



P  
L  
I  
S  
S  
E  
E



# Das Prinzip der ständigen Verbesserung

Sonnenschutzanbieter MHZ setzt auf eine permanente Optimierung und eine soziale Unternehmenskultur

**Text:** Karin Bauer **Fotos:** Karin Bauer / MHZ



**1** Wilhelm Hachtel, Geschäftsführer MHZ, freut sich über gute Verkaufszahlen in 2011 **2** MHZ-Zentrale in Leinfelden-Echterdingen

Überall im Unternehmen stößt man auf dieses Prinzip, das Geschäftsführer Wilhelm Hachtel sehr am Herzen liegt. „Arbeitsorganisation ist keine Erfindung von mir, sondern das Prinzip der Evolution“, erklärt der Unternehmer. Niemals sei ein Unternehmen in der Situation, dass es auf alle Zeit „gerettet“ sei. Seit 2003 wird MHZ unterstützt von japanischen Unternehmensberatern, die auf der Grundlage der Toyota-Schule lehren. „Der ‚Kaizen‘-Prozess geht davon aus, dass man nach permanenter Verbesserung strebt“, so Hachtel. Die Lehre basiert auf einem Kommunikationssystem, in dem Führungskräfte und Mitarbeiter gleichermaßen integriert werden und dazu beitragen,



die Arbeitsabläufe zu optimieren. Wie das aussehen kann, erklärt MHZ-Werksleiter Paul Stöcker am Beispiel der Prozessoptimierungen in der Produktion. Die Produktion von Flächenvorhang und Rollo wurde vor Kurzem vom Werk Kichheim/Teck, wo die Markisen gefertigt werden, in das Werk am Hauptsitz in Leinfelden-Echterdingen verlegt – eine Herausforderung für den Erfindergeist des Werksleiters

**M**HZ-Geschäftsführer Wilhelm Hachtel ist so talentiert in der Arbeitsorganisation, dass er sogar Seminare gibt. In seinem Unternehmen setzt er auf den „Kaizen“-Prozess, (Kontinuierlicher Veränderungsprozess KVP) – eine japanische Arbeitsphilosophie, in deren Zentrum das Streben nach ständiger Verbesserung steht.

R  
O  
L  
L  
OF  
L  
Ä  
C  
H  
E  
N  
V  
O  
R  
H  
A  
N  
GM  
A  
R  
K  
I  
S  
E  
N

und seines Teams. „Wir sind ständig dabei, den Work Flow zu verbessern und die Arbeitssicherheit zu erhöhen“, erklärt Produktionsleiter Paul Stöcker. Jeder Mitarbeiter kann seinen Input geben. Das können kleine Veränderungen sein wie leicht zu reinigende Oberflächen aus Edelstahl. „Das Wichtigste ist die Sicherheit, dann kommt die Prozesseffizienz. Die einzelnen Arbeitsschritte müssen so effektiv wie möglich gestaltet werden. Wir können bei-

ren Lagen und wir können den Stoff als Ganzen verwenden“ erklärt Hachtel. „In Zeiten von steigenden Rohstoffpreisen und Tarifierhöhungen kann man den Inflationsdruck nur über Prozesseffizienz abfangen“, ist Hachtel überzeugt. Diese Preispolitik sei unternehmerisch notwendig, denn bei Tarifierhöhung und steigenden Kosten auf der Beschaffungsseite sowie fehlendem Produktivitätszuwachs könne ein Unternehmen nicht überleben.

Gewinn zu erzeugen, sondern Teil des Prozesses sind, empfehlen sie uns auch ihren Bekannten.“ Wertschätzung ist Teil der Unternehmenskultur, und zwar nicht nur gegenüber den Mitarbeitern, sondern auch gegenüber den Kunden: „Ein Unternehmen ist ein sozialer Verbund, der von der gegenseitigen Hilfe und Fürsorge lebt, so Hachtel. Dieses Prinzip wird bei MHZ gegenüber Mitarbeitern genauso praktiziert wie gegenüber Kunden. „Es gelten bestimmte Regeln, die geprägt sind vom Wohlwollen für die Allgemeinheit. Diese Regeln sind notwendig, denn soziale Systeme, die Missbrauch nicht unterbinden, gehen unter“, ist der Geschäftsführer überzeugt.



