



# Mutmacher Magazin

www.mutmacher-der-nation.de

Nr. 2 März 2005

## Traumstart für Mutmacher der Nation

Mehr als 150 Bewerbungen in nur vier Wochen

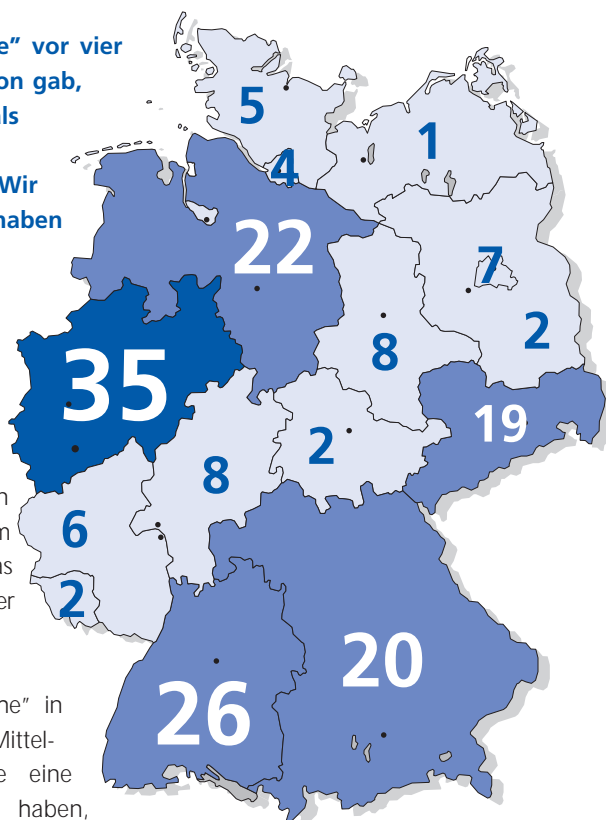
Diese Unternehmer pfeifen auf Negativ-Schlagzeilen: Seit „DasÖrtliche“ vor vier Wochen den Startschuss für die Suche nach den Mutmachern der Nation gab, werden die Initiatoren von Bewerbungen regelrecht überrollt. Mehr als 150 Unternehmer haben bereits einen Teilnahmebogen unter [www.mutmacher-der-nation.de](http://www.mutmacher-der-nation.de) ausgefüllt und demonstrieren damit: „Wir trotzen Rekord-Arbeitslosenzahlen und trüber Stimmung, denn wir haben auch in schwierigen wirtschaftlichen Zeiten Erfolg.“

Das Spektrum der Mutmacher-Geschichten reicht von der arbeitslosen Rechtsanwaltsfachangestellten, die ein Schreibbüro eröffnet, bis zur Studentengruppe, deren Handelsplattform für Internet-Adressen in nur vier Jahren zum Weltmarktführer aufsteigt. Auch die 37-jährige Krankenschwester, die ihren Traum vom eigenen Wellness-Center verwirklicht und die Unternehmerinnen, die ihre Bürojobs für eine Karriere im Musical-Geschäft aufgaben, können anderen als Vorbild dienen.

Besonders mutig sind offenbar die Unternehmer in Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg und Bayern. Aus diesen Bundesländern kommen bislang die meisten Bewerbungen. Baden-Württembergs Wirtschaftsminister Ernst Pfister überrascht das nicht, denn:

„Die familiäre Betriebsatmosphäre und die Bodenständigkeit sind besondere Markenzeichen des Mittelstands in Baden-Württemberg. Ihren besonderen Mut schöpfen die Unternehmer aus dem Glauben, dass Fleiß und das nötige Maß an Frohsinn bei der Arbeit zum Erfolg führen.“

Diesen Frohsinn will „DasÖrtliche“ in ganz Deutschland verbreiten. Mittelständische Unternehmer, die eine schwierige Phase gemeistert haben, sollten sich noch heute bewerben:

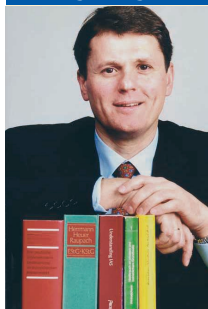


Telefon 0201-830 12 510 oder ganz bequem im Internet unter [www.mutmacher-der-nation.de](http://www.mutmacher-der-nation.de).

