

# Italien: Signore Magno macht Schlagzeilen

□ JOSEF HOFMANN

**D**eutsche Effizienz, japanische Methoden, italienischer Enthusiasmus: In diesen drei Wortpaaren greift „Business&Gentlemen“ das Erfolgskonzept von Porsche Consulting Italia auf. Das italienische Magazin widmet der Firma die Titelstory inklusive eines seitenfüllenden Fotos von Federico Magno. Der Geschäftsführer der italienischen Porsche-Consulting-Tochter ist ein gefragter Mann, bei den Klienten in seinem Heimatland – und bei den Medien. So berichtet auch Italiens führende Wirtschaftszeitung „Il Sole 24 Ore“ regelmäßig über die Aktivitäten des Teams um Magno. Darüber, dass Porsche Consulting bei dem Espresso-Hersteller Illycaffè oder bei der Betreibergesellschaft SEA der Mailänder Flughäfen die Effizienz erhöht hat: „Illycaffè hat mit Unterstützung von Porsche Consulting das Produktionssystem der Mono-Dosis-Kapseln eingeführt und gleich im Anschlussprojekt die Produktionskosten um 15 Prozent gesenkt. Damit wurde der Grundstein gelegt, die Pro-

duktionskapazität ab sofort jedes Jahr zu verdoppeln“, heißt es in einem Bericht. SEA hat, so schreibt „Il Sole 24 Ore“ weiter, in einem Projekt zur Optimierung des Fuhrparks „Einsparungen von 130 000 Euro im Jahr eingefahren“.

Auch für die große Tageszeitung „Corriere della Sera“ ist die Porsche Consulting ein Thema. Er zitiert Salvatore Piccirillo, den Geschäftsführer des Autozulieferers Sulzer Friction Systems aus Arzano bei Neapel. Die Firma habe mit der Hilfe der Berater den Ausstoß verdoppelt, erläutert Piccirillo den Journalisten, „und alles für eine Investition von zwei Prozent der Bilanz, die für Beratung der Geschäftsführung und Fortbildung unserer Mitarbeiter ausgegeben wurde“. Durch die inselförmige Anordnung der Maschinen nach Porsche-Vorbild habe die Firma „eine Einsparung der Produktionskosten um bemerkenswerte 28 Prozent bewirkt“ und den Ausschuss deutlich verringert. Er setzt die Berater weiter ein: „Alle drei



Federico Magno, Geschäftsführer von Porsche Consulting Italia, ist ein gefragter Mann – auch bei den Medien. Regelmäßig berichten die italienischen Wirtschaftsblätter über sein Team und dessen Erfolge

Monate überprüfen sie den Zustand in der Fabrik und legen gemeinsam mit dem Management die notwendigen Veränderungen fest.“

Dass die Berater von Porsche Consulting Italia nicht nur große Unternehmen unterstützen, darüber berichtet unter anderem „Il Sole 24 Ore“: „Auch mittelständische und kleine Familienunternehmen wenden sich an Porsche Consulting, um die Effizienz ihrer Firma zu steigern. Wie zum Beispiel der Möbelhersteller Colombini, der die Produktionskapazität des einzelnen Mitarbeiters an einer von Porsche Consulting entworfenen Produktionslinie um 55 Prozent gesteigert und die gesamte Produktion um 20 Prozent erhöht hat.“

Auf großes Interesse in der italienischen Wirtschaftswelt stößt auch der italienische Ableger der Porsche Akademie. „Gruppen von zehn bis fünfzehn Personen probieren die Lean-Methoden in einer Modellfabrik der Porsche Akademie selbst aus und erfahren so am

eigenen Leib, wie die Produktivität um 20 bis 30 Prozent ansteigt und wie Transparenz und Qualität deutlich verbessert werden“, heißt es in einem Artikel des „Corriere della Sera“.

„Deutschland steht in Italien für Effizienz, Seriosität und Prozessstabilität; Porsche für einen Mythos, für Innovation, Leistung und hervorragendes Management“, erklärt sich Federico Magno, der auch als Gastautor für die italienische „Harvard Business Review“ schreibt, das große Interesse der Medien an der Porsche Consulting. Und noch etwas hat er ausgemacht, das Klienten und Journalisten gleichermaßen zu faszinieren scheint: „Wir sind anders als andere Berater, die sich in Anzug und mit Krawatte einzig auf die Strategieberatung konzentrieren. Wir tragen Porsche-Arbeitsmantel und Sicherheitsschuhe, wenn wir in die Fabriken gehen und uns die Produktionsprozesse vor Ort anschauen. Wir sind Berater und Werker.“ Das kommt auch in Italien an. ←

