

KATEGORIE INVESTITIONSGÜTER

MAHO.

MAHO AG.

Intelligente Werbung für intelligente Maschinen

DIE MARKETING-SITUATION

Das 1920 gegründete Unternehmen MAHO produziert seit 1970 ausschließlich Werkzeugmaschinen und führte 1976 als eines der ersten Unternehmen die NC-Technik auf breiter Basis ein. Seit 1981 produziert das Unternehmen ausschließlich CNC-gesteuerte Fräse- und Bohrmaschinen. Und zwar in Serie.

Durch die konsequente Weiterentwicklung der CNC-Technik und ständige Innovation in die Automatisierung der Maschinen konnte MAHO den Umsatz in den vergangenen Jahren deutlich steigern.

Das Unternehmen wuchs in eine Größenordnung und Verantwortung, die nach neuen Ausrichtungen der Marketingaktivitäten verlangte.

Weiteres Wachstum bedeutet für das Unternehmen aber auch, daß sich das Kundenpotential der Zukunft immer mehr um die Wirtschaftsent-scheider erweitern wird. Die Entscheidungen für Investitionsgüter werden dabei nicht mehr von Einzelpersonen, sondern immer mehr von Gremien getroffen. Also auch von Nicht-Technikern. Die Leistung und die Kompetenz des Unternehmens, die Fortschritte in

Technologie und Fertigung mußten deshalb über die technischen Zielgruppen hinaus, in qualifizierten Zielgruppen deutlich gemacht werden. Denn je teurer die Produkte werden, je höher die Investitionsentscheidung, um so wichtiger wird eine respektvolle Einschätzung des Unternehmens und seiner Leistungen bei allen an der Entscheidung Beteiligten.

Zusätzlich bereitete das Unternehmen die Börseneinführung vor. Durch den Gang an die Börse sollte eine ausreichende Kapitalstruktur für die zukünftige Entwicklung geschaffen werden. In dieser Situation wurde Anfang 1986 die Werbeagentur Hildmann, Simon, Rempen & Schmitz/SMS mit der werblichen Betreuung beauftragt.

DIE AUFGABE DER WERBUNG

Die Werbung für MAHO soll die wirtschaftliche und technologische Bedeutung des Unternehmens nicht nur in Fachkreisen, sondern - erstmals für einen Werkzeugmaschinenhersteller - auch in einer qualifizierten Öffentlichkeit bekannt machen. Zielgruppe hierfür sind die Entscheidungsträger und Meinungsbildner.

– Zum anderen soll sie Kunden und potentielle Kunden durch gezielte Produktargumentation ansprechen und so den Abverkauf wirksam unterstützen und Umsatz und Marktanteile steigern.

– Sie sollte darüber hinaus die Grundlage schaffen für eine erfolgreiche Börseneinführung. Durch die Ansprache der Finanz- und Börsenkreise und der zukünftigen Aktionäre.

DIE CREATIVE-UMSETZUNG

Die Werbung für Werkzeugmaschinen hatte bis dahin nur ein – wenig attraktives – Gesicht. Immer wieder wurden Maschinen in der Totalen oder im Detail gezeigt. Da Werkzeugmaschinen – funktionsbedingt – einander sehr ähnlich sind, war deshalb auch die Werbung, die nur Werkzeugmaschinen zeigt oder argumentiert, einander ähnlich, und damit austauschbar. Die Werbung für MAHO sollte anders sein als die der Anderen. Die Innovationsführerschaft des Unternehmens sollte auch in der Kommunikation beispielhaft dargestellt werden.

Es wurden deshalb Anzeigen gestaltet, die das Interesse lohnen, auch für diejenigen, die sich für ein Thema wie „Werkzeugmaschinen“ eigentlich gar nicht interessieren.

Mit Motiven, die die Leistungen des Unternehmens nicht nur präsentieren, sondern auch repräsentieren und die Chancen des werblichen Umfeldes nutzen.

Die in einer neuartigen, abstrakten, aber produktadäquaten Umsetzung die technischen Möglichkeiten der Maschinen und die Leistungsfähigkeit

des Unternehmens demonstrieren und attraktiv visualisieren.

DIE WERBE-STRATEGIE

Eine neue Strategie – ein Mix von Unternehmenswerbung mit Finanzwerbung und klassischer Investitionsgüterwerbung, in einem Auftritt.

Die unterschiedlichen Zielgruppen – qualifizierte Öffentlichkeit, Finanzmarkt sowie Kunden und potentielle Kunden – werden gezielt mit zielgruppenadäquaten Kampagnen angesprochen.

Die Unternehmenskampagne richtet sich dabei in erster Linie an die Entscheidungsträger und Meinungsbildner, mit doppelseitigen 4farbigen Anzeigenmotiven in öffentlichkeitswirksamen Titeln.

Die Finanzkampagne unterrichtet und informiert die Finanzkreise, die Aktionäre und potentiellen Aktionäre durch halbseitige schwarz/weiße Anzeigen in den aktuellen und reichweitenstarken Tageszeitungen.

Kunden und potentielle Kunden, die klassische Zielgruppe für Investitionsgüterwerbung, werden gleichzeitig durch die Produktkampagne in den Fachzeitschriften angesprochen.

