Von der Insolvenz zum Champion

Fima Der Maschinenbauer ist in den Index der Weltmarktführer als „Future Champion“ aufgenommen worden.

Obersontheim. Für das Unternehmen steht die Auszeichnung für eine spektakuläre Wende: 2019 steckte der Betrieb in der Insolvenz, 2022 stiegen dann private Investoren ein und retteten Fima. Einer von ihnen heißt Michael Hansen: „Fima war ja nicht ungesund, der Markt war da“, erinnert sich der gebürtige Däne. Woran der Betrieb krankte, waren die Kostenstrukturen. Hansen gab mit den anderen Partnern ein Angebot ab und kaufte die Firma. Im Mai 2020 stieg er als Geschäftsführer neben Rainer Dietz ein.

Zusammen rissen sie das Ruder herum. Dietz: „Wir haben erst einmal eine auf fünf Jahre angelegte Strategie aufgebaut.“ Der Plan: Das Kerngeschäft mit Ventilatoren stabil halten und Verdichter, also Kompressoren, ausbauen. Das Rezept: „Flexibilität und Geschwindigkeit“, sagt Hansen. „Die Märkte verändern sich so schnell wie noch nie“, betont er. „Darauf müssen wir reagieren.“

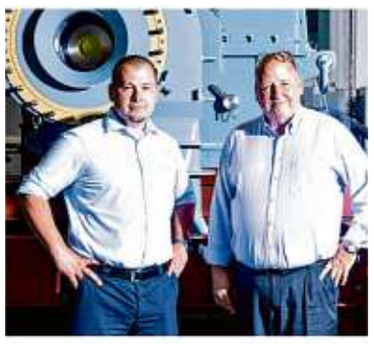

FOTO: FIMA/FLORIAN IMBERGER

Rainer Dietz (links) und Michael Hansen haben den Kurs gedreht.

Als „Future Champion“ gilt ein Unternehmen im Index der Weltmarktführer, wenn es Nummer eins oder zwei in einem Weltmarktsegment ist, der Jahresumsatz über fünf Millionen Euro liegt und der Auslandsumsatz einen Anteil von mehr als 40 Prozent außerhalb des deutschsprachigen Raums hat. Alle drei Kriterien sind bei Fima gegeben: Das Unternehmen ist Weltmarktführer bei den „Zone-0-Ventilatoren“. Unter der Zone 0 versteht die Branche Arbeitsbereiche in der Industrie, in denen eine explosionsartige Atmosphäre herrscht. 2024 verbuchte Fima einen Umsatz von 31 Millionen, 75 Prozent ihrer Produkte verkaufen die Maschinenbauer außerhalb Europas.

Um vom „Future Champion“ irgendwann zum „Champion“ in die erste Liga der Weltmarktführer aufzusteigen, muss Fima seinen Umsatz noch über die 50-Millionen-Grenze schrauben. Realistisch? Michael Hansen gibt sich skandinavisch gelassen: „Theoretisch können wir das schon 2026 schaffen, das hängt aber bei diesen schwankenden Märkten davon ab, wie die Auftragslage ist. Im Übrigen“, formuliert er seine Devise, „ist stabiles Wachstum immer besser, als nur schnell zu wachsen.“ *adm*

Elmar Mangold entlarvte die Fälschung anhand des bei Stego patentierten Verschlussmechanismus für Filterlüfter. *Foto: Antonio De Mitri*

„Das ist wie eine Hydra“

Plagiate Detektive, Abmahnungen, Klagen: Die Stego-Gruppe in Schwäbisch Hall fährt schwere Geschütze auf, um Produktpiraten das Handwerk zu legen. *Von Antonio De Mitri*

Wenn Elmar Mangold die Namen Wenzhou, Linkwell oder Saiwell hört, dann klingeln beim ihm die Alarmglocken. Denn die drei chinesischen Firmen sind alte Bekannte für den Geschäftsführer von Stego. Im negativen Sinne, denn: Sie gehören zu Mangolds schwarzer Liste. Darauf stehen die Firmen, die regelmäßig mit Fälschungen der Produkte von Stego auffallen. „Produktpiraterie“, erzählt der Geschäftsführer, „nimmt immer mehr zu.“ Und: „Die Betrüger werden immer raffinierter.“

