



**Joh. Hermann PICARD GmbH & Co. KG**

## **Einkauf mit Fokus Deutschland**

**Wenn es ein Credo gibt, das Andreas Dummer, Geschäftsführer des Wuppertaler Hammerherstellers Joh. Hermann Picard GmbH & Co. KG besonders verinnerlicht hat, dann ist es dieses: „Wir achten als deutscher Hersteller besonders darauf, dass wir so viel wie möglich Lieferanten aus der Region, zumindest jedoch aus Europa haben. Denn nur so können wir auf Dauer Beschäftigung und Produktion ‚made In Germany‘ sichern“.**

Bestätigt in dieser Ansicht fühlt sich der stets gut gelaunte Geschäftsführer durch eine Studie, die kürzlich zum Thema „Wenn Deutsche nur in Deutschland kaufen würden“ erschienen ist. Glaube man den darin genannten Zahlen, so Dummer, würde es schon ausreichen, wenn 30 Prozent aller Güter lokal oder europäisch eingekauft würden, um Vollbeschäftigung in Deutschland zu erzielen.

Konsequenz für das Management des Unternehmens, das 1857 gegründet wurde und heute noch am gleichen Ort wie zu den Anfängen Hammer aller Art produziert: Bei der Auswahl der Lieferanten spielen der Herkunftsort bzw. Produktionsort der gelieferten Ware und die Qualität der Produkte die gleiche Rolle. Um allerdings bei letzterer ganz sicher zu gehen, nutzt das rund 80 Mitarbeiter zählende Unternehmen umfangreiche Analysen und Tests, zum Beispiel im Bereich Stahl oder Holz. Das Motiv dahinter: Wer dem Produktionsverbindungshandel höchste und langlebige Qualität bieten will, kann und darf nicht an den verarbeiteten Materialien sparen. Die Orientierung auf Firmen aus Deutschland und die Region, die sich nach Meinung von Dummer am besten auf diese hohen Anforderungen der Picard GmbH eingestellt haben, geht aber weit über die Rohmaterialien hinaus. Auch Verbrauchsgüter wie Schleifbänder oder Verbrauchsmaterialien in der Verwaltung werden bewusst nur aus der Gegend bezogen, gleiches gilt trotz Preisunterschiede für die Unternehmensfahrzeuge.

### **Lohnt sich die Ausrichtung?**

Lohnt sich die Ausrichtung wirklich, vor allem: Wie lange hat sie angesichts des ständigen Preisverfalls und der Konkurrenz aus Fernost Bestand? Für Dummer, der erst kürzlich von



einer Asienreise zurückgekommen ist, hat die Beantwortung der Frage zwei Aspekte. Auf der einen Seite gibt er ehrlich zu, dass diese Einkaufsausrichtung in Zukunft wohl noch schwerer zu halten sein wird, auf der anderen Seite will er sich auch nicht dem reinen Preisdiktat und kurzfristigen Ausrichtung heutiger Konzerne beugen. Picard sei kein Großkonzern, der nur auf kurzfristige Gewinnmaximierung ausgerichtet sei, sondern ein Unternehmen, das seit über 150 Jahre für Wuppertal für Kontinuität und Verlässlichkeit stehe. Planungszyklen betragen denn auch fünf bis zehn Jahre, doch niemals wäre die Optimierung verpasst worden. In der Sprache der Picard-Homepage heißt das: Bessere Stähle, effektivere Fertigungsmöglichkeiten und präzisere Kontrollverfahren.

Eine große Rolle bei der Einkaufsausrichtung spielen laut des Geschäftsführers zudem die ethischen Werte. „Bei Produkten aus der Region habe ich nicht nur die Gewähr, dass die Produkte umweltschonender hergestellt werden, sondern auch die höchsten Ansprüche an Menschenrechte und Arbeitsschutz eingehalten werden.“ Und noch etwas ganz Praktisches zählt für die engagierte Führungskraft: „Wenn mal was schief geht, lassen sich bei nationalen oder regionalen Partnern Schwierigkeiten in der Regel auf dem kleinen Dienstweg regeln.“ Komme dagegen die Rohware aus Ausland, sei der Aufwand für die Behebung von Fehlern, vor allem aber das Ausfallrisiko viel größer. Die immer größeren und ungewöhnlicheren Umwelt- und Wetterkatastrophen belegen dies immer häufiger.

### **Mitarbeiter müssen mitziehen**

Aus einem macht Dummer keinen Hehl: Um ein Unternehmen in Deutschland zu halten und erfolgreich zu machen, müsse auch die Belegschaft mitziehen. Sei es durch flexiblere Arbeitszeiten, veränderte Tarifstrukturen oder eine noch aktivere Beteiligung am Unternehmen. „Wir müssen dabei mit den Mitarbeitern einen engen Schulterschluss ziehen und viel verlorenes Vertrauen aufbauen. Welcher Mitarbeiter glaubt denn nach der NOKIA-Schließung noch an das, was die Chefs sagen, vor allem wenn es um Veränderungen geht.“

Eine Konsequenz daraus: Mit der Hauptschule im Wuppertaler Stadtteil Cronenberg wurde ein Projekt ins Leben gerufen, bei dem bis zu 22 Jahre alte Hauptschulabsolventen eine zweite Chance bekommen. Konkret heißt das: „Die jungen Menschen werden direkt nach dem Abschluss in ein Ausbildungsverhältnis übernommen und müssen nicht erst eine Odyssee von jahrelangen Praktika hinter sich bringen“. Gleiches gilt für die böse Erfahrung, erst nach den Praktika zu hören: „Wir können Sie leider nicht nehmen“. Weiteres Ergebnis der



Ausrichtung: Die jungen Menschen setzen sich aktiv für das Unternehmen ein und liefern Picard damit durch und durch positive Erfahrungen. Vor allem aber: „Wenn sie einkaufen gehen, haben sie die Ausrichtung ihres Arbeitgebers zumindest im Kopf.“