

Netzwerken ist alles

Gute Beziehungen zu Geschäftspartnern sind entscheidend für Erfolg

Von Katja Teixeira, Thomas Magnete, Herdorf

Als Zulieferer im Automobilbereich ist man auf langjährige gute Verbindungen angewiesen, um überhaupt neue Kontakte aufbauen zu können. Wie ist das vereinbar mit der Geschwindigkeit des Marktes und mit den steigenden Anforderungen an die Anpassungsfähigkeit der Teilnehmer?

In einer Geschäftsbeziehung ist es wie im zwischenmenschlichen Bereich: Wenn es nicht nach Plan verläuft oder man sich uneinig ist, sollte man nicht gleich die gesamte Verbindung infrage stellen. „Es gibt für fast jedes Problem eine Lösung, und manchmal eröffnet ein Problem auch völlig neue Ansätze“, erklärt Dietrich Thomas. Er ist Geschäftsführer der Thomas Magnete GmbH in Herdorf, eines Entwicklungs- und Systemlieferanten für elektromagnetische Aktoren mit weltweit 450 Mitarbeitern und einem Schwerpunkt auf der Automobilbranche.

„So widersprüchlich es klingen mag, in Beziehungen – auch geschäftlicher Natur – muss man Geduld haben“, erklärt der Strategiespezialist seine Philosophie. „Komplexe Produktentwicklungsprozesse, die jahrelange gemeinsame Arbeit voraussetzen, gibt man nicht einfach auf.“

Nur bereichsübergreifende Netzwerke sind wirklich hilfreich

Seit 1962 werden bei Thomas Magnete elektromagnetische Aktoren entwickelt. Zu den Kunden gehören namhafte OEMs wie VW, Ford, Daimler, BMW und Porsche, aber auch andere Zuliefererunternehmen. Thomas-Dosierpumpen

werden unter anderem in Standheizungen und der Abgasnachbehandlung zur Regeneration von Dieselpartikelfiltern (DPF) eingesetzt. Für Benzinmotoren, aber auch zunehmend in Dieselantrieben, stellt Thomas seit zehn Jahren Proportionalmagnete für Nockenwellenversteller her. Andere Ventile von Thomas regeln den Ölpumpendruck in Getrieben.

„Bei so individuellen Produkten wie unseren ist ein nicht zu unterschätzender Erfolgsfaktor auch der Aufbau und die Pflege eines Netzwerkes von Zulieferern“, erklärt der Bereichsleiter Einkauf, Helmut Himmelmann. „Die Anforderungen, denen wir selbst gerecht werden müssen, müssen auch unsere Geschäftspartner erfüllen. Wenn einzelne Komponenten nicht von höchster Qualität sind, kann es unser Endprodukt auch nicht sein. Gute Zulieferer zu finden ist ähnlich einfach wie eine Nadel im Heuhaufen“, sagt Himmelmann. „Wenn man einen gefunden hat, mit dem die Zusammenarbeit klappt, dann ist man interessiert, dass das langfristig so bleibt.“

Neues gelingt mit alten Verbindungen

Als man Mitte der 1990er Jahre einen vertrieblichen Neuanfang wagte und sich vom Prinzip „Magnete für 1001 Zweck“ verabschiedete, hoffte man, dass sich dieser Schritt bezahlt machen würde. „Hauptmotivation war die Überlegung, unsere Wertschöpfungskette effizienter zu gestalten, so dass wir von etlichen Produkten in kleiner Stückzahl

Als Hersteller elektromagnetischer Aktoren entwickelt und fertigt Thomas Systeme für unterschiedlichste Ansprüche und Bedürfnisse:

- › Antriebs-, Schalt- und Einstellsysteme
- › Lösungen für Entriegelungssysteme, Auslösesysteme und Sperrvorrichtungen
- › Lösungen mit Dosierpumpen und Förderpumpen
- › Lösungen mit Schaltventilen und Proportionalventilen
- › Steuern von Flüssigkeiten

auf eine kleinere Palette mit einer vielfach höheren Stückzahl umgestiegen sind. Die Automobilindustrie bot dazu die günstigsten Voraussetzungen“, erzählt Dietrich Thomas. „Wir hatten bereits ein paar Kunden in der Branche und es gelang, damit als Referenz einzusteigen.“ Auch hier nutzte man die vorhandenen Netzwerke, um neue aufzubauen. Mit Kunden wie dem Standheizungshersteller Webasto arbeitet man mittlerweile seit einigen Jahrzehnten zusammen.