Neu für MAHO und auch für die Branche ist dabei der durchgängige Werbeauftritt in allen Kampagnen und allen Medien. Motive aus der Unternehmenskampagne werden zum Beispiel auch in der Produktkampagne und in den Prospekten eingesetzt. Dieses einheitliche Erscheinungsbild setzt sich fort in alle Bereiche wie Broschüren, Prospekte, Direct-Mails, Videos, Messen und dem gesamten Schriftgut.

MAHO (SILBER-EFFIE 1989)

DIE VERBINDUNG IST HERGESTELLT.

Werkzeugmaschinen sind Werkzeuge für neue Entwicklungen. Je schneller, präziser und wirtschaftlicher sie also sind, desto besser. Denn besser für unsere Kunden.

So haben wir unsere Maschinen - gut wie zu warten - früher als andere mit dem Computer verbunden, weil wir CNC gesteuert sind und besser waren. Und wir haben sie so konstruiert, daß sie bezahlt werden können.

Und das geht für alles, was wir in den Jahren danach gemacht haben:

Für die CAD-Systeme, zum Einlesen von NC-Programmen und die CAD/CAM-Systeme, die auch die Konstruktion unterstützen.

Denn eine Lösung, die unzählbar ist, ist für uns noch nie eine Lösung gewesen, sie ist nämlich keine für unsere Kunden. Und das gilt heute noch, wie wir CAD/CAM und die Fertigung in einem Konzept verbunden haben. Denn MAHO-CNC Konzepte. Diese Verbindung ist unser erster Schritt auf dem Weg zum System-Werkzeug. Einer Werkzeuge, in der am Computer konstruiert wird. In der auch den Konstruktionstechniken - nach dem Rechen von anderen Designern - die Bearbeitungsprogramme per Computer erstellt und an die Maschine weitergegeben werden. Auf dem technischen Weg. Direkt. Denn alle Bauteile sind direkt miteinander verbunden und scheinen direkt zusammen.

Und es ist ein Schritt, der wir unser neueste Bauteile, in der Praxis anwendbar ist: Als individualisierte Lösungsmaschine, die den Aufgaben entsprechend aufgebaut und ausgerüstet werden kann. Der beste Beweis. Wir nutzen die CIMA-Bauteile in unserer eigenen Konstruktion und Fertigung.

So sind wir einen Schritt weitergekommen, der nicht so weit geht, als er unsere Kunden interessiert.

MAHO

MAHO Aktiengesellschaft
D-8962 Pfaffen

Anzeige Unternehmenskampagne

MAILAND, PARIS, SINGAPUR, COVENTRY, NAUGATUCK, PFRONTEN.

Es war 1973, als die erste numerisch gesteuerte MAHO-Fals- und Bohrmaschine im Pflaster des Licht der Welt erblickte. Sie war die Ausgangspunkt für den Weg in die moderne Fertigung.

Und um war nicht nur klar, daß sie wegbringen sollte, sondern auch war das wichtigste: Schon 1973 waren die MAHO-Maschinen mit dem neuen Werkzeug des Werkzeugmachers ausgestattet. Der Computer. Damit konnten wir als einer der ersten Hersteller in diesem Markt ein nationales Programm für die computergesteuerte Fertigung anbieten.

Und damit gingen wir einen Schritt weiter, der uns ein großes Stück weiterbrachte - der uns rund um die Welt führte.

So führen, führen und führen heute über 20.000 unserer Maschinen in mehr als 100 Ländern der Welt. Ganz nach Programm, per Computer. Weil das Kunden in ihre Welt leichter machen. So arbeiten wir in mehr als 50 Ländern der Welt mit Vertretungen. Weil wir rund um die Welt mit möglichst vielen Kunden in einer Sprache sprechen möchten. In ihrer Sprache. Und so haben wir in unseren Ländern, diese Märkte um am meisten fordern. Technisch, wirtschaftlich, die unseren Interessen. Es sind Vertrieb und Servicezentren, die sich sowohl um den Verkauf als auch um die Betreuung, die Schulung und den Kundendienst kümmern. In Mailand, Paris, Singapur, Coventry und Naugatuck. Und im nächsten Jahr auch im Jüdischen Bereich. Weil wir denken, daß Anforderungen, die erfüllt werden müssen, sind, die erfüllt werden müssen. In jeder Hinsicht. In jedem Bereich. Ob sie unsere Kunden in haben, in Frankfurt, in Südamerika, in Großbritannien, den USA oder in den Niederlanden sitzen. Oder hier in Deutschland.

Dafür sind wir da. Und deshalb sind wir da, wenn wir gebraucht werden. Und da, wo wir gebraucht werden. Wo in der Welt sie auch sitzen.

MAHO

MAHO Aktiengesellschaft
D-8962 Pfaffen

Anzeige Unternehmenskampagne

WEITER IM PROGRAMM.

© HANSEN, THIES, THIES & PARTNER AG



Eigentlich, sollte man meinen, sollten wir ja zufrieden sein mit dem, was wir bis heute erreicht haben.

Nun, wir sind es auch: Über 20.000 MAHO-Maschinen fräsen, bohren und drehen programmgemäß per Computer in aller Welt aus allen möglichen Werkstoffen alles Mögliche.

Und doch heißt das nicht, daß wir uns zufrieden geben. Denn über allen Zahlen steht für uns ein größeres Ziel. Es heißt: Angepaßte Automation. Und es bedeutet: Sicherheit. Die Sicherheit, genau die MAHO-Maschine zu bekommen, die sich als Investition am besten auszahlt. Deshalb haben wir ein ganzes Programm

von CNC-gesteuerten Universal-Fräs-, Bohr- und Drehmaschinen entwickelt, das sich aus ganz unterschiedlichen Baureihen zusammensetzt.

