

## Interview: «HP kämpft um jeden Mitarbeiter»

10.10.2008 | 09:36 Uhr

Marcel Borgo, HPs Country Manager Personal Systems Group, äussert sich exklusiv im Computerworld-Interview erstmals über den Stellenabbau in der Schweiz, das Produktportfolio und Wachstumsmärkte.

(db)



Marcel Borgo, Country Manager Personal System Group Schweiz

IDG (Daniel Bader):

Legen wir gleich los. HP musste diese Woche bekannt geben, dass im Zug der Übernahme von EDS auch in der Schweiz 275 Stellen abgebaut werden. Wie kann man das noch vernünftig erklären, wenn man weiss, wie erfolgreich HP in der Schweiz arbeitet?

Borgo:

Diese Massnahmen betreffen nicht das PC-Geschäft, für das ich zuständig bin. Trotzdem kann ich drei Dinge dazu sagen. Erstens: Stellenabbau ist immer bedauerlich. HP wird aber um jeden Mitarbeiter kämpfen, und alles daran setzen, dass wir möglichst vielen betroffenen Mitarbeitern innerhalb von HP eine andere Stelle anbieten können. Der Abbau vollzieht sich ja über zwei Jahre und das ist eine lange Zeit. Zweitens: Ein wesentlicher Grund für den Stellenabbau ist die Prozessoptimierung, die HP und EDS gemeinsam durchführen. Durch Offshoring, Automatisierung und andere Massnahmen wird die Produktivität erhöht. Dabei gehen leider auch Stellen verloren beziehungsweise werden ins Ausland verschoben. Für unsere Kunden hat dies aber den grossen Wert, dass sie eine hervorragende Dienstleistung zu einem unschlagbaren Preis-Leistungsverhältnis erhalten. Und genau das führt, und jetzt bin ich beim dritten Punkt, zum Geheimnis von Erfolg und Marktstellung von HP: Zufriedene Kunden ziehen weitere zufriedene Kunden nach sich und führen zu Wachstum. Das ist es, was wir wollen.

IDG:

OK, HP ist dick im Geschäft. Laut den letzten Marktzahlen, die IDG im Top-500-Heft (22. August 2008) veröffentlicht hat, führt HP gleich dreimal die Rangliste an. HP belegt in den Produktparten PC-, Peripherie-Hersteller und Grossrechner & Massenspeicher in der Schweiz den ersten Platz. Wie erklären Sie sich diesen breitgefächerten Erfolg?

Borgo:

Ich kann es am Beispiel des PC-Bereichs, für den ich zuständig bin, erläutern. Hier ist es tatsächlich so, dass HP sowohl weltweit und noch deutlicher in der Schweiz Marktführer ist. Das hat Gründe: Zunächst die permanente Innovation in unserem Unternehmen, und zwar sowohl im Hinblick auf die

Produkte als auch auf die Prozesse. Grosse Erfolge haben wir etwa bei der Optimierung der Zulieferkette. Und der vielleicht grösste Trumpf: Unser bewährtes und dichtes Händlernetz, das uns eine enorme Präsenz bei den Kunden verschafft.

IDG:

Das erklärt aber nicht den grossen Vorsprung im PC-Bereich in der Schweiz.

Borgo:

Im KMU-Land Schweiz fällt natürlich das Händlernetz ganz besonders positiv ins Gewicht, ausserdem haben wir hier vielleicht einige Dinge besonders konsequent umgesetzt. Ein grosser Erfolg war beispielsweise die Kampagne «The PC is personal again», mit der wir konsequentes Produkt-Branding betrieben haben. Das entspricht exakt dem Zeitgeist: Der PC ist heute auch ein Lifestyle-Produkt, ein individuelles Markenzeichen jedes einzelnen.

IDG:

Das Äussere ist also wichtiger als das Innere?

Borgo:

Qualität, Verarbeitung und Innovation sind natürlich wichtig. Das Innere muss stimmen, aber das Äussere bestimmt häufig über den Erfolg. Unsere Designabteilung hat sich grundlegende Gedanken über das Look & Feel sowie den Nutzwert gemacht – über alle PC-Produktsparten hinweg. Parallel dazu haben wir in den letzten 12 Monate viel Geld in unseren Support gesteckt. Für uns ist eine optimale Kundepflege sehr wichtig. Verlieren Sie einen Kunden, wird er kaum zurückkommen. Zudem wird er auch in seinem erweiterten Freundeskreis dafür sorgen, dass man sich nach Alternativen umschaute.

Seite 1 von 3

Nächste Seite »