Wohlbefinden

Komfort für alle

Interview mit Mitchell Gold und Bob Williams

Lesen 7 Minuten

Wenn Mitchell Gold + Bob Williams, Mitbegründer der gleichnamigen Möbel- und Designfirma mit Sitz in North Carolina, „Komfort für alle“ einfordern, dann denken sie dabei nicht nur an luxuriöse, schöne Sofas – obwohl das sicher nicht falsch ist. Komfort bezieht sich für sie vielmehr auch auf ihre Mitarbeiter, ihre Familien und ihre Community. Angetrieben vom starken Wunsch, die Welt für alle bequemer zu machen, sind sie seit 1989 von einem Start-up mit 23 Mitarbeitern zu einer Unternehmerfamilie mit heute mehr als 900 Menschen angewachsen – ein Beleg dafür, wie sehr ihre Werte auch aus unternehmerischer Sicht Sinn machen.

360: In welcher Form kommen die Unternehmensziele von Mitchell Gold + Bob Williams in Ihrer Firma zum Ausdruck?

Mitchell Gold: Bob und ich möchten, dass alle in diesem Unternehmen die gleichen Chancen haben. Jeder soll wissen, dass es bei der Arbeit keine Diskriminierung gibt. Wir sind ein Familienunternehmen in dem Sinne, dass wir uns alle umeinander kümmern. Vor mehr als 20 Jahren haben wir unserem neuen Personalleiter gesagt, dass wir von ihm erwarten, sich für unsere Mitarbeiter einzusetzen anstatt Ängste zu schüren. Die Leute sollten wissen, dass sie jederzeit kommen und mit seinem Team sprechen können.

360: Nach der Gründung Ihres Unternehmens haben Sie überlegt, Ihre Büros in einem neuen Gebäude unterzubringen. Warum haben Sie sich letztlich dafür entschieden, sie in der Produktionsstätte zu belassen?

Bob Williams: Wir wollten, dass all unsere Aktivitäten – Finanzen, Produktentwicklung, Marketing etc. – ineinandergreifen. Die Leute müssen miteinander reden. Das hat bei uns wirklich immer gut funktioniert, etwa in der Cafeteria, in der alle aufeinander treffen. Ich möchte wetten, dass wir in den letzten 20 Jahren höchstens dreimal zum Mittagessen in einem Konferenzraum waren. Haben wir Gäste oder Vorstandssitzungen, gehen wir in die Cafeteria, weil wir uns dort begegnen wollen.

360: Als Ihr Unternehmen größer wurde, haben Sie stets Wert darauf gelegt, in Ihre Mitarbeiter zu investieren, etwa indem Sie ein firmeneigenes Ambulatorium, ein Fitnessstudio oder Stipendien für ihre Kinder einrichteten. Helfen diese Einrichtungen auch beim Erreichen Ihrer geschäftlichen Ziele?

MG: Wir respektieren unsere Mitarbeiter und so respektieren sie auch uns, und wir haben eine wirklich geringe Fluktuation. Unser Ziel „konsequent gute Qualität, konsequent pünktlich“ können wir nur mit Mitarbeitern erreichen, die ihr Handwerk verstehen und auch da sind. Bei einer hohen Fluktuation muss man ständig neue Leute ausbilden. Mit unserer stabilen Belegschaft können wir dagegen sehr schlank wirtschaften.

BW: Wie lassen sich die Kosten für diese Einrichtungen rechtfertigen? Anstatt sie zu den Ausgaben zu zählen, betrachten wir sie als Aktivposten, weil sie durch die gesteigerte Produktivität zu einem besseren Gesamtergebnis beitragen.

„Wir sind ein Familienunternehmen in dem Sinne, dass wir uns alle umeinander kümmern.“

360: Sie verfügen auch über eine eigene Kindertagesstätte. Warum haben Sie sich dafür entschieden?

