

„Gefühlte Mittelständler“

PRESSECLUB Schott-Vorstandschef Frank Heinrich spricht über Krisen, Visionen und Umsatzwachstum

Von Torben Schröder

MAINZ. „Heinrich, guten Abend.“ Bei der Begrüßung per Handschlag stellt er sich mit Namen vor. Welcher Dax-Boss würde das tun? Aber ein solcher will Dr. Frank Heinrich ja auch nicht sein. „Zwei Milliarden Umsatz sind ganz ordentlich“, betont der Vorstandschef der Schott AG augenzwinkernd, „aber wir sind ein gefühlter Mittelständler.“ Im „hoch politischen Umfeld der DAX-Konzerne hätte ich keinen Spaß“, erzählt der gebürtige West-Berliner im Presseclub vor rund zwei Dutzend Journalisten, und man glaubt es ihm gern. „Geradeaus und relativ berechenbar“, lautet seine Selbsteinschätzung. Seine Antworten sind nicht von PR-Phrasen durchzogen, vielmehr scheint es der promovierte Physiker zu genießen, drauflos zu plaudern.

Offener Umgang

Im Juni 2013 kam der frühere Geschäftsführer der Heraeus Holding als Vorstandschef zum Mainzer Spezialglashersteller. Die Firmengeschichte des Glaswerks, basierend auf den visionären Ideen des Gründers Otto Schott, „fasziniert“ Heinrich: „Uns gibt es seit 130 Jahren. Wenn ich mir heute einen Mark Zuckerberg anschau, stelle ich mir die Frage, ob er überhaupt 20 Jahre durchhält.“ Seine Vision nennt er „Connected Company“, ein kommunikatives Arbeitsumfeld, wo man, im Wortlaut, „im Umgang miteinander offener“ wird und „einen anderen Umgang mit Kritik“ lerne. Ohne dass der Name fällt, wird ein Kurswechsel gegenüber dem als eher autoritär eingeschätzten Führungsstil seines Vorgängers

Professor Udo Ungeheuer ersichtlich. Heinrich spricht von „einem neuen Element“ in der Firmenkultur.

Zu einer „tiefen Verunsicherung“ hatte die Solar-Krise vor drei Jahren im Konzern geführt: „Damals ist fast eine Milliarde Euro über Nacht verdampft. Wir sind durch ein Tal gefahren.“ Beim Thema „Display-Glas waren wir zu spät“, gibt Heinrich zudem zu. Auch der Bereich Glasrohlinge für Objektive werde zurückgefahren, da immer mehr Menschen mit ihrem Smartphone fotografieren, anstatt sich Kameras zu kaufen. Als „Wachstumstreiber“ identifiziert der Schott-Chef Verpackungen für Pharmazeutika, Glasmetalldurchführungen, wie sie etwa bei Airbags verwendet werden, sowie, weiterhin, das selbst entwickelte Ceran, wo Schott noch immer marktbeherrschend ist.

Die Beschäftigungslage in der 15 400 Mitarbeiter starken AG sei „stabil“, im bei Schott im September zu Ende gehenden Geschäftsjahr sei das Zwei-Prozent-Ziel beim Umsatzwachstum erreicht worden. Heinrich lebt gern Optimismus vor.

Der grassierenden Produktpiraterie könne man mit mehr Innovationskraft begegnen und in die in der Wirtschaft populären Klagelieder über fehlenden Nachwuchs mag er nicht einstimmen. Strategisch will Heinrich nicht auf möglichst vielen Hochzeiten tanzen, sondern „die Stärken stärken“. Immer wieder aufkommenden Gerüchten, der maßgeblich von der Schott AG bezuschusste 4500-Mitglieder-Verein TSV Schott Mainz müsse mit Kürzungen rechnen, erteilte Heinrich eine Absage: „Man muss nicht ändern, was gut ist. Der TSV ist gut, das kann man so stehen lassen.“