

Werte, Tradition und Kontrolle sind für viele die Basis des Erfolgs

Umfrage Die Zuhörer glauben - trotz aller Risiken - an die Vorzüge von mittelständischen Unternehmen. Von Judith Weber

So viel Zuspruch dürfte Volker Grub selten ernten. Denn wenn der Stuttgarter Insolvenzanwalt vor der Unternehmenspforte steht, ist es um den Betrieb meist schlecht bestellt. Gestern hingegen freuten sich die Zuhörer regelrecht über seine Anwesenheit. „Er war das Salz in der Suppe“, sagte Romy Giessler. Die 33-Jährige ist Repräsentantin der dritten Generation in der Geschäftsführung der Parfümerie und Mode Müller GmbH in Leinfelden-Echterdingen. „Grub ist am realistischsten gewesen“, sagte auch Jochen Siebenrock, 53 Jahre alt, dessen gleichnamige Firma in Wendlingen Zubehör für BMW-Motorräder produziert. „Ohne Grub hätte in der Expertenrunde ein wichtiger Redner gefehlt.“

Der Insolvenzberater hatte auf dem Podium in der Stuttgarter Alten Reithalle die Risiken von Familienunternehmen aufgezeigt und von „zügellosem Wachstum auf Pump“, „Patriarchen, die eine Kultur oder Unkultur im Unternehmen vorgeben“ und „fehlender Kontrolle in kleinen Unternehmen“ gesprochen. Gleichzeitig betonte Grub die Notwendigkeit der vielen kleinen Unternehmen in Baden-Württemberg. „Wir brauchen diesen Unterbau“, sagte er.

Der 65-jährige Adolf Fritz hat an kleinen Unternehmen denn auch gar nichts auszusetzen und bedauert - wie viele andere Gäste der Veranstaltung -, dass auf dem Podium kein Vertreter eines kleinen Unternehmens saß. „Zulieferer können am Markt erfolgreich sein - unabhängig davon, wie groß sie sind“, sagt der Rentner, der zuvor als Elektroingenieur bei Bosch tätig war. Anders als der Gründer der gleich-

namigen Münchner Unternehmensberatung, Roland Berger, möchte Fritz kleine Betriebe nicht als „Marginalie“ bezeichnen. Den Erfolg eines Mittelständlers macht ihm zufolge auch aus, „dass der Vorstand nicht so schnell ausgewechselt wird wie bei vielen Dax-Konzernen.“

Vertrauen spiele eine wichtige Rolle, sagte die 48-jährige Christine von Below, die eine PR-Agentur in Stuttgart führt. Sie habe wissen wollen, wie Mittelständler so ticken und sei deshalb in die Alte Reithalle gekommen. Ihr Fazit: „Vertrauen, Unternehmenskultur und Tradition sind die beste Basis für ein Unternehmen.“ Eine gewisse Kontrolle des Managements ließe sich aber wohl kaum vermeiden.

Gerade in vielen kleinen Unternehmen sei es jedoch schwierig, Kontrollgremien einzurichten, sagt Martin Topp. Der 34-Jährige ist Geschäftsleiter der Hochschule für Oekonomie und Management (FOM) in Stuttgart. „Die beste Grundlage



Adolf Fritz



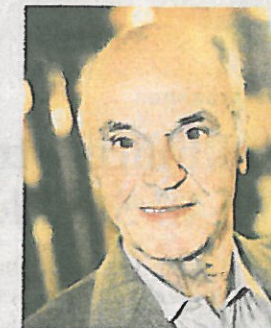
Romy Giessler



Martin Topp



Gisela Hellge



Adolf Weber Fotos: Steinert

für eine Zusammenarbeit ist, die Eigentümer des Unternehmens und die Mitarbeiter über die Entwicklungen des Betriebs regelmäßig zu informieren“, sagt er. Die Sturheit mancher Firmeneigentümer will Topp - ebenso wie Robert Friedmann, Sprecher der Konzernführung der Würth-Gruppe - nicht überbewerten: „Auch Familienunternehmer sind guten Argumenten gegenüber sicher aufgeschlossen.“

Dem 74-jährigen Dieter Angelmaier liegt die Zufriedenheit von Mitarbeitern besonders am Herzen. Seit geraumer Zeit im Ruhestand ist er beruhigt, dass Werte aus

vergangenen Tagen auch heute noch eine Rolle spielen. „Die Beschäftigten einzubeziehen, sie weiterzubilden und zu schätzen - das macht die Kultur in einem Unternehmen aus“, sagt er. Von den Experten habe ihm deshalb Wolfram Freudenberg, Chef des Gesellschafterausschusses der Freudenberg-Gruppe, besonders gut gefallen. „Er hat die Werte immer wieder betont“, sagt Angelmaier, der als „treuer Leser“ und „aus Interesse an der lokalen Wirtschaft“ zur Veranstaltung gekommen ist.