### Ranking der Bundesländer

1.	Nordrhein-Westfalen	35
2.	Baden-Württemberg	26
3.	Niedersachsen	22
4.	Bayern	20
5.	Sachsen	19
6.	Hessen, Sachsen-Anhalt	8
7.	Berlin	7
8.	Rheinland-Pfalz	6
9.	Schleswig-Holstein	5
10.	Hamburg	4
11.	Brandenburg, Thüringen, Saarland	2
12.	Mecklenburg-Vorpommern	1

### Nachgefragt: Norbert Winkeljohann



Prof. Dr. Norbert Winkeljohann leitet den Geschäftsbereich „Mittelstand“ bei der renommierten Unternehmensberatung PricewaterhouseCoopers. »Seite 2

### „Ja“ zum Standort Deutschland

Hermann Bröker hat Münster verlassen, um die DRONCO AG in Bayern zu kaufen. Mit Erfolg: Der Hersteller von Schleifwerkzeugen wächst zweistellig und bekennt sich zum Standort Deutschland: „Ein Wegfall von Arbeitsplätzen zugunsten der Tschechischen Republik gibt es bei uns nicht.“ »Seite 6



## Mutmacher packen's an!

Die mittelständischen Betriebe sind das Rückgrat der deutschen Wirtschaft. In ihnen arbeiten die meisten Menschen, in ihnen werden die meisten jungen Menschen ausgebildet. Das zeigen mehr als 150 Teilnehmer unseres Wettbewerbs in nur vier Wochen. Sie wollen Optimismus verbreiten und anderen Mut machen.

Nicht nur die große Anzahl von Bewerbungen macht Mut. Auch Experten wie Prof. Dr. Norbert Winkeljohann sehen einen Aufwärtstrend. Als Leiter des Geschäftsbereichs „Mittelstand“ bei PriceWaterhouseCoopers stellt er fest: „Kleine und mittlere Unternehmen beherrschen ihre Liquiditätssituation zunehmend besser.“ (S. 3)

Solche Beobachtungen sind es, die den Anfang eines wirtschaftlichen Aufschwungs markieren können. Nehmen wir sie ernst und spüren wir weitere positive Nachrichten auf. Unsere Mutmacher-Kandidaten zeigen, wie es geht. Schon jetzt zeichnet sich ab, dass die Mutmacher-Initiative noch mehr Menschen mobilisiert als im ersten Jahr ihres Bestehens 2004. Diese Resonanz beweist: Mutmacher packen's an!

Ihr  
Ansgar Heise

Geschäftsführender Gesellschafter der Heise Medien  
Gruppe und Mitglied im Beirat von „DasÖrtliche“

## „Gut gerüstet in die Zukunft“

Interview mit Norbert Winkeljohann, PricewaterhouseCoopers

**Herr Prof. Dr. Winkeljohann, PwC unterhält einen eigenen Geschäftsbereich „Mittelstand“. Wann haben Sie die kleinen und mittleren Unternehmen als Klientel entdeckt und wie viele haben Sie bislang beraten?**

PricewaterhouseCoopers ist aus verschiedenen Vorgängergesellschaften entstanden. Die großen Vorgängergesellschaften haben sich in der Vergangenheit auf internationale Klientel, auf deutsche Industrieunternehmen, auf Banken und Versicherungen konzentriert. Vor etwa drei Jahren hat PwC dann den Mittelstand für sich entdeckt. Wir beraten mittlerweile eine Vielzahl kleiner und größerer mittelständischer Unternehmen in diesem Segment.

**Warum brauchen Mittelständler überhaupt Beratung?**

Wie Großunternehmen benötigen auch Mittelständler Beratungsleistungen. Nach unserer Auffassung müssen sie sogar umfassender als Großunternehmen betreut werden, da mittelständische Unternehmen in der Regel nicht über Stabsabteilungen wie Steuerabteilung, Bilanzabteilung, Rechtsabteilung oder betriebswirtschaftliche Abteilung verfügen. Der mittelständische Unternehmer ist insofern gezwungen, viele der Fragestellungen aus diesen Bereichen über seinen Tisch laufen zu lassen. Hier braucht er dann einen Ansprechpartner, der in der Funktion eines „Sparringpartners“ mit ihm sämtliche Probleme seines Unternehmens diskutieren kann.

