



11. Familienunternehmer-Konferenz:

Alles andere als gewöhnlich

Junge und ältere Unternehmer sprachen auf der 11. Familienunternehmer-Konferenz in der Alten Stuttgarter Reithalle über ihre Unternehmen und ihre Pläne für die Zukunft. Das Resümee von Veranstalter und Verleger Dr. Theo Breitsohl: „Familienunternehmen sind alles andere als gewöhnlich.“

Über 200 Gäste besuchten am 14. Juli die 11. Familienunternehmer-Konferenz in der Alten Stuttgarter Reithalle im Hotel Maritim.

Die über 200 Gäste wurden von Dr. Breitsohl, Margit-Therese Huber vom Verband deutscher Unternehmerinnen (VdU) und Dr. Hubertus Porschen, Bundesvorsitzender des Verbands „Die Jungen Unternehmer“, begrüßt. Thomas Strobl, stellvertretender Ministerpräsident und Innenminister von Baden-Württemberg, begrüßte die Unternehmer mit den Worten: „Leider kann ich Sie nicht in die Villa Reitzenstein einladen – noch nicht.“ Der CDU-Politiker machte deutlich, dass er sich in der grün geführten Landesregierung und auch im Bund dafür stark mache, verlässliche Rahmenbedingungen und eine gute digitale Infrastruktur für Unternehmen zu schaffen.

Alles gelingt nicht

Mit Wolfgang Schmalz und Markus Flossmann standen zwei sehr unterschiedliche Unternehmer auf dem Podium: der eine geschäftsführender Gesellschafter eines bereits 1910 gegründeten Familienunternehmens, der andere Inhaber eines Start-ups. Die J. Schmalz GmbH in Glatten, die Wolfgang Schmalz in dritter Generation führt, ist ein weltweit tätiger Spezialist für Vakuum-Technologie mit über 1.000 Mitarbeitern und hat sich im Laufe der Zeit mehrmals neu erfunden. YT-Industries, von Flossmann und Stefan Willared 2008 gegründet, baut und vertreibt Mountain- und Downhillbikes mit eigenentwickelten Carbon- und Aluminiumrahmen und hatte vor vier Jahren gerade einmal acht Mitarbeiter. Und doch haben die beiden Unternehmer einiges gemeinsam. Beide geben zu, dass „nicht immer alles gelingt“. „Wo Licht ist, gibt es auch Schatten“, wie Schmalz es ausdrückte, oder Flossmann: „Aller Anfang ist schwer. Wir hatten zu wenig Eigenkapital und keine Sicherheiten, übersahen die Folgen von Wechselkurschwankungen, wurden von Konkurrenten und Zulieferern blockiert und wuchsen zu

Auf dem Portal familienunternehmer-news.de finden Sie einen ausführlicheren Bericht sowie weitere Fotos und Videos.



FOTOS: BERND HANSELMANN

schnell bei fehlenden Strukturen. Der Lieferverzug eines taiwanesischen Lieferanten brachte uns an den Rand der Insolvenz.“ Schmalz zeigte entlang der Firmenhistorie, dass sich Familienunternehmen nicht erst seit heute immer wieder neu positionieren müssen. „Als der Elektrorasierer auf den Markt kam, waren wir mit unserer Rasierklingenproduktion am Ende. Wir mussten ein neues Geschäftsmodell finden“, erzählte Schmalz. „Strukturwandel war schon immer grausam und brutal.“ Der 58-Jährige beeindruckte seine Zuhörer auch durch die Konsequenz, mit der sich das Unternehmen der Nachhaltigkeit verschrieben hat, so-



Veranstalter Dr. Theo Breitsohl, Thomas Strobl, stellvertretender Ministerpräsident und Innenminister von Baden-Württemberg, und Joachim Schramm, Landesvorsitzender Baden-Württemberg von „Die Familienunternehmer“ (v.l.).

zial, ökologisch und auch hinsichtlich des Wertschöpfungssystems. Flossmann schilderte, wie es YT-Industries gelungen ist, durch den Online-Direktvertrieb und die Rahmenproduktion in Taiwan ein bezahlbares High-End-Mountainbike zur Nr. 1 in Europa und zur Nr. 3 in der Welt zu machen. Szenegrößen wie Andreu Lacondeguy, Cam Zink und Aaron Gwin fahren inzwischen die „Fahrräder“ aus Forchheim. Die Erfolgsfaktoren sind für den Unternehmer klar: „Man braucht ein Konzept, das Hand und Fuß hat, Leidenschaft für das, was man tut, Ausdauer, die einen wieder aufstehen lässt, wenn etwas schief geht, und eine Mannschaft, die mit durchs Feuer geht, die Leidenschaft teilt und kämpft. Und man muss echt sein, darf sich nicht hinter einer Marketing-Maske verstecken.“

Angst oder Lust?

