

MANUFACTUM HAUSNACHRICHTEN

SOMMER 2005

Liebe Leserin, lieber Leser,

weil gute Wirtschaftsnachrichten derzeit nicht gerade aus dem Füllhorn fallen, wollen wir Ihnen diese hauseigene nicht vorenthalten: Manufactum ist auch im vergangenen Schreckensjahr des Einzelhandels stabil und auf allen Vertriebswegen gewachsen – insgesamt um mehr als 20% und das bei gleichzeitig gesenktem Marketingaufwand, also mittels einer „Erhöhung des Wirkungsgrades“, die es rechtfertigt, hier von „qualitativem Wachstum“ zu reden.

Wir haben demnach wenig Anlaß, uns an der heftigen „Konsumkritik“ zu beteiligen, die neuerdings mit umgekehrtem Vorzeichen und von allen Seiten auf den Verbraucher niedersprasselt in Gestalt des Vorwurfs, er versündige sich mit einer anhaltenden, kaufstreichähnlichen Konsumverweigerung an der Konjunktur und deren Aufschwung.

Bodenschätze 1: Stahl und Eisen.

Über die Explosion der Stahlpreise haben wir im letzten Herbst schon einmal hausnachrichtenöffentlich geächzt; sie hat uns auch die Arbeit an manchen der vielen, meist metallischen Manufactum-Produkte im beiliegenden Sommerkatalog sauer gemacht: Vor Jahresfrist hätten wir einige davon noch um ein gutes Drittel billiger realisieren können.

Die Entwicklung auf den Rohstoffmärkten ist heiß und nicht mehr nur von Preis-, sondern teilweise tatsächlich von echten Mengenproblemen gekennzeichnet. Selbst beim Eisenerz wird's eng, und die Preise explodieren derart, daß die Stahlkocher demnächst wahrscheinlich die Schrotterhüttung wieder aufleben lassen. (Man tut insofern gut daran, den im Wege stehenden alten Eisenherd nicht heute für teures Geld zu entsorgen, sondern ihn morgen als raren Rohstoff noch teurer zu verkaufen.)

Nur 5 Jahre nach den Dematerialisierungsträumen einer Neuen Ökonomie ist das wirtschaftliche Denken wieder auf dem Boden angekommen – dem, in dem die Grundstoffindustrie nach zur Neige gehenden Schätzen schürft. Gut möglich also auch, daß sich in der vielbeklagten Konsumverweigerung des Verbrauchers außer momentaner Klammheit und schlechter Laune auch die kollektive Spur jener „Klugheit des Langfristdenkens“ zeigt, die sich alle ökonomischen Theorien so gründlich abtrainiert haben.

Bodenschätze 2: Bergwärme.

„Die Zukunft liegt schon lange unter uns“, verkündet die RAG mit Verweis auf jene immerhin 21 Milliarden Tonnen der teuer gewordenen Steinkohle, die unter den stillgelegten Zechen des Ruhrgebiets noch lagern. Energiemäßig zehrt Manufactum übrigens seit einem Jahr von

der unterirdischen Zukunft – nicht derart, daß unser Hausmeister über einen heimlich abgeteufelten Schacht die Restkohle unter der Zeche Waltrop in unseren Heizungskeller hievt, sondern dadurch, daß wir Wärme und Elektrizität aus einem hier auf dem Gelände errichteten Blockheizkraftwerk beziehen, das seinerseits das in den stillgelegten Schächten noch reichlich vorhandene Grubengas verwertet.

Im Netz. Mal als Knoten, mal als Fisch.

In ein Netz eingebunden zu sein, vermittelt entweder das gute Gefühl gesteigerter Verbundenheit (zum Beispiel dem Mitglied einer Internet-Community) oder das schlechte Gefühl verminderter Beweglichkeit (zum Beispiel dem Fisch, der darin zappelt). Jeremy Rifkin hat schon vor Jahren konstatiert, daß die Industrie mit Ingrimms darauf sinne, ihre Kunden sämtlich in Abonnenten zu verwandeln – mit leichtem Zugang, aber erschwerten Kündigungsbedingungen – eine These, der man mit Blick auf die wachsende Zahl von „Versorgungsverträgen“ (mit E- und Wasserwerken und allen möglichen Arten von „Service-Providern“) die Zustimmung kaum versagen kann. Aber auch vertragsfrei sieht man sich als ungefragt globalisierter Konsument in manchmal verblüffend weitgespannte Netze eingebunden: wenn man etwa erfährt, daß das um die Ecke erstandene Frühstücksbrötchen einige Tausend Kilometer weiter östlich gerührt, vorgebacken und tiefgekühlt wurde. Vorher sah man in dem trockenen Ding nur einen Ausbund an Mißratenheit, jetzt blickt man auch noch in einen „Abgrund von Nährwertunterschlagung“, weil es seine 80 kcal erst liefert, nachdem es – tiefgekühlt, ferngereist, aufgetaut und vor- und nachgebacken – das Mehrhundertfache selbst verschlungen hat.