**Wie unterscheidet sich die Beratung von Mittelständlern von Ihrer Arbeit in Großkonzernen?**



Sie unterscheidet sich insbesondere dadurch, dass im Bereich mittelständischer Unternehmen die Beratung und Prüfung aus einer Hand geleistet werden muss. Während Großkonzerne über viele Spezialabteilungen verfügen, ist der Berater bei mittelständischen Unternehmen in vielen Fällen eine Art outgesourcete Bilanz-, Steuer-, Rechts- oder betriebswirtschaftliche Abteilung. Eine erfolgreiche Beratung setzt voraus, dass ein Ansprechpartner des Beratungsunternehmens über die Vielzahl der Probleme des zu betreuenden Unternehmens Bescheid weiß. Dadurch, dass er nach einer kurzen Zeit der Betreuung das Unternehmen intensiv kennengelernt hat, ist er in der Lage, sein Wissen den heute zunehmend erforderlich werden Spezialisten aus seinem Beratungsunternehmen zur Verfügung zu stellen und somit eine Art moderierende Funktion einzunehmen. Hierdurch entsteht eine hoch-effiziente und damit für den Mittelständler kostengünstige Gesamtbetreuung.

**Was sagen Sie Unternehmern, die einem externen Berater skeptisch gegenüber stehen?**

Ganz kurz: Guter Rat ist teuer, schlechter Rat ist unbezahlbar. In der Tat verhält es sich so, dass gerade mittelständische Unternehmen heute, wenn sie eine gewisse Größe überschritten haben, global agieren müssen.

## „Ein schlechtes Bankenrating kann Existenz bedrohend sein“

Die Vielzahl der anstehenden Probleme, beginnend mit der optimalen Unternehmensfinanzierung über die -besteuerung über transparente Strukturen im Hinblick auf das Bankenrating bis hin zur Erstellung von internationalen Jahres- und Konzernabschlüssen lässt es angezeigt sein, sich intensiv beraten zu lassen. Werden Weichen in diesen Bereichen zu spät gestellt, sind gravierende Nachteile die Folge. Ein schlechtes Bankenrating, unverhofft ankommende Steuernachzahlungen auf Grund von Betriebsprüfungen, eine intransparente Struktur im Unternehmen oder eine schlechte Kreditfähigkeit können in bestimmten Situationen Existenz bedrohend sein.

## Wie gut ist der deutsche Mittelstand für die Zukunft gerüstet?

Gut. Die Unternehmen sind in den letzten Jahren zunehmend professioneller geworden. Sie geben sich eine Unternehmensstrategie, sie sind auf dem Wege, eine integrierte Unternehmensplanung einzurichten, sie beherrschen ihre Liquiditätssituation zunehmend besser. Es gibt aber nach wie vor noch Schattenseiten, die konjunkturell begründet sind oder in der nach wie vor hohen Steuerbelastung für deutsche mittelständische Unternehmen. Unternehmer, die sich auf ihre Schwerpunktaufgaben, nämlich Innovation, Motivation von Mitarbeitern, Markt und Wettbewerb konzentrieren, werden auf der Gewinnerseite liegen. Die Bereiche, die sie schon aus Zeitgründen nicht unbedingt selbst beherrschen können, sollten sie durch externe Berater erledigen lassen.



## Mit Widerständen gegen Widerstände

Angelika Reichelt hat die Logistik ihres Elektronikhandels revolutioniert

**Von elektronischen Bauteilen wie Spulen und Widerständen, ja von Elektronik im Allgemeinen, hatte Angelika Reichelt keine Ahnung. Trotzdem kaufte sie ihrem Mann den Elektronik-Versandhandel im niedersächsischen Sande ab. Ihre Zukunft war damit alles andere als sicher.**

Heute erklärt die Besitzerin und Geschäftsführerin von Reichelt Elektronik gelassen: „Wir verkaufen alles, vom kleinsten Widerstand bis zum fertigen PC.“ Der Erfolg hat ihr längst Recht gegeben. 20 Mitarbeiter und einige Schulden hatte sie, als sie den Betrieb übernahm – heute beschäftigt sie 220 Leute, und der Versand fährt satte Gewinne ein.

