

# Forza Italia!

**Es herrscht Aufbruchstimmung in Mailand. Mit einer schlagkräftigen Mannschaft will die neu gegründete Porsche Consulting Italia S.r.l. den Markt südlich der Alpen erobern, Prozess-Know-how vermitteln – und mit viel Lebenslust die hohen Erwartungen der Zentrale in Bietigheim erfüllen.**

Reiner Schloz, Markus Leser



Für Anna-Lucia di Paolo beginnt der Arbeitstag meist auf dem Sozius eines Scarabeo. Der Roller, mit Kollegin Valentina Mocchi am Gaszug, bringt sie sicher durch den chaotischen Berufsverkehr bis ins Porsche-Haus Milano in der Viale Vincenzo Lancetti 46. In den Büroräumen im ersten Stock repräsentieren die beiden Damen – zusammen mit Beraterin Anna Paola Ferioli – die charmante weibliche Fraktion der Porsche Consulting Italia S.r.l. Das Duo unterstützt die zehn Kollegen bei deren Berater-

tätigkeit nach festgelegten Zielvorgaben mit demselben Enthusiasmus, der hier in jeder Ecke zu spüren ist. „Man fühlt sich als Teil einer Sportmannschaft“, sagt Anna-Lucia di Paolo, „wir sind euphorisch, klatschen uns ab und freuen uns auch an kleinen Erfolgen.“

Ob es sich um Neuerungen bei der Abwicklung von Reiseanträgen oder um die strenge Ordnung von Büro-Material und Formularen in den Schrankfächern nach ▶





Prokurist Federico Magno (l.), Geschäftsbereichsleiter Nils Hof: „Ist das Büro leer, gehen die Geschäfte gut.“

dem Kanban-Prinzip handelt – ständige Verbesserungen gehören für die Damen zum Arbeitsalltag wie der Espresso. „Office-Kaizen“ nennen das „Procuratore“ Federico Magno und Geschäftsbereichsleiter Nils Hof und führen den permanenten Wandel im Kleinen als eines der praktischen Beispiele für die allgemeine Geschäftsphilosophie an. Federico Magno: „Wir verkaufen nicht nur Kaizen, wir leben es auch selbst.“

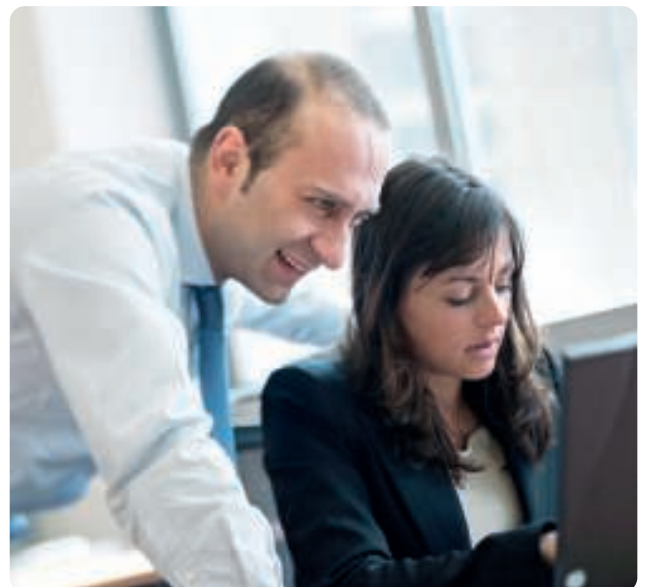
Die Berater der ersten ausländischen Tochtergesellschaft der Porsche Consulting GmbH haben Stellung bezogen – und sind mit Dienstbeginn gleich wieder kollektiv ausgeschwärmt. An diesem Montagmorgen betrachtet Nils Hof die verwaisten Arbeitsplätze mit großer Genugtuung. „Das ist eine alte Beraterweisheit“, sagt er, „ist das Büro leer, laufen die Geschäfte gut.“ Sprich: Die Mitarbeiter sind draußen, wo sie gebraucht werden. Rund 30 Projekte hat die Beratungsgesellschaft seit 1997 in Italien abgewickelt, von Mailand aus werden seit November 20 Kunden betreut.

