



Bundesverband Deutscher
Unternehmensberater BDU e.V.

Laudatio

anlässlich der Preisverleihung

BDU-ManagerAward 2001/2002

Dr. Rainer Hecker, Loewe AG

Düsseldorf
04.10.2001

vorgetragen durch

Malte W. Wilckes
Unternehmensberater CMC

Ehren-Präsident des
Bundesverband Deutscher Unternehmensberater BDU e.V.

Geschäftsführender Gesellschafter

IFAM
Institut für angewandte Marketing-Wissenschaften BDU

Es gilt das gesprochene Wort



Fernsehen ist Kultur. Fernsehen ist Kult. Das Medium durchdringt unsere Gesellschaft zu nahezu 100 Prozent. Man legt Wert auf Information, Unterhaltung, Spiel und Sport. Alle möchten mitreden können. Der Inhalt, die Produktion von brandaktuellen Reportagen oder aber auch seichten Daily Soaps, konsumieren wir fast täglich und sie faszinieren uns.

Doch die Hardware, die TV-Geräte, die uns vom Wohnzimmer aus erst den Zugang zur weiten Welt ermöglichen, war lange ein innovatives Stiefkind. Zu lange jedenfalls meinte die Loewe AG und präsentierte ein spannendes Angebot und Konzept.

Die Ausgangslage

Die Loewe-Story beginnt 1923 mit der Gründung der Radiofrequenz GmbH durch die Brüder David Ludwig und Siegmund Loewe in Berlin. Die richtige Entscheidung zum richtigen Zeitpunkt, denn im gleichen Jahr wird der öffentliche Rundfunk in Deutschland ins Leben gerufen.

Die Geisteshaltung der Firmenväter ist gekennzeichnet durch den Mut zu ungewöhnlichen Lösungen und dem Streben nach ständigen Innovationen. Beispielhaft 1926 die Dreifachröhre und 1931 in einer Weltpremiere das erste elektronische Fernsehgerät auf der Basis von Braunschen Röhren.

Die sogenannten „Wirtschaftswunderjahre“ in Deutschland bis 1965 bringen den wirtschaftlichen Aufstieg der deutschen Rundfunkindustrie und damit auch für das Berliner Unternehmen, das nun unter Loewe Opta AG firmiert. Von 1950 – 1965 kann Loewe die erwirtschafteten Jahresüberschüsse verneunfachen. 1964 trennt sich die Familie Loewe von ihren Anteilen an der Loewe Opta AG. Diese Anteile werden vom Philips-Konzern komplett übernommen. In den Folgejahren entwickelt sich der Umsatz rückläufig. Einerseits wird das Radio – und damit ein traditioneller Geschäftsbereich von Loewe - zunehmend vom Fernseher verdrängt. Andererseits erwächst auf dem Fernseh- und HiFi-Markt starke Konkurrenz aus Japan. Am Standort Kronach konzentriert man sich folgerichtig auf die Fernsehproduktion.

Die Beteiligungen des Unternehmens Philips an Loewe gewinnen 1984 durch den Einstieg von Philips bei Grundig kartellrechtliche Bedeutung. Philips und die mit Philips verbundenen Unternehmen trennen sich von allen ihren Beteiligungen an der Loewe. Im Jahr 1985 erwirbt die Loewe Management GbR 51 % der Anteile. 1991 verkauft die Loewe Management GbR ca. 50 % ihrer Anteile an den industriellen Partner, die japanische Matsushita Electric Industrial (vor allem bekannt durch die Marken Panasonic und Technics). 1995 erwirbt die Loewe Management GbR die Anteile der Fondsgesellschaft TIG und hat nun mit einem Anteil von 51,9 % wieder die absolute Mehrheit am Unternehmen. 1997 trennt sich Matsushita von seinen Anteilen, die von der internationalen Beteiligungsgesellschaft 3i Group plc. übernommen werden. Mit diesem Partner vollzieht das Loewe Management als Loewe AG im Juli 1999 den Börsengang.