Mit Reformen in der logistischen Abwicklung brachte Angelika Reichelt die Firma auf Vordermann. Im neuen Firmengebäude ist ein

Förderband installiert, dessen Software bei Reichelt Elektronik selbst geschrieben wurde.

Da erlaubt es sich Angelika Reichelt auch einmal, sich selbst auf die Schulter zu klopfen: Mit „mutigen, unkonventionellen Ideen und Entscheidungen“ habe sie die Firma auf den neuen Kurs gebracht. Zu ihrem Service gehört der 24 Stunden-Inhouse-Durchlauf, der garantiert, dass ein bestelltes Produkt innerhalb eines Tages versandt wird, sowie eine First-Class-Reklamationsabwicklung.

Die Kraft für ihren mutigen Schritt in die Selbstständigkeit schöpfte die Firmeninhaberin aus ihrer stets positiven Einstellung: „Stoße die Tür auf, vor der du dich am meisten fürchtest“, erklärt sie. „Das Ende deiner Angst ist sicher.“

## „Wollnse ‘ne Jeschichte hörn?“

A propos Mutmacher: Der Taxifahrer, mit dem ich neulich – für mich viel zu früh – gegen acht Uhr morgens unterwegs war, war einer. „Wollnse ‘ne Jeschichte hörn?“ fragte er. Meine Schutzschilde noch schwach, brummelte ich ein „wat'n für eene?“ - es folgte ein Witze-Monolog von – minimum! – 20 Minuten. Mich hatte er dabei spätestens nach dem dritten vergessen. Der Großteil der Geschichten ging über Politiker. „Wollnse auch üba die Merkel?“ – Klar! Denn dieser vielleicht 50-jährige Früh-Sit-Up-Comedian versetzte mich in schallendes Lachen. Naja, streckenweise



jedenfalls. Und dabei, und das gehört zum Mut Machen natürlich dazu, machte er einen Super-Job! Schnell, sicher, stets den Überblick, trotz aller Absurdität im Wageninneren. „Wollnse ‘ne Jeschichte hörn?“

Erlebt und aufgeschrieben von Gerald Giesecke, Redakteur beim ZDF-Kulturmagazin „aspekte“



## Bürojob adé, hallo Musical-Bühne!

Susanne Gewalt und Mariah McKimbrough leben ihren Traum-„Beruf“

**Ihre Leidenschaft ist das Showbusiness. Susanne Gewalt und Mariah McKimbrough sind aktiv als Musicaldarstellerinnen, Dozentinnen, Choreografinnen und Produzentinnen. Sie leisten alles rund um das Musical-Geschäft auf und hinter der Bühne. 2001 gaben die beiden Nürnbergerinnen alias „Luna“ und „Mary“ dafür ihre kaufmännischen Berufe weitestgehend auf und widmeten sich voll und ganz ihrer gemeinsamen Firma „Rosen in der Wüste GbR“.**

Mittlerweile bieten die beiden Unternehmerinnen professionellen und semi-professionellen Darstellern, Schauspielern und Musikern die Möglichkeit, sich weiter zu bilden. „Für uns ‚wüste Rosen‘ kam der Erfolg langsam, aber stetig! Dies liegt zum Teil sicher daran, dass wir beide nicht den ‚klassischen Weg‘ zur Bühne fanden, sondern unsere Brötchen lange Jahre in ‚bürgerlichen Berufen‘ verdient haben“, berichtet Mariah McKimbrough.

Zuerst durchliefen die zwei kreativen Köpfe eine Testphase als Untermieterinnen in einer Musikschule, wo sie Gesang-, Tanz- und Schauspielunterricht gaben. Einen Namen machten sich beide durch eigene Auftritte und Engagements. So gewannen sie auch erste Kunden. Danach hieß es: eigene Räumlichkeiten mieten.