MG: Einmal traf ich mich um 16 Uhr mit einer Mitarbeiterin und bemerkte irgendwann, dass sie unaufmerksam wurde. Als ich sie darauf ansprach, antwortete sie: „Ich muss meinen Sohn in der Kita abholen und wenn ich nach 17:30 Uhr dort ankomme, wird jede Minute extra berechnet.“ Das ließ mich unwillkürlich sagen: „Wir müssen eine eigene Kindertagesstätte eröffnen. Wir dürfen nicht zulassen, dass sich unsere Mitarbeiter nicht konzentrieren können.“ Juristen, Buchhalter, Versicherungsleute – alle fanden Gründe dagegen. Letztlich ist es aber gut fürs Geschäft. Und es zählt zu den besten Dingen, die wir in unserer Karriere je gemacht haben.

BW: Die Kindertagesstätte ist sogar für Leute attraktiv, die gar keine Kinder haben. Wir hatten schon Bewerber, die sagten: „Wenn es hier eine Kita gibt, muss dies auch ein guter Arbeitsplatz sein. Deshalb wollte ich hierher kommen.“

360: Sie sind beide leidenschaftliche Verfechter der LGBTQ-Community und haben Auszeichnungen für Ihre mutigen Marketingkampagnen für mehr Diversität erhalten. Auf welche Weise beeinflusst diese integrative Kultur Ihr Geschäft?

MG: Wir bekommen unglaublich positive Rückmeldungen und ich denke, wir machen eine Menge Umsatz, weil die Leute unser Engagement und unsere Menschenfreundlichkeit sehen. Sie wollen Dinge von einer Firma wie unserer kaufen. Selbst die Bank, von der wir uns Geld leihen, unsere Investoren und unsere Geschäftspartner – sie alle wollen zu denen gehören, die in der Welt Gutes tun. Zugleich sehen sie auch, dass es unsere Profitabilität unterstützt. Letztlich wollen wir Vorbilder für verletzliche Kinder sein.

360: Gibt es Belege dafür, dass Ihre Mitarbeiter durch die offene und integrative Kultur, die Sie am Arbeitsplatz fördern, dazu ermutigt werden, Ideen zu entwickeln und Risiken einzugehen?

MG: Wir finden es wirklich wichtig, dass sich die Leute beim Scheitern wohlfühlen. Arbeit ist eine soziale Aktivität, die Vertrauen voraussetzt. Wir vermitteln den Menschen, dass ihre Stimmen und Ideen wichtig sind und bitten sie, ihre Meinung zu äußern. Wir versuchen, dies stets zu fördern, und ich denke, das ist gut so. Ohne eine Kultur, die das Vertrauen und eine Ideenvielfalt unterstützt, werden sich die Menschen nicht sicher fühlen, wenn sie etwas Neues ausprobieren, das vielleicht nicht gleich funktioniert. Wir glauben, dass wir zum Erfolg beitragen, wenn wir vom Scheitern lernen.

360: Sie haben sich gleich nach der Firmengründung freiwillig verpflichtet, nachhaltige Materialien zu verwenden. Warum war dies so wichtig?

MG: Einen Monat nach der Gründung unseres Unternehmens las ich einen Artikel über die Ursachen des wachsenden Ozonlochs und maßgebliche Rolle, die die Möbelindustrie North Carolinas hierbei spielt. Ich erinnere mich, wie ich daraufhin Bob anrief und sagte: „Wir steigen in ein Geschäft ein, das der Umwelt schadet!“ Also machten wir uns daran, zu verstehen, was wir dagegen tun konnten. Wir testeten neue Schaumstoffe, konzipierten neue Verpackungen und begannen, Holz aus schnell nachwachsenden Wäldern einzusetzen. Wir wollten Teil der Lösung sein.

360: Sie sagten einmal, Sie würden nichts in Ihr Büro stellen, das Sie sich nicht auch für Ihr Zuhause vorstellen könnten. Warum ist Komfort ein so wichtiger Faktor bei der Arbeitsplatzgestaltung?

MG: Eines unserer Mottos lautet: „Das Betreten eines gut möblierten Hauses fühlt sich an wie eine Umarmung.“ Wir denken, viele Büros wären gern genau so.