

German Standards

BEST OF GERMAN INDUSTRY

DIE ZEIT
VERLAGSGRUPPE

DEUTSCHE / STANDARDS

 **PRESTEL**

Wir danken unseren Industry-Partnern:
We would like to thank our industry partners:



wöhner

German Standards

BEST OF GERMAN INDUSTRY

Herausgegeben von Dr. Florian Langenscheidt
Published by Dr Florian Langenscheidt

Präsentiert von der ZEIT Verlagsgruppe
Presented by ZEIT Publishing Group

Prestel

Munich · London · New York

ISBN 978-3-7913-8023-0

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlages. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutzgesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jeder und jedem benutzt werden dürften.

Der Verlag behält sich die Verwertung der urheberrechtlich geschützten Inhalte dieses Werkes für Zwecke des Text- und Data-Minings nach § 44 b UrhG ausdrücklich vor. Jegliche unbefugte Nutzung ist hiermit ausgeschlossen.

Alle Rechte vorbehalten. Gedruckt in Deutschland

ISBN 978-3-7913-8023-0

This publication is protected by copyright in its entirety. Any use of this publication not expressly permitted by the German Copyright Act (UrhG) requires the prior consent of the publisher. This applies in particular to reproduction, adaptation, translation and microfilming as well as storage and processing in electronic systems. Furthermore, unless explicitly stated, the use of common names, trade names, product names and the like in this publication does not warrant any assumption that such names would be considered free within the meaning of trademark and brand protection legislation and could therefore be used by anyone.

The publisher expressly reserves the right to exploit the copyrighted content of this work for the purposes of text and data mining in accordance with Section 44b of the German Copyright Act (UrhG), based on the European Digital Single Market Directive. Any unauthorized use is an infringement of copyright and is hereby prohibited.

All rights reserved. Printed in Germany

MITARBEIT COOPERATION

DR. FLORIAN LANGENSCHIEDT

Herausgeber/Publisher

OLAF SALIÉ

Projektleitung/Project Management

FABIAN WESTKAMP

Leitung Marketing & Kundenkommunikation
Head of Marketing & Customer Communications

ISA FALCKENBERG

Kundenkommunikation
Customer Communications

YVONNE BAUMGÄRTEL

Leitung Projektmanagement, Redaktion und Grafik
Head of Project Management, Editing and Graphics

CHRISTIANE BLASS, DR. KATRIN WEIDEN

Projektmanagement/Project Management

STEPHANIE HANEL, ALEXANDRA VON POSCHINGER, FRANK SKERKA U. A.

Redaktion/Editing

JULIA KÜHN

Schlussredaktion/Final Editing

MAHRT FACHÜBERSETZUNGEN GMBH

Übersetzung/Translation

HAUSER LACOUR KOMMUNIKATIONSGESTALTUNG GMBH

Design

SUSANNE KLUGE

Gestaltung und Satz/Layout and Typesetting

DANK THANKS

Wir bedanken uns bei unserer Jury und dem Beirat
für die engagierte und konstruktive Unterstützung:

We would like to thank our Jury and Advisory Board
for their dedicated, constructive support:

JURY

YVONNE BAUMGÄRTEL

Redaktionsleitung, Deutsche Standards/Studio ZX GmbH
Editorial Management, German Standards/Studio ZX GmbH

NAEMI DENZ

Geschäftsführerin, Sutco® RecyclingTechnik GmbH
Managing Director, Sutco® RecyclingTechnik GmbH

SVEN HEPPE

Leiter Externe Kommunikation und Standortpresse, BASF SE
Head of External Communications and Site Communications, BASF SE

DR. CAROLA HILBRAND

Leitung Corporate Communication, RITTAL GmbH & Co. KG
Director Corporate and Brand Communications, RITTAL GmbH & Co. KG

