



“螺丝大王”伍尔特集团的成功之道

用心经营自己的生意

他成功的秘密到底是什么？很简单：用心经营自己的生意。他明白卖东西到底是怎么回事。伍尔特从来不会自己一个人悠闲地坐着或指挥员工东奔西跑。因为在他的企业里，人们对于效率十分重视，能为企业创造剩余价值的人才会受到尊重。

莱因哈德·伍尔特在所有符腾堡家族企业者中可以算最成功的一位，而这一切成功仅经历他一代人便得以实现。当然，这也要拜德国的经济奇迹所赐。

而螺丝大王的王国却始终欣欣向荣,因为它的发展遵循着一种原则,即从来不受所有短期管理模式的影响。它更多的带着这名企业家的烙印:伍尔特 14 岁便辍学在父亲的工厂里当学徒。2004 年,他主动撤离企业领导班子,把企业财产捐给基金会,为了“不让孙子辈把公司的钱都挥霍在法拉利上”。

人的培养

对企业具有决定意义

半个世纪以来，这家公司一直秉持着独特的企业文化。公司还有一名非资本主义唯技术论者的上司，而且是一名博学多才、受过良好教育、敏锐善察的上司，一名在企业哲学中贯彻以人为本的上司。他的最高信条是：“对人的培养引导对于企业的盈利或者亏损有超过 50% 的决定意义。与之相比，资金和产品反而占据次要地位。”



谁要是把人置于企业哲学的核心地位,那他肯定会知道,时髦的公务用车、红利等物质奖励固然重要,但还远远不够。伍尔特集团里业绩突出的员工能去瑞士或者加勒比海度假一至两周。伍尔特还有一种鼓舞士气的方式,尽管这种方式在利己主义和实利主义的世界显得老土,可伍尔特一直都很珍视这种传统——每年亲自向工作表现出色的员工致谢。优秀员工还会被授予镶嵌金子或者宝石的“伍尔特荣誉胸针”,戴上它就是一种荣耀。除此之外,出色的业务推销员还可以被吸纳进入成功俱乐部或精英俱乐部。

伍尔特集团的奋斗目标一直很明确,并表现在长期循环上,这当然不仅

仅是一个季度到下一个季度中。没有盈利的发展是致命的，这是成功家族企业的铁律之一。可人们是如何在半个世纪都能持续地、成功地实现这一要求呢？肯定不是盲目推崇、拼命提高股东价值。伍尔特集团对它完全不感兴趣，哪怕这关乎伍尔特的个人财产。

顾客永远

是伍尔特集团的中心

不,要真是这样的话,他永远也不会荣升为德国最富有的人之一。企业之所以运作良好,因为他坚持的还是自己在螺丝厂当学徒时学会的原则。

“那是我 16 岁的时候，爸爸让我去杜塞尔多夫 14 天，还说，‘现在，你也去卖卖东西吧’。”直到今天，他对这段经历仍然念念不忘。正是在杜塞尔多夫的这 14 天中，他认识到顾客对于一家企业至关重要的意义。

从那以后，顾客永远是伍尔特集团的中心。在莱因哈德·伍尔特的要求下，两万多名跑外勤销售的员工——销售手工业工厂里所有种类的商品，从螺丝、螺母和工作台、角向磨光机到冬季在建筑工地穿的防寒服等——应该不仅仅只是销售人员。他们要遵循伍尔特在“管理艺术成功秘诀”主导思想里的信条。第一条就是“永远不要欺骗顾客”。接着还有“不签订任何建立

在谎言上的订单”或者“给顾客提供绝对公平的保证书”及直接带有成功导向的信条——“每个星期都拜访顾客一次”。

伍尔特本人对媒体讲述的这几个小故事折射出以顾客为中心的宗旨在他心目中的地位，以及人们今天该如何表达这一点。如果有必要的话，这位老总还会负责员工培训。因为当他发现总部的员工太得意自满时，他会不假思索地到金策尔斯奥的市政局申请游行，亲自将手推车一直推回公司旧址。

伍尔特宣称，自己的企业至少还可以生存 500 年，因为 60 年过去了，它还处在开始阶段，还是一名朝气蓬勃的年轻人。伍尔特已经为公司的发展奠定了良好的基础，他认为，管理艺术和对员工的激励是公司在未来战略上的竞争优势。尽管他在 1994 年就从企业的领导班子中退了下来，但只要他还健在，他将会不遗余力地保持这种特色。

(文德林·魏德金)

延伸阅读:

建博物馆“展示”

企业和自己

在金策尔斯奥螺丝和螺纹博物馆，他展出了和企业直接相关的技术陈列品。在伍尔特博物馆的金策尔斯奥和施瓦本厅内，他不断变化着省内展览的文化主题。办展览同样也是出于对员工们文化需要的考虑。

在这期间，伍尔特的收藏品已经接近 8000 件，其中有著名艺术家爱德华多·奇利达、马克斯·恩斯特、大卫·霍克尼和巴勃罗·毕加索的画作。在过去的 40 年内，莱因哈德·伍尔特每年都能得到 200 件作品——平均每两天一件！

社会的认可同样重要。对老板而言,社会认可指的就是公众的反响。如果光有钱而没有公众的认可,也是件得不偿失的事情。莱因哈德·伍尔特行为的动机就在于此。当公司的这位元老过世以后,人们还会继续谈论他留下的博物馆。博物馆成为了永恒的认可标志。

