

Der Champagner-Halter aus Spritzguss wird nicht mehr so häufig gebraucht. Weil die Corona-Krise viele Automobilproduktionen stillgelegt hat, bekommt auch die Firma Sauer aus der Branche kaum noch Aufträge. Das Unternehmen aus dem hessischen Dieburg, etwa 15 Kilometer von Darmstadt entfernt, produziert Kunststoffteile für Autos: Heckspoiler, Tankklappen, Stoßstangen und eben Konsolen mit Raum für eine Champagnerflasche. „Derzeit sind wir auch vom Shutdown der Automobilindustrie betroffen“, sagt Martin Sauer, ein Großteil der Nachfrage fällt aus. Sauer hat die Firma gegründet, nun führt der Enkel das Familienunternehmen mit 80 Mitarbeitern. Die Corona-Krise ist die wohl größte Herausforderung der Geschichte des Betriebs – und Sauer wählt einen durchaus ungewöhnlichen Weg, sie zu bewältigen.

Das Unternehmen plant, sich in kürzester Zeit ein anderes Gesicht zu geben. Zwar soll auch weiterhin für Kunden wie Porsche, Rolls-Royce, BMW und Mercedes-Benz produziert werden. Doch wegen der Corona-Krise will Martin Sauer die Firmenstrategie ändern. Jetzt rückt in den Mittelpunkt, was eigentlich behutsam aufgebaut werden sollte, nun aber sofort gebraucht wird, als Hoffnungsträger. Vor zwei Jahren beschloss Sauer, dass seine Firma die bei der Entwicklung und Fertigung von Kunststoffteilen erworbenen Fähigkeiten und Kapazitäten auch für andere Industrien nutzen soll, etwa für Schutzbrillen, wie sie Pharmahersteller verwenden.

Was als zweites Standbein gedacht war, ist nun das Produkt der Stunde. Schutzbrillen werden gerade von Ärzten und medizinischem Fachpersonal zum Schutz gegen das Coronavirus benötigt. „Der wahnsinnige Bedarf danach übersteigt das Angebot“, sagt Sauer. Die Corona-Krise nennt er einen Beschleuniger für einen Wandel hin zu einem neuen Geschäftsmodell.

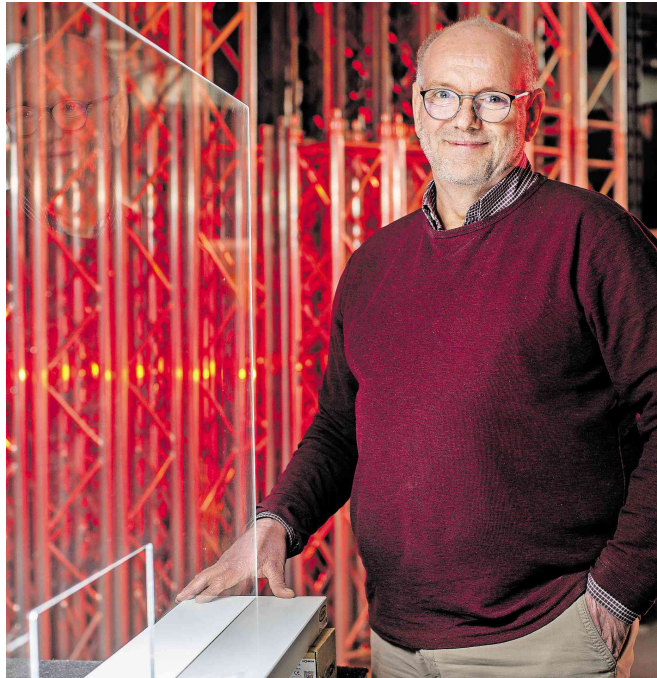
Die Krise als Chance nutzen: Was abgedroschen klingen mag, ist derzeit für viele Betriebe die einzige Chance, die Corona-Pandemie und ihre Folgen zu überstehen. Denn seit das öffentliche Leben in vielen Ländern weitgehend stillsteht, sind eigentlich gesunde Unternehmen in ihrer Existenz bedroht. Tausende Betriebe klagen über leere Auftragsbücher, hoffen auf Soforthilfen des Staates und haben längst schon Kurzarbeit angemeldet.

