

# Baden-Württemberg Magazin

...was den Süden bewegt

## PERLEN DER WIRTSCHAFT

4



Mittelständische Unternehmen und Institutionen mit ihren  
besonderen Stärken in Produkt, Leistung und Unternehmenskultur





## Pininfarina - von der Schönheit des Nutzens

**B**ereits der Name klingt wie eine Melodie: „Pininfarina“ – und er lässt an große andere italienische Marken denken: Alfa Romeo, Lancia, Fiat, Maserati oder Ferrari. Alles Schönheiten, die in manchen Baureihen die Hand des Formvollenders Pininfarina gespürt haben - jeweils schnell identifizierbar durch die außergewöhnlichen Gestaltungen.

Die Geschichte des Hauses „Pininfarina“ beginnt mit Batista Farina (1883 - 1966), einem begnadeten italienischen Karosseriebauer, der bald zum international bedeutenden Autodesigner wird. Aus seiner 1930 gegründeten „Carrozzeria Pinin Farina“ entsteht die heutige „Pininfarina S.p.A.“. Batista Farina's Spitz-

name „Pinin“ (der Kleine) durfte nur durch einen Sondererlass des Staatspräsidenten dem Familiennamen hinzugefügt werden. Einzelstücke, wie der „Florida“ auf der Basis des Lancia Aurelia und viele Einzelanfertigungen auf Basis von Lancia- und Ferrarimodellen lassen den Mythos von Batista Pininfarina in seinen Entwürfen widerspiegeln.

Heute ist Pininfarina ein weltweit bedeutender Design- und Ingenieurdienstleister für die gesamte Automobilindustrie - verantwortlich auch für beispielhaftes Design in der gesamten Industriegüterbranche. Zur Standortbestimmung von Design und Unternehmen sprachen wir mit Rainer Kühne, dem Deutschland-Geschäftsführer.

Perlen der Wirtschaft: Herr Kühne - „weniger die Funktion als seine verbale und optische Kommunikation verkauft ein Produkt“, hat neulich ein Kommunikationsforscher behauptet. Ihre Meinung dazu?

Rainer Kühne: Klar ist, dass Emotion verkauft. Nur Emotion bewegt den Menschen. Wahrnehmung schafft Emotion: Denken Sie mal an den Film „Toystory“ (lt. American Institute einer der besten 100 Filme aller Zeiten, Anm. d. Red.) Oder denken Sie an die Analogien in der Autowerbung: Echsen für Off-Road-Fahrzeuge, zum Beispiel. Aber für uns von Pininfarina hat die alte Weisheit ihre Gültigkeit behalten: Form follows Function. Nur wenn die Funktion eines Gegenstandes von der Zweckerfüllung bis

zur Haptik stimmt, kann sich der Erfolg einstellen. Es sei denn, Sie ernennen einen Gebrauchs- zum Kunstgegenstand und stellen ihn in einen Glasschrank.

P.d.W.: Die Form also ist dem Nutzen geschuldet?

R.K.: Das ist unsere Arbeit: Wir gestalten Nutzen. Jeder Gegenstand hat einen Nutzen, der in seiner Funktion lebt. Dieser Nutzen ist perfekt zu gestalten - die Form an sich kommt dabei an letzter Stelle. Niemals darf die Form die Nutzbarkeit nehmen. Immer bleibt die Handhabung das wichtigste Kriterium.

P.d.W.: Auf welchen Feldern ist Pininfarina tätig?

R.K.: Nahezu überall auf der ganzen Welt werden Sie Produkten begegnen, die wir gestaltet, teilweise gefertigt oder in den Produktionsprozessen begleitet haben. Wir haben allerdings ein Unterscheidungsmerkmal: wir sprechen von Feldern mit und ohne Ballonreifen und meinen damit Fahrzeuge und alle anderen Industriegüter. Letztere werden als Pininfarina Extra geführt.

P.d.W.: Wenn der Nutzen einen so hohen Stellenwert hat - wie sehen dann die Designerteams aus?

