



Johannes George Sanders,  
Geschäftsführer DACH,  
Stanley Security

SICHERHEITSTECHNIK

# Vorbild Mittelstand

Ein strategischer Integrator von  
Sicherheitstechnik

Stanley Security ist ein Geschäftsbereich von Stanley Black & Decker. Mit seinen integrierten Sicherheitslösungen ist das Unternehmen in 14 Ländern Europas tätig. Installiert werden vornehmlich Produkte namhafter Hersteller sowie Software. In Deutschland beschäftigt das Unternehmen 480 Mitarbeiter an sechs Hauptstandorten. Matthias Erler von GIT SICHERHEIT sprach mit Johannes George Sanders, Geschäftsführer DACH, Stanley Security.

**GIT SICHERHEIT:** Herr Sanders, Stanley Security gehört zu Stanley Black & Decker, einem globalen Schwergewicht – Sie selbst leiten die DACH-Region für das Unternehmen. Ihr Sicherheitsportfolio ist umfassend – es reicht von Videoüberwachung bis Zutrittssteuerung und Brandschutz. Geben Sie uns einmal ein knappes Portrait für alle, die Sie noch nicht kennen?

**Johannes George Sanders:** In einem Satz gesagt, verstehen wir uns als strategischer Integrator von Sicherheitstechnik. Außerdem betreiben wir eine ständig wachsende Leitstelle für unsere Kunden. Wir entwickeln und installieren Gesamtlösungen und tun dies mit sehr breitgefächertem Know-how in allen Bereichen der Sicherheitstechnik. Als ich vor etwa einem Jahr zu Stanley kam, war ich sofort von diesem umfassenden Fachwissen beeindruckt – und wir hatten bereits einen starken Kundenstamm, den wir kontinuierlich und kräftig ausbauen.

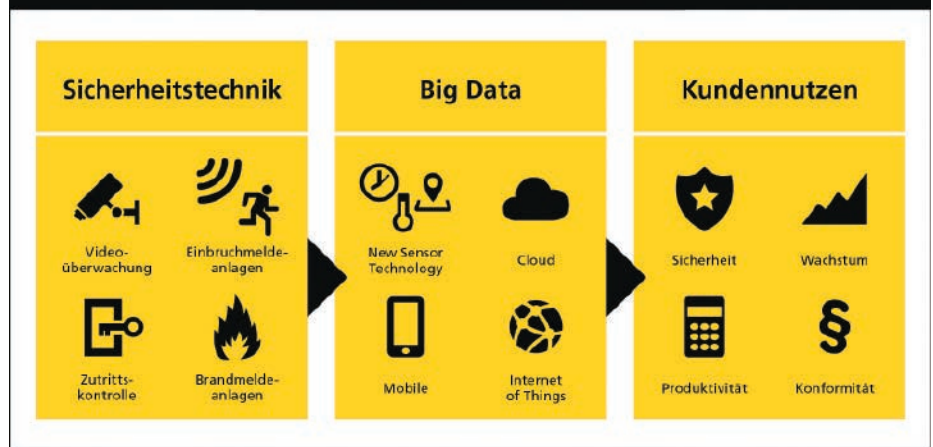
**Dafür haben Sie während des vergangenen Jahres an einer strategischen Neuausrichtung gearbeitet?**

**Johannes George Sanders:** Wir haben seit April 2016 innerhalb von rund sieben Monaten eine Investmentstrategie erarbeitet, die wir Agenda 2019 getauft haben. Gleichzeitig haben wir 70 neue, sehr motivierte und kompetente Mitarbeiter eingestellt: Wir haben unsere Vertriebsorganisation verdoppelt und auch die operativen Fachkräfte verstärkt. Teil dieser strategischen Agenda ist auch eine kräftige Investition in das Training für Projektmanagement und Vertrieb – das betrifft alte

wie neue Mitarbeiter. Etwa ein halbe Million Euro haben wir in das Personal investiert – und eine weitere halbe Million in Upgrades für unsere Sicherheitsleitstelle. Außerdem haben wir unser Projekt SATS aufgebaut.

**Was hat es damit auf sich?**

**Johannes George Sanders:** SATS steht für „Stanley Advanced Technology Solutions“. Dabei geht es um Folgendes: Wir haben bei unseren Kunden ja viele Sensoren verbaut, die in ihrem Sicherheitskonzept eine Rolle spielen. Die Daten, die diese Sensoren weiterleiten, lassen sich aber auch noch für andere Zwecke verwenden – sie können das Wachstum des Kunden unterstützen. Unser Selbstverständnis als strategischer Integrator konkretisiert sich je nach den ganz spezifischen Bedürfnissen, den Geschäftsfeldern und den Tätigkeiten, mit denen sich der Kunde befasst. Ein Beispiel: Einer unserer Kunden, deren Mitarbeiter mit Waffen umgehen, muss regelmäßig Schießübungen auf entsprechenden Übungsplätzen durchführen. Mit unserer Videotechnik können wir diese Trainings in ihrer Effizienz optimieren: Man kann nämlich durch Einsatz von intelligenter Videoanalyse beispielsweise nachvollziehen, ob ein Schuss bewusst oder versehentlich erfolgt ist. Das funktioniert mit Hilfe von Bewegungsdetektion. In diesem Fall haben wir also Sicherheitstechnik für einen Schulungsprozess fruchtbar gemacht – dadurch konnten wir die Trainingsprozesse für den Kunden um 30 Prozent beschleunigen.