Einzelne Branchen sind besonders betroffen. Das hat Sven Obert schmerzhaft zu spüren bekommen: Das Messgeschäftsmodell, in dem er mit seiner Messerfirma Fair Care seit Jahren tätig ist, existiert im Prinzip nicht mehr. Dennoch: Die Werkstatt von Sven Obert brummt. Obert gab sich mit dem Einbruch der Auftragslage wegen abgesagter Messen und Konferenzen nicht zufrieden und hat schnell nach einer anderen Möglichkeit gesucht, den Betrieb am Laufen zu halten. Das Ergebnis ist ein neuer Verkaufsschlager: Plexiglasscheiben, passend zugeschnitten für Verkaufstresen, Auskunftscharter und Behördenschreibstische.

Eine befreundete Apothekerin hatte Obert in den ersten Märztagen auf den plötzlichen Bedarf an Infektionsschutzscheiben aufmerksam gemacht. Der Unternehmer rüstete seine Werkstatt auf die Verarbeitung von Plexiglas um und entwickelte eine Art Standardscheibe, je nach Größe kostet sie zwischen 150 und 200 Euro und kann fast überall aufgestellt werden. Nach den Apotheken wollten Supermärkte sie haben, schließlich die Deutsche Bahn, die Verwaltungen von Kommunen, Bibliotheken, die Polizei. Jede Menge Aufträge gingen bei ihm ein, erzählt Obert.

Natürlich lässt sich nicht für jedes Unternehmen von jetzt auf gleich ein neues Geschäftsmodell finden. Das weiß auch Berater Jörn Herseht. Er ist mehrfacher Unternehmensgründer und leitet den Arbeitskreis Unternehmensnachfolge im Wirtschaftsrat Hessen. Herseht sagt auf einer Veranstaltung der Frankfurter „Montagsgesellschaft“, er sehe jene im Vorteil, die optimistisch an die Bewältigung der Krise herangeht. Kleinreden will er die Existenznöte der Menschen nicht. „Aber ich möchte an jeden appellieren, dass man sich in Krisenzeiten neu erfinden kann.“ Wenn Firmen ihre Mitarbeiter weiterbilden, wenn endlich einmal Zeit ist, wenn Selbständige ihre Kundendaten überarbeiten, ihre Internetseiten aufräumen, an neuen Konzepten sitzen oder eben über Geschäftsmodelle diskutieren und sie anpassen: Dann kann die Krise tatsächlich dafür sorgen, nach ihr besser dazustehen als zuvor.

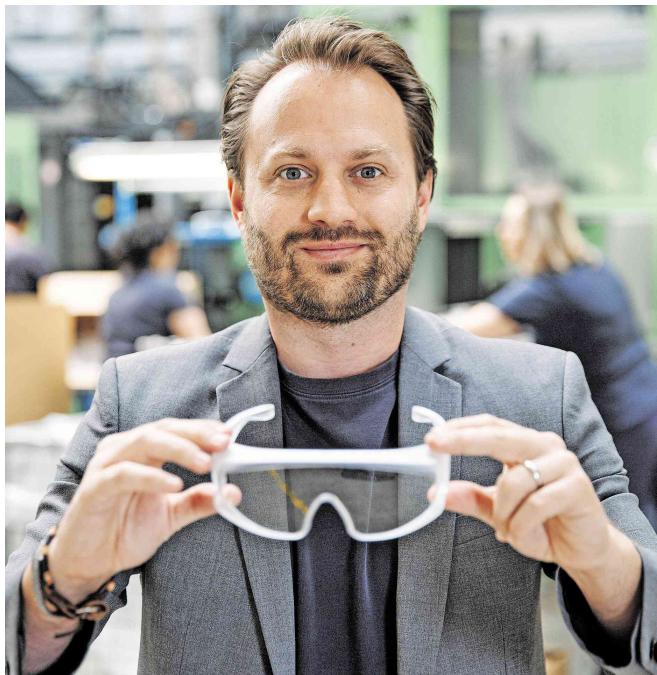
Sven Obert könnte dafür ein gutes Beispiel sein. Der Messchauer ist sicher, dass er seine Firma gut durch die Krise bringen kann, auch wenn das Messgeschäft noch monatelang ausfällt. Zwar sei sein Geschäft deutlich kurzfristiger geworden als früher und die Volumina der einzelnen Aufträge seien wesentlich kleiner, „aber im Moment macht's die Menge“. Zumal er mit dem neuen Kundenstamm



