

Interview mit Christopher Reinhard, Betriebsleiter und Prokurist der Hofmann Metall GmbH

### **Chris, seit wann arbeitest du bei und für Hofmann Metall?**

Seit dem 01.01.2019.

### **Was hast du bisher im Unternehmen getan?**

Ganz viel! (lacht) Marketing, Einkauf, Kundenbetreuung im Außendienst, Vermittler. Irgendwer bezeichnete mich mal als das Schweizer Taschenmesser der Verwaltung. Eingestellt wurde ich ursprünglich als stellvertretender Leiter Einkauf im Außendienst. Zu diesem Zeitpunkt kreuzten allerdings schon verschiedene Themen meinen Schreibtisch: Gerade Themen der Kaltakquise und des Marketings gaben sich bei mir die Klinke in die Hand.

Wenn es hieß: „Wir wollen was machen!“, kam man zu mir. Sonderverschrottungen, Baustellenbetreuung, Angebotsbetreuung, Angebotsausarbeitung – im Einkauf kam vieles zusammen, was nicht nur mit den fachlichen Kompetenzen zusammenhängt, die sich hier bündeln lassen. Auch Zwischenmenschliches wie das Führen von Bewerbungsgesprächen oder die Vermittlung zwischen Kollegen wurde bisher schon mit besonderem Augenmerk geführt. (grinst)

### **Wie entwickelte sich das?**

Ich komme aus dem technischen Vertrieb im Maschinenbau. Vor Hofmann Metall habe ich Maschinenverkleidungen und Fertigungsanlagen im D-A-CH-Raum vertrieben und verkauft. Meinem ehemaligen Arbeitgeber stehe ich positiv gegenüber. Allerdings wollte ich einen weiteren Blick in die Zukunft wagen dürfen. Es ging nicht nur um die nächsten zwei bis drei Jahre, sondern um die kommenden drei bis vier Jahre und auch darüber hinaus.

Irgendwann erzählte mir Robert Eckhold (CEO Hofmann Metall), wir kennen einander bereits seit 2009, dass er gemeinsam mit seinem Vater Hofmann Metall übernehmen möchte und fragte, ob er bei akutem Bedarf auf mich zukommen könne. Das geschah dann auch im Spätwinter 2018. Ich schaute mir HM zwei, drei Mal an und kam irgendwann zu dem Schluss, dass es eine sehr gute Idee sei, hier anzufangen.

### **Was magst du an HM als Unternehmen bzw. als Arbeitgeber?**

1. Die schnelle Entscheidungsfindung.
2. Der Umgang zwischen Mitarbeitern und Geschäftsleitung. Es passiert immer auf Augenhöhe.
3. Das Streben, mehr zu wollen. Man spürt, dass jeden Tag eine gewisse Dynamik da ist, um voranzukommen.

## **Wohin möchtest du, dass Hofmann Metall geht? Welche Vision verfolgst du?**

Das muss ich in mehreren Teilen erzählen. (lacht) Lass es uns gern in einer Aufzählung gliedern.

1. Mein Wunsch ist es, dass HM jederzeit auf einen Mitarbeiterstamm zurückgreifen kann, der harmonisch und leistungsstark funktioniert. Wir wollen also nie auf das Problem stoßen, dass Mitarbeiter irgendwann zu alt sind oder aus anderen Gründen nicht mehr können. Die Mischung aus Manpower und Wissen ist entscheidend. Wir wollen Menschen einsetzen, die sich in Wissen und Können ergänzen und irgendwann ersetzen. Dabei geht es aber nicht nur um das Unternehmen, sondern auch um die Menschen auf unseren Plätzen. Besonders jene, die seit Jahrzehnten Wissen und Können erworben haben, möchten dieses auch weitergeben dürfen und sehen, dass der Beruf und das, woran man über Jahre mitgewirkt hat, erhalten bleibt.
2. Prozesse und deren Digitalisierung sind ebenfalls relevant. Die Gesamtheit aller Prozesse soll digital abbildbar sein. Dabei geht es nicht nur um Abläufe vor Ort, sondern auch darum, Ressourcen sinnhaft einzusetzen und das Unternehmen im Sinne aller zu optimieren. Arbeitsmittel und Technik sollen auf einem kontinuierlich hohen Niveau gehalten werden und wir können dank sinnhafter Digitaltechnik erkennen, wie wir reagieren müssen, wenn wir mehr Kunden gewinnen. Dazu kommt, dass diese Prozessoptimierung es ermöglicht, unternehmerisch und wirtschaftlich sinnvolle Entscheidungen zu treffen, die angemessen sind und nicht dem eigentlichen Wachstum vorgreifen. Die Struktur des Unternehmens muss jederzeit passen.
3. Ein hohes Level an Präsenz in den Medien auf einem qualitativ hohen Niveau ist ebenfalls nur mit Hilfe weitreichender Digitalisierung möglich. Es geht nicht darum, mit dem Handy das Drehen einer Schraube zu dokumentieren, sondern hochwertigen Content zu produzieren und Menschen zur Verfügung zu stellen. Damit erreichen wir nicht nur unsere Kollegen, die zeigen können, was sie auf Arbeit machen, sondern auch Interessenten, Kunden und neue Bewerber.

## **Was ist der deiner Ansicht nach positivste Entwicklungsschritt, den Hofmann Metall in den letzten Jahren gemacht hat?**

Oh, da gibt's viele.

Der Positivste ist der Bekanntheitsgrad, den wir um einen nahezu nicht mehr messbaren Wert vergrößert haben. Die Dimension ist nicht mehr zu beziffern.

Vor meiner Zeit gab es nicht nur die Abteilung Einkauf nicht. Auch Marketing und Business Development waren noch nicht Teil der Organisationsstruktur. Roberts Ansinnen war und ist es, die Firma wesentlich bekannter zu machen. Es muss heißen, dass „dieser sächsische Metallrecycler“ in der Champions League mitspielt. Unsere Preisangebote werden damit relevant für immer mehr Neukunden. Gleichzeitig bedeutet das auch, dass sich Menschen mit uns identifizieren und hier arbeiten möchten.

Social Media spielt dabei eine wichtige Rolle. Potenzielle Bewerber, Kunden und Geschäftspartner bemerken uns nicht nur, sondern werden regelmäßig auf uns gestoßen. Dadurch sichern wir uns einen wichtigen Vorteil gegenüber anderen Marktteilnehmern. Zudem bedeutet das Bekannterwerden auch, dass wir wachsen und Arbeitsplätze sichern sowie neue schaffen können. Das ist entscheidend.

**Vielen Dank, Chris!**

Sehr gern!