



*Hans-Otto Schrader, 55, ist seit Oktober 2007 Vorstandsvorsitzender der Otto Group. Hermes ist ein hundertprozentiges Tochterunternehmen des Konzerns. Unterteilt in die Segmente Multichannel-Einzelhandel, Finanzdienstleistungen und Service sind weltweit mehr 120 Gesellschaften mit ca. 50.000 Mitarbeitern für die Otto Group tätig*

# „HERMES IST EINE SÄULE DER OTTO GROUP“

Dass er Bruce Springsteen mag, daraus macht Hans-Otto Schrader, Vorstandsvorsitzender der Otto Group, auch in diesem Interview keinen Hehl. Weshalb auch? „Working on a dream“ – die Musik des amerikanischen Rocksängers eignet sich gut als Soundtrack zur Hermes Erfolgsstory

**H**err Schrader, was sagen Sie als bekennender Bruce-Springsteen-Fan: Welcher Titel passt am besten zu Hermes: „Working on the Highway“, „Hungry Heart“ oder „Tougher than the Rest“?

*Ich verbinde den Titel „Hungry Heart“ am meisten mit Hermes. Hermes ist ständig in Bewegung. Das Unternehmen agiert auf einem hohen Niveau und entwickelt sein Leistungsportfolio kontinuierlich weiter. Immer wieder steckt es sich neue Ziele. Hermes ist „hungry“ im besten Sinne des Wortes.*

**Ein anderer Springsteen-Titel sagt: „Don’t look back“. Daran wollen wir uns jetzt aber nicht halten. Wann hatten Sie das erste**

**Mal persönlich mit Hermes zu tun?**

*Ende der 1970er Jahre. Ich war damals Mitarbeiter der Revision bei OTTO und hatte den Auftrag, die Rentabilität des Drittgeschäfts beim HTK (Hermes Technischer Kundendienst) zu prüfen. Das war meine erste berufliche Berührung mit Hermes.*

**Als Sie 1977 in den Otto Versand eintraten, haben Sie Hermes da überhaupt wahrgenommen?**

*Sicherlich. Aber weniger in meiner beruflichen Funktion. Ich wurde damals vor allem als Kunde von OTTO regelmäßig von Hermes beliefert. Dass OTTO auch sein eigenes Logistik-Unternehmen hatte, hat mich schon damals sehr fasziniert.*

**Ab 1991 waren Sie für die Importabteilung von OTTO verantwortlich, die heutige Hermes-OTTO International. Rückte die Logistik verstärkt in Ihren Fokus?**

*Ja, das tat sie. Ich war damals ja in Hongkong tätig. Insbesondere in den Bereichen internationale See- und*

*„Ich sehe noch für viele Jahre die Möglichkeit zum Wachstum.“*

HANS-OTTO SCHRADER

*Luftfrachten wurde das Geschäft von Hermes für mich damals richtig wichtig, denn die Ware, die wir dort gesourct haben, musste ja auch schnellstmöglich von Asien in unsere deutschen Läger.*

**Wie hat sich Hermes im Laufe der Jahre aus Ihrer Sicht verändert?**

*Hermes hat sich im Laufe der Jahre auf vielen Ebenen stark entwickelt. Besonders beeindruckt hat mich die verstärkte Orientierung in Richtung Markt- und Mandantengeschäft. Auch die gezielte Erweiterung der Wertschöpfungskette ist Hermes erfolgreich gelungen. Wer hätte gedacht, dass Hermes einmal zu den größten Wettbewerbern der Deutschen Post und insbesondere im*

„Hermes ist so selbstständig, wie es sich die Herren der Geschäftsführung von Hermes zutrauen.“

HANS-OTTO SCHRADER

*Paketversand aufgrund des hervorragenden Serviceangebots sogar eine günstigere und bessere Alternative werden würde?*

**Hermes wurde, das sagen verdiente Mitarbeiter, damals ziemlich dirigistisch geführt. In der Zentrale von OTTO wurde über Aushilfen vor Ort entschieden, Depotleiter mussten über leere Kugelschreiberminen Rechenschaft ablegen. Wie sieht das heutige Führungsprinzip aus?**

*Wir halten es bei allen Konzernunternehmen der Otto Group gleich. Unser Motto lautet: So viel dezentrale Verantwortung wie möglich und so viel zentrale Verantwortung wie nötig. Dieses Prinzip hat sich auch*

*bei Hermes erfolgreich bewährt, wie Sie an der Entwicklung des Unternehmens und am Ergebnis erkennen können.*

**Wie selbstständig muss, wie selbstständig darf Hermes sein?**

*So selbstständig, wie es sich die Herren der Geschäftsführung von Hermes zutrauen.*

**Wie würden Sie denn die Verbindung zwischen der Otto Group und Hermes heute beschreiben?**

**Einerseits ist Hermes eine hundertprozentige Tochter, andererseits ist Logistik heute, im Zeitalter von Globalisierung und Internet, ein entscheidender Schlüssel zum Erfolg...**

*Ich sehe hier kein Problem. Hermes ist Teil der Otto Group und passt mit seinem Service-Angebot perfekt in unser Portfolio. Als Multichannel-Einzelhändler haben wir mit Hermes einen hervorragenden Partner an unserer Seite, von dem wir täglich profitieren und der auch von uns lernen kann. In unserer Entwicklung befruchten wir uns gewissermaßen gegenseitig. Das ist in meinen Augen die beste Verbindung, die man sich vorstellen kann.*