Der „Spirit“ (Magno) von Porsche Consulting weht durch Norditalien und die eigenen Büroräume, das Ergebnis einer behutsamen Planung nach Art des Hauses. Mit Hilfe des Quality-Gates-Systems und einer eigenen Landkarte behandelten Federico Magno und Nils Hof die Gründungsphase, als handle es sich um den Serienanlauf eines neuen Porsche-Modells. „Anhand der Landkarte haben wir jede Woche überprüft, wie weit wir mit den Vorbereitungen sind, ob der Budgetrahmen noch stimmt und ob jeder seine Aufgaben erledigt hat“, so Magno. Daneben waren in den vergangenen Jahren in Bietigheim immer wieder qualifizierte Berater mit Italienischkenntnissen eingestellt worden, die einmal das Abenteuer Ausland mitmachen sollten. An Lean-Know-how und Porsche-Erfahrung mangelt es in Mailand also nicht.

Jetzt gilt es vor Ort, auch die guten alten Sitten aus der Heimat nachdrücklich zu pflegen. Berater beim Kunden haben dunkle Hosen und den Porsche-Arbeitskittel zu ▶



Lebenselixier: der „Porsche-Espresso“



Teamwork: Magno, Valentina Mocchi

tragen. Eine Kleiderordnung als Signal. „Wir sind nicht nur beim Kunden, um zu reden, sondern um mitzuarbeiten“, sagt Hof. Jeden Freitagmorgen trifft sich die Mannschaft im Büro zum gemeinsamen Frühstück. Bei selbstgebackenem Kürbiskernbrot von Anna-Lucia di Paolo erzählt jeder, wie die Woche gelaufen ist und was man besser machen kann. Als das Ritual eingeführt wurde und der Beamer das erste Chart an die Wand warf, zeigte die Computer-Uhr 9.11 Uhr. „Seither ist das unser Neun-Elfer-Meeting“, sagt Magno.

Symbolik stärkt bisweilen den Glauben. Und der ist in Mailand unerschütterlich. „Wir haben ja nicht einfach in Italien eine Außenstelle aufgemacht“, sagt Magno, „sondern wir haben sie mit erfahrenen Leuten aus der Zentrale besetzt, die jetzt nur näher an ihren Kunden dran sind.“ Italiener, die neu zum Team gekommen sind, müssen Deutsch können, die Bürosprache. „Alles, was wir hier an unsere Kunden verkaufen, kommt direkt von Porsche“, sagt der Italiener Magno, „und Porsche ist deutsch.“

Die enge Anbindung an die Zentrale ist Programm. Einmal im Monat kommt Eberhard Weiblen, Geschäftsführer von Porsche Consulting, nach Mailand, um sich von seinen Statthaltern über die Lage der Dinge informieren zu lassen. Die Mailänder Crew ist stolz darauf, so etwas wie ein Versuchskaninchen für die Internationalisierung der Beratungsgesellschaft zu sein. Mit dem Flugzeug sind es nur 45 Minuten von Stuttgart aus, mit dem Auto knapp 600 Kilometer. Also nah genug dran und doch weit genug weg. Außerdem hat die Verbindung nach Italien Tradition. Unternehmen aus der Luftfahrt- und Nutzfahrzeugbranche, aus der Automobilzulieferindustrie und Tochtergesellschaften deutscher Konzerne zählen schon lange zur Kundschaft.

Es herrscht Aufbruchstimmung in Mailand. Es geht um die Arbeit – und ums Leben. Anna-Lucia di Paolo fühlt sich manchmal in ihre Kindheit zurückversetzt. Mailand, das war für sie als kleines Mädchen der große Dom. Die Mama stammt aus Apulien, der Papa aus Sizilien, geboren und aufgewachsen ist sie in Deutschland.



Historie trifft Zukunft: Ein Porsche 356 markiert den Eingangsbereich von Porsche Consulting Italia



Umzugsarbeiten: Mit Hilfe einer Landkarte wurde der Start in Italien wie der Serienanlauf eines neuen Porsche-Modells geplant

Aber drei, vier Mal pro Jahr gab es die Besuche bei der Tante in Milano. Und die kleine Anna-Lucia bestand immer auf einen Trip zum Dom. „Ich musste schließlich Tauben füttern.“ Jetzt lebt sie zum ersten Mal in ihrem Heimatland – und führt eine Wochenendehe. Ihr Mann konnte seine Firma schlecht zurücklassen.

