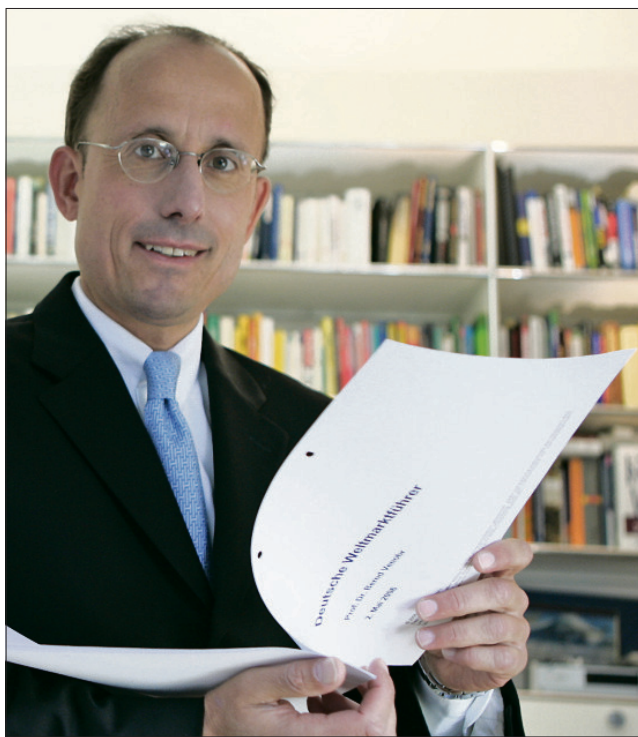


Top 100 Wachstum-Champions im „klassischen“ industriellen Mittelstand

Table with 5 columns: Unternehmen, Ort, Tätigkeit, Durchschn. Jahreswachstum innerhalb von 3 Jahren, Umsatz in Mio. € (im Jahr). Lists 100 companies including 1 Roth & Rau AG, 2 Schmack Biogas AG, 3 Schnell Zündstrahlmotoren AG & Co. KG, etc.

Wachstums-Champions im Mittelstand

FIRMEN-RANKING: Wer gehört zu den schnell wachsenden Mittelständlern in Deutschland, wer gehört zu den Weltmarktführern der jeweiligen Branche, was produzieren diese Wachstums-Champions? Der Berliner Wirtschaftsprofessor Bernd Venohr hat für die VDI nachrichten ein Ranking zusammengestellt.



Mittelstandsexperte Bernd Venohr: „Der Begriff ‚Hidden Champions‘ ist out. Die Firmen sind auf dem Weltmarkt sichtbar. Sie können sich im Zeitalter der Globalisierung nicht mehr hinter den sprichwörtlichen sieben Bergen verstecken.“ Foto: Axel Griesch

VDI NACHRICHTEN, BERLIN, 13. 3. 09, RUS
VDI nachrichten: Warum führen Sie ein Ranking der Wachstums-Champions?
VENOHR: Mein Ziel ist, Transparenz in dieses Firmensegment hineinzubringen und zu zeigen, dass auch der „klassische“ produzierende Mittelstand, der oft bei der „Hightech-Obsession“ vieler Förderprogramme unter den Tisch fällt, sehr vital ist und über zahlreiche stark wachsende Firmen verfügt. Die 100 Wachstums-Champions sind sicher nur die Speerspitze für Hunderte weiterer Firmen.

Welche Firmen haben Sie für die nebenstehende Rankingliste berücksichtigt?
Erstens: Hauptkriterium für die Aufnahme in das Ranking war eine führende Weltmarktposition: Top 3 im jeweiligen Segment.
Zweitens: Zur Analyse der Wachstumsdynamik mussten mindestens drei Jahre Umsatz verfügbar sein; das Umsatzwachstum muss bei über 10 % p. a. liegen. Das ist bis auf wenige Ausnahmen erfüllt.
Drittens: Die Grundgesamtheit umfasst Firmen des „klassischen“ produzierenden Mittelstands (B2B) mit einem Jahresumsatz – Basis: 2005 – zwischen 5 Mio € und 50 Mio €. Nicht enthalten sind reine Softwarefirmen, Handelsunternehmen sowie Konsumgüter- bzw. Gebrauchsgüterhersteller (B2C). Nicht enthalten sind auch jüngere Start-up-Unternehmen mit unter 5 Mio. € Jahresumsatz.