**Hermes hat ab 2005 sein Umsatzergebnis Jahr für Jahr gesteigert, 2007 das erste Mal die Umsatzmilliarde erreicht. Wie wichtig ist Hermes für das Gesamtgeschäftsergebnis der Otto Group?**

*Der Ergebnisbeitrag der Hermes Gruppe hat inzwischen eine wesentliche Größenordnung für die gesamte Gruppe erreicht. Hermes ist eine tragende Säule unseres Geschäfts.*

**Befindet sich Hermes innerhalb der Otto Group nicht in einem Zwiespalt? Einerseits soll die Tochter für Mutter und Geschwister möglichst niedrige Zustellkosten unterbreiten, andererseits auskömmliche Gewinne erwirtschaften...**

*Das sehe ich nicht so. Hermes muss insgesamt dem Wettbewerb standhalten. Deshalb sollte das, was für den Markt mit externen Mandanten gilt, auch für die internen Kunden aus der Gruppe gelten.*

„Unser Erfolg hat die Deutsche Post dazu gebracht, sich kundenfreundlicher aufzustellen. Ich finde das bemerkenswert.“

HANS-OTTO SCHRADER

**Ist bei solchen Wachstumsraten nicht irgendwann das Ende der Fahnenstange erreicht?**

*Da mache ich mir, ehrlich gesagt, keine Sorgen. Der Gesamtmarkt hat ein so hohes Volumen, dass ich noch für viele Jahre die Möglichkeit zum Wachstum sehe.*

**Worin bestehen aus Ihrer persönlichen Sicht als Lenker eines Weltkonzerns die Meilensteine der Hermes Gruppe?**

*Der Aufbau unseres PaketShop-Netzes – heute sind es über 14.000 im Einzelhandel etablierte Annahmestellen bundesweit – ist definitiv ein Meilenstein in der Geschichte von Hermes. Bis man uns ein Paket anvertrauen kann, sind in den urbanen Ballungsgebieten im Durchschnitt kaum mehr als 600 Meter zu überwinden. Auf dem Land sind es rund drei Kilometer. Dass wir unseren Service zudem für das Mandantengeschäft geöffnet haben, ist für mich ein weiterer großer Meilenstein gewesen. Hermes leistet heute hoch qualifizierte Services auch für Unternehmen, die gegebenenfalls mit Teilen der Otto Group im Wettbewerb stehen. Gleiches gilt für die Entscheidung, Hermes auch im C2C-Bereich aufzustellen und damit Privatversendern eine echte Alternative zur Deutschen Post AG zu eröffnen. Dass die Liberalisierung im Paketbereich besser geklappt hat als beim Brief, ist auch einem starken Anbieter wie Hermes zu verdanken. Mit innovativen Services, beispielsweise viermal an*

*die Haustür zu kommen oder 500 Euro Haftung im Paketpreis zu integrieren, punktet man beim Kunden. Unser Erfolg hat die Deutsche Post dazu gebracht, ihre Paketpreise abzusenken und sich kundenfreundlicher aufzustellen. Das finde ich bemerkenswert.*

*Einen weiteren großen Schritt hat Hermes 2007 auch mit der Internationalisierung gemacht. Von da an war das Unternehmen ein ernst zu nehmender Player in wichtigen europäischen Märkten – und damit eine Alternative zu den „alten“ staatlichen Monopolisten vor Ort.*

*Auch die Einführung von „We Do!“ 2010 war ein Meilenstein. Die Überlegung, die umweltfreundliche Ausrichtung des eigenen Geschäfts für die Kommunikation der Auftraggeber nutzbar zu machen, ist pfiffig und überzeugend, denn die Nachhaltigkeit einer Ware umfasst auch das Segment Logistik – und da leisten wir einen relevanten und überprüfbaren Beitrag.*

**In der Otto Group wurden Ihnen gerade im Rahmen der Nachwuchsförderung viele Geschäftsideen von jungen Mitarbeitern präsentiert. War da etwas Erfolg versprechendes für Hermes dabei?**

*Wir sind zurzeit in der Phase der Prüfung der Ideen. Daher kann ich leider noch keine Antwort darauf geben, ob auch interessante Geschäftsideen für Hermes dabei sind, die wir umsetzen können.*

**Was wünschen Sie Hermes zum Jubiläum?**

*Dass alle Mitarbeiter stolz sind auf das Erreichte und sich über die große Anerkennung freuen, die ihnen für ihre Leistung entgegengebracht wird. Das gibt den nötigen Schwung für die weitere erfolgreiche Entwicklung von Hermes. Ich wünsche mir, dass Hermes die erreichte Position der Stärke für ein künftiges erfolgreiches Handeln nutzen kann.*

**Das Vierzigjährige fällt in eine Umbruchszeit. Seit 2008 jagt eine Krise die nächste, momentan ist die Zukunft der europäischen Gemeinschaftswährung unsicher, die Weltwirtschaft schwächelt, der Klimawandel ist zwar medial etwas in den Hintergrund getreten, aber die Gefahr bleibt real. Wie muss sich Hermes für die Zukunft wappnen?**

*Nach der aktuellen Krise werden andere Krisen folgen. Daher wird es sehr wichtig für Hermes sein, eine hohe Agilität zu entwickeln, um sich in Krisenzeiten schneller als die Wettbewerber neuen Herausforderungen stellen zu können.*

**Wo soll das Unternehmen stehen, wenn 2022 der 50. Geburtstag ansteht?**

*Ganz vorne!*

**Gibt es einen Springsteen-Titel, der das treffend auf den Punkt bringt?**

*Ja, „Working on a dream“.*