DETLEV LEISSE

Head of Direct Sales, Studio ZX GmbH

OLAF SALIÉ

Projektleiter, Deutsche Standards
Project Manager, German Standards

HOLGER SCHULTE

Manager of Corporate Technology Management, Wöhner GmbH & Co. KG

DETLEF SIEVERDINGBECK

General Manager of Corporate Communications & Branding, HARTING Technologiegruppe

FABIAN WESTKAMP

Leitung Marketing & Kundenkommunikation, Deutsche Standards
Head of Marketing & Customer Communications, German Standards

BEIRAT/ADVISORY BOARD

DR. RAINER ESSER

Geschäftsführer, ZEIT Verlagsgruppe
Managing Director, ZEIT Publishing Group

ISABEL GRUPP

Geschäftsleiterin, Plastro Mayer GmbH
Managing Director, Plastro Mayer GmbH

BIRGIT HERAEUS-ROGGENDORF

Aufsichtsratsmitglied, Heraeus Holding GmbH
Member of the Supervisory Board, Heraeus Holding GmbH

DR. FLORIAN LANGENSCHIEDT

Herausgeber, Deutsche Standards
Publisher, German Standards

HENRIKE LUSZICK

Founder & CEO, Bridgemaker GmbH

THORSTEN MEIER

Bereichsleiter Kommunikation,
Verband der Elektro- und Digitalindustrie (ZVEI)
Director of Communications,
German Electro and Digital Industry Association (ZVEI)

RENATE PILZ

Gesellschafterin, Pilz GmbH & Co. KG
Partner, Pilz GmbH & Co. KG

HARTMUT RAUEN

Stellv. Hauptgeschäftsführer,
Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA)
Deputy Executive Director,
German Mechanical and Plant Engineering Association (VDMA)

CHRISTIAN RIEKER

Verlagsleiter, Prestel Verlag
Director, Prestel Verlag

MICHAEL ROSE

Protokollchef, Deutsche Messe AG
Director of Protocol, Deutsche Messe AG

DR. MARK SCHIFFHAUER

Mitglied der Geschäftsleitung, ZEIT Verlagsgruppe
und Geschäftsführer, Studio ZX GmbH
Member of the Management Board, ZEIT Publishing Group,
and Managing Director, Studio ZX GmbH

INHALT CONTENTS

**16 UNTERNEHMEN STATT UNTERLASSEN
DETERMINED, NOT DEFEATED**

Dr. Florian Langenscheidt

**24 STOLZ AUF DAS, WAS WIR SCHAFFEN
TAKING PRIDE IN OUR ACHIEVEMENTS**

Sarna Röser

32 BEST OF GERMAN INDUSTRY

246 Firmenregister/Company Register

248 Impressum/Imprint

UNTERNEHMEN STATT UNTERLASSEN

Dr. Florian Langenscheidt



© Patrycia Lukas

Ob im Fußball oder in der Leichtathletik: Unsere Wettbewerbsfähigkeit sinkt langsam in vielen Lebensbereichen. Wenn wir nicht aufpassen und mit voller Kraft und all unseren Ideen und Fähigkeiten gegensteuern, werden wir von einigen gewohnten Spitzenplätzen in der Welt absteigen. Ich liebe unser Land, aber mache mir ein wenig Sorgen.

Die deutschen Schlüsselindustrien geraten ins Wanken. Wegen chinesischer Konkurrenz, Energiepreisen und strategischen Fehlern. Selbst die Glasscheiben für die Renovierung unserer Nationalgalerie gab es nur noch in China. Unsere Energiepolitik ist ohne System und Verstand. Die CO₂-freie und in Deutschland so sichere Kernkraft wird irrational verteuert und abgeschaltet. Wichtige und bewährte Energieformen werden radikal reduziert, während Wind, Wasser und Sonne noch nicht immer und überall als Ersatz zur Verfügung stehen. Andere Nationen warnten früh vor der Erpressbarkeit wegen zu hoher Abhängigkeit von russischem Gas – wir gingen sie ein. Und jetzt verkaufen wir Infrastruktur an China.

