

- 007 Vorwort  
**Qualität aus Tradition – 150 Jahre Aerzen**
- 008 **Gründerjahre in Aerzen**  
1864 – 1907  
Wie alles begann 12  
Blick über den Tellerrand 13  
Aufbruchsstimmung 16  
Auf Erfolgskurs 19  
Das »System Aerzen« setzt sich durch 20  
Neue Märkte erschließen 24  
Standortsicherung durch  
Eisenbahnanbindung 25  
Soziale Firmenpolitik 27  
Das Ende einer Ära 29
- 030 **Spezialist für Drehkolbenmaschinen**  
1907 – 1938  
Mit Entstaubungsanlagen und Turbogebläsen  
auf Wachstumskurs 34  
Investitionen im Ersten Weltkrieg 38  
Zwischen Krieg und Hyperinflation 40  
Schwere Zeiten 41  
In der Krise 43  
Spezialisierung und Konsolidierung 46  
Wirtschaft im NS-Staat 51  
Am Vorabend des Zweiten Weltkriegs 52
- 054 **Innovationen und Investitionen**  
1939 – 1960  
Arbeiten im Zweiten Weltkrieg 58  
Entwicklung des Schraubenverdichters 60  
Die letzten Kriegsjahre 63  
Besatzung und drohende Demontage 64  
Im »Wirtschaftswunderland« 67  
Mitarbeiterbindung 72  
Ein erfolgreiches Jahr 75  
Ein harter Schlag 78
- 080 **Verstärkte Internationalisierung**  
1960 – 2000  
Standortausbau 84  
»Technik – Geist, Größe und Maß« –  
das 100-jährige Firmenjubiläum 1964 86  
Hasso Heller wird Geschäftsführer 88  
Wachsende internationale Vernetzung 91  
Neue Kundenkreise 92  
Partnerschaftliche Führungsstrukturen 93  
Auf Expansionskurs 94  
Ausbau der Technologieführerschaft 95  
In der ganzen Welt zu Hause 102  
Weitere Rekorde 103  
Vorsprung durch Qualität 105  
Neue Baureihen 107  
Generationswechsel 110
- 112 **Wachstum mit System: »Expect Performance«**  
2000 – 2014  
Neue Führung in Zeiten der Krise 116  
Investitionen in den Standort Aerzen 118  
»Arbeitgebermarke Aerzener Maschinenfabrik« 124  
Weltweit im Dialog mit den Kunden 128  
Aerzen Turbo in Südkorea –  
erster Fertigungsstandort im Ausland 130  
Ausbau des After Sales Service 131  
Der Umwelt zuliebe 132  
Überzeugen durch Leistung – Verdichter,  
Gebläse und Turbos 135  
Gemeinsam stark 146  
»Vision 2020« – Herausforderungen für  
die Zukunft 148  
AERZEN im Aufbruch – eine Marke schärft  
ihr Profil 152
- 157 In- und Auslandsvertretungen  
160 Quellen und Literatur  
160 Bildnachweise