„Unseren heutigen Erfolg verdanken wir allein dem eigenen Engagement, denn es gab keine finanzielle Unterstützung von außen“, erzählt Susanne Gewalt. „Wir wurden mit den üblichen Problemen einer Existenzgründung konfrontiert: Kundensuche, Werbung, fehlender Bekanntheitsgrad.“ Die beiden Existenzgründerinnen folgten immer ihrem Motto „Flexibel bis zur Sprunghaftigkeit“. Leuten auf die Nerven gehen und keine Angst

haben, auch „hohe Tiere“ anzusprechen, ist nach Ansicht von Susanne Gewalt das Entscheidende in ihrem Geschäft. Dank dieser Eigenschaften arbeiten sie heute mit renommierten Einrichtungen wie den Vereinigten Bühnen Wien zusammen.

**Rosen  
in der Wüste**

Die beiden Frauen beschäftigen Schauspiel- und Tanzlehrer, Musical-Dozenten und Assistenten. Sie selbst stehen sowohl auf als auch hinter der Bühne und bauen ihr Unternehmen kontinuierlich aus. Mittlerweile sind auch umfangreiche Dienstleistungen wie Kostümverleih, Maskenbilderei und Event-Management fester Bestandteil ihrer Angebotspalette. In den vergangenen Jahren entstanden hierdurch Projekte wie das „ACT-CENTER“, das sich für viele Neueinsteiger als ein Karrieresprungbrett erweist: Dort erhalten Interessierte bei-



**Künstlerinnen in ihrem Element:**

Susanne Gewalt und Mariah McKimbrough

spielsweise ein persönliches Coaching für Aufnahmeprüfungen an bekannten musikalischen Ausbildungszentren wie dem Vienna Konservatorium.

Mit einem weiteren Projekt, dem ACThis Production Team, laden die beiden Künstlerinnen im Herbst 2005 dann zur Premiere ihrer Musical-Revue „Clubbing“ ein, einer Hommage an die Geschichte der Club- und Theaterkultur.

### +++ NEWS +++ NEWS +++ NEWS +++ NEWS +++

Nach der jüngsten Erhebung des deutschen Sparkassen- und Giroverbandes (DSGV) hat sich die Eigenkapitalquote der mittelständischen Unternehmen im Bilanzjahr 2003 um drei auf 7,5 Prozent verbessert. Die Firmen würden zusätzliches Eigenkapital bilden und ihr Optimismus sei wieder deutlich gewachsen, sagte Sparkassen-Vizepräsident Gustav Adolf Schröder.

Die IKB Industriebank AG in Düsseldorf will sich verstärkt dem kleineren Mittelstand zuwenden. Vorstandssprecher Stefan Ortseifen sagte, dabei handele es sich um Unternehmen mit einem Umsatz von 10 bis 50 Mio. Euro. Bisher hatte die Untergrenze bei einem Umsatz von rund 15 Mio Euro gelegen.

## „Genug von Klagekultur“

Susanne Birkenstock unterstützt die Mutmacher



**Frau Birkenstock, Sie sind Jurorin bei „Mutmacher der Nation“. Wieso unterstützen Sie die Initiative?**

Die deutsche Wirtschaft entwickelt sich in den letzten Jahren hin zu einer blühenden Klagekultur. Dabei ist es gerade jetzt wichtig, sich nicht entmutigen zu lassen. Selbständige Unternehmer und mittelständische Unternehmen brauchen Vorbilder und Gesichter, an denen sie sich orientieren können, ebenso wie eine Plattform, auf der sie sich präsentieren und mit anderen kooperieren können. Es geht darum, den Unternehmern Mut zu machen, sich auf ihren Märkten durchzusetzen. Ich kann aus meiner eigenen Erfahrung heraus nur bestätigen, wie schwer es ist, unternehmerisch zu beginnen, und weiß nur zu gut, welche Gefahren und Hindernisse kleine und mittelständische Unternehmen täglich begegnen. Aus diesem Grund ist es mir ein Anliegen, jungen Unternehmern Mut zumachen und in der Öffentlichkeit für sie einzustehen.