Die Wirtschaft lechzt nach Arbeitskräften, während der Staat das gemütliche Sich-Einrichten in transferfinanzierten Inseln erleichtert und sich viele von der Vier-Tage-Woche Selbstverwirklichung erhoffen und dabei vergessen, wie sinnstiftend und beglückend Arbeit sein kann. Vom Gelddrucken und -leihen bis zur Schaffung sogenannter Sondervermögen mit den bekannten Inflationsfolgen – der Staat holt sich zusätzliche Mittel ohne Rücksicht auf Konsequenzen. Und

wann war ein Staat schon mal effizienter und kreativer als die private Wirtschaft? Apropos: Frage nicht, was der Staat für dich tun kann, sondern was du für den Staat und für das Gemeinwohl tun kannst, so formulierte es John F. Kennedy sinngemäß. Bei vielen von uns scheint diese weise Einsicht abhandengekommen zu sein. Dabei weiß jeder erfahrene Mensch, dass wir am meisten für unser eigenes Glück tun, wenn wir uns primär um das Glück anderer kümmern.

Auch die nationale Verteidigung liegt am Boden – und vom Sondervermögen ist noch wenig zu spüren. Der Bau eines mittelmäßigen Flughafens dauert zwölf Jahre länger als erwartet, kostet Milliarden mehr als geplant und bietet nach dieser Tragödie als Visitenkarte des Landes nichts vom Charme und der Kreativität unserer Hauptstadt. Und wann kam die letzte große Vision von weltweiter Bedeutung aus Deutschland? Wann das letzte neue, weltweit wichtige Unternehmen? Unsere Start-up-Kultur hat zwar große Fortschritte gemacht, liegt aber weit abgeschlagen hinter den USA und China.

Wir reden übers Gendern, während China mit gigantischen Mitteln und viel Geschick eine neue Seidenstraße baut und nicht nur Afrika erobert. Und die Zukunft in Indien, Saudi-Arabien und Indonesien gestaltet wird. Die Qualität unserer Schulen – das heißt unsere Exzellenz im Umgang mit unserem größten Kapital – sinkt im internationalen Vergleich. Das Gebot der Menschlichkeit vereinen mit kluger Integrationspolitik und der Rücksicht auf Überforderung – wo gibt es

überzeugende Ansätze für eine realistische Flüchtlingspolitik? Mit Blick auf Afrika erleben wir hinsichtlich zu erwartender Fluchtbewegungen erst den Anfang.

Wo stehen wir noch mal hinsichtlich Künstlicher Intelligenz, digitaler Innovationen, Geschwindigkeit unserer Netze oder Lückenlosigkeit des Handyempfanges? Wir haben uns gebetsmühlenartiges Beschwören der Notwendigkeit schnellen Handelns und Investierens angewöhnt, um unsere Verzweiflung zu übertünchen. Kann irgendjemand noch die Phrase vom Bürokratieabbau hören? Oder über Deutsche-Bahn-Witze lachen?

DR. FLORIAN LANGENSCHIEDT

»Denn um die Welt zu ändern, brauche ich viel Zuversicht, dass das geht. Optimismus eben.«

Und wenn jetzt natürlich der Hinweis auf die EU und unsere Partner kommt: Bei wie vielen Themen haben wir so etwas wie eine gemeinsame Linie und können schnell, klug und einstimmig entscheiden und handeln? Und bei wie vielen sind wir blockiert wegen des Einstimmigkeitsprinzips? Es macht erpressbar und verletzlich angesichts der leicht realisierbaren Einflussnahme von außen.

Ich höre schon auf. Ich kann mich selbst nicht ausstehen, wenn ich so etwas schreibe. Bin ich doch bekannt als unerschütterlicher Optimist, der die dahinterstehende Einstellung als wichtigste erneuerbare Energie erachtet. Der Reden darüber hält und Bücher schreibt – schauen wir mal ins Wörterbuch des Optimisten: „Wenn ich wüsste, dass morgen die Welt unterginge, würde ich heute noch ein Apfelbäumchen pflanzen“: Martin Luthers berühmter Satz umreißt diese Grundeinstellung auf das Schönste.

