

Pressebericht, Ausgabe 7 / 2010:



Für die Firma Schiess ist es die Rettung in letzter Sekunde gewesen: Mehrere Eigentümer hatten den Maschinenbauer aus Aschersleben heruntergewirtschaftet, zuletzt verweigerten auch die Banken dem einstigen DDR-Betrieb ihre Unterstützung. Das Unternehmen, das mehr als 150 Jahre für feinste Ingenieurkunst gelobt worden war, stand 2004 vor der Insolvenz. „Und trotzdem wollten die Mitarbeiter uns anfangs nicht akzeptieren“, sagt David Geng von der Shenyang Machine Tool Corporation Ltd. (SMTCL). Seine Firma, der größte Maschinenbauer Chinas und zugleich ein Staatsunternehmen, übernahm im selben Jahr die Mehrheit der Anteile und hatte folglich das Sagen im Betrieb.

Ein Investor aus dem Reich der Mitte soll eine marode Ex-DDR-Firma retten? Den Mitarbeitern und manch einem Politiker in Sachsen-Anhalt

fehlte die Fantasie für eine solche Erfolgsstory. Doch glaubt man den Worten des Geschäftsführers von Schiess, Torsten Brumme, funktioniert die Allianz: „Die Investitionen sind der beste Beweis dafür, dass unser Mutterkonzern es ernst meint mit unserem Standort.“ Nach der Übernahme hat SMTCL nicht nur den Betrieb mit den eingeschwärzten Backsteinwänden und zerschlagenen Fenstern renoviert, auch die Produktion wurde ausgebaut, insgesamt für einen „höheren zweistelligen Millionenbetrag“. Zuletzt wurde dieses Jahr eine Montagehalle für fünf Millionen Euro in Betrieb genommen. „Wenn man seine Vorhaben mit einem guten Businessplan untermauert, stehen die Chancen gut, dass das Geld bewilligt wird“, sagt Brumme.

Trotz aller Vorbehalte – die Verlagerung der Produktion in asiatische Billiglohnländer, die wohl immer befürchtet

wird, wenn ein fernöstlicher Investor zuschlägt, ist ausgeblieben. Die Zahl der Mitarbeiter bei Schiess ist sogar von 65 auf 360 gestiegen. Und warum macht ein chinesisches Unternehmen so was? Der Grund ist ein Wettbewerbsvorteil mit drei Wörtern: made in Germany.

Das deutsche Label hat Konjunktur, insbesondere bei ausländischen Investoren. Dafür gibt es zahlreiche Gründe: Mal wollen amerikanische, ostasiatische oder indische Unternehmen Fuß fassen in Europa und nutzen Deutschland samt

schäft zählt es nicht unbedingt als Wettbewerbsvorteil. Welcher Kunde zahlt schon einen höheren Preis für ein Waschmittel, nur weil es in Deutschland zusammengerührt wurde? „Umso mehr ist ‚Made in Germany‘ jedoch für Technologieunternehmen relevant“, sagt Grothe.

Das erklärt auch das Interesse der Chinesen am Mittelständler Schiess. Der Maschinenbauer aus dem malerischen Aschersleben am Rande des Harz ist in der Branche als Premiummarke bekannt, er fertigt riesige Anlagen für den Energie-

sektor. Die Abnehmer sitzen in aller Welt, in Polen, Frankreich oder in China. „Die Tatsache, dass wir in Deutschland produzieren, ist für unsere Kunden enorm wichtig“, erklärt Brumme. Dafür akzeptieren sie auch einen höheren Preis als bei anderen Herstellern. „Manche lassen sich das sogar schriftlich bestätigen, insbesondere die Asiaten.“ Nach

der Übernahme habe es tatsächlich Überlegungen gegeben, einzelne Baureihen in Asien zu fertigen. Schiess' Vertrieb stemmte sich aber vehement dagegen, weil die Kundschaft so etwas nicht akzeptieren würde.

All dies war jedoch vor Brummes Zeit, Shenyang hat ihn vorigen Sommer ins Unternehmen geholt. Seitdem gehören dem Mutterkonzern 100 Prozent der Anteile, der vorige Chef hat seinen Minderheitsanteil verkauft. Brumme kommt aus dem Maschinenbau und hat lange für die Automobilindustrie gearbeitet. Was dort gang und gäbe ist, das ausgeprägte Markenbewusstsein, soll er nun auch bei Schiess verankern: das Design der Maschinen verbessern und „Made in Germany“ in den Vordergrund stellen. Künftig soll auch auf den Maschinen der Schriftzug mit den drei magischen Wörtern größer zu lesen sein. ➤

