

Wer Auto-Managern einfach den Stuhl wegnimmt

BERATUNG Ecco geht ungewöhnliche Wege – Starke Verbindung zur Uni – Schwerpunkt Umwelt

VON THORSTEN KUCHTA

OLDENBURG – Irgendwie musste das ja so kommen. Da gerät ein Betriebswirt in die

NWZ-SERIE

MOTOR
MITTELSTAND



Die **NWZ-Serie** stellt Firmen und Unternehmen vor, die als Mittelständler die Wirtschaft in dieser Stadt voran treiben.

Umweltforschung der Universität – und dieser Professor Dr. Reinhard Pfriem, damals Exot unter all den Volkswirten, fängt natürlich gleich an, über den Transfer des Umweltwissens in die Wirtschaft

nachzudenken. Heute, knapp zwölf Jahr später, ist daraus eine Erfolgsgeschichte geworden; die damals gegründete Ecco-Unternehmensberatung hat sich einen guten Namen gemacht, und was deren Mitarbeiter so an Wissen sammeln – das strahlt über Lehraufträge an die Uni zurück.

1993 ging's los mit Ecco – in der Hochzeit der Umweltthematik in den Unternehmen. Neben der Ökologie wurde Kommunikation (vor allem unternehmensintern) zum Thema, „weil sich ohne Kommunikation in Unternehmen nichts ändert“, sagt Geschäftsführer André Karczmarczyk. Beispiel: Alle meinen, der Chef will keine Veränderungen – oft ohne realen Grund. „Da gilt es anzusetzen.“

Sechs Gesellschafter und acht Mitarbeiter zählt Ecco



Im steten Dialog: Ecco-Gesellschafter Reinhard Pfriem (l.) und Geschäftsführer André Karczmarczyk.

BILD: THORSTEN KUCHTA

heute, zu den Kunden zählen Unternehmen wie DLW Armstrong, Peguform, TUI, Volkswagen sowie Landesregierungen und – ganz regional – der Kreis Wesermarsch. Die Kunden werden mit oft ungewöhnlichen Methoden behandelt. „Einmal“, sagt Karczmarczyk, „haben wir in ei-

nem Automobilunternehmer den Mitarbeitern einfach die Stühle weggenommen – um zu demonstrieren, wie es Kunden bei Rückrufaktionen geht.“ Oder: Zum Thema Umgang mit gefährlichen Stoffen gossen die Ecco-Leute vor Managern Flüssigkeiten auf den Boden, verbunden mit der

Aufforderung, das „wegzumachen“. Diese Szene, so Karczmarczyk, „die hat keiner vergessen“. Dass so quer durch die Branchen beraten wird, hat auch einen Grund: „Jede Branche hat ihre Stärken – und das Beste daraus lässt sich auf andere übertragen.“ Nicht nur die Kunden erkennen das an. Ecco hat von einer UN-Organisation einen Nachhaltigkeitpreis erhalten; „in weltweiter Konkurrenz“, wie Pfriem betont.

Neue Pläne haben sie viele – u.a. einen Kongress in 2006, der Empfehlungen an die deutsche Wirtschaft geben soll. Zuvor schwärmten 300 Studierende aus, um Firmen zu fragen, was sie brauchen. Betriebswirtschaftslehre küsst erneut die Praxis . . .

@ www.ecco.de