R.K.: Bitte sagen Sie nur Teams - denn alle wichtigen Berufe sind bei uns vertreten. Stets arbeitet eine je nach Art der Aufgabe interdisziplinär zusammen gesetzte Gruppe an einem Projekt. Das sind immer Marktforscher und Materialingenieure, das werden zusätzlich bei architektonischen Aufgaben Statiker

und Architekten sein, bei Projekten, die in andere als uns bekannte Länder führen, kommt Ethnik-Marketing hinzu - wir müssen erst wissen, wozu der Gegenstand dient, welche Funktionen er zu erfüllen hat, dann müssen wir wissen, wer ihn wie und wann benutzt, müssen seinen Preisrahmen kennen, müssen hören, ob es ein Alltagsgegenstand oder ein Luxusgut wird, legen die Benchmarks fest - dann erst kommt der Designer und beschäftigt sich als Fazit allen diesen Wissens mit der Gestaltung. Wie gesagt: Erst in Funktion übersetzter Nutzen - dann die Form.

P.d.W.: Das verlangt Teamarbeit ...

R.K.: ... die besonders bei Pininfarina groß geschrieben wird. Gefördert durch zwei Faktoren: Wir fühlen uns nicht nur als Familie - wir sind eine. Geführt wird die Marke - eine der schönsten der Welt - durch die Familie Pininfarina. Der älteste Sohn ist Vorstand, sein Bruder Vizevorstand, der Sohn von Batista Pininfarina, Sergio, ist Ehrenpräsident. Die Bindung an Italien also ist groß, die überzeugte Präsenz der Familie ist eine vorzügliche Marken-Präsentation. Die Identifikation der Familie mit dem Unternehmen ist für Markt und Belegschaft gleichermaßen wichtig.

Lassen Sie aber Ihre Frage noch durch das Folgende beantworten: In Italien finden Sie einen ganz besonderen Typus - den Familienmenschen. Das erste Team des Italiens ist seine Familie. Das zweite dann zum Beispiel die Sportgruppe, der Verein. Das dritte sein berufliches Umfeld,

seine Arbeitskollegen. Der Italiener ist ein starker Teamarbeiter. Er stellt alles in Frage - prüft - und er fügt wieder alles zusammen. Das prägt unsere Philosophie - und macht unsere Arbeiten effizient und zielorientiert. Alle Kenntnisse, Erfahrungen, das ganze Wissen und die Visionen aller fließen in das eine Projekt. Konzernsprache übrigens ist englisch - so können alle am Wissensflow teilnehmen.

P.d.W.: Sie sprechen auch von Gegenständen des Alltags in großen Serien - früher stand Pininfarina für das elitäre Einzelstück. Ist diese Zeit vorbei?

R.K.: Nein. Selbstverständlich gibt es Kunden, die zum Beispiel einem Fahrzeug oder einem Flugzeug eine unverwechselbare Handschrift geben wollen. „I have a dream“ - das galt gestern, das gilt heute und wird morgen gelten.

P.d.W.: Pininfarina gestaltet immer ein Stück Zukunft mit. Stellen Sie sich dieser Aufgabe bewusst?

R.K.: Ganz bewusst und mit viel Verantwortung. Beispiel: Sintesi, unser Zero-Emission-Fahrzeug. Wir sprechen von einer „flüssigen Form“. Alles im Sintesi wurde nach dem Prinzip geringster Widerstände und effizientester Aerodynamik gestaltet, „eine unentdeckte Form für ein ökologisch sinnvolles Fahrzeug“, wie es kürzlich in der Presse stand. Eine Metamorphose aller Einzelteile, zusammengefügt zu einer Funktion der Zukunft - bis zur Inter-Kommunikation. Und natürlich - in Zusammenarbeit mit Bolloré: Brennstoffzellenantrieb durch neuartige Lithium-Metall-Polymer-Batterien mit einer Autonomie von 250 Kilometer. Wir meinen: Umweltschonung beginnt nicht mit der Absenkung sondern mit der fast 100%igen Vermeidung von Abfällen, die nicht länger als Norm betrachtet werden dürfen. Wir planen ein eigenes Elektrofahrzeug (Sintesi, siehe Bild links) in einer jährlichen Auflage von 15.000 Stück ab 2010. Unsere Agenda für 2020 sieht weitere Entwicklungen vor: Wenn die Führungs-Kommunikation vorhanden sein wird, werden Sie sich aus dem individuellen Stadtverkehr in das Autobahnnetz einfädeln, ab dann übernimmt der Autopilot das Regiment. Was tun Sie in der Zeit auf der Fahrt von Stuttgart nach Frankfurt? Sicher nicht



