



12. Familienunternehmer-Konferenz:

Mutig, voll Elan und ganz anders

Veranstalter und Verleger Dr. Theo Breitsohl setzte in diesem Jahr Maßstäbe. Mit dem Finale der Start-up Pitch Competition 2017 als Teil des Konferenzprogramms stand die digitale Transformation sozusagen direkt in der Alten Stuttgarter Reithalle. Mut, Inspiration und Aufbruch kennzeichneten die Stimmung.



„Die Kinder des Internetzeitalters kommen mit neuen Ideen. Sie ticken und handeln anders. Wir Unternehmer müssen das zur Kenntnis nehmen“, sagte Konferenz-Initiator Dr. Theo Breitsohl.

Das Tête-à-Tête zwischen Start-ups und Unternehmern begann am 13. Juli 2017 schon morgens beim Start-up Brunch im Café Felix, zu dem Eventure-Gründer und -Geschäftsführer Philipp Depiereux eingeladen hatte. Breitsohl betonte in seiner Begrüßung, dass Unternehmer den Mut zu Visionen haben und neue Wege einschlagen müssten: „Die Kinder des Internetzeitalters kommen mit neuen Ideen. Sie ticken und handeln anders. Wir Unternehmer müssen das zur Kenntnis nehmen“, sagte er. Das provokative Motto der Konferenz „Mut zum Risiko: verändern oder untergehen“ hatte Breitsohl sich selbst zu Herzen genommen und das Format seiner Konferenz gemeinsam mit seinem jungen Partner Johannes Ellenberg, Geschäftsführer von Accelerate Stuttgart, weiterentwickelt. Entstanden ist dabei eine lebendige Plattform, auf der sich junge und ältere Unternehmer, Frauen und Männer, Start-ups, Gründer, Nachfolger und Etablierte trafen und austauschten. Margit-Therese Huber vom Verband deutscher Unternehmerinnen (VdU) beschrieb in ihrer Begrüßung treffend den Stand der Dinge zwischen Start-ups und etablierten Unternehmen: „Der digitale Wandel ist eine gewaltige Chance für den Mittelstand. In der Zusammenarbeit mit Start-ups ist aber noch Luft nach oben.“



Die Konferenz-Innovation: Das Finale der Startup Pitch Competition brachte nicht nur frischen Wind in den Event, sondern auch viele neue Ideen und Anregungen. Den ersten Platz belegte das Team von Hotelshop.one. Zu gewinnen gab es sehr hochwertige Preise.



Der Start-up-Brunch zum Auftakt der Konferenz stieß auf reges Interesse.

Über 200 Teilnehmer zählte die 12. Familienunternehmer-Konferenz.



Begrüßte die Teilnehmer: Margit-Therese Huber vom Verband deutscher Unternehmerinnen.



Überzeugte mit seinem leidenschaftlichen, sehr emotionalen Vortrag: Dr. Hubertus Porschen, Bundesvorsitzender des Verbands „Die Jungen Unternehmer“.



Stihl-Chef Dr. Bertram Kandziora zeigte auf, wie sich das Traditionsunternehmen dem digitalen Wandel stellt und neue Geschäftsfelder erschließt.



„Neben dem digitalen Wandel dürfen die Unternehmen das Thema Nachhaltigkeit in Kontext von Umwelt und Mensch nicht aus den Augen verlieren“, war eine der zentralen Botschaften des Vortrags von Dagmar Fritz-Kramer, der Chefin des Ökohaus-Pioniers Baufriz.

Fünf Minuten für ein Geschäftsmodell

Sechs Start-ups hatten es aus den Vorrunden der Competition mit insgesamt 30 Teams und drei Vorentscheidungen ins Finale geschafft. Den Konferenzteilnehmern präsentierten sie sich mit ihren Ideen in jeweils fünf Minuten, deren Einhaltung nicht nur durch eine große Sanduhr, sondern auch durch die Zuhörer kontrolliert wurde. So viel gejoht, geklatscht und gepfiffen wurde noch selten auf einer Familienunternehmer-Konferenz wie bei der Vorstellung der Finalisten. Moderator Johannes Ellenberg, Initiator des Wettbewerbs, stellte die Jury vor und erklärte deren Entscheidungskriterien: Gesamteindruck, Präsentation, Geschäftsmodell (tragfähig und skalierbar?) und Team. Der Jury gehörten neben ihm selbst Dr. Hubertus Porschen, Bundesvorsitzender des Verbands „Die Jungen Unternehmer“, Alexander Kulitz, Bundesvorsitzender der Wirtschaftsjuvenen Deutschland, Franz Brobald, Deutsche Lufthansa AG, Sascha Fritz, MGB Mittelständische Beteiligungsgesellschaft, und Franziskus Josten, Takkt AG, an. „Für die Start-ups bietet die Familienunternehmer-Konferenz eine großartige Möglichkeit mit der etablierten Unternehmenswelt zusammenzukommen, ihre Ideen zu präsentieren und eventuell einen Partner, Kunden oder Finanzier zu finden“, sagte Ellenberg.