Prof. Dr. Arnold Weissman, Strategieberater für Familienunternehmen, war auch bei der 11. Familienunternehmer-Konferenz wieder dabei und fragte die Zuhörer: „Geschäftsmodelle: erhaltend oder disruptiv – wie weit geht Ihr Unternehmen?“ Etablierte Unternehmen würden sich schwer tun mit disruptiver Innovation, sagte der Professor. Sie seien viel besser in erhaltender

Innovation, doch das reiche künftig nicht mehr aus. Die Digitalisierung mit ihren mehrgliedrigen Vertriebswegen treibe die Vernetzung der Wertschöpfungskette voran und doch habe bisher noch kaum ein Unternehmen einen Chief Connectivity oder einen Chief Digital Officer. „Wer den Zugang zum Kunden hat, hat den Wert“, mahnte Weissman. „Alle anderen werden Zulieferer irgendeiner Plattform sein.“ Man solle es als Aufbruchsignal sehen, wenn Audi-Chef Rupert Stadler sage, 2025 würden 45 Prozent des Geschäfts mit Software gemacht. „Macht Ihnen die Zukunft Angst oder Lust?“ wollte Weissman abschließend von seinen Zuhörern wissen.

Anschließend präsentierten vier Redner ihre Konzepte moderner Geschäftsmodelle. Dabei wurde deutlich, dass neue Geschäftsmodelle nicht nur digitale sein müssen, sondern vor allem einen Nutzen für Kunden bieten müssen, den andere nicht bieten können.

Erfolg im dritten Anlauf

Jung-Unternehmer Feliks Eyser stellte sein 2010 gegründetes Start-up „RegioHelden“ vor, Spezialist für regionales Online-Marketing. Der Gründer warb auch für Rahmenbedingungen, die Gründungen einfacher machen. Das Unternehmen sei bereits sein dritter Versuch, so Eyser, aber er befinde sich in guter Gesellschaft. Der Bezahlendienst Paypal sei sogar ein fünfter Versuch und habe heute eine Marktkapitalisierung von 47,61 Milliarden



Wolfgang Schmalz begeisterte seine Zuhörer durch eine spannende Unternehmensgeschichte und konsequente Nachhaltigkeit.



Prof. Dr. Arnold Weissman gelang es einmal mehr, seine Zuhörer aufzurütteln.

US-Dollar. „Wir brauchen eine Kultur der zweiten, dritten und vierten Chance“, forderte Eyser. „Fehler dürfen kein Makel sein, sondern ein Lernprozess. Start-ups sind in der Regel erfolgreich auf Basis einer Reihe von Fehlern.“

Industrie 4.0 macht Spaß

Dr.-Ing. Gregor Körkel aus dem Boschwerk Feuerbach ging der Frage nach, weshalb Industrie 4.0 so wichtig ist. Industrie 4.0 sei für das Leben erfunden worden, mache es leichter. Für die Unternehmen gehe es darum, Industrie 4.0 in ihre Prozesse einzubinden. Die Arbeit werde einfacher und effektiver und damit das Unternehmen schneller und agiler. Dr. Körkel brachte Beispiele wie das Online Spindle Monitoring, mit dem die Ausfallzeiten um zwölf Prozent reduziert werden konnten. Die Abstimmung der Mitarbeiter mit dem Meister erfolge über eine App. „Für



Markus Flossman mischt mit YT-Industries die Mountainbike-Szene auf.

den Meister bedeutet das 70 Prozent weniger Aufwand für Koordination und Schichtplan“, präzisierte Körkel. Im Werk Feuerbach könnten Besucher Industrie 4.0 in „Guided Tours“ schon live erleben.