## Weitsicht, Plexiglas und Hausmannskost

Neue Wege in der Krise: In vielen Unternehmen grassiert mit dem Coronavirus die Angst, nicht überleben zu können. Doch mancher gibt seiner Firma in dieser Zeit ein neues Gesicht.

Von Inga Janović und Daniel Schleidt



Kreative Unternehmer: Weil das Messgeschäftsmodell darniederliegt, baut Sven Obert (oben) mit seinem Unternehmen Fair Care statt Messstände nun Plexiglasscheiben. Martin Sauer von der Firma Sauer aus Dieburg hat die Produktion von Kunststoffteilen für die Auto-Industrie kurzerhand auf die Herstellung von Schutzbrillen für die Nutzung im medizinischen Bereich umgestellt. Beide könnten stärker aus der Corona-Krise hervorgehen.

aus der Region auch eine Reihe von Kosten spare: „Ich brauche keine Spedition, weniger freie Mitarbeiter, muss keine teuren Dienstleistungen auf den Messen bezahlen“, zählt er auf. Und: „Am Wochenende bin ich jetzt immer zu Hause, das ist im Messgeschäft sonst nicht üblich.“

Trotzdem will der Unternehmer seinen Geschäftspartnern in den nächsten Wochen wieder vergrößern. Zusammen mit einem Vertriebspartner plant der Frankfurter, seine Infektionsschutzscheiben nun auch in Italien zu verkaufen. Dort dürften Unternehmen wochenlang nicht arbeiten, also war auch niemand in der Lage, die Schutzausstattung für die Wiedereröffnung der Geschäfte zu produzieren. „Genau hier wird es uns nutzen, dass wir schneller sind als andere.“

Schnell sein, sich anpassen können: Das ist auch ein Erfolgsrezept der Firma Sauer aus Dieburg. Kleine Stückzahlen, kurze Entwicklungszeiten, sichere Lieferketten: Mit diesen Qualitäten hat sich das Unternehmen auf dem hart umkämpften Markt der Automobilzulieferer etabliert. Diese Fähigkeiten haben es dem Betrieb nun auch ermöglicht, in kurzer Zeit einen Großteil der Produktion auf Schutzbrillen umzustellen, sagt Martin Sauer und verweist auf sein „Quick Reaction Team“, das genau dafür da ist: in angespannten Situationen neue Lösungen zu entwickeln und schnell auf den Markt zu bringen. Zudem profitiert Sauer nun, da viele Lieferketten unterbrochen sind, davon, die meisten Vorprodukte schon seit Jahren aus der Region zu beziehen, sagt der zweite Geschäftsführer, Johann Georg von Hülsen. Mit diesen Fähigkeiten hat Sauer nun sogar ein zweites Krisenprodukt auf den Markt gebracht. Der „HugMe“ ist ein Aufsteck aus Kunststoff, der auf alle gängigen Türklinen passt und es ermöglicht, diese mit dem Ellenbogen zu öffnen – eine in diesen Tagen durchaus wichtige Option im Alltag. Von der Idee bis zur Marktreife vergingen nur ein paar Tage, sagt Sauer. „Wir haben schon Bestellungen.“

Es gebe viele Betriebe, sagt auch Unternehmensberater Herseht, die eine eigentlich schwere Krise sogar für sich genutzt hätten. „Wer einmal durch dieses Feuer gegangen ist, kann gestärkt wieder daraus hervorgehen“, glaubt er. Man müsse offen sein für Neues, dann öffnen sich häufig auch andere Türen.