**Welche Qualitäten brauchen Unternehmerinnen und Unternehmer?**

Mut zum unternehmerischen Risiko, Biss und Durchsetzungsvermögen sind wichtig für den unternehmerischen Erfolg. Es ist wichtig, Profil zu zeigen, Ecken und Kanten zum Anecken und Festhalten zu haben. Jeder, der etwas bewegen will, sollte seinem eigenen Stern folgen. Königswege zur Spitze gibt es nicht. Eine feste Vision und ausgeprägte Dienstleistungsmentalität sollten nicht nur Bestandteil des unternehmerischen Alltags sein, sondern auch in den Produkten ihren Niederschlag finden. Und ich glaube, dass Frauen in Führungspositionen diese Dienstleistungsmentalität besser leben können als Männer, weil sie über soziale Kompetenz verfügen: die Fähigkeit zur Empathie, d.h. den Kunden zu verstehen. In den letzten Jahren sind allerdings zwei unternehmerische Qualitäten verstärkt in den Hintergrund getreten: Aufrichtigkeit und Ehrlichkeit. Ich finde allerdings, dass diese Tugenden nach wie vor die Basis sind, um in Netzwerken konstruktiv zu kooperieren und den Kunden von der eigenen Leistung zu überzeugen.

**Gab es einen Moment in ihrem Leben, in dem Sie besonders viel Mut brauchten? Wie haben Sie diese Situation gemeistert?**

Mein persönlicher Werdegang ist kein typischer. Schon sehr früh, mit 18 Jahren, wurde ich selbständig unternehmerisch tätig. Ohne die Hilfe meiner Mutter und meiner engsten Freundinnen hätte ich diese Doppelbelastung nicht meistern können. Auch gerade in letzter Zeit wird mir wieder vor Augen geführt, wie wichtig Hartnäckigkeit, Stärke, Mut und privater Rückhalt sind. Auseinandersetzungen mit der Konkurrenz sollte man nicht als Hindernis, sondern eher als Chance betrachten, um neues Selbstbewusstsein zu schöpfen und gestärkt aus der Situation herauszukommen.

**Woran liegt es, dass es in Deutschland immer noch zu wenige Frauen in Führungspositionen und Unternehmerinnen gibt?**

Gerade in großen Unternehmen endet für viele Frauen der Weg an die Spitze an einer unsichtbaren, aber desto spürbareren Glasdecke. Sie erkennen meist früh: Es geht nicht weiter. Das Topmanagement hat sehr häufig etwas von einer Zugriffselite, und zugriffen wird vor allem auf Männer. Möglicherweise ist das noch traditionell bedingt. Die Erfolgsrate von Frauen, diese symbolische Barriere zu durchbrechen verbessert sich gerade im Mittelstand kontinuierlich. Diese Unternehmen erkennen immer mehr das Potenzial von Frauen und setzen sie in Führungspositionen ein, denn Frauen gehen stark auf die Kundenbedürfnisse ein.



...enthält eine Firmenbroschüre der etwas anderen Art. Zum 30-jährigen Jubiläum des „Töpferkellers Wahlstedt“ in Schleswig-Holstein stellte Inhaberin Irmgard von Piotrowski eine sehr persönliche Lebens- und Schaffensgeschichte zusammen. „In Versen, Prosa und Bildern“ macht sie gleich zu Beginn des 16-seitigen Werks klar, dass Selbstständigkeit stets auch mit Risikofreude einhergeht: „Jung und voller Zuversicht scheuten wir das Wagnis nicht, eine kleine Töpferei zu gründen. „Das Wagnis hat sich gelohnt. Mittlerweile ist die 65-Jährige seit 38 Jahren im Geschäft.“

## Süßes Geschäft mit saftigen Preisen

Schokolade von Coppeneur & Compagnon verspricht exotischen Genuss



**Milchschokolade mit Mandeln? Kennt jeder. Aber mit Erdbeeren und grünem Pfeffer? Oder mit Basilikum und Pinienkernen? Eher ungewöhnlich. Georg Bernardini hat diese süßen Exoten mit seinem Partner Oliver Coppeneur kreiert. Nach einem rauen Start ist ihre Confiterie zu europäischem Ruhm gekommen.**