Mutig sein

Sarah Maier hat ihr Unternehmen von ihrer Mutter übernommen. 2015 hat sie einen mutigen Schritt getan und den Standort in Markgröningen aufgegeben und sich in Stuttgart-Feuerbach angesiedelt. Zeitgleich wurde das Unternehmen in Sarah Maier Handgewerke GmbH umfirmiert. „Wir fertigen Möbel in Losgröße 1 für eine spezielle Kundschaft“, sagt die 39-Jährige. „Holz ist nach wie vor immer dabei. Doch gut zu sein in einem Handwerk, reicht nicht aus.“ Deshalb hat Maier aus dem Einrichtungshaus eine Einrichtungshalle und Event Location gemacht. „Mein Marketing ist eine Kaffeemaschine und Gastlichkeit in wechselnder Umgebung“, sagt die Unternehmerin. „Erfolg braucht ein Gesicht und das bin ich, sowohl hinter der Kaffeemaschine und beim Mittagessen als auch online. Das Feedback gibt mir Recht. Man darf Emotionen zeigen und auch eine Meinung haben.“ Auf Veränderung müsse man vorbereitet sein, sagt die Unternehmerin: „Man muss mutig sein und vor nichts Angst haben.“

Virtuell wird real

Heinz Wurzel hat Erfolg in einer Branche, in der Erfolg nur selten zu finden ist: in der Druckbranche. Die Wurzel Medien GmbH hat sich auf 3D-Visualisierungen und Apps spezialisiert.



Dr. Theo Breitsohl, Tobias Kenner, Margit-Therese Huber, Sarah Maier, Heinz Wurzel, Feliks Eyser, Dr. Gregor Körkel, Markus Brock (v.l.)

Gemeinsam mit Tobias Kenner stellte Wurzel die Möglichkeiten vor, die Augmented Reality bietet. Es wird zum Beispiel eingesetzt in der Medizin-, Mode- und Tourismusbranche sowie in der



Dr. Hubertus Porschen, Bundesvorsitzender des Verbands „Die Jungen Unternehmer“, forderte mehr Kapital für Gründer.

Ausbildung. Für den Ofenbauer Leda wurde eine App entwickelt, mit der der Kunde seinen Wunschofen im eigenen Wohnzimmer betrachten kann. Per Computer Generated Imagery können aus CAD-Daten fotorealistic Bilder erzeugt werden, sodass ein Auto in verschiedenen Farb- und Ausstattungsvarianten betrachtet werden kann. Fotografen, die für Autofirmen die neuesten Modelle fotografieren, reisen inzwischen ohne Auto an die Location. Das kann per 3D-Visualisierung jederzeit an jedem Ort ins Foto gesetzt werden. Eine Steigerung sieht Wurzel in Virtual Reality, in der Betrachter ins Geschehen mit einbezogen werden und sowohl Stress, Freude oder auch Schwerelosigkeit führen können.

Am Ende der Konferenz dankte Dr. Theo Breitsohl den Rednern, den zahlreichen Sponsoren, die großzügige Preise gestiftet hatten, Moderator Markus Brock sowie dem Team des Hotels Maritim für ihr Engagement und fasste zusammen: „Es ist unglaublich, welche beeindruckenden und unterschiedlichen Geschichten Familienunternehmen zu bieten haben, welche Impulse heute gesetzt wurden.“ ■ -ap

ALLE FOTOS: BERND HANSELMANN

MARKENBERATUNG
MARKENENTWICKLUNG
CORPORATE DESIGN
EMPLOYER BRANDING
PRODUKTKOMMUNIKATION
DIGITALE UND VERNETZTE
KOMMUNIKATION
VERTRIEBSUNTERSTÜTZUNG



Die B2B-Agentur



Die Marken-Story von Mahr. Seit 1994 erzählt von RTS Rieger Team.

Exactly.

Markenstärke für den Mittelstand schafft man nur durch B2B-Kommunikation, die aus dem Mittelmaß herausragt. Mit klaren Botschaften, emotionalen Geschichten und vor allem Konstanz. Exakt deshalb sind wir besonders stolz darauf, seit über 20 Jahren für unseren Messtechnik-Kunden Mahr zu arbeiten. Vielen Dank dafür. Mehr zur Marken-Story von Mahr erzählen wir Ihnen unter mahr.rts-riegerteam.de oder rufen Sie uns direkt an: 0711 9752-251.