

Strafe gegen General Electric

Wettbewerb Die EU-Kommission verlangt 52 Millionen Euro vom US-Konzern.

Die EU-Wettbewerbsbehörden haben wegen falscher Aussagen eine Millionenstrafe gegen General Electric (GE) verhängt. Der US-Konzern müsse 52 Millionen Euro zahlen, teilte die EU-Kommission mit. Bei der Anmeldung der Übernahme des Rotorblattherstellers für Windkraftanlagen, LM Wind, gab General Electric der Behörde demnach keine vollständigen Informationen ab. GE hatte den Zusammenschluss im Januar 2017 in Brüssel angemeldet. Dabei erklärte das Unternehmen, über seine bestehende 6-Megawatt-Turbine hinaus keine Windkraftanlagen mit höherer Leistung für den Offshore-Einsatz entwickeln zu wollen. Die Wettbewerbsbehörden fanden jedoch heraus, dass GE möglichen Kunden zugleich Offshoreanlagen mit einer Leistung von zwölf Megawatt anbot. Daraufhin meldete GE das Vorhaben erneut in Brüssel an, dieses Mal mit vollständigen Informationen, die Wettbewerbsbehörden genehmigten den Zusammenschluss anschließend. „Unsere Fusionskontrolle und unsere Beschlüsse sind nur so gut wie die Informationen, auf die wir uns stützen können“, sagte EU-Wettbewerbskommissarin Margrethe Vestager. „Die heute gegen General Electric verhängte Geldbuße ist ein Beleg dafür, dass die Kommission es sehr ernst nimmt, wenn ein Unternehmen seine Pflicht verletzt, uns richtige Auskunft zu erteilen.“

Die EU verhängt damit zum zweiten Mal seit 2004 eine Strafe wegen Falschaussagen bei Übernahmen. Im Mai 2017 erließ sie eine Geldbuße von 110 Millionen Euro gegen den US-Digitalriesen Facebook, weil das Unternehmen bei der Übernahme des Nachrichtendienstes Whatsapp irreführende Angaben gemacht hatte. In seinem Fusionsantrag 2014 hatte Facebook erklärt, nicht zum zuverlässigen automatischen Datenabgleich zwischen den Benutzerkonten beider Dienste in der Lage zu sein. Im August 2016 kündigte Whatsapp aber genau das an: Telefonnummern der Whatsapp-Nutzer könnten mit den jeweiligen Profilen in Facebook verknüpft werden. *dpa*



Für Robert Reisch, der im Stuttgarter Fachverlag Gentner seinem Vater als Geschäftsführer folgt, sind Regale mit Printprodukten weitgehend Geschichte. Foto: Lichtgut/Max Kovalenko

Generationswechsel hilft beim Umbruch

Neuorientierung Robert Reisch, der Geschäftsführer des Stuttgarter Gentner-Verlags, hält Familienunternehmen für Veränderungen grundsätzlich für gut gewappnet. Dazu braucht es aber das nötige Vertrauen zwischen Senior- und Juniorchef. Von Andreas Geldner

Robert Reisch braucht nur in eines der Archivregale am Firmensitz in Stuttgart Westen zu greifen, dann hält er ein Stück Vergangenheit in der Hand. Dicke Ordner liegen da, in denen Handwerker nachschlagen konnten, wie sie einen Kostenvorschlag erstellen. „Keiner schlägt heute mehr so etwas nach – das googeln sie nur noch“, sagt Reisch.

Doch als Geschäftsführer für Digitales und IT im Fachverlag Gentner in Stuttgart ist ihm vor radikalen Veränderungen nicht bange. Denn wenn er nach einem Vorbild für Anpassungsfähigkeit sucht, muss er nur auf seinen Großvater Alfons W. Gentner blicken. Der baute 1946 dank einer durch einige Zufälle früh ergattete Lizenz der US-Militärregierung den von dessen Vater gegründeten Verlag rasch nach dem Krieg

men wie der Heizungsbau waren gefragt. Die Rechte an der Illustrationen wurden verkauft. Gentner mutierte Ende der Fünfzigerjahre zum Fachverlag. Mit dem Heizungsbau beschäftigt man sich noch heute.

