



MARTIN STORZ / GRAFFITI (L. + M.)

Firmenchef Prost, Prost-Schloss im schwäbischen Leipheim, Liqui-Moly-Kalender: *Steinerne bayerische Löwen, Findlinge aus Asien und ein*

UNTERNEHMER

„Die Angst muss weg!“

Ernst Prost, Chef einer Motorenölfirma in Ulm, gefällt sich als Kapitalist mit menschlichem Antlitz. Aber jetzt gibt es Ärger im vermeintlichen Paradies. *Von Christoph Schwennicke*

Dieser Mann ist eine echte Herausforderung, eine Art Naturgewalt, ein Gebirgsbach, der über jeden hereinstürzt, der sein Büro betritt.

Noch verarbeitet man die Sinneseindrücke dieses Büros, da hat Ernst Prost schon die Gesprächsführung übernommen. „Darf ich Sie jetzt auch mal was fragen, zu Ihrem Artikel da?“, sagt er, und man kann sich nicht erinnern, bisher etwas gesagt zu haben, das einer Frage im engeren Sinne gleichkam. Die medizinballgroßen Drusen auf dem Fenstersims fallen ins Auge. „Mineralienfreund?“, versucht man etwas verzweifelt, das Heft wieder in die Hand zu bekommen. „Mineralienfreund, Menschenfreund, Lebensfreund, Frauenfreund, Musikfreund, Arbeitnehmerfreund – Allesfreund!“, dröhnt Prost in seinem sinnenfrohen Büro, einen blaugrauen, unförmigen Pulli am Leib, Birkenstock-Latschen an den Füßen und einen zufriedenen Ausdruck im Gesicht. Jetzt, beschließt er, „gehe mir erscht mal was essa!“ Zum Griechen – „isch Ihne des recht?“

Ernst Prost hat neugierig gemacht, so neugierig, dass auch der Kanzlerkandidat der SPD sich seinerzeit auf den Weg nach Ulm machte, weil er wissen wollte, wie das geht, was der Chef des Motorenölherstellers Liqui Moly behauptet: in der Krise zu wachsen, Leute einzustellen, zu expandieren. Eher verkaufe er sein Schloss, sagt er bei jeder Gelegenheit, bevor er Leute entlasse. Wie Mork vom Ork, der Mann vom andern Stern, redet Prost. Und ein wenig wie Wolfgang Grupp, der Chef von Trigema, der mit dem Affen vor der „Tagesschau“.

Hört sich da einfach einer gern reden, redet da einer nur, was die Leute hören wollen? Wenn das mit dem perfekten Arbeitgeber so einfach ist, warum machen es dann nicht alle so? Tatsache ist, dass Ernst Prost, seit 1998 Besitzer der Firma Liqui Moly, Erfolge aufzuweisen hat. Seit der heute 53-Jährige die Firma von der Gründerfamilie übernahm, geht es stetig bergauf. Das Unternehmen handelt mit Flüssigkeiten, die dem Auto-affinen Sportsfreund das sind, was seiner Freundin die Anti-Aging-Wässerchen und Wrinkle-Cremes. Wer seinen getunten Irmscher-Opel oder Schnitzer-BMW liebt, der schüttet feines Öl in den Stutzen und Benzinzusätze in den Tank, damit es der geliebte Motor gut hat.

Das Geschäft läuft. Das Unternehmen hat im Krisenjahr 15 Millionen Euro Gewinn erwirtschaftet, bei 235 Millionen Umsatz, und Prost hat seine Sprüche aus den Talkshows auch umgesetzt: 31 Leute hat er im vergangenen Jahr eingestellt. 450 Mitarbeiter arbeiten in Ulm, Saarlouis und weltweit. Fluktuation gleich null. In den ersten Monaten des Jahres steht ein Wachstum von 28 Prozent gegenüber dem Vorjahr zu Buche.