Beziehungspflege beginnt im eigenen Unternehmen

Bei einer Beschäftigtenzahl von 450 und einem Anteil von 22 Prozent an Ingenieuren und Entwicklungsspezialisten ist man bei Thomas auf hochspezialisierte Fachkräfte angewiesen. „Es ist kein Geheimnis, dass solche Fachleute nicht einfach zu bekommen sind. Wenn sie dann hier sind, ist es unser Hauptziel, sie zu halten. Denn jeder einzelne, der geht, hinterlässt eine Know-how-Lücke, die man nicht einfach schließen kann“, erläutert Personal- und Finanzchef Bernhard Wolf. „Die Anforderungen an Unternehmen steigen,



Thomas-Dosierpumpe zur Abgasnachbehandlung in Pkw



Thomas-Ventil für regelbare Ölpumpe



Thomas-Dosierpumpe zur Abgasnachbehandlung in Lkw

für hochqualifizierte Leute interessant zu sein. Das Thema Personalmarketing hat deswegen in den letzten Jahren für uns erheblich an Bedeutung gewonnen.“

Mitarbeiter werden bei Thomas schnell in verantwortungsvolle Projekte eingeführt und müssen vieles eigenständig erledigen. „Diese Abwechslung im Job sorgt für eine erfreulich geringe Fluktuation“, erklärt Wolf. „Gleichzeitig profitieren wir als Unternehmen von dieser Strategie, weil es kaum einen effizienteren Weg zur Aneignung von Know-how gibt.“

Neben zahlreichen sozialen Leistungen und Annehmlichkeiten wie täglichem kostenlosem Obst für die Mitarbeiter wird das Unternehmensleitbild „Ehrlichkeit – Mut – Helfen“ auch im Umgang miteinander gelebt. „Wenn ein Mitarbeiter von der Arbeit begeistert ist, sich aber im Team nicht wohl fühlt, dann hat man ihn fast verloren“, erklärt Wolf. Ein gutes Betriebsklima lasse sich nicht von oben verordnen, hier könne man nur als gutes Beispiel vorangehen. „Und ich denke, dass wir dabei ganz erfolgreich sind. Das zeigen die jährlichen Mitarbeiterumfragen, die individuellen Feedbackgespräche und

nicht zuletzt unsere Zertifizierung als Top-Arbeitgeber Automotive im letzten Herbst“, resümiert Wolf.

Fit für die Zukunft mit bewährtem Mix

Es klingt wie eine Plattitüde, hat aber auch in unserer schnelllebigen Gegenwart nicht an Bedeutung verloren: Gute Beziehungen sind ein entscheidender Erfolgsfaktor für Unternehmen, insbesondere im B2B-Bereich. „Jeder weiß, dass ohne ein ordentliches Netzwerk heute kaum noch geschäftlicher Erfolg möglich ist, egal ob als Einzelperson oder als Unternehmen“, ist Geschäftsführer Dietrich Thomas überzeugt.

Deswegen wird man bei Thomas auch zukünftig Märkte beobachten, Beziehungen aufbauen und pflegen und flexibel auf neue Entwicklungen reagieren. Mit diesem Mix ist man seit mehr als 50 Jahren erfolgreich und gut für zukünftige Herausforderungen gerüstet. ■

www.thomas-magnete.com

Sandler AG
Lamitzmühle 1
95126 Schwarzenbach/Saale
Telefon: +49 (0) 9284 / 60-0
Telefax: +49 (0) 9284 / 60-520
E-Mail: automobil@sandler.de
www.sandler.de

Faszination Vlies

1879 gegründet, ist die Sandler AG heute einer der 15 größten Vliesstoffhersteller weltweit. Mit 550 Mitarbeitern und einem Jahresumsatz von € 240 Millionen 2011 wird am Firmstandort in Schwarzenbach/Saale eine breite Palette an Vliesstoffen für die Märkte Hygiene, Wipes, Automobil, Filtration, Technik und Heimtextil produziert.



Besser fahren mit Vlies

Sandler agiert seit über 20 Jahren in der Automobilbranche und gehört zu den führenden Zulieferern für Absorber, Polster- und Abdeckvliesstoffe sowie Trägermaterialien für Pressformteile.

Im Innenraum decken die leichtgewichtigen Absorbervliese der sawasorb® Serie nahezu alle Akustikanwendungen ab.

Speziell für Außenanwendungen bieten die flüssigkeits- und schmutzabweisenden sawasorb® exterior Qualitäten eine textile Absorbervliesalternative – von der Motorabdeckung, über den Unterfahrschutz bis hin zur Radlaufschale.

Im Bereich der Sitzunterpolsterung bieten die Sandler Minibond/Soft-Touch Vliesstoffe eine gute Drapierfähigkeit, geringe Knickfaltenbildung und hohes Rückformvermögen.

Die sawaform® Serie für selbsttragende und temperaturstabile Formteile ermöglicht dank hoher mechanischer Stabilität eine starke Tiefenausformung mit hoher Konturreue.