



„Ich will die Zukunft der Intralogistik in China mitgestalten“

Seit 2011 verantwortet Alexander Özbahadır als Managing Director der Jungheinrich Lift Truck (Shanghai) Co. Ltd. das China-geschäft des produzierenden Dienstleisters und Lösungsanbieters für Intralogistik. In Qingpu betreibt Jungheinrich seit 2006 eine Fertigung für deichselgeführte Flurförderzeuge, Elektro-Gegen-gewichts- und Schubmaststapler, 2013 wurde ein neues Montagewerk auf 60 000 Quadratmetern errichtet. Wir treffen Alexander Özbahadır in Putuo, wo der Vertrieb angesiedelt ist.

Eigentlich gab es in der 38. Kalenderwoche 2013 kein Zeitfenster mehr, aber für das BIP-Interview macht sich der 35-Jährige dann doch kurzentschlossen frei. Entspannt ist er, strahlt trotz der Hektik Freundlichkeit und Souveränität aus. Kennengelernt haben wir uns ein paar Tage zuvor auf der BME Sourcing Conference im Shanghai Marriott City Centre. Hier hatte Özbahadır einen vielbeachteten Vortrag gehalten, seine Visitenkarten waren begehrt – leider hatte er an diesem Tag nicht genügend dabei. Seine Art kommt an. Er hat was zu sagen, und er tut das auf angenehme Weise. Persönliche „lessons learned“ hatte er den rund 200 Zuhörern mit auf den Weg gegeben. Eigene Werte und Wertschätzung für andere gehören für ihn unbedingt dazu. „Wichtig ist, dass ich meinen Mitarbeitern eine klare Wertewelt vorlebe, und es muss gelingen, Mitstreiter an Bord zu

6 000 Motoren und die Steuerung kommen aus Deutschland.

holen, die das verstehen und weitertragen“, sagt der Deutsch-Türke im BIP-Interview. Er verweist auf den nächsten Tag: Beim turnusgemäßen „Key-40-Meeting“ sollen seine vierzig wichtigsten Mitarbeiter auch über Führungsleitbilder diskutieren. „Wir wollen, dass unsere Leute als Vorbild tätig sind.“ Und wie schafft man zugleich Sicherheit in den Prozessen? „Indem man hierfür möglichst Leute auswählt, die man kennt.“

Auch Produktmanager kaufen ein. Das Jungheinrich-Team in China umfasst momentan mehr als 320 Mitarbeiter im Vertrieb und gut 200 im Werk – Tendenz steigend. Unter ihnen gibt es gerade einmal jeweils vier Deutsche. Die Beschaffung verrichten neben den chinesischen Einkäufern auch Produktmanager, die mit komplexen Logistiksystemen betraut sind. Die in China gefertigten Flurförderzeuge sind bis auf wenige Anpassungen baugleich mit den deutschen Produkten. Lediglich die 6 000 Motoren pro Jahr und die Steuerung werden aus Deutschland angeliefert. Was in China gefertigt wird, geht komplett in den asiatischen und pazifischen Markt.

Image setzt Energien frei. „Stapler bauen können auch Chinesen, sie fliegen ja schließlich auch zum Mond“, meint Özbahadır. Billiger seien sie, ganz klar. „Aber hinsichtlich Qualität und Service sind wir unschlagbar.“ Auch chinesische Kunden wüssten mittlerweile, „dass deutsche Produkte länger halten und weniger wartungsintensiv sind“. Wenn ein Stapler erstmal steht, dann steht der gesamte Prozess und das wird teuer. So mancher Kunde hat es laut Özbahadır schnell bereut, einen chinesischen Anbieter gewählt zu haben. Jungheinrich gibt Garantien auf seine Fahrzeuge von bis zu zwei Jahren. Wenn der Kunde es wünscht, erhält er

auch einen Full-Service-Vertrag. Der wichtigste Teil der Unternehmenskultur kommt bei Jungheinrich über das Produkt – das Image der deutschen Qualitätsmarke setzt auch in der Belegschaft Energien frei, weiß der General Manager. „Unsere Benefit-Programme für Mitarbeiter sind zweifellos gut, aber letztlich nicht ausschlaggebend. Wenn ich mit den Leuten spreche, dann sagen viele, dass sie einfach gerne hier arbeiten, wegen der Führungskultur, weil man sich hier weiterentwickeln kann und auch mal Fehler machen darf.“

