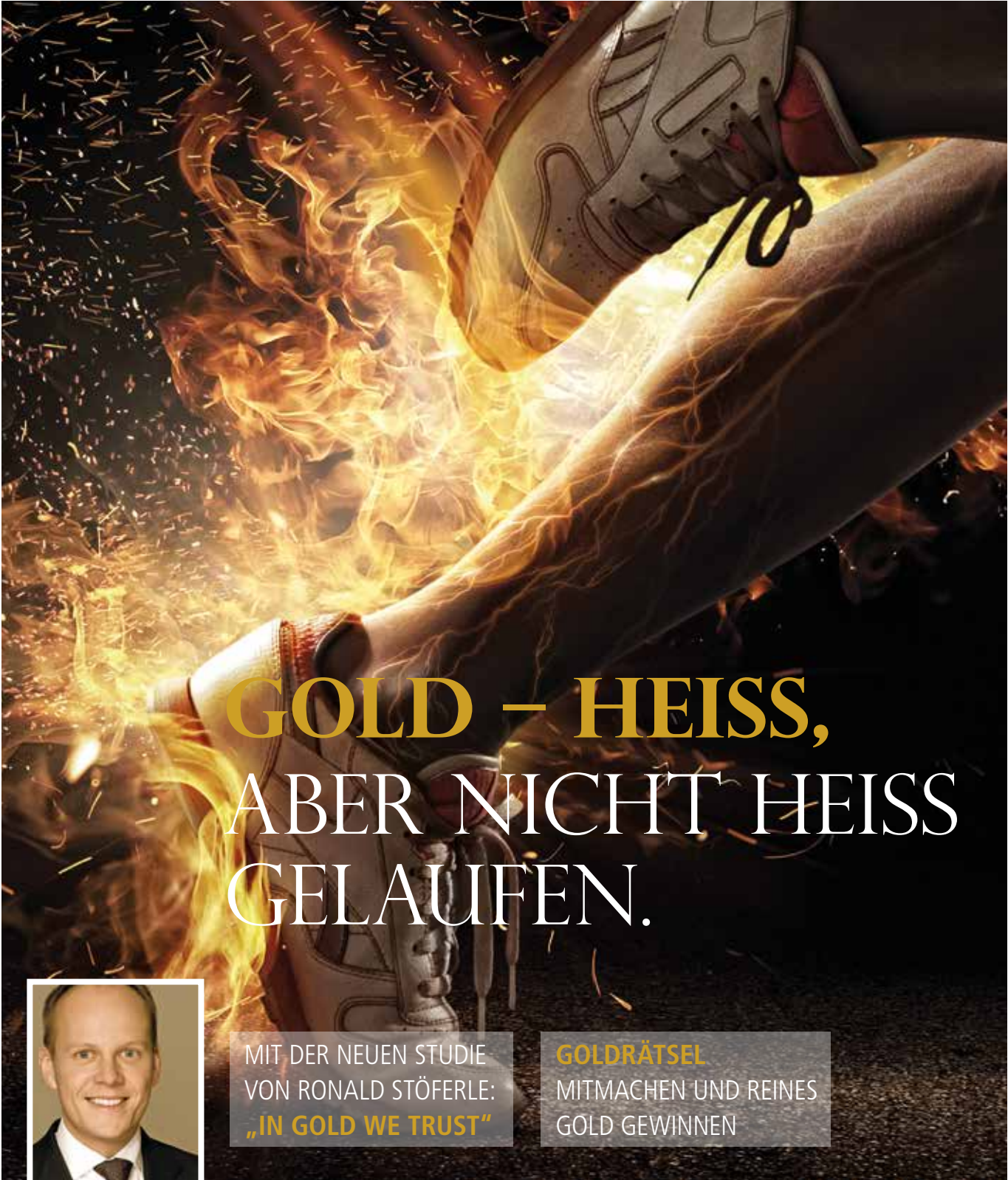




GOLD – HEISS, ABER NICHT HEISS GELAUFEN.