Und doch stimmt da was nicht ganz. Was hatte Prost in seinem Gedankensturz geschrieben, den er seinem Besucher vorher zukommen ließ? „Es muss die Angst weg! – Die Angst vor dem Chef, die Angst vor der Kündigung, die Angst vor Strafe, die Angst, Fehler zu machen! Angst lähmt, Angst verhindert Aktivitäten, Angst zerstört Mut, Kraft und Freude!“ Es will gar kein Ende nehmen.

Und jetzt das. Herr Göbbel, Prosts Pressemann, und Frau Holzwarth, seine Assistentin, sitzen in seltsamer Hab-acht-Stellung am Tisch beim Griechen. Angstfreiheit sieht anders aus. Sie trinken den Ouzo, den Prost reichlich bestellt, wenn er es will, sie lachen bei seinen Witzen. Herr Göbbel hat sich daran gewöhnt, dass sein Chef Witze auf seine Kosten macht, und Frau Holzwarth hat nicht nur schöne, scheue Augen, aus denen sie ihren Chef genau beobachtet, sondern auch einen kleinen Block zur Hand, den sie öffnet, wenn Prost sie dazu anweist. Er sammelt nämlich außer drallen Bronzefiguren und bunten Bildern auch Begriffe und Formulierungen. „Bräsig?“, sagt er, „ja, des isch guad g’sagt! Schreibbed Sie des glei auf, Frau Holzwarth!“ Frau Holzwarth notiert das Wörtchen in ihren Block.

Prost findet Kollegen erbärmlich, die sich Uhren für 100 000 Euro an die Handgelenke hängen, und trägt selbst immerhin eine Rolex. Beim Griechen bezahlt er mit einer mattschwarzen Kreditkarte, die niemand bekommt, der ein paar tausend Euro im Jahr damit begleicht. Prost beklagt die Gier seiner Kollegen, schraubt die Gewinnziele für 2010 aber auf 18 Millionen Euro hoch, das ist fast das Doppelte des Gewinns von 2008.





rostiger Keuschheitsgürtel an der Decke

Prost ist erotisiert von seinen Ausflügen in die Politik. Er befürwortet den Mindestlohn, die Hartz-IV-Debatte à la Westerwelle findet er furchtbar, er würde es gern ungeschehen machen, bei der letzten Bundestagswahl FDP gewählt zu haben. Westerwelle und Horst Seehofer hat er im Januar einen bösen Brief geschrieben. Es sei „nicht gut“, dass August von Finck, als Miteigentümer das Mövenpick-Hotel in Neu-Ulm schließen lasse, 80 Mitarbeiter kurz vor Weihnachten ihre Kündigung erhalten hätten – und derselbe Mann zur gleichen Zeit CSU und FDP eine Millionenspende habe zukommen lassen.

Er hat – „natürlich!“ – keine Antwort bekommen. Im Übrigen sei der Steinmeier, der bei Prost kaum zu Wort kam, ein redlicher Mensch, anständig und klug – „aber ein Wolfsrudel führt der nicht!“

Er schon. Prost sei unberechenbar, raunen Mitarbeiter. Man müsse auf alles gefasst sein. Ein Patriarch mit elefantösem Gedächtnis, der sich Jahre später an Fehler erinnert. Im Vertrieb gälten die harten Regeln des Marktes. „Wer die Leistung nicht bringt, der fliegt!“, heißt es.

Bei Liqui Moly dringt wenig nach draußen. Die Gewerkschaft tut sich schwer, Fuß zu fassen im Betrieb des Patriarchen Prost. So ist eine Bombe jüngst mehr implodiert als explodiert bei Liqui Moly.

Michael Hahn, 44, ist seit 17 Jahren beim Unternehmen, seit acht Jahren im Betriebsrat, zuletzt dessen Vorsitzender. Auch er preist Prost. Liqui Moly, „das ist wie eine Familie“, sagt er. Wenn alles so toll ist, warum hat er dann als Betriebsrat hingeschmissen? Er druckst herum, macht individuelle Gründe geltend.

