

Unbändige Unruhestifter

UNTERNEHMER | Die deutsche Wirtschaft verdankt einen großen Teil des Erfolgs Angehörigen einer Spezies, die es im wahrsten Sinne des Wortes in sich haben: Angetrieben von einem inneren Motor, können sie nicht aufhören, ständig etwas zu unternehmen – erfolgshungrig, innovationssüchtig, leidenschaftlich. In loser Reihenfolge beschreibt die WirtschaftsWoche solche Ausnahmereisnerungen und ihre Leistungen.

Michael Marquardt aus dem westfälischen Rheda-Wiedenbrück ist gelernter Industriekaufmann – und kann es einfach nicht lassen. Mit 17 Jahren eröffnet er als Teenager seinen ersten Laden. Fünf Jahre später startete er mit seinem Bruder Wolfgang den ersten deutschen Möbeldiscounter, Möbel Roller. Im Alter von 39 Jahren verkauft er das Unternehmen. Dann habe er sich drei Jahre „gelangweilt“, erinnert er sich.

Also wagt Marquardt etwas Neues. Er gründet ein Unternehmen, das Küchen herstellt und diese über eigene Filialen verkauft. Als die Firma die 100-Millionen-Euro-Umsatz-Schwelle erreicht und zum Selbstläufer wird, befällt ihn wieder Langeweile. Er verkauft den Laden, um wenig später wieder ein Unternehmen zu gründen, diesmal zusammen mit Burghard Plümer, einem Kumpel aus alten Tagen. Die neue Firma heißt Marquardt Produktion, sitzt in Köln und stellt Sitzmöbel her.

Die Aktion datiert aus dem Jahr 2009. Und sie muss nicht Marquardts letzte sein. „Ich komme ohne unternehmerische Herausforderung nicht zur Ruhe“, sagt der heute 64-Jährige, „und ich habe mich damit abgefunden.“

Marquardt ist wie ein Getriebener, der neue Ideen ständig umsetzen muss. In den Sechzigerjahren war es der Einfall, preiswerte Möbel anzubieten. Dann kam er auf Küchen mit Granitplatten, komplett zum Einbauen, direkt für den Endverbraucher. Nun setzt er auf hochwertige Ledermöbel zu erschwinglichen Preisen, made in Germany, verkauft in einem schicken Laden im ehemaligen Kölner Hafenzoll-

DEUTSCHLAND DEINE UNTERNEHMER

amt oder per Internet. „Immer einen Tick besser sein“, sei seine Maxime. Ums Geld gehe es ihm dabei nicht, schwört er. „Das kommt zwangsläufig, wenn man den anderen voraus ist.“

Der Unruhestifter aus der Provinz steht für eine Sorte von Mensch, die Deutschland groß gemacht hat – und das nicht so sehr im Rampenlicht, sondern eher im Verborgenen. Besessen von neuen Einfällen und gespeist von einem unsichtbaren inneren Akku, können sie nicht anders, als ständig etwas zu unternehmen. Leidenschaft und unbändiger Wille, Technikverliebtheit und Überschwang im Detail, Gespür für Trends und einen Riecher fürs Geschäft – das sind die Antriebskräfte, die diese Spezies unablässig antreiben.

WIE TRÜFFELSCHWEINE

Eine Bezeichnung für diese Kaste gibt es noch nicht. Klar ist nur, dass sie die Basis für ein Phänomen bilden, das Deutschland von vielen Ländern unterscheidet: die unzähligen außergewöhnlich erfolgreichen Familienunternehmen und klei-

»Statussymbole interessieren leidenschaftliche Gründer nicht«

nen Mittelständler. Werte wie „Vertrauen, Verantwortung oder Verlässlichkeit, aber auch Hartnäckigkeit“, zählt der Nürnberger Berater und Experte für Familienfirmen, Arnold Weissman auf, um die wichtigsten Eigenschaften der sonderbaren Gesellen zu charakterisieren.

Was erfolgreiche Unternehmer ausmacht, hat die Wirtschaftswissenschaftler schon immer interessiert – vor allem in Abgrenzung zum gierigen Raffke und geizigen Schatzbildner, den es in allen Epochen gab. Der Brite Adam Smith etwa stellte 1776 fest, dass das Streben nach persönlichem Reichtum keinesfalls ausreiche, um als Unternehmer erfolgreich zu sein, weil es der Notwendigkeit entgegenstehe, die Gewinne zu reinvestieren, statt diese wie der Knauserer zu horten oder der Lebemann zu konsumieren. Smiths Kritiker Karl Marx sah im Unternehmer vor allem ein getriebenes Wesen, das von der Konkurrenz zu ständiger Rationalisierung, Innovation und Kapitalakkumulation gepeitscht wird, um wirtschaftlich nicht unterzugehen. Dass dies charakterliche Eigenschaften voraussetzt, interessierte Marx allenfalls am Rande.

In diese Lücke stieß Joseph Schumpeter (1883–1950). Der österreichische Ökonom hob den Unterschied des Unternehmers zum Finanzkapitalisten hervor und betonte seine Freude am Gestalten und an Innovationen. Deswegen waren für ihn Unternehmer „schöpferische Zerstörer“. Der zeitgenössische amerikanische Ökonom Israel Kirzner schließlich sah im Unternehmer eine Art Trüffelschwein mit der besonderen Begabung, Geschäftschancen zu entdecken, wo andere nichts sehen. »



FOTO: FRANK BEER FÜR WIRTSCHAFTSWOCHE

Michael Marquardt
Möbelbauer und -händler

Beschäftigte:
30

Umsatz:
6 Mio. Euro

Im Alter von 17 gründete der Westfale sein erstes Unternehmen: Deutschlands bis dahin einzigen Möbeldiscounter. Von da an stürzte er sich erfolgreich von einer neuen Firma in die andere – um ja nicht das Gefühl der Langeweile aufkommen zu lassen