

Die Krise als Chance

Derzeit schleicht Kurzarbeit von Betrieb zu Betrieb. Daran kommt auch die Solinger Schneidwarenbranche nicht vorbei. Doch blickte die Branche noch Anfang des Jahres in eine trübe, da ungewisse Zukunft, lieferte die im Febru-

ar zu Ende gegangene „Ambiente“-Messe in Frankfurt einen ersten Lichtblick. Jetzt heißt es für einen Aufschwung – vielleicht schon in der zweiten Hälfte des Jahres – gewappnet zu sein.

Die Hiobsbotschaft kam nicht von ungefähr: Kurzarbeit bei Zwilling. So titelte die Rheinische Post online am 12. Februar dieses Jahres. Vom 2. März bis 10. Juli werde der Schneidwarenhersteller die tägliche Arbeitszeit um zwei Stunden verringern, schrieb die Zeitung. Betroffen davon sei rund die Hälfte der 689 Beschäftigten in Solingen. Diese Nachricht gesellte sich nahtlos zu einer Kette von Wirtschaftsmeldungen, die allesamt nichts Gutes zum Inhalt hatten. Am 4. Februar meldete die bergische IHK bei ihrer Konjunkturpressekonferenz schlagartige Auftragsrückgänge: „Die Auswirkungen der Weltwirtschaftskrise treffen derzeit mit voller Wucht auch das bergische Städtedreieck“, berichtete IHK-Präsident Friedhelm Sträter. „Viele Unternehmer können sich nicht daran erinnern, dass ihre Auftragsgänge jemals derart abrupt und kräftig eingebrochen sind.“ Da machte auch die Solinger Schneidwarenindustrie keine Ausnahme.



nehmen der deutschen Schneidwarenbranche sind in Solingen ansässig. Jens-Heinrich Beckmann, Geschäftsführer des ISVH, verkündete im Vorfeld der Messe „Ambiente“ in Frankfurt, für die ersten neun Monate des abgelaufenen Jahres einen Umsatzrückgang von durchschnittlich 15 Prozent in der Schneidwarenindustrie. Sie erwirtschaftet weit mehr als die Hälfte des Gesamtumsatzes der Branche. Beim Blick auf 2009 herrscht weitgehend Ungewissheit. Selbst erfolgsverwöhnte Unternehmen wagten keine zuverlässige Prognose und hofften im günstigen Fall auf einen gleichbleibenden Geschäftsverlauf, so Beckmann. Auch Torssten Korb (Müller & Schmidt Pfeilringwerk), der Vorsitzende des ISVH, erwartete zu Beginn der Messe keine grundlegende Wende, jedoch könnte ein stabiler Inlandsmarkt und eine Erholung des Exports in der zweiten Jahreshälfte eintreten. Vorher hatte Korb den Rückgang im Gesamtumsatz der



Ute Ackerschott, Vorsitzende der Geschäftsführung der Agentur für Arbeit Solingen, spricht im Arbeitsmarktbericht Dezember 2008 von „massiven Auftragsseinbrüchen bei Automobilzulieferern und in der Schneidwarenbranche“. Die Vorboten dieser Nachrichten wedelten bereits im Herbst 2008 schon heftig mit der Fahne. Der Rückgang der Schneidwarenbranche werde gut an ihrem Geschäftslage-Index sichtbar, hieß es in der Konjunkturpresskonferenz der IHK im September 2008. Der Index sei binnen Jahresfrist von plus 30 auf minus 39 gesunken: Eine dramatische Entwicklung. Manche Solinger Unternehmen hatten sie bereits zu spüren bekommen. Sie waren kurz vorher ins Trudeln gekommen. Der schwache Dollar und die allgemeine Konsumflaute galten als Ursachen für die Probleme in der Schneidwarenbranche. Mittlerweile bremst die Wirtschafts- und Finanzkrise mit voller Kraft die Konjunktur in allen Bereichen. Im Industrieverband Schneid- und Haushaltswaren (ISVH) mit Sitz in Solingen sind rund 120 Betriebe organisiert; 90 Prozent der Unter-



