

Kein Problem mit Babypausen

René Mägli beschäftigt bei MSC in Basel fast nur Frauen

Mit einem Frauenanteil von 96 Prozent ist MSC in Basel ein absoluter Ausnahmefall unter den Reedereien. CEO René Mägli hat mit seiner ungewöhnlichen Personalpolitik Erfolg - das Unternehmen verzeichnet inmitten der Schifffahrtskrise Wachstum.



von **Tim-Oliver Frische**
Fachjournalist,
Lörrach

René Mägli kokettiert ein bisschen mit seinem Image. „Ich gelte als Frauenförderer“, sagt er. Viel ist über den Geschäftsführer der Basler Mediterranean Shipping Agency AG, die zur Schweizerischen Reederei MSC gehört, schon geschrieben worden. Kein Wunder bei einer Frauenquote von 96 Prozent im Unternehmen. Es gebe viele Anfragen für Vorträge (die er alle ablehnt) und aus dem Fernsehen (bisher zwei Zusagen). Denn Mägli gibt üblicherweise nichts persönliches preis. „Mein Privatleben bleibt komplett draußen. Das halte ich generell so“, lautet sein Credo.

Im DVZ-Gespräch verrät er dann aber doch, was so vielleicht noch nicht vom Basler MSC-Manager Mägli bekannt ist. Beispielsweise, dass seine drei Schwestern keinen „prägenden Einfluss“ auf ihn gehabt hätten. Sie seien „Minimum 20 Jahre älter“ als er, und er habe seine Schwestern „praktisch zu Hause nicht erlebt“. Daher könne auch kein Zusammenhang zu seinem heutigen Frauenbetrieb konstruiert werden.

MSC

Die Mediterranean Shipping Company Holding SA ist eine Reederei mit Sitz in Genf. Die Aktiengesellschaft wurde 1970 vom italienischen Kapitän Gianluigi Aponte gegründet, der heute als CEO und Verwaltungsratspräsident rund 30 000 Mitarbeitern weltweit vorsteht. MSC besitzt 192 Schiffe und ist die zweitgrößte Containerreederei nach Maersk Line.

Unter den 126 MSC-Beschäftigten in Basel gibt es nur 5 Männer. Sie arbeiten in den Bereichen Sales, Import/Export, Operations und Logistik auf vier Etagen. Beim DVZ-Besuch war neben Mägli nur ein männlicher Kollege anzutreffen. „Bis vor zwei Jahren gab es außer mir ausschließlich Frauen“, betont Mägli.

Jährlich 25 Prozent Wachstum

Vor rund 15 Jahren habe er den Schnitt gemacht, erinnert er sich: Männer raus, Frauen rein. MSC, einer der Riesen unter den Containerreedern, fährt gut damit, zumindest in der Schweiz. „Wir wachsen jedes Jahr um etwa 15 bis 25 Prozent“, sagt Mägli. Das sei auch 2012 so gewesen. Aber „Wachstum. Was nennt man Wachstum?“, fragt der 62-Jährige, der seit 1981 MSC in Basel führt. „Unser Wachstum ist die Anzahl Kunden respektive die Anzahl der von uns beförderten Teu. Ja, wir haben Wachstum.“ Über 20 neue Stellen seien 2012 hinzugekommen.

Dass die Schifffahrtsbranche nach wie vor eine Männerdomäne ist, dem widerspricht der MSC-Manager nicht. „Aber ich glaube, wir können das umkehren“, sagt Mägli. Als Dienstleistungsunternehmen müsse MSC sich überlegen, wie für den Kunden Mehrwert geschaffen werden kann. Mägli nennt ein Beispiel: „Sie können heute einen Container haben, sie finden fünf Reedereien: gleiche Transitzeit, gleicher Preis. Wir wollten und wollen auf unserem Sektor der beste Dienstleister sein. Nur dort, wo der Service am besten ist, wird das Geschäft gemacht. Und dank dem konnten wir wachsen.“ Dabei seien Teamgeist und Motivation enorm wichtig, unterstreicht der Manager. Nur motivierte Mitarbeiter könnten einem Kunden dienen.

