



„Ich kannte Wörwag noch nicht“

Wörwag ist mit einem neuen CEO ins Jubiläumsjahr gestartet. Nach knapp hundert Tagen im Amt stellt sich Georg Saint-Denis den Fragen von Mitarbeitern – und bewirkt mit seiner Vision für das Unternehmen freudiges Erstaunen.

Text: Michael Thiem **Fotos:** Florian Imberger



Georg Saint-Denis, 52, ist seit dem 8. Januar 2018 Wörwags CEO. Der studierte Volkswirt bringt zwei Jahrzehnte internationaler Berufserfahrung unter anderem aus der Autoindustrie mit. Auch als Geschäftsführer hat er sich schon bewährt. Saint-Denis stammt aus Lörrach, ist verheiratet und Vater dreier Kinder.

Saint-Denis: Woher kommt eigentlich Ihr Nachname?

Dell'Orzo: Aus dem Portugiesischen. Und Ihrer?

Saint-Denis: Aus Frankreich. Deshalb wird er französisch ausgesprochen. Er stammt von meinem Vorfahren Nicolas Saint-Denis, der in Paris geboren wurde und Anfang des 19. Jahrhunderts nach Mainz kam. Dort verliebte er sich und blieb.

Weiß: Heißt das, Sie sprechen perfekt Französisch?

Saint-Denis: Na ja, Schulfranzösisch trifft es eher. Ich komme aus Lörrach, wir sind manchmal zum Einkaufen ins Elsass oder zum Skiurlaub in die Alpen gefahren. Aber perfekt spreche ich nicht.

Kavanozis: Da wir gerade bei Namen sind, wann haben Sie zum ersten Mal von Wörwag gehört?

Saint-Denis: Ganz ehrlich? Im Herbst 2017, als ich gefragt wurde, ob ich mir vorstellen könne, hier CEO zu werden. Ich kannte Wörwag noch nicht. Aber mir war schnell klar: Die Firma ist ein Hidden Champion.

Kavanozis: Das kann ich bestätigen. Wenn du sagst, du arbeitest bei Wörwag, zuckt jeder mit den Schultern.

Dell'Orzo: Wir sind die Firma in Zuffenhausen neben Porsche. Das kennen die meisten.

Teidelt: Was gab denn den Ausschlag, zu Wörwag zu kommen?

Saint-Denis: Ich war gerade in einer Phase, in der ich darüber nachdachte, wie es beruflich weitergehen sollte. Die Anfrage kam also zur rechten Zeit. Ich war seit 13 Jahren CEO eines Automobilzulieferers und stand nun vor der Frage: Habe ich nochmal Lust auf einen Neuanfang?

Teidelt: Und Wörwag hat Sie überzeugt?

Saint-Denis: Ja, sofort. Das Konzept gefällt mir. Wörwag profiliert sich über Technik, Qualität und Innovation. Wir produzieren in Deutschland mit hochqualifizierten Mitarbeitern.

Kavanozis: Sie sind jetzt rund hundert Tage im Amt. Hat sich Ihr erster Eindruck bestätigt?

Saint-Denis: Ja, ich habe das Gefühl, ich bin schon voll drin.

Kavanozis: Wie innovativ ist Wörwag?

Saint-Denis: Wir sind schon ziemlich gut. Aber ich glaube, wir könnten bei der Innovation noch mehr tun, etwa neue Ideen konsequent ins Ziel bringen. Da haben wir noch Potenzial. Das ist auch der Grund, warum Vertrieb und Entwicklung künftig bei mir angesiedelt sind.

Dell'Orzo: Was heißt das in der Praxis?

Saint-Denis: Wir müssen uns stärker vernetzen, besser über Ressortgrenzen hinweg kommunizieren. Wir haben in den Abteilungen sehr gute Leute, aber die Vernetzung müssen wir optimieren.



Teidelt: Wo sehen Sie Wörwag in zehn Jahren?

Saint-Denis: Wörwag wird das profitabelste Unternehmen der Branche sein. Diese Profitabilität sorgt für dauerhafte Stabilität. Sie ermöglicht uns, weiter zu investieren und zu wachsen.

Dell'Orzo: Kann Wörwag ein Familienunternehmen bleiben?

Saint-Denis: Wörwag muss ein Familienunternehmen bleiben! Wir wollen ja weiterhin unabhängig sein. In zehn Jahren werden wir es geschafft haben, Wörwag zu einem globalen Unternehmen zu formen.

Weiß: Was folgt daraus für die Mitarbeiter?

Saint-Denis: Unsere Profitabilität wird unter anderem ermöglichen, unsere Mitarbeiter stärker am Erfolg zu beteiligen, als unser Nachbar Porsche das heute tut.

Dell'Orzo: Sie wissen, was Porsche an Sonderprämien zahlt?

Saint-Denis: Ja, und es ist mein Ehrgeiz, so etwas auch bei Wörwag zu erreichen.

Kavanozis: Welche Bedingungen müssen dazu erfüllt sein?

Saint-Denis: Wir müssen die digitale Transformation schaffen. Es wird extrem spannend sein, bei uns zu arbeiten. Wir werden eines der agilsten Unternehmen sein. Agil heißt, wir haben optimistische, loyale Mitarbeiter, die sich die Fähigkeit zur Veränderung bewahren. Und weil Wörwag als Arbeitgeber so attraktiv ist, werden junge, qualifizierte Bewerber bei uns Schlange stehen.

Teidelt: Schöne Aussichten.

Saint-Denis: Das ist eine Vision.

