

Was wäre, wenn ...?

von Nikolaus Fecht



Ein Virus der ganz gehässigen Art geht um: Die Rede ist nicht von der Vogelgrippe, sondern vom Autovirus. Es befällt auf wundersame Art und Weise die gesamte weltweite Lieferantenschar der Automobilindustrie. Die Zulieferer behandeln plötzlich die völlig entsetzten Fahrzeughersteller genauso, wie diese seit Jahren mit ihnen umgehen.

Morgens um sieben Uhr war die Welt für Alfons Kowalski noch in Ordnung: Der Inhaber des gleichnamigen Werkzeug- und Formenbaubetriebs aus Gelsenkirchellen freute sich auf sein neues Fahrzeug. Die Stimmung änderte sich Stunden später schlagartig. Im Autohaus erfuhr er, dass es das neue Automobil nicht mehr gegen Rechnung, sondern nur noch gegen Bares gibt. Der Autoverkäufer murmelte irgendetwas von "SCHUFA-Kontrollmeldung" und "strikte Anweisung aus der Zentrale".

Wütend stapfte Kowalski zu Fuß nach Hause. "Nein, nun darf ich noch nicht einmal das Auto kaufen, das mit meinen, immer noch nicht bezahlten Werkzeugen gefertigt wird. Und die SCHUFA-Meldung verdanke ich den offenen Rechnungen des Autokonzerns." Tief in Gedanken versunken stieß er mit einer mittelalterlich gewandeten Frau zusammen. Die Dame schwankte kurz, hob einen Zauberstab und sprach: "Nicht verzagen, IPF fragen." "IPF?" "Ihre persönliche Fee – Sie haben einen Wunsch frei" "Nur einen, ich dachte drei ..." "Ach das. Das war vor der allgemeinen Wunschentwertung. Nun hurtig, Sie haben eine Minute Bedenkzeit – dalli, dalli!" "Ja, dann hätte ich gerne ..." Kowalski schossen spontan Ideen von unendlichem Reichtum, weltweiter Berühmtheit und nicht endender Manneskraft durch den Kopf. Diabolisch grinsend meinte er dann aber: "Ich wünsche mir, dass es ab sofort den Automobilherstellern beim Autokauf genauso wie uns mit ihnen ergeht."

Der Werkzeugbauer erklärte ihr, dem magischen Wesen, kurz das seltsame Wesen "OEM". Was dieses Kürzel heiße, könne er ihr nicht erklären. Aber das Geschäftsprinzip der Autoindustrie: "Gestern bestellt, heute geliefert, irgendwann bezahlt."

"Ach so. Da hilft nur noch mein ultimativer Spruch: 'Wie du mir, so ich dir.' So sprach seine persönliche Fee und löste sich in Luft auf. Zzzzzzzzzzzong. Auch Kowalski verschwand. 50 Millisekunden später (sorry, ein Ingenieur schrieb dieses Märchen) befand er sich wieder im Autohaus, allerdings einige Monate früher. Wie von Zauberhand gelenkt griff er in seine Aktentasche und legte ein Formular auf den Tisch. "Bitte konfigurieren Sie für meine Frau ein Fahrzeug anhand dieses Lastenheftes", sagte er zu dem anscheinend überhaupt nicht verdutzten Autoverkäufer. "Und die Kosten ...?" "Verrechnen wir, falls Sie den Zuschlag erhalten und wenn das Modell alle Punkte des Lastenheftes zu 100 Prozent erfüllt hat. Wie heißt es doch so schön bei Ihnen – 'pay-on-production'?"

"Korrekt." "Ach, noch eines. Senden Sie bitte beglaubigte Kopien aller 9000er-Zertifikate an unsere Zertifikatsabteilung – inklusive der 14000er-Ökozertifikate wegen des späteren Recyclings." "I.O. (Fachjargon von Automobilisten für okay). Wie geht es nun weiter ... Wann erhalten wir den Vertrag?" "Wenn Sie die Internet-Auktion gewinnen, die in Kürze startet." Strahlend verließ der Werkzeug- und Formenbauer den Verkaufsraum. So gefiel ihm die real existierende Automobilwelt. Er bestieg seine japanische Nobelkarosse und ließ sich erst einmal von seinem Chauffeur, einem ehemaligen Einkäufer der Automobilindustrie, zum Audit bei einem Sportwagenhersteller fahren. Das Luxusmobil verdankte er den glänzenden Preisen im Werkzeug- und Formenbau und dem guten Auditiergeschäft. Dank eines gnadenlosen Wettbewerbs gab es weltweit nur noch zehn große Formenbaukonzerne, die nun den Automobilherstellern Preise und Bedingungen diktierten. Und Kowalski war Geschäftsführer und Mitinhaber eines dieser Konzerne.