Das Bedürfnis nach einer Entnetzung im zweiten Sinne scheint zu wachsen. Das schließen wir jedenfalls aus der Sonderkonjunktur, derer sich die Hersteller so unterschiedlicher Dinge wie Feststoff-Feuerungen, Grundwasserpumpen, Blockheizkraftwerke, Spaltaxte und Backöfen erfreuen – oder auch daraus, daß die Zahl der Seiten im Internet, auf denen sich Leute wechselseitig Tips zu Entnetzungs-, Abkopplungs-, Vereinfachungs- und Selbstversorgungstechniken darreichen, in den letzten drei Jahren sprunghaft gewachsen ist. Wir werden uns solchen Themen in Zukunft vermehrt zuwenden und beginnen damit schon einmal halb ernst, halb spielerisch in diesem Sommerkatalog mit eigenen Wasserwerken (Seite 25), einem energiefrei sich bewegenden Gartenregner (Seite 24), Geräten für die kleine Landwirtschaft (Seite 18) – und einem Radio, mit dem man stromfrei in Rundfunknetzen surfen kann (Umschlaginnenseite hinten).

Brüsseler Ein- und Aufmischungen.

Zeit ihres Bestehens trachtete die EU danach, alles Irdische jener Art von „Harmonisierung“ zu unterwerfen, mit der schon der antike Herbergsvater Prokrustes für eine gleichbleibende, sprich norm- und bettgerechte Länge der Reisenden auf Kreta sorgte: Was zur kurz ist, wird gestreckt, was zu lang ist, wird gehackt, und was sich krümmt, das wird begradigt. Die Gurke hat es dabei bekanntlich besonders schlimm erwischt. Auch die Banane kam nicht ungestreckt davon.

Das sorgte für viel Spott und Heiterkeit auf Kleinkunsthöfen. Das Lachen vergeht einem freilich, wenn das wahlfrei gestellte Brüsseler Politbüro seine Rasenmähergesinnung vom Gemüse ab- und der gesellschaftlichen Statik zuwendet, wie jetzt z.B. der unterschiedlichen Mobilität von Kapital und Arbeit: Das erste huscht bekanntlich wieselflink und immer hungrig über alle Kupferdrähte dieser Welt, indes die zweite – beschwert mit den Lasten einer zweitausendjährigen Seßhaftigkeitsgeschichte – partout nicht weltläufig werden, sondern im Lande bleiben und sich redlich nähren will. Dieser vormodernen Schwerfälligkeit versucht die EU-Kommission nun Beine zu machen, indem sie die erstarrten Verhältnisse mittels einer „Dienstleistungsrichtlinie“ aufmischt und dafür sorgt, daß möglichst viele ortsnahe Dienstleistungen demnächst von möglichst vielen ortsfernen Dienstleistern erbracht werden. Damit letztere dabei nicht durch die Unkenntnis örtlicher Rechtsnormen behindert werden, sollen sie nach den Vorschriften ihres Herkunftslandes werkeln können, was im Nebeneffekt gleich noch den Boden des Rechtsstaates gründlich umpflügt und unbegebar macht. Noch vor Inkrafttreten dieser bahnbrechenden Richtlinie machten die Metzger in Deutschlands Fleisch- und Schweinezentrum Oldenburg ihre Erfahrungen damit: 26.000 von Ihnen können Ihre Seßhaftigkeit nun auch tagsüber pflegen, weil angelernte Kollegen aus Polen die Arbeit für sie erledigen. Kritiker sagen voraus, daß die „Liberalisierung der Dienstleistungsmärkte“ kaum etwas anderes begründen wird als ein – im schlechtesten Fall (wie bereits im Bauhandwerk) – mafiaähnlich-organisiertes – Tagelöhnerturn. Sicher: Wasser vereist am Gefrierpunkt und gewinnt (wie „erstarrte Verhältnisse“ überhaupt) seine Reg- und Schmiegsamkeit erst nach der Zufuhr von Energie zurück. Nur: Wer dabei mit dem Flammenwerfer hantiert, hat hinterher weder Eis noch Wasser, sondern nur noch geflüchteten Dampf und verkohlte Gefäße.

brot&butter mausert sich...