Die Stego-Gruppe aus Schwäbisch Hall ist einer der führenden Anbieter für Lösungen zur Klimatisierung von Schaltschränken und technischen Einbauräumen zum Schutz sensibler elektronischer Bauteile. Von Schaltschrankheizungen über Filterlüfter und Temperatur- sowie Feuchtigkeitskontrollsystemen bis hin zu Sensoren und LED-Lampen verkauft das Unternehmen seine Produkte an Kunden in aller Welt. Und manchmal reklamieren diese Kunden die Ware – mit verblüffendem Ergebnis. „Bei uns sind schon Geräte gelandet, bei denen sich herausgestellt hat, dass sie gar nicht von uns waren“, erzählt Elmar Mangold. Oft, so berichtet er, seien diese Fälschungen so perfekt, dass sie auf den ersten Blick nicht als solche zu erkennen seien. „Die müssen wir erst aufmachen und untersuchen, bis wir das Plagiat entlarven.“

Alibaba und die zig Räuber

Welche Dimensionen das Geschäft mit der Kopie annimmt, zeigt das Beispiel Alibaba. Die Einkaufsplattform aus Hangzhou – Umsatz: 120 Milliarden Euro, mehr als eine Milliarde Nutzer weltweit – ist ein Tummelplatz für Produktpiraten. „Wir haben dort schon Zigtausende unserer Produkte gefunden“, so Mangold. Es gibt nichts, was die Trickser nicht fälschen: Firmenlogo, Artikelnummern, Bedienungsanleitungen, ja Fotos vom Stego-Werk selbst haben die Haller schon aufgestöbert.

Um die Löschung solcher Seiten bei Alibaba zu veranlassen, müssen dem Betreiber die beanstandeten Produkte als notariell beglaubigte Kopien vorgelegt werden. „Hier können wir nur Verletzungen der Markenrechte oder eines geschützten Designs geltend machen“, betont Jochen Kilchert. Der Patentanwalt arbeitet als Partner bei der Kanzlei Meißner Bolte am Standort München und betreut Stego schon seit Jahren.

Heikler wird es, wenn es um den Verdacht auf Verletzung des Patentschutzes geht. „Dann müssen wir ein Plagiat in die Hände bekommen, um es zu untersuchen“, erklärt Mangold. Wie das Unternehmen das schafft, gleicht dann schon ein wenig einem Agentenfilm: Eine Partnerkanzlei der Münchner in China beauftragt einen Detektiv, der sich beispielsweise als Kunde ausgibt und sich so Zugang zum Betriebsgelände der Betrügerwerkstatt verschafft.

Langsame Mühlen der Justiz

Im Idealfall dokumentiert der Strohmann dann mit Fotos, dass die gefälschten Artikel dort lagern, und bestellt Muster für einen vermeintlichen Auftraggeber. So wie im Fall von Wenzhou Natural Automation Equipment in der ostchinesischen Millionenstadt Yueqing. Mangold: „Die Firma hatte unseren patentierten Verriegelungsmechanismus nachgebaut.“ Der Oberste Gerichtshof in Peking verurteilte das Werk in letzter Instanz zu einer hohen sechsstelligen Geldstrafe und zur Vernichtung sämtlicher Lagerbestände. Aber: „Der Schadenersatz ist nur ein Tropfen auf den heißen Stein“, erklärt Mangold. Bis ihnen endgültig das Handwerk gelegt wurde, konnten die Fälscher munter jahrelang die Plagiate verkaufen, teilweise bis zu 30 Prozent unter den Materialkosten von Stego, Markterkenntnisse gewinnen und Kunden an sich binden, die sonst vielleicht bei Stego eingekauft hätten.

Wer glaubt, damit sei das kriminelle Geschäft mit den Kopien vorerst eingedämmt, der irrt. Patentanwalt Kilchert: „Das ist wie eine Hydra. Man schlägt einen Kopf ab und drei wachsen nach.“ Dann verkaufe eben nicht mehr die verurteilte Firma die Plagiate, sondern ein „Cousin dritten Grades mit seinem Betrieb in einem anderen Kanton“.