## Pininfarina



Die Pininfarina Deutschland GmbH ist heute gemeinsam mit ihren Tochtergesellschaften, der mpx Entwicklung GmbH in München, der mpx Entwicklung GmbH in Leonberg bei Stuttgart und in Rüsselsheim eine Unternehmensgruppe mit nunmehr ca. 200 Mitarbeitern, die als Ingenieurdienstleister in der Automobilindustrie sowie in der Luft- und Raumfahrtindustrie tätig ist.

Als 100%ige Tochter der Pininfarina S.p.A., die seit 77 Jahren als Partner der Automobilindustrie Fahrzeugprojekte übernimmt, bilden wir nun bereits seit 1991 die Brücke zu unseren deutschen Kunden.

Die weltweit über 3.500 Mitarbeiter der Pininfarina-Gruppe arbeiten in den Bereichen Design, Produkt- und Prozessentwicklung sowie in der Produktion von Nischenfahrzeugen. In Deutschland sind wir mit der Konzeption, der Simulation, der Entwicklung sowie der Erstellung von Teil- und Gesamtprojekten betraut.

Entlang der Prozesskette erhalten unsere Kunden Komplettlösungen, die sich aus unserer jahrzehntelangen Unternehmenserfahrung täglich aufs Neue weiter entwickeln.

Flexibilität, Qualität und Termintreue gehören zu unseren wesentlichsten Unternehmenskriterien.



nach vorne schauen - sondern arbeiten, ruhen, kommunizieren. Wie aber muss dann der Innenraum des Fahrzeugs gestaltet sein? Wie sehen die Raumverhältnisse für die Passagiere aus? Nur Studien abzugeben - das ist Pininfarina zu wenig. Wir wollen durch den Sintesi als Prototyp und später durch weitere Entwicklungen reale Wege aufzeigen. Realitäten sind konsequenter als Studien.

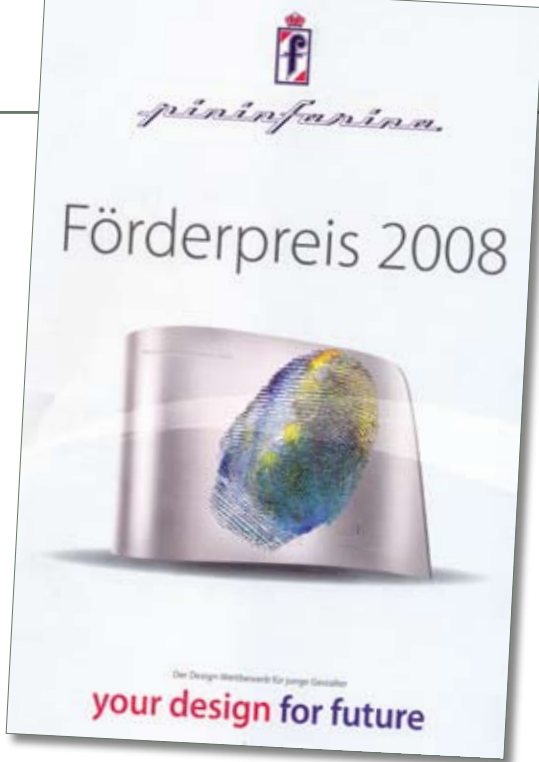
P.d.W.: Ist das auch der Grund Ihrer diesjährigen Ausschreibung des Förderpreises?

R.K.: Sicher - auch das ist ein wichtiger Teil unserer Verantwortung als Industrieunternehmen. Unser Motto 2008: „Die rasante Entwicklung der Klimaveränderung, die Verknappung der

weltweiten Rohstoffe und eine stetig wachsende Anzahl von Menschen auf dieser Welt erfordern ein radikales Umdenken in allen Bereichen des täglichen Lebens.“ Langlebigkeit, hochwertige, formal zeitlose Gestaltung bis hin zum Energieverbrauch sind die Themen unserer täglichen Arbeit und nun auch initiiert durch unseren Förderpreis bei Studenten und Absolventen an Hochschulen, Akademien und Universitäten. (www.pininfarina-foerderpreis.de, Anm. der Red.)