**Ein neues „Customer First“-Programm steht ebenfalls auf Ihrer Agenda – wie sieht das aus?**

**Johannes George Sanders:** Mit diesem Ansatz arbeiten wir daran, die Prozesse in der Zusammenarbeit mit unseren Kunden zu verbessern, damit wir besser und einfacher Geschäft aufbauen können und den Kunden schneller mit den Dienstleistungen zu versorgen die er benötigt. Dazu gehört zunächst einmal, dass wir eine hierarchisch sehr flache Organisation aufgebaut haben – mit höchstens zwei Management-Ebenen für jeden Mitarbeiter. Das Geschäftsführer-Team ist jede Woche in einer unserer Niederlassungen, um dort mit den Mitarbeitern auf Augenhöhe über anstehende Aufgaben zu besprechen. Diese enge Zusammenarbeit der Teams mit der Geschäftsführung ist übrigens Teil unserer gesamteuropäischen Strategie. Sie beschleunigt Prozesse und Entscheidungen – auch für Investitionen, etwa in Personal.

**Diese Kultur erfordert sicher auch eine entsprechende Denkweise bei Ihren Mitarbeitern...**

**Johannes George Sanders:** Für uns ist tatsächlich ganz entscheidend, dass unsere Mitarbeiter nicht nur fachlich qualifiziert sind, sondern in der Lage sind, gut mit den Kunden zu kommunizieren und im Team zu arbeiten. Und „Customer First“ bedeutet für uns auch Folgendes: Wir besuchen unsere Kunden oder potentiellen Neukunden niemals alleine, sondern immer im Team: Es ist immer jemand vom Vertrieb, der Projektleitung und vom Support dabei. Dadurch bekommt der Kunde die Sicherheit, eben nicht nur einen Ansprechpartner zu haben, sondern dass er immer jemanden im Unternehmen kontaktieren kann, der ihn und seine Firma kennt. Vor allem kann die konkrete Lösung auf diese Weise von Anfang an stringenter geplant

werden – denn jede Abteilung war ja mit im Termin und bekommt alles mit. Unsere drei Mitarbeiter können sich untereinander abstimmen – das senkt das Risiko für den Kunden, dass irgendein Problem entsteht. Der Kunde bekommt außerdem gleich einen Eindruck von der Bandbreite unseres Angebotes, wenn er gewissermaßen gleich mehrere Abteilungen kennenlernt. Zusammen nennen wir das „Customer First“ – weil es uns darum geht, unseren Kunden Probleme abzunehmen. Den Slogan „One face to the customer“ halten wir für falsch

**Das hört sich eigentlich insgesamt nach eher mittelständischen Denkweisen und Strukturen an?**

**Johannes George Sanders:** Das ist auch beachtenswert. Obwohl wir ein weltweites Großunternehmen sind, arbeiten wir gewissermaßen wie der klassische Mittelständler. Vorbildlich ist für uns insofern vor allem die weitgehende Freiheit zu entscheiden, die es möglich macht, schnell auf Kundenbedürfnisse zu reagieren. Dadurch können wir die enormen Chancen, die gerade der deutsche Markt bietet, besser wahrnehmen. Ganz wichtig dabei ist unsere Philosophie, beim Personal auf exzellente kommunikative Fähigkeiten zu setzen. Das verschafft uns riesige Vorteile gegen unsere Wettbewerber.

**Sie arbeiten ausschließlich mit eigenen Mitarbeitern – aber nicht mit eigenen Produkten?**

**Johannes George Sanders:** Wir arbeiten zu 95 Prozent im Direktvertrieb – mit nur wenigen eigenen Produkten. Hier sind wir unabhängig, arbeiten aber mit Hauptlieferanten zusammen. Videokameras kommen bei uns häufig von Axis, die Videomanagement-Software beziehen wir oft von Milestone – dazu kommen

Zutrittskontrollsysteme, Einbruchmelde- und Brandschutzanlagen.

**In welchen Branchen vor allem?**

**Johannes George Sanders:** Wir sind für mittelständische Unternehmen bundesweit tätig und betreuen unsere industriellen und gewerblichen Kunden aus unseren regionalen Niederlassungen, ebenso wie unsere Key-Account-Branchen wie Retail, Banken, Transport und Telekommunikation. Ein wichtiger Geschäftsbereich ist für uns auch die Kreuzfahrtbranche: Für Aida sind mehr als zehn Stanley-Technik ständig in der Welt unterwegs, um Milestone- und Axis-Systeme auf deren Schiffen zu integrieren.

**Zum Schluss noch einen Ausblick auf das Jahr 2017...?**

**Johannes George Sanders:** Nachdem wir uns 2016 neu organisiert und einen großen Personalbestand aufgebaut und eine Vielzahl neuer Projekte gestartet haben – und angesichts der starken Nachfrage im Markt, werden wir weiter kräftig wachsen. SATS, mit dem wir dieses Jahr begonnen haben, steuert bereits jetzt etwa 1,5 Prozent des Gesamtumsatzes bei – in unserer „Agenda 2019“ streben wir die 10 Prozent an. Langfristig haben wir uns übrigens auch das Ziel gesetzt, das für Mitarbeiter begehrteste Unternehmen der Sicherheitswelt zu werden. ■

**Kontakt**

Stanley Security, Düsseldorf,  
Tel.: +49 211 179960 4018  
www.stanleysecurity.de