Sprechen ja, aber nicht verhandeln. Özbahadır selbst hat sich nach eigener Aussage bereits während seiner Studienzeit in Iserlohn an der Business and Information Technology School in Jungheinrich „verliebt“, als er im Unternehmen seine Diplomarbeit zu Kostenbewertung in der frühen Planungsphase von Logistiksystemen erarbeitete. Direkt einsteigen bei Jungheinrich mochte er damals noch nicht, es zog ihn zunächst für sieben Monate nach China – „selbst finanziert“, wie er betont, ohne Ziele und Kenntnisse der Sprache, ohne Bekannte. Als er dann nach diesem Auslandsabenteuer schließlich doch noch seinen ersten Festvertrag bei

„Willkommen
in China ... aber
nur als Gäste.
Das respektiere ich.“

Jungheinrich unterzeichnete, beherrschte er immerhin schon 850 chinesische Wörter. Eine Basis, die er seitdem stetig ausbaut, weil er gerne kommuniziert. Özbahadır kann auf Chinesisch „smalltalken“, versteht viele Gesprächszusammenhänge, aber aus Vertragsverhandlungen mit chinesischen Zulieferern hält er sich wohlweislich heraus. Das übernehmen seine Experten.

Überanpassung vermeiden. Alexander Özbahadır versteht und schätzt die chinesische Art, er weiß aber auch zu rela-

tivieren: „Überanpassung bringt in diesem Land nichts. Wir Ausländer sind mit unseren Aufträgen und Investitionen willkommen, aber es wird uns auch deutlich gemacht, dass wir Gäste sind und auf Dauer nicht hierhergehören. Das respektiere ich.“ Der ehemalige Salem-Schüler („Ich war nicht besonders gut“) machte schon zu Internatszeiten die Erfahrung, dass er ein Händchen für den Umgang mit Menschen verschiedener Nationalitäten hat. Fleiß, Aufrichtigkeit, Gemeinsinn und Respekt sind seine Prämissen – keine schlechten bei der Arbeit in der Fremde. Zweimal im Jahr besucht er die sieben Jungheinrich-Niederlassungen in China und auch seine besten Kunden

„Ich habe mich
bereits während des
Studiums in Jung-
heinrich verliebt.“

selbst in den entlegensten Regionen des Landes – „ich fühle mich manchmal wie ein Guerilla im wilden China“. Dazu kommen Europareisen, sein Jahr ist komplett durchgeplant. Wie schafft man dieses Pensum? Der im chinesischen Zeichen des Pferds Geborene spielt zum Ausgleich Handball und Basketball, beschäftigt sich auch in der Wohnung im japanisch-koreanisch geprägten Shanghaier Stadtteil Gubei, die er mit seiner dänisch-chinesischen Lebenspartnerin und zwei Kindern teilt, mit Körper und Geist. Yoga, Klimmzüge, Liegestütze – und wenn es die Zeit erlaubt Sachbücher, wie zuletzt ein „Wälzer“ über George C. Marshall, den ehemaligen US-Außenminister.

Hat seine „Liebe“ zum Unternehmen Jungheinrich bis heute angehalten? Die Antwort kommt schnell und unmissverständlich: „Aber ja! Hier kann ich am besten die Zukunft der Intralogistik in China mitgestalten. Und ein wichtiger Faktor ist, dass wir viele Führungskräfte haben, die am Boden geblieben sind.“ Das trifft ganz sicher auch auf Alexander Özbahadır zu.

Sabine Ursel, BME