Zuvor hatte der Verlag Anfang der fünfziger Jahre den frühen Tod des Gründers verkraften müssen. Doch weil dessen Witwe Verlag und Vermögen zusammenhielt und in zweiter Ehe den Druckereileiter heiratete, ging es weiter. Anpassungsfähigkeit bei gleichzeitig langfristigem Horizont, das zeichne Familienunternehmen aus, sagt Reisch. Sie seien für den digitalen Wandel gewappnet – wenn sie sich auf diese Stärken besinnen. Lange Jahre machte der Verlag mit Printmedien für Fachthemen wie Sanitär-, Heizungs- oder Klimatechnik, Fenster, Glas, Fassaden, Elektro- und Sicherheitstechnik sowie Arbeitsmedizin gute Geschäfte. Doch der aktuelle Umbruch ist tiefgreifender als der einstige Schwenk von der Unterhaltung zum Fachwissen. „Irgendwann einmal muss man begreifen, dass Digitalisierung mehr bedeutet als die Weiterentwicklung des Bestehenden“, sagt Reisch.

Das Schlüsselwort für den Umbruch im Familienunternehmen war Vertrauen. „Mache du mal“, das sei die Devise seines Vaters gewesen, sagt der 36-Jährige, der allmählich in die Rolle des Mit-Geschäftsführers hineinwuchs, die er seit Oktober 2017 bekleidet. „Mein Vater ist auch mit 64 noch neugierig und technikbegeistert – der ist keiner, der sich die E-Mail hat ausdrucken lassen.“ Ende April 2020 scheidet er aus der Geschäftsführung aus, der Sohn wird Verleger. Ein Vorteil sei es gewesen, dass es eine klare Nachfolgeregelung gegeben habe, sagt Reisch. Ob er oder seine drei Jahre ältere Schwester den Verlag übernehmen sollte, wurde lange im Voraus entschieden. Das sei nicht bei allen Familienverlagen so. Es sei ein Glücksfall gewesen, dass der Stabwechsel im Familienunternehmen parallel zum technologischen Umbruch stattfand, sagt Reisch. Als er 2008 parallel zum Jurastudium in Teilzeit im Unternehmen anfang, experimentierte man erstmals mit einer Produktdatenbank für Handwerker, die aber nur mühsam vorankam: „Die Hersteller haben nicht verstanden, warum sie uns ihre Produktdaten zur Verfügung stellen und auch noch dafür zahlen sollten.“ Dann machte man einen Schnitt. „Im Jahr 2014 haben wir uns extern gründlich durchleuchten lassen“, sagt Reisch. Danach sei klar geworden, dass man nicht weitermachen konnte



Familienunternehmen

wie bisher. Alles, was man zuvor digital gemacht hatte, sei nur eine Weiterentwicklung des Bisherigen gewesen. Ihm sei es leichtergefallen, sich von bisherigen Produkten zu verabschieden, sagt Reisch: „Ich glaube, das es Familienunternehmen beim digitalen Wandel strukturell leichter haben: Die Wege zu Entscheidungen sind kurz, sie können dynamischer reagieren.“ Zudem hätten Familienunternehmen mehr Liquidität, um dies zu finanzieren.

Nicht zuletzt sei der heute Start-ups zugeschriebene, auf Eigenverantwortung setzende Führungsstil schon bei seinem Vater so gewesen: „Da hat sich im Kern mit mir gar nichts verändert. Wir sind grundsätzlich sehr nah an den Leuten. Bei uns kann jeder zum Geschäftsführer kommen.“ Er fühle besondere Verantwortung: „Wir wollen nicht den Wandel erzwingen, indem bestehende Mitarbeiter gegen neue ausgetauscht werden.“ Er kenne manche aus Kindertagen, als ihn sein Vater in die Firma mitnahm: „Das muss mit der vorhandenen

Mannschaft gelingen.“ Neue Produkte treibe man aber mit neuen Teams voran.

Der Takt ist hoch: So publiziert ein dreiköpfiges Team zum Thema Haustechnik zwei Newsletter täglich. Suchmaschinenoptimierung und Werbung auf sozialen Medien – bei einem neuen, rein digitalen Angebot für Gebäude- und Fassadentechnik zog man alle Register. Binnen zwei Jahren habe man so die größte Internetplattform für Handwerker rund um dieses Thema etabliert, sagt Reisch: „Wir sind da komplett zahlengetrieben. Was auf der Webseite nicht funktioniert, kommt weg. Was läuft, wird als Evergreen immer wieder ausgespielt.“ Da kann auch ein Artikel über Fußbodenheizungen von 2009 dabeisein. Gesponserte Artikel sind eine Säule des Geschäftsmodells. Auch Nutzerdaten kann man datenschutzkonform monetarisieren: Für die Hersteller von Handwerkerbedarf beispielsweise bieten sie Informationen über ihre sehr spezielle Zielgruppe.

Aber auch eine andere Komponente ist wichtig: „Digitale Reichweite bekommen sie auch durch branchenspezifische Unterhaltung“, sagt Reisch. Etwas vom Geist der einstigen, bunten „Schwäbischen Illustrierten“ passt also gut ins digitale Zeitalter.