Deshalb ist jede Maschine jeder Baureihe abgestimmt auf besondere Aufgabenbereiche.

Und deshalb bieten wir auch ein umfassendes Programm zur Erweiterung der Möglich-

Anzeige Unternehmenskampagne



keiten einer jeder MAHO-Maschine. Das reicht vom Meß-taster bis hin zu Werkzeug-wechselsystemen, die es jeweils angepaßt für jede Baureihe gibt. Und das geht weiter:

Von 5 verschiedenen Arbeits-tischen für jede Aufgaben-stellung – ob einfaches Bohren oder Fräsen oder komplexe, simultane 5-Achsen Bearbei-

tung. Über den Bereich Steue-rungen, der bei uns von Positio-nier- und Streckensteuerungen bis zu universell einsetzbaren Bildschirm-Bahnsteuerungen alle Möglichkeiten einschließt, bis zum eigentlichen Program-mieren: Dafür haben wir ent-sprechende CAD-/CAM-Bau-steine im Programm.

Und es werden – schließlich

wollen wir mit unseren Ma-schinen immer mehr Probleme lösen, die früher nur Spezial-maschinen lösen konnten – wohl noch mehr werden. Mehr Systeme und mehr Optionen: für mehr Möglich-keiten.

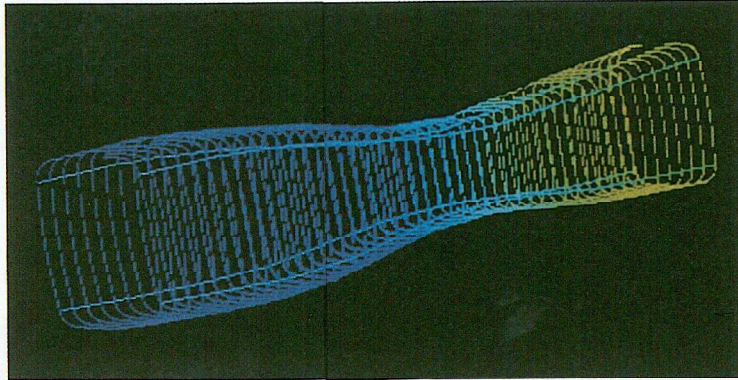
Denn von denen kann man wirklich nicht genug haben. Also: Weiter im Programm.

MAHO

MAHO Aktiengesellschaft
D-8962 Pfrenten

KATEGORIE INVESTITIONSGÜTER

FÜR DIE FORMEN DER DINGE,
DIE KOMMEN.



© 1987 MAHO

Es scheint sich ab, daß
semerger ein wertiger, funk-
tioneller und überraschender
Und daß sie schneller kom-
men, als es bis vor einiger Zeit
noch möglich schien.

Nicht weil Designer und
Konstruktoren plötzlich mit
Phantasie und Erfindungs-
gabe hantieren. Sondern weil
diese heute ganz andere Mög-

lichkeiten geboten werden.
Denn hier sind Wirklichkeit,
Konstruktion und Fertigung
hinter sich auf eine Sprache
verständigt, die das Arbeiten
vollständig macht. Die
Sprache des Computers.

Phase Eins: Selbst, wie eine
Form sich entwickelt.
Mit einem CAD/CAM-
System von MAHO zum Bei-

spiel lassen sich nicht nur
einfache Teile, sondern auch
komplexe Formen konstru-
ieren. Die Konstruktion ist nicht
nur auf einem Bildschirm. Des-
wegen ist es auf Wunsch
auch in allen Perspektiven. Die
Berechnungen werden selbst
die besten, die es derzeit gibt.

Phase Zwei: Das Program-
mieren der Werkzeugmaschine.

Die Genauigkeit einer
computerregulierten Werk-
zeugmaschine läßt sich mit
dem CAM/CNC-System von
MAHO ganz einfach beherr-
schen.

Die Geometrie-Daten
der Konstruktion werden
übernommen in ein Arbeits-
programm, das anschließend
die Maschine steuert.

Phase Drei: Füllen und
Bohren. Alles, was zuvor be-
dacht, berechnet, konstruiert
und programmiert wurde, näm-
lich eine unanschauliche Form
an Gießerei und Fräs- und
Bohrmaschinen, die bei
MAHO inzwischen vorhan-
den ist, daß man sie präzi-
sionell für die Serie und für
Einschleife einsetzen kann.

Das ganze System des
computerregulierten Kon-
struierens und Fertigen
hat natürlich große, unerschüt-
telte Vorteile.