Der dritte Preis – 1.000 Euro der MBG mittelständische Beteiligungsgesellschaft – ging an Payexcell und der zweite Preis – Büroausstattung im Wert von 2.000 Euro der Takkt AG – an Net Wächter. Den ersten Preis – zwei Tickets der Lufthansa ins Silicon Valley – erhielt Hotelshop.one. Patrick Deseyve und seine beiden Mitgründer wollen das Shopping in Hotels digitalisieren und professionalisieren. Den Sonderpreis Strategie des Weissman-Instituts überreichte Moritz Weissman, geschäftsführender Gesellschafter von Weissman & Cie., an Valentin Belser von Food Oracle. „Die Jury hat es sich nicht leicht gemacht“, sagte Ellenberg. „Das Konzept von Hotelshop.one hat in allen Kategorien am meisten überzeugt.“ Und letztlich sei es eine Auszeichnung, überhaupt bis ins Finale zu gelangen und sich vor über 200 Unternehmerinnen und Unternehmern zu präsentieren.

Vorträge mit Botschaften und Substanz

Doch nicht nur die Start-ups wussten zu überzeugen, sondern auch die Redner, die sich dem Thema der Konferenz „Mut zum Risiko: verändern oder untergehen“ auf ganz unterschiedliche Weise näherten.

„Da rollt etwas auf uns zu“

IT-Unternehmer Dr. Hubertus Porschen machte den Anfang und ließ seine Zuhörer begeistert und ein bisschen atemlos zurück. Deutschland mit seinem Mittelstand und den Hidden Champions sei gut aufgestellt, aber die Politik müsse die Rahmenbedingungen dafür schaffen, dass der Sprung in die digitalisierte Welt gelinge. Dazu gehöre vor allem der flächendeckende Glasfaserausbau: „Im ländlichen Raum sind nur 1,2 Prozent der Breitbandverbindungen Glasfaser“, wettete der Unternehmer. Hart ging er auch mit dem Bildungssektor ins Gericht. Darüber hinaus mahnte er bessere Rahmenbedingungen für Gründer, Anpassung des Arbeitsrechts („das Arbeitsrecht ist in der Industrialisierung stehen geblieben“) und mehr Sicherheit im Netz an.

„Disruptive Geschäftsmodelle nicht unterschätzen“

Nach Porschen betrat Dr. Bertram Kandziora, Vorstandsvorsitzender der Stihl AG, das Podium. Mit großer Klarheit schilderte er den Weg der Veränderung, den das Unternehmen geht. „Die klassischen Wachstumsfelder sind bei uns neue Produkte, neue Händler, neue Märkte und neue Kunden. Daneben haben wir fünf Digitalisierungsfelder abgesteckt“, erläuterte der Vorstandsvorsitzende. „Die Digitalisierung der sekundären und der primären Wertkette, die digitale Kundeninteraktion, digitale Produkte und digitale Geschäftsmodelle. Die drei letzten Felder haben ein höheres Potenzial, aber auch ein höheres Gefährdungspotenzial.“ Als Beispiele für digitale Geschäftsmodelle nannte Kandziora unter anderem Flottenmanagement, Arbeitssicherheit, Arbeitsunterstützung zum Beispiel für Forstarbeiter – Stichwort virtueller Wald. Er betonte, dass man ►

sich davor hüten müsse, disruptive Geschäftsmodelle zu unterschätzen. „Man muss schnell an digitales Brachland herangehen“, mahnte Kandziora.

„Veränderung ist eine Frage der Haltung“

Familienunternehmen und Start-ups seien eine wunderbare Allianz, ist der Nürnberger Strategieberater Prof. Dr. Arnold Weissman überzeugt: „Wir brauchen eine neue Kultur des ‚Ja, und‘ statt des ‚Ja, aber‘ und das können etablierte Unternehmen von den jungen Start-ups lernen. Diese wiederum profitieren von den Werten, der Erfahrung und dem Können der reifen Unternehmen.“ Die Digitalisierung sei für Familienunternehmen eine ganz große Reise, die in eine traditionserhaltende Erneuerung münden müsse. Doch sei es ein Unterschied, ob man mit einem großen Schiff den Kurs ändere oder mit einem kleinen. Familienunternehmen müssten überlegen, was für sie relevant sei. Von den Start-ups könnten Familienunternehmen lernen, alles infrage zu stellen. „Fragen Sie sich, was ihr Unternehmen in sie-

ben Jahren können muss. Strategieentwicklung ist kein Projekt, sondern ein Prozess. Schaffen Sie für diesen Prozess Rituale. Damit können Sie den Menschen ihre Ängste vor der Veränderung nehmen. Erlauben Sie sich und ihren Mitarbeitern zu scheitern, etwas falsch zu machen“, empfahl Weissman seinen Zuhörern. „Verbiegen Sie sich nicht, aber seien Sie bereit, zu lernen. Veränderung ist eine Frage der Haltung.“