Valentina Mocchi führte der Weg über Porsche Consulting in Bietigheim wieder direkt nach Hause zu den Eltern. Die gebürtige Mailänderin wurde deutsch erzogen. Der Kindergarten war deutsch, die Grundschule, das Gymnasium. „Meine Eltern wollten das so.“ Nach dem Abitur studierte sie Betriebswirtschaft und arbeitete zwei Jahre bei einer Mailänder Finanzgesellschaft. „Ich wollte meine Deutschkenntnisse anwenden – und hatte

keine Gelegenheit mehr“, erinnert sie sich. Da traf es sich gut, dass Porsche Consulting zu der Zeit dringend Dolmetscher für die Projekte in Italien suchte. Mocchi: „Ein Gespräch – und ich bin sofort nach Bietigheim gegangen.“ Das ist kaum zwei Jahre her. Jetzt ist sie wieder da.

Der Kontakt damals lief über Federico Magno. Der Mann aus Padua war 1999 zu Porsche Consulting gekommen – als Praktikant. Seine erste Aufgabe: Bestimmung eines möglichen Standortes für ein Italien-Büro des Unternehmens. Rom? Turin? Bologna? Schon damals gab es für ihn keine Alternative zu Mailand. Die Verkehrsanbindung mit zwei Flughäfen, Bahn und Autobahnen sowie die Tatsache, dass Italiens Industrie im Norden angesiedelt ist, sprachen für sich. Das Finanzzentrum ▶

Mailand zieht eben an. Die gesamte Zulieferindustrie der Automobilbranche – auch Porsche-Lieferanten – sind in der Lombardei und im Piemont zu Hause, die italienischen Mittelständler gruppieren sich um Padua und Bologna. „Was uns damals noch fehlte, war der nötige Umsatz“, erinnert sich Magno, „der sollte die Grenze von zwei Millionen Euro überschreiten.“

Im vergangenen Geschäftsjahr erzielte Porsche Consulting einen Umsatz von 31,9 Millionen Euro, der Auslandsanteil stieg auf 23,5 Prozent. Italien ist weit vorne – und die Erwartungen sind hoch. Künftig sollen die Aktivitäten auf dem italienischen Markt rund zehn Prozent des Umsatzes ausmachen. Die Voraussetzungen sind günstig. Italiens Wirtschaft ist seit der Einführung des Euro mehr denn je auf Qualität, Effizienz und Prozessstabilität angewiesen, um international wettbewerbsfähig zu bleiben. Nicht schlecht für die im Grunde einzige Beratungsgesellschaft in Italien, die Lean Production und Lean Management lehrt. „Der Name Porsche zieht“, sagt Magno und hat eine Vision: „Wir implementieren japanische Methoden mit deutscher Zielstrebigkeit, gepaart mit italienischer Fantasie und Flexibilität.“

An Starthilfe mangelte es nicht. Auf der 113 Quadratmeter großen Bürofläche im Porsche-Haus Milano standen Anfang November noch Gebrauchtwagen. „Die Miete“, sagt Magno, „ist ein echter Freundschaftspreis.“ Und Porsche Italia mit Sitz in Padua griff den Neulingen bei Marketingfragen tatkräftig unter die Arme. Magno: „Obwohl sie eigentlich nichts mit uns zu tun haben, haben uns alle sehr geholfen. Das ist nicht normal, das ist Porsche.“

All dem will das Team gerecht werden in der neuen, alten Heimat. Mit den ständigen Veränderungen können die Mitarbeiter dabei ganz gut leben. „Das Füttern von Tauben am Dom“, sagt Anna-Lucia di Paolo, „ist inzwischen verboten.“ ◀



Nah am Kunden: Projektmanager Simone Cigada



Zu zweit durch Mailand: Anna-Lucia di Paolo (l.), Valentina Mocchi

Brutale 910 R Art in motion.



BRUTALE



[www.mvagusta.it](http://www.mvagusta.it)