Die Unternehmer aus Bad Honnef geben sich nicht mit dem Durchschnitt ab – weder was den Preis noch was die Qualität ihrer Waren angeht. „Wir stellen erstklassige Süßwaren her“, erläutert Bernardini. „Damit unsere Trüffel, Pralinen und Schokoladen halten, was sie versprechen, müssen wir hochwertige Rohstoffe einkaufen. Die kosten eben Geld.“ So kann eine Tafel handgeschöpfte Schokolade von Coppeneur & Compagnon schnell 3,50 bis 4,00 Euro kosten. Wer sie einmal probiert hat, der weiß, dass der Preis gerechtfertigt ist. Zu

seinen Kunden gehören Hotels, Konditoren und Angehörige der Top-Gastronomie. Die Firma ist eine Art Star der Szene geworden – 2004 schickte sie in Frankreich ein Model im Schokoladenkleid auf den Laufsteg. Vor allem die Gründungszeit ihrer Firma war für die beiden Partner hart: Ein Zulieferer hatte ihnen fest zugesagt, ihre neu gegründete Firma könnte sein Netz von 60 Handelsvertretern nutzen. Nachdem sie bereits investiert und sich auf diese Hilfe eingestellt hatten, zog er das Angebot zurück.

„Auch die Banken haben es uns nicht leicht gemacht“, so Bernardini. Aber anderswo, das weiß er, hat man es teilweise noch schwerer. In Frankreich, wo er sechs Jahre lang gearbeitet hat, wäre eine Unternehmensgründung für

ihn unmöglich gewesen: „Die Banken da verlangen mindestens 50 % Eigenkapital. Dagegen geht es den Unternehmensgründern in Deutschland geradezu gut.“

Nachdem die Confiterie gegründet war, ging es relativ schnell aufwärts, denn der Markt für hochwertige Süßwaren wächst wieder. Zwar hat Coppeneur & Compagnon die höchsten Preise der Branche, aber das hat den Erfolg vielleicht eher begünstigt als geschmälert. „Wir definieren uns über unsere Qualität“, sagt Bernardini.

Mit Problemen hat das Unternehmen zwar immer noch zu kämpfen, aber die unterscheiden sich sehr von denen der Anfangszeit: Durch das schnelle Wachstum fehlt es der Firma an Fachkräften. „Das glaubt man uns gar nicht“, seufzt Bernardini. „Aber uns fehlen qualifizierte Bewerber.“

## Individualität statt Massenware

DRONCO AG bietet Qualität ausschließlich

**Made in Bayern**

**Hermann Bröker hat „das große Abenteuer gewagt“, wie er sagt. Der gebürtige Münsteraner verließ seine westfälische Heimat und kaufte die DRONCO AG im bayrischen Wunsiedel.**

„Ich habe vorher als Unternehmensberater gearbeitet“, erzählt Bröker. Da das 1962 gegründete Unternehmen, das Schleifwerkzeuge herstellt, vor rund sieben Jahren vor dem Konkurs stand, wurde der jetzige »



...Menschen wie Lutz Tölle. Der Iserlohner Industriefotograf reist mit drei geschweißten Stahlbuchstaben M, U und T durchs Land und nutzt diese Buchstaben als Kulisse für Porträtaufnahmen. Die Fotografierten sagen, was „Mut“ für sie bedeutet und liefern damit den Stoff für bundesweite Ausstellungen.

[www.wir-haben-mut.de](http://www.wir-haben-mut.de)



Firmenvorstand als Sanierungsberater von der Hausbank hinzu gezogen. Er erkannte das hohe Potenzial, aber auch seine Schwachstellen. Und er handelte, kaufte die Firma und wendete die drohende Pleite ab. Die Umwandlung zur AG war gerade geschafft, da zogen 2001 erneut dunkle Wolken über dem idyllisch gelegenen Wunsiedel auf: Die Hausbank geriet in eine finanzielle Schieflage. Zugesagte Finanzierungen konnten nicht mehr umgesetzt werden. Doch das Geld war notwendig, um die Automatisierung der Produktion und den eingeschlagenen Wachstumskurs voran zu treiben. Es waren gerade in Schweden, England und Frankreich Vertriebsgesellschaften gegründet worden.