deutschen Schneid- und Haushaltwarenindustrie für 2008 um 6,9 Prozent auf knapp zwei Milliarden Euro angegeben. „Die Rückgänge entstanden im exportstarken und auch größten Zweig der Branche, in der Schneidwarenindustrie“, betonte der Verbandsvorsitzende, „deren Umsätze um fast 14 Prozent auf knapp 1,1 Milliarden Euro sanken“. Die „Ambiente“ gilt als größte Konsumgütermesse der Welt. Kein Wunder, dass die Ergebnisse, die die Schneidwaren auf ihr erzielen, als wichtiges Trendbarometer für die gesamte Branche gelten. Beckmann zeigte sich einen Tag nach der Messe mit dem Ergebnis zufrieden. „Die große Mehrzahl unserer Mitglieder ist von dem Verlauf der diesjährigen Ambiente sehr angetan“, sagte er. „Sie verlief bei Weitem besser als zunächst erwartet.“ Rund fünf Prozent mehr Besucher aus dem Inland und dem benachbarten Ausland ständen zwar rund 10 Prozent weniger Besucher aus Asien und USA gegenüber, aber dafür seien Entscheidungsträger gekommen. „Die Gespräche verliefen auf hohem Niveau“, betonte der Verbands-Geschäftsführer. Die Ambiente 2009 sei, gemessen an den Wettbewerbsveranstaltungen im Frühjahr, mit Abstand die beste Veranstaltung gewesen. Es sei dringend notwendig gewesen, endlich so ein positives Signal zu bekommen. Allerdings habe der Export seine Zugkraft verloren, er hoffe aber, dass es in der zweiten Jahreshälfte auch dort wieder aufwärts gehe. Immerhin habe der Dollar sich in den letzten Tagen etwas erholt. „Auf der Messe war durchaus ein Hoffnungsschimmer zu sehen, aber eine genaue Schätzung für 2009 ist nicht möglich.“ Derzeit hätten rund 30 Prozent der Betriebe seines Verbandes Kurzarbeit beantragt. Niemand wolle Facharbeiter entlassen: „Sie fehlen dann, wenn es wieder aufwärts geht.“ Die Firma Solicut Distribution GmbH, jüngst für ihre Messerserie „Resolute“ mit dem „Red Dot Award“ ausgezeichnet, präsentierte sich auf der Ambiente mit einem neu gestalteten Messestand und neuen Produkten. Kai Berger, Geschäftsführer des Unternehmens, betonte, man sei besser in das Jahr 2009 gestartet als ursprünglich gedacht. „Qualität und außergewöhnliche Produkte verkaufen sich offensichtlich auch in der Krise“, so Ber-

Die Inlandsnachfrage sei nach wie vor für gute Produkte mit guter Qualität vorhanden.

ger. Torsten Kretzer, Geschäftsführer der Kretzer Scheren GmbH, zeichnete ein „persönlich ambivalentes Bild“ seiner Messekontakte: „Die Anzahl der Kontakte war deutlich geringer als im Vorjahr“, sagte er, „Inland, USA, Asien und Russland fehlten beinahe ganz; dafür waren das europäische Ausland und der arabische Raum gut vertreten.“ Das sei besser gewesen, als er erwartet hatte. Eine Einschätzung der Lage konnte er für 2009 nicht geben. „Man erhält immer nur eine Momentaufnahme der gegenwärtigen Situation“, erläuterte er. Er zitierte einen Kunden, der sagte, er wisse erst am Freitag, wie die Woche laufen werde. Curt Mertens, Geschäftsführer der Carl Mertens Besteckfabrik und IHK-Vizepräsident, konstatierte einen „erheblichen Auftragsrückgang in der Solinger Schneidwarenbranche seit einem

halben Jahr“. Gerade der sehr wichtige amerikanische Markt sei furchtbar eingebrochen. Die „Ambiente“ bot dennoch überraschend viele Chancen für sein Unternehmen. Ein Grund dafür sei, dass das Unternehmen die Zeit vor der Krise genutzt habe, um sich gut aufzustellen. Man habe eine genaue Zielgruppenanalyse durchgeführt und die Produktpalette komprimiert. Im Nachhinein sei es richtig gewesen, die so genannten „Lohas“ (Lifestyle of Health and Sustainability = Lebensstil für Gesundheit und Nachhaltigkeit) ins Kundenvisier zu nehmen, so Mertens.