MIT DER NEUEN STUDIE
VON RONALD STÖFERLE:
„IN GOLD WE TRUST“

GOLDRÄTSEL
MITMACHEN UND REINES
GOLD GEWINNEN

INTERVIEW MIT EBERHARD WEIBLEN, CHEF VON PORSCHE CONSULTING

„BERATER MÜSSEN AUCH MAL UNBEQUEM SEIN.“



Porsche fertigt nicht nur hochwertige Sportwagen, die rund um den Globus stark gefragt sind. Das Tochterunternehmen Porsche Consulting berät mit einem Team von 385 Mitarbeitern Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen. pro aurum traf Eberhard Weiblen, den Vorsitzenden der Geschäftsführung, anlässlich der **Eröffnung des neuen Büros in München**. Es ist der siebte Standort der Managementberatung, die 1994 mit nur vier Mitarbeitern an den Start ging.

Die Automarke „Porsche“ ist in der Autofahrernation Deutschland natürlich bestens bekannt und daher wenig erklärungsbedürftig. Die Unternehmensberatung „Porsche Consulting“ dürfte hingegen nicht jedem ein Begriff sein. Können Sie bitte die von Ihnen geleitete Firma kurz vorstellen?

Porsche Consulting ist aus der Restrukturierung des Sportwagenherstellers Porsche Anfang der 90er-Jahre hervorgegangen. Um zu überleben, musste Porsche damals die Organisation schlank und effizient

aufstellen. Seitdem stellen unsere Berater Methoden und Konzepte, die in der Automobilindustrie bereits erfolgreich angewendet werden, auch anderen Branchen zur Verfügung. Wir begleiten unsere Klienten mit strategischem Weitblick und pragmatischem Handeln. Und wenn unsere Arbeit erledigt ist, hinterlassen wir messbare Resultate. Deshalb machen wir auch keine Werbung. Wir leben von Empfehlungen.

Welche Branchen haben Sie in den vergangenen Jahren besonders intensiv beraten und in welchen Geschäftsdisziplinen würden Sie sich

als besonders erfahren bezeichnen?

Einen Großteil unserer Mandate erhalten wir von Automobilherstellern und deren Zulieferern. Ein weiterer Schwerpunkt sind Unternehmen aus der Luftfahrt wie Airbus oder der brasilianische Flugzeughersteller Embraer. Auch der Maschinen- und Anlagenbau sowie die Konsumgüter- und Dienstleistungsbranche profitieren von unseren Erfahrungen. Unabhängig von der Branche führen wir unsere Klienten zu operativer Exzellenz. Das bedeutet, dass die gesamte Organisation und ihre Mitarbeiter in die Lage versetzt werden, immer



wieder Spitzenleistungen zu erbringen. Die sogenannten operativen Bereiche von der Beschaffung über die Produktion und Logistik bis hin zur Qualität waren und sind wichtige Beratungsfelder für uns. Genauso erfolgreich sind wir aber auch in der Organisation der Produktentwicklung oder der Steigerung der Innovationskraft.

Wir setzen komplette Unternehmensprogramme um, die alle diese Bereiche umfassen und so eine enorme Wirkung erzielen. Immer wichtiger wird das Thema Digitalisierung. Gerade Traditionsfirmen werden davon heute schneller erfasst als von den Veränderungen bei der industriellen Revolution vor 150 Jahren. Wir unterstützen unsere Klienten dabei, die Transformation zu meistern und ihr Geschäftsmodell an die neue Wirklichkeit anzupassen.

Inwiefern profitieren Sie von der Markenstrahlkraft bzw. der technologischen Kompetenz Ihrer Muttergesellschaft. In welchem Umfang können Sie auf das Know-how von Porsche zugreifen und dieses zum Wohle Ihrer eigenen Kunden nutzen?