„Geschützter Raum zum Testen und Scheitern“

Eventure-Geschäftsführer Philipp Depiereux stellte die Konkurrenz von morgen vor: digitale Giganten und agile Start-ups. Mit ihren Stärken wie hohe Risikofreudigkeit, extreme Testmentalität, maximale Nutzerzentrierung und hohe Datenexpertise, High-Speed-Umsetzung und langfristige Radikalität würden sie alle Branchen bedrohen, die einen früher, die anderen später. Es sei höchste Zeit für die Unternehmen, neue Geschäftsmodelle zu finden, um nicht den Weg der Musikindustrie gehen zu müssen. Dabei könnten gerade Familienunternehmen mit ihrer Stärke punkten: „Die Kunden vertrauen ihnen“, sagte Depiereux. Und er machte klar: „Die digitale Transformation ist kein Thema der IT-Abteilung, sondern eine unternehmerische Führungsaufgabe.“ Depiereux empfahl die Errichtung von Digitaleinheiten mit internen und externen Mitgliedern in einem geschützten Raum, in dem Testen und Scheitern erlaubt sind. „Die ersten Erfolge aus solchen Digitaleinheiten wirken als Initialzündung und müssen aktiv dafür genutzt werden, um sukzessive auch die Kernorganisation für die Digitalisierung zu begeistern.“ In Zukunft brauchten Unternehmen Menschen, die den Wandel begrüßen und keine Menschen mit Bewahrermentalität. Am Beispiel Klöckner.i. zeigte Depiereux, dass die Transformation mit Hilfe von außen sogar in einer extrem traditionellen Branche wie dem Stahlhandel funktioniert.

„Die Baubranche hat viel nachzuholen“

Bezüglich der Digitalisierung sei die Baubranche ein Dinosaurier, der viel nachzuholen habe, eröffnete Dagmar Fritz-Kramer, geschäftsführende Gesellschafterin der Baufriz GmbH & Co. KG aus Erkheim, ihren Vortrag. Sie hat das 120 Jahre alte Unternehmen zielstrebig zum Ökohaus-Pionier umgebaut. Heute werde jedes der Holzhäuser, bevor es übergeben werde, auf Schadstoffe gemessen und man beschäftige 25 Baubiologen. „Die Digitalisierung verändert die Lebenswelt und den Lebenswandel der Menschen“, ist Fritz-Kramer überzeugt. „Wir beobachten sehr genau den sozialen und ökonomischen Wandel. Umwelt, Gesundheit und Technologie sind Themen, die auch die Lebenswelt der Menschen und ihre Ansprüche verändern.“ Ihr gehe es um „Nachhaltigkeit: People, Planet, Profit.“ Menschen und Erde zu schützen dürfe nicht bedeuten, auf Ertrag zu verzichten. „Wir möchten Geld verdienen und wachsen, aber nicht zu Lasten eines anderen“, präzisierte die Unternehmerin.

Beim abendlichen Büffet waren die Finalisten gefragte Gesprächspartner. Unternehmerin Margot Bendl aus Günzburg sprach vielen Unternehmern aus dem Herzen als sie sagte: „Ich bin überrascht, wie kreativ diese jungen Gründer sind und welche Ideen sie haben. Es ist eine tolle Gelegenheit, über den eigenen Horizont hinauszuschauen.“ Verleger Breitsohl stimmte zu: „Die Unternehmer können heute viele Impulse und außergewöhnliche Eindrücke mitnehmen.“ ■

-ap



Etablierte Unternehmen und Start-ups können viel voneinander lernen, ist Strategieexperte Prof. Dr. Arnold Weissman überzeugt.



„Die Konkurrenz von morgen sind digitale Giganten und agile Start-ups“, sagte Eventure-Geschäftsführer Philipp Depiereux.



Moderierte die Startup Pitch Competition: Unternehmer Johannes Ellenberg

Auf www.familienunternehmer-news.de gibt es einen ausführlichen Konferenz-Bericht, eine große Bildergalerie sowie einen Video-Rückblick.



ALLE FOTOS: BERND HANSELMANN