Kavanozis: Welche Produkte brauchen wir dazu?

Saint-Denis: Lack ist auch in Zukunft unser Kerngeschäft. Optik, Haptik und Schutzfunktion bleiben wichtig. Wir werden aber mehr Funktionslacke und ▶





Jennifer Teidelt

seit 2012 bei Wörwag, zuständig für das Vorschlagswesen und Ideenmanagement



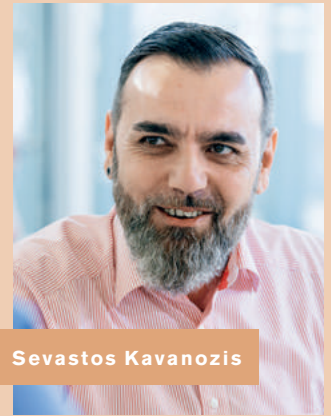
Giuseppe Dell'Orzo

seit 1996 bei Wörwag, arbeitet in der Ansetzerei



Nadine Weiß

hat 2013 bei Wörwag eine Ausbildung zur Lacklaborantin abgeschlossen, seit 2016 ist sie in der Ausarbeitung der Pulverlackfarben tätig



Sevastos Kavanozis

seit 2002 bei Wörwag, leitet die Abteilung Decklacke

Anwendungen haben, an die noch niemand denkt. Zum Beispiel leitende Lacke oder Beschichtungen, über die sich Objekte steuern lassen. Ich bin sicher, dass unsere Produkte weit über die Autoindustrie hinaus gefragt sein werden.

Teidelt: Klingt gut.

Saint-Denis: Das wird gut!

Weiß: Dazu braucht man qualifizierte Mitarbeiter. Kommen die auch aus den eigenen Reihen?

Saint-Denis: Warum nicht? Damit habe ich gute Erfahrungen gemacht. Auf jeden Fall müssen wir die Motivation der Mitarbeiter stärken. Allein mit finanziellen Anreizen wird es nicht getan sein. In der Arbeitssicherheit und im Arbeitsumfeld etwa haben wir Nachholbedarf.

Dell'Orzo: Ich arbeite in der Ansetzerei, dem Herzstück der Produktion. Wir nennen es im Scherz auch Alcatraz, die Hölle. Als ich vor 22 Jahren dort anfang, wollte ich gleich wieder weg. Heute liebe ich Wörwag. Manchmal wünsche ich mir aber mehr Anerkennung.

Saint-Denis: Zu Recht. Es sollte selbstverständlich sein, dass ein Vorgesetzter einem Mitarbeiter hin und wieder auf die Schulter klopf und sagt: Das hast du gut gemacht. Wir müssen aber auch dafür sorgen, dass wir spannende Aufgaben bieten. Wir sind und werden kein Konzern. Deshalb muss es möglich sein, dass jeder Kollege weiß, welchen Anteil seine Arbeit am Gesamterfolg hat.

Weiß: Ich habe bei Wörwag gelernt und bin seit zwei Jahren in der Farbtonausarbeitung. Wie kann ich mich beruflich weiterentwickeln?

Saint-Denis: Wir müssen jedem Mitarbeiter Gelegenheit geben, bereichsübergreifend tätig zu sein. Mal die Abteilung wechseln, andere Themen verantworten, andere Produkte betreuen. Bei allen wünschenswerten Maßnahmen dürfen wir aber nicht vergessen, uns

auf das Wesentliche zu konzentrieren: Dinge zu Ende führen, die wir anfangen. Daraus ergeben sich dann neue Chancen für alle.

Kavanozis: Woran denken Sie dabei?

Saint-Denis: Die Lackfolie ist ein Beispiel. Sie könnte dazu führen, dass wir hier in Zuffenhausen in zehn Jahren doppelt so viele Mitarbeiter beschäftigen wie heute. Wir arbeiten schon zehn Jahre an der Entwicklung. Jetzt sollten wir damit durchstarten. Wir müssen unsere Kräfte auf die Themen bündeln, die für die Zukunft unseres Unternehmens wichtig sind. Die Lackfolie gehört dazu.

Teidelt: Ich habe noch eine Frage in eigener Sache.

Saint-Denis: Solange Sie mich nicht festnageln ...

Teidelt: Nein, keine Angst. Es betrifft mich als Verantwortliche für Vorschlagswesen und Ideenmanagement. Welche Rolle spielen solche Instrumente in Ihren Plänen?

Saint-Denis: Das Ideenmanagement ist der Dreh- und Angelpunkt. Wenn ich Technologieführer sein will, muss ich alle Ideen fördern. Auch wenn sie auf den ersten Blick noch so profan erscheinen. Die Hürde, sich am Vorschlagswesen und an der stetigen Verbesserung zu beteiligen, muss möglichst niedrig liegen. Jeder muss mitmachen können.

Weiß: Noch ein Themenwechsel: Was machen Sie in der Freizeit am liebsten? Wobei entspannen Sie sich?

Saint-Denis: Ich verbringe gerne Zeit mit der Familie, vor allem mit den Kindern. Zu meinen Hobbys gehört Kochen. Ich glaube, ich kann das auch recht gut. Dazu kaufe ich am liebsten frische Lebensmittel ein. Während der Pilzsaison gehe ich auch häufig zum Sammeln in den Wald.

Dell'Orzo: Dann gibt es demnächst in der Kantine öfter Pilze?

Saint-Denis: Durchaus möglich.



Fotogalerie der Fragerunde „Hello, CEO!“

www.woerwag.com/helloceo