

# dima

digitale maschinelle Fertigung

5 | 2021

Kleine Platte –  
großer Effekt (10)

## Jubiläum: 75 Jahre dima

Im Cyberspace der  
Verzahnungsindustrie

ab Seite 20

## Sonderteil Smart Factory

Mit digitalen Lösungen  
schneller, besser, nachhaltiger

ab Seite 39

## Blecbearbeitung

Integriertes Werkzeughandling  
vom Lager bis zur Presse

ab Seite 55

# Kundennähe und Entwicklungspower

Das 1941 von Emil Arnold gegründete Unternehmen ist ein innovativer Werkzeughersteller, der inzwischen in dritter und vierter Generation als Arno Werkzeuge Karl-Heinz Arnold von den Eigentümern geführt wird. Mit großer Fertigungstiefe, eigener Entwicklungskompetenz und globalen Vertriebsstrukturen entstehen hochmoderne und leistungsfähige Werkzeuge, die weltweit für die produktive Zerspanung beim Kurz- oder Langdrehen, Stechen, Drehen, Bohren oder Fräsen zum Einsatz kommen.



Arno Werkzeuge – Karl-Heinz Arnold: Mit dem Vertrieb von gelöteten Werkzeugen aus Hartmetall für das Drehen und mit der Vertretung von Tizit-Produkten in Süddeutschland Anfang der 70er Jahre entwickelt sich das junge Unternehmen gut.

„Was sich in der Zusammenfassung so sachlich nüchtern liest, ist bei genauer Betrachtung die unternehmerische Geschichte von zwei Familien und vier Generationen“, berichtet uns Josef Storf. Der 60-jährige Kaufmann ist Mitgesellschafter und einer der Geschäftsführer. „Und es ist die Geschichte eines Unternehmens, das sich stets auf qualitativ hochwertige Lösungen für seine Kunden besonnen hat, statt grenzenlos zu wachsen“, ergänzt Klaus-Michel Arnold, Enkel des Gründers und ebenso geschäftsführender Gesellschafter.

## Von Beginn an auf Qualität und Nischen gesetzt

Emil Arnold ist Meister bei Bosch, als er sich 1941, mitten in den Kriegswirren, mit einem Lehrenbau in Esslingen am Neckar selbstständig macht. Damit ist bereits im Unternehmenszweck die Qualität fester Bestandteil seiner Philosophie, schließlich müssen Lehren hochgenau sein. Fest steht damit auch, dass dies kein Massenmarkt ist. Um hier erfolgreich zu sein, muss Emil Arnold

seinen Kunden nah sein und auch genau zuhören, damit er mit seinen Produktlösungen erfolgreich ist. „Diese drei Faktoren – Qualität, Nischenmarkt und Kundennähe – gehören auch heute, 80 Jahre später, noch zu unserer DNA und sind die Basis für unseren Erfolg“, betont Simon Storf, der in der Geschäftsleitung das Marketing verantwortet. Seit Sommer 2021 verkörpert er, genauso wie Jacqueline Arnold als Ur-Enkelin des Firmengründers, die nächste Unternehmensgeneration.

## Unternehmensgene: Gründersohn wird ebenfalls Gründer

1965 wird Emil Arnold eine KG und erweitert den Unternehmenszweck auf die Herstellung von Spezialwerkzeugen und Vorrichtungen für Sondermaschinen. Dazu kommt die Serienfertigung von Spannwerkzeugen. Inzwischen hat Emils Sohn Karl-Heinz sich 1962 mit einem Handelsunternehmen ebenfalls selbstständig gemacht. Mit dem Vertrieb von gelöteten Werkzeugen aus Hartmetall für das Drehen und mit der Vertretung von Tizit-Produkten in Süddeutschland Anfang der 70er Jahre ent-

**>>Wir hören heraus, wo den Kunden der Schuh drückt<<**

wickelt sich das junge Unternehmen gut. Parallel entwickelt Karl-Heinz Arnold eigene Werkzeuge, z.B. zum Ein- und Abstechen, und schafft damit die



Mutiger Gründer: Emil Arnold macht sich mitten in den Kriegswirren 1941 mit einem Lehrenbau in Esslingen am Neckar selbstständig. Das ist die Keimzelle von Arno Werkzeuge.

