

Wir müssen Dankbarkeit zeigen

Firmenchef Cord Wöhlke erklärte der MIT seine Unternehmensphilosophie

wa **Hanstedt**. Keine Krawatte, kein Laptop. Weder bedeutsam klingende Anglizismen noch beeindruckende Zahlen. Cord Wöhlke (unser Bild) stapelt gern tief. „Man muss sich nicht so wichtig nehmen. Die Hälfte des Erfolgs ist einfach nur Glück. Um zukunftsweisende Gespräche zu führen, muss man zur richtigen Zeit am richtigen Ort sein. Die guten Ideen liegen ja auf der Straße“, sagt der Mitinhaber und Geschäftsführer von Budnikowsky vor fünf Dutzend Gästen der Mittelstandsvereinigung (MIT), Kreisverband Harburg Land.

Man könnte eine Stecknadel zu Boden fallen hören im großen Saal des Hotels Sellhorn in Hanstedt. „Ungewöhnliche Unternehmer“ heißt die Veranstaltungsreihe der MIT. Und ungewöhnlich ist dieser Vortrag in der Tat. Gerade weil Wöhlkes Rede so persönlich und die Botschaft so banal ist. Sie lautet: Wirtschaft sollte den Menschen dienen.

Sein Ziel ist nicht kurzfristige Gewinn-Maximierung, sondern das langfristige Wohl aller. Diese Haltung ist nicht nur seiner christlichen Erziehung geschuldet, sondern Konsequenz seines unternehmerischen Weitblicks. Denn in der immer weiter klaffenden sozialen Schere sieht Wöhlke die größte Gefahr für Frieden und Wohlstand unserer Gesellschaft. „Es sind doch die mittleren und kleinen Einkommen, die den Konsum am meisten beeinflussen.“

Der Mann, der in St. Georg wohnt („um nicht im Ghetto zu leben und ganz nah an der Basis

zu sein“) sagt Sätze wie: „Wenn Managergehälter heute 100 oder 200-fach über den Durchschnittsgehältern der Angestellten liegen, kann das nicht gesund sein.“ Und: „Ich wäre gern bereit, mehr Steuern zu zahlen, wenn ich genau wüsste, wofür sie eingesetzt würden.“

Umweltschutz, Bildung und Integration sind Themen, die ihm unter den Nägeln brennen. Seine Mission: Das Bewusstsein schärfen für den sorgsamen Umgang mit Ressourcen. Ökologisches Engagement für begrenzt verfügbare Güter wie Boden, Wasser, Luft. Und sozialen und gesellschaftlichen Einsatz für Mitarbeiter und Kunden.

Die Bezahlung orientiert sich am Verdi-Tarif. Mindestlohn? Selbstverständlich! Wenn eine neue Filiale eröffnet wird, ist die Geschäftsführung persönlich mit Hand und Herz vor Ort. Budnikowsky schickt Blumensträuße und gute Wünsche an erkrankte Mitarbeiter, veranstaltet Jubiläumsfeste für langjährige Angestellte und Startseminare für Berufsanfänger. Im Oktober gibt es eine Fete für alle Mitarbeiter und deren Familien. Da bewirten die Wöhlkes bis zu 3000 Leute. Jeder der 1600 Beschäftigten hat ein vertragliches Anrecht auf Weiterbildung. Müttern wird nach der Babypause der berufliche Wiedereinstieg erleichtert. Migranten sind als Mitarbeiter gern willkommen. Menschen über 50 genauso. Weil ihre Erfahrung die höheren Lohnkosten aufwiegt und Familien-Atmosphäre in den Filialen entsteht.

„Die Mitarbeiter erfahren bei



uns hohe Wertschätzung. Sie entwickeln deshalb Vertrauen, das sie auf die Kunden übertragen. Und Mundpropaganda ist bekanntlich die beste Werbung“, weiß Wöhlke. Das Zugehörigkeitsgefühl treibt zu hoher Leistungsbereitschaft und Kreativität an. Die Budnianer-Hilfe, die jährlich rund 200 000 Euro für soziale Projekte spendet, ist eine Idee und Initiative von Angestellten.

Es ist schwer, hohen Wertmaßstäben zu genügen und gleichzeitig auf hart umkämpftem Markt zu bestehen. „Wir sind ein Zwerg in der Handelslandschaft. Dass wir uns behaupten können, liegt nur daran, dass alle 170 Filialen in der Metropolregion Hamburg liegen. Die hohe Konzentration schützt uns davor, zerrieben zu werden.“ Das Gelingen des schwierigen Spagats zwischen Geschäft und Moral verdankt Wöhlke dem großen persönli-

chen Einsatz seiner Familie. Seine Stiefmutter, die Tochter des Firmengründers Iwan Budnikowsky, ist schon weit über 80. Trotzdem schaut die alte Dame noch regelmäßig in der Wandsbeker Zentrale vorbei. Auch Cord Wöhlkes Frau und seine drei Kinder leben und arbeiten mit Leib und Seele für den Betrieb. „Wir setzen Kreativität gegen Einsparungen und Kontinuität gegen den Verkauf von Unternehmensteilen. Wenn die großen Firmen so arbeiten würden wie wir, dann gäbe es uns nicht.“

Iwan Budnikowsky eröffnete 1912 am heutigen Schloßmühlendamm in Harburg das erste Seifen-Spezialgeschäft. Cord Wöhlke ist der Stiefsohn von dessen Tochter. Der gelernte Bankkaufmann stieg 1970 ins Familien-Unternehmen ein. In der Filiale am Sand machte er erste Erfahrungen an der Kasse. 1979 übernahm er die Geschäftsführung. Heute teilt der 64-Jährige die Verantwortung mit Ehefrau Gabriele, Sohn Christoph und Tochter Julia. 2006 erhielt die Firma vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales die Auszeichnung „Unternehmen mit Weitblick“. Im bundesweiten Wettbewerb „Deutschlands kundenorientiertester Dienstleister“ belegte Budnikowsky 2009 den zweiten Rang, bezogen auf die Hamburger Unternehmen erreichte „Budni“ sogar den ersten Platz. Seit 15 Jahren gibt es die „Budnianer Hilfe“. Jede Filiale unterstützt mit Spenden ein eigenes soziales Projekt in der Region.

Foto: po