Fröhlich pfeifend rälte er sich im zertifizierten Fahrzeug, denn das Audit war ein prima Geschäft. Wer an ein Mitglied der weltweiten Werkzeug- und Formenbau-Innung (VDWF-Trust) etwas verkaufen wollte, benötigte ein teures spezielles Innungszertifikat. Und weil sich auch die jeweiligen Maschinenbauer mit ihren nationalen Verbänden daran beteiligten, gab es genügend Druck auf die Automobilhersteller, sich zertifizieren zu lassen. Kowalski erinnerte sich noch gut an einen Artikel in "VDWF online": "Zertifikat-Boykott – eine Million Menschen kaufen nicht mehr bei der Autoindustrie". Woher stammte eigentlich diese hohe



Zahl? "Ach ja, wir konnten nicht nur Besitzer und Mitarbeiter von Werkzeug- und Formenbau-Betrieben sowie deren Familien von dem Zertifikatszwang überzeugen, sondern motivierten auch Werkzeugmaschinenbauer und Automobilzulieferer zum Mitmachen. Und da kommt locker ein Milliönchen Menschen zusammen."

Der Hintergrund: Das eigentliche Auditieren nahmen die Automobilisten noch hin, sie störten sich aber an den Rahmenbedingungen. Denn mit dem Zertifikat mussten die Firmen den Fairplay-Passus unterschreiben. Wie hieß das nochmals genau? Kowalski griff in die Innentasche seines maßgeschneiderten, italienischen Jacketts: Da war ja das kleine PR-Heftchen des Verbandes, das er immer mit sich führte. Und unter "F" fand er schließlich die Definition von Fairplay: "Zertifizierte Firmen verpflichten sich zum fairen Umgang mit ihren Zulieferern und Ausrüstern. Dazu zählt die sofortige Zahlung von Werkzeugen und Maschinen gemäß Liefervertrag. Zusatzleistungen wie Prototypen und Entwicklungen sind entsprechend den landesüblichen Preisen zu zahlen. Bei Zuwiderhandlung folgt eine Abmahnung und bei erneutem Brechen des Fairplay-Gebots die Aufnahme auf die schwarze Liste."

"Ja, ja, die schwarze Liste ...", erinnerte sich der Formenbauer. Damals hatte die deutsche Autoindustrie das Zertifizieren boykottiert und Verbandsmitgliedern mit Restriktionen gedroht. Doch sie hatten die Rechnung ohne den weltweiten Verband gemacht. Als daraufhin alle deutschen Autohersteller auf die schwarze Liste kamen und – bei einer weltweiten Beteiligung von 80 Prozent – eine Million Autos plötzlich in Fernost geordert wurden (deutsch-amerikanische Konzerne wurden auch boykottiert), lenkten die Automobilisten schnell ein. Und seitdem war für die Werkzeug- und Formenbauer (und ihre Freunde aus dem Werkzeugmaschinenbau) die Geschäftswelt wieder in Ordnung. Und jetzt fiel ihm wieder ein, was OEM heißt. Grinsend murmelte Kowalski den uralten Slogan des Verbandes vor sich hin: "Automobilhersteller – mach mit in Sachen Fairplay. Sonst heißt OEM – Offenbarungseid möglich!" | Nikolaus Fecht, Gelsenkirchen



Unsere Produkte sagen mehr als tausend Worte!

Hummel-Formen GmbH

Daimlerstraße 9 -13 • 73252 Unterlenningen

Telefon 07026 / 93 10-0 • Telefax 07026 / 93 1040

Email: info@hummel-formen.de • www.hummel-formen.de

Ansprechpartner: Volker Hummel, Hermann Vollmer