Dass ein Viertel der Belegschaft in Teilzeit beschäftigt ist, ist für Mägli kein Problem. Es sei ein von Männern gestreutes Vorurteil, dass Frauen wegen Babypausen schlechter einsetzbar seien, findet er. „Ja, sie haben Babypausen. Aber wir Männer in der Schweiz haben den Militärdienst, und das jedes Jahr. Da schreit keiner“, stellt er fest.

Mütter bestimmen Stundenzahl

Bei MSC können die Mütter nach dem Schwangerschaftsurlaub alle zurückkommen und zu dem Prozentsatz ar-



FOTO: FRISCHE (M)

„Bis vor zwei Jahren gab es außer mir ausschließlich Frauen bei MSC in Basel.“

Zur Person

René Mägli bezeichnet sich selbst als „Fachrottler“. Er könne nichts anderes als Reederei. Und das seit mehreren Jahrzehnten. Mit einer Speditionslehre habe alles angefangen. Später ging es in die Niederlande. Anschließend hat er für eine niederländische Reederei eine Filiale in der Schweiz eröffnet. 1981 war er dann Geschäftsführer einer neutralen Reedereiagentur. Seit acht Jahren konzentriert er sich ausschließlich auf die Reederei MSC, „weil sie auch so gewachsen ist“. Mägli, Jahrgang 1950, erinnert sich: „Ich habe MSC vertreten, bevor MSC überhaupt in der Schweiz war.“

beiten, den sie möchten. „Einerseits sind unsere Leute unser Kapital. Wir haben in sie investiert. Und je älter die Kinder werden, desto mehr arbeiten die Mütter wieder“, betont Mägli. Andererseits hätten die Frauen ein „absolutes Verständnis für solche Situationen“. Wichtig sei, dass strukturiert gearbeitet werde.

Der Kunde solle gar nicht merken, ob jetzt diese oder jene Person am anderen Ende des Telefons oder Rechners sitze. „Dieses System haben wir bei uns eingeführt, und das funktioniert zu 100 Prozent. Das ist eine rein organisatorische Sache.“ Teilweise wird auch von zu Hause aus gearbeitet.

Gezahlt werden Männergehälter

Prinzipiell ist Mägli jemand, der nicht zurückschaut. „Es gehen Kräfte dabei verloren“, meint er. Dennoch muss jeder Fehler, der gemacht wird, intern gemeldet werden, sei es ein Schreibfehler, eine falsche Offerte oder ein Berechnungsfehler. Die Fehler werden gesammelt und fließen in eine anonyme Statistik ein. Sie ist dann der Indikator dafür, „wo wir die Schulungen ansetzen müssen“. Schulungen gibt es bei MSC wöchentlich.

Bleibt noch die Frage nach dem Gehalt. „Ich zahle Männergehälter“, antwortet Mägli. Bestätigt übrigens durch die Unia, die Gewerkschaft in der Schweiz.

ANZEIGE



Jetzt neu!

Trends und Treiber in der Logistik 2012

Die neue **TOP 100 der Logistik** liefert Ihnen Messungen und Analysen, Trends und Prognosen, Profile und Potenziale. Hier erfahren Sie, wie sich der deutsche Logistikmarkt entwickelt hat.

Die TOP 100 der Logistik 2012/2013, 7. überarbeitete und erweiterte Auflage 2012, ca. 500 Seiten, erstellt von der Fraunhofer Arbeitsgruppe für Supply Chain Services SCS, EUR 478,- inkl. MwSt., zzgl. Versandkosten

Hier bestellen!
Telefon: 040 23714-440



www.dvz.de

Weitere Informationen und die Leseprobe finden Sie unter: www.dvz.de/top100

DVZ