Diese scheinbar dünnen und auf den ersten Blick verwirrenden Daten machen deutlich, dass Loewe eine turbulente Vergangenheit mit Höhen und Tiefen durchlaufen hat. Diese Situation schreit förmlich nach Führung und ein konsequentes, innovatives Management.

Rainer Hecker wurde am 1. Juni 1944 in Straßburg geboren. Er studierte Wirtschafts-Ingenieurwesen an der Universität Karlsruhe und promovierte als Assistent am Institut für Angewandte Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung zum Dr. rer. pol.

Seine Unternehmenslaufbahn begann 1975 bei der Allgemeinen Deutschen Philips Industrie GmbH wo er dem Führungsnachwuchs der Zentralen Administration (also Controlling, Rechnungswesen) angehörte. Die weiteren Stationen im Konzern zeigen eine kontinuierliche Karriere: 1977 Administrator (also Controller etc.) bei der Philips Apparatefabrik in Krefeld, 1980 die Leitung in der Zentrale der Abteilung Richtlinien, Methoden und Systeme, 1982 zuständig für Finanzen,

Betriebswirtschaft, Organisation und Personal in der „Zentralen Unternehmensplanung“. Im gleichen Jahr wechselte Rainer Hecker als Geschäftsführungsmitglied zur Loewe Opta GmbH.

1990 wird er Vorsitzender der Geschäftsführung, nach dem Börsengang 1999 Vorsitzender des Vorstandes.

Hier möchte die Jury bereits besonders herausstreichen, dass sich augenscheinlich solide Ausbildung, tiefe Management-Erkenntnisse und praktische Erfahrungen durchsetzen. In Zeiten, wo immer wieder „Showmaster“ an Unternehmensspitzen gespült werden, wird deutlich, wo das Rückgrat für Führung und Management liegt.

Dr. Rainer Hecker erlebt in seiner Zeit zahllose Eigentümerwechsel und damit auch Zeiten mit kräftigem Gegenwind.

Aber es gelingt ihm auch während dieser Perioden, das Unternehmen kontinuierlich strategisch und organisatorisch neu auszurichten. Dabei wechselt er aus der Rolle des angestellten Managers im Zuge eines Management-Buy-Outs in die Rolle des Unternehmers.

Die besondere Leistung

Dr. Rainer Hecker prägt mit seinen Visionen das Unternehmen Loewe. Heckers unternehmerische Ansprüche ziehen sich in den letzten Jahren wie ein roter Faden durch die Entwicklung des TV-Herstellers. Sein ausgemachtes Ziel ist es, Loewe als Innovationsmotor in der Branche und führend in der Umsetzung neuer Technologien zu etablieren und alle Produkte mit einem unverwechselbaren, edlen Design zu umgeben. Mit Beharrlichkeit und Weitblick führt Hecker sein Unternehmen auf Erfolgskurs und steuert den fränkischen Unterhaltungsgerätehersteller von einem Rekord zum nächsten. Im Geschäftsjahr 2000 stieg der Konzernumsatz um 17 Prozent auf 363,6 Mio. Euro.

Heckers Erfolgsrezept lässt sich nur oberflächlich auf einen einfachen Nenner bringen: Luxus. Loewe bedient vor allem die betuchte Kundschaft. Loewe-Fernseher kosten im Schnitt weit über 2.000 Mark und sind damit mehr als 1.000 Mark teurer als der Durchschnitt aller anderen in Deutschland verkauften Geräte. Doch das macht Sinn, wenn man zum Ziel hat, die Marke Loewe zu einem Erlebnis zu machen. Hecker erhebt den Premium-Anspruch und positioniert Loewe konsequent im oberen und obersten Marktsegment. Die Loewe-Modelle schmeicheln den Sinnen, bieten Emotionalität und befriedigen höchste ästhetische Ansprüche. Dieses Anliegen unterstreichen Loewe Ausstellungsgalerien wie beispielsweise der neue Flagship-Store in Berlin, Unter den Linden. Auf über 400 Quadratmetern und in einer Kombination aus privatem Penthouse mit Bar, Bibliothek, Heimkino und Showroom wird ausschließlich die Design- und Ausstattungsvielfalt des Loewe Programms präsentiert.