In der Liste stehen einige kleine, aber trotzdem auch außerhalb der Branche bekannte Firmen. Ist die Zeit der „Hidden Champions“, der unbekanntesten Weltmarktführer, vorbei?
Der Begriff „Hidden Champions“ ist out. Die Firmen sind auf dem Weltmarkt sichtbar; sie können sich im Zeitalter der Globalisierung nicht mehr hinter den sprichwörtlichen sieben Bergen verstecken. Oft sind sie als Zulieferer von kritischen Komponenten tätig, die Kunden wollen schon ganz genau wissen, mit wem sie es zu tun haben. Die stark verschärften Offenlegungspflichten für Jahresabschlüsse tun ein Übriges.

Die Firmen in Ihrer Liste weisen beim Umsatz – im Durchschnitt von drei Jahren – zweistellige Prozentzahlen auf. Woher diese „chinesischen“ Wachstumsraten?
Haupterfolgskriterium sind Innovationen – allerdings sind diese sehr breit gefächert und nicht nur bei Produkten, sondern auch in Produktion, Logistik, Vertrieb, Marketing und Service zu finden.

Wie wird ein produzierender Mittelständler Innovationstreiber? Angehlich finden dem Mittelstand doch Mittel für Forschung und Entwicklung?
Die industrielle Forschungsförderung in Deutschland krankt unter einer Hightech-Obsession; obwohl in diesem Bereich nur 10 % aller Beschäftigten arbeiten. Viele der Unternehmen, die in den sogenannten Mid- und Lowtech-Bereichen tätig sind – gemessen an der Höhe der F+E-Aufwendungen – aber enorm innovativ auf ganz traditionellen Gebieten, beispielsweise bei bestimmten Maschinenkomponenten. Innovation geschieht bei diesen Firmen in enger Zusammenarbeit mit den Kunden - anders als bei Konzernen mit großen und teuren Forschungsabteilungen warten Mitarbeiter auch nicht auf die Ideen von oben, sondern entwickeln selbst im engen Kundenkontakt fortlaufende neue Lösungen.

Wie wichtig ist es für diese Firmen, eine „Arbeitgebermarke“ zu sein, „Employer Branding“ zu machen?
In Zukunft wird der Engpass mehr denn je qualifiziertes Personal sein. Um weiter innovativ zu bleiben, werden hochqualifizierte Mitarbeiter auf allen Ebenen benötigt: vom Facharbeiter über den Vertriebsingenieur bis zum Spitzenforscher. Der Wettstreit um Talente zwingt die Unternehmen, sich zu öffnen. Auch deswegen können sich die Unternehmen nicht mehr verstecken.

Haben die mittelständischen Wachstums-Champions eine Chance, in Konzernstrukturen hineinzuverkaufen? Oder funktioniert das Wachstum der „Kleinen“ immer nur in jungen Märkten mit neuen Strukturen?
Ganz im Gegenteil. Die Großkunden wissen um die Innovationskraft der Mittelständler. Die Zusammenarbeit läuft

men durch die letzten beiden Rezessionsphasen 1991 bis 1993 und 2001 bis 2003 gekommen sind. Über 80 % konnten ihre Marktposition halten, meist sogar noch ausbauen, weniger als 10 % bekamen wirtschaftliche Schwierigkeiten. Hier hilft die große Flexibilität der Mittelständler. In der Rezession kommt es nämlich darauf an, sowohl rechtzeitig auf die Bremse zu treten, das heißt Kosten zu senken, als auch Gas zu geben, das heißt Expansionschancen wahrzunehmen, zum Beispiel durch Übernahmen angeschlagener Wettbewerber. Die Erfahrung zeigt: In Krisen werden typischerweise die Marktanteile neu verteilt, da gibt es sehr interessante Expansionschancen für solide finanzierte Unternehmen.

Ranking und weitere Angaben zu den Unternehmen im Internet unter:
www.vdi-nachrichten.com/weltmeister

Bernd Venohr

Was macht Unternehmen erfolgreich? Wie gelingt es manchen, über Jahrzehnte an der Spitze zu bleiben? Dies beschäftigt Prof. Venohr seit Jahren. Zum Beispiel analysiert er in seinem Buch „Wachsen wie Würth“ den Erfolg des Unternehmens, das seit 50 Jahren jedes Jahr mit zweistelligen Prozentzahlen wächst. Bernd Venohr war 13 Jahre lang bei der Strategieberatung Bain & Company tätig, fünf Jahre lang Geschäftsführer und Partner bei Accenture. Jetzt berät er Unternehmensinhaber, Geschäftsführer und Vorstände in der strategischen Unternehmensführung. Seit 2006 ist er Professor am Institut für Entrepreneurship, Mittelstand und Familienunternehmen an der FHW Berlin.