ROBERT REISCH UND SEIN VERLAG

Ausbildung Robert Reisch (36) hat von 2004 bis 2010 in Tübingen Jura studiert und war anschließend bis 2012 im Referendariat. Von 2016 bis 2018 studierte er berufsbegleitend an der Zeppelin-Universität in Friedrichshafen. Am Institut für Familienunternehmen hat er dort seinen Masterabschluss gemacht. Seit dem Jahr 2008 arbeitet er im Gentner-Verlag, und seit Januar 2013 ist er dort in Vollzeit tätig. Im Oktober 2017 wurde er Geschäftsführer für Digitales. Vom kommenden Jahr an wird er der Verleger sein. Reisch hat zwei Kinder im Alter von zwei und fünf Jahren, die beim Sommerfest und ähnlichen Anlässen auch schon einmal ins Unternehmen hineingeschnuppert haben.

Verlag Im Verlag wird es wie bisher neben Reisch einen zweiten Geschäftsführer geben, der das operative Geschäft betreut. Der Alfons-W.-Gentner-Verlag hat aktuell etwa 60 Mitarbeiter, davon zwei Auszubildende. Er publiziert elf Fachzeitschriften, 15 Fachbücher, zwei Unternehmenszeitschriften als Dienstleistung für Kunden. Aber vor allem betreibt er 16 Webseiten. Die größte ist Haustechnik.de, ein Portal für Gebäude- und Fassadentechnik. Dazu kommen 24 Kanäle auf sozialen Medien und elf Newsletter. Die Druckauflage beträgt etwa 150 000 Hefte im Monat. Monatlich gibt es circa 800 000 Besuche auf den Webseiten und 1,8 Millionen Seitenaufrufe.

Gesellschafter Umsatzzahlen werden keine veröffentlicht. Es gibt zwei Gesellschafter. Neben Robert Reisch ist seine Mutter die Mehrheitsgesellschafterin. In der Firmengeschichte blieben wichtige Anteile am Verlag über die Generationswechsel hinweg in den Händen der Frauen der Familie. age

FAHRPLAN DER SERIE

Familienbetriebe sind das Rückgrat der Wirtschaft. Bundesweit werden neun von zehn Firmen von Eigentümern geführt oder sind in Familienhand. In unserer Serie „Familienunternehmen“ beleuchten wir bis 11. Mai die Situation solcher Betriebe in Baden-Württemberg.

Das Gesicht Porträt von Brun-Hagen Hennerkes – der Experte für Familienbetriebe **6. April**

Der Umbruch Wie ein Generationswechsel den Wandel erleichtert **9. April**

Die Macher Wie es ein Familienunternehmen schafft, innovativ zu bleiben **13. April**

Die Finanzierung Welche Rolle Banken bei der Unternehmensnachfolge spielen **16. April**

Der Aufsteiger Wie ein Einwanderer ein Lebensmittelimperium aufgebaut hat **20. April**

Der Schicksalsschlag Wenn jemand plötzlich ins kalte Wasser geworfen wird **23. April**

Das Vermächtnis Konflikt ums Erbe – wenn die Familie zerstritten ist **27. April**

Die Grenzen Wie viel Wachstum ist nötig, wie viel möglich, um am Ball zu bleiben? **30. April**

Der Nachfolgestreit Der Vater will an einen Fremden verkaufen, die Kinder nicht **4. Mai**

Die Stiftung Die Familie ist groß und zu viele wollen mitsprechen **7. Mai**

Die Nachbarn Welche Rolle Familienbetriebe im Ausland spielen **11. Mai**

Anzeige

Mittelstand braucht
SPINNER. Sonst hieße
es ja Mittelstillstand.

Digitalisierung für Mittelständler, die mehr wollen.
Das Dossier auf hvb.de/unternehmen-digital

Die Bank für alles,
was wichtig ist.

HypoVereinsbank
Member of **UniCredit**

Baden-Württemberg

Industriewachstum verliert an Schwung

Die Industrie im Südwesten wächst weiter, hat im vergangenen Jahr aber wieder etwas an Schwung verloren. Knapp 371 Milliarden Euro Umsatz im Jahr 2018 bedeuteten ein Plus von 2,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr, meldete das Statistische Landesamt. 2017 hatten alle Betriebe zusammen ein Plus von 3,4 Prozent verbucht. Anders als im Jahr davor wurde das Wachstum 2018 stärker vom Inlands- als vom Auslandsgeschäft getragen. Knapp 55 Prozent ihres Umsatzes macht die Industrie des Landes laut Statistik im Ausland. *dpa*

wieder auf. Noch heute hängt eine Kopie des Dokuments eingerahmt im Besprechungszimmer. Zu kaufen gab es damals wenig. Dafür gab es einen Hunger nach Unterhaltung. Und so publizierte der Verlag ein damals höchst innovatives Medium: Die „Schwäbische Illustrierte“ präsentierte erstmals in Süddeutschland mit vielen eingestreuten Bildern einen Kessel Buntes – schöne Schauspielerinnen, Kriegserlebnisse oder auch Enthüllungsgeschichten wie „Goebbels und die Frauen“.

