

11. Juli 2017 | München

# 16. BAYERISCHER MITTELSTANDSTAG



Mittelständler zu Gast in München: Zum zweiten Mal fand der Bayerische Mittelstandstag in der BMW Welt im Olympiapark statt. Insgesamt 550 Besucher lauschten in den Foren den 16 Vorträgen zu Digitalisierung, Finanzierung, Nachfolge sowie Bürokultur.



Networking in den Pausen: Zwischen den Vorträgen konnten sich die Besucher im Foyer des Auditoriums stärken und ins Gespräch kommen. Für zusätzlichen Input sorgten zahlreiche der teilnehmenden Unternehmen, die an den Infoständen ihr Angebot vorstellten.

## Neues wagen statt nur bewahren

**Wie Mittelständler den Weg ins digitale Zeitalter beschreiten können, war ein zentrales Thema auf dem 16. Bayerischen Mittelstandstag in der BMW Welt in München. Doch die Unternehmer beschäftigt auch, wie sie Kapitalgeber finden, wer einmal ihre Nachfolge antritt – oder wie die Büros der Zukunft aussehen.**

Die digitale Transformation, sie ist für Philipp Depiereux »eigentlich das Unwort des Jahrhunderts«. Doch hinter dieser Worthülse verberge sich etwas, das entscheidend für die Zukunft vieler Mittelständler sei, sagte Depiereux in seiner Keynote. Denn viele Geschäftsmodelle funktionierten schon heute nicht mehr, wenn Unternehmer ihren Blick nichts ins Digitale weiteten. Der 40-jährige Depiereux muss es wissen: Mit seiner Firma etventure begleitet er gestandene Unterneh-

men in die digitale Zukunft. Um neue Ideen umzusetzen, müssten Mittelständler ihre »Bewahrermentalität« ablegen, forderte Depiereux.

CEWE-PRINT ist ein Unternehmen, dem das geglückt ist. Das ehemals analoge Fotolabor entwickelte sich in den vergangenen Jahren zu einem führenden Anbieter für digitale Fotoservices und den Druck von Flyern oder Broschüren. Wie das den Oldenburgern gelang, berichtete Jörg Hammermeister, der Marketingmanager von CEWE-PRINT.

Neben der Digitalisierung beschäftigen mittelständische Unternehmen weiterhin viele andere Fragen, auf die der Bayerische Mittelstandstag Antworten liefern möchte. Dazu gehört, wie investitionsfreudige Unternehmer Kapitalgeber finden. »Derzeit sind auch über einen längeren Zeitraum von 10, 15 Jahren Zinsen von etwa einem Prozent möglich«, sagte Christine Beck von der LfA Förder-

bank Bayern, die Besucher über die Förderkredite informierte. Roland Hausenbichl von der Crescat Advisory GmbH erläuterte, wie Mittelständler unabhängig von Banken an Kapital gelangen können – etwa mit einer Sale-and-Lease-back-Finanzierung.

Auch in konjunkturell guten Zeiten schlittern manche Unternehmen in die Insolvenz – die Chance für Wettbewerber, den Konkurrenten zu übernehmen? Dieser Frage ging Prof. Dr. Georg Streit von der Kanzlei Heuning Kühn Lürer Wojtek bei seinem Vortrag nach. Dr. Philipp Gusinde von der ADCURAM Group AG erklärte am Beispiel des Mittelständlers Vitruvan, wie Unternehmer auch in wirtschaftlich schwierigen Situationen und ohne eigenen Nachfolger ihr Lebenswerk weitergeben können.

Zwischen all den Zahlen müssen mittelständische Firmen auch die Zufriedenheit ihrer Mitarbeiter im

Blick behalten. Mélanie Weiß, Innenarchitektin bei Vitra, ging der Frage nach, wie ein Büro zur Keimzelle eines kreativen Teams werden kann. Ihre Lösung: »Kuratierte Vielfalt statt Einerlei«. Ein Leitsatz, der auch gut zum Anspruch des Bayerischen Mittelstandstags passt.

### BAYERISCHER MITTELSTANDSTAG

Bereits zum 16. Mal veranstaltete Convent in Zusammenarbeit mit der ZEIT und zahlreichen weiteren Partnern den Bayerischen Mittelstandstag. Rund 550 Teilnehmer konnten sich am 11. Juli in der BMW Welt zu Themen wie Internationalisierung, Digitalisierung, Fördermöglichkeiten und Unternehmensnachfolge informieren. Auch zum Netzwerken gab es ausreichend Gelegenheit. Mehr Infos unter [www.convent.de/bayern](http://www.convent.de/bayern)

## Zwei Fragen an Philipp Depiereux, Gründer und Geschäftsführer von etventure

Sie raten Unternehmen dazu, die Digitalisierung in einer eigenständigen Digitaleinheit zu starten. Wie kann so etwas aussehen?

Es klingt nach einem großen Unterfangen, eine Digitaleinheit aufzubauen. Das muss es aber nicht sein. Denn eine solche Einheit muss nicht direkt als eigenständiges Tochterunternehmen ausgegründet werden und es braucht auch kein großes Projektteam. Zentral ist, dass die Digitaleinheit als »geschützter Raum« unabhängig vom Tagesgeschäft und damit abgekoppelt von den Prozessen und Strukturen der Kernorganisation wie der IT oder der Corporate Governance arbeiten kann. Für einen Mittelständler reicht dafür oft schon ein Mitarbeiter, der mit 100 Prozent seiner Zeit und voller Rückendeckung der Geschäftsführung neue Digitalideen generiert.

**Sie bemängeln eine fehlende Scheiterkultur in Deutschland – gerade im Mittelstand. Was ist der Wert des Scheiterns?**



Scheitern darf nicht als Selbstzweck verstanden werden. Vielmehr geht es darum, im »geschützten Raum« die Fehler frühzeitig zu machen, die später, im Kerngeschäft, keinesfalls passieren dürfen – und natürlich daraus zu lernen. Gerade für den Mittelstand ist das eine völlig neue Herangehensweise. Der typische Mittelständler ist immer noch stark ingenieursgetrieben. Produkte werden oft mit langer Entwicklungszeit zur Perfektion gebracht, um dann mitunter erst im Nachhinein festzustellen, dass es dafür gar keinen relevanten Markt gibt. Deshalb ist es wichtig, Digitalideen anhand von Prototypen von Anfang an zu testen und zu entwickeln. Scheitern ist dabei Teil des Prozesses: Von anfangs 50 oder 100 Ideen setzen sich am Schluss oft nur ein oder zwei durch. Doch bei diesen Geschäftsmodellen können wir sicher sein, dass sie für den Kunden einen Mehrwert stiften.

Veranstalter:

**CONVENT**.de  
EIN UNTERNEHMEN DER ZEIT VERLAGSGRUPPE

Mitveranstalter:

**HEUNING KÜHN LÜRER WOJTEK**

**HypoVereinsbank**  
Unternehmer Bank

**LfA FÖRDERBANK BAYERN**  
Beratung, Finanzierung, Erfolg.

In Zusammenarbeit mit:

**DIE ZEIT**