Offen für Neues war auch Thomas Metzmaker. Schon ein paar Tage vor der nochmaligen Verschärfung der Kontaktregeln am 20. März hatte der 50 Jahre alte Wirt sein Apfelweinkelokal „Zum Lahmen Esel“ im Stadtteil Niederursel zum „Drive-in“ umgebaut. Wenn sie schon nicht mehr ins Lokal kommen dürfen, sollen seine Gäste die bewährten Hausmannsgerichte sicher und kontaklos bei ihm abholen können, so die Idee. Bestellt wird seither per Telefon, bezahlt dann am Anfang des Drive-ins, das Essen ein Stück weiter über eine Rampe zum Auto- oder Radfahrer geschickt. Das kommt gut an. Auch nachdem die erste Neugierde verfliegen ist, komme reichlich Kundenschaft, erzählt Metzmaker.

Er habe damit einen guten Teil seines Geschäfts retten können, bislang laufe das Geschäft nicht ins Minus. „Kurz gesagt: halber Umsatz bei halbem Personaleinsatz.“ Hinzu kommen völlig neue Erfahrungen: „Spaß macht es, die Leute sind begeistert, es gibt tolle Begegnungen.“ So etwas erlebe man nur einmal – hoffentlich.

Denn erhebliche Kosten wie die Miete für das Lokal mit seinen 200 Plätzen haben sich nicht reduziert. Zumal die Getränke, an denen Gastronomen normalerweise mehr verdienen, an der neuen Essensausgabe nicht verkauft werden. „Eine Apfelschorle, damit mache ich Gewinn, aber auf einem Frankfurter Schnittzeit für 14,50 Euro sind keine zehn Prozent Marge einkalkuliert“, rechnet Metzmaker vor. Die Lücke wird für ihn von Woche zu Woche größer, das Ostergeschäft ging dem Familienbetrieb mit seinen 30 Angestellten schon verloren, genau wie viele schöne Biergarten-Tage. Auch Familienessen anlässlich von Kommunionen, Konfirmationen und Hochzeiten sind abgesagt.

Nach wie vor fehlt der Gastronomie die Perspektive, wann sie wieder richtig arbeiten darf und wann erlaubt sein wird. Halbe Sachen, das hat Metzmaker unabhängig von den Politikern entschieden, werde er nicht machen. „Dann mache ich lieber meinen Drive-in weiter, bis ich wieder richtig öffnen darf.“

Auch Martin Sauer hofft, schon bald sein klassisches Geschäft für die Auto-Industrie wieder hochfahren zu können, das bislang den Großteil des Umsatzes einbrachte. Bis dahin liegt der neue Fokus auf den Schutzbrillen. „Derzeit steht das Telefon nicht still“, sagt er. Wichtig ist ihm trotz der hohen Nachfrage nach dem Produkt der Hinweis, kein schnelles Geld verdienen zu wollen. „Wir wollen mit den Brillen nachhaltige Kundenbeziehungen aufbauen.“ Denn nur so kann die Firma Sauer auch nach der Krise mit den neuen Kunden weiter Geschäfte machen – und aus der Krise mit einem veränderten Gesicht gestärkt hervorgehen.

## Mehrere Proteste in Frankfurt

Gegen Wohnungsnot und die Corona-Politik

FRANKFURT. Gleich mehrere Bündnisse und Aktivisten haben am Samstagmittag in der Frankfurter Innenstadt demonstriert. Im Mittelpunkt stand das Thema „Pflichtlinge und Wohnungsnot in der Corona-Krise“. Die Aktionen fanden vor Luxus-Hotels und vor einer Jugendherberge statt. Am Abend versammelten sich zudem mehrere Kleingruppen spontan am Opernplatz. Als das Abstandsgebot nicht eingehalten wurde, griff die Polizei ein.