„Aber mein Großvater hatte immer auch das Praktische im Blick“, sagt Reisch. Und so gehörten von Anfang an auch lebensnahe Themen zum Programm. Als die Deutschen wieder mehr Geld übrig hatten, wollten sie nicht mehr nur ihr Herz wärmen, sondern auch ihre Wohnungen. Spezialthe-

Impressum

Stuttgarter Zeitung
Verlagsgesellschaft mbH
Plieninger Str. 150, 70567 Stuttgart
Postfach 10 60 32, 70049 Stuttgart

Redaktion:
Chefredakteur: Joachim Dorfs
Stellvertreter der Chefredakteur:
Michael Maurer
Chefredakteurin Digital:
Swantje Dake
Chefvom Dienst: Matthias
Schmidt, Joachim Volk,
Frank Schwaibold

Leitung Titelteam: Michael Maurer
Art Director: Dirk Steinger
Ressortleiter: Rainer Förster (Politik/Landespolitik), Anne Gühlich (Wirtschaft), Peter Trapmann (Leben), Tim Schleider (Kultur), Holger Gayer und Jan Sellner (Lokales/Sublokales), Achim Wörner (Region/Baden-Württemberg), Swantje Dake (Digital Unit), Stefanie Zenke (Multimediale Reportagen), Dirk Preiß (Sport).
Autoren: Michael Heller, Armin Käfer,

Hilke Lorenz, Christian Milankovic, Andreas Müller, Jörg Nauke, Reiner Ruf, Peter Stolterfoht, Ingrid Volkman, Mirko Weber.
Berliner Redaktion: Christopher Ziedler.
Anzeigen und Sonderthemen: Stuttgarter Zeitung
Werbevermarktung GmbH
Plieninger Str. 150, 70567 Stuttgart
Postanschrift:
Anzeigenabteilung, Postfach
10 44 26, 70039 Stuttgart
Chiffrezuschriften: Postfach

10 44 27, 70039 Stuttgart
Sonderthemen: Postfach 10 44 21,
70039 Stuttgart
Anzeigenleitung: Oliver Nothelfer
Sonderthemen: Reimund Abel
(Redaktion)
Es gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 46 vom 1. 1. 2019.
Druck:
Pressehaus Stuttgart Druck GmbH,
Plieninger Str. 150, 70567 Stuttgart,
Postfach 10 38 23, 70033 Stuttgart

Wir verwenden Recycling-Papier und sind nach DIN EN ISO 14001:2005 zertifiziert.
Leserservice: Stuttgarter Zeitung
Verlagsgesellschaft mbH,
Postfach 10 43 54, 70038 Stuttgart
Der monatliche Bezugspreis (Stand
11.2019) beträgt bei Lieferung
frei Haus durch Zusteller oder
bei Postzustellung 47,20 Euro
(einschl. 7% MwSt.). Bei jährlicher
Vorauszahlung reduziert sich der Be-
zugspreis um bis zu 4,0%, bei halb-

jährlicher Vorauszahlung um bis zu
15%. Portokosten für Reisenachsendungen
täglich: Inland 1,00 Euro,
Ausland ab 2,20 Euro. Jeder
Freitagausgabe – bei Feiertagen ab-
weichend – liegt das Fernsehmagazin
„prima“ bei. Abbestellungen sind bis
zum 5. eines Monats zum Monatsende
schriftlich an den Leserser-
vice des Verlags zu richten. Bei einer
zusammenhängenden Bezugsunter-
brechung von drei Wochen wird der
anteilige Bezugspreis zurückerstat-

tet. Bei Abbestellung eines Abonnements
ist eine Gutschrift der anteiligen
Abonnementgebühren für eine
Lieferunterbrechung während des
Laufs der Abbestellfrist nicht mög-
lich. Bei Nichterscheinen infolge
höherer Gewalt, Streik oder Aus-
sperzung besteht kein Anspruch
auf Entschädigung. Die Stuttgarter
Zeitung ist amtliches Publikationsorgan
der Baden-Württembergischen
Wertpapierbörse.