Keimzelle der heutigen Firma, die als Arno Werkzeuge international bekannt und geschätzt ist. Die Eigenfertigung stellt sich später als ‚Glücksfall‘ heraus, denn als Tizit 1988 den Vertrieb ins eigene Haus zurückholt, werden Entwicklung, Herstellung und Vertrieb von Werkzeugen zum eigentlichen Firmenzweck.

## Eigene Produkte für anspruchsvolle Fertigungen

Jetzt kommt auch Josef Storf hinzu, der sich gemeinsam mit dem Gründerenkel Klaus-Michael Arnold immer stärker um die Entwicklung des Unternehmens kümmert. Mit dem Aufbau von Schleifkompetenzen und -kapazitäten gewinnt die Herstellung eigener Hartmetallwerkzeuge zunehmend an Profil. Als 1990 die ersten eigenen hochpositiven Wendeschneidplatten gefertigt werden, ist dies der Einstieg in ein Spezialgebiet für besonders anspruchsvolle Fertigungsaufgaben, bei denen Arno inzwischen die größte Programmvielfalt weltweit anbietet.

Damit gewinnt Arno höchst namhafte Unternehmen aus der Medizintechnik sowie der Aluminiumfelgen- und Getriebefertigung als Kunden. Hinzu kommen Premiumautohersteller und Firmen aus der Luft- und Raumfahrt. Die extrem scharfen Schneiden der hochpositiven Wendeschneidplat-

## ■ 80 Jahre Arno Werkzeuge

Ein Spezialgebiet der baden-württembergischen Werkzeugexperten sind geschliffene hochpositive Wendeschneidplatten für besonders anspruchsvolle Fertigungsaufgaben, bei denen Arno die weltweit größte Programmvielfalt anbietet. Der Anbieter aus Ostfildern feiert runde 80 Jahre und gratuliert dem Fachmagazin dima – digitale maschinelle Fertigung zum 75-jährigen Jubiläum.

ten zeichnen sich Ende der 90er insbesondere im Rennsport bei der Bearbeitung von Magnesiumfelgen aus. Mit dem Erfolg kommt auch die Internationalisierung. In den 2000er Jahren entstehen Niederlassungen in England, Italien, Russland und Singapur.

## Beratung und langfristige Partnerschaften anstreben

Und immer sind es die Menschen in Verbindung mit dem ‚Geist‘ im Unternehmen, die den Erfolg fortführen. „Dazu braucht Arno keine Verträge, sondern Menschen, die zu- und heraus hören, wo den Kunden der Schuh drückt“, betont Josef Storf. Entgegen des Trends vieler großer Wettbewerber leistet sich Arno Werkzeuge eine Vielzahl an Anwendungstechnikern im Außendienst und ist stets nah bei den Kunden. Dort werden nicht Produkte abgesetzt, sondern mit den Kunden die

Prozesse begutachtet und Werkzeugempfehlungen ausgesprochen, die auch die Prozesse verbessern. Das festigt Partnerschaften vor allem auch mit kleinen und mittleren Betrieben. „Wir wollten und wollen nie die Größten sein. Deshalb geht es bei uns in erster Linie nicht um Quartalszahlen, sondern um die beste Qualität und die langfristige Zusammenarbeit mit unseren Geschäftspartnern.“ Die Basis dafür sieht Klaus-Michel Arnold in besten Kundenlösungen: „Wir füllen mit unseren Innovationen seit jeher Nischen und Marktlücken, damit unsere Kunden in ihrer Fertigung rundum beste Lösungen haben. Dafür tüfteln wir, fördern Talente, besetzen Positionen nach Qualifikation, hören einander zu und arbeiten sachorientiert im Team.“ Und das jetzt schon seit 80 Jahren... fünf Jahre länger, als es die Fachzeitschrift dima gibt.

[www.arno.de](http://www.arno.de)



Arno Werkzeuge – vier Generationen, zwei Familien, ein Unternehmen: Geschäftsleitung (v.l.) Josef Storf, Klaus-Michael Arnold, Jacqueline Arnold (Ur-Enkelin des Gründers), Simon Storf.