

Dialogrunde auf Hannover Messe 2018:

Lernen von beiden Kulturen - Mexiko und Deutschland im Vergleich

- Austausch von Wirtschaftsvertretern über unterschiedliche Modelle der Unternehmensführung
- Santander als Schnittstelle zwischen deutschen und mexikanischen Mittelständlern

Hannover / Mönchengladbach, 27. April 2018. Worin unterscheiden sich die verschiedenen Modelle der Unternehmensführung in Deutschland und Mexiko? Und wie wirken sie sich im täglichen Geschäftsleben aus? Das waren nur zwei der Fragen, die eine illustre Runde im Beisein von Mario Chacón, Head of Global Business Promotion Unit ProMexico, auf Einladung des Lateinamerikaver eins und der Santander Consumer Bank AG auf der Hannover Messe am Donnerstag erörterte.

„Unternehmenskultur und Unternehmensführung im Vergleich Mexiko - Deutschland“, so lautete der Titel einer Vortragsveranstaltung mit einer anschließenden Dialogrunde. Eine sinnige Kombination, ist zum einen Mexiko in diesem Jahr doch das offizielle Partnerland der Hannover Messe, zum anderen ist Santander seit vielen Jahren in dem lateinamerikanischen Land als Bank ebenfalls vertreten und bietet so das Knowhow für deutsche Unternehmen, die in Mexiko Fuß fassen wollen, oder für mexikanische Betriebe, die geschäftliche Beziehungen nach Deutschland knüpfen wollen.

Diesen Anspruch, beiden Seiten ein kompetenter Partner - nicht nur in finanziellen, sondern auch in kulturellen Fragen - zu sein, unterstrich Klaus Hübner, Leiter Produktmanagement & International Business der Santander Consumer Bank AG, im Rahmen der Podiumsdiskussion: „Wir verstehen uns als Schnittstelle zwischen deutschen und mexikanischen Mittelständlern, aber auch größeren Konzernen. Unsere Firmenphilosophie wird an allen Standorten, an denen wir vertreten sind, einheitlich gelebt; gleichzeitig legen wir jedoch großen Wert auf die kulturellen Gepflogenheiten in den jeweiligen Ländern.“ Wichtig für eine erfolgreiche Zusammenarbeit sei, diese kulturellen Unterschiede zu verstehen und respektieren.

Ähnliche Erfahrungen hat Dr. Alexander Schütz, Geschäftsführer der Knauf Engineering GmbH, gemacht. „An unseren Standorten in Mexiko haben wir unsere einheimischen Mitarbeiter als sehr begeisterungsfähig und flexibel - übrigens ähnlich wie chinesische Kollegen - kennengelernt. Deswegen ist es auch unsere Philosophie, das Management und die Produktionsleitung an unseren mexikanischen Standorten möglichst in die Hände von einheimischen Mitarbeitern zu legen.“

Zwei Herzen - nämlich ein deutsches und ein mexikanisches - schlagen in der Brust von Claus Wünschmann, Präsident von BASF für Mexiko, Zentralamerika und die Karibik. Geboren und aufgewachsen in Mexiko als Kind deutscher Eltern, ist Wünschmann seit 23 Jahren für das deutsche Traditionsunternehmen tätig. Schon früh hatte BASF Mexiko als Land mit großem Entwicklungspotenzial für sich entdeckt und startete 1965 mit 25 Mitarbeitern. Heute beschäftigt BASF in dem lateinamerikanischen Land inzwischen 2.500 Mitarbeiter. „Sowohl Deutsche als auch Mexikaner sind sehr stark von ihrer jeweiligen Kultur geprägt. Lernen kann man von beiden Kulturen, und wir bei BASF haben starke Bande zwischen diesen geknüpft. Das macht uns in Mexiko zu einem starken Unternehmen“, so Wünschmann.