Es ist wie beim Fotografieren: Mit falschen Einstellungen kann ich das vollkommenste Motiv ruinieren. Und die meisten Menschen bemühen sich um eine schöne Sicht auf die Dinge, wenn sie fotografieren. Man motiviert die Fotografierten zum Lachen, man komponiert schöne Bildausschnitte, fotografiert lieber das Naturwunder als die Müllhalde. Damit soll das Negative in der Welt weiß Gott nicht verdrängt oder verleugnet werden. Nur bringt es niemanden weiter, sich darauf zu fokussieren. Entweder ist es nicht zu ändern oder wir haben Chancen zur Verbesserung – aber dann ist der Optimist sicherlich der mit der größeren Energie und Hoffnung. Denn um die Welt zu ändern, brauche ich viel Zuversicht, dass das geht. Optimismus eben.

Es war Willy Brandt, dem wir den Kniefall in Warschau und die Entspannungspolitik verdanken, der anmerkte: „Zur Summe meines Lebens gehört im Übrigen, dass es Ausweglosigkeit nicht gibt.“ Und Immanuel Kant notierte lange davor: „Der Himmel hat den Menschen als Gegengewicht zu den vielen Mühseligkeiten des

Lebens drei Dinge gegeben: die Hoffnung, den Schlaf und das Lachen.“ Manche Menschen fragen, wie man angesichts der Not und des Elends in dieser Welt Optimismus entwickeln kann. Ich frage eher: Wie kann man existieren ohne? Hätte ich nicht das Gefühl, etwas zum Positiven ändern zu können, wie könnte ich leben in der Ungerechtigkeit? „Die Hoffnung ist der Regenbogen über den herabstürzenden Bach des Lebens“, formulierte Nietzsche.

Optimismus und Hoffnung sind der Treibstoff für den Motor unserer Existenz. Sie treiben uns voran, lassen uns glauben und kämpfen. Ohne sie würde es dunkel werden in der Welt und wirklich Grund zu Pessimismus geben. Mit ihnen – das ist wie eine self-fulfilling prophecy – gibt es Grund zum Hoffen. Wir kennen das aus dem Alltag: Wer ständig glaubt, dass alles schiefgeht, dem geht alles schief. Wer furchtsam an große Aufgaben herangeht, hat schon halb verloren. Positives Denken hingegen zieht das Gelingen an und rechtfertigt sich dadurch rückwirkend. „Die Hoffnungslosigkeit ist schon die vorweggenommene Niederlage“, meinte Karl Jaspers.

Kein Unternehmen würde existieren, gäbe es nicht Unternehmer*innen, die optimistisch an die Möglichkeit des Erfolges ihres Produktes glaubten. Und gäbe es keine Unternehmen, es gäbe keine Arbeitsplätze, keine Wirtschaft, keine Rente, kein Bürger- oder Kindergeld.

Wie gesagt: Wir können nicht ohne. Politisch, philosophisch, wirtschaftlich, seelisch. Ohne Optimismus

bricht alles in sich zusammen. „Alle Hoffnungen sind naiv, aber wir leben von ihnen“, sagte Primo Levi.

Dabei ist der Optimist nicht einer, der aus dem 9. Stock eines Hauses springt und sich beim 3. sagt, er lebe ja noch. Nein, er sieht die Realität in all ihrer Komplexität und macht einfach das Beste daraus. Und weiß, dass ihn eine positive Herangehensweise zu einem glücklicheren, gesünderen und gewinnenderen Wesen werden lässt. Optimist*innen „gedeihen“, Pessimist*innen „welken dahin“, beobachtet die US-Psychologin Barbara Fredrickson. Optimismus baut den Grund, auf dem er steht. Hoffnung gebiert Veränderung und rechtfertigt sich dadurch selbst – das Gegenteil des Teufelskreises.

