„Die Firma ist ein bisschen wie eine Familie“

Leoni wird 100: Zeitzeuge Ernst Thoma (82), ehemaliger Vorstands-vorsitzender, im Video zum Thema „Tradition“

Nürnberg, 9. Februar 2017 – Was zeichnet ein Unternehmen aus, das 100 Jahre alt ist? Bei Leoni sind die fünf Themen Tradition, Qualität, Mitarbeiter, Innovation und Globalisierung von wesentlicher Bedeutung. Doch was verbindet das Unternehmen damit? Fünf Personen gaben vor laufender Kamera ihre ganz persönliche Antwort: Die Zeitzeugen – allesamt ehemalige und aktuelle Mitarbeiter – berichten subjektiv über ihre Erinnerungen, Erfahrungen und Einschätzungen zu jeweils einem Thema. Ernst Thoma, Vorstandsvorsitzender der Leoni AG von 1978 bis 2002 und eine der prägendsten Figuren der Unternehmensgeschichte, hat sich mit dem Aspekt Tradition auseinandergesetzt. Das Video mit seinen Aussagen ist ab heute auf der Website [100.leoni.com](http://100.leoni.com)sowie auf mehreren Social-Media-Kanälen abrufbar.

„Dadurch, dass die Firmen in Mühlhof und Roth schon seit Jahrhunderten existierten, waren schon die Väter und Großväter oder Mütter bei Leoni tätig“, erinnert sich Thoma an die Zeit, als er 1962 als Direktionsassistent ins Unternehmen einstieg. „Die Leute haben eine ganz besondere Einstellung und Firmentreue. Leoni ist für sie ein bisschen wie eine Familie.“

Sein persönliches Credo, das er als Führungskraft und langjähriger Chef von Leoni lebte und vorlebte, war: Immer vor Ort sein. „Ich bin viel bei den Leuten in der Fertigung gewesen und habe zugeschaut, wie sie es machen, ob es Verbesserungsmöglichkeiten gibt“, sagt Thoma rückblickend. In Erinnerung geblieben sind ihm neben zahlreichen Gesprächen deshalb auch die Reaktionen der Mitarbeiter, als aufgrund des Preisdrucks die Produktion teilweise nach Tunesien wanderte: „Das hat natürlich große und verständliche Verärgerung bei der Belegschaft in Kitzingen gegeben. Aber uns ist ja nichts anderes übrig geblieben, denn die Preise von früher hat uns niemand mehr bezahlt.“

Im Mittelpunkt des Strebens von Ernst Thoma stand immer der Kunde. Warum? „Mit dem Kunden können wir unser Geschäft entwickeln. Er gibt uns einen Auftrag und schlussendlich bezahlt er uns.“

Vorschau: Das zweite Zeitzeugen-Video folgt im April. Siham Touriz, die das Qualitätsmanagement von Leonis Bordnetz-Bereich in Marokko leitet, beschreibt darin, dass Qualität für sie mehr bedeutet als ein fehlerfreies Produkt.

*(2.393 Anschläge inkl. Leerzeichen)*

☞ *Zugehöriges Illustrationsmaterial finden Sie direkt bei dieser Mitteilung unter* [*www.leoni.com/de/presse/mitteilungen/details/die-firma-ist-ein-bisschen-wie-eine-familie/*](http://www.leoni.com/de/presse/mitteilungen/details/die-firma-ist-ein-bisschen-wie-eine-familie/)

☞ *Das Video ist auf der Sonderseite* [*100.leoni.com*](http://100.leoni.com) *sowie auf den Social-Media-Kanälen von Leoni abrufbar und kann dort geteilt und in andere Webseiten eingebunden werden. Journalisten erhalten auf Anfrage auch eine mp4-Datei.*

Über die Leoni-Gruppe

Leoni ist ein weltweit tätiger Anbieter von Drähten, optischen Fasern, Kabeln und Kabelsystemen sowie zugehörigen Dienstleistungen für den Automobilbereich und weitere Industrien. Leoni entwickelt und produziert technisch anspruchsvolle Produkte von der einadrigen Fahrzeugleitung bis zum kompletten Bordnetz-System. Darüber hinaus umfasst das Leistungsspektrum Drahtprodukte, standardisierte Leitungen, Spezialkabel und konfektionierte Systeme für unterschiedliche industrielle Märkte. Die im deutschen MDAX börsennotierte Unternehmensgruppe beschäftigt mehr als 79.000 Mitarbeiter in 32 Ländern und erzielte 2015 einen Konzernumsatz von 4,5 Mrd. Euro. Im Jahr 2017 feiert Leoni sein 100-jähriges Jubiläum.

 

Ansprechpartner für Journalisten

Sven Schmidt

Corporate Public & Media Relations

LEONI AG

Telefon +49 911 2023-467

Telefax +49 911 2023-231

E-Mail presse@leoni.com