Unterm Strich

Antonio De Mitri über vorschnelles Abstempeln Chinas als Fälscherparadies

Echt jetzt, Made in Germany?

Produktfälschungen sind so alt wie die Geschichte des Handels. Schon bei den alten Ägyptern wurden Dokumente gefälscht, und im Römischen Reich kursierte Falschgeld. Doch im Zeitalter der industriellen Massenproduktion nimmt das Geschäft mit den Plagiaten globale Züge an. Spielzeug, Haushaltsgeräte, Modeschmuck – die Trickser lassen nichts aus, was schnelles Geld verspricht. Allein 2023 wurden in der EU laut Kommission mehr als 152 Millionen gefälschte Artikel in einem geschätzten Wert von 3,4 Milliarden Euro beschlagnahmt.

Wer ein Gefühl dafür bekommen will, wie dreist die Fälscherwerkstätten vorgehen, muss sich nur die Chronik des Plagiarius anschauen, dem Schmähpreis für Produktpiraterie. Ob eine Kettensäge von „Sthil“ (statt „Stihl“), Kehrmaschinen, Dekoleuchten oder Rasierapparate – die Liste ist verblüffend. Vergeben wird der Plagiarius in Form eines schwarzen Gartenzwerges mit einer goldenen Nase, die für den Reibach steht, der sich mit den falschen Produkten machen lässt. Abgeholt von den „Preisträgern“ wird er freilich nicht.

Fälscher gibt es natürlich in jedem Land. Sogar Würth flog schon auf. Stego entlarvt rund sechs Plagiate pro Jahr, fast ausschließlich aus China. Bemerkenswert, dass Elmar Mangold trotzdem vor „China-Bashing“ warnt: „Letzten Endes sitzen dort auch nur Menschen, die Geld für ihr Leben verdienen wollen“, sagt er. Übrigens: Auch Deutschland stand einmal im Ruf, die Märkte mit schlechten Kopien zu fluten. So beschloss 1887 das britische Parlament als Konsequenz, dass bei importierten Waren unmissverständlich das Herkunftsland vermerkt sein müsse. Im Falle Deutschlands lautete diese Warnung: „Made in Germany“.

R. Stahl profitiert von Großaufträgen

Quartalsbericht Die anziehende Nachfrage soll Schwächen aus dem Vorjahr überwinden.

Waldenburg. Trotz der globalen Herausforderungen ist die Nachfrage nach Produkten des Explosionsschützers R. Stahl aus Waldenburg im ersten Quartal wieder gestiegen. Eine höhere Investitionsbereitschaft der Kunden führte demnach von Januar bis März zu einem Auftragseingang von 98,8 Millionen Euro. Das sind 7,1 Prozent mehr als im Vorjahr. Vor allem im Vergleich zum Ordervolumen des vierten Quartals 2024 zeigt sich Wachstum: Damals lag es bei gerade einmal 72,4 Millionen Euro.

Die positiven Impulse stammen vor allem aus den Segmenten Schiffsbau, Petrochemie und der Öl- und Glasindustrie. Unterstützt durch zwei Großaufträge legte die Region Asien/Pazifik kräftig zu (+84 Prozent). Während die Auftragslage in Deutschland und Amerika stabil blieb, war sie in der Zentralregion – Afrika und Europa ohne Deutschland – etwas rückläufig (-9,7 Prozent).

Sinkender Umsatz

Die Nachfrageschwäche im zweiten Halbjahr 2024 führte erwartungsgemäß zu niedrigeren Erlösen im ersten Quartal 2025. So fiel der Umsatz von R. Stahl von Januar bis März um 13,4 Prozent auf 73,3 Millionen Euro. Hier waren es die Absatzregionen Amerika (-19,6 Prozent) und Asien/Pazifik (-26 Prozent), die die größten Einbußen zu verzeichnen hatten.