Diese Zielgruppe will gut leben, aber das mit einem guten Gewissen. Sie versuche gesunde Lebensweise mit dem Konsum hochwertiger Produkte zu kombinieren. Dabei seien ihr besonders faire Produktions- und Arbeitsbedingungen wichtig. Ein Grund, warum die Carl Mertens Besteckfabrik als Ökoprotit-Unternehmen zertifiziert ist. In Kollektionen, die auf Materialkombinationen mit sehr schönen Naturhölzern beruhen und die „Geschichten erzählen“, sieht er einen zukünftigen Trend für die Schneidwarenbranche. Auf der Messe seien auch USA und Asien da gewesen, hätten aber vorsichtig agiert.

Die Inlandsnachfrage sei nach wie vor für

gute Produkte mit guter Qualität vorhanden. Der IHK-Vizepräsident ist optimistisch, dass es „irgendwann in der zweiten Hälfte des Jahres“ wieder aufwärts gehe. Allerdings werden die Unternehmen in Zukunft schneller und flexibler reagieren müssen. Unter Ausnutzung aller staatlichen Mittel wie Kurzarbeit und interner von der Arge geförderter Weiterbildung und Qualifizierung schätzt Mertens, dass 2009 die Mitarbeiterzahlen „relativ konstant“ bleiben. Der Staat sei gut beraten, wenn den Mitarbeitern mehr Netto vom Brutto zur Verfügung stünden. Für Verbands-Geschäftsführer Beckmann sind die Plagiate nach wie vor ein großes Problem, allerdings sei das offene Zeigen von Fälschungen seltener geworden. Aber es sei schon symptomatisch, dass die dreiste Kopie eines Produktes seiner Branche – eine Kochtopfserie der Firma Zwilling – den Vogel abgeschossen hatte und den Negativpreis „Plagiarius“ verliehen bekam. Beckmann ist sich aber sicher, dass die Unternehmen der Schneidwarenbranche insgesamt gut aufgestellt seien, um auch Fälschungen wirkungsvoll begegnen zu können. Man dürfe ferner nicht außer Acht lassen, dass die Branche 2006 und 2007 zwei gute Jahre gehabt habe.

Damit steige natürlich die Fallhöhe in der Krise. Er forderte die Unternehmen seines Verbandes auf, ihre Betriebe „schlanker zu machen“. Kosten sollten allerdings nicht im Vertrieb und in der Kommunikation nach außen eingespart werden. Besser sei es, Betriebsabläufe und die Produktpalette zu optimieren. „Man kann ruhig auf einen Artikel verzichten, der kein Selbstläufer ist, auch wenn er mal einen Designpreis bekommen hat.“ Vom Staat wünscht sich Beckmann Steuerentlastung.

Torsten Kretzer meint, dass der Staat gut daran täte, grundsätzlich die Wettbewerbsfähigkeit des deutschen Mittelstandes wiederherzustellen. Insgesamt schätzt er, dass die „Branche von der Produktseite her wettbewerbsfähig ist, von der Kostenseite her aber nicht“. Es gehe nicht darum, billigere Produkte zu verkaufen. „Aber wir müssen endlich wieder Gewinne machen, um sie in Markterfolge zu reinvestieren.“ Curt Mertens ließ Optimismus aufblitzen: „Kreative Köpfe haben auf jeden Fall eine Chance.“

Bernd Geisler