... und das ist – Hühnerhalter wissen das – eine Phase, in der alles Geflügel Federn läßt, aus der es aber stets gekräftigt und mit erhöhter Fruchtbarkeit wieder herauskommt.

Was brot&butter betrifft, so hat die Mauser ein vielfältiges Erscheinungsbild: Zunächst hatte sich das Sortiment stark „italienisiert“, was angesichts der dortigen Fülle an guten Lebensmitteln zwar verständlich, aber eigentlich nicht Sinn der Sache war. Wir wollten ja gerade die Beschaffungswege kürzer machen und hiesigen Landwirten, Molkereien und Fleischern exemplarisch einen Ausstieg aus dem Hamsterrad der Mengenexpansion in Richtung „Wert“ aufzeigen – eben mit Brot und Butter, mit Schinken und Quark.

Dann ergriff das halbwüchsige Lebensmittel-Töchterlein Stock und Hut, um sich selbstständig zu machen und eigene Läden zu betreiben, und dies in einem Fall, nämlich in Frankfurt, zu allem Überfluß noch ohne jeden Windschutz durch mütterliche Rockschoße.

Und schließlich kam der Versand bei der Bewältigung eines großen Umsatzsprunges in Folge des letztjährig erstmals erschienenen Lebensmittelkatalogs logistisch und versandtechnisch ins Straucheln.

Wir haben vielfältige, nämlich personelle, organisatorische und vertriebliche Konsequenzen gezogen: Die Frankfurter brot&butter-Filiale wurde geschlossen, die anderen Filialen werden umgestaltet zu Orten, in denen auch produziert wird und verkostet werden kann, und das Trockensortiment (von Nudeln bis Schokolade) ist ab diesem Sommerkatalog wieder mit dem normalen Manufactum-Sortiment verfügbar und bestellbar (siehe die Seiten 50–56 dieses Katalogs).

Das eigentliche brot&butter-Sortiment wird eher kleiner, dafür aber profilierter. Entwicklerisch konzentriert sich brot&butter darauf, Produktionsweisen anzuregen und zu fördern, die es tatsächlich nicht mehr gibt und deren Produkte im Einzelhandel sowieso chancenlos wären: sei es die Zucht und extensive Haltung alter Fleischhuhnrasen, sei es der Anbau örtlicher Gemüse- und Kartoffelsorten (z.B. Teltower Rübchen), die Verarbeitung von Rohmilch oder die Rekonstruktion wirklicher Brotqualitäten.

Und vertrieblich wollen wir mit unseren Mitteln auch schon existente Formen alternativer Vermarktung stärken, indem wir etwa das von Ökobauern entwickelte regionale Direktvermarktungsmodell der „Abo-Kiste“ mit unseren Produkten und unserem Marktzugang ergänzen.

Die Themen von brot&butter liegen weit oberhalb dessen, was unter den Verteilern und Empfängern von Öko- und Bio-Siegeln an Richtlinien diskutiert wird; sie finden als solche eine immer breitere Resonanz. Das zeigt sich etwa in der journalistischen Aufmerksamkeit, die das Thema „Brot“ insgesamt gewonnen hat, oder auch wenn Monika Kirschner und Marion Schmidt in einem Themenabend auf Arte unter dem Titel *Einfach gut. Aus Liebe zum unverfälschten Geschmack* unter anderem Portraits der brot&butter-Lieferanten Jean-Marie Dumaine und Erich Stekovics liefern und sie als Menschen mit einer Passion für den authentischen Geschmack und damit zugleich als wichtige Vorreiter einer erneuerten Ernährung vorstellen (Sendetermin: 1. Mai 2005, ab 20:45 Uhr).

Nicht nur Stellen zu besetzen, sondern Räume. Zur Gestaltung.

