

# TRADITIONS- UNTERNEHMEN IM LAND

Visionäre Unternehmer schaffen den Nährboden für erfolgreiche Traditionsunternehmen im Land. Diese profitieren von qualifizierten und motivierten Mitarbeitern – wie beispielsweise die ersten Meister bei Bosch im Jahr 1905 (Foto rechts).



Foto: Bosch

## Wegweiser in die erfolgreiche Unternehmenszukunft

Tradition genießt am High-Tech-Standort Baden-Württemberg besondere Bedeutung – Keine Frage von Größe oder Marktposition

Flexibilität, Effizienz und Innovation gelten als wichtigste Eigenschaften, um im globalen Konkurrenzkampf zu überleben. Fortschritt und Moderne sichern den zukünftigen Wohlstand der Gesellschaft, so wird nicht zuletzt in der Auseinandersetzung um das Bahnprojekt Stuttgart 21 argumentiert. Doch gibt es nicht auch andere Werte als die im eigentlichen Sinne interpretationsoffene Moderne? Gilt es nicht traditionell Bewährtes zu bewahren?

Welchen Stellenwert heute Tradition besitzt, ist auf Anhieb nicht leicht zu sagen. Wirtschaftsgutachten und Wachstumsprognosen treffen so gut wie keine Aussagen darüber. Verwirrung stiften kann allein schon die Begriffsdefinition. „Überliefern“, „weitergeben“ bedeutet das Lateinische „tradere“. Es „bezeichnet eine (politische oder Geistes-)Haltung, die am Herkömmlichen, Gewohnten, Überlieferten festhält und Neuerungen eher skeptisch gegenübersteht“, spuckt die Suchmaschine der Zentrale für politische Bildung als ersten Treffer nach der Eingabe des eingedeutschten Substantivs Tradition aus. Das klingt in manchen Ohren nicht gerade positiv, wie die Autoren Klaus Schubert und Martina Klein in der vierten Auflage ihres Politiklexikons aus

dem Jahr 2006 den Begriff definieren.

Welches Traditionsverständnis eingeführte Unternehmen und die Manager an deren Spitze haben, ist eine spannende Frage. Lässt sich in der schnelllebigen Wirtschaftswelt Erfolg am Markt doch oft nur durch stetige Neuerungen erringen. Wer sich unaufgeregt mit dem Thema auseinandersetzt, kann Erstaunliches entdecken. Tradition genießt am High-Tech-Standort Baden-Württemberg eine ganz besondere Bedeutung. Das zeigt sich nicht nur an den Handwerksgeleuten, die bis heute „nach althergebrachter Tradition“ durch die Wirtschaftsregionen des Landes wandern. Es drückt sich auch dadurch aus, dass mit Weltkonzernen wie Daimler, Porsche und Bosch die umsatzstärksten und erfolgreichsten Unternehmen zugleich auch zu den traditionsreichsten Firmen im Land zählen. Keines dieser Unternehmen käme auf die Idee, seine Tradition kleinzureden. Vielmehr zelebrieren sie diese regelrecht als Teil des Marketings. So feierte erst jüngst der Daimler-Vorstandschef Dieter Zetsche mit 1400 Gästen aus Politik, Sport und Gesellschaft ein rauschendes Fest. Der Anlass: die Erfindung des Automobils vor 125 Jahren. Auch außerhalb von Jubiläen gewähren beide Stuttgarter Auto-

schmieden ihrer Tradition einen angemessenen Rahmen. Produkte und Geschichte präsentieren sie in hypermoderner Museumsarchitektur.

Traditionsbewusstsein ist gewiss kein Privileg von Größe, Marktposition oder Branche. „Tradition ist unverwechselbarer Teil der eigenen Unternehmensidentität. Sie bedeutet, die eigenen Wurzeln zu kennen, zu wissen, woher man kommt, was einem wichtig ist, womit man erfolgreich oder auch weniger erfolgreich war“, sagt der Stuttgarter Verleger Albrecht Hauff. In diesem Jahr feiert der persönlich haftende Gesellschafter das 125-jährige Bestehen der Thieme-Verlagsgruppe. Eine lange Tradition gebe Thieme in einer sich rasant verändernden Medienwelt ein gewisses Maß an Sicherheit. „Wir kennen als Fachverlag unsere Kunden sehr genau und wissen, was wir aus Tradition besonders gut können. Zugleich sehen wir aber auch, was wir neu lernen müssen und haben den Mut, diese neuen Dinge anzugehen“, erläutert er. Tradition bedeute nicht, unverändert das weiterhin zu tun, was man schon immer gemacht habe. „Sie gibt einen stützenden Rahmen aus Erfahrungen und Werten für Veränderungen und das Neue“, unterstreicht Hauff.

„Wenn wir bei lang gelebten Familienunternehmen von Tradition sprechen, dann bedeutet dies ganz bestimmt nicht Stillstand und Festhalten an alten Zöpfen“, betont auch Geschäftsführer Wikhart Teuffel von Speick-Naturkosmetik. Die heute in Leinfelden auf den Fildern ansässige Firma feierte 2008 ihr 80-Jahr-Jubiläum. Teuffel, Enkel des Gründers Walter Rau, führt sie heute in dritter Generation. „Mit Tradition die Zukunft sichern“, nennt er sein Credo, im umkämpften Naturkosmetikmarkt zu bestehen.

„Aus Tradition innovativ“ überschreibt die Esslinger Unternehmensgruppe Eberspächer ihre Geschichte, die 1865 mit einem Handwerksbetrieb für metallgefasste Dachverglasungen begann. Heute ist der Systemzulieferer für die Autoindustrie in der fünften Generation inhabergeführt, mit den geschäftsführenden Gesellschaftern Heinrich Baumann und Martin Peters an der Spitze. „Familie bindet: Tradition bedeutet für uns, dass wir als unabhängiges, inhabergeführtes Familienunternehmen auf dauerhafte Geschäftsbeziehungen setzen, nicht auf kurzfristige Erfolge“, erläutert Martin Peters. Das Unternehmen wachse aus eigener Kraft. „Kunden und Mitarbeiter profitieren

traditionell von kurzen Entscheidungswegen und einer hohen Flexibilität in allen Unternehmensbereichen, was auf einer seit über einhundert Jahren gewachsenen Wertekultur basiert“, betont Peters.

„Von Tradition kann man nicht abbeißen, dennoch bedeutet sie uns und unseren Kunden sehr viel“, sagt Dieter Krauß. Der 73-Jährige ist Seniorchef in einem der traditionsreichsten Betriebe Deutschlands. 1688 wurde die Schmiede und Schlosserei Krauß in Neckargröningen, einem heutigen Ortsteil von Remseck, gegründet. Die alte Werkstatt in der Wasenstraße ist in Teilen noch so erhalten wie in der Gründungszeit vor über 300 Jahren. Aus Platzgründen zog die Firma 1965 einige Häuser weiter. Der 43-jährige Juniorchef Heiko Krauß, gelernter Installateur, erweiterte die Firma in der neunten Generation zum Sanitärbetrieb. „Viele neue Aufsteiger sind mit Dumpingpreisen gekommen, aber nach kurzer Zeit auch wieder verschwunden. Wir sind geblieben, weil der Betrieb und die Familie schon lange im Ort verankert sind. Wir genießen das Vertrauen der Leute“, sagt der Senior. Somit kann Tradition den Broterwerb beflügeln – und sie dient als wegweisende Brücke in die Zukunft von Unternehmen. Jürgen Lessat