

Mittelständische Firmen erklären ihre Erfolgsstrategien

Gemeinsame Veranstaltung der Industrie- und Handelskammern Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen mit der Stiftung Industrieforschung

BONN. Der Wirtschaftsstandort Deutschland ist besser als sein Ruf – das gilt vor allem für Unternehmen, die stark exportieren. Damit auch mittelständische Firmen auf den heimischen und externen Märkten wachsen können, brauchen sie die richtigen Konzepte. Das ist die Grundhaltung der Unternehmensvertreter, die im Steigenberger Grandhotel auf dem Bonner Petersberg vor einem Fachpublikum über die Geheimnisse ihres Firmenerfolgs referiert haben.

Udo Wendland, Vorsitzender der Geschäftsführung der **Stabilus GmbH** in Koblenz, nennt als Wachstumstreiber seines Unternehmens Innovation, Ausbau des Kerngeschäfts, Mikrosegmentierung, globale Expansion und nicht zuletzt Kundenbindung. Stabilus ist Zulieferer der Autoindustrie und hat die Gasfeder erfunden. Das Unternehmen

ist mit Gasfedern und hydraulischen Schwingungsdämpfern Weltmarktführer. 65 Prozent der jährlich 125 Millionen produzierten Gasfedern gehen in die Automobilindustrie. Das Unternehmen ist mit zehn Werken auf fünf Kontinenten vertreten. So ist Stabilus nah an den Auto-Montagehallen seiner Kunden.

Mit der Gasfeder, die das 1934 gegründete Unternehmen herstellt, kann etwa die Heckklappe eines Autos komfortabel geöffnet und geschlossen werden. Die hydraulischen Schwingungsdämpfer sorgen als Lenkungsdämpfer in Autos für die erwünschte Laufruhe und Sicherheit. „Bei Innovationen ist es entscheidend zu antizipieren, was die Kunden wollen“, sagt Udo Wendland.

Neben dem Ausbau des Kerngeschäfts kümmert sich Stabilus um die Erschließung neuer Einsatzbereiche für

Gasfedern. „Der Industriemarkt ist aufgefächert in bestimmte Nischen“, erklärt Wendland. Fluggastsitze und Krankenhausbetten sind nur zwei weitere Beispiele dafür. „Wir nehmen uns ein Segment nach dem anderen vor.“ Innovative Problemlösungen bringen dann den Umsatz.

Nicht „Geiz ist geil“, sondern „Gewinn ist in“ – so das Motto von Walter Mennekes, geschäftsführender Gesellschafter der **Mennekes Elektrotechnik GmbH & Co. KG** im sauerländischen Kirchhundem. Das Unternehmen ist einer der führenden Hersteller industrieller Steckverbinder (Steckdosen und Stecker) und in 90 Ländern aktiv. Weltweit arbeiten 720 Mitarbeiter für die Firma – mehr als zwei Drittel davon in Deutschland.

Walter Mennekes setzt auf die Kraft der Marke. „Eine Marke entsteht aus dem Zusammenspiel von Qualität,

Service, Tradition, Kommunikation und Innovation“, sagt er. Die Marke grenzt das eigene Produkt von Billigartikeln der Konkurrenz ab und ermöglicht es einer Firma, höhere Preise durchzusetzen. Aber: „Ohne Qualität ist Marke wie Make-up ohne Gesicht.“ Laut Mennekes machen Marken Unternehmen stark – nach außen wie nach innen. Der Geschäftsführer legt Wert auf zufriedene Mitarbeiter. „Ohne engagierte Mitarbeiter gibt es keine Marke.“ Mennekes weiter: „Der Trainer ist wichtig, aber die Tore schießt die Mannschaft.“ Der Geschäftsführer hat die Erfahrung gemacht, dass Mitarbeiter gerne für ein Markenprodukt arbeiten. Das gibt ihnen das Gefühl, „zu den Besten zu gehören“. Als Dank und Motivation belohnte Mennekes vergangenes Jahr jeden Mitarbeiter mit einer Sonderzahlung. Stolz ist

Mennekes auf einen Azubi-Anteil von zwölf Prozent. Eine Zukunftsinvestition.

Wer wachsen will, muss seine Produktion ständig verbessern. Dieser Meinung ist Oliver Jung, Produktionsvorstand der **Schmitz Cargobull AG** in Horstmar (Münster). Schmitz Cargobull produziert unterschiedliche Lkw-Anhänger (Trailer). Laut Jung reduzierten verbesserte Produktionsabläufe die Zeit, die für die Herstellung eines Anhängers benötigt wird – von 72 auf 18 Stunden. Das steigerte die Produktion um 133 Prozent. Die Fehlerkosten verringerten sich um 47 Prozent. Der Herstellungsvorgang muss stabil laufen, Fehler müssen konsequent vermieden und Prozesse weitgehend standardisiert werden.

Wichtig für Jung ist auch ein optimaler Umgang mit seinen Mitarbeitern. „Ich setze auf Führungsebene und

Teamleiter – mit denen kann man alles besprechen.“

Der Erfolg gibt ihm Recht: Das 1892 gegründete Unternehmen hat derzeit rund 4600 Mitarbeiter und ist mit einer derzeitigen Jahresproduktion von rund 50 000 Trailern europäischer Marktführer. Das Ziel ist es, bis 2010 die Produktion zu verdoppeln.

Zum „Petersberger Industriedialog“ hatten die Industrie- und Handelskammern (IHK) in Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen gemeinsam mit der Stiftung Industrieforschung eingeladen. Motto: „Profitables Wachstum am Industriestandort Deutschland, Erfolgsstrategien für den Mittelstand. Der Präsident der IHK Koblenz, Manfred Sattler, gibt sich optimistisch: „Für mittelständische Unternehmen, die sich intelligent im Markt positioniert haben, gibt es Wachstumschancen.“ **Ingo Ackerschott**