Auch Adolf Weber hat die Arbeitszeit lange hinter sich gelassen. Der ehemals

selbstständige Ingenieur erinnert sich noch genau an zurückliegende Herausforderungen. „Mir hat der Ausdruck ‚Flexibilität‘ von Roland Berger gut gefallen - viele Unternehmen aus meinem Freundeskreis sind nämlich genau daran gescheitert“, sagt der 77-Jährige. Ähnlich sieht das Gisela Hellge. „Deutschland ist kein Unternehmerland mehr“, beklagt die 62-jährige Unternehmensberaterin. „Wir brauchen nicht nur Zahlen, Daten und Fakten, sondern auch Leidenschaft - aber in Deutschland fehlt es ja oft schon an dem Willen, mal ein Wochenende durchzuarbeiten.“

Stuttgarter Zeitung 14.04.11

Impressum

Stuttgarter Zeitung
Verlagsgesellschaft mbH
Plieninger Str. 150, 70567 Stuttgart
Postfach 10 60 32, 70049 Stuttgart

Redaktion:

Chefredakteur: Joachim Dorfs
Stellvertretender Chefredakteur:
Michael Maurer
Mitglieder der Chefredaktion:
Rainer Pörtner, Matthias Schmidt,
Achim Wörner
Chef vom Dienst:
Matthias Schmidt
Art Director: Dirk Steininger

Ressortleiter:

Politik: Rainer Pörtner, Die Dritte
Seite: Dieter Fuchs; Landespolitik/
Baden-Württemberg: Thomas
Breining; Wirtschaft: Michael Heller;
Stadt und Region Stuttgart: Achim
Wörner, Thomas Durchdenwald;
Kultur: Tim Schleider; Sport: Peter
Stolterfoht; Wissenschaft:
Dr. Alexander Mäder; Redaktionelle
Koordination: Michael Maurer;
Online: Tobias Köhler
Berliner Redaktion: Armin Käfer

Leitende Redakteure:

Thomas Borgmann (Kommunal-
politik), Holger Gayer (Lokales),
Dr. Stefan Geiger (Politischer
Korrespondent), Michael Ohnewald
(Region), Reiner Ruf (Landespolitik),
Sibylle Thelen (Wochenendbeilage)

Anzeigen und Sonderthemen:

Stuttgarter Zeitung
Werbevermarktung GmbH
Plieninger Str. 150, 70567 Stuttgart
Postanschrift:
Anzeigenabteilung: Postfach

10 44 26, 70039 Stuttgart
Chiffrezschriften: Postfach
10 44 27, 70039 Stuttgart
Sonderthemen: Postfach 10 44 21,
70039 Stuttgart
Anzeigenleitung: Bernhard H. Reese,
Anita Benesch (stv.)
Sonderthemen: Ulrich Bethscheider-
Kieser (Redaktion), Werner
Swoboda (Anzeigen)
Es gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 38 vom 1.1.2011.

Druck:
Pressehaus Stuttgart Druck GmbH,

Plieninger Str. 150, 70567 Stuttgart,
Postfach 10 38 23, 70033 Stuttgart
Wir verwenden Recycling-Papier und
sind nach DIN EN ISO 14001:2005
zertifiziert.

Leserservice: Stuttgarter Zeitung
Verlagsgesellschaft mbH,
Postfach 10 43 54, 70038 Stuttgart

Monatlicher Bezugspreis frei Haus
durch Zusteller oder bei Postzustellung
30,40 Euro (einschl. 7% MwSt.)

Portokosten für Reisenachsendun-
gen täglich: Inland 0,70 Euro, Aus-
land 1,90 Euro. Abbestellungen
sind bis zum 5. eines Monats auf
Monatsende schriftlich an den Le-
serservice des Verlags zu richten.
Bei einer zusammenhängenden
Bezugsunterbrechung von drei
Wochen wird der anteilige Bezugs-
preis zurückerstattet. Bei Nichter-
scheinen infolge höherer Gewalt,
Streik oder Aussperrung besteht
kein Anspruch auf Entschädigung.
Jeder Freitagsausgabe - bei Feier-

tagen abweichend - liegt das Fern-
sehmagazin „rtv“ bei.

Sonntags wird Abonnenten im
Hauptverbreitungsgebiet die
7. Ausgabe „Sonntag Aktuell“
zugestellt. Bei Postbeziehern liegt
„Sonntag Aktuell“ der Montags-
ausgabe bei.

Die Stuttgarter Zeitung ist
amtliches Publikationsorgan
der Baden-Württembergischen
Wertpapierbörse