Es gibt wohl weitere Gründe. Der alte Betriebsrat hatte versucht, einen Wirtschaftsausschuss durchzusetzen, ein Gremium, das den Arbeitnehmervertretern präziseren Einblick in die Geschäftszahlen einräumen würde. So wäre es schwieriger, weiterhin ein Geheimnis daraus zu machen, wie viel Geld ins Marketing und die Werbung im Fußball, Eishockey, Autorennsport und Skispringen fließt.

Folglich sahen sich die Betriebsräte Anfang des Jahres einem nicht mehr so milden Chef Prost gegenüber, der sich überrumpelt fühlte und durchsetzte. Betriebsunfall im Paradies. Die Aufstellung von Kandidaten für eine neue Arbeitnehmervertretung gestaltete sich mühsam. Mit Prost will sich keiner anlegen. Der neue Betriebsrat jedenfalls verfolgt das Ziel eines Wirtschaftsausschusses nicht weiter. Also doch alles ganz normal beim Menschenfreund Prost, der es in seinem Gedankensturz als seine Aufgabe bezeichnete, „450 Seelen, 450 Herzen, 450 Hirne und 900 Hände bei Laune zu halten“.

Manche schwäbische Unternehmer rümpfen die Nase über Prost. Er passt nicht in eine Gegend, in der man eher „schwäbisch-dezent“ ist, wie es einer seiner Unternehmerkollegen formuliert.

Dezent ist in der Tat das letzte Attribut, das zu Prost passt. Das Schloss in Leipheim, ein ehemaliger Raubrittersitz, thront über dem Ort an der Autobahn Richtung Augsburg und gibt ihm Struktur. Die Stadt war gottfroh, das baufällige Gebäude vor vier Jahren für 360 000 Euro an Prost losgeworden zu sein. Vor dem Eingang wachen zwei steinerne bayerische Löwen, im Schlossgraben hat Prost riesige Findlinge aus Asien drapiert und eine gotische Steinnadel des Ulmer Münsters. Im Rittersaal hinter der 500 Jahre alten Holztür hängt ein rostiger Keuschheitsgürtel von der Decke.

Die Schlossführung gerät zu einem Gang durch eine surreale Welt. Tonnenschwere Eichentische, ausladende Anrichten, übermannshohe Drusen. Eine märchenhaft-bombastische Kulisse wie Michael Jacksons Neverland-Ranch. Beim dritten Schlafzimmer hört man auf zu zählen.

Es sind fast tausend Quadratmeter, die Prost allein bewohnt, und wenn es ihm nachts unheimlich wird in seinen Gemächern, dann schießt er, so erzählt er, beim Gang durch die Flure auch mal sein eigenes Spiegelbild in Scherben.

Er sagt, er habe das Schloss für zwei Millionen Euro saniert und eingerichtet. Wenn das stimmt, dann hat er eine Menge bekommen für sein Geld. Allein die Anschaffungskosten für die Edelakustik liegen im Bereich eines gehobenen Mittelklassewagens. Eine Anlage einer Bochumer High-End-Schmiede fristet ein bedauernswertes Dasein unter einem Subwoofer, der achtlos auf dem CD-Schubfach des feinen Top-Laders thront.

Ein Mitarbeiter ist mitgekommen zur Schlossführung. Er sucht Motive für den Liqui-Moly-Kalender 2011, der mit branchenüblichen Assoziationen spielt. „Da stell i mir a dralle Walküre mit solche Dinger vor!“, sagt Prost, macht eine wölbende Handbewegung vor seiner Brust und posiert vor der Schlosstür. In einem asiatischen Zimmer mit mannshohem Bonsai ruft er: „Und da legsch a Dunkelhaarige auf ’n Teppich! Am beschten a Asiatin!“

Prost weiß, was sich der deutsche Autofreund in die Tuning-Garage hängt. Autos, Frauen, Flüssigkeiten: Diese Lust ist krisenfest, solange es Verbrennungsmotoren gibt. Und wenn der letzte Otto-Antrieb dereinst einen Kolbenfresser bekommen haben wird? Dann, sagt Prost, „dürfen wir uns umstellen“.

„Dürfen“, sagt er, nicht „müssen“. ◆