie in den Niederlassungen im Ausland tagtäglich leiten lassen.*

Darüber hinaus wollen wir weiterhin für Kooperationen und Partnerschaften in allen Bereichen (Forschung, Informationstechnologie, Ausbildung, kommerzielle Unterstützung, technische Hilfe usw.) offen sein. Unser Hauptziel dabei ist und bleibt der Vorteil für den Kunden.“

Trotz der derzeitigen Unsicherheiten im Zusammenhang mit den steigenden Rohstoff- und Energiekosten **investiert SCM weiter auch in seine Standorte in Italien.**

*„Wir erhöhen die Produktionskapazität unserer Industriestandorte, die bereits eine durchschnittliche Produktion von **20 Tausend Maschinen pro Jahr** aufweisen.*

Neben der Erweiterung der Flächen modernisieren wir auch unsere Anlagen, wie derzeit in Rimini, um umweltverträglichere und angenehmere Räumlichkeiten für unsere Mitarbeiter bereitzustellen.

*Einen weiteren wichtigen Antrieb stellt die **Digitalisierung unserer Produktionslinien** dar. Diese wird mit der Einführung von schlanken Prozessen und Steuerungssystemen FCS (Factory Control Systems) im Sinne der Anforderungen der Industrie 4.0 an den verschiedenen Standorten fortgesetzt. Das Ziel besteht darin, die industrielle Organisation anhand einer stärkeren Integration der Fabrik mit IT-Systemen zu optimieren.“*

Und nicht zuletzt **investiert der Konzern in weitere Vertriebsstandorte im Ausland**, wie beispielsweise in die neue Nordamerika-Niederlassung SCM in Kanada, in British Columbia (Westküste), und die Eröffnung neuer Niederlassungen in Indien und der Türkei. Damit soll eine zunehmend direkte und flächendeckende Präsenz in allen strategischen Märkten gewährleistet werden.

Solidität, Internationalität, Innovation und Menschen: Dies sind die Werte, die den Konzern SCM in der Vergangenheit geprägt haben, und auch in Zukunft sein Fundament bilden werden.

SCM Group nimmt im Bereich der Technologien zur Verarbeitung verschiedenster Materialien und der industriellen Komponenten weltweit eine Führungsrolle ein. Die Gesellschaften des Konzerns sind auf globaler Ebene verlässliche Partner etablierter Unternehmen in den verschiedensten Branchen: von der Möbelindustrie bis zum Bauwesen, von der Automobilindustrie bis zur Luft- und Raumfahrt, vom Schiffsbau bis zur Kunststoffverarbeitung. SCM Group koordiniert, unterstützt und entwickelt ein industrielles Exzellenzcluster mit drei großen, hochspezialisierten Produktionszentren in Italien, mit einem Umsatz von über 750 Millionen Euro, über 4.000 Angestellten sowie einer direkten Präsenz auf allen fünf Kontinenten.

Pressebüro Italien

Alessandra Leardini – alessandra.lear dini@scmgroup.com Tel. +39 0541 700230 - Mobil +39 344 3483015.

Pressebüro Deutschland

Julia Gatto – jgatto@scmgroup.com Tel. +49 7022 9254-121 – Mobil +49152-06373045
Marketing and Communication Manager area DACH