

„Interessant sind die Geschichten hinter den Zahlen!“

Andreas Walter im Gespräch mit Magnus Becker, Finanzchef des Batterieproduzenten HAWKER GmbH (ehem. VARTA), über das Schaffen von Werten, einem beispielhaften Mitarbeiterprogramm und die Bedeutung von Zahlen.

Walter

Herr Becker, kennen Sie das Lieblingsbuch von Jeff Bezos, dem Gründer von amazon.com?

Becker:

Nein.

Walter

Es heißt „Built to last“ und handelt von der Notwendigkeit, langfristig zu denken. Als Bezos das vor knapp zehn Jahren in einem Interview gesagt haben soll, war das wohl vor allem eine vertrauensbildende Maßnahme gegenüber den Aktionären. Denn langfristiges Denken und Engagement verband man nicht unbedingt mit Firmen der new economy.

Becker

Da haben Sie sicher Recht. Wobei Jeff Bezos offensichtlich vieles richtig gemacht hat und tatsächlich langfristig gedacht hat. Trotz des enormen Drucks der Shareholder hat er langfristig Werte geschaffen.

Walter

Nun ist HAWKER, hervorgegangen aus der Traditionsmarke VARTA, nahezu das genaue Gegenteil von Amazon: old economy, bodenständig, lange Tradition, Produktion von Industriebatterien und ansässig im Sauerland, statt an der amerikanischen Westküste. Dennoch haben Sie eine lange Restrukturierung hinter sich und gehören nun zum amerikanischen Enersys-Konzern, der klare betriebswirtschaftliche Erwartungen hat. Kann man da langfristig Werte schaffen? Geht es nicht in erster Linie darum Batterien zu produzieren und profitabel zu verkaufen, damit die Zahlen stimmen?

Becker:

Richtig ist, dass sich bei uns im Tagesgeschäft alles um die Batterien dreht. Wir produzieren Batterien, wir verkaufen Batterien und wir beraten unsere Kunden dabei, Batterien optimal und effizient einzusetzen. So weit, so gut. Doch das machen andere auch. Die eigentliche Frage ist vielmehr, warum die Kunden ausgerechnet zu uns kommen sollen, warum wir das entscheidende Stück besser sind.

Walter:

Und wie lautet die Antwort?

Becker

Weil wir langfristig denken. Wir wissen, dass wir hinsichtlich der Qualität und der Langlebigkeit unserer Produkte führend sind. Gleiches gilt auch für die Geschwindigkeit und Flexibilität, die wir gegenüber unseren Kunden und deren Wünschen zeigen. Das wiederum ist Voraussetzung für ein gutes Betriebsergebnis.

Walter:

„Werte schaffen“ also lediglich als anderer Ausdruck für ein gutes Betriebsergebnis?

Becker:

Nein. Das ist zu wenig. Werte schafft man nur langfristig. Das braucht Zeit. Zum Beispiel durch ein kontinuierlich stabiles Wachstum, durch die Sicherung der Qualität der Mitarbeiter und deren Förderung, durch geringe Fluktuation, ein stabiles Image im Markt oder Aufbau einer verlässlichen Partnerschaft zu Kunden und Lieferanten – um nur die wichtigsten Punkte zu nennen.

Walter:

Sind das nicht Werte, die nur dem Unternehmen nutzen? Was haben die Mitarbeiter davon?

Becker:

Die Frage ist falsch. Denn das können Sie keinesfalls trennen. Nur wenn es dem Unternehmen gut geht, geht es auch den Mitarbeitern gut. Und nur, wenn die Mitarbeiter motiviert und gut sind, kann es dem Unternehmen gut gehen. Diese Kausalität braucht es schon, damit für beide Seiten Werte entstehen. Ein Wert für die Mitarbeiter ist beispielsweise, dass sie bei dem Marktführer arbeiten, hinter dem ein finanzstarker und gesunder Konzern steht. Das ist nicht die schlechteste Referenz. Zudem bieten wir bei Hawker durch das „powered by hawker!“-Programm jedem Mitarbeiter die Möglichkeit, sich beruflich und auch persönlich weiterzuentwickeln. So entsteht individueller Mehrwert für jeden Einzelnen, den jeder für sich nutzen kann.

Walter:

Was steckt genau hinter „powered by hawker!“?

Becker:

„powered by hawker!“ ist Unternehmensphilosophie, Kommunikationsplattform und Mobilisierungsprogramm in einem. So haben wir all das, was wir unseren Mitarbeitern anbieten, unter dieses Dach gestellt: Von der betrieblichen Altersversorgung, über Sportangebote, Workshops zu unseren Unternehmenszielen bis hin zu Weiterbildungsmaßnahmen. Kerngedanke ist, dass wir jedem Mitarbeiter etwas anbieten, was ihn natürlich in Bezug auf seinen Job weiterbringt, was ihm aber auch über seine Tätigkeit bei uns hinaus hilft. Für den kraftvollen „powered by...“ – Claim haben wir uns entschieden, damit es auch intern eine Sichtbarkeit hat.

Walter:

In seiner Breite und auch Tiefe ist solch ein Programm in der Tat ungewöhnlich. Somit ist „powered by hawker!“ eine Initiative, die beiden Seiten nutzt?

Becker

Richtig. „powered by hawker!“ ist eine Investition, die wir bewusst tätigen. Schließlich wollen wir die Qualität unserer Mitarbeiter fördern, um unseren Vorsprung gegenüber dem Wettbewerb zu halten und auszubauen. An den schwierigen Rahmenbedingungen können wir nun mal nichts ändern – denn wir sind stark abhängig vom explodierenden Bleipreis. Was wir aber sehr wohl können ist, gezielt in unser wichtigstes Kapital zu investieren – in unsere Mitarbeiter. Und da schließt sich der Kreis wieder.

Walter:

Nun ist das Interview fast beendet und wir haben kaum über Zahlen gesprochen. Und das mit einem Mann der Zahlen.

Becker:

Das ist doch gut. Die Geschichten hinter den Zahlen sind doch das eigentlich Interessante!

Walter:

Ich danke Ihnen für das Gespräch.