Nach 17 Jahren Manufactum werde ich mich demnächst aus dem Tagesgeschäft zurückziehen, um erstens anderes zu tun und zweitens die Emanzipation des Unternehmens von seinem Gründer zu befördern. Das erfordert eine neue Statik und eine neue Ebene im Management und dort weitere Schultern, auf die zunächst sachte, dann aber stetig sehr viel Verantwortung niedersinken wird.

Hier nur kurze Skizzen; mehr erfahren Sie auf unserer Website, wo auch die Adresse der beauftragten Personalberatung steht.

Geschäftsführer / -in.

Die Geschäftsführung soll kollegial von zwei Leuten übernommen werden, die sich die Gesamtverantwortung an der Grenzlinie zwischen Infrastruktur (Finanzen/Rechnungswesen, Personal, IT/Organisation/ Unternehmenssteuerung) und Markt (Sortiment/Kataloge/Marketing) teilen und strategische Aufgaben gemeinsam wahrnehmen. Einer der beiden ist im Hause, aber flexibel, was sein zukünftiges Verantwortungsfeld angeht.

Wir erwarten eine souveräne Persönlichkeit von Format, die für das Tätigkeitsfeld höchste, möglichst im Handel erworbene und bereits betätigte Professionalität mitbringt, darüber hinaus aber weite Denk- und Handlungshorizonte gewonnen und Lebens- und Berufserfahrung nicht nur gemacht, sondern wirklich gesammelt hat.

Leiter / -in Sortiment/Einkauf.

Eine unserer schwierigsten Aufgaben, weil hier technisch-kaufmännisches Können, und ein hohes kreatives Potential gemeinsam verlangt sind. Einkaufserfahrungen im Handel sind nützlich, sollten aber keineswegs Ihre Fähigkeit gemindert haben, unkonventionell zu denken und sich jederzeit abseits der Warenautobahnen in die Büsche zu schlagen. Die Verantwortung umfaßt alle Einkaufs- und -in Zusammenarbeit mit einem Schwesterunternehmen - Produktentwicklungsaktivitäten.

Einkäufer / -in:

- Hartwaren (Werkzeug/Hausrat/Küche).

- Bekleidung.

In beiden Bereichen wollen wir unsere Kräfte verstärken. Wie bei der Leitung kommt es uns auch hier auf die Mischung aus Kreativität, methodischer Stringenz und kaufmännischem Können an.

Leiter / -in IT/Orga.

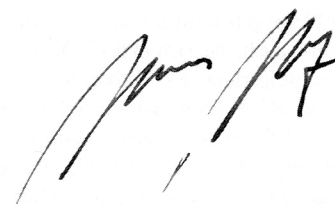
Nach dem inzwischen weitgehend verarbeiteten Schock einer SAP-Einführung lautet die Leitlinie unserer IT-Entwicklung eindeutig: sparsame, intelligente, eigenentwickelte und integrierte Datenbank- und .NET-Applikationen, die aufeinander zu wachsen, mit den üblichen Büro-Programmen zusammenarbeiten, von den Anwendern beherrscht werden und sich von dem Datenmoloch in der Mitte holen, was sie jeweils brauchen. Erfahrungen im Handelsumfeld und mit den genannten Programmen, Plattformen und Technologien sind ebenso nötig wie eine gelassen-kritische Distanz dazu. Sie sollten organisatorisch denken und nicht EDV-technisch. Die Fähigkeit, eine Fülle (interessanter) Projekte mit Ihren fünf Mitarbeitern methodisch und zeitgerecht abzuwickeln, gehört natürlich auch dazu.

Leiter / -in Kundenzentrum

Der Leiter Kundenzentrum verantwortet alle Ebenen der Kommunikation zwischen unseren Kunden und dem Unternehmen und die dazugehörigen Abläufe. Er führt insgesamt 20 Mitarbeiterinnen, von denen ein großer Teil die telefonische Bestellannahme (jetzt wieder im Hause), Produktberatung und Reklamation wahrnimmt. Wir suchen einen souveränen Profi aus der Versandhandels- oder Dienstleistungsbranche, der neben dieser Führungsaufgabe auch in der Lage ist, anspruchsvolle Fälle „außer der Reihe“ mit Stil und Einfühlungsvermögen zu lösen.

Beste Grüße

Ihr



Thomas Hoof

Impressum

Text und Redaktion: Thomas Hoof. Gestaltung: Achim Schmidt. © Manufactum, Hiberniastr. 5, 45731 Waltrop, Tel. 02309/93900, Fax 02309/939800