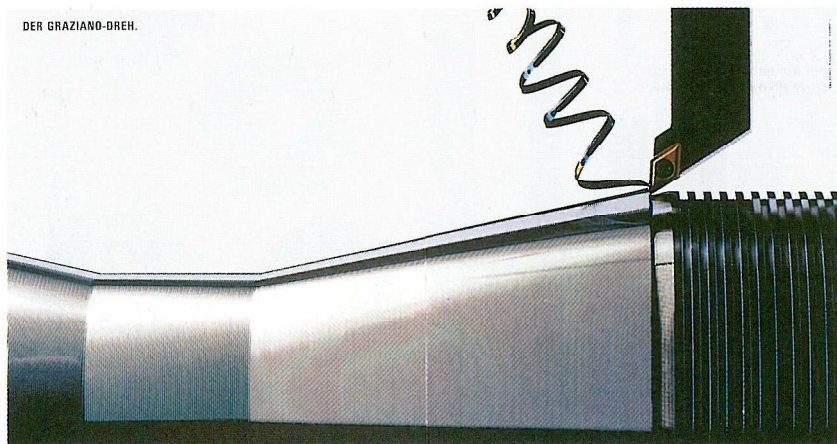
Es kommt aber auch der
verständlichen Umgehung von
Kosten hinzu, die man sich
in der Situation schon, etwas
Neues eröffnen zu müssen.
Und zwar als Erst-

MAHO

MAHO Aktiengesellschaft
D 8962 Pfetten

Anzeige Unternehmenskampagne

DER GRAZIANO-DREH.



© 1987 MAHO

Ein paar tausend Jahren
Jahr hat einer der weltwei-
ten Hersteller von
computerregulierten Umver-
saler Fräs- und Bohrmaschinen
Produkte, Modernität und
Know-how eines führenden
italienischen Herstellers von
Drehmaschinen übernom-
men.

Nennen wir die Sache beim
Namen: Die MAHO Aktien-
gesellschaft. Pfetten, wurde
GRAZIANO SPA, Brescia.

In der Unternehmens-
MAHO GRAZIANO ent-
stehen. Ein perfekter Dreh,
eine große Sache.

Nicht nur weil MAHO
sich bei seinen 2000 Fräsen
und Böhrern - als weitere

Fertigungstechnologie des
Drehens anschließen hat und
so zum Anbieter in den drei
verschiedenen Bereichen der
Fertigung wird.

Nicht nur weil der best-
raum im Markt der CNC-
getriebenen Fräs-, Bohr- und
Drehmaschinen ganz genau
in, genau zu stehen.

Sondern vor allem deshalb,

weil auch und gerade in
diesem Markt die Anforderun-
gen prüfen geworden sind.
Anforderungen, die erfüllt
werden wollen. In Deutsch-
land, in Italien, in ganz
Europa. Und außerhalb
Europas.

Anforderungen, die erfüllt
werden müssen. In ganz Europa,
in jedem Fertigungsbereich.

Denn zu den GRAZIANO-
Drehen kommen nun der MAHO-
System-Gedanke.

Das Ergebnis liegt auf der
Hand: MAHO GRAZIANO
produziert, als ein junger und
ganz neuer Programm, wenn
es sich um Drehen dreht.

Abgesehen von anderen Be-
reichen, die jeweils besondere

Schwermereien, besonders
Anforderungen und beson-
dere Optionen für eine
optimale Auslastung und
-nutzung haben.

Und wenn man nun
von neuen Fertigungstechni-
ken weiß, ist, was einen Dreh
eine Bewegung zu machen.
Eine Bewegung, die den
Markt bewegt. New bewegt.

MAHO

MAHO Aktiengesellschaft
D 8962 Pfetten

Anzeige Unternehmenskampagne

MAHO (SILBER-EFFIE 1989)

WAS NEUE IDEEN BEWEGEN KÖNNEN.



Bohrer und Fräser, Werkzeuge mit strengen Produktsicherheitsanforderungen. Ihren Werkzeugmaschinen und Werkzeugen hat man die Entwicklungen: Technische und wirtschaftliche.

Aber der Computer ist eine in der Werkstatt gefordert hat, ist die Zukunft der Werkzeugmaschinen hat sein eigenes Leben.

Heute per Programmieren lassen

und beiden MABO-Maschinen produziert als das am komfortabelsten Maschinennetz in Handhabungsmöglichkeit.

Schon 1977, trat als viele andere, hatten wir alle unsere Maschinen mit dem neuen Maschinennetz des Werkzeugmaschinenbauers, dem Computer, ausgetauscht.

Das hat uns sehr viel gebracht. Es hat sich sehr gut gezeigt, dass dies ein sehr wichtiger Punkt ist.

es bei uns sehr gefragt. Allein am 15.3. hat 1986 schon über 1,7 Millionen von uns und 800 Millionen DM.

Interessanterweise werden auch in den nächsten Jahren die Investitionen in die Stahlindustrie in Deutschland nicht sinken, sondern eher zunehmen. Das liegt daran, dass die Stahlindustrie in Deutschland sehr flexibel ist und sich sehr schnell an neue Produkte anpassen kann. So werden in den nächsten Jahren auch viele neue Produkte aus Stahl, Metall und Kunststoffen entwickelt werden. Und das ist ein sehr gutes Zeichen für die Zukunft der Stahlindustrie in Deutschland.