Aufgrund der niedrigen Umsätze war auch die Ertragskraft rückläufig: Die Profitabilität lag in den ersten drei Monaten 2025 unter dem Vorjahresniveau. Das EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen) vor Sondereinflüssen reduzierte sich um 4,8 auf 3,7 Millionen Euro. Die Ertragskraft des Unternehmens, gemessen an der EBITDA-Marge vor Sondereinflüssen, ging im gleichen Zeitraum von 9,9 Prozent im Vorjahr auf 5,0 Prozent zurück. Das Konzernergebnis verringerte sich um 4,6 auf -2,5 Millionen Euro. Dies entspricht einem Ergebnis je Aktie von -0,39 Euro (Vorjahresquartal: 0,33 Euro).

Verhaltener Optimismus

Die anziehende Nachfrage zu Jahresbeginn lässt das Unternehmen nun verhalten auf das Gesamtjahr 2025 blicken, vor allem auf die zweite Jahreshälfte. Der Vorstand erwartet für das Gesamtjahr einen Konzernumsatz zwischen 340 und 350 Millionen Euro. Die Ertragskraft sollte sich im laufenden Geschäftsjahr stabilisieren. „Wir sind vorsichtig optimistisch, dass die Nachfrageschwäche des zweiten Halbjahrs 2024 überwunden ist und wir ab dem zweiten Halbjahr 2025 unseren profitablen Wachstumskurs fortsetzen werden“, meint CEO Dr. Mathias Hallmann.

SO GESAGT

„Produktpiraterie nimmt zu. Und die Betrüger werden immer raffinierter.“

Elmar Mangold, Geschäftsführer bei Stego, lässt in seinem Unternehmen seit Jahren weltweit nach Produktfälschungen fahnden.

MARKTBERICHT

Schlachtvieh Baden-Württ. 18. Woche 28.04. - 04.05: S 61,9 v.H. 203-314 (211), E 58,0 v.H. 201-319 (211), U 53,4 v.H. 183-320 (204), S-P 59,4 v.H. (211), M 115-166 (133). Meldebasis: 1. FIGDV zum Fleischgesetz, inkl. Tieren aus Bio- und Qualitätsfleischprogrammen, Rampe Schlachtstätte, in €/100 kg Schlachtgewicht, ohne Mwst. Gebietsnotierung Großvieh Preise: Bullen A 360-370 (364,9), B 345-355; Kühe A 300-305 (302,9), B 285-295, C 270-280, D 250-265; Färsen A 330-345 (337,1), B 320-330, C 295-315. Gebietsnotierung Schweine a 170-173, c1 163-173 (168,3), c2 159-162 (161,1), c3 weniger fleischig 147-158 (152,3), c insgesamt (169,2).

Vierter Immobiliendialog in Schwäbisch Hall

Schwäbisch Hall. Bereits zum vierten Mal fand gestern der Schwäbisch Haller Immobiliendialog statt. „Wir bieten hier eine Plattform zum Kennenlernen, zum Netzwerken und vor allem zum Weiterdenken“, betonte Pierre Hilgerink, Geschäftsführer beim Gastgeber Hilgerink Consulting. Der Austausch in der Fassfabrik rückte in diesem Jahr den Wandel und neue Perspektiven in den Fokus. Zu den Höhepunkten der Veranstaltung zählten Impulse von Deniz Aytekin. Der DFB-Schiedsrichter sprach zum Thema „Führen. Entscheiden. Menschlich bleiben.“

Mit dem Immobiliendialog in der Fassfabrik bietet Pierre Hilgerink eine Plattform für den Austausch. *Foto: Adina Bauer*

MARKTBERICHT

Die Ferkelpreisnotierung Landesstelle für Landwirtschaftliche Marktkunde Schwäbisch Gmünd für die Region Hohenlohe und Oberschwaben: Erzielte Durchschnittspreise der Vorwoche für den Zeitraum vom 28.04. bis zum 02.05. für 200er Gruppe beträgt 76 bis 79 € (78,40 €). Die Notierung vom 05.05.: unverändert. Der Handelsabsatz lag bei 21.512 Stück. Die Preise beziehen sich auf ein Ferkel mit 25 kg in einer Gruppe mit ca. 200 Tieren, einheitlicher Genetik, einheitlichem Gewicht, mit QS-Status, ab Hof, nicht kastriert, ohne Impfungen und ohne Mehrwertsteuer. Der Zuschlag für Mehrgewicht beträgt je nach Vermarktungsunternehmen ca. 1,20 €/kg.