

Inhalt

<i>Vorwort</i>	9
<i>Anfänge: Krisen und Erfolge</i>	15
Kapitel 1: Zielbewusst handeln	37
<p>Wendelin Wiedeking hat straight studiert, mit Auszeichnung promoviert und entsprechend geradlinig auch den Veränderungsprozess bei der Porsche AG in Gang gesetzt. Hierarchien werden abgebaut, ein Drittel der Arbeitsplätze ebenfalls und im mittleren Management müssen noch mehr Leute gehen. Wiedeking rationalisiert radikal. Und er ist überzeugt, dass er nur auf diese Weise erfolgreich sein wird. Das Ergebnis gibt ihm Recht.</p>	
Kapitel 2: Sich auf das Wesentliche konzentrieren	55
<p>Der Fertigungsspezialist Wendelin Wiedeking lagert Arbeitsabläufe aus, Zulieferer von Teilen wachsen zu Lieferanten von Systemen, interne Arbeitsprozesse werden optimiert und die Produktion von Ladenhütern wird ganz eingestellt. Endlich schreitet die Entwicklung des Zugpferds 911 voran und ein Einsteigermodell, der Boxster, wird vorgestellt. Japanische Berater begleiten den Prozess vor Ort in Zuffenhausen.</p>	
Kapitel 3: Stillstand bedeutet Rückschritt	71
<p>Es gibt endlich wieder ein erklärtes Ziel bei Porsche, an dem jede Handlung gemessen und ausgerichtet wird. Dabei ist der Weg das Ziel: Lean Management lebt vom kontinuierlichen Verbesserungsprozess, der niemals abgeschlossen sein wird. Auch sehr gute Ergebnisse, so die These, lassen sich noch verbessern. Teams werden aufgebaut, die Gruppe und ihre Mitglieder erhalten mehr Verantwortung.</p>	

Kapitel 4: Klartext reden

85

Der Vorstandsvorsitzende der Porsche AG kommuniziert alles, intern und in der Öffentlichkeit, nennt Probleme, erläutert Ursachen, entwickelt Lösungen und legt Zeitrahmen fest. Außerdem gilt er als streitbar: Er mischt sich in politische Debatten ein oder zettelt selbst welche an, geißelt darin die Subventionszahlungen an Branchenkollegen und macht sich damit nicht nur beliebt.

Kapitel 5: Globalisierung ist keine Falle

99

Wendelin Wiedeking hält es durchaus für möglich, sich von Deutschland aus dem weltweiten Wettbewerb zu stellen und erkennt positive Standortfaktoren, besonders im Bereich der Qualifikation und Qualität. Muss er auch, schließlich ist „Made in Germany“ für Porsche ein Gewinn bringender Wettbewerbsfaktor – und soll es auch bleiben, obwohl ein Teil der Boxster-Produktion nach Finnland verlagert wird.

Kapitel 6: Sich selbst treu bleiben

113

Die Identität von Porsche trägt entscheidend zum Erfolg der Marke bei. Und sie ist eng verbunden mit der Unabhängigkeit des Unternehmens. Wiedeking liegt nichts am allgemein vorherrschenden Fusionswahn – im Gegenteil: Das Thema David gegen Goliath wird von Zuffenhausen aus bewusst und imagebildend kultiviert.

Kapitel 7: Image pflegen

125

Die Arbeit an einer positiven Auflendarstellung gehört bei Porsche mittlerweile zum Kerngeschäft. Das Unternehmen profitiert von der Glaubwürdigkeit, die dem Vorstandsvorsitzenden zugeschrieben wird. Die erfolgreiche Rationalisierung, die Konsequenz, die Querelen mit anderen Autoproduzenten – Wendelin Wiedeking punktet in jedem dieser Zusammenhänge und schreibt sämtliche Gewinne auf dem Imagekonto des Unternehmens gut.

Kapitel 8: Leidenschaft wecken

151

Wendelin Wiedeking stand von Anfang an für eine leidenschaftliche Haltung dem Unternehmen gegenüber. Zwar lässt er Glamour vermissen, verdrängt dafür aber sämtliche Querelen aus dem Rampenlicht. Die Begeisterung überträgt sich auf Mitarbeiter und Kunden. Emotionen gehören immer mehr zum Geschäft – obgleich die Marke neue Bereiche differenziert: Lifestyleprodukte, Kleidung und Sportgeräte, außerdem Finanzdienstleistung und Reiseangebote – Porsche wird zur Erlebniswelt.

Kapitel 9: Bodenhaftung nicht verlieren

165

Der Vorstandsvorsitzende behält immer und ganz bewusst den Kontakt zur Basis, sucht das direkte Gespräch und die vollständige Information. Das passt nicht allen im Unternehmen, den Mitarbeitern aber schon. Schließlich muss Wiedeking das jetzt schlanke Unternehmen tatsächlich führen und die Leute motivieren – pausenlos.

Kapitel 10: Alles ist Chefsache

177

Wendelin Wiedeking verlässt sich vor allem auf sich selbst und interessiert sich für alles, was er noch nicht weiß. Seine Aufgaben als Porsche-Chef sind nun einmal die eines Generalisten. Er kultiviert seine Unentbehrlichkeit – nicht als aalglatter Manager, eher wie die Patriarchen der Nachkriegszeit.

<i>Blinker links: Wohin steuert Wendelin Wiedeking?</i>	191
<i>Wie man die Porsche-Methode erfolgreich anwendet</i>	195
<i>Literatur</i>	199
<i>Index</i>	200