Am frühen Nachmittag hatten sich zunächst rund 80 Aktivisten der „Seebücke“ vor dem Fleming's Hotel am Eschenheimer Turm und am Deutschherrnrufer vor dem Haus der Jugend versammelt. Weitere Aktivisten des Bündnisses „Stadt für alle“ stellten sich vor dem 5-Sterne-Haus Sofitel am Opernplatz auf. Sie forderten, dass die leerstehenden Hotels und Jugendherbergen für die Unterbringung von Obdachlosen genutzt werde. Die Aktivisten des Bündnisses „Stadt für alle“ warfen den politisch Verantwortlichen in Frankfurt vor, das Thema Obdachlose und Wohnungsnot zu wenig aufzugreifen, „gerade in der Corona-Zeit“. Wohnungslose würden in Notunterkünften untergebracht, „während in den großen Hotels die Betten leer stehen“. Symbolisch bauten die Aktivisten eine Repräsentation vor dem Sofitel auf und stellten dort Koffer und Umzugskartons ab.

Für die Kundgebungen galten strenge Vorgaben: So mussten die Demonstranten einen Mund-Nasen-Schutz tragen und mindestens 1,50 Meter Abstand halten – zueinander, aber auch zu Passanten. Zudem waren die Versammlungen auf 50 Teilnehmer begrenzt.

Am späten Nachmittag demonstrierte ein loses Bündnis, das die Polizei keiner bestimmten Gruppierung zuordnen konnte, auf dem Paulsplatz. Diesen hatte die Polizei zuvor mit Gitterzäunen abgesperrt. Die Aktivisten warfen der Politik vor, die Bevölkerung zu täuschen und das Virus gefährlicher erscheinen zu lassen, als es in Wirklichkeit sei, „um die Grundrechte einzuschränken“.

Die Polizei zog zunächst eine positive Bilanz. Am Abend jedoch versammelten sich spontan mehrere Aktivisten auf dem Opernplatz, die für Politik ebenfalls vorwarfen, falsche Fakten im Zusammenhang mit dem Coronavirus zu verbreiten. Die Kleingruppen agierten zunächst für sich, später mischten sie sich. Die Polizei forderte die Gruppen mehrfach auf, die Versammlung anzumelden. Schließlich lösten die Teilnehmer die spontane Zusammenkunft selbst auf. *abr./isk.*

## Warnung vor Maskenkauf

je./he. RHEIN-MAIN. Die Verbraucherzentrale Hessen warnt vor dem Kauf von Mund-Nase-Masken im Online-Handel und rät zur Vorsicht. Derzeit häuften sich Verbraucherbeschwerden über gestiegene Preise, unerlaubte Werbung und betrügerische sogenannte Fake-Shops, sagte ein Sprecher am Samstag. Einige Anbieter versuchten, aus der Angst vor einer Covid-19-Infektion Profit zu schlagen. Nun sei ein Händler abgemahnt worden, der auf seiner Internetseite damit geworben habe, dass seine Produkte einen Schutz gegen das „tödliche Virus“ bieten und andere Anbieter aufgrund von Lieferchwierigkeiten nicht zuverlässig seien. „Wir halten das für bewusste Angstmache und damit für eine aggressive geschäftliche Handlung“, hieß es bei der Verbraucherzentrale. Sie erinnerte zudem daran, dass ohne speziellen Filter kein Mundschutz Coronaviren fernhalten könne.

Von morgen an gilt in Hessen eine Maskenpflicht im öffentlichen Personennahverkehr und beim Einkaufen, außerdem in Banken und Postfilialen. Eine am Mittwoch ergangene Anordnung der Stadt Bad Homburg, Schutzmasken auch auf Einkaufsstraßen im Freien zu tragen, hat die Kommune unterdessen zurückgenommen.