Hermann Bröker gab nicht auf und überzeugte andere Banken mit seinem Konzept: „Wie in der Automobilindustrie errichteten wir Produktplattformen, auf denen unsere Produkte aufbauen. Zudem gehen wir individuell auf die Wünsche unserer Kunden aus dem Fachhandel ein.“ Nicht Massenware zum Schleuderpreis, sondern kleinere, nach individuellen Wünschen angefertigte Qualität brachte den Erfolg. „Wir wachsen zweistellig, erwarten auch in den nächsten fünf Jahren eine Umsatz-

verdopplung“, fasst der DRONCO-Vorstand zusammen. Eine Exportquote von über 70% und Auszeichnungen (TOP 100, Partner des Fachhandels, Goldener Mittelstands-Löwe) sprechen für sich.

Eines wird es aber nicht geben: den Wegfall von Arbeitsplätzen in Bayern zugunsten des nahen Nachbarn Tschechische Republik. „Das wäre am Anfang der einfachste Weg gewesen“, gibt Hermann Bröker unumwunden zu. Doch er entschied sich dagegen. „Im Low-Cost-Bereich können wir mit den Niedriglohnländern nicht mithalten. Unser Erfolg liegt in einer qualitativ hochwertigen Typenvielfalt. Und dazu braucht man in einem hohen Maß Produkt- und Prozessinnovationen, welche nur mit gut ausgebildeten Mitarbeitern realisiert werden können.“ Die inzwischen 380 Mitarbeiter (vor der Übernahme 1998 waren es 220) und die Region um Bayreuth und Hof dankt es der DRONCO AG. Denn durch den teilweisen Wegfall der traditionellen Porzellan- und Textilindustrie in der unmittelbaren Nachbarschaft muss sich auch Wunsiedel dem Strukturwandel beugen. DRONCO steht dagegen für Wachstum. „Wir sind wieder profitabel geworden“, betont Bröker. So manche schlaflose Nacht habe sich gelohnt.

## Mein persönlicher Mutmacher ist...



Manuel Lianos (29)  
ist Chefredakteur des Magazins  
politik&kommunikation

... das Bremer Team von „nextpractice“. Die Mannschaft um Change-Management-Experte Prof. Dr. Peter Kruse testet gerade eine völlig neue Idee in der Politik; eine Idee, die es ermöglicht, frei von Machtstrukturen Probleme zu lösen - mit der Intelligenz anonymisierter Netzwerke. Das macht mir Mut!

[www.nextpractice.de](http://www.nextpractice.de)

## Mehr als 16.000 Besucher auf Mutmacher-Website

Gute Nachrichten aus dem weltweiten Netz: Nachdem im Februar bereits 8.468 Besucher bei [www.mutmacher-der-nation.de](http://www.mutmacher-der-nation.de) vorbeigeklickt waren, zählte die Site alleine in den ersten März-Wochen mehr als 8.100 Besucher. Insgesamt klickten die Interessenten mehr als 33.000 Mal auf Haupt- und Unterseiten der Mutmacher-Initiative – immer auf der Suche nach neuen Teilnehmer-Stories, dem Bewerbungsformular oder dem Download des aktuellsten Mutmacher-Magazins.

## Ihre Meinung ist gefragt!

**Hier haben die Leser das Wort:  
Wie gefällt Ihnen das Mutmacher-Magazin?  
Welche Beiträge haben Sie besonders interessiert, was vermissen Sie?  
Die Redaktion des Mutmacher-Magazins freut sich auf Ihre Anregungen!**

**E-Mail genügt:  
[ucar@mutmacher-der-nation.de](mailto:ucar@mutmacher-der-nation.de)**

## IMPRESSUM

### Herausgeber:

DasÖrtliche Service- und Marketinggesellschaft mbH,  
Bamlerstraße 1a, 45141 Essen

### ViSdP:

Dirk Schulte,  
Leiter Kommunikation,  
DasÖrtliche Service- und Marketinggesellschaft mbH

### Layout und Redaktion:

BlueChip - Agentur für  
Public Relations & Strategie GmbH,  
Bullmannau 11, 45327 Essen

### Kontakt:

D. Schulte, Tel.: 0201 - 439 48 - 0  
S. Ucar, Tel.: 0201 - 830 12 503  
[info@mutmacher-der-nation.de](mailto:info@mutmacher-der-nation.de)  
[www.mutmacher-der-nation.de](http://www.mutmacher-der-nation.de)