**3** Paul Stöcker, Produktionsleiter, Verena Schumacher und Yvonne Wöhner, Pressereferentinnen und Wilhelm Hachtel, Geschäftsführer

### Treue zum Fachhandwerk

Hilfsbereitschaft im Verbund mit den Fachhändlern wird bei MHZ großgeschrieben. Auf die Frage, welche Rolle Raumausstatter für MHZ haben, antwortet der MHZ-Geschäftsführer: „Das ist, als würde man einen Kutscher fragen, welche Bedeutung seine Gäule haben“, Eine Existenz ohne Raumausstatter wäre für MHZ und alle anderen Marktteilnehmer undenkbar, betont Hachtel. MHZ hat zwar in den letzten 20 Jahren zahlreiche Raumausstatter-Kunden durch Geschäftsaufgabe verloren, allerdings sind „die Betriebe, die übriggeblieben sind, in der Regel hochkarätige Unternehmer, die ein fantastisches Geschäft betreiben und in Dimensionen gekommen sind, die vor zehn Jahren noch unvorstellbar waren“,

spielsweise Kosten bei Verpackungsmaterial und Verschnitt einsparen“, erklärt Stöcker. Der „Kontinuierliche Veränderungsprozess“ geht davon aus, dass man nie gut ist, sondern immer besser werden kann. Ein Resultat dieser Arbeitsphilosophie ist die neue Art Lagerung der Stoffrollen: Sie werden nicht mehr liegend aufbewahrt, sondern auf horizontale Stangen gesteckt. „Dadurch liegt kein Druck auf den äuße-

### Unternehmenskultur

Einem anderen aktuellen Problem, dem Fachkräftemangel, steht Hachtel gelassen gegenüber: „Wir bilden über Bedarf aus und rekrutieren unsere Mitarbeiter aus unseren Auszubildenden. Viele kommen auch über Empfehlung zu uns“, betont er: „Wenn die Leute feststellen, dass sie nicht nur im Unternehmen sind, um



A  
U  
F  
H  
Ä  
N  
G  
E  
S  
Y  
S  
T  
E  
M  
E



I  
N  
D  
I  
V  
I  
D  
U  
A  
L  
D  
R  
U  
C  
K

sagt Hachtel und nennt erstaunliche Zahlen: „1983 hat MHZ 2.700 DM Durchschnittsumsatz pro Kontaktstelle gehabt. Die besagten Raumausstatter-Unternehmen liegen heute alle bei über 50.000 Euro!“ Es gebe hunderte Familienunternehmen, die von Generation zu Generation weitergegeben und vorbildlich geführt würden. „Es geht heute darum, alle Sinne anzusprechen. Die Raumausstatter sind heute in ihrem persönlichen Auftreten, bei Kleidung und Umgangsformen so geschult, dass sie glaubwürdig vermitteln, Einrichtungskompetenz zu verkaufen.“

Die Unterstützung des Fachhandels ist eine Selbstverständlichkeit für den Sonnenschutzkonfektionär: „Wir versuchen, eine Marke zu sein, die in Richtung Verbraucher diffundiert.“ Dem Fachhandel werden Produkte zur Verfügung gestellt, die selbsterklärend sind und eine hohe und langzeitige Funktionalität haben.

**Gute Konsumlaune**

Besonders Plissees, Rollos und Markisen haben sich 2011 gut verkauft – mit wetterbedingten Schwankungen: „Im Jahresdurchschnitt ist 2011 hervorragend. Wir hatten im März/April so extreme Sonnenanteile, dass wir sogar in Lieferschwierigkeiten geraten sind, die wir erst in den regenreichen Monaten Juni/ Juli wieder ausgleichen konnten. Und der November hat uns Auftragseingänge wie

im Hochsommer beschert.“ Im November hat MHZ die höchsten Auftragseingänge für die Plisseeproduktion verzeichnet, seitdem es das Unternehmen gibt.

Den Grund für die Konsumlaune sieht Hachtel im Optimismus der Verbraucher: „Die Menschen sind zuversichtlicher, was Einkommen und Arbeitslosigkeit betrifft. Sie haben keine Sorge, ihren Arbeitsplatz zu verlieren und das hebt die Konsumlaune.“ Hachtel rechnet mit einer Belebung des innerdeutschen Konsums: „Deutschland steht unter Druck, den Außenhandelsüberschuss auszugleichen. Wenn wir nicht mehr exportieren können, müssen wir innerhalb von Deutschland mehr verkaufen. Davon wird das Handwerk allgemein profitieren, auch der Raumausstatter“, ist die abschließende Botschaft des MHZ-Geschäftsführers.



Die Produktion der Sonnenschutzprodukte ist vom ersten bis zum letzten Schritt durchdacht

**Das Unternehmen auf einen Blick**

**MHZ Hachtel GmbH & Co. KG**

Sindelfinger Straße 21  
70771 Leinfelden-  
Echterdingen  
Tel. +49 711 9751-0  
Fax +49 711 9751-  
41150  
info@mhz.de  
www.mhz.de

**Geschäftsführer:**

Dr. Dirk Commandeur  
Jochen Hachtel  
Wilhelm Hachtel

**Mitarbeiter:**

1.400

**Angebot:**

Innenliegender Sicht-  
und Sonnenschutz

(Plissees, Rollos, Flächen-  
vorhang, Vertikallamel-  
len, Jalousien), Insekten-  
schutz, Markisen

**Philosophie**

Ein Unternehmen ist ein  
sozialer Verband, der  
von gegenseitiger Hilfe  
und Fürsorge lebt.