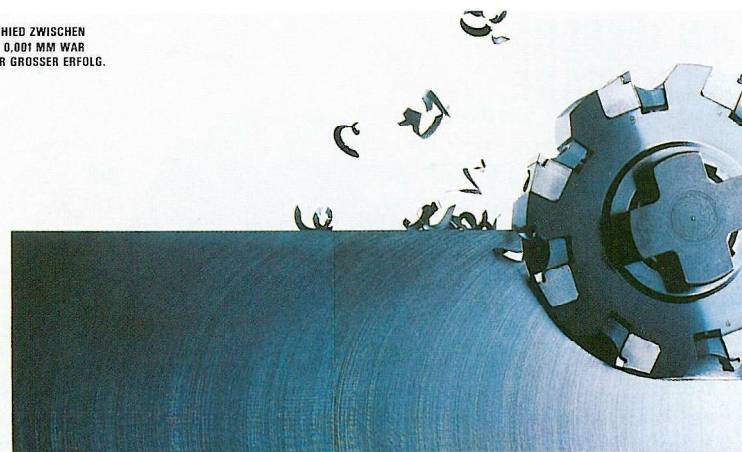
[illegible][illegible]

MAHO

[illegible]

Anzeige Unternehmenskampagne

**DER UNTERSCHIED ZWISCHEN
0,01 MM UND 0,001 MM WAR
UNSER ERSTER GROSSER ERFOLG.**



Sie hatte eine Steuergewau-
kung von bis zu 0,001 mm (im
Gegensatz zur 0,01 mm einer

konventionellen Maschine), und unsere Kunden ziehen sich in der Lage, wesentlich präziser, vielseitiger und erfolgreicher zu arbeiten.

Es zeigt sich aber auch: Wer anderen hilft, Erfolg zu haben. Nicht zuletzt Erfolg.

Denn heute gehört MAHO zu den größten und wichtigsten Unternehmen der Branche.

Innerhalb eines Jahres

stieg unsere Gesamtleistung um mehr als das Fünftache. Von 60 Millionen im Geschäftsjahr 1975/76 auf 320 Millionen im Geschäftsjahr 1985/86. Für das laufende Jahr planen wir 400 Millionen DM.

Wie haben wir das geschafft?

derzeit, komplexes Programm. Mit Maschinen für weniger als 100.000 Mark bis zu Maschinenparks, die eigenständig operie-

Wie verkaufen Sie Systeme, die bei der Konstruktion helfen (CAD) und Systeme, die die Fertigung organisieren (CAM)?

Unsere Umsätze erzielen wir zu fast gleichen Teilen aus den USA und Ausland. Und weltweit beherrscht die MAHO-Gruppe rund 1650 Mitarbeiter.

Wie investieren über 25 Mrd.

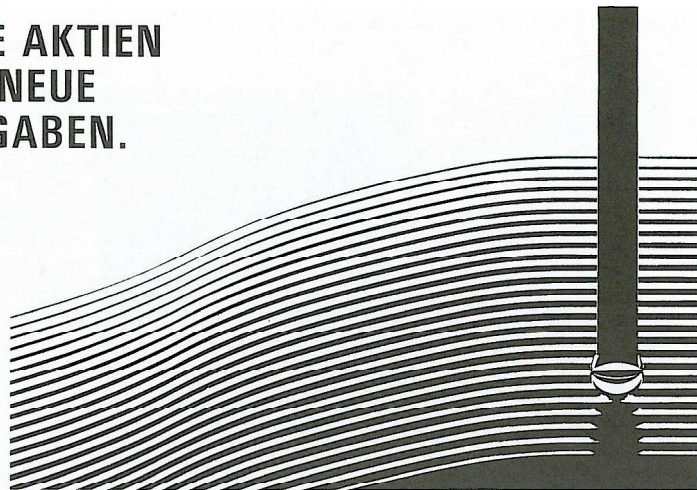
Wenn Sie mehr über uns und den Unterschied zwischen 0,01 mm und 0,001 mm wissen möchten, schreiben Sie uns:

MAHO

SEALFO Alabergesellschaft
D-4962 Flämingen

Anzeige Unternehmenskampagne

NEUE AKTIEN FÜR NEUE AUFGABEN.



MAHO

Für die 1989. Unter Einsatz von 10 Millionen DM und 10 Millionen DM für die MAHO-Gruppe.

in reich gestiegenen Maß das zu sein, was uns in einem der größten Unternehmen der Branche gemacht hat. Zu erreichen in neue Produkte, aber neue Maschinen und UMD-UM-Systeme. In den Verkauf und Ausland. Zum Beispiel in vier neue technische und Verkaufszentren, die unsere Internationalität auf insgesamt 10 Prozent haben werden.

Leben in neue Technologien wie das Design, das wir uns mit der MAHO-GRUPPE SP-Systeme haben. So ist der Umsatz in der MAHO-Gruppe von heute 100 Millionen DM pro Jahr. So haben wir mit einem Umsatz von 200 Millionen DM in der ersten Hälfte dieses Geschäftsjahres das erste Quartal erreicht und gleich-

zeitig unseren Kapitalgehalt verdoppelt. Und damit es zu wesentlichen Vorteilen für die MAHO-Gruppe führt. So ist der Umsatz in der MAHO-Gruppe von heute 100 Millionen DM pro Jahr. So haben wir mit einem Umsatz von 200 Millionen DM in der ersten Hälfte dieses Geschäftsjahres das erste Quartal erreicht und gleich-

zeitig unseren Kapitalgehalt verdoppelt. Und damit es zu wesentlichen Vorteilen für die MAHO-Gruppe führt. So ist der Umsatz in der MAHO-Gruppe von heute 100 Millionen DM pro Jahr. So haben wir mit einem Umsatz von 200 Millionen DM in der ersten Hälfte dieses Geschäftsjahres das erste Quartal erreicht und gleich-

Wird dies die Kapitalstruktur - oft, nicht Spielraum gibt. Und damit die MAHO-Gruppe, die eine stabile Kommunikation hat und die Öffnung des UMD-Systems, müssen mindestens 10 Prozent betragen. Durch neue Investitionen in neue Ideen für die neuen Aufgaben, die mit uns gemacht sind.

