



Bei der interessanten Podiumsdiskussion mit Protagonistinnen von Firmen aus der Region ging es um das Thema Transformation und deren Umsetzung in der Praxis.

BILDER: JONAS HAHN/MOMENTSCHMIEDE

Transformation als große Herausforderung

FN-Wirtschaftsforum „Spotlight“: Keynote von Weleda-CEO Tina Müller. KI-Sommelier Vinolin der Brüder Simon und David Blank wurde mit dem Innovationspreis gekürt.

Von Heike von Brandenstein

Tauberbischofsheim. An der Spitze Baden-Württembergs hoch im Norden gibt es Firmen mit Spitzenprodukten. Von der Region der Weltmarktführer wird deshalb gern gesprochen. Bodenständig und innovativ, handlungs- und wandlungsfähig sind diese Mittelständler. Das Wirtschaftsforum „Spotlight“ der Fränkischen Nachrichten stellte sie in seiner zweiten Auflage, die am Donnerstag im Hotel „Das Bischof“ stattfand, in den Mittelpunkt und vergab den Innovationspreis an zwei Jungunternehmen: Simon und David Blank. Sie haben den KI-Sommelier Vinolin entwickelt, der maßgeschneiderte Weinempfehlungen passend zum Menü gibt.

Gerade in Zeiten einer unsicheren Weltlage mit Kräfteverschiebungen, wirtschaftlichen Schiefslagen und politischen Beben befassen sich Unternehmen mit den drängenden

spotlight

Themen Innovation und Transformation. „Wie können wir als Region weiter in der Oberklasse mitspielen, wenn sich die Voraussetzungen so schnell ändern wie augenblicklich?“, fragte FN-Geschäftsführer Jochen Eichelmann deshalb zu Beginn der Veranstaltung.

In Videobotschaften hatten Gesundheitsministerin Nina Warken, Landtagsvizepräsident Professor Dr. Wolfgang Reinhart, CDU-Landeschef Manuel Hagel, Innenminister Thomas Strobl und Bürgermeisterin

Anette Schmidt auf die Impulse verwiesen, die von mittelständischen Unternehmen in der Region Tauberfranken-Odenwald ausgehen. Sie hätten Strahlkraft in die ganze Welt, seien Innovationstreiber und -führer.

Die Moderatoren Professor Dr. Kim Linsenmayer, Leiterin des Campus Bad Mergentheim der DHBW Mosbach, und Fabian Greulich, Chefredakteur der Fränkischen Nachrichten, kündigten Keynote-Speakerin Tina Müller an. Die Marketingspezialistin, die durch die Opel-Kampagne „Umparken im Kopf“ für Furore gesorgt und damit den Automobilhersteller auf dem deutschen Markt wieder nach vorne gebracht hatte, ist heute CEO bei dem Schweizer Unternehmen Weleda. Zuvor hat sie bereits etliche Erfahrungen in der Kosmetikbranche bei L'Oréal, Wella und Douglas gesammelt.

„Sie ist eine fachliche Taktgeberin und eine echte Power-Frau“, beschrieb Linsenmayer die aus dem Rheinland stammende Tina Müller. Die Spitzenmanagerin von Weleda berichtete von einem „starken Gründungsimpuls“, aus dem gerade mittelständische Unternehmen entstanden seien. Weleda gibt es seit mehr als 100 Jahren. Das Unternehmen sei geprägt vom anthroposophischen Verständnis und dem Einklang mit der Natur. Gründer waren neben einem Chemiker der Anthroposoph Rudolf Steiner und die Ärztin Dr. Ita Wegmann.

„Eigentlich sind wir ein Agrarbetrieb“, beschrieb Tina Müller das Kerngeschäft. In sechs Heilpflanzengärten – der größte liegt im baden-



Ausgezeichnet mit dem Innovationspreis wurden Simon (Zweiter von links) und David Blank. Laudator war Jörg Ernstberger (links), Geschäftsführer von Südwest Metall. Peter Vogel, Vorstandsvorsitzender der Sparkasse Tauberfranken, überreichte den Siegerscheck.

württembergischen Schwäbisch Gmünd – werden die Rohstoffe für die Weleda-Produkte angebaut. „Im Juni, wenn Calendula und viele mehr geerntet wird, ist es am schönsten“, schwärmte sie. Neben Kosmetikprodukten habe Weleda über 800 Arzneimittel im Portfolio.

Messerscharfe Analyse als wichtige Voraussetzung

Tina Müller heuerte 2022 bei Weleda an. Vor drei Jahren habe Weleda erstmals Verlust gemacht, berichtete sie. Ihr Auftrag beim Unternehmen war es, zu reüssieren. Am Anfang stand die messerscharfe Analyse, die ihr als Externe leichter fiel. Schnell stellte sie heraus, dass Kinder mit der Wund- und Heilsalbe von Weleda versorgt werden, die übrigen Nutzer aber über 60-Jährige seien. Die Lücke zwischen 15 und 60 Jahren galt es zu füllen. Außerdem musste das gesamte Unternehmen modernisiert werden.

Auf die Analyse folgte die Strategie mit dem Motto „Wachsen mit Verantwortung im Einklang mit Natur und Mensch“. Sie beinhaltete den Aufbau eines bis dato nicht vorhandenen Online-Shops und das Messen an Wettbewerbern. Innovation, Digitalisierung, Internationalisierung und Premiumprodukte standen im Mittelpunkt. Mit der Kampagne „touched by nature“ wurde ein „Feuerwerk der Innovation“ entfacht, das ein Abrücken vom alten Öko-Label bedeutete, wie Tina Müller schilderte. Mittlerweile sei die Marke von Instagram bis TikTok auf allen sozialen Medien vertreten und profitiere von Markenbotschaftern wie Bella Hadid, Maria Furtwängler oder Prinzessin Madeleine von

Schweden. Intern sei für einen solchen Weg gutes und groß angelegtes Personalmanagement und eine breit angelegte Kommunikation notwendig, um die Beschäftigten mitzunehmen.