Die Automobilindustrie gilt aufgrund des starken Wettbewerbs und der hohen Produktkomplexität auf vielen Gebieten als Vorreiter. Porsche ist einer der profitabelsten Hersteller der Welt und ein höchst innovatives Unternehmen. Unsere Kunden sind nicht selten die Ersten, die an den Erfahrungen unserer Muttergesellschaft partizipieren. Man könnte auch sagen, Porsche Consulting ist wahrscheinlich die einzige Managementberatung mit angeschlossenem Labor. Wir erproben unsere Methoden im eigenen Haus, bevor wir sie in anderen Unternehmen einsetzen. Das wissen unsere Klienten zu schätzen,

zumal wir deren Führungskräften auch zeigen, wie es vor Ort in den Porsche-Werken Zuffenhausen und Leipzig in der Praxis funktioniert.

In den Belegschaften vieler Firmen sind Unternehmensberatungen nicht immer gern gesehene Gäste. Wo setzen Sie an, damit etwaige Widerstände den Beratungserfolg nicht gefährden?

Veränderungen in Unternehmen sind nur erfolgreich, wenn die dort beschäftigten Menschen diese mittragen. Unser An-



spruch ist es, Führungskräfte und Mitarbeiter für Veränderungen zu begeistern. Deshalb sind die Beteiligten immer in die Erarbeitung der Lösungen und in deren Umsetzung eng eingebunden. Schließlich sind sie es, die die neue Arbeitsweise weitertragen und weiterentwickeln sollen, wenn die Berater nicht mehr im Haus sind. Natürlich kennen wir aber auch Widerstände. Da hilft es uns, dass wir nicht nur Konzepte machen, sondern auch Resultate vorweisen können. Wenn ein erstes Leuchtturmprojekt fertig ist, sehen die Mitarbeiter, was die Veränderung ganz konkret bedeutet. Spürbare Vorteile sind das überzeugendste Argument.

Welche Eigenschaften und Fähigkeiten halten Sie bei einem Unternehmensberater für besonders wichtig?

Eine Haltung, die mir sehr wichtig ist und die ich auch von meinen Mitarbeitern immer wieder einfordere, ist Unabhängigkeit. Auf dem Markt tummeln sich aus meiner Sicht zu viele schwache Berater, die ihren Kunden nach dem Mund reden, um sich nicht unbeliebt zu machen. Gute Beratung heißt aber auch, mal unbequem zu sein – zum Wohle des Klienten. Deshalb ist uns unsere Unabhängigkeit, vor allem im Denken, so wichtig.

Gibt es mit Blick auf Porsche Consulting Strategien oder Ansätze, die es in dieser Form bei Ihren Wettbewerbern eher nicht gibt?

Uns zeichnet neben der Nähe zur Automobilindustrie insbesondere unsere spezielle Arbeitsweise aus. Wir sehen uns als Macher mit strategischem Weitblick. Wir hinterlassen Lösungen, die funktionieren, haben dabei aber auch übergeordnete Unternehmensziele im Blick und entwickeln diese gemeinsam mit unseren Klienten weiter.

Seit Kurzem ist Porsche Consulting auch in München vertreten. Warum haben Sie sich damit mehr als 20 Jahre Zeit gelassen? Genügend potenzielle Kundschaft dürfte in Bayern schon immer vorhanden gewesen sein.

Das stimmt und wir arbeiten auch schon seit vielen Jahren mit Unternehmen aus Bayern zusammen. Da wären zum Beispiel Erdinger Weißbräu oder der weltweit erfolgreiche Maschinenbauspezialist DMG Mori in Pfronten im Allgäu. Mit dem Büro in der Münchner Innenstadt haben wir die Wege zu diesen Kunden jetzt verkürzt und bieten als Arbeitgeber unseren Mitarbeitern einen weiteren attraktiven Standort. Auf diese Weise wollen wir künftig auch noch weiter wachsen. Weitere Büros in Deutschland und der Welt sind deshalb gut vorstellbar.