P.d.W.: Sie entwickeln, fertigen selbst - und unterstützen die Prozesse der Industrie bei der Produktion der von Pininfarina gefertigten Entwürfe. Der Vorteil für die Kunden?





R.K.: Lassen Sie mich das ganz plakativ sagen: durch unsere vielgestaltigen Arbeiten kennen und teilen wir den Tagesschmerz unserer Kunden.

P.d.W.: Tagesschmerz? Da bitten wir um Erklärung.

R.K.: In der Herstellung bringt jeder Tag neue Schmerzen: Fertigungstoleranzen, Materialschwankungen. Wir wollen beim Automobilbau der Ingenieurpartner sein, der sich auf die Herstellung des Gesamtfahrzeugs - also den Gesamtprozess versteht. Wir wollen Seite an Seite mit unseren Kunden stehen und auf Augenhöhe beraten können.

P.d.W.: War das der Grund, warum Sie die mpx gegründet haben?

R.K.: Ich wurde 2004 als Vertriebschef eingestellt – kurze Zeit später dann mit der Geschäftsführung für Deutschland

betraut. Durch meine vertrieblichen Tätigkeiten wurde mir schnell klar, dass wir in diesen sensiblen Bereichen nie weit weg vom Kunden sein dürfen. So versteht sich mpx als Erbringer klassischer Ingenieurleistungen. Die Strategie ist klar und einfach: Möglichst geringe Entfernung zum Kunden, keine Sprachbarrieren, alle Kundenprozesse vor Augen. Das Ergebnis sehen Sie in München, Leonberg (bei Stuttgart), Rüsselsheim und weitere werden folgen. Durch die gezielte Dezentralität können unsere 200 Ingenieure, unterstützt durch rund 50 freie Ingenieure flexibel mit den Kunden verhandeln - ein ganz anderer Support ist entstanden. Ich hatte vor Kurzem die Möglichkeit, meine Vision auf einer Tagung vorzutragen. „Wir sind Brückenbauer“, habe ich gesagt - pro Standort bauen wir eine Brücke zu unserem Kunden - von unserem Entwicklungszentrum direkt in seine Produktion. Das Schönste für mich war: alle trugen meine Vision mit. Das ist die Stärke von Pininfarina: Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter glauben an die Marke, die Stärke und die Umsetzbarkeit von Visionen.

P.d.W.: Wir danken Ihnen für das interessante und informative Gespräch.

**Pininfarina Deutschland GmbH**  
 Riedwiesenstraße 1 · 71229 Leonberg  
 Telefon: +49 (0)7152 33 124-0  
 Telefax: +49 (0)7152 33 124-799  
[www.pininfarina.de](http://www.pininfarina.de)



## Rainer Kühne ...



... war Anfang der 90-Jahre als Entwickler und Konstrukteur in verschiedenen Unternehmen tätig. 2004 übernimmt er in Renningen als „Direktor Vertrieb Deutschland“ die Aktivitäten der Pininfarina S.p.A. und wird im Juli des gleichen Jahres Geschäftsführer der Pininfarina Deutschland GmbH.

2006 ist die von Rainer Kühne eingeleitete Konsolidierung abgeschlossen. Kühne restructuriert die Geschäftsfelder neu durch eine Konzentration auf Ingenieurdienstleistungen für deutsche Fahrzeughersteller.

Der Prüfmittelbau und der Designmodellbau werden dabei ausgegliedert und durch MBO von den früheren Führungsmitgliedern übernommen. Im August 2006 wird in München eine Niederlassung der msx International übernommen und die mpx Entwicklung GmbH gegründet. 2007 überträgt die Pininfarina Deutschland GmbH als Holding die aktiven Geschäfte der mpx Entwicklung.

Die Pininfarina Deutschland GmbH ist heute gemeinsam mit ihrer Tochtergesellschaft, der mpx Entwicklung GmbH eine Unternehmensgruppe mit ca. 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die als Ingenieurdienstleister in der Automobil- sowie in der Luft- und Raumfahrtindustrie tätig sind.

Die Pininfarina Deutschland GmbH ist eine 100%ige Tochter der Pininfarina S.p.A.