MAHO AG, Gesellschaft für
Dreh- und Fräsmaschinen

Firmenanzeige

DIE MEDIA-STRATEGIE

Die neue Werbe-Strategie wird unterstützt durch eine entsprechende Media-Strategie.

Ebenfalls neu für die Werkzeugmaschinenbranche ist der Einsatz von meinungsbildenden Magazinen und Tageszeitungen. Bisher wurde fast ausschließlich in Fachzeitschriften geworben.

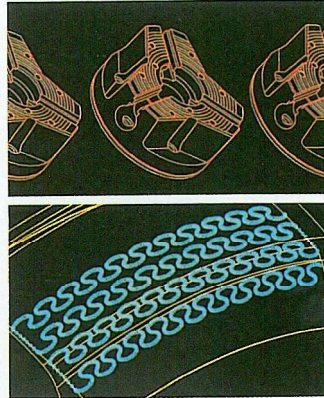
Basiswerbeträger für die Unternehmens-Kampagne ist der „Spiegel“. Aufgrund seiner Leistungswerte in der Zielgruppe (lt. LAE 85 und 88) und seinem hohen Maß an Öffentlichkeit. Ergänzt wird der „Spiegel“ durch zielgruppenaffine Titel wie „Manager-Magazin“, „High-Tech“, „Industriemagazin“ und „VDI-Nachrichten“.

Für die Finanzkampagne wurden die überregionalen Tageszeitungen FAZ, Süddeutsche Zeitung, Handelsblatt und Welt eingesetzt.

Um für die Produktkampagne einen aufmerksamkeitsstarken Auftritt in den zahlreichen Fachzeitschriften zu gewährleisten, wurden 4-8seitige Beihefter, z. T. mit eingeklebtem Booklet, gewählt. Diese Form der Produktwerbung fällt in den von Anzeigen durchsetzten Fachtiteln sofort auf und ermöglicht bei vergleichbaren Kosten eine wesentlich umfangreichere und ausführlichere Informationsdarstellung. Zusätzlich können diese Beihefter auch als Direct-Mail und als „Kurz-Broschüre“ eingesetzt werden.

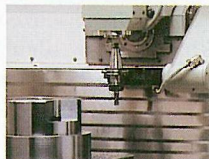
KATEGORIE INVESTITIONSGÜTER

ZWEI AUFGABEN. EINE LOSUNG.
DIE S-BAUREIHE.



MAHO
AKTIENGESELLSCHAFT

AUFGABE EINS:
WIE KOMMT DIE SERIE
SCHNELLER AUF LAUFEN?



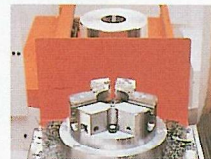
Nicht anders kann man es
sagen: Die S-Baureihe ist ein
Produkt, das sich in der
Welt der Maschinen auszeichnet.

Die Welt ist klein, und die
Maschinen sind groß. Die
Maschinen sind groß, und
die Welt ist klein.

Die Welt ist klein, und die
Maschinen sind groß. Die
Maschinen sind groß, und
die Welt ist klein.

Die Welt ist klein, und die
Maschinen sind groß. Die
Maschinen sind groß, und
die Welt ist klein.

Die Welt ist klein, und die
Maschinen sind groß. Die
Maschinen sind groß, und
die Welt ist klein.



Nicht anders kann man es
sagen: Die S-Baureihe ist ein
Produkt, das sich in der
Welt der Maschinen auszeichnet.

Die Welt ist klein, und die
Maschinen sind groß. Die
Maschinen sind groß, und
die Welt ist klein.

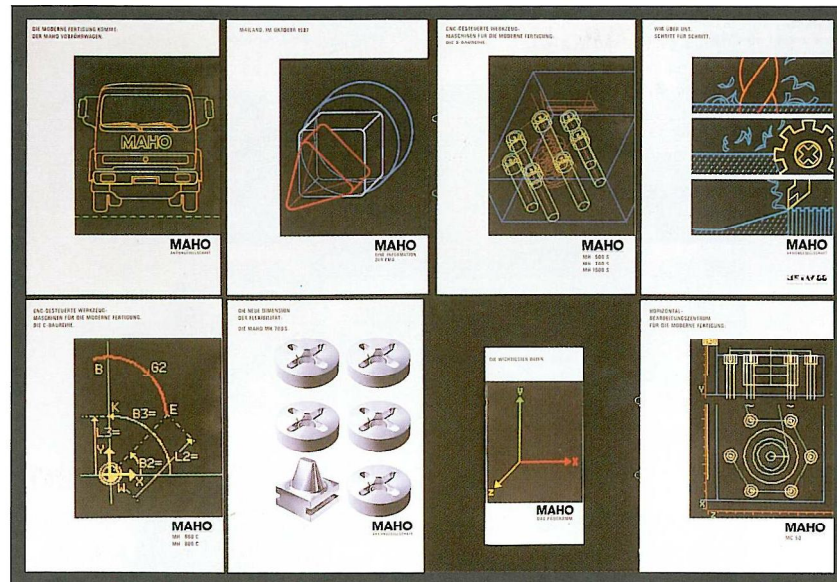
Die Welt ist klein, und die
Maschinen sind groß. Die
Maschinen sind groß, und
die Welt ist klein.

Die Welt ist klein, und die
Maschinen sind groß. Die
Maschinen sind groß, und
die Welt ist klein.