Nach einem guten Anfangserfolg gelte es, nicht nachzulassen, sondern am Ball zu bleiben. Wenn dann erste Dellen überwunden seien und sich wiederum Erfolge einstellen, würden sie ein Unternehmen beflügeln. 2024 sei Weleda um acht, im laufenden Jahr gar zweistellig gewachsen, berichtete die CEO.

Konsequente Neuausrichtung mit mutigen Entscheidungen

Bei der anschließenden Podiumsdiskussion mit Dr. Sonja Fleischer von der ebm-papst Gruppe, IHK-Präsidentin Kirsten Hirschmann, Simone Mosca vom gleichnamigen Unternehmen, Landrat Christoph Schauder und Tina Müller ging es um ganz praktische Erfahrungen auf dem Transformationsweg. Sonja Fleischer beschrieb den vor drei Jahren eingeschlagenen Weg der konsequenten Neuausrichtung. Es sei schon eine mutige Entscheidung gewesen, sich von der weißen Ware und der Automobilindustrie zu verabschieden. Man habe sich lokal aufgestellt und sei in die Regionen gegangen, habe junge Talente rekrutiert und gefördert, Mitarbeitende aus den eigenen Reihen qualifiziert und die Transformation von Führungskräften angeschoben.

Simone Mosca beschrieb einen anderen Weg. Ihr Unternehmen, das Umreifungsmaschinen, Umreifungsbänder und komplexe Anlagen zur Sicherung von Transportgütern herstellt, drohte an Regulierungen der

EU zu scheitern. Also machte sie sich auf und suchte Verbündete. „Ich habe Mitbewerber angesprochen, die vor demselben Problem stehen“, schilderte sie. Am Ende sollte ein Verband stehen, der sich erfolgreich gegen die EU-Richtlinie stellt.

Kirsten Hirschmann stellte beim Thema Transformation Nachholbedarf beim Mittelstand fest. Große Unternehmen seien da besser aufgestellt. Dem widersprach Sonja Fleischer. „Der deutsche Mittelstand hat eine Superpower für die Transformation, weil wir in Generationen und nicht in Quartalszahlen denken.“ Sie sieht vielmehr Entscheidungsfreudigkeit unter Beibehaltung etablierter Firmenwerte.

In der Gemeinschaft mit Stärke agieren

Christoph Schauder ging auf den Breitbandausbau ein, der im Main-Tauber-Kreis weit, aber eben noch nicht bis in jedes Haus vorangeschritten sei. Der Abschied vom eigenwirtschaftlichen Ausbau habe eine Zäsur, aber kein Ende bedeutet. Der Landkreis und die 18 Städte und Gemeinden werden am Ball bleiben, versprach er. Beim Thema Bürokratieabbau wünschte sich Schauder mehr Tempo. „Wir haben keine Erkenntnis-, sondern ein Handlungsproblem“, meinte er und plädierte für einen „größeren Kahlschlag“.

Weiteres Thema in der Runde war, welche Führungsqualitäten benötigt würden, um Mitarbeitende mitzunehmen. Tina Müller sprach von einer „Lehmschicht“, die sich gerade im Mittelbau eines Unternehmens finde. Häufig würden Veränderungen nicht gleich am Anfang, sondern in der zweiten oder dritten

Phase abgelehnt werden. Das sei nicht immer leicht zu knacken. Manchmal müssten in der Konsequenz interne durch externe Kräfte ersetzt werden. Schlagworte wie Träume pflanzen, Motivation, Mut, Empathie, Nachwuchs, lebenslanges Lernen, Einsicht und Anpassungsfähigkeit wurden mit dem Thema Transformation verbunden – Begriffe, die hoffnungsvoll in die Zukunft blicken lassen.

Laudator bei der Verleihung des Innovationspreises war Jörg Ernstberger, Geschäftsführer von Südwestmetall. Mit dem Preis werde ein junges Unternehmen ausgezeichnet, das die Tradition des Weines mit Innovation verbindet. Der KI-Sommelier Vinolin begleite sicher durch die Weinwelt und sei von Simon und David Blank aus der Region für die Region entwickelt worden. „Wir freuen uns sehr, dass unsere neue Idee, die bei einigen auf Skepsis stieß, so gut ankommt“, meinte Simon Blank. Der Vinolin-Touchscreen sei bereits bei den Becksteiner Winzern im Einsatz und werde



Jessica Sax und Kamilla (Geige) sorgten für die musikalische Umrahmung.

demnächst beim E-Center in Tauberbischofsheim zu finden sein. Peter Vogel, Vorstandsvorsitzender der Sparkasse Tauberfranken, gratulierte ebenfalls und überreichte einen Scheck über 1000 Euro zur Förderung der innovativen Idee.

Zum Abschluss spielten Saxophonist Jessica Sax und Kamilla an der Geige noch zwei Stücke und leiteten in den harmonischen Ausklang über.

MEHR ZUM THEMA

Weitere Informationen zum Wirtschaftsforum finden Sie unter www.wirtschaftsforum-spotlight.de sowie unter www.fnweb.de im Internet.



Tina Müller, CEO von Weleda, skizzierte den Transformationsprozess ihres schweizerischen Unternehmens.