AUS GUTEM HAUSE

DEUTSCHLAND Trotz hoher Löhne setzen internationale Technologieunternehmen auf „Made in Germany“ – und kaufen still und leise die Perlen deutscher Ingenieurkunst

seiner Ingenieurkunst als Ausgangsbasis. Mal wollen Investoren aus Billiglohnländern von der Expertise hiesiger Firmen lernen und versuchen, das Wissen für ihre eigene Produktion zu nutzen. Meistens ist es aber vor allem ein Verkaufsargument, das Chinesen und andere hierher lockt – trotz hoher Lohnstückkosten. Produkte aus deutschen Ländern haben noch immer einen Ruf wie Donnerhall und lassen sich allein deshalb schon gut vermarkten.

Aus Erfahrung gut

„Made in Germany“ steht für ausländische Investoren ganz oben auf der Agenda“, erklärt Philip Grothe, Partner des Beratungshauses Simon-Kucher & Partners. „Das Label ist nicht nur ein Marketinggag, es steht für beste Qualität und große Expertise.“ Das gilt zwar nicht gleich für alle Branchen: Im Endverbraucherge-

Pressebericht, Ausgabe 7 / 2010:

impulse



Dieses Know-how und die Kontakte zu langjährigen Kunden werden Investoren nicht aufgeben: „Die Nähe der Produktion zu den Kunden wird in den kommenden Jahren sogar an Bedeutung gewinnen“, sagt Grothe.

Während Schliess Maschinen im Großformat liefert, geht es bei der Firma Freecom um Federgewichte wie Platinen und Minibauteile: Das Unternehmen vertreibt externe Festplatten, USB-Sticks und Multimediaspieler. Aber auch der Speichermedienhersteller setzt auf die Fertigung in Deutschland. In der Regel werden solche Produkte schon lange in Taiwan, Korea oder China hergestellt. Freecom setzt trotzdem auf die Heimat – und versucht, sich durch Design, hohe Qualität und Innovationen abzuheben. Zielgruppe sind Unternehmen und designinteressierte Endverbraucher. „Made

„ Die Investitionen sind der beste Beweis dafür, dass unser Mutterkonzern es ernst meint mit unserem Standort

Torsten Brumme, Schliess

in Germany“ ist zu einem wesentlichen Bestandteil der Werbebotschaft geworden, in der Unterzeile ihres Logos steht seit vorigem Sommer zusätzlich „Innovative German Quality“.

„Diese Positionierung zeigt deutlich, wer wir sind und woher wir kommen“, sagt Clive Alberts, der Vertriebsleiter des Unternehmens. Mit 50 Kollegen sitzt er in der Berliner Zentrale, ein langer Flur in einem schlichten Bürokomplex zwischen Fernbahn und der S-Bahn-Station Schöneberg. Die Räume sind wenig repräsentativ, die Möbel funktional – hier wird kein Geld für Design ausgegeben. „Wir glauben, dass die Kunden einen leichteren Zugang zu unseren Produkten haben, wenn sie erfahren, dass Freecom ein deutsches Unternehmen ist.“

Vor 21 Jahren hat der Niederländer Pieter Bots während seines Studiums an der TU Berlin ein externes CD-Laufwerk entwickelt. Anfangs für sich selbst, dann für Kommilitonen, später für Computerhändler – die Geburtsstunde von Freecom. Zehn Jahre später übernahm ein >

STANDORT Die Anlagen für den Energiesektor baut Schliess in Aschersleben – und das bleibt auch so, sagt die neuen Mutter aus China

Für SMTCL ergibt eine solche Strategie Sinn: Die Asiaten erweitern mit den deutschen Premiumanlagen ihre Produktpalette nach oben und bekommen selbst einen Zugang zum europäischen Markt, um ihre kleineren Werkzeugmaschinen zu vertreiben. Befürchtungen, dass Schliess sich überflüssig macht, indem es sein Wissen an die Chinesen weitergibt, hat Brumme nicht. „Wenn wir nicht stehen bleiben, sondern unsere Entwicklung vorantreiben, werden wir unseren Vorsprung halten können und

damit auch unseren Standort sichern.“

Berater Grothe sieht ebenfalls keine Gefahr für die deutsche Wirtschaft: Firmen wie Schliess oder dessen Konkurrent Waldrich Coburg, der Nähmaschinenhersteller Dürkopp Adler, der Schleifmaschinenproduzent Aba oder der Maschinenhersteller F. Zimmermann – allesamt „Made in Germany“-Spezialisten und in der Hand chinesischer Investoren – haben jahrzehntelang Wissen und Erfahrungen bei der Produktion hochkomplexer Anlagen gesammelt.