

Traditionsunternehmen dringend gesucht

Klub der „Hénokiens“ will in Deutschland expandieren

WOLFGANG GILLMANN

HANDELSBLATT, 14.9.2005

WITTEN. „Wer die Vergangenheit nicht kennt, wird die Zukunft nicht in den Griff bekommen.“ Dieser Ausspruch von Golo Mann zielt die Ahnentafel im Foyer des Wittener Traditionsunternehmens J. D. Neuhaus. Das Unternehmen aus der Ecke des Ruhrgebietes, in der einst der Kohleabbau begann, feierte am 9. September ein beachtliches Fest: sein 260-jähriges Bestehen – und hatte dazu eine Schar noch älterer Familienunternehmen zu Gast (Handelsblatt vom 26.8.2005).

Denn bei dem Hersteller von Hebezeugen traf sich der Klub der „Hénokiens“, jene internationale Vereinigung von Familienunternehmen, die mindestens 200 Jahre alt sind, sich immer noch im Familienbesitz befinden und seit ihrer Gründung von Nachkommen des Gründers geleitet werden. Die Vereinigung trifft sich jedes Jahr in einem anderen Land. Der Name „Hénokiens“ geht auf Henoch, einen der berühmtesten Patriarchen des Alten Testaments zurück, der 365 Jahre alt war, als er in den Himmel aufstieg.

Franzosen und Italiener sind in der Überzahl

Frankreich und Italien dominieren mit zehn bzw. 13 Firmen die Vereinigung von heute 35 Unternehmen aus acht Ländern. Pina Amarelli, Chefin des 1731 gegründeten Lakritz-Herstellers und bisherige Präsidentin, sieht den Grund für die Dominanz der Franzosen und Italiener schlicht darin, dass die Organisation im Jahr 1981 in Bordeaux in Frankreich gegründet wurde und Italiener zu den ersten Mitgliedern gehörten. „Wir kennen unser Land und haben deshalb viele Landsleute angesprochen“, erklärt die elegante Blondine. So auch den namhaften Waffenhersteller Beretta, der seinen Ursprung auf das Jahr 1526 zurückführt, oder die 1295 gegründete Glasbläserei Barovier & Toso.

In Zukunft wollen die Hénokiens verstärkt deutsche Unternehmen an-

sprechen. Denn Deutschland ist mit vier Traditionsunternehmen – neben Neuhaus der Autozulieferer Möller Group, der Likörhersteller Friedr. Schwarze und die Glasmanufaktur von Poschinger – im Klub noch unterrepräsentiert. Dabei gelten Familienunternehmen hier zu Lande als das Rückgrat der Wirtschaft. Je nach Definition sind laut Intes, einer auf Familienunternehmen spezialisierten Unternehmensberatung in Bonn, zwischen 58 und 98 Prozent der deutschen Unternehmen im Familienbesitz. Davon freilich die wenigsten mit mehr als 200-jähriger Tradition.

Die älteste Hotelkette stammt aus dem Jahr 718

Der am Freitag neu gewählte Präsident der „Hénokiens“ Peter von Möller, Chef des 1762 gegründeten Bielefelder Unternehmens, das als Möller Group heute mit 3 100 Personen Kunststoff- und Lederteile für die Automobilindustrie herstellt, sieht in Deutschland denn auch noch viel Potenzial. Er will zudem Englisch als Amtssprache im Klub einführen, bisher dominiert Französisch.

Die Industrieunternehmen Neuhaus und Möller sind von der Sparte her eher die Ausnahmen unter den Traditionsfirmen. Die meisten Mitglieder sind in der Getränke-, Nahrungsmittel- oder Textilbranche tätig. So auch der 360 Jahre alte japanische Sakehersteller Gekkeikan Sake Company. Oder sie führen einen Hotelbetrieb wie das älteste Mitglied der „Hénokiens“, die bereits im Jahre 718 gegründete japanische Hotelkette Hoshi. „Wir haben mit traditionellen Produkten angefangen“, erklärt die Chefin des Lakritzherstellers Amarelli.

Diesen Trend bestätigt auch die Bonner Intes: „Gerade unter den alten Familienunternehmen finden sich viele Hersteller von Nahrungsmitteln. Tradition schafft in diesem Segment Vertrauen, und Familienunternehmen wissen, gegessen und getrunken wird immer.“