Teilnehmer der lebhaften Dialogrunde unter Moderation von Christoph G. Schmitt, Hauptgeschäftsführer des Lateinamerika-Vereins e. V. mit Sitz in Hamburg, waren außerdem Johannes Hauser, Geschäftsführer der deutsch-mexikanischen Industrie- und Handelskammer (AHK), José Rogelio Carrillo Valdés, Vize-Präsident des weltweit operierenden mexikanischen Unternehmens CEMEX, sowie Timo Dolleschel, Manager Beratung & Consulting von WMP Mexico Advisors. Hauser wusste von einem Wandel der Führungskultur bei mexikanischen Unternehmen zu berichten: „Lange herrschte hier eine strenge Hierarchie vor. Die junge Manager-Generation pflegt inzwischen einen lockereren Führungsstil und implementiert flache Hierarchie-Strukturen.“ Timo Dolleschel pflichtet dem bei: „In mexikanischen Unternehmen ist die Inhaber-Familie meist stark involviert, viele sind an Entscheidungsprozessen beteiligt, die deshalb auch schon einmal etwas länger dauern können.“ Deutsche Unternehmen müssten sich darauf einstellen: „Mit dem ‘german way’ kommt man in Mexiko nicht unbedingt immer weiter.“ José Rogelio Carrillo Valdés, der wie Wünschmann auch seinen Konzern in einer Key-Note zu Beginn der Veranstaltung vorstellte, weiß die verschiedenen kulturellen Einflüsse, die in den heute 41.000 Mitarbeiter-starken Konzern einfließen, sehr zu schätzen: „Talent finden Sie in jeder einzelnen Kultur. Diese in die Konzernabläufe zu implementieren, macht ein Unternehmen stark.“

Unternehmen wie BASF oder Knauf Engineering GmbH haben bereits erfolgreich nach Mexiko expandiert. Klaus Hübner unterstrich zum Abschluss der Runde nochmals, warum Santander gerade im Hinblick auf die unterschiedlichen Kulturen ein guter Partner für Firmen ist, die ähnliche Pläne haben: „Von großem Vorteil für unsere Kunden ist, dass wir als Santander über einen International Desk in den Ländern, in denen die Bank mit Gesellschaften vertreten ist, eine sprachliche und kulturelle Schnittstelle anbieten können, um nachhaltig den Erfolg vor Ort zu unterstützen.“ Seine Freude über die gelungene Veranstaltung brachte zum Abschluss Christoph G. Schmitt zum Ausdruck. Besonders dankte er Mario Chacón, der zu Beginn einige Worte zur Begrüßung sprach. „Dass Sie heute Zeit gefunden haben, unserem Event beizuwohnen, macht uns sehr stolz“, sagte Schmitt an Chacón gerichtet.



Pressekontakt:

Eva Eisemann

Communications

02161-690-9041

eva.eisemann@santander.de

Banco Santander (SAN.MC, STD.N, BNC.LN) ist eine Privat- und Geschäftskundenbank mit Sitz in Spanien und Präsenz in zehn Kernmärkten in Europa und Amerika. Santander ist gemessen am Börsenwert die größte Bank in der Eurozone. Im Jahr 1857 gegründet, verfügt Santander Ende 2017 über ein verwaltetes Vermögen (Einlagen und Investmentfonds) von 986 Milliarden Euro. Santander hat weltweit etwa 133 Millionen Kunden, 13.700 Filialen und rund 200.000 Mitarbeiter. 2017 erzielte Santander einen zurechenbaren Gewinn von 6,619 Milliarden Euro, eine Steigerung um 7 Prozent zum Vorjahreszeitraum.

Die **Santander Consumer Bank AG** gehört gemessen an der Kundenzahl zu den Top 5 der privaten Banken in Deutschland. Sie bietet Privatkunden umfangreiche Finanzdienstleistungen an. Das Institut ist in Deutschland außerdem der größte herstellerunabhängige Finanzierer in den Bereichen Auto, Motorrad, (Motor-)Caravan und auch bei Konsumgütern führend. Die hundertprozentige Tochter der spanischen Banco Santander hat ihren Sitz in Mönchengladbach. Weitere Informationen finden Sie unter www.santander.de

Communications

Santander Consumer Bank AG, Santander-Platz 1, 41061 Mönchengladbach
Tel. 02161 690-9041, Fax 02161 690-9044

E-Mail: presse@santander.de