Doch der ästhetische Auftrag alleine würde aber als Erfolgsgarant nicht tragen, wenn sich nicht innovative Spitzenqualität dahinter verbergen würde. Hecker versteht es, sein Team zu ständigen technischen Neuerungen anzuspornen und damit die Loewe Vorreiterrolle nachdrücklich unter Beweis zu stellen. Mit „TV meets Multimedia“ gibt Hecker die Richtung vor. Bei allen hochwertigen Loewe-Fernsehgeräten ist daher konsequenterweise die Technik für analoges und digitales Fernsehen sowie Internet direkt in der Elektronik integrierbar. Hecker trimmt Loewe auf Zukunft. Das Fernsehgerät wird zum zentralen Steuerungssystem von Unterhaltung und Anwendungen im Haushalt. Loewe als Wegbereiter von Home Multimedia.

Der Vorstandsvorsitzende der Loewe AG vergisst aber auch nicht, in zukunftssträchtigen, strategischen Kooperationen zu denken. Mitte des Jahres kommt es zu einer Vereinbarung über die Zusammenarbeit mit dem amerikanischen Sound- und Audiospezialisten Bose Inc.. Das erste gemeinsame Ergebnis wird im August 2001 anlässlich der Internationalen Funkaus-



stellung in Berlin vorgestellt: Heimkino mit Loewe Technik und Design und der faszinierenden Klangqualität von Bose. Weitere aktuelle Partner sind beispielsweise das ZDF und das japanische Elektronikunternehmen Sharp.

Daneben verliert der Manager und Unternehmer Hecker zwei für ihn wesentliche Dinge nicht aus den Augen.

Zum einen bleibt er ein Team player par excellence, dem es nicht um die bloße Selbstdarstellung geht. Realist genug, entwickelt Hecker eine Unternehmenskultur, in der jeder Mitarbeiter als wichtiges Kapital für die erfolgreiche Zukunft des Unternehmens gesehen wird, und dies nicht nur in Sonntagsreden. Der Team-Gedanke prägt heute nachvollziehbar das Kronacher Unternehmen. Der Führer als Team-Coach ist eine weitere Komponente seines Erfolges.

Zum anderen engagiert sich Hecker mit viel Leidenschaft in der oberfränkischen Region. Er setzt sich in zahlreichen Verbänden und Vereinen für seine Wahlheimat ein, weil er Loewe eine hohe soziale Verantwortung für die Region zumisst. Besonders am Herzen liegt ihm auch die Initiative „Kronach Creativ“, die Unternehmen zur Ansiedlung in der ländlichen Umgebung anregen soll. Unternehmensführung mit Sozialengagement und lokalem Bezug will die Jury unbedingt als weitere Erfolgskomponente würdigen.

Die Jury-Wertung

Dr. Rainer Hecker ist ein Beispiel für Wissen und Können, für Menschenorientierung und Offenheit. Wenn selbst die Finanzpresse seine Informationspolitik lobt, so zeigt sich, dass Substanz, ein ruhiger aber bestimmter Charakter sowie absolute Offenheit die besten Garanten für Erfolg sind. Dr. Rainer Hecker ist ein hoher Anteil an der Erfolgsstory der heutigen Loewe AG zuzuschreiben. Deshalb zeichnet ihn die Jury des Bundesverbandes Deutscher Unternehmensberater BDU e.V. für seine herausragende Leistung als Manager und Unternehmer, als „Visionär, Führer und Manager für Innovationen“ mit dem ManagerAward 2001/2002 aus.