Da das Leben voll von Angelhaken und Fallstricken ist, kann nur der handeln, der optimistisch daran glaubt, dass sein Ziel schon irgendwie erreichbar ist. Jeder andere wird die Flinte schnell ins Korn werfen. „Ein Pessimist sieht eine Schwierigkeit in jeder Gelegenheit, ein Optimist sieht eine Gelegenheit in jeder Schwierigkeit“, sagte Winston Churchill dazu. Und Eckart von Hirschhausen etwas salopper: „Shit happens. Die Frage ist nur, ob ich die Taube bin oder das Denkmal.“ Der Optimist atmet auf, wenn er das Licht am Ende des Tunnels sieht; der Pessimist erkennt darin den entgegenkommenden Zug.

Also packen wir es an. Der Berg vor uns ist hoch. Aber wer hat im Vertrag mit dem Leben gelesen, dass es einfach ist? Wir müssen den Turnaround nur wollen und uns als Team Deutschland fühlen. Du bist Deutschland!

»Gäbe es keine Unternehmen, es gäbe keine Arbeitsplätze, keine Wirtschaft, keine Rente, kein Bürger- oder Kindergeld.«

Und wer war seit Jahrzehnten die Lokomotive für Wachstum, Wohlstand und Innovation und hat all das erwirtschaftet, das momentan so großzügig verteilt wird? Die Industrie, die Privatwirtschaft und insbesondere der Mittelstand.

Daher dieses Buch und die breit angelegte Kampagne „Best of German Industry“. Die hier vorgestellten Unternehmen haben Spitzenpositionen im weltweiten Wettbewerb. Sie sind häufig Weltmarktführer (und oft Hidden Champions) made in Germany. Hier geht man los, anstatt ewig zu diskutieren. Hier fokussiert man sich auf die Chancen und lernt aus seinen Fehlern. Hier regieren nicht Bedenkenträger*innen, sondern verantwortungsvolle, innovative und risikobereite Unternehmer*innen. Sie sind für mich Held*innen der Jetztzeit. Ihnen wollen wir eine Bühne bauen, da sie sich aus vielen Gründen ungern exponieren. Wir brauchen in Zeiten wie diese Vorbilder. Damit Deutschland nicht absteigt, sondern aufblüht und noch stärker wird.

Dr. Florian Langenscheidt wurde 1955 in Berlin geboren. Er studierte Germanistik, Journalismus und Philosophie in München und promovierte mit einer Doktorarbeit über Werbung. Nach Kompaktseminaren über Verlagswesen und Medien in Cambridge und zweijähriger publizistischer Tätigkeit in New York machte er den MBA am INSEAD in Fontainebleau bei Paris.

Viele Jahre hatte Dr. Florian Langenscheidt führende Positionen in der Langenscheidt Verlagsguppe inne, zum Beispiel war er von 1988 bis 2001 Vorstandsmitglied bei Duden und Brockhaus. Er schrieb Bücher, zahlreiche Zeitungs- und Zeitschriftenartikel und Kolumnen zu Sprache, Medien und Wirtschaft (unter anderem für die FAZ, DIE ZEIT, SZ, Max, Capital und FOCUS) und ist Herausgeber des „Deutschen Markenlexikons“ sowie des „Lexikons der deutschen Familienunternehmen“. Von 1988 bis 2001 hatte er einen Lehrauftrag an der Ludwig-Maximilians-Universität in München.

Dr. Florian Langenscheidt hält mehrere Beiratsmandate, unterstützt mit Rat und Kapital junge Firmen und ist Gründer sowie Kuratoriumsvorsitzender von Children for a better world. Darüber hinaus engagiert er sich als Stiftungsrat der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung und als Kuratoriumsmitglied des Deutschen Museums sowie der Deutschen Akademie für Sprache und Dichtung. Er ist Gründungsmitglied des BRAND CLUB und Sprecher des Kuratoriums Deutscher Gründerpreis.