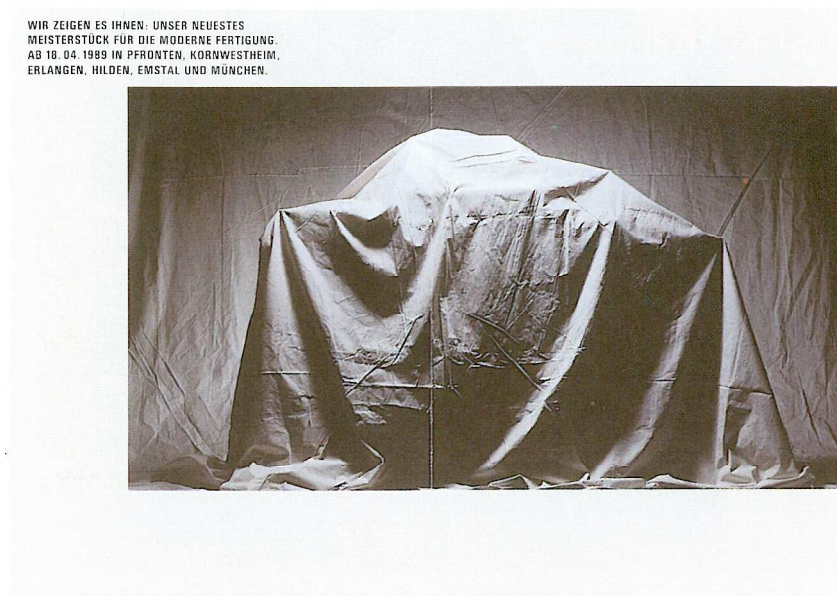
Die Welt ist klein, und die
Maschinen sind groß. Die
Maschinen sind groß, und
die Welt ist klein.

Titel, Ausklappseiten und Rückseite eines Beihefters

KATEGORIE INVESTITIONSGÜTER



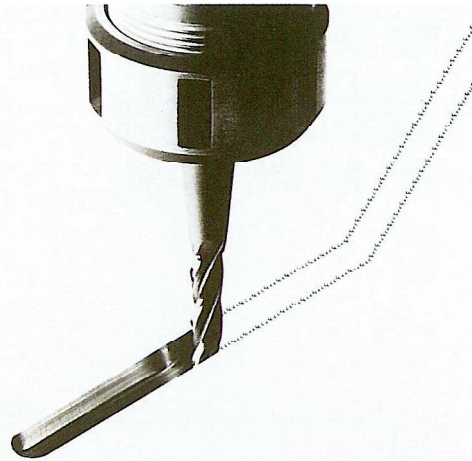
Titelseiten verschiedener Prospekte



Doppelseite eines Prospekts

MAHO (SILBER-EFFIE 1989)

DIE MAHO-AKTIE UND IHR ZIEL.



Nur Wege zu gehen, wenn die Zukunft es erfordert, ist für MAHO nachweisbar. 1979 lieferten wir die ersten Fräsmaschinen, die die Welt einer 3D-Steuerung auf dem Markt brachte. Heute haben wir nach wie vor die besten Fräsmaschinen. Heute nicht mehr, heute.

Heute sind wir, wie immer, weltweit die besten Fräsmaschinen.

und kein MAHO-Beschäftigter würde es anders sehen. Die 1979er Fräsmaschine ist heute noch in der Welt. Und die MAHO-Maschinen sind heute noch in der Welt. Und die MAHO-Maschinen sind heute noch in der Welt.

den größten und wichtigsten Unternehmen der Branche und nicht zuletzt auch in der Welt. Und die MAHO-Maschinen sind heute noch in der Welt. Und die MAHO-Maschinen sind heute noch in der Welt.

4,57 Millionen Mark. Neben der Fräsmaschine ist MAHO heute auch in der Welt. Und die MAHO-Maschinen sind heute noch in der Welt. Und die MAHO-Maschinen sind heute noch in der Welt.

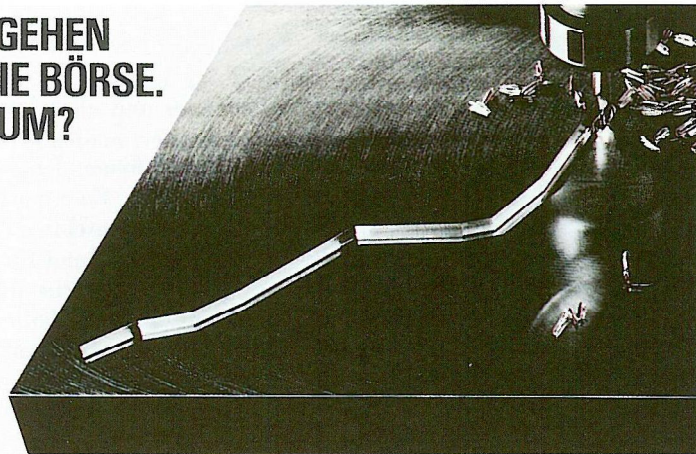
Die MAHO-Maschinen sind heute noch in der Welt. Und die MAHO-Maschinen sind heute noch in der Welt. Und die MAHO-Maschinen sind heute noch in der Welt.

MAHO

MAHO Aktiengesellschaft
D-8962 Pfronten

Anzeige Börseneinführungskampagne

WIR GEHEN AN DIE BÖRSE. WARUM?



Der Markt, in dem wir arbeiten, besteht in jedem Industrie- und in jedem Handwerk, und er hat eine klare Richtung für die Zukunft.

Es ist der Markt der Werkzeugmaschinen, einschließlich der Fräsmaschinen.

Computer Aided Design (CAD) und Computer Numerical Control (CNC) sind heute die wichtigsten Technologien der Branche. Und die MAHO-Maschinen sind heute noch in der Welt.

140 Millionen Mark. Für die laufende Geschäftsjahre und 400 Millionen Mark geplant. MAHO gehört inzwischen zu den größten und wichtigsten Unternehmen der Branche. Und die MAHO-Maschinen sind heute noch in der Welt.

Im Geschäftsjahr 1988 betrug der absolute Jahresüberschuss 11,3 Millionen Mark. Neben der Fräsmaschine ist MAHO heute auch in der Welt. Und die MAHO-Maschinen sind heute noch in der Welt.

Die MAHO-Maschinen sind heute noch in der Welt. Und die MAHO-Maschinen sind heute noch in der Welt. Und die MAHO-Maschinen sind heute noch in der Welt.

MAHO

MAHO Aktiengesellschaft
D-8962 Pfronten

Anzeige Börseneinführungskampagne

EINE DER ERFOLGREICHSTEN KOMBINATIONEN GEHT AN DIE BÖRSE.



Absicht man Eins und Zehn, ergibt die Zwei.

Kombiert man aber Eins und Eins und ergibt dabei doch beide Einsen und schenken zusammenkommen, dann ergibt das Ganze wieder das Ganze.

Ein Vielfaches an Leistung zu erreichen durch die Kombination von MAHO-Markenzugmaschinen und MAHO-Computersteuerung. Eine hohe

deuten kann gekannten Einheit an Qualität und Flexibilität, die weiter hinaus fort die Produktivität hebt.

Die Vorteile der computer-gesteuerten Markenzugmaschinen zeigen darin, daß sich die Produktion der Anhänger verschärfen.

In den letzten zehn Jahren wurde eine Leistungssteigerung um Millionen auf 400 Millionen Mark.

Für die landwirtschaftliche Produktion sind 400 Millionen Mark geplant.

MAHO gehört inzwischen zu den größten und wichtigsten Unternehmen der Branche und nicht zuletzt auch zu den innovativsten.

Unser Umsatz stieg in den letzten fünf Jahren um 100 Prozent, mit Rekordgewinnen.

Im Geschäftsjahr 1989 betrug die durchschnittliche Jahresumsatz 1178 Millionen Mark (Vergleich zum Vorgänger 637 Millionen Mark).

Verkauft werden heute die MAHO Group, rund 3000 MA absetzen.

Im vergangenen Jahr 20 Millionen Mark, über 1000 Pkw und 1000 Lkw. Der Umsatz stieg um 100 Prozent vom Umsatz.

Für die Umsetzung dieser Ideen und Projekte gibt es ein Ziel: Die MAHO Group.

Wir wollen die Chancen der Weltmarken-Schönheit haben und die größte Leistungssteigerung auf der Welt der Maschinen, die es gibt. Durch Zugmaschinen.

Wenn Sie mehr über uns wissen wollen, schreiben Sie uns:

MAHO

MAHO Maschinenbau AG
D-8962 Pfetten

Anzeige Börseneinführungskampagne

DIE ERGEBNISSE

Der Umsatz des Unternehmens stieg weiterhin überproportional von 255 Mio. DM (1984/85) auf 520 Mio. DM (1988/89). Für das laufende Geschäftsjahr (1. 7. 1989 bis 30. 6. 1990) werden sogar über 600 Mio. DM erwartet.

Der Marktanteil bei CNC-Fräs- und Bohrmaschinen in der Bundesrepublik wurde kontinuierlich ausgebaut. Allein im vergangenen Jahr stieg er von 38 auf 43 %. MAHO ist damit nun Marktführer in diesem Markt.

Alle Aktien bei der Börseneinführung 1986 wurden am Emissionstag platziert. Die Aktien wurden zu einem Kurs von 325,- DM ausgegeben, die erste Notierung erfolgte mit 365,- DM.

Im Frühjahr 1989 wurde eine Kapitalerhöhung durchgeführt, die ebenfalls reibungslos und ohne Kursabschwächung placiert werden konnte.

MAHO ist heute nicht nur Markt-, sondern auch Meinungsführer bei CNC-Werkzeugmaschinen. Die konsequent eingesetzte und für die Werkzeugmaschinenbranche neue Strategie sorgte für ein hohes Maß an Öffentlichkeit und für eine hohe Einschätzung des Unternehmens – dabei wird das Mediabudget von Außenstehenden häufig überschätzt.

MAHO besitzt bereits heute ein durchgängiges Erscheinungsbild, wie es nur wenige Großkonzerne haben.

Die MAHO-Werbung wird in Fachkreisen als wegweisend für Investitionsgüterwerbung angesehen.

Diese Unternehmenskampagne wurde vom Jahrbuch der Werbung als „Kampagne des Jahres 1987“ für Investitionsgüter ausgezeichnet.

Der erste Geschäftsbericht des Unternehmens vom Industriemagazin

als bester in der Kategorie „Börsenneulinge“. Und natürlich diese neue Auszeichnung: „Effiziente Werbung für Investitionsgüter“, verliehen von dem GWA.